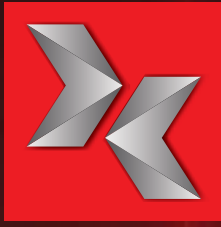


297

www.dagitimkanali.com.tr



Dağıtım Kanalı

Ev Aletleri Sektöründe Türkiye'nin Uzman Dergisi

Ayda bir yayınlanır / Mart 2024 / Yıl: 26 / ISSN 1302 308X

200 MİLYONUNCU TELEVİZYONLA MİLYONLARIN KARŞISINDAYIZ



200 milyonuncu televizyonu
Vestel'de üretmenin gururuyla!

Vestel Manisa fabrikalarında 1984-2023 yılları arasında 200 milyon adedi aşkın televizyon üretimi yapılmıştır. 200 milyonuncu televizyon, 15 Kasım 2023 tarihinde üretilmiştir. Vestel televizyon üretim fabrikasında üretimler sürmektedir ve bu sayı günden güne artmaktadır. Vestel fabrikalarında Vestel markasının yanı sıra başka marka televizyonlar da üretilmektedir. Üretilen televizyonların iç ve dış pazarlarda ticareti yapılmaktadır.

YENİLENMİŞ ÜRÜNLERİN DEĞERİNİ KEŞFEDİN

Maliyet Avantajı

Yenilenmiş ürünler, yeni ürünlere kıyasla daha ekonomik fiyatlara sunulur. Bu maliyet avantajı, özellikle büyük ölçekli alımlarda, şirketinizin bütçesine önemli katkılar sağlayabilir.

Çevre Dostu İmajı

Sürdürülebilirlik, günümüz iş dünyasında kritik bir öneme sahip. Yenilenmiş ürünlerle çalışarak, şirketinizin çevre dostu politikalarını güçlendirmenizi ve yeşil girişimlerinizi öne çıkarır.

Teknolojik Liderlik

Yenilikçilik, rekabetçi bir pazarda öne çıkmanın anahtarıdır. Yenilenmiş ürünlerle çalışarak, teknolojik olarak ileri görüşlü ve yenilikçi bir şirket olduğunuzu gösterin.

Riskleri Azaltma

Yenilenmiş ürünler, kalite ve performans açısından güvenilir olup, çoğu zaman garantilerle desteklenir. Bu, işletmenizin risklerini minimize eder ve güvenli çalışma ortamı sağlar.

Kaynakları Verimli Kullanma

Sürdürülebilir büyüme, kaynakların verimli kullanımıyla başlar. Yenilenmiş ürünlerle çalışarak, operasyonel verimliliğinizi artırın ve uzun vadeli sürdürülebilir büyümeye katkıda bulunun.

Pazar Taleplerine Hızlı Yanıt

Tüketicilerin ve iş ortaklarının çevre bilincinin artmasıyla, yenilenmiş ürünler giderek daha fazla talep görmektedir. Bu değişen taleplere hızlıca yanıt vererek, piyasadaki yerinizi sağlamıştınız.



Çalıştığımız Markalar

SAMSUNG

Tefal

WMF

KRUPS

Rowenta

EFS Elektronik olarak, iade ürünlerinizi yenileyip değer katmak için buradayız. Markanıza ait ürünleri EFS güvencesiyle yenileyip, satışa sunmamızı istiyorsanız, lütfen bizimle iletişime geçin.

www.efselektronik.com



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

Kendinizin ve sevdiklerinizin sağlığına önem veriyorsanız Fakir'in üstün Alman teknolojiyle ürettiği, yoğurt yapımını bir adım öteye taşıyan yenilikçi yoğurt yapma makinesi Pasteur tam da size göre!



fakirevaletleri
fakir.com.tr



Fakir
HAUSGERÄTE

DESIGNED, TESTED AND
APPROVED IN GERMANY





Kışın
King'i



İçindekiler

6 Söyleşi

Hedefimiz Vestel'i global bir teknoloji şirketi olarak daha da büyütmek

Tarık Leloğlu Vestel Satış Genel Müdürü

8 Kahve Kokusu

Tchibo Cafissimo Pure Plus'ın canlı renkleri ile kahve içmek daha da keyifli

English Home'dan geleneksel lezzete yenilikçi dokunuş: Sütlü Türk Kahvesi Makinesi

10 Söyleşi

"Tüketici tereddüt etmeden bizden malı alıyor"

Ünal Acarsoy

14 Sektör

Hedefimiz, dikey süpürge pazarında, ülkemizi LG Global'de lider konuma yükseltmek

Bülent Bülbul LG Electronics Türkiye Ev Eğlencesi Elektronik ve Beyaz Eşya Ürün Grupları Satış Başkanı

16 Lansman

Şenocak yeni ürünlerini bayileri ile buluşturdu

20 Toplantı

Gürses Kurumsal, Samsung Klima lansmanında yeni stratejilerini paylaştı

24 Lansman

2024 yılında da güçlü bayi ağımla büyüyeceğiz

Ali Canitez Panalı A.Ş. Genel Müdürü

28 Sektör Haberi

40 Dernek

"Beyaz eşya sektöründe iç satışlar kritik önemini korumaya devam edecek"

42 Ürünler

44 SineMadem

Atatürk II

instagram.com/dagitimkanali

youtube.com/dagitimkanali

facebook.com/dagitimkanali

x.com/dagitimkanali

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!





Electrolux

Moplara elinizi deędirmeden kapsamlı temizlięin keyfini sürün

Electrolux
700/800 Serisi
Kablosuz
Süpürgeler ve
Mop Başlığı
ile uyumlu



Otomatik
Mop Yıkama
Sistemi



Kirli ve temiz suyu
ayırıştıran tasarım



Mop ile birlikte
kolay taşıma ve
saklama

EPPCS2
Mop Yıkama İstasyonu

For better living. Designed in Sweden

www.electrolux.com.tr

GÜCÜ ELİNİZDE TUTUN!

İş ortaklarımız faaliyet konularına odaklanırken, **HTS**, uzman kadrosu ve ileri teknoloji altyapısı ile, onlara ve müşterilerine **17 yıldır en iyi servis hizmeti** vermeye devam ediyor.



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

Siz de bu güce katılın...



HTS Teknik Hizmetler San. Tic. A.Ş.
Site Mahallesi Adivar Sokak No. 24 Ümraniye - İstanbul
Telefon : (0216) 527 82 83
www.htsteknik.com

SUNUŞ



YILDIRIM SÖYLEMEZ
yildirim.soylomez@dagitimkanali.com.tr

Sektörümüz yeni yıla hızlı girdi... Lansmanlar, bayi buluşmaları, toplantılar

Beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektörü yeni yıla çok hızlı bir giriş yapmasının ardından hız kesmeden yoluna devam ediyor. Geçtiğimiz ay sektörün farklı oyuncularını arkaya farklı buluşmalar ve etkinliklerde bir araya gelerek yeni ürünlerini tanıttı ve iş ortakları ile bir araya geldi. Zaman zaman Dağıtım Kanalı dergisi olarak bu hıza yetişmek de zorlansak da tüm etkinlikleri yerinde ve yakından takip ederek sizler için özel röportajlar ve görüşmeler gerçekleştirdik.

Türkiye'nin en büyük şirketlerinden biri ve beyaz eşya sektörünün de öncü kuruluşu olan Vestel'de önemli bir atama gerçekleşti. Vestel'in Türkiye, Orta Asya, İran, Irak, Suriye ve Kuzey Kıbrıs bölgelerinden sorumlu Satış Genel Müdürü, uzun yıllardır Vestel'de çeşitli görevler ve sorumluluklar üstlenen Tark Leloğlu oldu. Biz de bu haberin arkasından kendisini ziyaret ederek hem tebrik ettik hem de yeni dönemle ilgili keyifli bir röportaj gerçekleştirdik. Bizleri ofisinde ağırlayan ve değerli fikirlerini paylaşan Leloğlu'nu tekrar kutluyor ve yeni görevinde başarılar diliyoruz.

Bu sayımızın ikinci önemli röportajını sektörün duayen isimlerinden Ünal Acarsoy ile gerçekleştirdik. Çok uzun yıllara dayanan bir deneyime ve sektör geçmişine sahip olan Acarsoy ile geçmişten günümüze çok keyifli bir sohbet gerçekleştirdik. Bilgi ve deneyimlerini bizimle paylaşan Acarsoy'a çok teşekkür ediyoruz. İlerleyen sayfalarda bu keyifli söyleşiyi bulabilirsiniz.

Soğutma sektörünün en önemli oyuncularından olan ve farklı gruplarda üretimini gerçekleştirdiği ürünleri dünyanın farklı coğrafyalarına ulaştıran Klimasan-Şenocak, 10 yılı aşkın süredir geleneksel hale gelen bayi toplantısını Antalya'da gerçekleştirdi. 09-11 Şubat tarihlerinde Concorde De Luxe Resort Lara'da yapılan toplantıya Türkiye'nin farklı yerlerinde bulunan iş ortakları katıldı. Biz de etkinliğe katıldık ve lansmanı yerinde izleyerek görüşmeler yaptık.

Gürses Kurumsal, Samsung Klima lansmanını Samsung Electronics Türkiye ekibi ve bayilerinin katılımı ile 13 Şubat 2024 Salı günü Renaissance İstanbul Polat Bosphorus Hotel'de gerçekleştirdi. 2023 yılı klima pazarının genel değerlendirmesi ve 2024 yılı klima Pazar genel beklentilerinin konuşulduğu lansmanda bayilerle klima satış ve pazarlamasının nasıl geliştirileceğine dair detaylar konuşuldu ve bilgiler paylaşıldı. Toplantıya Marmara Bölgesi'nden 125 yetkili bayi katılım gösterdi. Dağıtım Kanalı dergisi olarak toplantıyı yerinde izledik.

Panalı A.Ş., 2023 yılı değerlendirmesi ve 2024 yılı stratejilerini Kıbrıs'ta gerçekleştirdiği lansman ile bayilerine aktardı. 140'ın üzerinde bayinin katılım gösterdiği toplantıda kurumun yeni uygulaması olan Airfel Plus da tanıtıldı. Airfel Plus'ın güçlü bayi ağlarını daha da geliştirecek bir uygulama olduğunun altını çizen Panalı A.Ş. Genel Müdürü Ali Canitez, Airfel markalı ürünlerin satışını gerçekleştiren bayilerinin uygulama üzerinden satıştan montaja kadar tüm süreci yönetebileceklerinin altını çizdi. Dönemsel olarak planlanan ek faydalar çerçevesinde bayilerinin Airfel Plus uygulamasının kullanımının her geçen gün daha da artacağını düşündüklerini söyleyen Canitez ile bir röportaj gerçekleştirdik.

İyi okumalar

650m³
YÜKSEK
EMİŞ GÜCÜ



GÜÇLÜ
WOK BEK



BUHAR
DESTEKLİ
PIŞIRME



BUHAR DESTEKLİ PİŞİRME VE GÜÇLÜ WOK BEK TEK ANKASTRE SETTE!

Uğur Ankastre Setler, buhar destekli pişirme teknolojisiyle lezzeti üst seviyeye çıkarırken wok bek ocak gözüyle yemeklerinizi daha kısa sürede pişirmenizi sağlar.



UGUR
ankastre

444 84 87

f X @ /UGURSOGUTMA

Hedefimiz Vestel'i global bir teknoloji şirketi olarak daha da büyütmek

"Türkiye'nin teknoloji devi Vestel, yeni dönemde 'küresel teknoloji şirketi' olma hedefi doğrultusunda global yapıda üst düzey değişiklikler gerçekleştirdi. Bu kapsamda Vestel'in Türkiye, Orta Asya, İran, Irak, Suriye ve Kuzey Kıbrıs bölgelerinden sorumlu Satış Genel Müdürü, uzun yıllardır Vestel'de çeşitli görevler ve sorumluluklar üstlenen Tarık Leloğlu oldu." Bu güzel haberi duyunca Dağıtım Kanalı dergisi olarak biz de heyecan duyduk ve Tarık Bey'i arayarak kendisini kutladık. Bayileri ile olan ilişkisinin ve iletişiminin bu başarıda önemli rol oynadığını özellikle ifade etmek isteriz. Kendisinden yeni görevi ile ilgili düşüncelerini öğrenmek istediğimizde bizi kırmadı ve hem yeni görevi ile ilgili hem de Türkiye'deki tüm bayilere mesaj vermek üzere Dağıtım Kanalı dergisini ofisinde ağırladı.



Tarık Leloğlu Vestel Satış Genel Müdürü

Bu işe ne zaman ve nasıl başladınız?

Vestel yolculuğum 1997 yılında Ankara'da Bölge Satış Uzmanı görevimle başladı. Ailem özel sektörde çalışmama sıcak bakmıyordu çünkü memur düzenine alışkın bir aile yapım vardı, benim babam da memurdu. Vestel'de işe başlayacağım dönem bir devlet bankasının da sınavını kazanmıştım ve beni mülakata çağırıyorlardı. Mülakata gittim ama çok da içime sinmedi ve Vestel'i tercih ettim. Böylece Vestel'deki kariyer yolculuğum başlamış oldu.

Vestel'de hangi görev ve bölgelerde çalıştınız?

Satış uzmanı olarak başladığım görevimde 1997-98 yıllarında Sivas ve Yozgat şehirlerinden sorumluydum. Bu bölge, hayatımın dönüm noktası oldu. Sivas, benim için çok özel bir yer oldu ve müşterilerimle çok güzel bir bağ kurdum. Yani beraber hareket etme, beraber karar verme, stok hesaplama, çeki hesaplama, çeki yazma gibi birçok şey öğrendim. Sivas ve Yozgat'ta çalıştıktan sonra Niğde,

Nevşehir, Kırşehir ve Aksaray'da çalıştım. 2000 yılında satış müdürü oldum. Azmim ve özverili çalışmalarımın da yardımıyla hızlı bir yükseliş dönemi yaşadım. Üç yıl içinde İç Anadolu Bölgesi Satış Müdürü oldum. Bütün Anadolu'da çalıştım ve çok güzel işler yaptık, çok kıymetli bayilerimizle çalıştık.

İç Anadolu Satış Müdürlüğünden sonra Ankara'da Satış Müdürlüğü görevini üstlendim. 2008 yılında Güneydoğu Bölge Müdürü oldum. Olağanüstü işlere

imza attığımız zamanlar oldu. Suriye barışının olduğu bu dönemlerde ciddi işler gerçekleştirdik. Hakikaten çok kıymetli ve güçlü bayilerimiz var, özellikle Gaziantep'te Hatay'da Diyarbakır'da çok güçlü bayilerimiz bulunuyor. Onlarla çalışmak büyük bir onurdu. Bu performanslar sonucunda da 2016 yılında Vestel'de Genel Müdür Yardımcısı oldum.

Bayilerinizle olan ilişkiniz nasıl, bayilik teşkilatını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Bayi ile yapılan ticareti, ticareti öğrenebileceğin yer, ticarete neler kazanıp ve neler kaybedilebileceğinizi öğreneceğiniz yer olarak tanımlıyorum. Çünkü bayiler kendi sermayeleriyle iş yapıyorlar ve dönem dönem ciddi riskleri yönetiyorlar. Onların tecrübeleri bizlere de değer katıyor. Ben şahsen 27 yıldır işimi bu şekilde yapıyorum. Bayimin bir krizi yorumlamasını, aldığı pozisyonu, ekonomiyi yorumlamasını çok önemsiyorum ve hakikaten onların görüşlerine değer veriyorum. Oradan aldığım bilginin inanılmaz faydalarını gördüm görmeye de devam ediyorum.

Ticaretin içindeki bayilerimiz hem insanın içinde hem de hayatın içindeler ve gerçekten ciddi bilgi akışı var orada. Enflasyon olunca nasıl hareket etmeleri gerektiğini, ticarete ne yapmaları gerektiğini bayi kanalından aldığım bilgilerin katkılarıyla işimi yönetmeye çalışıyorum.

Ayrıca, bayiler ülkemizin istihdamına önemli bir katkı sağlıyorlar. İnsan kaynağı yetiştiriyorlar, perakendeyi öğretiyorlar. Onlar bizden, biz de onlardan aldığımız feyz ile işimizi daha verimli ve heyecanla yapıyoruz. Ne zaman bayilerimizi ziyaret edersek heybemiz hep çok dolu dönüyor. Gerçekten geri dönüşlerde de çok ciddi verim aldığımızı görüyoruz. Kampanyalarda, geliştirilen uygulamalarda, iş yönetimi anlamında mutlaka artılarını görüyorum ve bu enerjinin aynı şekilde bayide olması da beni çok mutlu ediyor. Öte yandan Vestel olarak bayilerimizin eğitimleriyle ilgili de



çalışmalar yapıyoruz ama ticaret bambaşka bir deneyim. Ticarete teorinin yanında yetenek ve yetkinliğin olması gerektiğini düşünüyorum. Bundan dolayı tüm bayilerim benim için çok kıymetli.

Şu anki görevinize nasıl geldiniz?

2023 yılında şirketimiz adına güzel gelişmelere şahit olduk. Marka değerimizdeki istikrarlı yükselişi bu yıl da devam ettirirken, geçen yıla göre yüzde 28'lik artış kaydederek 927 milyon dolarlık marka değeriyle Türkiye'nin en değerli 3 markasından biri olduk. İç ve dış pazardaki payımız da düzenli olarak artarken, bu yıl 2,6 milyar dolarlık ihracat geliriyle 25. kez sektörünün ihracat şampiyonu olarak çeyrek asırdır aralıksız sektörünün en çok ihracat yapan şirketi olduk. Hedefimiz Vestel'i global bir teknoloji şirketi olarak daha da büyütmek. Bu hedef doğrultusunda da bazı organizasyonel değişiklikler oldu. Büyüme yolculuğumuzda yeni adımlar attık ve uluslararası şirket yapılanmasına geçtik. İş yapış şeklinizi değiştirerek ve gelecekteki fırsatları en iyi şekilde değerlendirmek için daha odaklı ve etkili bir strateji oluşturduk.

Yeni organizasyonda dünyayı ticari olarak üçe ayırdık; Amerika ve Avrupa ağırlıklı iş yaptığımız ülkelerden oluşan bir bölge, benim sorumlu olduğum ikinci bir bölge (Türkiye, Orta Asya, İran, Irak, Suriye ve Kuzey Kıbrıs bölgesi) ve Uzak Doğu'yu kapsayan üçüncü bir bölge mevcut.

Türkiye'nin içinde yer aldığı bölge, benim sorumluluğum altında. Sadece satış değil pazarlama departmanımız da yeniden yapılandı ve tüm dünyada tek bir dil konuşabilmek adına bir çatı altında toplandı. Yeni organizasyonel yapımızla Vestel markasını tüm dünyada daha da iyi konuma getirip, marka değerimizi uluslararası değerlendirmelerde de artıracamız. Marka

değerimizi elbette kendi markamız olan ürünlerin satışı ile artıracamız, burada da ben ve ekibime çok önemli görevler düşüyor. İnanıyorum ki kısa zamanda kendi bölgem ve diğer bölgelerde de Vestel markalı satışlarımızı ciddi oranda artıracamız. Bizim büyük bir hayalimiz var ve biz bu hayali gerçeğe dönüştürmek için sahada var gücümüzle gayret göstereceğiz.

Yeni görevinizdeki hedefleriniz nedir?

Sorumlu olduğum ülkeler için söyleyebilirim ki; kendi markamızla daha güçlü olmayı hedefliyoruz. Vestel ODM (Original Design Manufacture) modelinde oldukça başarılı bir marka. Şimdi ise amacımız Vestel markası ile de bu başarıyı yakalamak, çitayı daha da yukarılara çekmek. Yeni dönemde kendi markamızla dünyadaki satışlarımızı artırmayı planlıyoruz.

2024 yılının bir değerlendirmesini yapar mısınız, sektörümüz bekleyen tehdit ve fırsatlar nelerdir?

Son 3 - 4 yıldır iç piyasada dengeli bir dönem yaşadık. Satışlarımız oldukça iyiydi. Önümüzdeki dönemde ise enflasyonun da etkisiyle bir daralma beklentisi mevcut. Fakat Türkiye gerek yapısal olarak gerek jeopolitik konumuyla çok güçlü bir ülke. Ben geçmiş tecrübelerimize de dayanarak bu süreci en iyi şekilde geçireceğimizi düşünüyorum.

Son olarak bir mesaj vermek ister misiniz?

İyi bir ekip oluşturduk, gerçekten sahayı ve müşteriyi bilen, işinin ehli ekibimiz var. Vestel'in üstün teknolojisi, ürün kalitesi, tüketicilerin beklentilerine en iyi şekilde çözüm sunması ile bu yılı en iyi şekilde kapatacağımıza inanıyorum. Hedeflerimiz yüksek, bu hedeflere ulaşmak için var gücümüzle çalışacağız.



Tchibo Cafissimo Pure Plus'ın canlı renkleri ile kahve içmek daha da keyifli



Tchibo'nun Cafissimo serisi; göz alıcı olmakla kalmayıp gerçek kahve lezzetini her fincanda keşfettiriyor. Cafissimo ailesinin yeni üyesi Cafissimo Pure Plus; sizi fuşya ve mango renkleri ile capcanlı bir lezzet dünyasına davet ediyor.

Cafissimo Pure Plus ile espresso, caffè crema veya filtre kahve gibi dilediğiniz her kahvenin benzersiz aromasını her yudumda en yoğun haliyle hissedeceksiniz. Kapsül kahve makinesi, patentli üç basıncılı demleme sistemi sayesinde her kahveyi en uygun demleme basıncıyla hazırlayarak en ideal aroma ve yoğunluğu her fincanda sunuyor.



Yerden tasarruf sağlayan tasarıma sahip Cafissimo Pure Plus, çıkarılabilir bardak rafı sayesinde hem büyük hem küçük bardaklarla kahve keyfinizi istediğiniz yere götürme opsiyonu sunuyor. Kapsüllü kahve makinesi, 30 - 250 ml arası programlanabilir fincan ayarı, 6 adede kadar kapsül toplama haznesi ve 800 ml hacmindeki su tankıyla kahve keyfini en yüksek seviyede çıkarmanıza yardımcı oluyor. Sınırlı sayıda üretilen Cafissimo Pure Plus, kahvenizi hazırladıktan 9 dakika sonra hem enerji tasarrufu hem de güvenlik için otomatik olarak kapanıyor. Aynı zamanda, entegre kireç çözme ekranı sayesinde kolay bakımlı ve uzun ömürlü bir kahve makinesi olarak da dikkat çekiyor.

English Home'dan geleneksel lezzete yenilikçi dokunuş: Sütlü Türk Kahvesi Makinesi

Kategorideki ürün çeşitliliğini her geçen gün artıran English Home, şimdi Sütlü Türk Kahvesi Makinesi ile karşınızda. English Home Sütlü Türk Kahvesi Makinesi, geleneksel lezzete yenilikçi dokunuşuyla sizi zamanda bir yolculuğa çıkarıyor. Sütlü Türk Kahve Makinesiyle hem geleneksel sütlü Türk kahvesi pişirme yöntemindeki lezzeti yakalayacak hem de yapışmaz özel cezve kaplaması sayesinde, temizliğini zahmetsizce yapabileceksiniz. Sütlü Türk Kahvesi fonksiyonuyla sıcacık aile buluşmalarının vazgeçilmezi olacak ürünümüzün aynı zamanda çift taşıma ve közde kahve pişirme fonksiyonları ile de yine gelenekselin en sevilen Türk Kahvesi pişirme lezzetlerini teknoloji ile birleştiriyor ve English Home kalitesiyle benzersiz bir deneyimi yaşamak için sunuyor.



ŞENOCAK

Hesaplı Tazelik

Daha Düşük Enerji Tüketimi Tabii ki Şenocak ile Mümkün

İsterseniz 200 lt'den 500 lt'ye blok kapaklı,
isterseniz 6 veya 7 çekmeceli, isterseniz Beyaz,
isterseniz Antrasit Gri renk seçenekleriyle.

Daha düşük enerji sarfiyatına sahip
yeni E sınıfı Derin Dondurucular
yine ve tabii ki Şenocak'ta...



Detaylı bilgi için | www.senocak.com.tr

“Tüketici tereddüt etmeden bizden malı alıyor”

Beyaz eşya sektörünün duayen isimlerinden Ünal Acarsoy, uzun yıllara dayanan bilgi birikimi ve tecrübelerini dergimizle gerçekleştirdiği röportajda bizimle paylaştı. İstanbul’un Teşvikiye semtinde bulunan mağazasında ziyaret ettiğimiz Acarsoy ile geçmişten günümüze sektörümüzle ilgili gelişmeleri konuştuk. “Bir güven var, bir de yıllardan beri gelen bir isim bilinirliği var. Piyasada her bakımdan başarılı olmuş bir şirketiz, güven burada çok önemli.” diyen Acarsoy, yıllardır varlığını sürdürebilmiş olan firma sayısının çok az olduğunu altını çizdi. Eşi, kızı ve personelleri birlikte çalışmalarını sürdüren Ünal Acarsoy ile bilgi dolu bir sohbet yaptık.



Ünal Acarsoy

Bize kısaca kendinizi ve Acarsoy şirketinin tarihçesini anlatır mısınız?

Babam Sabri Acarsoy ticaret hayatına ilk olarak 1940 yılında Muğla’da başlamış. 1950 yılında İstanbul’a yerleşmiş ve daha sonra da Tophane Boğazkesen semtinde Sabri Acarsoy şirketini kurmuş. Uzun süreler sonra da yine aynı yerde ticaretini noktaladı. Beş katlı olan bu mağazada beyaz eşya başta olmak üzere halıdan bisiklete, lastikten arabaya çok geniş bir ürün yelpazesi ile müşterilerine hizmet sundu. 1975 yıllarında Fiat ve Opel marka otomobilleri sattığımızı hatırlıyorum. O zamanlar senet ile uzun vadeli satış yapan ilk firma idik.

Ben 1939 yılında Muğla’da doğdum. Saint Joseph’de okurken babamın yanında bu işleri öğrenmek için çalıştım. Lise bittikten sonra da İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi’ne devam ettim. Okul hayatım boyunca yaz tatillerinde ve bayramlarda hep babamın yanında çalıştım. Ticareti babamdan öğrendim.

Kendi işinizi ne zaman kurdunuz?

1970’li yılların sonuna doğru kendi firmamı kurdum. Aynı anda babam da kendi işine devam ediyordu. Baba-oğul iki farklı şirketle işlerimize devam ettik. Önce Beşiktaş Çırağan Caddesi’nde bir dükkan açtım. Daha sonra Nişantaşı Valikonağı’nda bir dükkan daha açtım. Amerika’dan Kelvinator beyaz eşya markasını ithalat yapmaya karar verince Valikonağı’nda 2. dükkanı showroom ve dükkan amaçlı hizmete soktuk. 1990’lı yılların başında yine Valikonağı’nda merkez ofis kurarak 68 tane bayi, ayrıca Ankara, İzmir ve Samsun bölge müdürlükleri ile tüm Türkiye’de faaliyet göstermeye başladık. Uzun seneler Kelvinator markasının ithalatına devam ettik. En son 2000’li yılların başında Amerika’daki firma ile yaptığımız çalışmaları bırakmak mecburiyetinde kaldık. Kelvinator için Türkiye’de üretimi maalesef gerçekleştiremedik. Onlar Suudi Arabistan’da bir fabrika kurdular.

İthalatı bıraktıktan sonra Electrolux Türkiye ile çalışmaya başladık. Beraberinde, Tefal, Fakir gibi markaların bayiliklerini alarak perakendecilik yapmaya başladık. Pandemi ile birlikte kızım da tekrar işe geri döndü. Şu anda eşim, kızım ve yanımda çalışan 3 tane personelimizle birlikte Teşvikiye’de devam ediyoruz. İlerleyen zamanlarda ana caddedeki mağazamıza tekrar geri dönmeyi planlıyoruz.

Geçmişten günümüze gelirken sektörün gelişimini değerlendirir misiniz?

O zamanlar şimdiki gibi yoğun bir perakende ağı yoktu. Belirli yerlerde beyaz eşya mağazaları vardı. Hatırladığım kadarıyla Beyoğlu’nda Elektrik Sarayı, Haraççı Kardeşler, Taksim’de Zafer Metya ve Ortakları, Pangaltı’da Osman Güzel, Karaköy’de Sezim A.Ş, Kadıköy’de Ahmed Hamit Özgül Kardeşler, Ankara’da Ortaç gibi mağazalar vardı. Çoğunu tanırım, bilirim ama şimdi bu isimlerin hiçbirini benim haricimde günümüzde kalmadı. O günden bugüne fabrikalar modernleşti ve çoğaldı. Müşteriler çok daha bilinçliler. Her semtte bayiler açılmaya başladı. Yani durum epey değişti. Eskiye nispeten alım gücü yükseldi ve fazlaştı, markalar çoğaldı, ithalat mevzuatı olumlu bir şekilde gelişti. Türkiye’deki fabrikalarımızda dünya standartlarında imalatlar yapılıyor ve hatta Avrupa’ya ve birçok başka ülkelere ihracat noktasına da geldik. Bu durumdan da çok memnun oluyoruz.

Geçmişteki anılarınızdan bazılarını anlatır mısınız?

Kelvinator markasını Amerika'dan Türkiye'ye ilk ithal ettiğim zamanlarda müşteriler markayı çok iyi tanımadığı için oldukça uzun bir tanıtım ve pazarlama çalışması yaptık. O zamanlar Türkiye'de renkli buzdolabı yok denecek kadar azdı, biz renkli dolabı getirdik. Yeşil dolaptan başladık, bu dolap rengi enteresan gelmeye başladı ve müşteriler tarafından beğenildi. Daha sonra krem rengine yakın dolaplar getirdik. Bu bir yenilikti. Sattığımız kimseler bu markayı tercih etmeye başladılar. Kelvinator markası sağlamlığı ve kalitesi açısından bizi ve müşterilerimizi üzmedi. Bugün bile daha önce Kelvinator ürünlerinden kullanmış müşterilerimiz tekrar aynı markadan almak istiyor. Evlerinde Kelvinator kullanmaya devam eden müşterimiz var.

Sizin Kelvinator markasını sattığınız dönemlerde aynı zamanda piyasada başka markalarda vardı, aynı kulvarda yarışıyordunuz. Rekabet nasıldı o zamanlar?

Fiyat farkı olmasına rağmen ithal mallar daha çok ilgi çekiyordu. Aynı cadde üzerinde hem General Electric hem de Westinghouse üçümüz yan yana komşuyduk. Kelvinator markası Acarsoy güvencesi ile birleşti.

Marka değerinde olan Ünal Acarsoy ismine, bir tüketici gelip sizi de karşısında gördüğü zaman nasıl bir tepki veriyor?

Tereddüt etmeden ihtiyacı olan malı alıyor. Bir güven var, bir de yıllardan beri gelen bir isim bilinirliği var. Piyasada her bakımdan başarılı olmuş bir şirketiz, güven burada çok önemli. Yıllardır varlığını sürdürebilmiş olan firma sayısı çok az, neredeyse bir asırdan beri aynı işi yapıyoruz. Dolayısıyla bu süreçte temiz bir şekilde bugünlere gelmek kolay değil.

Bu enflasyonlu ortamda ticaret yapmak ticaretinizi nasıl etkiliyor?

Bence insanların alım gücü düştüğü için eski tip satış türlerine dönmek istiyorlar. Örneğin senetlere. Çünkü insanların kredi kartları dolu ve sonuç olarak o kredi kartlarının minimum ödemelerini bile ödemekte güçlük çekiyorlar. Dolayısıyla da babamın zamanındaki gibi senet ile satın almayı tercih edebiliyorlar. AVM olarak nitelendirilen büyük çeyiz mağazaları malın gerçek satış fiyatından çok daha yüksek bir bedel ile mal satışı yapıyorlar. Vade süreci 24 aya kadar uzayabiliyor. Yani eski usulle dönmeye başlamış gibi geliyor bana günümüz şartlarında. Pandemide tüm dünya ile birlikte düşen alım gücü, eskiye dönüşe zorluyor. Günümüzde insanlar çamaşır ya da bulaşık makinesiz evlerde yaşamaya alışık değiller. O yüzden yüksek fiyat da olsa satın almayı kabul ediyorlar.

Muğla'da babanız ilk beyaz eşya mağazasını açtığı zaman belli bir markayı mı satıyordu?

Muğla merkezde bulunan mağazamızda babam her markayı satardı. Sabri Acarsoy Bonmarşesi diye geçerdi adı. Bonmarşe kelimesi Fransızca, Bom "İyi" Marşe "Pazar" yani iyi pazar şeklinde tanımlanıyordu. Biz orada her türlü malı satıyorduk. Ev aletlerinden tutun da giyim, mutfak levazımatı, motosiklet, bisiklet gibi her şey vardı o bonmarşede.



Aslına bakarsanız ömrünüz beyaz eşya sektörünün içinde geçmiş. Bu manada sizi arayıp soruyorlar mı? Hatırlıyorlar mı?

Zaman zaman arkadaşlar arıyorlar, bugünkü durumla eski durum arasındaki farkı soruyorlar. Tabi ki bugünkü durumla eski durum arasında büyük farklar var, gidişat hakkında mümkün olduğu kadar fikir vermeye çalışıyorum. Aynı zamanda şöyle bir durumda var, mesela imalat yapan büyük bir fabrikanın satıştaki elemanları ile devamlı temas halinde oluyoruz. Geliyorlar, fikir alışverişi yapıyoruz. Pazardaki durum hakkında bir fikir birliği oluşturuyoruz. Bu mevzuda onlara yardımcı oluyoruz.



2023 yılı nasıl geçti sizin için? Hangi ürünler daha popülerdi? 2024 yılı beklentileriniz nedir?

Pandemi ile birlikte çamaşır, bulaşık makinesi, hava temizleme cihazları daha çok hareket gördü. Ayrıca havaların sıcak geçmesinden dolayı klimalar ve vantilatörlerde de gayet güzel satışlar yapıldı ve bizi de memnun etti. Piyasanın durumunun da aynı şekilde olduğunu biliyorum.

2024 itibarı ile piyasalardaki tedirginlik bizim sektöre de yansıyor. Ayrıca dünya ticaretinin büyük bir kısmı Kızıldeniz'den geçtiği için değiştirilen rotalar yüksek maliyetlere sebep olmaya başladı. O bakımdan fiyatların ve petrolün de biraz yükselme durumu gözüküyor. Bu durum karşısında Nisan ayından sonra durum belirgin bir hal almaya başlayabilir. İnşallah memleketimiz için hayırlı olur, 2024 yılı umarım iyi bir kazanç getirir bizlere.

İthalatçılık döneminde diğer markaların yöneticileri ve patronları ile ilişkiniz var mıydı, nasıldı ilişkileriniz?

Profilo'nun sahibi Jak Kamhi ile diyalogumuz vardı. Ona Türkiye'de ilk defa Acarsoy ismi ile buzdolabı yaptırıldı. Kendisi bizi Mecidiyeköy'deki fabrikaya davet etti, bizim için bir model buzdolabı yapmışlardı. Babamla birlikte gidip, buzdolabını piyasada

ne şekilde pazarlayıp satacağımız konusunda kendilerine bilgi verdik. Hatta ve hatta Acarsoy markalı o dolaplardan piyasada hala çalışan dolaplar olduğunu biliyorum. Jak Kamhi ve ortağı Mario Gabay'dan şöyle bir istekte bulunduk; Satış yaparken müşteriyi daha çok etkilemek için garanti belgelerinin üzerine Profilo yerine Acarsoy, altına da Profilo yazılması için anlaştık. Yine Acarsoy markası ile radyo ve bisiklet yaptırdık. Uzun seneler kendi markamızla ürünler yaptırarak adımızı piyasada sürdürmeye çalıştık.

Bu dönem beyaz eşya sektöründe işe başlayacak, iş yapmak isteyen yatırımcılara bir öneriniz var mı?

İlk olarak gönül vermek lazım bu işe yani sevmek lazım. Yurt dışına gittiğimde ilk işim beyaz eşya mağazalarını gezmek olur. Burada ne var, ne satıyorlar, ne marka var, yeni bir ürün var mı? Yani bu işi severek yapmak lazım. Eğer sevmeden yapmak olursa muvaffak olma imkânı olmaz. Yani son zamanlarda bilhassa gençler kar mevzusu az olduğundan dolayı beyaz eşya konusuna pek fazla eğilmiyorlar, bunu duyuyorum. E-ticaretin varlığı da gençleri zorluyor, bu işe pek girmek istemiyorlar. Ayrıca beyaz eşyayı eskiden bilenler, kâr marjının farklılığını bilenler, şu andaki o küçük marjlarla sistemi döndürmekte çok zorlanıyorlar.



Sizin gözünüzde sektörümüzün sorunlar neler? Bu sorunları çözmek için tavsiyeleriniz var mı?

(Tuba Evrengil - Kızı)

Yan sanayi dahil tüm üretimimizi ülkemizde yapmamız lazım. Çünkü dünyada lojistik gün geçtikçe zorlaşıyor ve pahalılaşıyor. Sektörde üretim yapan firma sayısının artması gerekiyor. Şirketler kendi fabrikalarında farklı fiyat kategorilerinde olan farklı markalar üreterek, her kesimdeki tüketiciye ulaşmaya çalışıyor. Piyasada hala yeni markalara yer olduğuna inanıyorum. Günümüzde, tüketici ihtiyacını giderirken cebinden çıkacak paraya bakıyor. Uzakdoğu'dan ithal edilen ucuz malların yerine, yerli üretim daha uygun fiyatlı mallar yerini almalı.

Günümüzde bir buzdolabının normal fiyatı 20 - 30 bin TL, ithal bir markanın buzdolabı fiyatı ise 70 - 80 bin olabiliyor. Peki bunu kim satın alacak? 70 - 80 bin TL bir ailenin toplam geliri değil. İthal markalar gün geçtikçe Türkiye'de çok daha küçük bir kısma hitap edecek. Yeni Türk markaları devlet tarafından desteklenmeli ve yerli üretimin gelişen teknolojiye ayak uydurabilmesi için bankalar da elini taşın altına koymalı.

Baba kız olarak ne zamandan beri birlikte çalışıyorsunuz, bundan sonraki hedefleriniz nedir?

Babamla çok uzun yıllardan beri birlikte çalışıyoruz, yaklaşık 30 sene oldu. Kızı olarak bu işi devam ettiriyorum ancak benden sonra çocuklarımin bu işi devam ettiriyor olmasına kendileri karar verecek.

Hedefimiz yeniden Acarsoy markası ile üretim yapabilmek. Daha niş bir kesime, piyasadaki ürünlerden daha farklı özellikleri olan ürünleri Acarsoy güvencesiyle sunabilmek.

Son olarak şunu soracağım, gözlemlerinize göre Türk halkının almaktan sizin de satmaktan en çok mutlu olduğunuz ürün, hangi üründür?

Tek kelime ile söylemek gerekirse Türk Kahve makinesi böyle bir ürün. Günümüzde ocak başında bekleyip kahve pişirmek oldukça büyük bir zaman kaybı oluyor. Ayrıca çay makinesi de özellikle kış döneminde en az kahve makinesi kadar satıyor. Çay ve Türk kahve makinesi en mutlu eden 2 ürün.

Son olarak şunu söyleyebilirim gençler bu işi yapacaksa, geçmişte yaşananları gerçekten çok iyi değerlendirip ona göre bir plan ile yola çıkmalılar. Bu sektörde bilhassa kriz dönemlerinde Türkiye ve dünya piyasalarında neler olmuş ve şimdi yeni dünya düzenini neler bekliyor konularını incelemeliler. Babamla olan çalışma hayatımda onun tecrübesinden çok fazla yararlandım. Onun yaptıklarını ben olsam yapmazdım. İtiraf etmem gerekir ki o genelde haklı çıktı.

Fantom

"Yaşamı kolaylaştıran ev aletleri"

HAIR STYLER

Saçlarında Yaratıcılığın Sınırlarını Zorla!

Saçlarınıza hacim, şekil ve parlaklık kazandırmak için geliştirilmiştir. İnce telli saçlardan kıvrıkcık saçlara kadar her saç tipine uygun olan **Fantom Hair Styler** aynı zamanda saçınızı günlük streslere karşı korur. Saçlarınızın daha dolgun, daha parlak ve daha güçlü görünmesini istiyorsanız, **Fantom Hair Styler** tam size göre!



3
YIL
GARANTİ

HIGH-SPEED
BRUSHLESS
BLDC MOTOR

fantom.ev.aletleri
Fantom Ev Aletleri
fantom.com | fantomshop.com

Hedefimiz, dikey süpürge pazarında, ülkemizi LG Global'de lider konuma yükseltmek



2023 yılını sektörel açıdan genel olarak değerlendirebilir misiniz?

2023 yılı, dünya genelinde ve ülkemizde yaşanan enflasyonla ekonomik olarak zorlu bir yıl oldu. Ancak, sektörümüzdeki tecrübeli oyuncuların enflasyonun etkilerini doğru bir şekilde değerlendirmesi, ticari açıdan kazançlı fırsatlar da sundu. Bu süreçte, birlikte oluşturduğumuz büyüme nedeniyle değerli iş ortaklarımıza teşekkür ederiz. Başarı hikayelerini ortak paydada paylaşacağımız yeni bir yılda birlikte yürümeye devam edeceğiz.

2024 yılında sektörel öngörüleriniz ve piyasaya yeni tanıştırmayı planladığınız ürünler hakkında bilgi verebilir misiniz?

Birçok sektörde olduğu gibi bizim sektörümüzde de ülke olarak dünya piyasalarından ayrışıyoruz. 2024 yılında,

sektörümüzde büyüme potansiyeli olduğunu düşünüyor ve planlarımızı buna göre yapıyoruz. Özellikle beyaz eşya alanında büyüme ve pazardaki etkimizi arttırma hedefimiz var. Yakın zamanda piyasaya sürdüğümüz WashTower ve StanbyME gibi ürünlerimiz, satışa çıktığı ilk günden itibaren beklenenden yüksek talep gördü. 2024'te, marka olarak sadece ürün satmakla kalmayıp, yenilikçi ürünlerle fark yaratmaya devam edeceğiz. Dikey süpürge pazarında da önemli yeniliklerle adımızı duyurmayı planlıyoruz. Bağlı bulunduğumuz MENA organizasyonunda dikey süpürge satışlarında ilk sıradayız. Fiyat performans olarak iddialı olduğumuz bu ürün grubunda artık satış pazarlama aktivitelerine daha fazla ağırlık vererek ikinci faza geçiyoruz. Hedefimiz, dikey süpürge pazarında, ülkemizi LG Global'de lider konuma yükseltmek.

Ülkemizde yaşanan ekonomik krizi de göz önünde bulundurarak yeni yatırımcı ilişkilerinizi ve kendilerinize yönelttiğiniz strateji iletişimi hakkında kısaca bir bilgilendirme paylaşabilir misiniz?

Son 2 yılda, ekibimizle birlikte marka satış noktalarını genişletmek için yoğun çalışmalar gerçekleştirdik. Şu anda, birlikte yürüyeceğimiz ve yol arkadaşlığımıza devam edebileceğimize inandığımız değerli yatırımcılarımız ile 100'den fazla seçkin satış noktasına ulaştık ve 2024'te 100 nokta daha açmayı planlıyoruz. Elimizdeki verilere bakınca, metrekare verimliliğinde en iyi performans gösteren mağazacılık sistemi uygulayıcısı olduğumuzu görüyoruz. Mağazalarımızın ziyaretçi sayıları, sepet ortalamaları gibi performansları, yatırımcılarımızın takdirini kazanıyor. Ancak, durmayacağız ve daha fazla çalışarak lokalde de lider global bir marka olma hedefimize doğru ilerleyeceğiz. Kararları çok kıymetli iş ortaklarımız ile birlikte alacak ve işlerimizi hep birlikte saygı ve sevgi çerçevesinde yöneteceğiz.

Son olarak genel bir değerlendirme yapabilir misiniz?

Sonuç olarak baktığımızda büyümek için gerçekten önemli fırsatlara sahip bir marka olduğumuzu görüyoruz. Ürünlerimizde yapay zeka neredeyse standart bir fonksiyon olarak sunuluyor. Genç jenerasyon arasında da tercih edilen bir markayız. Tüketici elektroniği ve beyaz eşya alanında yapay zeka sayesinde kullanıcı dostu fonksiyonlar ve alternatif teknolojilerle tüketici konforunu artırmayı hedefliyoruz. Aynı zamanda enerji ve su tasarrufu sağlayarak tüketim dengelerine ve sürdürülebilirliğe katkı sağlamak temel amaçlarımız arasında. LG Türkiye, 2024 yılında büyümeye devam edecek ve adımızı daha da duyuracağız.

Life's Good.

Bülent Bülbül

LG Electronics Türkiye Ev Eğlencesi Elektroniği ve Beyaz Eşya Ürün Grupları Satış Başkanı



Yeni Nesil Ev Aletleri - İstanbul

Onurcan Beydo an - Kurucu Ortak
Seyhan Köroğlu - Kurucu Ortak

2023 Mart ayı itibari ile Yeni Nesil Ev aletlerini kurarak perakendecili e adım attık. Türkiye'de Elektronik  r n grubunda marka imajı ve ürün kalitesi açısından pazarın ihtiyaçlarını ve yönünü belirleyen marka olması açısından tercihimiz LG Electronics ile işbirliği içerisinde olmak oldu. Gerek yönetimin gösterdiği yatırım çabası ve yatırımcıya gösterdiği destekler, gerek markanın büyüme potansiyeli, bizlerin yatırım kararını destekleyen etkenler oldu. Ma azanın açılış sürecinde gördüğümüz destek, hız ve özenin yanı sıra, organizasyon ve tanıtım konusundaki çalışmalar bizlere doğru karar verdi imizi kısa sürede kanıtladı.

LG markası ile olan i  ortaklı ımız henüz çok yeni olmakla birlikte, markanın ev elektroniği konusundaki başarısı ve açılış döneminde gördüğümüz destek, bizlere büyük umut verdi. Bizler yaklaşık 30 yıldır beyaz eşya sektöründe geleneksel kanal ile işbirliği yapan markalarda  alı mı  ki ileriz. Geleneksel Kanal Türkiye pazarı özelinde gücünü koruyan ve her sene önemi daha çok artan bir kanal oldu. Markalar geleneksel kanalda attı  doğru adımlar sayesinde pazarda g c lenip pay alabildiler. Bu yüzden geleneksel kanal her zaman korunmalı ve gelişimi desteklenmelidir.

2024 yılı genel ekonomik koşullar ve enflasyon ortamının yarattı  faiz ortamı tüketicilerin satın alma kararlarını maalesef etkiliyor. Bu noktada çeyiz müşterileri yine sezonun gidişatını etkileyen en önemli unsur olacaktır. Markaların doğru kampanya ve iletişimleri, bu daralan pazardan alacağı payı belirleyecektir.

Aras Ev Aletleri - İstanbul

Murat Diker - Kurucu

LG Electronics ile tanışmam, yönetici olarak  alı tı ım bir grupta oldu. Firmada yaklaşık 5 sene boyunca LG Brandshop ma azalarının satış pazarlama faaliyetlerini yürüterek marka ile b t nle tim. 2017 yılında ise, Aras Ev Aletleri olarak kendi i yerimi kurarak ticarete atıldım.  u an bünyemizde farklı mağaza ve merkezlerimizin yanı sıra, 4 adet LG Brandshop bulunuyor. LG markasının bana sıcak gelen noktaları, insan ili klerinin samimi olması, ticarete şeffaf bir politika izlemeleri, teknolojik ve yeni nesil ürünlerin üretilmesinde  nc  marka olması, firmanın Türkiye'deki satış faaliyetlerine bakış açısı, LG marka yöneticilerinin ticarete i  ortaklarına verdikleri satış, pazarlama faaliyetlerindeki destekleri oldu. LG Electronics, mağaza açılış süreçlerinde sürekli bizlerle iletişim halinde olarak destekleyici bir tutum sergiledi. Mağaza lokasyonunun tespitinden, o lokasyonda doğru mağazanın bulunmasına, mağazanın konumuna, cephesine, vitrinine kadar her türlü konuda görüş alı veri inde bulunduk. LG marka yöneticileri ile pozitif ve hızlı bir süreç sonucunda ma azamızı kısa sürede faaliyete hazır hale getirdik. Mağaza açılış sonrası ise ilk etapta müşteri kazanmak maksadıyla a ılı a özel kampanyalar ile ma azalarımıza destek oldular. LG ile her an irtibatta olmamız, markanın bizleri dinleyerek çözüm üretmeye hazır olması memnuniyetimizi artıran faktörlerden oldu. Markaya g venimizin ana temelini, firmanın Türkiye'ye bakış açısı, ürettiği yeni teknolojileri ülkemize entegre etme şekli, i  ortağı olarak firmamıza bakış açısı, satış pazarlama faaliyetleri, ülkemizdeki pazar payları ve bu payı arttırmak için yaptıkları faaliyetler oluşturuyor.

LG Electronics,  r n yelpazesini anlamında da farklılaşma üzerine yo unla ıyor. Bunun ana temelini de firmanın kendi ürünlerini üretmeleri ve araştırma geliştirme faaliyetlerine diğer firmalardan daha fazla önem vermeleri oluşturuyor. Farklı teknoloji, ileri ve geliştirilebilir ürünler, kullanıcı ihtiyacına özel üretilen fonksiyonlar yıllardır bizim LG ürünleriyle bir ilk olarak piyasaya s rd   m z ve t keticiyeye sunduğumuz faydalar.

Geleneksel kanal Türkiye pazarında çok önemlidir. Bunun bizim toplumsal kültürel yapımız ile doğrudan ilişkisi bulunuyor. T keticimiz bire bir ilişki içerisinde bulunmak ve beklentilerine ilk elden yanıt almayı istiyor. Dolayısıyla  lkemizde geleneksel yapı her zaman var olacak ve dijital alışveriş ortamına varlığını sürdürmeye devam edecektir.

Müşterilere hızlı servis verebilen, doğru ürünleri mağazalarında konumlandıran, stok gücünü arttıran, iç piyasa ile rekabet edebilen, ma azalarını temsil ettikleri marka standartlarında muhafaza edenlerin 2024'  kayıpsız atlatabileceklerini düşünüyoruz.



Şenocak yeni ürünlerini bayileri ile buluşturdu

Soğutma sektörünün en önemli oyuncularından olan ve farklı gruplarda üretimini gerçekleştirdiği ürünleri dünyanın farklı coğrafyalarına ulaştıran Klimasan-Şenocak, 10 yılı aşkın süredir geleneksel hale gelen bayi toplantısını Antalya'da gerçekleştirdi. 09-11 Şubat tarihlerinde Concorde De Luxe Resort Lara'da yapılan toplantıya Türkiye'nin farklı yerlerinde bulunan iş ortakları katıldı.

Klimasan-Şenocak tarafından gerçekleştirilen bayi toplantısında firmanın 2023 yılı çalışmaları değerlendirilirken 2024 yılına dair hedefler ve stratejiler de paylaşıldı. Farklı gruplardaki yeni ürünlerin tanıtımının da yapıldığı toplantıda Seren Yönetim Kurulu Üyesi Selim Gizer, Klimasan - Metalfrio Solutions Grubu Avrupa, Orta Doğu, Afrika ve Asya'dan Sorumlu Ticari Üst Düzey Yöneticisi Deniz Ali Fıçı ve Klimasan-Metalfrio Solutions Türkiye Servis Müdürü Gürkan Kutluhan sunumlarını yaptılar. Gizer, markanın ana distribütörü olan Seren Pazarlama'nın 20. yılına dair genel bilgileri ve güncel gelişmeleri paylaştı. Metalfrio Solutions Grubu Avrupa, Orta Doğu, Afrika ve Asya'dan Sorumlu Ticari Üst Düzey Yöneticisi Deniz Ali Fıçı ise Klimasan-Şenocak'ın yapılanması, 2023 yılı rakamları ve sektör konumlanmasını katılımcılara aktardı. Klimasan-Metalfrio Solutions Türkiye Servis Müdürü Gürkan Kutluhan özellikle satış sonrası servisler alanındaki detayları dinleyicilerle paylaştı.



“Hedefimiz en iyi tedarikçi olmak”



Selim Gizer Seren Yönetim Kurulu Üyesi

Şenocak 2024 Bayi Toplantısı'nda bir konuşma yapan Seren Yönetim Kurulu Üyesi Selim Gizer, bu buluşmanın son derece önemli olduğunu ve iş ortaklarıyla birlikte yıllık değerlendirmeler yaparak her türlü konuda fikir alışverişi yaptıklarını söyledi. Dağıtım Kanalı dergimize özel açıklamalarda bulunan Gizer, Seren olarak 20. yıllarını kutladıklarını ve bu süreçte büyük dönüşümler, değişimler geçirerek geliştiklerini söyledi ve bunu iş ortakları ile yaptıklarının altını çizdi. Şu an itibarıyla pazarlama ve dağıtım şirketi olarak üst sıraları zorladıklarını söyleyen Gizer, temel amaçlarının tüm markalarda en iyi tedarikçilerden biri olmak olduğunu belirtti. 15 yıldır derin dondurucu alanında Klimasan-Şenocak ile çalıştıklarını altını çizen Gizer, bu uzun iş birliğinin en iyi şekilde devam etmesi için de ellerinden geleni yaptıklarını belirtti. Şenocak'ın alanında uzman bir firma olduğunu söyleyen Gizer, markanın geniş ürün gamını her geçen gün kaliteli ve inovatif ürünlerle büyüttüğünü ve soğutma alanında sektörü yönlendiren uzman bir firma olduğunu vurguladı. Soğutma alanındaki ürünlerde pandemi öncesine kadar döngüsellik olduğunu ancak son 3-4 yıldır bu sürecin değiştiğini açıklayan Gizer, artık mevsimsellik kavramının ortadan kalktığını ve Klimasan-Şenocak'ın da bunu karşılamak için en iyi şekilde hazırlandığını söyledi. Seren'in her zaman için pazarlama ve dağıtımını yaptığı ürünlerin arkasında durduğunu ve kalite-fiyat dengesi özelinde de seçici olduğunu belirten Gizer, aynı şekilde satış sonrası hizmetler özelinde de oldukça hassas olduklarını vurguladı. Gizer, hedeflerinin her zaman için uzun vadeli düşünmek ve hem iş ortakları hem de müşterileri ile daha sağlam temellere sahip iletişim kurmak olduğunun altını çizdi.

Bayilerimizle yeni dönem için hazırız

Toplantıya katılan ve şirketin genel vizyonu ve önümüzdeki dönem stratejiler ile ilgili açıklamalarda bulunan Metalfrio Solution Grubu Avrupa, Ortadoğu, Afrika, Asya'dan Sorumlu Ticari Üst Düzey Yöneticisi Deniz Ali Fıçı, üretim tesisleri ve şirketin genel yapılanması hakkında bilgiler sundu. Sunumunda zorlu günlerde bayilerinin ve tüm iş ortaklarının verdikleri destekler için teşekkür ettiklerini söyleyen Fıçı, bütünsel kalite yönetimi içerisinde bir süreç izlemeye çalıştıklarını ve bunun da tüm hizmetlerinin kusursuz şekilde yürütmesine yardımcı olduğunun altını çizdi. Fıçı, lansmanda dergimize özel açıklamalarda bulundu ve röportaj verdi.



Deniz Ali Fıçı

Metalfrio Solution Grubu Avrupa, Ortadoğu, Afrika, Asya'dan Sorumlu Ticari Üst Düzey Yöneticisi

Klimasan-Şenocak tarafından gerçekleştirilen ve artık geleneksel hale gelen toplantı ile ilgili görüşlerinizi alabilir miyiz?

Şenocak-Klimasan bayi toplantımız ve ardından gelen servis ağı toplantılarımız geleneksel olarak 10 yılı aşkın süredir yapılıyor. Bu toplantılarda iş ortaklarımızla bir araya gelmek bizim için her zaman çok önemli. Yıl içinde tüm bayilerimizin her türlü ihtiyaçlarını, dertlerini ve taleplerini dinliyoruz. Ama burada gündelik iş ortamından kopup, başka bir yerde bir araya gelip uzun vadeli stratejilerimizi ve önümüzdeki dönemi değerlendirmek çok verimli oluyor. Hem ekonomik şartlar hem de dünyanın içinde bulunduğu farklı koşullar, jeopolitik olarak farklı bölgelerde geçen olaylar hepimizi etkiliyor. Onlardan sıyrılıp bir arada burada olabilmek bizim için çok önemli. Bayilerimizle beraber geçtiğimiz yılı değerlendirerek önümüzdeki dönemi nasıl daha iyi geçirebiliriz, satışlarımızı artırabiliriz ve ürünlerimizi tüketicilere nasıl daha iyi ulaştırabiliriz konusunda fikir alışverişi yapıyoruz. Tüm süreçleri değerlendirerek nasıl iyileştirebiliriz konusuna odaklanıyoruz. Temel olarak bir strateji toplantısı yaptığımızı söyleyebiliriz.

Tüm sektörler ekonomik ya da siyasal birçok farklı açıdan çok sıkıntılı günler geçiriyor. Yıl sizin için nasıl geçiyor? Önümüzdeki dönemde nasıl stratejileriniz olacak?

Açıkçası artık belirsizliklerle yaşamayı gittikçe öğreniyoruz. Geçtiğimiz yıllarda bunu daha da açıkça gördük. Pandemi sonrası dönemin etkileri halen devam ediyor. Pandemi sonrası dönemin etkilerini ve sonuçlarını yaşıyoruz. Geçtiğimiz iki yıldır sadece ülkemizde değil, dünyada da çok ciddi bir ekonomik resesyon var. Farklı noktalarda ortaya çıkan politik sorunlar birbirini de tetikliyor. Genel olarak talebin çok düşmediği ama herkesin biraz daha konservatif davrandığı bir dönemdeyiz. Sadece belli bir ülkede, belli bir coğrafyada, belli bir bölgede değil esasında dünya ticaretinde biraz daha konservatif dönemler geçiriyoruz. Şu anda da onun etkileri görüyoruz. Ama biraz daha ülkemizde seçimlerin de sona ermesiyle ve yeni açıklanan ekonomik programla daha sağlıklı olarak gittiğimizi görüyoruz. İnsanları harcamaya yöneltmek için güvenlerini artırmaya ihtiyacımız var. Bu çok önemli bir konu. İhtiyaca yönelik harcama eğilimlerinin daha sıklaşacağını öngörüyoruz. Biz, şirket

olarak zaten ticari ürünler üzerine faaliyet gösteriyoruz. Asıl portföy ticari ürünler. Gıda ve içecek sektörlerindeki müşterilerin tüm dünyada ve Türkiye'de ana üreticisi ve tedarikçisi konumundayız. Tüketicilerin harcamaları için daha güvenli koşullar oluşması bizim de dolaylı olarak işlerimizi etkiliyor. Tüketici ürünlerimizde de zaten mevcut bir trend var, yürüyen bir trend var. Yılın ikinci yarısında bunu görüyoruz. Bunun daha da olumlu etkilerini göreceğimize inanıyoruz. Bizim için en büyük belirsizlik koşulu kur baskısı. Kurun nasıl seyredeceği bizim için çok önemli. Özellikle ihracat tarafında çok dikkat edilmesi gerekiyor. Türkiye'nin hem üretim kalite hem de kur avantajıyla Avrupa pazarlarında yıllardır süregelen bir liderlik pozisyonu var. Bunu koruyabilmek, bu daha da ileriye götürmek tabii ki bizim en büyük hedefimiz.

Yeni yıl için ürünler ve ürün gruplarınız neler olacak? Öne çıkanlar hangileri olacak?

Öncelikli olarak yeni enerji regülasyonlarına göre bütün ürünlerimizi hazırlıklı hale getirmiştik. Özellikle tüketici ürünlerinde ve derin dondurucularda önden hazırlıklı olmamız bize bir avantaj sağladı. Ürün gamımızın tamamı yeni enerji regülasyonlarına uygun şekilde ilerliyor. Akabinde tabii ki mevcut ürün portföyümüzü belli versiyonları da ekleyerek ve estetik yaklaşımlarla zenginleştiriyoruz. 190'dan fazla farklı modelimiz var. Bunları hem Türkiye'de hem dünyadaki farklı coğrafyalarda pazarlıyoruz.

Bunun dışında en önemli konu bizim geçen sene yatırıma başladığımız, Gastroline adını verdiğimiz profesyonel mutfak çözümleri. Burada da soğutucu ve dondurucu işine girdik. Hem kendi soğutucu ve dondurucu alanındaki teknolojiğimiz hem de üretim ve performanstaki tecrübemizden yola çıkarak bu ürünlerle ilgili üretim kabiliyetlerimizi de geliştiriyoruz. Yeni yatırımlar yaparak bu sektöre girdik ve yolumuza devam ediyoruz. Bununla da ilgili daha çok yeniyiz ama bizim için önemli bir araç olduğuna inanıyoruz. Gastronomi alanında profesyonel mutfak ekipmanları satan, ihtiyacı olan firmalar için önemli bir tedarikçi olacağımıza inanıyoruz.

Bayiler sizin en önemli satış kanallarınız arasında. Bayilere özellikle ticari ürün gruplarında vermek istediğiniz bir mesaj var mıdır?

Bizim hemen hemen tüm bayilerimiz hep uzun süreli ilişkilerimizin olduğu iş ortaklarımız. Zaten ana noktamız sürdürülebilir bir iş modeli oluşturmak. Bu sürdürülebilirlik sadece doğaya saygı, enerji konusunda çevre hassasiyeti değil.

Tüm ilişkilerimiz ve iletişimimizi de kapsıyor. Üretim süreçlerimizden başlayarak kaliteli üretim ve müşteriyle olan güvenli tedarikçi olma stratejimizi kapsıyor. Onun için bayilerimizle uzun yıllardır süregelen güzel bir iş birliğine sahibiz. Bu iş birliğini devam ettirmek istiyoruz. Onların her koşulda arkasında olduğumuzu, bizim her zaman onlar için farklı iş modelleri sunduğumuzu bilmelerini istiyoruz. Ekonomik şartlar değişse de dünyadaki yeni konjonktöre ve değişimlere göre farklı iş modellerini hem

kendi bayilerimiz için hem ana pazarlama dağıtım iş ortağımız olan Seren için geliştiriyoruz. Arka planda ve işin mutfağında çok düşünüyoruz. Sürekli farklı iş modelleri kuruyoruz. Buradaki en önemli mesajımız ara vermeden yola devam edeceğimiz. Tüm iş ortaklarımızı sahada pazarlama yaparken ve ürünlerimiz ölçeğinde mağdur etmemeye çalışıyoruz. Finansal olarak onların arkasında her zaman bir güç olduğumuzu hissettirebilmek için iş birliğini sürdüreceğiz.



İbrahim Öz
ÖZ DTM – Muğla - Bodrum

Klimasan bizim yıllardır çalıştığımız bir marka. Markaya karşı bir aidiyet duygumuz var. İlk tercihimiz de her zaman Klimasan oluyor. Biz birçok markayla çalışan bir firmayız ama Şenocak bizim için çok önemli, şirketimizin bir yüzü sayıyoruz. Toplantı hem bayilerin motivasyonu için hem genel bilgilendirme açısından çok güzel oldu. Firmanın bayiye verdiği değeri gerçekten daha da farklı şekillerde gösterdiler. Toplantı genel olarak iyi geçti. Ayrıca yeni ürün gamını da burada tanımış ve yakından görmüş olduk.

Satmadığımız ürünleri bu sene pazarlama açısından değerlendirmeyi düşünüyoruz. Genelde perakende müşteriler sanayi tipi ürünlere ağırlık vermiyorlar. Ürün gamımıza perakende müşterilerimiz için de ürünler alacağız. Daha başarılı bir yıl geçirmeyi bekliyoruz ve umut ediyoruz.



Kadir Güneş
Güneş AVM / Konya-Ereğli

Klimasan-Şenocak uzun yıllardır çalıştığımız bir müşterimiz. Kendini sürekli olarak geliştiren bir firma. Yerli olması da ayrı bir avantaj ve güzellik. Bu açıları düşünürken memnunuz. Biz her yıl toplantılara katılım sağlamaya çalışıyoruz. Burada bizleri çok güzel ağırlıyorlar Kendilerine çok teşekkür ediyoruz ve toplantıların devamını diliyoruz. Bayilerde bulunan ürünlere daha fazla reklam yapılmasını da rica ediyoruz.



Mehmet Delioğlu
Mavi Spot / Adana

Mavi Spot olarak merkezimiz Adana'da olmak üzere Mersin'de 2, Adana'da 3 mağazamız bulunuyor. Bizim hepsi farklı alanlardan olmak üzere 17 firma bayiliğimiz bulunuyor. Çalışmalarımızı sürekli gündemde tuttuğumuz için sürekli kendi ortamımızda aktif oluyoruz. Bu da satışlarımıza yansıyor. Klimasan da en önem verdiğimiz ve birlikte çalışmaktan dolayı mutlu olduğumuz markalardan biri.

Toplantının da genel olarak iyi geçtiğini söyleyebilirim. Türkiye'nin dört bir yanından gelen firmalar var ve satışını yaptıkları ürünler de oldukça kaliteli. Biz de Mavi Spot olarak sattığımız tüm ürünlerden memnunuz. Müşteri memnuniyetine önem verdiğimiz için en kaliteli ürünleri seçmeye önem veriyoruz.



Resul Boyraz
Tekbir Home / Kahramanmaraş

Yaklaşık 5 yıldır, Adana'da bulunan Seren Pazarlama aracılığıyla markayla çalışıyoruz. Her yıl yapılan toplantılara katılıyorum, çok özenli bir hazırlık yapıyorlar. Ürünü bize çok iyi anlatıyorlar. Tüm ayrıntılar veriliyor. Servis operasyonunda görev yapan arkadaşların da burada olması çok iyi oldu. Bize bu ürünün gidişatını, Türkiye genelinde ve yıl içerisinde nasıl strateji ile hareket edileceğini ve servis hizmetlerinin nasıl olduğunu anlatıyorlar. Markanın servis ağı çok güzel, aradığımız zaman hızla geliyorlar. Son birkaç yıldır kendi merkezi sistem servis ağını da kurdular. Bu noktada hiçbir sorun yaşamıyoruz. Diğer bilindik markalarla karşılaştığımız zaman aynı performansı görebiliyorum. Bir yılda 350 – 400 adet arası ürün satıyoruz. Türkiye'de, Manisa'da üretilmesi ayrı bir ayrıcalık. Yerli olması, ihracat yapılması ve ülkeye döviz sokması da çok değerli bizler için. Bu anlamda buna da dikkat ediyoruz. Çok memnunuz markadan ve ürünlerden. Toplantı geçen yıllara göre daha kısa oldu. Ancak genel olarak amacına ulaştı. İçerik ve sunumlar açısından çok iyi bir vakit geçirdik diyebilirim.

ACSmith
"Su Arıtma Teknolojileri"

Musluktan Sofranıza Sağlıkla

150 Yıllık Deneyimi ile Dünyanın
En Prestijli Su Teknolojileri Üreticisi
A.O. Smith'den Akıllı ve Benzersiz Ürünler



ENWA

Enwa İklimlendirme A.Ş.
A.O. Smith'in Yetkili Satış & Servis Bayisidir.

0212 924 40 32
www.enwa.com.tr



5 KESİMLİ
FİLTREASYON
TEKNOLOJİSİ



SİDE STREAM
MEMBRAN
TEKNOLOJİSİ



PFM
PERFORMANS
TAKİP SİSTEMİ



İYİBİR
ALARM SİSTEMİ



SU KAÇIĞI
GÜVENLİK
SİSTEMİ



OTOMATİK
MEMBRAN
TAKLİM



KOMPAKT
TASARIM



GÜÇLÜ
SU ARITMA
KAPASİTESİ

Gürses Kurumsal, Samsung Klima lansmanında yeni stratejilerini paylaştı



Gürses Kurumsal, Samsung Klima lansmanını Samsung Electronics Türkiye ekibi ve bayilerinin katılımı ile 13 Şubat 2024 Salı günü Renaissance İstanbul Polat Bosphorus Hotel'de gerçekleştirdi. 2023 yılı klima pazarının genel değerlendirmesi ve 2024 yılı klima pazar genel beklentilerinin konuşulduğu lansmanda bayilerle klima satış ve pazarlamasının nasıl geliştirileceğine dair detaylar konuşuldu ve bilgiler paylaşıldı. Toplantıya Marmara Bölgesi'nden 125 yetkili bayi katılım gösterdi.



Ekin Tezeren
Samsung Electronics
Türkiye İklimlendirme Sistemleri Ülke Direktörü

Toplantıya konuşmacı olarak katılan Samsung Electronics Türkiye İklimlendirme Sistemleri Ülke Direktörü Ekin Tezeren, Samsung klima ürünlerinin dünyadaki ve Türkiye'deki stratejisi üzerine bilgiler verdi. Ürün gruplarının özellikleri, servis yapıları ve satış stratejilerini bayiler ile paylaştı.

Lansmanda ikinci olarak GFK Türkiye Perakende Grup Müdürü Serkan Bektaş konuşmasını yaptı. Bektaş, 2023 yılı genel beyaz eşya ve tüketici elektroniği ile klima pazarındaki gelişmeler hakkında bilgiler iletti. Klima pazarında 2024 yılında da büyüme potansiyeli olduğunu belirtti.



Serkan Bektaş
GFK Türkiye Perakende Grup Müdürü

Son olarak Gürses Kurumsal Satış-Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı Altar Muşlu sunumunu yaptı. Muşlu, Gürses Grup hakkında genel bir bilgilendirmenin ardından 2023 yılında sektörde neler yaşandığını aktararak 2024'deki risk ve fırsatlar üzerine değerlendirmeler yaptı. 2024 yılı için bir önceki yıla göre adetsel olarak değerlendirme yapmanın daha faydalı olacağını ve mevcut işlere yatırım yapmanın çok daha önemli hale geldiğine dair mesajlarını bayiler ile paylaştı.

Muşlu, dergimize yaptığı açıklamada lansman özelinde beklentilerinin bayilerle ilgili 2023 yılı değerlendirmesi yapmak ve 2024 yılı için de Türkiye ekonomisi ve sektörel gelişmeleri paylaşmak olduğunu söyledi. Muşlu, ayrıca özellikle Samsung klima operasyonunun nasıl daha başarılı olacağına dair yeni stratejilerini de paylaştıklarını ifade etti.



Altar Muşlu
Gürses Kurumsal Satış-Pazarlama
Genel Müdür Yardımcısı

Saha Gücüyle
Perakendenin Lideri
pozitera



Perakende dünyasında fark yaratmak, ürünlerinizi hızla ve etkili bir şekilde tüketicilerle buluşturmak için **2.000**'den fazla çalışanımızla perakendenin öncüsü olarak, **81 ilde** ve aylık **50.000**'den fazla mağaza ziyaretimizle başarıya giden yolda sizinle birlikte ilerliyoruz.

444 50 70
www.pozitera.com

Altus,
yaşam tarzınıza uygun
teknolojiler sunmaktan

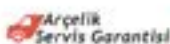
iyi anlar



GÜRSES
KURUMSAL

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

WhatsApp Hattı
/ 0532 413 43 63
/ gurseskurumsal
/ gurseskurumsal



0850 210 0 888

altus.com.tr



/altustr



SAMSUNG

Samsung beyaz eřyalar yenilikçi teknolojileri ile evinizde



GÜRSES
KURUMSAL

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

 /gurseskurumsal

 /gurseskurumsal

 WhatsApp Hattı: 0532 413 43 63

2024 yılında da güçlü bayi ağımızla büyüyeceğiz

Panalı A.Ş., 2023 yılı değerlendirmesi ve 2024 yılı stratejilerini Kıbrıs'ta gerçekleştirdiği lansman ile bayilerine aktardı. 140'ın üzerinde bayinin katılım gösterdiği toplantıda kurumun yeni uygulaması olan Airfel Plus da tanıtıldı. Airfel Plus'ın güçlü bayi ağlarını daha da geliştirecek bir uygulama olduğunun altını çizen Panalı A.Ş. Genel Müdürü Ali Canitez, Airfel markalı ürünlerin satışını gerçekleştiren bayilerinin uygulama üzerinden satıştan montaja kadar tüm süreci yönetebileceklerinin altını çizdi. Dönemsel olarak planlanan ek faydalar çerçevesinde bayilerinin Airfel Plus uygulamalarını kullanımının her geçen gün artacağını düşündüklerini söyleyen Canitez ile bir röportaj gerçekleştirdik.



Ali Canitez Panalı A.Ş. Genel Müdürü

Ali Canitez Kimdir? Kısaca bize anlatır mısınız?

1963 yılında İstanbul'da doğdum. İlk ve orta öğrenimimi İstanbul'da tamamladıktan sonra yüksek öğrenimimi Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi'nde (Mülkiye) tamamladım. Meslek hayatıma Arçelik'te, o zamanki adıyla Beko Ticaret A.Ş.'de başladım. Sonrasında Grundig markasının distribütörlüğünü de üstlenen Mercansoy firmasının uzun yıllar Genel Müdürlüğünü yaptım. Profesyonel kariyerimde devamında Delonghi markasının Türkiye dağıtıcılığını gerçekleştirdim. Sonraki yıllarda ithalatını ve üretimini gerçekleştirdiğim kendi markalarımın yanı sıra özellikle iklimlendirme alanında önemli markaların dağıtıcılıklarını yaparak ticaret hayatına devam ettim. Şu an danışmanlık faaliyetlerinin yanı sıra Airfel Marmara Bölge dağıtıcılığını yürüten Panalı A.Ş.'nin Genel Müdürlük görevini yürütüyorum.

Klima pazarı hakkında kısa bir bilgi alabilir miyim?

2023 yılında ev tipi klima pazarının Türkiye'de 1,2 milyon adetlere ulaştığını tahmin ediyoruz. Her ne kadar hava şartlarına bağlı olarak değişkenlik gösterse de tüketicilerin klima kullanım alışkanlıklarının artmasını da göz önünde bulundurarak pazarın ilerleyen yıllarda 2 milyon adetleri görebileceğini öngörmekteyiz. Panalı A.Ş. olarak biz de planlarımızı büyüyen pazar koşulları doğrultusunda oluşturmaktayız.



Panali A.Ş'nin Airfel ile iş birliği süreci nasıl başladı bugüne kadar neleri başardınız, firmanın özelliklerinden söz eder misiniz?

Airfel markasının 2013 yılından bu yana dağıtıcılığını gerçekleştirmekteyiz. 10 yılı aşkın süredir gerçekleştirdiğimiz iş birliğimizde güçlü finansal yapımız ve 500'ü aşkın alt bayi ağıımız ile sektörde önemli bir oyuncu olarak faaliyetlerimize devam etmekteyiz.

Kıbrıs'ta yapılan bayi toplantınız nasıl geçti? Amacınıza ulaşabildiniz mi, neler konuşuldu, kaç kişi katıldı?

2024 yılı planlarımızı bayilerimiz ile paylaştığımız toplantımızı Şubat başında Kıbrıs'ta gerçekleştirdik. 140 bayimizin katılımı ile gerçekleşen toplantının en

önemli gündemlerinden biri de Airfel Plus uygulamamızın lansmanı oldu. Arkamızdaki büyük güç olan Daikin'in değerli yöneticilerinin de katılımı ile çok verimli bir toplantı gerçekleştirdik.

Air Plus nedir? Müşterilerinize bu konuda bilgi verebilir misiniz?

Airfel Plus güçlü bayi ağıımızı daha da geliştirecek bir uygulama. Airfel markalı ürünlerin satışını gerçekleştiren bayilerimizin uygulama üzerinden satıştan montaja kadar tüm süreci yönettikleri ve bu sayede kazandıkları puanları da diledikleri gibi harcadıkları bir platform. Dönemsel olarak planlanan ek faydalar çerçevesinde bayilerimizin Airfel Plus uygulamamızı kullanımının her geçen gün artacağını düşünmekteyiz.



2023 yılı nasıl geçti, 2024 yılı hedefleriniz nelerdir?

2023 yılı beklentilerin daha da ötesinde çok başarılı geçti. İklimlendirme sektörünün 2024 yılında büyüyen trendde olacağını öngörmekteyiz. Panali A.Ş. olarak biz de 2024 planlarımızı bu öngörüler doğrultusunda oluşturduk.

Son olarak Türkiye'ye yaptıkları büyük yatırımlarla bizleri gururlandıran Daikin'in önümüzdeki dönemde Airfel markalı ürünlerin de Türkiye'de üretim planında olduğunu belirtmek isterim. İlgili planlar hayata geçtiğinde pazar payımızın daha da artacağını, bayilerimizin ve bayi ağıımızın çok daha güçleneceğini düşünmekteyim.





Rahmi İçlek

Gürbüz Grup

Airfel Klima Marmara Bölge Distribütörü olarak, Panalı A.Ş.'nin Kıbrıs'ta düzenlediği "Airfel Plus" temalı bayi toplantısının bizim için son derece faydalı ve verimli geçtiğini belirtmek isterim. Firma yöneticileri ve bayi arkadaşlarımızla bir araya gelerek, klima sektörü, piyasa koşulları, ürünler ve müşteri beklentileri konularında fikir ve deneyimlerimizi paylaşma şansı yakaladık. Birçok markanın bayiliğini yaptığımız klima pazarında, Airfel markasının yeni ürünleri ve özellikle 'Airfel Plus' uygulamasını hayata geçirmesiyle büyük bir atılım yaptığını gördüm. Bu uygulama sayesinde, ürünün satış ve sipariş aşamalarından başlayarak özellikle montaj sürecini takip edebiliyor olmak, biz bayiler için büyük bir yenilik ve kolaylık sağlamaktadır. Gürbüz Grup olarak, bu toplantıdan sonra satışını yaptığımız markalar arasında Airfel Klima'nın daha fazla pay alacağını söyleyebilirim. 2024 yılının beyaz eşya pazarının genel gelişimi konusunda çok fazla fırsat olmayabilir, ancak klima ürünleri özelinde büyüme potansiyeli olduğuna inanıyorum. Küresel ısınmanın devam etmesi ve ülkemizin bunun etkilerini hissetmesi, klima ürünlerinin pazardaki önemini artırmaktadır. Geçen yıl yaşadığımız deprem afetinden sonra bölgedeki hızlı yapılaşmanın klima satışlarını artıracığını düşünüyorum. Sektörde bu yıl tedarik sorunlarını çözen, servis (montaj) sürecini iyi yöneten ve buna hazırlık yapan firmaların öne çıkacağını öngörüyorum.



Sercan Yaman

Yaman Home Beyaz Eşya

Öncelikle, bu güzel organizasyonu düzenlediği için Panalı Grubu'na ve vesile olan Güney Beyaz Eşya Firması'na teşekkür ederim. Birlik ve beraberlik içinde klima sektörü ile ilgili olarak aldığımız bilgiler, satış yapacağımız müşterilerimize vereceğimiz bilgileri daha da zenginleştirdi. Bilgi hazinemize daha çok bilgi ekledik.

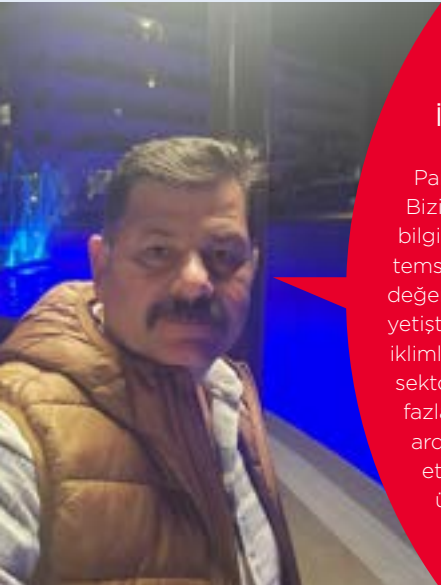
Klima ile ilgili olarak yeni alımlar yapacağız. Geçen sene yaşadığımız ürün kıtlıklarına düşmeden, elimizde daha fazla stok bulundurarak ve daha çok müşteriye hitap etmek istiyoruz. 2024 yılı sıcak havalının etkisiyle daha çok satış olacağını öngörüyorum. Bu nedenle, stoklarımızı daha da zengin hale getirerek tüm müşterilere ulaşmayı umuyorum.



Nazım Şeker

İzmit Outlet Point

2024 yılında klima satışlarımızın devam edeceğini ancak 2023 yılına kıyasla biraz daha düşük olacağını öngörüyorum. Fiyat performansı, klima sektöründe bir önceki yıla göre oldukça fazla arttı. Panalı toplantısı, her zaman olduğu gibi çok verimli geçti.



Murat Aydın

İk Mühendislik İklimlendirme Yapı ve Montaj Teknolojileri
İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.

Panalı A.Ş. Kıbrıs Bayiler-Servisler toplantısı bizim için elbette verimli olan bir toplantıydı. Bizi oraya davet ettikleri için Panalı Ailesi'ne şirketimiz ve şahsım adına teşekkür ederim. Her bilgi bizim için çok kıymetlidir. Servislerin ve bayilerin birbirleriyle olan bağlantıları ile sektör temsilcilerimizin sorunlar üzerine yoğunlaşmaları, müşteri ve bayi servis ilişkisi adına çok değerli. Ancak, toplantımızın soru-cevap bölümünde de belirttiğim gibi, en büyük sorunumuz, yetiştirmek üzere çırak, kalfa ve usta düzeyinde eleman bulamamak. Tüm sektörlerde olduğu gibi, iklimlendirme sektöründe de en büyük sorun bu olarak karşımıza çıkmaktadır. Gönümüzden geçen, sektörümüzün önde gelen firmalarının, devlet aklıyla birlik olarak ara eleman yetiştirmek için daha fazla çaba sarf etmeleridir. 2024 yılı sezonunda, ülkemizin içinde bulunduğu mali durumu göz ardı edemeyiz. Yurt dışı ürünlerimizin tamamı uzayan nakliye süreci yüzünden fiyat politikalarını etkilemektedir. Tabii ki, ancak gayretimizi ve heyecanımızı diri tuttuğumuz sürece, bu durumun üstesinden gelebileceğimize inanıyorum. Tüm iklimlendirme firması meslektaşlarıma güzel bir yıl diliyorum.

airfel

Daima senden yana



LVA125A / LVA140A

LPCY35BM

LZAS140AB

LZAS125AB



airfel
Daima senden yana



AIRFEL YETKİLİ SATICISI

Yenidoğan Mah. Abdi İpekçi Cad.
No:159 Bayrampaşa/İstanbul
0555 963 14 49 www.panali.com.tr

➤ Arzum, Ambiente Frankfurt 2024'teki yerini aldı



Serhan Giray
Arzum Ticaretten Sorumlu Genel Müdür

Arzum, bu yıl 26-30 Ocak 2024 tarihlerinde Almanya'da gerçekleştirilen Ambiente Frankfurt 2024'e katıldı. Ambiente Frankfurt 2024'te Arzum, yeni ürünleri ve OKKA ailesi ile fuara damgasını vurdu. Arzum ayrıca fuar katılımcılarına kendi ürünleri ile hazırladığı Türk kahvesi ve birbirinden farklı tatlarla sahip lezzetli ikramlarda bulundu.

Arzum Ticaretten Sorumlu Genel Müdürü Serhan Giray, "İnovasyon ve tasarımın bir araya geldiği, tüketicilerin deneyimle buluştuğu Ambiente Frankfurt, Arzum için de son derece önemli bir deneyim alanı. Bu yıl fuarda inovatif bakış açımız, kullanıcı deneyimine verdiğimiz önem ve tasarıma olan tutkumuzla geliştirdiğimiz birçok ürünümüzü kullanıcılarımızla ve sektörün gelişimine yön veren devleri ile buluşturduk. Katılımcılara ve ziyaretçilere geleneksel bir fuar ziyaretinden daha fazlasını yaşatmak adına deneyim ve ürün bileşimini çok farklı bir kurguda şekillendirdik. Onlara farklı bir fuar deneyimi sunduk. Katılımcılar, ürünlerimizi ilk elden deneme fırsatı buldu. Yine dünyanın dört bir yanından gelen sektör temsilcileri,

ürünlerimizle hazırladığımız ikramlarımızın tadına vardı. Bu sadece lezzet için değil ürünün yaşatacağı deneyimi hissettirmek açısından da oldukça önemli bir adım oldu. Ürününüzü ne kadar iyi anlatsanız da tanıtımınızda deneyim yoksa hep bir yanı eksik kalır. Biz birçok fuarda olduğu gibi bu fuarda da bu deneyime dikkat çekmek istedik. Ziyaretçilerimize, ürünlerimizi deneyimleterek gelecekte yaşayacakları konfor, tasarım ve inovatif farklılığı ürünü almadan önce yaşamalarını sağladık." şeklinde konuştu.

Giray, "Ambiente Frankfurt 2024'ün bizim için bir diğer önemi de yurt dışı pazar hedeflerimiz. Arzum olarak bugün online ile beraber 60'tan fazla ülkeye satış gerçekleştiriyoruz. Son yıllarda Arzum'un yurt dışı pazarlardaki konumunu daha da güçlendirecek bir strateji değişikliği gerçekleştirdik. Almanya'da %100'üne sahip olduğumuz bağlı ortaklığımız Arzum Europe'u daha efektif kullanarak, müşterilerimize yerinde hizmet vermeye başladık. Bu şekilde markamız daha da güçlendi." açıklamasını yaptı.

Arzum Airtasty Smart'ın geniş haznesi, bir lezzet hazinesi!

Arzum Airtasty Smart'ın geniş hazne kapasitesiyle
birbirinden lezzetli yemeklere imza atıyoruz.



Arzum

Kärcher Türkiye, 25'inci yılında 1,5 Milyar TL satış rakamına ulaştı

Alman temizlik teknolojileri devi Kärcher, Türkiye'deki 25'inci yılını geride bıraktı. Kärcher Türkiye, 25'inci yılında 1,5 milyar Türk Lirası'nı geçen satışıyla yüzde 100 büyümeye sağladı.

2023 yılında global olarak 3,29 milyar Euro'nun üzerinde rekor bir satış rakamına ulaşan Kärcher, finansal büyüme anlamında Türkiye'deki 25'inci yılını da büyük başarılarla tamamladı. Euro bazında yıllık yüzde 100 büyümeye yakalayan Kärcher Türkiye, yıllık 1,5 milyar Türk Lirası'nı geçen satışıyla 1 milyar Türk Lirası sınırını aştı. Ürün portföyünde basınçlı yıkama makinelerinden buharlı temizlik ürünlerine, elektrik süpürgelerinden, robot süpürgelere, mobil temizlik cihazlarından hava temizleyicilere kadar birçok teknolojik ürün bulunan markanın Türk Lirası cirosu, iki yılda sekiz katına, Euro cirosu ise üç katına çıktı.



Hartmut Jenner
Kärcher Global CEO'su ve Yönetim Kurulu Başkanı

"Türkiye'deki çalışanlarımızla gurur duyuyoruz"

1935 yılında Almanya'da kurulan ve bugün 82 ülkede, 150 şirkette, 16.000 çalışanıyla dünyanın lider temizlik teknolojisi sağlayıcısı konumunda olan Kärcher'in, Türkiye'deki 25'inci yılı dolayısıyla ülkemizi ziyaret eden Kärcher Global CEO'su ve Yönetim Kurulu Başkanı Hartmut Jenner, bu büyüme rakamlarını değerlendirdi. Jenner, "Kärcher Türkiye'nin 25 yıl içinde gerçekleştirdiği muhteşem gelişme dolayısıyla Türkiye'deki çalışanlarımızla gurur duyuyoruz. Kärcher'in Türkiye'de sürdürülebilir gelişmesini desteklemek ve buradaki müşterilerimize ürünlerimizi en iyi şekilde sunmak için yatırım yapmaya devam ediyoruz ve bunun karşılığını da alıyoruz. Kärcher Türkiye'nin büyüme yolculuğundaki gelişimini sabırsızlıkla bekliyoruz." dedi.

"Kärcher'i, temizlik teknolojilerinin lider markası yapmaya kararlıyız"

Kärcher Türkiye Genel Müdürü Gökhan Gökmen ise 25'inci yılında Kärcher Türkiye'nin başarısını şu sözlerle yorumladı: "Küresel yaklaşımımız doğrultusunda Kärcher'i hem işletmeler hem de evler için temizlik teknolojilerinin lider



markası yapmaya kararlıyız. Şu anda maliyet, zaman verimliliği, sağlık ve çevresel faydalar açısından, özellikle manuel temizlikten temizlik makinelerinin kullanımına geçiş konusunda pazar trendlerindeki değişikliklere öncülük ediyoruz. Pazarın, çabalarımıza olumlu tepki verdiğini görmekten de gurur ve mutluluk duyuyoruz."



Gökhan Gökmen
Kärcher Türkiye Genel Müdürü

Kärcher, Türkiye'de temizlik teknolojileri pazarına öncülük ediyor

Türkiye'deki yolculuğuna 25 yıl önce İzmir'de başlayan Kärcher, şu anda İzmir, Antalya, Ankara ve İstanbul Asya olmak üzere 4 bölgesel şubesinde 125 kişilik bir ekiple, temizlik teknolojileri pazarına öncülük ediyor. Türkiye'de farklı şehirlerde 14 merkezi bulunan Kärcher, "Tüketici ve Profesyonel" kategorisi ile "Özel İşletmeler" kategorisi olmak üzere iki iş alanında faaliyet gösteriyor. Kärcher'in büyük showroom'lar olarak tasarlanan merkezlerinde, müşteriler markanın hem profesyonel hem de tüketici ürünlerine erişebiliyor. 2024 yılı sonuna kadar ülkemizdeki çalışan sayısını 150'ye yükseltmeyi hedefleyen Kärcher, dağıtım yapısında da 140 profesyonel bayi ve 1.500'e yakın perakende satış noktasıyla oldukça güçlü konumda. Marka, yalnızca tüketici grubu ürünlerinin satışa sunulduğu ilk Kärcher mağazasını ise geçtiğimiz yıl Vadistanbul Alışveriş Merkezi'nde açtı.

Türkiye'ye düzenli olarak 3 milyon Euro'luk yatırım

Kärcher Türkiye; alt yapı, tesis ve çalışan

sayısına yatırım yapmayı da sürdürüyor. Marka, ülkemizdeki yapılanmasına düzenli olarak, 3 milyon Euro tutarında doğrudan sermaye yatırımı gerçekleştiriyor. Kärcher Türkiye'nin hedefinde, 2024 yılında tüm tüketici ürünleri için satış sonrası hizmetleri, merkezi ve yarı otomatik hale getirecek perakende onarım merkezi yatırımı var. Marka, bu yatırım ile Türk tüketicisi için hizmet anlayışını yepyeni bir seviyeye yükseltmeyi planlıyor.

Kärcher, her yıl 100'den fazla yeni ürün geliştiriyor

Kärcher'de başarının en önemli itici gücünü inovasyon oluşturuyor. Güçlü markanın, araştırma ve geliştirme alanında dünya çapında 1.000'den fazla çalışanı bulunuyor. 632 aktif patenti bulunan Kärcher, her yıl 100'den fazla yeni ürün de piyasaya sürüyor. Markanın ürün yelpazesinde de hem tüketicilere hem de profesyonel kullanıcılara yönelik 3.000'den fazla ürün yer alıyor.

Temizlik teknolojilerinde zengin ürün portföyü

Markanın profesyonel ürün grubunda; basınçlı yıkama, buharlı temizlik, endüstriyel vakum, zemin bakım ve temizlik, kuru buz ile temizlik, halı yıkama makineleri ile elektrikli süpürgeler, manuel temizlik ekipmanları, süpürücüler ve vakumlu süpürücüler, dış alan temizlik ekipmanları gibi ürünler bulunuyor. Tüketici ürün grubunda ise buharlı temizlik makineleri, elektrikli süpürgeler, robot süpürgeler, sert zemin temizleme makinesi, cam temizleme makinesi, basınçlı yıkama makineleri, ıslak-kuru elektrikli süpürgeler, çok amaçlı elektrikli süpürgeler gibi ürünler yer alıyor. Bunun dışında bahçe aletleri, sulama sistemleri, elektrikli buz kazıyıcı, pompalar, süpürücüler, mobil temizlik cihazları, buharlı ütü istasyonu, buharlı temizlik robotu, şarjlı süpürge, zemin cila makinesi, veranda temizleme makinesi ve hava temizleyiciler de markanın portföyünde...

MÜKEMMEL SONUÇLARA GİDEN YOLU AYDINLATIN!

Pro Express Vision
Buhar Kazanlı Ütü



AKILLI LED IŞIK



BUHAR BASINCI

9 BAR

ŞOK BUHAR

750 GR/DK



Ofis ve perakendede artan talep kiralari yükseltti



Cushman & Wakefield I TR International, 2023 yılının ikinci yarısını kapsayan ve ekonomi, ofis, perakende, sanayi ve lojistik, konut, otel ve öğrenci yurtları sektörlerindeki gelişmeleri incelediği 'Gayrimenkul Pazarı Görünümü' başlıklı raporu yayınladı. Seçimin ardından belirsizliğin kalkarak talebin harekete geçtiği bir dönemin ele alındığı rapor, gündemdeki gelişmeler doğrultusunda ilgili sektörlerdeki vizyon ve beklentileri de ortaya koydu.

Ofiste doluluk oranları son 9 yılın en yüksek seviyesinde

Rapora göre, deprem ve finansman zorluklarının yeni yatırımları baskı altına aldığı 2023 yılında firmaların ofislere dönüş eğilimi ile birlikte A sınıfı ofisler ve merkezi iş alanı (MİA) bölgesine olan talep artışı sürdü. Özellikle ticari gayrimenkullerde deprem dayanıklılık raporlarının daha çok talep edildiği bu dönemde A Sınıfı ofislerin doluluk oranları son 9 yılın en yüksek seviyesine ulaşırken, yetersiz arz kiralari yükseltti.

Verilere göre, 2023 yılının Aralık ayında Levent bölgesinde birincil ofis kiralari dolar bazında bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 8.6 oranında arttı. Bu oran Esentepe-Gayrettepe-Zincirlikuyu hattında yüzde 12, Maslak'ta yüzde 20 oldu. Kiralar bu bölgelerde sırayla metrekare başına

aylık 38, 28 ve 24 dolar olarak gerçekleşti. Raporda ofis kiralari'nin enflasyon ve döviz kuru dalgalanmaları nedeniyle TL ve dolar bazında kısa ve orta vadede artmaya devam etmesi, birincil getiri oranlarının ise kısa vadede sabit kalması öngörülüyor.

Sınırlı arz nedeniyle kiralama işlemleri yüzde 40 azaldı

İstanbul Uluslararası Finans Merkezi'nin (İFM) bir kısmının açılması ile İstanbul ofis pazarının genel arzının 7.14 milyon metrekareye yükseldiği 2023 yılında artan talebe rağmen, yeterli arz olmadığı için kiralama işlemleri 2022 yılına kıyasla yüzde 40 azalarak toplamda 315 bin 473 metrekare olarak gerçekleşti. Bu işlemlerin yüzde 68'i ise ikinci yarıda tamamlandı. Tam kapasiteye ulaştığında 1.5 milyon metrekare kiralanabilir alan sunacak olan İFM'nin tamamının açılmasının arz artışına önemli ölçüde destek sağlaması bekleniyor.

Perakendede İstanbul'un ana caddelerinde kiralari yüzde 67 arttı

Raporda ofis piyasasıyla benzer eğilimler gösteren perakende sektöründe her geçen yıl artan yabancı ziyaretçi sayısı ile 2023 yılında gözle görülür bir talep artışı yaşandığı; enflasyon ve dalgalı kur seyrine rağmen alışveriş merkezleri ve ana caddelerdeki yoğunluğun ciddi düzeylere ulaştığı kaydedildi.

Talep artışına karşın, arzın sınırlı olduğu pazarda kira bedellerinin hem dolar hem de TL bazında önemli bir yükseliş gösterdiği kaydedilen rapora göre, özellikle İstanbul'un ana caddelerinde, dolar cinsinden bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 66.67'lik ciddi bir artış meydana geldi. İzmir'de bu oran yüzde 28.57, Ankara'da ise yüzde 26.67 oldu. Aylık metrekare kiralari ise bu şehirlerde sırayla 250, 90 ve 95 dolar olarak gerçekleşti.

Markalar yatırım ve büyüme stratejilerini sürdürüyor

AVM arz girişinin 2023 yılında 153 bin 600 metrekare olarak gerçekleştiği ve toplam 14.16 milyon metrekareye ulaştığının kaydedildiği rapor, kısıtlı arza rağmen markaların büyüme stratejilerini sürdürdüğünü, özellikle giyim kategorisindeki firmaların rekabetçi yapısıyla yurt dışına açılmak konusunda en büyük atılımı gösterdiklerini ortaya koydu. Rapora göre, perakendede firmalar dijital dönüşüm ve tedarik zinciri otomasyonlarına yaptıkları yatırımlarda da hız kesmedi. Kiraların artış eğilimini sürdürmesi beklenen sektörde, birincil getiri oranlarının kısa vadede sabit kalması ve inşaat halindeki projelerin tamamlanmasıyla sınırlı da olsa arzda artış gerçekleşmesi bekleniyor.

VESTEL 4K SMART OLED GOOGLE TV



Vestel 4K Smart OLED Google TV
etkileyici OLED teknolojisi ve
aile dostu özellikleriyle ev eğlencesini
zirveye taşıyor!

Pozitera Grup ve Türk Çin Kültür Derneği kültürlerarası iş birliğinde yeni bir sayfa açıyor



Pozitera Grup Yönetim Kurulu Başkanı Birol Şengel, Türk Çin Kültür Derneği Başkanı İrfan Karslı ve Türk Çin Kültür Derneği Başkan Yardımcısı Mustafa Karslı'nın katılımlarıyla gerçekleşen stratejik toplantı, iki millet arasındaki kültürel zenginliklerin karşılıklı olarak paylaşılmasını konu aldı. Bununla beraber Çinli yatırımcıların Türkiye perakende pazarının güvenilir aktörü Pozitera Grup ile tanışması ve iş birliklerinin güçlendirilmesi adına önemli bir adım oldu.

Veri, kalite ve müşteri memnuniyeti odaklı çalışma prensipleriyle perakende sektöründe başarılı projelere imza atan Pozitera Grup ve çeyrek asırdır Türk ve Çin kültürleri arasında köprüler kuran Türk Çin Kültür Derneği'nin bir araya gelmesi, kültürel mirasın korunması ve kültürel diyalogun desteklenmesi gibi ortak hedeflere ulaşılması için güçlü bir başlangıç kabul edildi.

Pozitera Grup'un 18 yıllık sektörel deneyimi ile Türk Çin Kültür Derneği'nin 25 yıllık köklü geçmişi, yapılan iş birliğine sağlam bir temel ve derin bir perspektif sunarken; iş birliğinin bir parçası olarak Türk Çin Kültür Derneği'nin



prestijli yayını Kuşak ve Yol Dergisi, 2024 yılı ve ötesinde gerçekleştirilecek ortak kültürel projelerin bir platformu olarak hizmet verecek. Pozitera Grup ve Türk Çin Kültür Derneği, bu ortaklıkla birlikte sadece kültürel değerlerin korunmasıyla kalmayıp, aynı zamanda farklı

toplumlar arasında anlayış ve iş birliğini güçlendirerek küresel bir vizyonun parçası olmayı, bugünün değil, geleceğin değişen dünyasında kültürel çeşitliliği ve diyalogu destekleyerek daha kapsayıcı bir gelecek inşa etmeyi hedefliyorlar.

Atmaca Holding, İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nden istihdam ödülü kazandı

Televizyon, küçük ev aletleri ve uydu alıcısı başta olmak üzere birçok elektronik ürün kategorisinde Türkiye ve Avrupa'nın en büyük üreticileri arasında yer alan Atmaca Holding, İstanbul Büyükşehir Belediyesi tarafından düzenlenen "İBB Bölgesel İstihdam Ofisi İstanbul'un İstihdamına Katkı Ödül Töreni" "En Çok İstihdam Yapanlar" kategorisinde ödülün

sahibi oldu. Kurulduğu günden bu yana istihdama verdiği önem ve etik değerlere bağlılığı ile binlerce kişilik iş gücü yaratan Atmaca Holding, Türkiye'nin en önemli yerli üreticileri arasında yer alıyor.

Cemal Reşit Rey Konser Salonu'nda düzenlenen törende, İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Ekrem İmamoğlu, ödülü

Atmaca Holding Yönetim Kurulu Başkanı Adem Atmaca adına Özel Kalem Müdürü Cemil Güneş'e takdim etti.

Birbirinden değerli şirketlerin yöneticilerinin, İK departmanlarının katılımı ile gerçekleşen törende İBB İstihdam merkezlerinden personel desteği alan firmalara farklı kategorilerde ödüller verildi.



> Vestel tasarımlarına Good Design ve IDA'dan 36 ödül



Duygu Badem Uylukçuoğlu
Vestel Pazarlama Genel Müdürü

Vestel, dünyanın en köklü ve prestijli tasarım yarışmalarının başında gelen 'Good Design Awards'ta ödül yağmuruna tutuldu. Bu sene 73'üncüsü düzenlenen köklü tasarım yarışmasında Vestel hem elektronik hem de beyaz eşya tasarımlarıyla 15 ödüle birden layık görüldü. Tasarım alanının Oscar'ı olarak nitelendirilen IDA Awards'ta ise tam 21 ödüle buluşan Vestel tasarımları, bugüne dek uluslararası saygın platformlarda aldığı ödül sayısını 886'ya yükseltmiş oldu.

Vestel'in geliştirdiği ürün ve teknolojilerle kullanıcıların hayatlarını kolaylaştırırken geleceğin dünyasına da bugünden yön verdiğini kaydeden Vestel Pazarlama Genel Müdürü Duygu Badem Uylukçuoğlu, "Vestel olarak teknoloji üretirken Ar-Ge, inovasyon, yazılım, donanım bileşenlerinin yanı sıra tasarımı da önceliklerimiz arasında alıyoruz. Vestel teknolojisinin sunduğu yeniliklerle birlikte tüketicilerimizin hayatlarına tasarımlarımızla da renk ve ahenk katmayı amaçlıyoruz. Tasarımı sadece estetik bir unsur olarak görmüyoruz, kullanıcı deneyimini ve ürünün kullanılabilirliğini artıran önemli bir faktör. Bu bakış açısıyla tasarımda her zaman inovasyon ve yenilikçiliği ön planda tutuyoruz. Geliştirdiğimiz tasarımların, böylesi önemli organizasyonlarda dünyanın sayılı markalarını geride bırakarak onlarca ödüle layık görülmesi, yalnızca teknoloji değil tasarım alanında da küresel ölçekte söz sahibi olduğumuzun önemli bir göstergesi." dedi.

Bu yılki organizasyon ile birlikte Vestel'in Good Design Awards'ta bugüne kadar kazandığı ödül sayısı 144'e ulaşmış oldu. IDA Awards'un da tarihine geçen Vestel, toplam IDA sayısını 72'ye yükselterek, 3 bini aşkın marka arasında 4'üncülüğe yükseldi ve en yüksek ödüle sahip ilk Türk markası oldu. Vestel'in dünya standartlarının ötesinde bir anlayışla geliştirip tasarladığı ürünler, köklü

ve prestijli uluslararası platformlarda toplamda 886 ödüle buluştı. Dünya çapında, Tüketici Elektronik ve Beyaz Eşya sektöründe tasarım ödülü sayısı en yüksek olan Türk markası Vestel, Türkiye'yi uluslararası platformla gururla temsil etmeye devam ediyor.





Otoriter programında Dağıtım Kanalı dergimizin 25. yılını konuştuk

Business Channel TV'de yayınlanan ve Bülent Mataracı'nın hazırlayıp sunduğu Otoriter programına konuk olduk. Dergimizin İmtiyaz Sahibi Yıldırım Söylemez, Dağıtım Kanalı dergisinin 25. yılıyla ilgili görüşlerini, bilgi birikimini, deneyimlerini ve sektöre dair görüşlerini paylaştı. Programda 25 yıl boyunca derginin geçtiği yolları ve yaşadıklarını aktaran Söylemez, beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektörünün de tarihine kısa bir yolculuk yaptı. Güncel sektörel durumun ve geleceğe dair öngörülerin de paylaşıldığı programın sonunda Bülent Mataracı 25. Onur Yılı sertifikasını Yıldırım Söylemez'e takdim etti.



Türkiye nüfusunun yüzde 87'si günde en az bir fincan kahve içiyor

Dünyada en fazla ticareti yapılan ikinci ürün olan kahveyle güne başlamak giderek rutinin bir parçası haline gelirken, çalışma alanlarını saran nefis kahve kokusuyla birlikte lezzetli bir kahve molası da çalışma enerjisini yükseltiyor. Türkiye'de kişi başına kahve tüketim oranı son 10 yılda 4 kat artarken, kahve tutkunları için yüzde 100 Arabica çekirdeklerinden özenle üretilen Avansas kahve çeşitleri ise zengin aromalarıyla keyifli bir içim deneyimi sunuyor.

Bilimsel araştırmalar kahve tüketimin odaklanmayı ve dikkati artırdığını, tepki ve karar alma süresini kısalttığını, hafıza ve konsantrasyonu geliştirdiğini ortaya koyarken yoğun çalışma süreçlerinde tüketilen lezzetli kahveler çalışan motivasyonuna pozitif katkıda bulunuyor. Son yıllarda Türkiye'de de kahve tüketimi artış gösteriyor. Geride kalan 10 yılda Türkiye'de kişi başına kahve tüketimi 4 kat artarak 1,5 kilografa yaklaştı. Kahve çeşitlerinden ülkemizde en çok tüketilen ise yüzde 70 oranında Türk kahvesi oldu. Türk kahvesi 2013 yılında UNESCO tarafından da Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi'ne alınırken, Türkiye'de çeşitli kahve kültürleri de her geçen gün yaygınlaşıyor. Türkiye'de 18-45 yaş arası bireyler en çok Türk kahvesi tüketirken, 18-24 yaş arası gençler Türk kahvesinin yanı sıra latte, 25-34 yaş arası ise Türk kahvesinin ardından en çok filtre kahve tüketiyor. 45 yaş ve üzerinin tüketim



alışkanlıklarında ikinci sırada çözünebilir hazır kahveler yer alıyor. Avansas CEO'su Gary Fox, "İhtiyaçlar doğrultusunda en doğru ve en kaliteli ürünleri seçip rekabetçi fiyatlarla 1 milyonun üzerinde müşteriye hizmet veren Türkiye'nin lider online iş yeri alışveriş platformu Avansas olarak yüzde 100 Arabica çekirdeklerini öğütürken elde ettiğimiz lezzetli kahve çeşitlerini tiryakilerin beğenisine sunuyoruz." dedi.

Kahve keyfini zirveye taşıyor

Lezzetli bir kahve mesai saatlerini keyifli bir hale getirmenin yanı sıra, çalışma sırasında uykusuzluğun giderilmesine ve günün daha enerjik bir şekilde

devam ettirilmesine yardımcı oluyor. Avansas CEO'su Gary Fox, "Türkiye'de 500'den fazla çalışanı olan iş yerlerinde hazır kahve tüketimi oldukça yüksek seviyelerde seyrederken, iş yerlerinde yüzde 71 oranında Türk kahvesi, yüzde 16 oranında hazır kahve ve yüzde 13 oranında da filtre kahve tüketiliyor. İş yerlerinde lezzetli kahve çekirdeklerine sahip olmak, kahve tutkunlarının iş ortamlarındaki motivasyonunu artırıyor. Biz de bu nedenle orijinal Etiyopya kahvesinden elde ettiğimiz Türk kahvesi, filtre kahve ve hazır kahve çeşitlerini 'Coffee Enjoy' markamızla ürün portföyümüze ekledik. Ve kahveserlerin beğenisine sunduk.

Mutfaklarda Ramazan Ayı

KUMTEL İLE GÜZEL

#pişirmekbizimişimiz



KUMTEL

kumtel.com | kumtelturkiye/    

KUMTEL 1972’de kurulmuş
bir Türk markasıdır 

Haier, Türkiye'ye 70 Milyon Euroluk yeni fabrika yatırımı yapıyor

Haier, 2021 yılında 85 milyon euroluk yatırımla Eskişehir'de faaliyete geçirdiği bulaşık ve kurutma fabrikalarının ardından, şimdi de 70 milyon euroluk yeni yatırımla pişirici ürünler fabrikasını ve Ar-Ge Merkezi'ni Türkiye'de açtı. Haier, bu yatırımı ile ülkemizi Avrupa'daki en büyük üretim ve ihracat merkezi olarak konumlandırırken, Türkiye'yi uzun vadeli stratejik ortak olarak gördüğünü bir kez daha teyit etti.



Büyük ev aletlerinde dünyanın 1 numaralı markası olan Haier Smart Home'un bünyesinde faaliyet gösteren Haier Europe, Eskişehir'de yeni bir pişirme fabrikası ve Ar-Ge Merkezi'nin açılışını gerçekleştirdi. Haier, bir kilometre taşı niteliğindeki 70 milyon euroluk bu yatırımı ile Avrupa'daki endüstriyel ayak izini Türkiye ile genişleterek, kurumsal büyüme stratejisinde ülkemizin önemini de bir kez daha teyit etti. Yüksek teknoloji ve yapay zekâ odaklı mühendislik sistemleri, tam otomatik üretim hattı süreçleri ile son teknoloji ankastre fırın ve ocak ürün gruplarının imalatının gerçekleştirileceği fabrika 56 bin metrekarelik alan üzerine konumlandı. Yılda 1,2 milyon adet üretim kapasitesi ile 500'ün üzerinde kişiye istihdam sağlanan yeni fabrika ile Haier'in Türkiye'deki istihdamı 2 bin 500 kişiye ulaştı.

Yeni fabrikanın açılışı, Türkiye Cumhuriyeti Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mehmet Fatih Kacır, Çin Halk Cumhuriyeti Türkiye Büyükelçisi Liu Shaobin, Eskişehir İl Valisi Hüseyin Aksoy ve Haier Avrupa CEO'su Yannick Fierling ile yerel yetkililerin ve Türk iş dünyasının temsilcilerinin katılımıyla gerçekleştirildi.



Açılışta konuşan Haier Avrupa CEO'su Yannick Fierling şunları söyledi; "Yeni pişirme fabrikamız, Haier'in Avrupa'daki büyümesinde ve endüstriyel ayak izinde ileriye doğru attığı önemli bir adımı gösteriyor. Bu yatırımla Türkiye'yi uzun vadeli stratejik ortak olarak konumlandırdığımızı da bir kez daha teyit etmiş oluyoruz. Haier'in 2021 yılında Eskişehir'de başlayan kurutma ve bulaşık üretim sürecinin ardından Haier'in pişirici ürünlerini Eskişehir'de üretmeye başlıyoruz. Bu stratejik proje, premium pazardaki başarımızı

pekiştiriyor ve mutfak kanalı müşterilerimizin yüksek beklentilerini karşılıyor. Euromonitor International'ın 2023 yılı beyaz eşya satış rakamlarına göre dünya 1'incisi olan Haier'in, Avrupa'daki en büyük üretim ve ihracat merkezi olan Türkiye, küresel pazarlara hizmet etme hedefimizi yerine getirirken çok değerli bir ortak. Türkiye'de ürettiğimiz pişirici ürünlerimiz, Türkiye pazarındaki yerini alırken, Avrupa başta olmak üzere dünyanın birçok ülkesine de ihraç edilecek. Şunu da vurgulamalıyım ki Türkiye'nin ve insanların olağanüstü becerilerine de müteşekkirimiz."

Yapay zekâ ile geliştirilen akıllı fırınlar kişiselleştirilmiş pişirme deneyimi sunuyor Haier Türkiye Ülke Müdürü Gözde Küçükylmaz ise şunları belirtti; "Haier'in Premium ürün gamındaki buzdolabı, bulaşık makinesi, çamaşır makinesi ve kurutma makinelerinin ardından yeni nesil teknolojilerin insana dair özelliklerle birleştirildiği, nesnelerin interneti ve yapay zekâ özelliklerine sahip yeni ID Serisi "Bionicook" özellikli fırınlarımız dikkat çeken ürünlerimiz arasında. Tüketicilerine kişiselleştirilmiş pişirme deneyimi sunmayı amaçlayan, tüm pişirme döngüsü ve canlı yiyecek algılamaya yönelik fırın içi kameralara sahip bu ürünleri hem ihraç edeceğiz hem ülkemizde teknoloji marketler aracılığıyla tüketicilerimizle buluşturacağız."

Çevreye duyarlı fabrika karbon emisyonunu yüzde 60 azaltıyor

Pişirme fabrikası, Haier Avrupa'nın sürdürülebilirlik ve çevresel ayak izinin azaltılması konusundaki kararlılığını yansıtabilecek şekilde tasarlandı. A sınıfı bina, yenilenebilir enerji kaynakları, tam elektrikli montaj hatları, artan plastik kullanımına karşı geri dönüştürülmüş malzemeler sayesinde karbon emisyonlarında tahmini standart teknolojilere kıyasla yüzde 60 azalmayı garanti edecek.



Yannick Fierling Haier Avrupa CEO'su



simfer 'in Tescilli **AirFry®**
Teknolojisiyle Yeni **AirFry Plus**
Ankastre Serisi



Geniş
İç Hacim



5 Farklı
Raf Konforu



AirFry®

simfer

© /simferturkiye

www.simfer.com.tr

“Beyaz eşya sektöründe iç satışlar kritik önemini korumaya devam edecek”



Gelişmiş teknolojisi, inovatif yapısı, sağladığı ihracat geliri ve yarattığı nitelikli istihdam ile ülkemizin lokomotif sektörleri arasında yer alan beyaz eşya sektörünün, Türkiye ekonomisinin dengeli ve istikrarlı büyümesinde önemli bir rol oynadığını ifade eden TÜRKESD Yönetim Kurulu Başkanı Gökhan Sığın, Ar-Ge, dijital dönüşüm ve yeşil dönüşüm yatırımlarıyla değer yaratma yolculuklarında daha sürdürülebilir bir dünya için çalışırken, küresel çaptaki rekabet güçlerini de artırdıklarını söyledi: “TÜRKESD olarak 2024 yılında da önceliğimiz sektörümüzü daha ileri noktalara taşımaya ve satışlarımızı artırmaya yönelik yenilikçi çalışmalara imza atmak olacak.

Ancak 2024 yılının ilk ayını geride bırakırken, dünya genelinde yaşanan küresel krizin etkilerinin halen belirgin biçimde devam ettiğini gözlemliyoruz. Biz de ekonomideki küresel dalgalanma ve belirsizliklerin ihracatımıza yansımaları konusunda dikkatli ve temkinli adımlar atmayı sürdürüyoruz. Bununla birlikte global ölçekte büyük oyuncular arasında yer alan sektörümüzün sürdürülebilir geleceğine yatırım yapmaya ve dünya çapındaki gücünü artıracak çalışmalara imza atmaya devam ediyoruz.

2024 Ocak ayında ihracatımız bir önceki döneme kıyasla %2 azalma gösterirken, ihracat ve iç satışlardan oluşan toplam satışlarımız %5 oranında arttı. 2023 yılının aynı döneminde ise ihracattaki düşüş bir önceki yıla kıyasla %10 oranında

gerçekleşmişti. Üretim adedimiz 2.519.175 adet ile geçen yılın Ocak ayına kıyasla %3 oranında yükselirken, 6 ana ürünün iç pazardaki satışları geçen yılın aynı dönemine kıyasla %22 oranında artış göstererek 870.874 adet olarak gerçekleşti.

2024 yılında küresel risklerin devam edeceği öngörüsü ile de iç satışlar kritik önemini korumaya devam edecek. Bu gelişmeler ışığında, sektörümüzün büyümesi ve iç pazarın canlılığının korunabilmesi için destekleyici düzenlemelerin önemini vurguluyoruz.

TÜRKESD olarak ülkemize sağladığımız katma değeri artırmak için çalışmaya devam edecek ve global rekabet gücümüzü artıracak bir ortamın oluşturulmasına katkıda bulunmak için çabalarımızı sürdüreceğiz.”



Gökhan Sığın
TÜRKESD Yönetim Kurulu Başkanı

TÜRKESD Beyaz Dünya Ocak 2024

Dört Ana Ürün

(Buzdolabı, Çamaşır Makinesi, Bulaşık Makinesi, Fırın)

	ÜRETİM	
	Ocak 2024	Ocak 2023
Adet / Yıl	2.059.074	2.074.948
Yüzde değişim	-% 1	
	İÇ SATIŞ	
	Ocak 2024	Ocak 2023
Adet / Yıl	665.986	613.561
Yüzde değişim	% 9	
	İHRACAT	
	Ocak 2024	Ocak 2023
Adet / Yıl	1.386.043	1.443.371
Yüzde değişim	-% 4	
	İTHALAT	
	Ocak 2024	Ocak 2023
Adet / Yıl	16.802	7.098
Yüzde değişim	% 137	

Altı Ana Ürün

(Buzdolabı, Çamaşır Mak., Bulaşık Mak., Fırın, Derin Dondurucu, Kurutucu)

	ÜRETİM	
	Ocak 2024	Ocak 2023
Adet / Yıl	2.519.175	2.434.596
Yüzde değişim	% 3	
	İÇ SATIŞ	
	Ocak 2024	Ocak 2023
Adet / Yıl	870.874	712.684
Yüzde değişim	% 22	
	İHRACAT	
	Ocak 2024	Ocak 2023
Adet / Yıl	1.655.750	1.694.464
Yüzde değişim	- % 2	
	İTHALAT	
	Ocak 2024	Ocak 2023
Adet / Yıl	46.789	22.718
Yüzde değişim	% 106	



H-WASH 700 ULTRA GENİŞ TAMBURU SAYESİNDE DAHA İYİ YIKAMA SONUÇLARI SUNAR

- hOn Uygulaması ile uzaktan yönetim ve ek programlara erişim
- Eco-Power Inverter Motor
- 12 KG yıkama kapasitesi

- Allergy Care Pro programı
- Auto Care Plus programı



Dyson'ın ilk ıslak-kuru Kablosuz Süpürgesi Türkiye'de satışa sunuldu



Dyson V15s Detect Submarine™ kablosuz süpürge de bulunan Dyson Submarine™ ıslak temizleme başlığı, sert zeminlerdeki kirleri, lekeleri ve küçük döküntüleri etkili bir şekilde temizlemek için doğru miktarda su kullanımı sağlıyor. Islak temizleme başlığı, aşırı suya ihtiyaç duymadan optimum 'temiz zemin' elde etmek için sahip olduğu silindirin tüm genişliği boyunca eşit su dağılımı sağlayan basınçlı bir hazne kullanan sekiz noktalı bir hidrasyon sistemiyle çalışıyor.

Motor destekli mikrofiber rulo, 300 ml'lik temiz su tankı sayesinde kirleri, zorlu lekeleri ve küçük döküntüleri temizliyor ve 110 m²'ye kadar zeminlerin temizlenmesini sağlıyor. Dayanıklı bir plaka, ıslak silindirden kirli suyu çıkarıyor, kir ve döküntülerin zemine geri aktarılmasını önlemek için ayrı

bir atık su tankına bırakıyor. Alçak yapısı ve tam genişlikte fırça çubuğuyla tasarlanan Dyson Submarine™ ıslak temizleme başlığı, mobilyaların altında kolayca manevra yapılmasına, toz, kir ve döküntülerin en zor yerlerden bile temizlenmesine olanak tanıyor. Dyson Submarine™ ıslak temizleme başlığı, evinizdeki tüm sert zeminleri silebilirken, tasarımı sayesinde fayans, taş, ahşap, seramik, vinil, muşamba ve laminant zeminleri temizleyebiliyor.

Konuya ilişkin açıklamasında Dyson Zemin Bakımı Ar-Ge Başkan Yardımcısı Charlie Park, "Mevcut ıslak temizlik formatları genellikle manevra kabiliyeti ve bakım performansı konularında kullanıcılar da hayal kırıklığı yaratıyor. Yaratığımız çözümle kullanıcılara derinlemesine temizliği bir üst seviyeye taşıyan çok

işlevli, kompakt ancak güçlü bir süpürge sunuyoruz. İlk hepsi bir arada ıslak ve kuru makinemizin piyasaya sürülmesi, Dyson'ın günlük yaşamı iyileştirme ve daha temiz, daha sağlıklı evler yaratma konusundaki kararlılığında önemli bir adım niteliğinde. İlk kez, toz aydınlatma ve algılama teknolojilerimizi, yumuşak mobilyalar ve halılar için dolanmayı önleme özelliğimizi ve sert zeminleri silmek için yeni ıslak temizleme başlığımızı bir araya getiriyoruz." dedi.

Fluffy Optic™ Temizleme Başlığı

İlk olarak 2021 yılında tanıtılan Dyson'ın aydınlatıcı toz teknolojisi, görünmeyen tozları ortaya çıkarmak ve normalde zeminde göremediğiniz mikroskobik parçacıkları kullanıcılara göstermek için geliştirilmiştir. Temizleyici başlığın uç kısmına yerleştirilen bir ışık kaynağı kullanılarak, zemindeki partikülleri aydınlatmak için bir ışık bıçağı yansıtılır. Fluff Optic™ temizleyici başlık artık önceki modele kıyasla iki kat daha fazla tozu ortaya çıkarıyor.



Ultra geniş tambur ile daha iyi yıkama sonuçları Hoover H-WASH 700 akıllı çamaşır makinesinde

10 yıl garantili yeni nesil Eco-Power Inverter Motor, uzun ömürlü ve güçlü kayış teknolojisine sahiptir. Fırçasız motor, titreşimleri ve sürtünmeleri azaltırken standart motorlara kıyasla 4 kat daha sağlamdır, makinenin ömrünü uzatır, maksimum sessizliği ve daha uzun süre mükemmel sonuçları garanti eder. Ayrıca en iyi yıkama sonuçlarını sağlarken, standart motorlara kıyasla % 60 daha verimlidir.

Standart boyutta 360 mm çapında geniş kapak sayesinde, tüm çamaşırlarınızı kolayca yükleyebilir ve 525 mm çapında ultra geniş tambur sayesinde, 12 KG çamaşırı tek seferde ve zahmetsizce yıkayabilirsiniz. H-WASH 700'ün ultra geniş tamburu ile daha iyi yıkama sonuçları elde edersiniz.

Hoover hOn Uygulaması, Wi-Fi ve Bluetooth ile makinenizi uzaktan kontrol etmenizi,

ilave programlara ve faydalı kullanım önerilerine erişmenizi sağlar.

A Enerji verimlilik sınıfı sayesinde, maksimum tasarruf sizinle. Hoover çamaşır makinelerindeki yenilikçi Eco-Power Inverter Motor teknolojisi maksimum enerji tasarrufu sunar.

Power Care Etkin Yıkama teknolojisi sayesinde, deterjan ve su ayrı bir haznede karıştırılıp doğrudan çamaşırlarınızın üzerine nüfuz eder. Böylece, çamaşırlarınız %20 daha iyi temizlenir.

Hoover, gelişmiş algoritması sayesinde, çamaşırlarınızın dokusu ve yük miktarına göre en uygun programı otomatik olarak ayarlar. Deterjan, su, elektrik ve zaman tasarrufu ile gelişmiş bir verimlilik garanti eder.



LG'nin yeni StanbyME Serisi Türkiye'de satışa sunuldu

LG Electronics, ev eğlencesindeki liderlik çitasını yükselten ve günümüz tüketicilerinin içerik izleme alışkanlıklarına hitap eden en yenilikçi ürünlerinden StanbyME serisini satışa sundu. Seride şirketin yeni kişisel ekranı LG StanbyME ve taşınabilir LG StanbyME Go modelleri bulunuyor.

Kendi kendine ayakta durabilen dokunmatik ekranıyla LG StanbyME, yeni nesil kullanıcılara benzersiz bir esneklik ve rahatlık sağlıyor ve çok işlevli evler için türünün tek örneği bir eğlence merkezi olarak hizmet veriyor. LG StanbyME, 20 cm'ye kadar yükseklik ayarına sahip şık, modüler bir standın yanı sıra, yatay olarak 180, dikey modda ise 130 dereceye kadar döndürülebilen 27 inç FHD IPS ekrana sahip.

Kablosuz ekran, tek şarjla üç saate kadar dayanabilen yerleşik bir pile sahip ve bu LG StanbyME'yi film izlemek, evde egzersiz yapmak, konferans görüşmeleri veya online toplantılar için ideal bir kişisel ekran haline getiriyor. Standın tabanında konumlandırılan beş gizli tekerleğin yanı sıra ekran, hareket kolaylığı sağlayacak şekilde ayarlanabiliyor. Bu benzersiz tasarımı sayesinde, kullanıcılar LG StanbyME'yi mutfak, bahçe, yatak odaları ve salonda kolaylıkla konumlandırabiliyor ve



özgürce hareket ettirebiliyorlar. Ayrıca LG StanbyME, dokunmatik ya da uzaktan kumanda seçeneği dahil olmak üzere sezgisel kontrol seçenekleriyle kullanılabilirliği artırıyor.

LG StanbyME için özel olarak tasarlanan LG'nin webOS Smart arayüzü, keyifli ve sezgisel bir içerik keşfetme deneyimi sunuyor. Kullanıcılar bunu kendi izleme deneyimimize göre uyarlayabiliyorlar. LG StanbyME, HDR10 Pro ve AI Ses desteğiyle çok yönlü bir eğlence deneyimi sunarak, farklı görseller ve net ses kalitesiyle içeriklere hayat veriyor.



Miele Triflex HX2 Kablosuz Dikey Süpürge ile maksimum esneklik, kusursuz temizlik

Miele, üstün teknoloji ile üretilen elektrikli süpürge seçenekleriyle her evin ihtiyacına yönelik çözümler sunuyor. Miele elektrikli süpürgeler, uzun süreli temizleme gücü, benzersiz filtreleme özelliği ve yüksek performansıyla evlerin vazgeçilmezi olurken, Miele Triflex HX2 kablosuz dikey süpürge benzersiz esnek tasarımı ile temizlik deneyimini bir üst seviyeye taşıyor.

Miele Triflex HX2, çok yönlü temizlik için patentli 3'ü 1 arada tasarım ile temizlik kolaylığı sunuyor. Esnek kullanım için hem üst hem de alta takılabilen PowerUnit başlığı ile alçak mobilya altlarında, geniş alanlarda ve tavanlarda kusursuz temizlik sağlıyor. Tek başına da kullanılabilen PowerUnit, araba veya evdeki koltukların temizliği için de ideal yardımcınız oluyor. Miele Triflex HX2'nin hafif yapısı ve kullanım kolaylığı ile zahmetsiz bir temizlik konforu yaşıyor.

Otomatik zemin döşemesi algılamalı Miele Triflex HX2 kablosuz dikey süpürge, aynı zamanda HEPA Lifetime filtre özelliği sayesinde evinizi alerjenlerden arındırmış bir bölge haline getiriyor. Mikroskobik boyutlardaki partikülleri ve alerjenleri yakalayarak %99,999'dan fazla hava temizliği de sunuyor. Ayrıca Cat & Dog versiyonlarda Electro Compact el fırçası ile evdeki dostlarımızın inatçı tüylerini ve derinlere işleyen kirleri tamamen ve sizi yormadan temizliyor.





Atatürk II

Disney + platformunun, koskoca Türkiye Cumhuriyeti'nin seksen küsur yıldır yapamadığı bu eşsiz dehaya yakışır bir Atatürk dizisi yapma projesine soyunması on yıllardır beklediğimiz çok iyi bir haberdir.

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.

Bu projeyi dizi formatında görmek isterdim. Ancak, o olasılık rafa kalkmış durumda.

Aras Bulut İynemli, rolünün altından büyük bir başarı ile kalkmış. Mustafa Kemal olduğuna inandırıyor sizi. Sarp Akkaya da Enver Paşa rolünde iyi.

Ancak, yardımcı oyuncuların bu seviyede olamayan performansları ise bu filmde daha çok gözüme battı. Atatürk'ün yaşı ilerledikçe annesi ile çeyrek asırlık yaş farkı adeta ortadan kalkmış. Songül Öden bir an bile 60 küsur yaşında bir kadın olduğuna inandıramıyor sizi. İlk filmde de inandırıcı değildi ama bu filmde iyice ayyuka çıkmış bu durum.

Ayrıca, Liman Von Sanders başta olmak üzere yabancı karakterler fazlaca sırtıyorlar.

Senaryo ve kurgu yine çok iyi ama kusursuz değil. Mustafa Kemal'in Enver Bey ile çekişmesi tarihin yazdığından biraz daha ateşli bir şekilde tasvir edilmiş dramatik etki açısından.

Kostüm ve setler yine harika.

Savaş sahneleri, Atatürk'ün kâbus sahneleri çok iyi çekilmiş, çok ustaca kurgulanmış.

Ata'mızın ansiklopedilere sığmayacak hayatının ilk 38 yılından, ilk filme göre daha kurgusal bütünlükte 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.

Filmin Mayıs 1919'daki finali hem gözünüzden yaş getirecek, hem de sıcak bir gülümseme armağan edecek size.

Böyle bir ülke ortamında devamı gelmeyecek bu projenin ilkinin 1.6 milyon kişinin seyretmesi; ikincisini ise 600 bin kişinin bile seyretmemesi, Disney'in bize yaptığından daha büyük ve her zamanki gibi kendi kendimize yaptığımız bir ayıp.

"Mesuliyetin yükü ölümden ağırdır"

SinemAdem iyi seyirler diler.



MART 2024 • SAYI: 297

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.



Güçlü Kadınlar,
Her Günü Değerli Kılıyor!



**DÜNYA
KADINLAR**

Günü

Kutlu Olsun.

arnica™

TCL QLED Smart TV

C645 | Canlı Renklerle Enerji Dolu Hayat

85" 75" 65" 55" 50" 43"

 **Dolby**
VISION-ATMOS

 **HDR10+**

**120Hz Game
Accelerator**



GÜRSSES
KURUMSAL



/gurseskurumsal



/gurseskurumsal



WhatsApp Hattı: 0 532 413 43 63

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

* TCL Google TV'ndeki tüm akıllı özelliklerin ve hizmetlerin keyfini çıkarmak için Google TV, ücretsiz bir Google hesabı, ücretsiz bir TCL hesabı ve geniş bant internet bağlantısı gereklidir.
* Google TV, bu cihazın yazılım deneyiminin adıdır ve Google LLC şirketinin ticari markasıdır.
* Bazı uygulamalar, içerikler ve/veya özellikler tüm ülkelerde kullanılamaz. Stoklarla sınırlıdır.
* 120Hz Yenileme Hızı, benzersiz algoritma ve teknoloji ile elde edilebilir. Yalnızca 55", 65", 75" ve 85" modellerinde mevcuttur.
* Dolby, Dolby Atmos ve çift D simgesi, Dolby Laboratories Licensing Corporation'ın tescilli ticari markalarıdır.
* DTS, Virtual X ve DTS logosu, Amerika Birleşik Devletleri ve diğer ülkelerde DTS, Inc.'in tescilli ticari markaları veya ticari markalarıdır. 2021 DTS, Inc. TÜM HAKLARI SAKLI'DIR.
* Özellikler, spesifikasyonlar, sertifikalar modele, ekran boyutuna ve bölgeye göre değişiklik gösterir.