



ARZUM OKKA RICH MOKA POT

Kahve Deneyimini
Yeniden Tanımla



arzum
OKKA

**DÖNÜŞTÜRÜYOR,
KORUYOR,
BÜYÜTÜYORUZ.**



Çalıştığımız Markalar

SAMSUNG

Tefal

WM

KRUPS

Rowenta

EFS Elektronik olarak, iade ürünlerinizi yenileyip değer katmak için buradayız. Markanıza ait ürünlerin EFS güvencesiyle yenilenip tekrar satışa sunulmasını istiyorsanız lütfen bizimle iletişime geçin.

www.efselektronik.com



WE'YE GİY

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!



fakirvaletleri
fakir.com.tr



Fakir
HAUSGERÄTE

DESIGNED, TESTED AND
APPROVED IN GERMANY





Evinizin King'i



4 YIL
GARANTİ

İçindekiler

6 Söyleşi

Haier akıllı ev sistemlerini içeren uçtan uca bir ekosistem kurmayı hedefliyor

Gözde Küçükylmaz Haier Türkiye Ülke Müdürü

8 Dosya

Türkiye klima pazarı akıllı teknolojiler ile fark yaratıyor

12 Söyleşi

Geleneksel kanal satışların ciroasal olarak ortalama yüzde 75'ini yapıyor

Ozan Nuri Kaya GfK Tüketici Elektronik Lideri

Elvin Çokgüngör GfK Büyük Beyaz Eşya Sektör Sorumlusu

32 Söyleşi

LG Brandshop Desey ile Türkiye'deki LG Brandshop sayısı 100'e ulaştı

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

40 Toplantı

Biz müşterilerimizle birlikte 100 metre koşmak için değil uzun mesafeli koşmak için bir araya geldik.

Tevfik Bilsev

Bilsev Group Kurucusu

44 Ürünler

48 SineMadem

Zaferin Rengi

[instagram.com/dagitimkanali](https://www.instagram.com/dagitimkanali)

[youtube.com/dagitimkanali](https://www.youtube.com/dagitimkanali)

[facebook.com/dagitimkanali](https://www.facebook.com/dagitimkanali)

[x.com/dagitimkanali](https://www.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 temizliğin keyfini sürün

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



Sıcak su ve deterjan
ile kullanıma
uygun tasarım



Mop yıkarken kirli ve
temiz suyu ayırıştırma



Mop ile birlikte
kolay taşıma ve
saklama

EPPCS2
Mop Yıkama İstasyonu

For better living. Designed in Sweden

www.electrolux.com.tr

ÜRÜNÜNÜZÜ SATIN SERVİS HİZMETİNİ BİZE BIRAKIN!



TSE
İşlemleri



811
885
Servis



Eğitim



Servis
Denetimi



Yedek Parça
Yönetimi



Servis
Yönetimi



Servis
Hakedis



Teknik
Destek



Çağrı
Merkezi



Online Veri
Yönetimi



Raporlama



HTS, uzman kadrosu ve ileri teknoloji altyapısı ile 17 yıldır en iyi servis hizmeti vermeye devam ediyoruz.

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.soylez@dagitimkanali.com.tr

“Akıllı Teknolojiler” klima pazarına yön veriyor

Türkiye'nin sıcak iklim koşulları, ülkeyi klima sistemlerinin önemli bir tüketici olduğu bir pazar haline getiriyor. Özellikle yaz aylarında artan sıcaklıklar, vatandaşların rahatlık ve konfor arayışını tetikliyor ve klima sistemlerine olan talebi artırıyor. Türkiye'nin klima pazarı, sadece bir ihtiyaç değil, aynı zamanda bir yaşam tarzı tercihi haline gelmiş durumda. Günümüzde teknolojinin hızla gelişmesi, klima sistemlerinin de dönüşümünde önemli bir rol oynuyor. Artık klima sistemleri sadece havayı soğutma veya ısıtma işlevlerini yerine getirmekle kalmıyor, aynı zamanda akıllı teknolojilerin entegrasyonu ile daha verimli, kullanıcı dostu ve çevre dostu hale geliyor. Türkiye'nin klima pazarında da akıllı teknolojilerin yükselişi, sektörün geleceğini şekillendiriyor. Dünyanın en büyük araştırma kuruluşlarından GfK'nın dergimizle özel paylaştığı verilere göre klima kategorisi teknolojik gelişmeler ve tüketici eğilimleriyle beraber kendisini yenileyen bir ürün grubu. Özellikle “Smart Bağlantı” özellikli klimalarda son 5 yılda bir trend oluşmuş durumda. Bu özellikli ürünlerin toplam klima içerisinde aldıkları cirosal pay 5 yılda yüzde 8'lerden yüzde 19'lara kadar geldi. Geçen yıl farklı etkilere bağlı olarak rekor kıran pazar 1,25 milyon adetlik bir satış rakamına ulaştı. Biz de bu sayımızda dosya konumuzu klimalara ayırdık ve sektörün farklı paydaşlarına mikrofonumuzu uzatarak güncel durumla ilgili bilgiler aldık.

Bu sayımızda dergimizin röportaj bölümündeki isim Haier Türkiye Ülke Müdürü Gözde Küçükylmaz. Kısa bir süre önce ülkemizdeki 70 milyon Euroluk yeni pişirici ürünler fabrika yatırımı ile Avrupa'daki endüstriyel ayak izini genişleten şirket, yatırımlarına aralıksız devam ediyor. 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 ulaşacak. Sayın Küçükylmaz'ın konuyla ilgili röportajını ilgiyle okuyacaksınız.

Yeni sayımızdaki diğer konuklarımız ise Bilsev Group Kurucusu Tevfik Bilsev ve Doğan Dayanıklı Tüketim Grup Başkanı Ergün Altay oldular. Kıbrıs'ta düzenlenen TCL lansmanında bir araya geldiğimiz Bilsev ve Altay, yeni yatırımları, çalışmaları ve geleceğe dair hedeflerini bizlerle paylaştılar.

Keyifli okumalar...

DERİN DONDURUCUNUN USTASINDAN D ENERJİ SINIFI YATAY DERİN DONDURUCU

Türkiye'nin ilk yerli dijital göstergeli D enerji sınıfı yatay derin dondurucusu
şimdi Uğur Yetkili Mağazalarında ve ugur.com.tr'de

UED 480 DGT
G D/S R64

UED 380 DGT
G D/S R64

UED 280 DGT
G D/S R64



GENİŞ
İÇ HACİM



ON / OFF
ÖZELLİĞİ



SAĞLAM
ÇÖVDE
YAPISI



SUPER
COOL
SUPER
FREEZE



DİJİTAL
KONTROL
PANELİ

10

 **UGUR**

 444 84 87

    /UGURSOGUTMA

Haier akıllı ev sistemlerini içeren uçtan uca bir ekosistem kurmayı hedefliyor

“Kullanıcılarının kendilerine ve sevdiklerine daha fazla zaman ayırmasını sağlayacak ileri teknoloji, premium tasarımlı ve kişiye özel bir deneyim sunan ürünler geliştirerek; yapay zeka destekli ve akıllı bağlantılı ürün ekosistemiyle Haier, tüketicilerin daha iyi ve verimli bir hayat yaşamalarını hedefliyor.”



Gözde Küçükyılmaz Haier Türkiye Ülke Müdürü

Euromonitor International'ın 2023 yılı beyaz eşya satış rakamlarına göre Dünya birincisi olan Haier'i bize tanıtır mısınız?

Haier, Euromonitor International verilerine göre 15 yıldır dünyanın 1 numaralı beyaz eşya markası*. Premium tasarım ve akıllı bağlantılı teknolojileri ile beyaz eşya deneyimini bir üst seviyeye taşımayı hedefleyen Haier, 30 yılı aşkın süredir tecrübesini ve enerjisini en seçici tüketicileri bile memnun edecek en iyi ürünleri geliştirmeye adanmıştır. Kullanıcılarının kendilerine ve sevdiklerine daha fazla zaman ayırmasını sağlayacak ileri teknoloji, premium tasarımlı ve kişiye özel bir deneyim sunan ürünler geliştirerek; yapay zeka destekli ve akıllı bağlantılı ürün ekosistemiyle Haier, tüketicilerin daha iyi ve verimli bir hayat yaşamalarını hedefliyor.

* Euromonitor International Ltd. 2023 verilerine göre beyaz eşya kategorisi adet cinsinden perakende satış hacmi.

Ülkemiz ekonomik bakımdan zor bir dönemden geçiyor. Böyle bir dönemde yurt dışından gelen bu yatırım kararının Türkiye için öneminin neler olduğunu bize açıkla mısınız?



Haier, bir kilometre taşı niteliğindeki 70 milyon euroluk yeni pişirici ürünler fabrika yatırımı ile Avrupa'daki endüstriyel ayak izini genişletti. Haier'in Türkiye'deki yatırımlarının sonuncusu olan bu fabrika, 2021'de açılışı gerçekleşen kurutma makinesi ve 2022'de açılan bulaşık makinesi fabrika yatırımlarının ardından Haier'in kurumsal büyüme stratejisinde ülkemizin önemini ve Türkiye'deki kararlılığını bir kez daha teyit etti.

Geçtiğimiz günlerde Eskişehir'de açılışını yaptığınız pişirme fabrikanızın ve Ar-Ge merkezinizin özelliklerini ve açılış hikayesini bize anlatır mısınız?

Yüksek teknoloji ve yapay zekâ odaklı mühendislik sistemleri, tam otomatik üretim hattı süreçleri ile son teknoloji ankaste fırın ve ocak ürün grupların 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. Türkiye'de ürettiğimiz pişirici ürünlerimiz, Türkiye pazarındaki yerini alırken, Avrupa başta olmak üzere dünyanın birçok ülkesine de ihraç edilecek.



Kurutma ve bulaşık makinelerinin ardından ankastre fırın ve ocak fabrikasını da açtınız. Bundan sonra fabrika açılışlarınıza devam edecek misiniz? Sırada hangi ürün var acaba?

Haier'in Avrupa'daki büyüme stratejisiyle paralel şekilde Türkiye'de yatırımları devam edecek ve ürün gamımız genişleyecek.

Şirket olarak akıllı ürünler üretiminde söz sahibi olan bir markasınız. Pişirici ürünlerde de "Bionicook" özellikli fırınlarınız dikkat çeken ürünleriniz arasında. Dergimiz için bu özelliği biraz daha detaylandırıp bu özelliğin faydalarını bize anlatabilir misiniz?

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 ve pişirme programı atamaya yönelik sistemle donatılmış, fırın içi kameralara sahip bu ürünler insana dair özellikleri teknolojiyle buluşturuyor.

Türkiye genelinde bayi teşkilatınızdan söz eder misiniz? Nasıl bir yapılanma içindesiniz?

Haier markamızla, teknoloji marketler aracılığıyla tüketicilerimizle buluşmaya başladık. Bunun yanı sıra premium karışık marka satış yapan noktalar ve deneyim mağazaları da markamızı tüketicilerimizle buluşturacağımız noktalar arasında yer alıyor.

Önümüzdeki dönemde perakende anlamında sektörde ne tür yenilikler yapmayı planlıyorsunuz?

Haier tüketicileri için, ev tipi enerji üretiminden, yapay zeka ile destekli ürün deneyimine, akıllı ev sistemlerini içeren uçtan uca bir ekosistem kurmayı hedefliyor.



Türkiye klima pazarı akıllı teknolojiler ile fark yaratıyor

Türkiye, iklimsel özellikleri nedeniyle yaz aylarında yüksek sıcaklıklara maruz kalan bir ülke. Bu durum, klima sistemlerine olan talebi artırıyor ve Türkiye'deki klima pazarını önemli bir endüstri haline getiriyor. Türkiye'nin klima pazarı, hem yerel üreticilerin hem de uluslararası markaların rekabetiyle şekilleniyor ve sürekli olarak büyüme potansiyeli sunuyor. Türkiye'deki klima pazarı, sürekli artan nüfus, ekonomik büyüme ve konut sektöründeki gelişmeler gibi faktörlerle destekleniyor. Özellikle büyük şehirlerdeki apartman ve işyeri projelerinde klima sistemlerinin standart hale gelmesi, pazarın büyümesine katkı sağlıyor. Bununla birlikte, iklim değişikliği endişeleri ve artan sıcaklık ortalamaları da klima sistemlerine olan talebi artırıyor.

Türkiye'deki klima pazarı, birçok yerel üretici ve uluslararası markanın faaliyet gösterdiği rekabetçi bir ortama sahip. Yerel üreticiler, genellikle fiyat avantajı ve yerel tüketici ihtiyaçlarına daha iyi uyum sağlama yeteneği ile rekabet ederken, uluslararası markalar ise teknolojik yenilik ve marka bilinirliği ile dikkat çekiyor.

Pazarda, geleneksel split tipi klimaların yanı sıra son yıllarda inverter teknolojisine sahip enerji verimli modellerin talebi artıyor. Ayrıca, akıllı ev teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla birlikte, Wi-Fi bağlantılı ve uzaktan erişim imkanı sunan klima sistemleri de popülerlik kazanıyor.

Pazarın Geleceği ve Trendleri

Türkiye'deki klima pazarında önümüzdeki yıllarda bazı belirgin trendlerin öne çıkması bekleniyor. Bunlar arasında şunlar bulunmaktadır:

Enerji Verimliliği Odaklı Ürünler: Çevre dostu ve enerji verimliliği sağlayan klima modellerine olan talebin artması bekleniyor. Bu, hem tüketicilerin enerji maliyetlerini azaltmalarına hem de çevresel etkiyi minimize etmelerine yardımcı olacak.

Akıllı Ev Entegrasyonu: Akıllı ev sistemlerinin yaygınlaşmasıyla birlikte, klima sistemlerinin de bu sistemlere entegre edilebilirliği ve uzaktan erişim özelliklerinin önemi artacak. Tüketicilerin klima sistemlerini uzaktan kontrol etme ve programlama yetenekleri talep ediyor olacak.

İklim Değişikliği Etkisi: Artan sıcaklık ortalamaları ve iklim değişikliği endişeleri, klima sistemlerine olan talebi artırmaya devam edecek. Bu durum, özellikle kırsal bölgelerde ve daha önce klima kullanmayan kesimlerde yeni pazar fırsatları doğurabilir.

Türkiye'deki klima pazarı, dinamik yapısı ve sürekli olarak evrilen tüketici talepleri ile önemli bir endüstri olarak varlığını sürdürmeye devam ediyor. Rekabetin yoğun olduğu bu ortamda, şirketlerin yenilikçi ürünler ve müşteri odaklı hizmetler sunarak rekabet avantajı elde etmeleri kritik öneme sahip olacak. Biz de bu sayımızda ülkemizdeki klima pazarının genel durumunu üreticiler, bayiler, teknik servisler ve diğer sektör paydaşlarına sorduk.



444
0789

Sevdiklerinizle birlikte
sağlıklı, mutlu ve huzurlu nice
bayramlar dileriz.

Ramazan Bayramınız kutlu olsun.

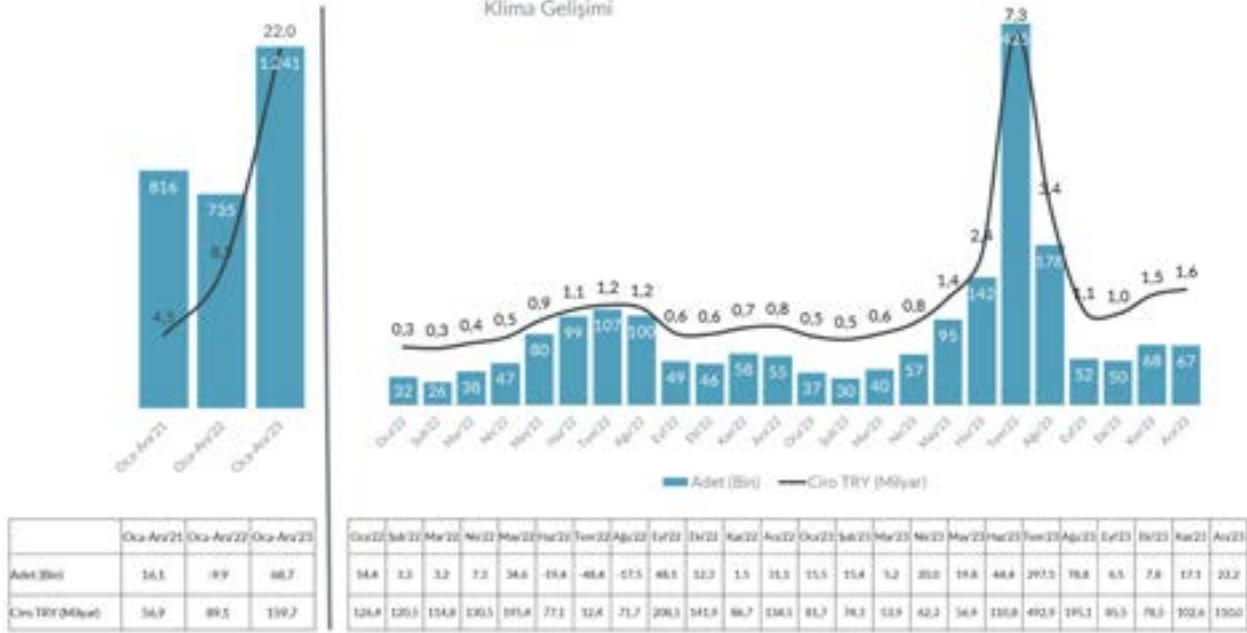


ŞENOCAK
www.senocak.com.tr

D380 DF DUAL



Türkiye Klima Pazarı

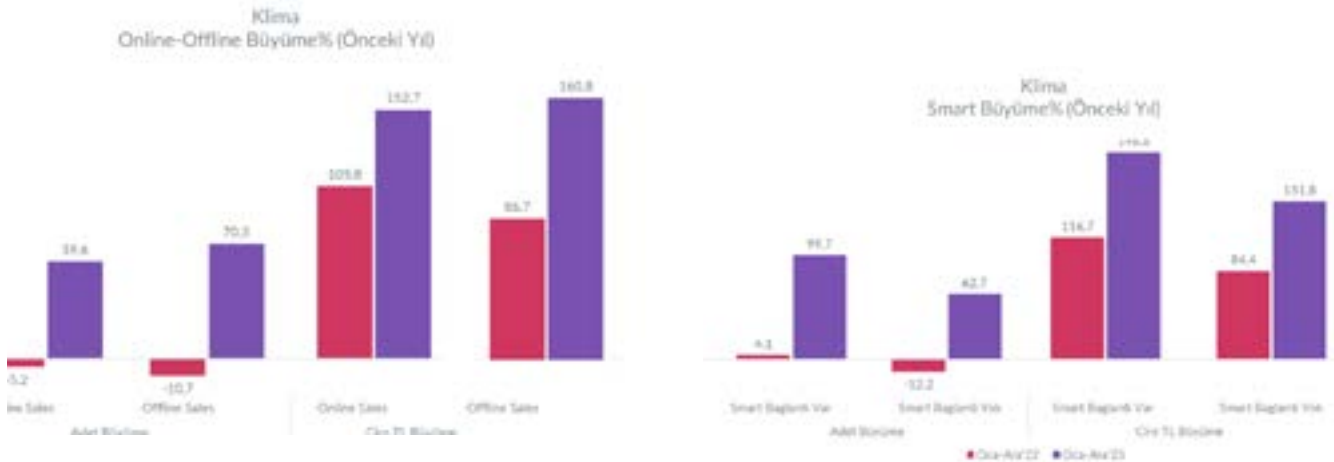


Klima satışları 69% büyüyerek 1.2 Milyon adete ulaştı. 2023 yılı yaz sezonunda rekor satış rakamı kaydedildi.



24000 BTU üstü ürünlerin pazardaki ağırlığı artarken 12000-15000 segmenti ile 18000-24000 aralığı segmentinde daralma gözlemlendi.

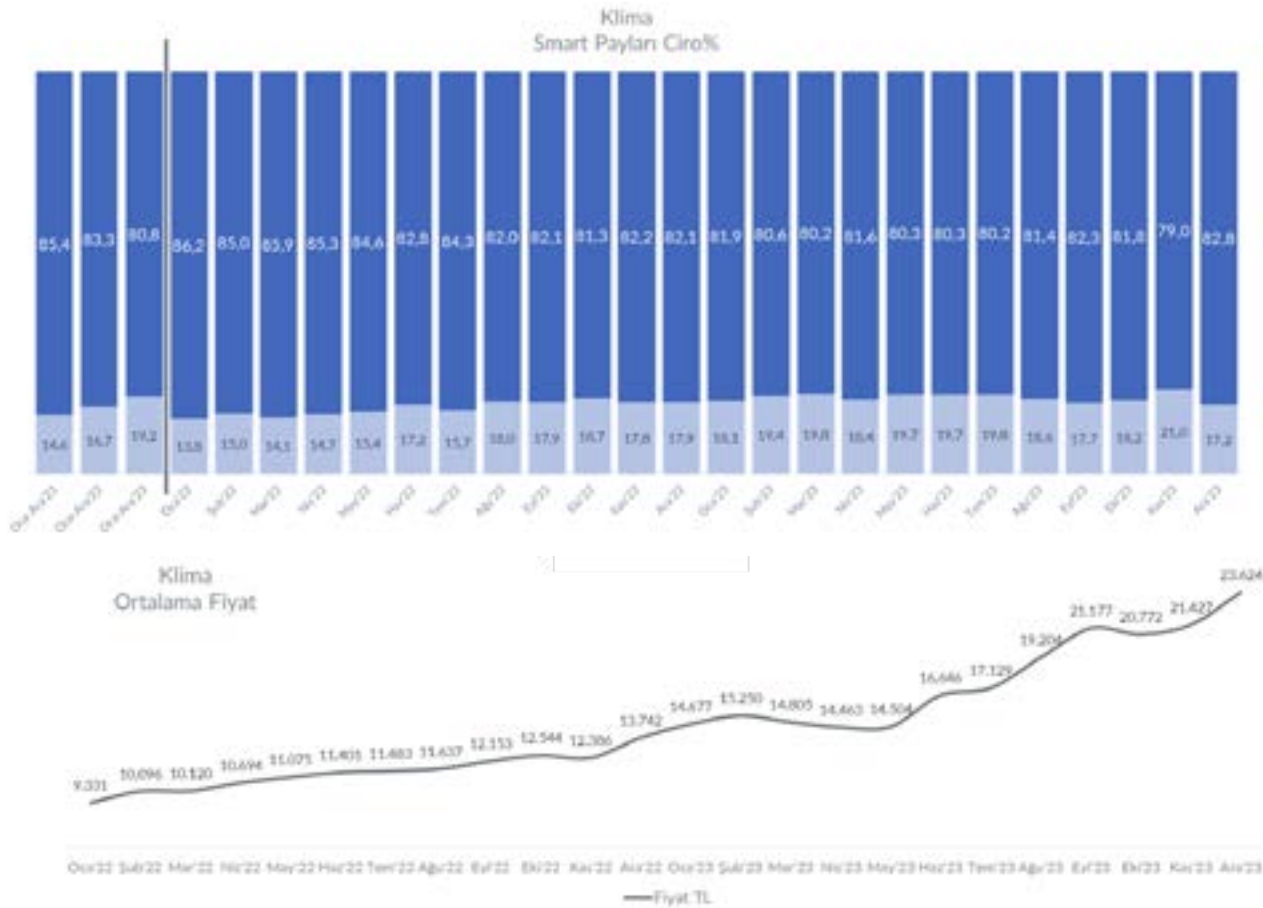
2023 yılında rekor büyüme rakamları kaydedildi.



Smart bağlantısı olan Klimalarda 199% büyüme kaydedildi.



Online Pazar 2023 yılında 153% büyüyerek 87% paya ulaştı.



GfK Ölçümleme Metodolojisi;

GfK, tüketici teknoloji ürünleri pazarını temsili Perakende panelleri metodolojisi ile ölçülmektedir. Bulgular GfK perakende paneli tarafından düzenli olarak yapılan araştırmalara dayanır.

Perakende paneli tüm dünya genelinde 425.000, Türkiye'de 10.000 civarında satış noktasından alınan datalardan modellenmek sureti ile oluşmaktadır.

İndirim marketleri, iklimlendirme kanalı, bazı sektörlerde Kurumsal (B2B) satışlar, ve Bölgesel ya da lokal marketler kapsam dışı olduğu için tüm pazar değil pazarın anlamı ve belli bir yüzdesi temsil

edilebildiğinden Panelmarket olarak adlandırılmaktadır. Marketplace satışları da Panelmarket'e dahil edilmektedir.

Klima sektörünün Pazar kapsamı %78 olarak gerçekleşmektedir. Rapor yalnızca Duvar Tipi Split klimaları kapsamaktadır.

GfK Perakende Panel verilerine dayalı tahmini Pazar büyüklüklerdir.

GfK Panel Araştırmaları temeline dayanan tablolara ilişkin metodolojik ihtiyaçlar söz konusu olursa bilgi vermenizi rica ederiz.

GfK Türkiye Araştırma Hizmetleri A.Ş.

Geleneksel kanal satışların cirosal olarak ortalama yüzde 75'ini yapıyor



Ozan Nuri Kaya GfK Tüketici Elektronik Lideri

Türkiye klima pazarındaki genel durumu değerlendirir misiniz?

Türkiye klima pazarı belirli bir seviyede satış adedi olan, satış kanalları oluşmuş gelişkin ama bir yandan da hala gelişmekte olan bir pazardır. Son 10 yılda yıllık ortalama 800 bine yakın satış adedine ulaşmıştır. Dünyadaki yerimize baktığımızda ise 2023 satış adetlerimizle 8. sırada yer alıyoruz. Türkiye'nin hem doğal iklimi hem de yaz mevsiminde ulaşılabilen yüksek sıcaklıklar, klima satışlarını en çok destekleyen unsurlardır. 2023 yılına kısaca bakacak olursak, aslında tüm teknoloji ürünlerinde adetsel olarak tüketici talep kaynaklı ciddi artışlar gördük. Klima kategorisi de hem bu talepten pozitif etkilendi hem de yaz aylarında oluşan yüksek sıcaklıklarla satışlar ivmelendi ve seneyi 1,25 milyon civarı rekor bir satış adediyle kapattı.

Son dönemde öne çıkan kategori ve ürünler neler oldu?

Klima kategorisi teknolojik gelişmeler ve tüketici eğilimleriyle beraber kendisini yenileyen bir ürün grubu. Özellikle "Smart Bağlantı" özellikli klimalarda son 5 yılda bir trend oluşmuş durumda ve bu özellikli ürünlerin toplam klima içerisinde aldıkları cirosal payın 5 yılda yüzde 8'lerden yüzde 19'lara geldiğini görüyoruz. Ürünlerin max Btu soğutma özelliklerini de sınıflandırıp baktığımızda; en düşük Btu özellikli ürünlerin (9000 ve altı) payının düştüğünü, en yüksek aralık olan 24000+ özellikli ürünlerin payının da arttığını görüyoruz.

Klima satışları geleneksel olarak mevsimsel olarak adlandırılan bir dönemde artar. Pandemi sonrasında birçok üründe bu durum değişti.



Elvin Çokgüngör GfK Büyük Beyaz Eşya Sektör Sorumlusu

Mevsimselliği kaybetme trendi klima için de geçerli mi? Klima satışlarının yıl içerisindeki dağılımı şu anda nasıl?

Mevsimsellik konusunda yaz aylarında satışlar halen en yüksek seviyeye çıkmaktadır ve bu anlamda mevsimsellik korunmaktadır hatta 2023 yılında toplam satışların yüzde 34'ü sadece temmuz ayında gerçekleşerek bu anlamda mevsimselliğin önemi kendini göstermiştir, ancak kasım ayında kampanyaların da etkisiyle, eylül- ekim ayında mevsim bitimiyle düşen satışlar tekrar artışa geçmektedir.

Satış kanallarının ağırlığı nasıl seyrediyor, geleneksel kanal (Bayi ve Karma bayiler) hala baskın mı? Online satış kanallarında gelişim var mıdır?

Bildiğiniz üzere ülkemiz hem çok büyük üreticilerin olduğu hem de dünyada fazla benzeri olmayan bir geleneksel kanal (Bayi+Karma) ağına sahiptir. Bu anlamda geleneksel kanal ağırlığı hala çok baskındır ve satışların cirosal olarak ortalama yüzde 75'ini yapmaktadır. Satış kanalı olarak genel bir değerlendirme yaptığımızda ise, özellikle pandemi sürecinde çok ciddi sıçrama yapan online satış kanalları artık belirli bir seviyeye ulaşmıştır. Hem üreticiler bu konuda kendi yapılandırmalarını kurmuşlar hem de tüketiciler belirli bir alışkanlık kazanmışlardır. Pandemi öncesi klima için online satış kanalları yüzde 5'in altındayken 2023 yılında bu oran yüzde 15'e yaklaşmaktadır. Az önce de bahsettiğimiz sebeplerin de etkisiyle, online satış kanallarında bundan sonraki yıllarda bir geriye gidiş beklemiyoruz ve hatta kademeli olarak artışlar da bekliyoruz.

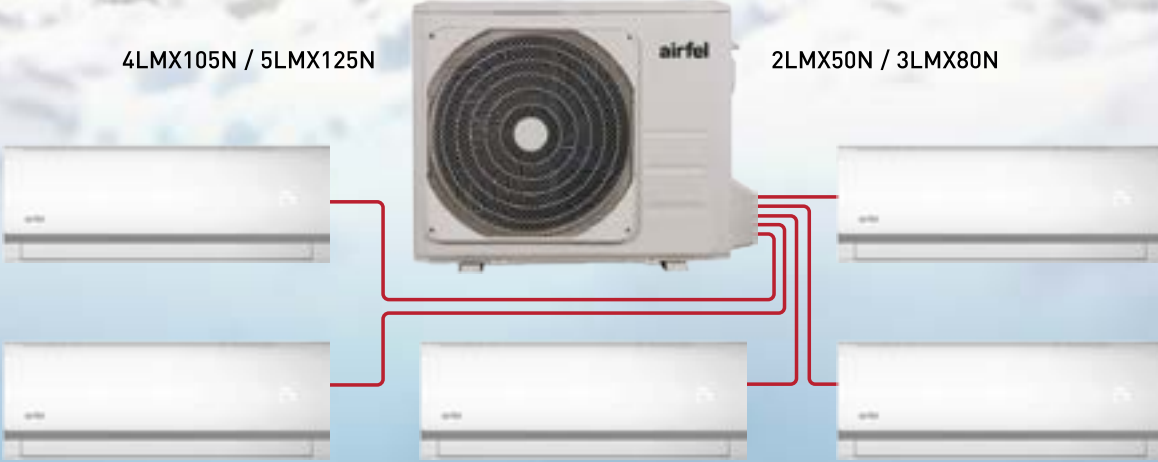
airfel

Ekonomik cözümleri ile daima senden yana...



4LMX105N / 5LMX125N

2LMX50N / 3LMX80N



Airfel Inverter Multi Split Klimalar

Multi klimalar, birden çok iç üniteyi daha düşük kapasiteli bir dış ünite ile birleştirme özelliğine sahiptir.

- R32 çevreci yeni nesil soğutucu akışkan
- Sezonlar inverter özelliği ile A sınıfı inverter klimalara göre %20 daha fazla tasarruf
- Otomatik dikey üfleme özelliği ile homojen ortam sıcaklığı
- -15°C'ye kadar ısıtma yapabilme özelliği ile yüksek performans
- Turbo fonksiyonu ve inverter teknolojisinin birleşimi ile hızlı ısıtma - hızlı soğutma
- Stand By modunda sadece 1 W enerji tüketimi
- Arıza teşhis sistemi ile daha hızlı servis hizmeti



airfel
Daima senden yana

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

Ekolojik ayak izini azaltan ve dönüştürülmüş malzemelerden oluşturulmuş ürünler öne çıkıyor

Türkiye klima pazarını genel olarak değerlendir misiniz? Son dönemde ne tür değişimler oldu, sektörde nasıl bir eğilim söz konusu?

İklimlendirme sektöründe Çin, Japonya ve ABD gibi ülkelerin ardından önde gelen pazarlardan biri olan Türkiye’de iklim değişikliği ile sıcaklıkların mevsim değerlerinin üzerinde seyretmesi ve kentsel dönüşüm ve konutların yenilenmesi gibi etkenler sonucu klima sektörünün hızla büyüdüğünü görüyoruz. Özellikle pandemi sonrası dönemde klima satışlarında iki kat artış gözlemlendi. Türkiye klima pazarı 2023 yılında bir önceki yıla kıyasla adetsel olarak %68,4, ciro açısından ise %159 büyüme sağladı. Arçelik’in de bir üyesi olduğu Türkiye Beyaz Eşya Sanayicileri Derneği’nin yıl sonunda paylaştığı rakamlarına göre 2023 yılındaki klima toplam satışları 2022 yılına göre %67 oranında artış gösterdi. Türkiye son dönemlerde iklimlendirme sektörü açısından AB ülkeleri için önemli bir üretim üssü. Uyum süreciyle karbon nötr stratejiler odak noktası haline gelmiş durumda. Biz Arçelik olarak yenilenebilir enerji atılımlarımız ve enerji verimliliği çalışmalarımızla bu konudaki kararlılığımızı ortaya koyuyoruz.

Klima pazarındaki genel konumunuz nedir? Hangi ürünleriniz ile öne çıkıyorsunuz, fark yaratıyorsunuz?

Türkiye pazarında 2023 yılında geçen yıla kıyasla adetsel olarak %73,7 oranında büyürken ciroasal olarak %163 büyüme sergiledik. Avrupa klima pazarında ise adetsel olarak %19,7, ciroasal olarak %16,6 oranında büyüme sağladık. Türkiye’de ev tipi klima üretmeye başladığımızdan beri pazar lideriyiz, klima sektöründe birinci sırada yer alıyoruz. 2023 yılında sürdürülebilir çözümler sunma hedefimizle bir milyonu aşkın ev tipi klima cihazı ürettik. Türkiye’nin ilk klima üretim tesisini açtıktan sonra 2017’de ilk yerli ticari klima üretim hattını faaliyete geçirdik. Tesislerimizle istihdama katkı sağlamanın yanı sıra yan sanayinin ve ekonomimizin gelişimini de destekliyoruz. Üretim aşamalarımızı daha sürdürülebilir kılmak için fabrikalarımızı dönüştürüyoruz.

Tüketiciler klima satın alırken en çok hangi özelliklere dikkat ediyor? En çok hangi satın alma kanalını tercih ediyorlar?

Tüketiciler klima satın alırken enerji verimliliği, filtre sistemleri, gürültü seviyesi gibi temel teknik özelliklere dikkat ediyorlar. Bu unsurlar tüketicilerin konforunu artırmak, uzun vadede masrafını azaltmak ve ürünün optimum performans düzeyine ulaşması için kilit bir rol oynamaktadır. Temel teknik özelliklerin yanı sıra tüketiciler ayrıca çevreye zarar vermeyen ve yüksek enerji verimli ürünlere ilgi gösterme eğilimindedir. Tercih edilen satın alma kanalları arasında çevrimiçi platformların son zamanlarda yükselişte olduğunu görüyoruz. Bunun nedeni geniş ürün yelpazesi, diğer tüketici değerlendirmelerine erişim kolaylığı ve teknik özellik karşılaştırma seçenekleri gibi avantajlar sunarak tüketicilere daha bilinçli bir alışveriş deneyimi sağlamasıdır.

Klima ürünlerinde çevre ve doğa koruma özellikleri olarak hangi teknolojiler öne çıkıyor? Bu teknolojiler tüketiciler tarafından nasıl karşılanıyor? Satın almada bir tercih sebebi oluşturuyor mu?



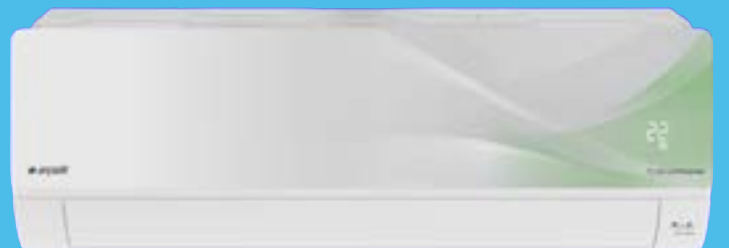
Mehmet Tüfekçi
Arçelik Türkiye Kıdemli Pazarlama Direktörü

Klima pazarında enerji verimliliği yüksek, ekolojik ayak izini azaltan ve dönüştürülmüş malzemelerden oluşturulmuş ürünler öne çıkıyor. Tüketicilerimizin akıllı iklimlendirme ürünlerine ilgisinin artacağını öngörüyoruz. Arçelik olarak çevreci ve enerji verimli R32 soğutucu akışkanını kullanarak Türkiye’de bir ilke imza attık ve ürün portföyümüzü bu yenilikçi akışkanla çalışabilen bir formata dönüştürdük. Bu akışkan sayesinde ürünlerimizin enerji verimliliğini artırırken aynı zamanda kompresör garanti süresini ön koşulsuz 10 yıla çıkarma başarısını elde ettik.

Klima satışları sonrası montaj süresince ne türlü sorunlarla karşılaşıyorsunuz? Bunun çözümü için önerileriniz var mı?

Klima satışları sonrası montaj sürecinde karşılaşılabilecek potansiyel sorunlar genelde yetkilendirilmemiş servis kullanımı ya da yanlış montajdan kaynaklanmaktadır. Arçelik, müşterilerine yönelik sunduğumuz ücretsiz keşif hizmeti ile klima modelinin doğru kapasiteyle seçilmesini, uygun duvar montajının sağlanmasını ve tüm işlemlerin yönetmeliklere uygun olarak gerçekleşmesini temin ediyor.

Yetkilendirilmiş servis kullanılması olası hataları en aza indirerek güvenilir ve uzun ömürlü bir kullanım sağlamaktadır. Ek olarak yetkili servis ekiplerimize düzenli eğitim vererek teknik bilgilerini güncel tutarken müşterilerimize düzenli bakım ve kullanım rehberi sağlayarak klima sistemlerini daha etkili bir şekilde yönetmelerine destek oluyoruz. Böylece müşterilerimiz, olası sorunlara karşı daha bilinçli bir yaklaşım benimsemektedirler.



2024 model **simfer** Klimalar ile



A++SOĞUTMA
ENERJİ SİSTEMİ



ÇEVRE DOSTU
SOĞUTUCU AKIŞKAN



YÜKSEK PERFORMANSLI
MOTOR GÜCÜ



KENDİ KENDİNİ
TEMİZLEME

Her mevsim
ideal ısıınızda
kalın...



simfer

47
yıl

Kullanıcılarımızın yaşam kalitelerini artırmak ve sağlıklı kalmalarını sağlamak için çalışıyoruz

Türkiye klima pazarını genel olarak değerlendir misiniz? Son dönemde ne tür değişimler oldu, sektörde nasıl bir eğilim söz konusu?

Bağımsız pazar araştırma kuruluşu GfK'nın verilerine göre toplam klima pazarı 2023 yılında bir önceki yıla göre yüzde 68 büyüyerek toplamda 1,2 milyon adetlik hacme ulaştı. Pazardaki satışların yüzde 67'sinin geçtiği bayi ve kurumsal mağazaların büyüme oranı da bir önceki yıla göre yüzde 73 oldu.

Pazarda tüketicilerin en çok 12 bin BTU kapasiteli klimaları tercih ettiğini; fakat aynı zamanda da geçen yıla göre daha yüksek BTU'lu klimaların büyüme trendinde olduğunu gözlemledik.

Klima pazarındaki genel konumunuz nedir? Hangi ürünleriniz ile öne çıkıyorsunuz, fark yaratıyorsunuz?

Vestel olarak klima pazarında 2023'te bir önceki yıla göre adet bazında yaklaşık yüzde 74'lük bir büyüme kaydettik. 2023 yılında bir önceki yıla göre adet bazında en çok büyüyen segment olan 24 bin BTU ve üzeri segmentte payını en çok artıran marka olduk. 2023 yılı verilerine göre pazarda en çok Flora Doğa Inverter Wi-Fi serimizle öne çıktık.

Pazarda tüm klimalarımızda bulunan inverter kompresör, Wi-Fi özelliği ve özel filtrelerimizle fark yaratıyoruz. Kullanıcılarımız, Wi-Fi özelliği sayesinde 'Evin Akıllı' uygulamamızdan kontrol edebildikleri klimalarımızın 'Akıllı Fatura' özelliği ile uygulama üzerinden tüketim limitlerini belirleyebiliyor, bu sayede faturalarını kontrol altında tutuyorlar. En çok tercih edilen serimizde yeşil çaydaki doğal antioksidan olan kateşin maddesinin bulunduğu hava filtreleri kullanıyoruz. Böylelikle kullanıcılarımızın soludukları havadaki parçacıkların uzaklaştırılmasına ve kokuların nötralize edilmesine yardımcı oluyoruz.

Tüketiciler klima satın alırken en çok hangi özelliklere dikkat ediyor? En çok hangi satın alma kanalını tercih ediyorlar?

Kullanıcılarımızın bizim klimalarımızı tercih etmesindeki başlıca nedenler, Wi-Fi özelliği ile uzaktan kontrol edilebilmeleri, 'Evin Akıllı' uygulamamız üzerinden fatura takibi yapıp ve fatura limiti koyabilmeleri olarak sıralanıyor. Bunlara ek olarak renk alternatiflerimiz ve tasarımlarımız da kullanıcılarımızın nezdinde tercihlerini etkileyen diğer önemli faktörler. Satın alma kanallarında da kullanıcıların daha çok bayileri ve kurumsal mağazaları tercih ettiğini görüyoruz.

Klima ürünlerinde çevre ve doğa koruma özellikleri olarak hangi teknolojiler öne çıkıyor? Bu teknolojiler tüketiciler tarafından nasıl karşılanıyor? Satın almada bir tercih sebebi oluşturuyor mu?

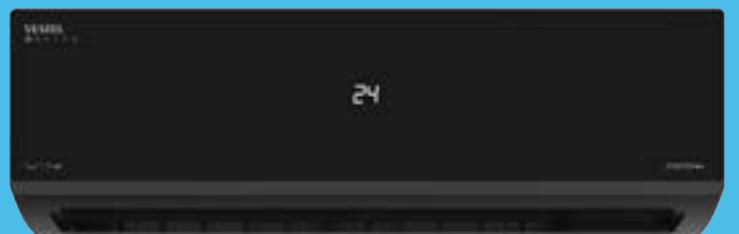
Klimalarımızda 'yeni nesil çevreci gaz' olarak adlandırılan 'R32'yi kullanıyoruz. Bu gazın ozon tabakasına hiçbir zararı bulunmuyor. R32 aynı zamanda yüksek enerji verimliliği, soğutma kapasitesi ve termal iletkenlik de sağlıyor. Klimalarımızda bulunan 'Enerji Tasarrufu Modu' ile optimum konfor sağlarken klimanın elektrik tüketimini de yüzde 30'a kadar azaltabiliyoruz. Aynı zamanda 'Akıllı Fatura' teknolojisi sayesinde tüketicilerin koyduğu limitler doğrultusunda enerji tasarrufunu teşvik ediyoruz. Vestel kullanıcıları satın aldıkları ürünlerin kendilerine olduğu kadar doğaya da faydalı olmasına önem veriyor, bu noktada ürünlerimizin çevre ve doğa dostu olması onların tercih özelliklerinin başında geliyor. Klimalarımızdaki Wi-Fi bağlantı üzerinden uzaktan kontrol özelliği de kullanıcılara büyük konfor sağlıyor.

Klima satışları sonrası montaj süresince ne türlü sorunlarla karşılaşıyorsunuz? Bunun çözümü için önerileriniz var mı?

Klima pazarında satış sonrası hizmetler büyük önem teşkil ediyor. Hem klima montajı öncesi yapılacak elektrik bağlantısı sürecinde hem de montaj anında yetkinlik isteyen bir kurulum süreci var. Bu noktada kullanıcıları doğru bilgilendirmek çok önemli, montaj öncesi gerekliliklerin tamamlanması için müşteri hizmetlerimiz gerekli bilgilendirmeleri sağlıyor. Montaj anında da yetkili servislerimiz tarafından kurulum sorunsuz tamamlanıyor.



Tarık Leloğlu
Vestel Satış Genel Müdürü



BAŞLATIN, DURDURUN, KONTROL EDİN ARACINIZIN ŞARJI VESTEL'LE TELEFONUNUZDA

Evin Akıllı Uygulaması üzerinden kontrol edebileceğiniz
Vestel EVC04 Smart, sizleri bekliyor.



Evin Akıllı uygulaması
App Store ve
Google Play Store'da

Görseldeki model, 20292744 kodlu Vestel Elektrikli Araç Şarj İstasyonu EVC04 Smart 22kW Kablosuzdur. Ayrıntılar vestel.com.tr’de dir.

Klimalar gelişmiş sensörler ve yapay zeka analizleri ile tüketici davranışlarını öğrenecek

Türkiye klima pazarını genel olarak değerlendir misiniz? Son dönemde ne tür değişimler oldu, sektörde nasıl bir eğilim söz konusu?

Türkiye'de klima pazarı son yıllarda önemli bir büyüme kaydetti ve bu büyümede çeşitli faktörler etkili oldu. Öncelikle, küresel ısınmanın etkisiyle gelişen iklim şartları, tüketicilerin yaz aylarında klima talebini artırdı. Son birkaç yılda ülkemizde yaşanan olağanüstü sıcak günler ve 2023 yılının küresel boyutta tarihteki en sıcak yıl olarak kayıtlara geçmesi, klima kullanımını daha da zorunlu hale getirdi diyebiliriz.

Teknolojinin ilerlemesiyle birlikte sektörde de önemli değişimler yaşandı. Yüksek enerji verimliliğine sahip ve çevre dostu ürünler, tüketicilere enerji tasarrufu sağlarken aynı zamanda çevresel etkileri de azaltmıştır. Bununla birlikte internete bağlanabilme özelliği ile klimalar, akıllı telefonlar veya diğer cihazlar üzerinden uzaktan kontrol edilebilir hale gelerek kullanıcıların yaşamını kolaylaştırmaktadır. Bu teknolojik gelişmeler tüketicilerin mevcut klimalarını yenileme motivasyonlarını artırarak daha sürdürülebilir seçimlere yönelmelerini sağlamaktadır.

Sonuç olarak, Türkiye'de klima pazarı hem iklim koşullarının etkisiyle hem de teknolojik gelişmeler ve ekonomik faktörlerle birlikte sürekli büyümeye devam ederken tüketicilerin ihtiyaçları ve beklentileri doğrultusunda sektördeki eğilimlerin şekillendiği görülmektedir.

Klima pazarındaki genel konumunuz nedir? Hangi ürünleriniz ile öne çıkıyorsunuz, fark yaratıyorsunuz?

Klima pazarında, beyaz eşyada sahip olduğumuz güçlü konumun görece olarak gerisinde olsak da, çok güçlü bir potansiyele sahip olduğumuzu söyleyebiliriz. Mevcut konumumuzu güçlendirmek ve pazarda daha etkili bir şekilde var olmak için stratejik değerlendirme ve çalışmalarımızı sürdürmekteyiz.

Ürünlerimiz arasında öne çıkan ve fark yaratan noktalar arasında yüksek enerji verimliliği, sessiz çalışma, estetik ve modern tasarım ve internet bağlantısı ile uzaktan erişim gibi özellikler yer almaktadır.

A+++ yüksek enerji verimliliği ve çevre dostu ürünlerimiz ile tüketicilerimize enerji maliyetlerinden tasarruf sağlarken, performanstan ödün vermeyen sessiz çalışma özelliğine sahip klimalarımız ile ev ve ofis ortamındaki konforlarını arttırmayı amaçlıyoruz.

Tüketiciler klima satın alırken en çok hangi özelliklere dikkat ediyor? En çok hangi satın alma kanalını tercih ediyorlar?

Tüketiciler klima satın alırken en çok soğutma/ısıtma kapasite, enerji sınıfı ve hava kalitesini artıran hijyen odaklı özelliklere dikkat etmektedir. Klimanın iklimlendireceği alanın büyüklüğüne uygun olması için bu gereksinimi karşılayacak kapasitede olması önemlidir. Bununla birlikte Covid sonrasında hijyen konularına olan hassasiyetin artmasıyla birlikte, hava kalitesini artıran fonksiyonların önemi daha da belirgin hale gelmiştir.



Ahmet Ziya Demir
BSH Türkiye Kıdemli Ürün Pazarlama Müdürü

Ayrıca satın alma tercihinde fiyat seviyesi ve yaygın yetkili servis ağı mevcudiyeti de en az bu özellikler kadar önem arz etmektedir. Bunun nedeni klimanın satış sonrası hizmetlerinin satın alma sürecinin önemli bir kısmını oluşturmasından kaynaklanmaktadır.

Tüketiciler, satın alma öncesinde genellikle ürünleri internet ortamında araştırıp çeşitli karşılaştırmaları yaptıktan sonra, satın alma işlemlerini çoğunlukla üreticilere ait mağazalardan gerçekleştirmektedirler.

Klima ürünlerinde çevre ve doğa koruma özellikleri olarak hangi teknolojiler öne çıkıyor? Bu teknolojiler tüketiciler tarafından nasıl karşılanıyor? Satın almada bir tercih sebebi oluşturuyor mu?

Klimaların enerji verimliliğini artıran inverter teknolojisi ve daha az sera gazı emisyonuna sahip R32 gazı gibi gelişmeler, sektörde son yıllarda öne çıkan önemli özellikler arasında yer almaktadır. Üreticiler, tüketicilere bu ürünlerin çevre ve doğa dostu avantajlarını vurgulayarak, bu teknolojilere geçmelerini teşvik etmektedirler. Son zamanlarda tüketicilerin çevre bilinci ve farkındalığının arttığını gözlemliyoruz. Bu nedenle, çevre dostu özelliklere sahip klimaların tercih sebebi haline geldiğini görmekteyiz.

Çevre Dostu ve Ekonomik İklimlendirme



KMSAC-18 INVERTER Klima, 18000 BTU



Çoklu Fan Hızı
ve Turbo Mod



Uyku Modu ve
Programlanabilir



Ücretsiz
Kurulum



KMSAC-18 Inverter Split Klima, çevre dostu **R32 gaz** ve **DC Inverter** Kompresör teknolojileri ile yüksek verimde düşük enerji sarfiyatı sağlar.

HAC Air Coolerlar geniş su haznesi ve 2 adet buz aküsü ile havayı kurutmadan evinizi iklimlendirir.

KMPAC-7
Portatif Klima

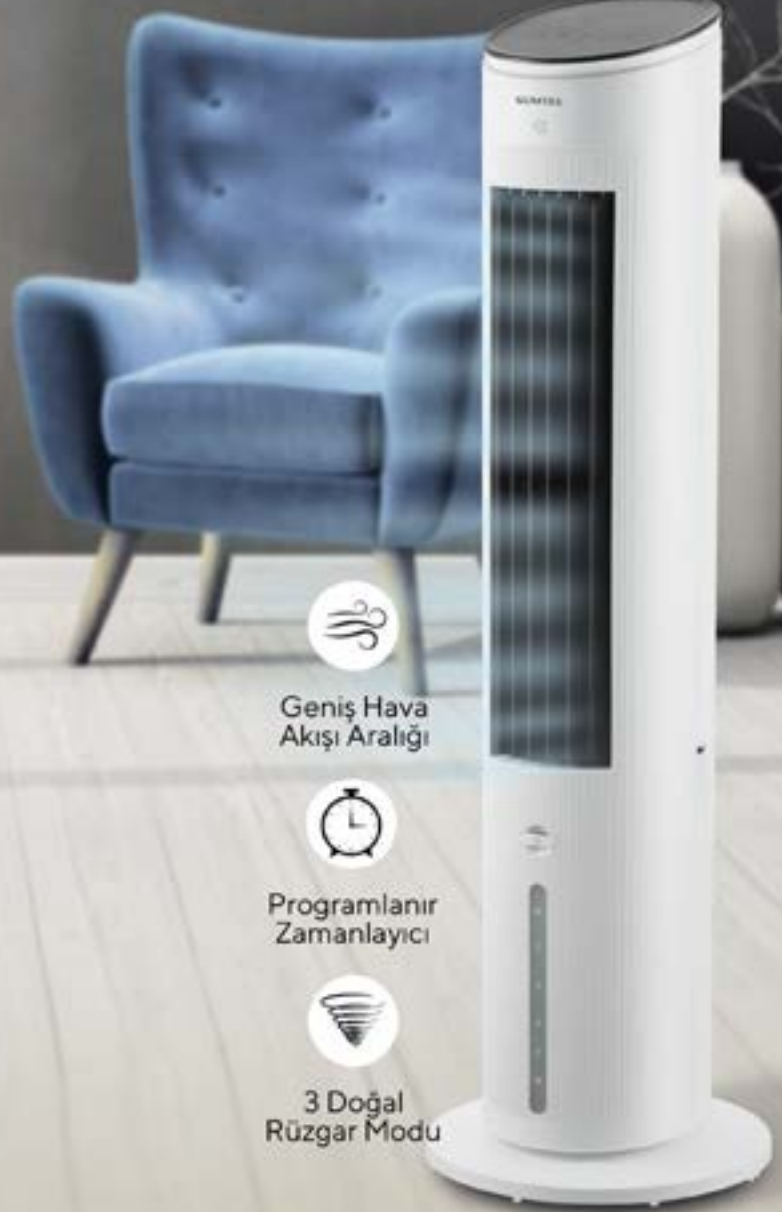


**Yeni
ürün**

HAC-02
Air Cooler



HAC-01 Air Cooler



Geniş Hava
Akışı Aralığı



Programlanır
Zamanlayıcı



3 Doğal
Rüzgar Modu

KUMTEL®

Yapay zeka, kişisel konforu optimize etmek için giderek daha fazla kullanılacak

Türkiye klima pazarını genel olarak değerlendir misiniz? Son dönemde ne tür değişimler oldu, sektörde nasıl bir eğilim söz konusu?

Türkiye klima pazarı son yıllarda önemli değişimler yaşadı. Pandemi süreciyle birlikte iç mekan hava kalitesine olan talep arttı ve bu durum, kullanıcıların klima tercihlerini etkiledi. Artık tüketiciler, sadece soğutma veya ısıtma ihtiyacıyla değil, aynı zamanda sağlık odaklı çözümler arayarak klima satın alıyorlar. Bu değişimle birlikte, filtreleme teknolojileri ve sağlık odaklı özellikler klima tercihlerinde belirleyici hale geldi. Ayrıca, villa tipi projelerdeki artış da sektördeki eğilimlerden biri oldu.

Klima pazarındaki genel konumunuz nedir? Hangi ürünleriniz ile öne çıkıyorsunuz, fark yaratıyorsunuz?

Samsung olarak klima pazarındaki konumumuz, yenilikçi teknolojilerle donatılmış gelişmiş performanslı ürünlerimizle öne çıkan öncü bir marka konumunda ve Türkiye'de önemli bir yere sahip. Ürün yelpazemizdeki özellikle PM 1.0 Filtre, WindFree™ serisi ve b.i.ot gibi özelliklerle, kullanıcıların ihtiyaçlarını karşılayan ve yaşam kalitelerini artıran çözümler sunuyoruz. Bu özelliklerle, sadece bir klima değil, iç mekan hava kalitesini artıran, enerji tasarrufu sağlayan ve kullanıcıya konforlu bir yaşam tarzı sunan bir çözüm sunuyoruz. Bu sayede, sektördeki farkımızı ortaya koyarak tüketicilerin tercihlerinde öncü bir rol oynuyoruz.

Tüketiciler klima satın alırken en çok hangi özelliklere dikkat ediyor?

Klima satın alırken tüketicilerin en çok dikkat ettikleri özellikler arasında enerji verimliliği, performans, iç hava kalitesi iyileştirme özellikleri ve kullanım kolaylığı bulunuyor. Özellikle, enerji tasarrufu sağlayan modeller ve çevre dostu özellikler tercih ediliyor. Ayrıca, akıllı kontrol sistemleri, Wi-Fi bağlantısı gibi teknolojik özellikler de giderek daha fazla talep görüyor.

Satın alma kanalı tercihlerine gelince, tüketicilerin birçoğu hem online hem de fiziksel mağazalardan alışveriş yapmayı tercih ediyor. Online alışveriş, genellikle ürünlerin fiyatlarını karşılaştırmak ve çeşitli seçenekleri incelemek için tercih edilirken, fiziksel mağazalarda ürünleri görerek deneme şansı bulunması tüketiciler için önemli bir avantaj sunuyor.

Klima ürünlerinde çevre ve doğa koruma özellikleri olarak hangi teknolojiler öne çıkıyor? Bu teknolojiler tüketiciler tarafından nasıl karşılanıyor? Satın almada bir tercih sebebi oluşturuyor mu?

Samsung'un klima ürünlerinde çevre ve doğa koruma odaklı teknolojiler, tüketiciler tarafından büyük bir ilgiyle karşılanıyor çünkü bu özellikler, doğayı korurken enerji tasarrufu sağlıyor. Örneğin, WindFree teknolojisi, serinlik hissi yaratırken rüzgar hissi olmadan çalışarak enerji tüketimini azaltıyor ve iç mekanın daha homojen bir şekilde soğutulmasını sağlıyor. Bununla birlikte, Varlık Sensörü gibi akıllı özellikler, klimanın kullanıcı konforunu artırırken aynı zamanda enerji tasarrufu sağlayarak çevreye duyarlı bir yaklaşım sergiliyor. Samsung'un invertör teknolojisi ise enerji verimliliğini artırarak çevresel etkileri en aza indiriyor ve iç mekan sıcaklığını daha istikrarlı bir şekilde kontrol ediyor. Bu çevre dostu özellikler, tüketicilerin çevre bilincine katkıda bulunurken aynı zamanda enerji maliyetlerini düşürerek tasarruf sağlamlarına olanak tanıyor.



Ekin Tezeren

Samsung Electronics Türkiye Klima Sistemleri Direktörü

Önümüzdeki dönem için öne çıkacak teknolojiler nelerdir?

Günümüzde öne çıkan teknolojiler arasında yapay zeka odaklı çözümler büyük bir öneme sahip. Yapay zeka, klima sistemlerinde kişisel konforu optimize etmek için giderek daha fazla kullanılacak. Samsung'un WindFree™ Elite PM 1.0 kliması, bu alanda önemli bir örnek teşkil ediyor. Yapay zeka teknolojisi, kullanıcıların tercihlerini analiz ederek en uygun soğutma modunu otomatik olarak belirliyor. Bu yenilikçi özellik, ortamın sıcaklık ve nem dengesini sürekli olarak izleyerek ideal konfor koşullarını sağlıyor.

Ayrıca, WindFree™ İyi Uyku modu, gece boyunca hava akımını düzenleyerek uyku kalitesini artırıyor. Bu mod, vücut sıcaklığını dengeleyerek derin ve kesintisiz bir uyku deneyimi sunuyor. Klimanın "akıllı göz" özelliği ise odadaki kişilerin konumunu algılayarak hava akışını buna göre ayarlıyor. Bu sayede, kullanıcılar doğrudan hava akımına maruz kalmadan ideal bir konfor sağlanıyor.

Yapay zeka destekli klima sistemleri, kullanıcıların ihtiyaçlarına daha hassas bir şekilde yanıt vererek enerji tasarrufu sağlıyor ve kişiselleştirilmiş bir konfor deneyimi sunuyor. Bu teknolojiler, gelecekte klima sektöründe önemli bir yer edinecek ve kullanıcıların yaşam kalitesini artırmaya devam edecek.

Klima satışları sonrası montaj süresince ne türlü sorunlarla karşılaşılabilir? Bunun çözümü için Samsung olarak önerileriniz var mı?

Klima satışları sonrası montaj sürecinde bazı sorunlarla karşılaşılabilir. Bu sorunlar genellikle montajın doğru şekilde yapılmaması veya klima seçimiindeki hatalardan kaynaklanıyor. Ancak Samsung'un Görüntülü Keşif Hizmeti, bu sorunları önlemek için önemli bir çözüm sunuyor. Bu hizmet, kullanıcının evinin veya iş yerinin ihtiyaçlarına en uygun klima modelini belirlemek için ücretsiz uzman desteği sağlıyor. Görüntülü bağlantı aracılığıyla yapılan keşif sayesinde, montaj öncesinde doğru klima seçimi ve uygun montaj süreci sağlanıyor. Bu şekilde, klima satışları sonrası montaj sürecinde yaşanabilecek sorunlar minimize ediliyor ve müşteri memnuniyeti artıyor.



YAŞAM KALİTENİZİ ARTIRAN PIŞIRME TEKNOLOJİLERİ

Hoover ankastre ürünler yüksek performans, dayanıklı ve uzun ömürlü kullanım ile üst düzey pişirme deneyimi sunuyor.

- Hydro Easy Clean ile kolay fırın temizliği
- Teleskopik raf sistemi ile fırın tepsisi ve ızgaraların kolay kullanımı
- Döküm ocak ızgaraları
- Çift halkalı büyük göz ile güçlü ocak gözleri
- hOn Uygulaması sayesinde ek tariflere erişim



Önümüzdeki yıllarda çevreye daha duyarlı klimalar kullanılacak

Türkiye klima pazarını genel olarak değerlendir misiniz? Son dönemde ne tür değişimler oldu, sektörde nasıl bir eğilim söz konusu?

Türkiye split klima pazarı geçen yıl, bir önceki yıla göre %20 büyüdü. Bunda sıcak geçen sezonun yanında deprem bölgesinden konteynırlar için klima talebinin de etkisi oldu. Klima artık lüks bir ürün olarak algılanmıyor. Sahiplik oranının henüz çok düşük olması, eski tip klimaların yeni sezonsal inverter ürünlerle değişimi gibi nedenlerle pazarın önü çok açık. Tüketicilerin satın alma kabiliyeti arttıkça Türkiye'de klima pazarının çok hızlı büyüyerek birkaç yıl içerisinde 2 milyon adede ulaşacağını öngörmekteyim.

Klima pazarındaki genel konumunuz nedir? Hangi ürünleriniz ile öne çıkıyorsunuz, fark yaratıyorsunuz?

Airfel bildiğiniz gibi DAIKIN'ın bir markası. DAIKIN ev tipi klimalardaki toplam ile Türkiye pazarında ilk 3 de yer alıyor. Yine ev ve ofislerde kullanım kolaylığı olan mobil klimalarımız pazarda çok rağbet görüyor. Multi split klimalarımızla bir dış üniteye 5 adete kadar iç ünite bağlanabilen çoklu ürün çeşidimiz yeni projelerin gözdesi. 3 ayrı kapasitedeki salon tipi klimalarımızla (24.000 BTU-42.000 BTU-48.000 BTU) ve iki ayrı kapasitedeki (24.000 BTU-48.000 BTU) kaset tipi klimalarımızın satış adetleri her yıl hızla artmaktadır.

Tüketiciler klima satın alırken en çok hangi özelliklere dikkat ediyor? En çok hangi satın alma kanalını tercih ediyorlar?

Bizde klima talebinin büyük bir kısmı sıcaklar bastırınca, son dakika alınıyor. Marka bilinirliği ve fiyat-kalite dengesi de tüketici için önemlidir. Ürünün sezonsal inverter olması, filtre kalitesi, düşük sıcak havalarda ve aşırı sıcak havalarda çalışabilmesi, zamanlayıcı (timer) özelliklerinde olması isteniyor. Ülkemizdeki satın alma kanallarının başında beyaz eşya bayileri geliyor. Talebin yaklaşık %50'si bu kanaldan karşılanıyor. %25'i klima bayilerinden, %25'i de inşaat projeleri, marketler ve internet aracılığı ile tüketicilere ulaşıyor.

Klima ürünlerinde çevre ve doğa koruma özellikleri olarak hangi teknolojiler öne çıkıyor? Bu teknolojiler tüketiciler tarafından nasıl karşılanıyor? Satın almada bir tercih sebebi oluşturuyor mu?

Klimanın çevre dostu olması çok önemlidir. Tabii ki çevre içinde en önemli klimalarda kullanılan gaz, eski tip klimalarda R22 ve R410 gazı kullanılıyordu. Şu anda R32 gaza geçildi. R32 çevreye diğer soğutucu gazlara oranla çok daha az zarar veriyor. Çevre dostu soğutucu gaz ile üretilen klimalar tüketici için tercih sebebi olmakla birlikte yasalarımızla da kullanımı teşvik ediliyor.

Önümüzdeki dönem için öne çıkacak teknolojiler nelerdir?

Önümüzdeki yıllarda iklim anlaşmalarının da etkisiyle çevreye daha duyarlı klimalar ön plana çıkacaktır. Estetik görünüm, fonksiyonel kullanım ve yapay zeka ile desteklenmiş teknolojilerin kullanıldığı yeni ürünler tüketicilerin beğenmesine sunulacaktır.



Ali Canitez
Panalı A.Ş. Genel Müdürü

Klima satışları sonrası montaj süresince ne türlü sorunlarla karşılaşıyorsunuz? Bunu çözümü için önerileriniz var mı?

Airfel markalı klimaların satış sonrası montajlarını bildiğiniz gibi Daikin servisleri yapıyor. Daikin'in ülkemizin dört bir yanında örgütlenmiş servis ağı sayesinde satış sonrasında sıkıntı yaşamıyoruz. Bizim servislerimiz sadece klimaya hizmet verdikleri için, beyaz eşya servisi de yapan diğer birçok markaya göre avantajlarımız var. Sezonun en çok kısa bir aralığına sıkışan yoğunluğu da joker servislerimiz vasıtasıyla çözüyoruz.



Klima pazarında akıllı cihazlar ön plana çıkacak

Türkiye klima pazarını genel olarak değerlendirir misiniz? Son dönemde ne tür değişimler oldu, sektörde nasıl bir eğilim söz konusu?

Türkiye klima pazarı özelinde baktığımızda 2023 yılında sektör büyümesi %70 civarında gerçekleşti. 2024 yılında pazar adetlerinin en az 2023 yılı kadar olacağını öngörmekteyiz. Ayrıca Avrupa'da satış ivmesi hızla artan portatif klimalar Türkiye pazarında da büyüme etkisini gösterecektir.

Klima pazarındaki genel konumunuz nedir? Hangi ürünleriniz ile öne çıkıyorsunuz, fark yaratıyorsunuz?

Klima pazarında geleneksel kanala ürün tedariki yapan bir pozisyondayız. Klima ürünlerinde TCL klima ürünleri özelinde giriş segment cihazlarımızda bile standart wifi, 3 yöne otomatik salınım gibi diğer markaların orta ve üst segmentlerinde yer alan özellikleri sağlayabiliyoruz. Ayrıca piyasada taze hava sağlayan duvar tipi tek split klima olan Fresh-air serisi ürün gamımızda yer almaktadır. Ayrıca geçen seneden farklı olarak bu yıl ürün gamımıza multi klima, portatif ve salon tipi klimaları ekleyerek zenginleştirdik. Aynı şekilde ara bir BTU olan 15.000 BTU klima ürünümüzü de bu sene satışa açmış bulunmaktayız. Samsung klima ürün gamımız wind free özelliği ile öne çıkan bir diğer markamızdır. Altus klima ürün grubunda ise 9000 BTU'dan 24.000 BTU'ya kadar ürün segmenti ile klima tedarikimiz devam etmektedir.

Tüketiciler klima satın alırken en çok hangi özelliklere dikkat ediyor? En çok hangi satın alma kanalını tercih ediyorlar?

Enerji verimliliği yüksek, düşük ses düzeyinde çalışan, tasarımı şık ve akıllı ev sistemlerine uyumlu wifi özelliği ile uzaktan erişim imkanı

olan cihazlar tüketici tarafından tercih sebebi olmaktadır. En çok tercih edilen satış kanalını %90 oranında geleneksel kanal bayileri olarak gözlemliyoruz.

Klima ürünlerinde çevre ve doğa koruma özellikleri olarak hangi teknolojiler öne çıkıyor? Bu teknolojiler tüketiciler tarafından nasıl karşılanıyor? Satın almada bir tercih sebebi oluşturuyor mu?

Giriş ve orta segment cihazlarımız soğutmada A++ verimli ve çevre dostu R32 gazlıdır. Üst seviye cihazlarımızda A+++ enerji verimliliğine çıkabilmekteyiz. Enerji maliyetleri her geçen gün yükseldiği için enerji verimliliği olan cihazlara talepler artma eğilimi gösteriyor.

Önümüzdeki dönem için öne çıkacak teknolojiler nelerdir?

Mevcut duvar tipi klima cihazları sadece taze hava sağlarken yeni nesil serilerimizde önümüzdeki dönemde iç mekanlardaki kirli havayı dışarı atma özelliğine de sahip olacaktır. Salon tipi cihazlarda da taze hava özellikli ürünleri de Türkiye'ye getirmeyi planlıyoruz. Ayrıca yukarıda belirttiğimiz üzere akıllı cihazlar öne plana çıkacak ve alım nedeni oluşturabilecek yenilik olarak göze çarpıyor.

Klima satışları sonrası montaj süresince ne türlü sorunlarla karşılaşılıyorsunuz? Bunun çözümü için önerileriniz var mı?

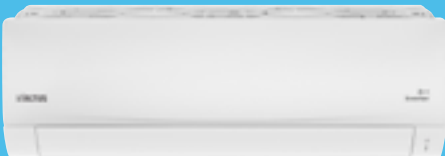
Klima günlük ihtiyaçlardan biri haline geldi fakat kullanıcılara bu ürünleri en çok ihtiyaçları olduğu zaman değil, bütçeleri en müsait olduğunda tedarik etmelerini önerebiliriz. Bizim özellikle sezonda klima montaj konusuna olan çözümümüz servis ağıımıza daha fazla yatırım yapmak ve tüketiciye en hızlı kurulum desteği sağlamak olduğunu söyleyebiliriz.



Bülent Koç
Gürses Kurumsal Pazarlama Müdürü

Markanızın tüketiciye ulaşması konusunda yaptığınız özel çalışmalar nelerdir?

Bu konuda farklı iletişim kanallarını kullanmaktayız. Bunları gerek satış noktalarında bayilerimizdeki ürün görünürlüğünü artırıcı stant ve teşhir çalışmaları gerekse de çizgi üstü influencer iletişimleri, açık hava reklamcılığı ve yaz döneminde en çok dinlenen radyo programlarında sponsorluk gibi farklı mecralarda çalışmalarla da destekliyor olacağız.



Altus, yaşam tarzınıza uygun teknolojiler sunmaktan

iyi anlar

✓ALTUS

Arçelik
Servis
Garantisi



altus.com.tr
0850 210 0 888



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 Num
/ 0532 413 43 63

/ gurseskurumsal

/ gurseskurumsal

Koç

Arçelik
Servis Garantisi

/ 0850 210 0 888

/ altus.com.tr

/ altustr

✓ALTUS

TCL

İhtiyaçlarınıza Yanıt Verir

T-PRO SERİSİ SPLIT KLİMA



Turbo Soğutma

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

Hafif Serin Üfleme

Hafif Serin Üfleme Kanatçıkları



Enerji Etiketli
C-Fresh



Enerji Etiketli
T-Pro

T-PRO Serisi

Split Klima



Sökme + Takma = 20 Saniye

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



Kolay Ayrılabilir Alt Plaka

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



Yoğun Sağlıklı Filtre Sistemi

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

GÜRSES
KURUMSAL

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

f gurseskurumsal
g gurseskurumsal
0532 413 43 63

Türkiye'nin en köklü üretici firmalarından biri olan Sersim yeni markaları Tecna ve Usto ile iç piyasaya açılıyor!

Türkiye'nin ilk 500 sanayi kuruluşu arasında yer alan Sersim emin adımlarla büyümeye devam ediyor. 1977 yılında kurulan Sersim, 2000'den fazla çalışanı ve 47 yıllık tecrübesi ile toplam 215.000 m2 alandaki fabrikalarıyla dünyanın saygın ve güvenilir pişirici ve soğutucu üreticileri arasında yer alıyor.

sersim

215.000 m²

ÜRETİM ALANI

SOĞUTUCU

PİŞİRİCİ



150'den fazla ülkeye ihracat yapan Sersim, 1200'den fazla müşterisinin üretim ve satış faaliyetlerini aktif bir şekilde yürütüyor. Şirketin yönetim kurulu başkanı Kayseri'nin köklü sanayicilerinden İbrahim Ustaoglu ve oğlu Mehmet Ustaoglu'yla Sersim'i küresel bir oyuncu olma yolunda hızlı adımlarla büyütüyor. Sersim'in büyüme stratejisiyle doğru orantılı olarak yurt dışı açılımı devam ediyor. Bugün Sersim, İstanbul, Rusya, Almanya, Fransa, İngiltere, İtalya, İspanya ve Çin ofisleriyle küresel pazarda güçlü aktörlerden biri haline gelmiş durumda. Şimdi ise ihracattaki başarısını yeni markası ile taçlandırarak, iç piyasada da ürünlerini tüketiciler ile kavuşturmaya başladı.

Sersim ailesi artık üretici olma şapkasının yanına marka yönetimi gibi çok kritik şapkayı da ekledi. Holdingin ortaya koyduğu stratejik yol haritasının en önemli ürünlerinden biri olan markalaşma, bu zor ve kırılgan dönemde Sersim'in büyüyen yükselişinin en temel gücü olacak. Şirket yetkilileri bu paralelde ürün yönetimi, inovasyon, Ar- Ge ve Ür-Ge, müşteri deneyimi gibi başlıklar dışında pazarlama ve iletişim konularında da ciddi atılımla yapıldığını ve yapılmaya devam edeceğini ifade ediyor.

SERSİM'in yeni markaları TECNA ve USTO, sektörün deneyimli isimlerinden Kubilay YEŞİLMEN'e emanet..

Tecna ve Usto markaları ile piyasaya hızlı giriş yapan tecrübeli üretici Sersim, iç pazarda ürünlerini tüketicilerine en iyi şekilde ulaştırabilmek için profesyonel bir yapılanmaya girdi.



Genel Müdür Yardımcısı

KY: "Ankastre Ocak-Fırın-Davlumbaz başta olmak üzere pişirici grubu ürünler ve derin dondurucu ürünleri, kendi kategorilerinde 1milyon adetlik büyüyen bir pazardır. Bu pazarda iş ortaklarımıza daha hızlı ve verimli hizmet verecek şekilde organizasyon yapımızı hızla büyütüyoruz. Fabrikamızın 47 yılı aşkın üretim tecrübesi, tüketici ihtiyaç ve isteklerini ön plana alarak geliştirdiği çok amaçlı yeni ürünlerle tüketicilerine; pratik ve uzun yıllar kullanacağı ürünler sunuyor. Bu anlamda yerli markamız Tecna ve Usto ile tüketici beklentilerine ve ihtiyaçlarına cevap vermeyi hedefliyoruz. Tüketicie hayatını kolaylaştıran, fayda sağlayan özellik ve teknolojileri uygun fiyatla sunuyoruz. Kaliteyi daima ön planda tutarak oluşturan ürünlerimize tasarlanmaya çok güveniyoruz."

Kubilay YEŞİLMEN kimdir?

Yıldız Teknik Üniversitesinden mezun olup, Makine Yüksek Mühendisi olarak iş hayatına atılan Yeşilmen, 1997 - 2024 yılları arasında sektörün önemli markalarında çeşitli üst düzey görevlerde ve birçok farklı satış kanalında çalışmalarını sürdürmüştür. Aynı zamanda profesyonel KOÇ olan Yeşilmen, en son Regal bayi kanalını ve Telefunken-Finlux distribütör kanalını yönetmiş, uzun yıllar süren tecrübe ve deneyimini şimdi Tecna ve Usto markası için değerlendirmektedir.

Pişirici ürün gamımızın tamamı buhar destekli pişirme özelliği yanı sıra Air Fry pişirme özelliği bulunuyor. Bu üstün özellik sayesinde Fırın temizleme derdini ortadan kaldırarak eşit ısı dağılımı ile tüketiciye konforlu ve hassas pişirme deneyimi sunuyoruz.

-Mutfaklarda nefis lezzetlere sahip olma imkânı yaratıyoruz.

Soğutucu grubunda daha geniş hacimli çekmeceli derin dondurucular ve Peynir saklama özellikli sandık tip derin dondurucular ile rakiplerinden öne çıkıyoruz. Türkiye genelinde satış sonrası ve kurulum hizmeti veren 185 servisle tüketiciye hizmet vermekteyiz.

Özetle; Geçmiş deneyimlerimizi burada değerlendireceğiz. Orta ve uzun vadeli planlar yaptık. 100 SKU üzerinde bir ürün gamı ile iç pazarı domine edeceğiz Pazarda genç ve güçlü bir oyuncu olacağız. Kısa sürede markalarımızı hızlı şekilde pazarda penetre edeceğimizi ve dikkat çeker satışlara imza atacağımızı şimdiden söyleyebilirim.



Ürün gamını geliştirmekteyiz!

Yeni kategoriler oluşturduk. Eski tip ürünlerden yeni tip ürünlere geçtik. Pratikliği artırıcı farklı tasarım ve renkli ürünlerimiz var.

Pişirici ve soğutucu kategorisindeki ürün gamımızı genişletiyoruz. Önümüzdeki dönemde yeni ürünlerimizi tüketicilerimiz ile buluşturmayı hedefliyoruz.

tecna

sersim

Müşterilerine hızlı ve sorunsuz montaj hizmeti sunabilen firmalar öne çıkıyor

Türkiye klima pazarını genel olarak değerlendir misiniz? Son dönemde ne tür değişimler oldu, sektörde nasıl bir eğilim söz konusu?

Geçtiğimiz yaz sezonunda sıcaklıkların mevsim normallerinin üzerinde seyretmesi ve enflasyonist ortamda düşük kredi faizlerinin alım iştahını da arttırması nedeniyle klima talep ve kullanımında yoğun bir artış oldu. Türkiye’de klima pazarı, tüm zamanların rekorunu kırarak 2022 yılına göre %35 arttı. Hem yerli üreticilerin üretim kapasitesi hem de ithalatçı firmaların bulundurduğu stoklar sebebi ile tüketici talepleri yanıtız kalmadı. Burada özellikle müşterilerine hızlı ve sorunsuz montaj hizmeti sunabilen firmalar öne çıktı. Ayrıca, 6 Şubat depremi sonrasında özellikle konteyner kentlerde ısınma ihtiyacının karşılanabilmesi için klimalar tercih edildi. Deprem bölgesinde kurumların toplu alımları da bu seneki pazarı arttıran önemli faktörlerden biriydi.

Klima pazarındaki genel konumunuz nedir? Hangi ürünleriniz ile öne çıkıyorsunuz, fark yaratıyorsunuz?

Daikin Türkiye, hem oldukça geniş ürün gamı hem de geniş servis ağı sayesinde, her bütçe ve ihtiyaca uygun iklimlendirme ihtiyacına çözüm üretebilmektedir. Çoklu marka stratejimizle birlikte tüketici piramidinin her kısmına hitap edebiliyoruz. Amiral gemimiz tabi ki Daikin markamız, bunun yanı sıra Airfel markamızla da pazardan ciddi bir pazar payı alıyoruz. Ayrıca Daikin bayilerinde alternatif olarak satılan Daylux ve direkt son tüketiciye sadece e-ticaret kanalı üzerinden sattığımız Kaira markalarımız da mevcut.

Cihazlarımız patentli hava temizleme teknolojisinden, sıcaklık ve hareket algılayan sensörlere kadar fonksiyonel birçok özelliği klima modellerinde barındırıyor.

Daikin, iklimlendirme başlığı altında ısıtma ve soğutmayı verimli bir şekilde yapabilmenin yanı sıra, iç hava kalitesini de önemser. Bu nedenle neredeyse tüm ürün gamında hava temizleme filtreleri ve beraberinde Daikin’e özel, patentli hava temizleme teknolojisi olan Flash Streamer’i içeren modelleri tüketicileri ile buluşturur. Flash Streamer, elektronların enerjisini kullanarak hava moleküllerinin, kimyasal reaksiyonlarla zararlı partikülleri yok etmesini sağlar. Polen, alerjenler ve diğer zararlı partikülleri parçalar ve rahatsız edici kokuları gidererek daimi temiz hava sunar.

Tüketiciler klima satın alırken en çok hangi özelliklere dikkat ediyor? En çok hangi satın alma kanalını tercih ediyorlar?

Türkiye’de klima satın alınırken dikkat edilen özellikler 5 başlıkta özetlersek şunları söyleyebiliriz; enerji verimliliği, filtreleme teknolojileri, ses seviyesi, hava dağılımı optimizasyonu ve satış sonrası hizmetler yetkinliği. Daikin , A+++ enerji verimliliğine sahip cihazlarıyla standart A++ cihazlara göre önemli ölçüde elektrik tasarrufu sunuyor. Gümüş alerjen, titanyum apetit gibi filtreleme teknolojilerinin yanı sıra, Flash streamer teknolojisiyle iç hava kalitesi konforunu tüketicilere hissettiriyor. Daikin özel tasarım fanlarının da katkı sunarak 19 dB ses seviyesine kadar düşürdüğü ses basıncıyla pazarda sessiz çalışma



Tuncer Gülsaran
Daikin Türkiye Genel Müdür Yardımcısı

konusunda haklı bir üne sahip. Hava dağılımını da 3 boyutlu hava akışı, akıllı göz teknolojileri ile optimize ediyoruz. Ayrıca markamızın tüketici nezdinde yüksek takdir görmesi, dünyada 100. yılını kutlayan köklü bir iklimlendirme markası olmamızın yanı sıra, satış sonrası hizmetlerde yüksek kaliteli hizmet prensibimizden de kaynaklanıyor.

Klima ürünlerinde çevre ve doğa koruma özellikleri olarak hangi teknolojiler öne çıkıyor? Bu teknolojiler tüketiciler tarafından nasıl karşılanıyor? Satın almada bir tercih sebebi oluşturuyor mu?

Düşük küresel ısınma potansiyeline sahip R32 soğutucu akışkanının iklimlendirme sistemlerinde kullanılabilirliği Daikin Ar-Ge’si sayesinde tüm dünyada mümkün olmuştur. 2015 yılından bugüne üretilen Daikin split klimalar, doğaya etkisini eski soğutucu akışkanlara göre 3’te 1 oranında azaltan yeni nesil soğutucu akışkan R32 ile üretilmektedir.

Klima satışları sonrası montaj süresince ne türlü sorunlarla karşılaşıyorsunuz? Bunun çözümü için önerileriniz var mı?

Özellikle sıcak yaz günlerinde artan talepleri karşılayabilmek için yoğun bölgelerde ekip sayımızı gerekirse daha düşük sayıda montaj talebi olan bölgelerden kaydırarak artırıyoruz. Ayrıca tüketicilerin önem verdiği konulardan biri de hızlı montajın yanında, montaj için verilen takvime servis ekiplerinin uyum sağlaması. Bu konuda da call center ekiplerimizin, hem müşteri hem de yetkili servislerle görüşerek koordinasyonu sağlanması için maksimum çaba harcıyor, ekiplerimizi bu doğrultuda eğitiyor ve çağrılarını hızlı ve doğru bilgiyle karşılanması adına dijitalleşmeyle ilgili önemli adımlar atıyoruz.

SATIŞ GÜCÜNÜZ SAHADA FARK YARATSIN!

Türkiye'nin **81** ilinde **2000**'den fazla çalışanımız ile markaların satış performansında fark yaratıyoruz.



Satış Hızını
Artırmak



Sahada Marka
Farkındalığı
Yaratmak



Saha Takibi ve
Ekip Performans
Yönetimi



Rakiplerden
Farklılaşarak
Öne Çıkmak



Alternatif
Satış Kanalları
Geliştirmek



pozitera^{18. Yıl}



444 50 70
www.pozitera.com

Tüketicilerin dikkat etmesi gereken en önemli konu doğru klima seçimi

Türkiye klima pazarı konusundaki genel görüşlerinizi alabilir miyiz?

Türkiye'de klima pazarında ciddi bir rekabet var. Dünyanın en iyi markaları hem kendi markaları ile satılıyor hem OEM olarak satılıyor, dünyada klima üretici sayısı onlar mertebesindeyken, Türkiye de satılan klima marka sayısı yüzler seviyesinde. Türkiye pazarında kalıcı olmak için müşteri memnuniyetini sağlamak çok önemli. Müşteri memnuniyeti birkaç unsurun gerçekleşmesi ile sağlanıyor; ilk önce satış esnasında müşterinin ihtiyacına göre doğru ihtiyacı belirleyip doğru ürünü teklif etmek gerekiyor. Klimayı diğer ürünlerden farklı kılan şey, ihtiyaca göre çok alternatif olması. Doğru kapasite seçiminin yansırsa, klimanın tipi önemli. Kimi müşterinin ihtiyacı portatif klima kiminin duvar tipi split veya multisplit, kimine salon tipi, kaset tipi veya VRF önermek gerekiyor. Bunun için satış yapan personel Teknik olarak donanımlı olması gerekiyor ve müşteriden doğru verileri alıp doğru alternatifleri sunması gerekiyor.

Ücretsiz montaj hizmeti veriliyorsa, satış esnasında taahhüt edilen şartlarda hizmetin sağlanması gerekiyor. Burada hem taahhüt edilen montaj süresine uymak gerekiyor hem de ücretsiz montaj kapsamına giren hizmetlerin verilmesi gerekiyor. Eğer bağlantı borusu uzunluğu için bir üst sınır varsa, bunun montaj esnasında değil, satış esnasında bildirilmesi gerekiyor. Müşteri memnuniyetinin üçüncü önemli ayağı, ürünün uzun süre aynı performansla kullanılması ve bir süre sonra arızalanması halinde hızlı ve uygun fiyatlı bir hizmet alınması.

Tüketicilerin satın alma eğilimleri konusunda neler düşünüyorsunuz?

Her üründe olduğu gibi, tüketici klima satın alırken, ürün fiyatına, marka bilinirliğine, klimanın özelliklerine ve satıcı yönlendirmesine bakar. Klimaları, özellikle beyaz eşya ve elektronik 'ten ayıran en önemli unsur, marka bilinirliğinin payının çok yüksek olmaması. Müşteri beyaz eşya almaya giderken aklında bir marka oluyor ve bu tercihi değiştirmek her zaman kolay olmuyor, Klima seçiminde ise satıcının tavsiye ettiği marka satın alma eğilimindeki en önemli faktör. Bunun dışında, Türkiye de müşteri algısında 3 farklı klima seviyesi var, en üst sıralarda Japon menşeli veya Japon markaları, ikinci sırada Türk menşeli, üçüncü sırada ise Çin menşeli klimalar. Özellikle birinci ve üçüncü seviye müşteri kitlesi birbirinden farklı ve kolay kolay bu 2 seviye arasında geçiş olmuyor, bunun da ana nedeni fiyat farkının çok olmasıdır. Klima seçiminde bir diğer önemli faktör, klima seçimi genellikle erkek tarafından yapılması. Beyaz eşya mutfakta kullanılması nedeniyle daha çok kadınlar tarafından seçilir.

Klima ürünlerinde satış sonrasında en çok hangi şikayetler size ulaşıyor?

Klima arızalarını bu şekilde sıralayabiliriz: hatalı kapasite seçimine bağlı ürünün ısıtmaması veya soğutmaması ayrıca, küçük kapasite kullanılması halinde kompresörün sürekli devrede olmasından dolayı ürünün arızalanması, elektrik dalgalanmalarına bağlı, elektronik kart arızaları Türkiye de sıkça görülen problemler ve montaj hatalarından kaynaklanan arızalar: Suyun akması, gaz kaçağı vs.

Tüketicilerin klima alırken nelere dikkat etmeleri gerekiyor?

Tüketicilerin dikkat etmesi gereken en önemli konu doğru klima seçimi. Örneğin ortam sessiz ise klimanın ses seviyesi bir tercih nedeni olmalı ama ortam sesli bir işyeri ise bu özelliğe hiç bakılmayabilir veya örneğin uzun bir üfleme mesafesine ihtiyaç varsa salon tipi klima seçilebilir. Her koşulda dikkat edilmesi gereken bir konu ise klimanın enerji verimliliği. Klimaların enerji verimliliğini öğrenmek için enerji sınıfı veya EER ve COP değerlerine bakılabilir. COP değeri 5 olan bir klima, 1 Kwatt elektrik harcadığında 5 Kwatt enerji sağlıyor. Bu arada klimaların farklı şartlardaki enerji verimliliği de önemli olduğundan sezonsal verimliliğe (SEER) de bakmak gerekir. Klima alırken tabii ki her dayanıklı tüketim ürününde olduğu gibi servis altyapısına bakmak ve distribütör firmanın geçmişine ve müşterisine verdiği önem.



Chiheb İsmail
HTS Teknik Hizmetler A.Ş. Genel Müdürü

Tüketicilerin klimaları kullanırken nelere dikkat etmeleri gerekiyor?

Klima kullanırken en önemli konu bakımın zamanında yapılması. Filtre temizliği müşteri tarafından her sezon başında yapılması gerekiyor, çok tozlu ortamlarda ise daha kısa aralıklarla yapılmalı. Ayrıca ortamın temizliğine göre 1, 2 veya 3 yılda bir evaporatör ve kondenser temizliğinin kalifiye bir servis tarafından yapılması gerekir. Bir diğer önemli bir konu ise set edilen sıcaklığın çok yüksek veya çok düşük olmamasıdır. Çoğu kullanıcı ısıtma modunda 30 C, soğutma modunda ise 16 C de klimalarını kullanıyor bu da kompresörün durmadan çalışmasına ve kısa sürede arızalanmasına neden oluyor.

Klima satışları sonrası montaj süresince ne türlü sorunlarla karşılaşıyorsunuz? Bunun çözümü için önerileriniz var mı?

Montajda karşılaştığımız sorunlar genellikle uygun klima seçilmemesi, müşterinin klima montajı için düşündüğü yerin uygun olmaması, ilave borulama ücretinin müşteri tarafından kabul edilmemesi, elektrik tesisatı ve dekor işlerinin ücretsiz olmasının talep edilmesi. Bu sorunların önüne geçmek için en önemli adım, bir teknisyen tarafından keşif yapılması veya satışın tecrübeli ve teknik bilgisi olan bir personele yaptırılması.

arnica™

Lezzetli içecekleri her yerde hazırlayın,
*enerji*nizi yanınızda taşıyın!



GO ▶

Kişisel Blender Seti
Blender Set

● GH21410 ● GH21420

3 yıl
garanti



LG Brandshop Desey ile Türkiye'deki LG Brandshop Sayısı 100'e ulaştı

LG, İstanbul Cevahir AVM'de bulunan LG Brandshop Desey'in açılmasıyla, Türkiye'deki mağaza sayısını 100'e çıkardı. Hedef 2024 yılı içerisinde sayıyı 200'e çıkartmak.



LG Electronics (LG), Türkiye'nin yedi bölgesinde bulunan 99 mağazasına bir yenisini daha ekleyerek LG Brandshop sayısını 100'e tamamladı. Bu önemli kilometre taşı, LG'nin Türkiye pazarındaki önemli rolünü ve büyüme potansiyelini vurgularken, şirketin Türkiye pazarındaki tüketicilerine olan bağlılığını da ortaya koyuyor. LG Türkiye'nin 100. mağazasının açılışıyla birlikte marka, ülkeye verdiği uzun vadeli taahhüdünün yanı sıra, Türkiye'deki müşterilere daha yakın olma ve en iyi teknoloji deneyimini sunma kararlılığını bir kez daha göstermiş oluyor.

LG'nin Türkiye'deki başarılı yolculuğunun bir kanıtı olarak gösterilen İstanbul Cevahir Alışveriş Merkezi'ndeki 100. LG mağazası LG Brandshop Desey, şirketin ürün yelpazesinin

genişliğini ve kalitesini Türk tüketicilerine sunma vizyonunun bir ifadesi olarak da öne çıkıyor. Son teknolojiye sahip televizyonlar, beyaz eşyalar, klimalar, ses sistemleri, kablosuz dik süpürgeler, hoparlörler, LG ThinQ özelliği ile uzaktan yönetilebilen cihazlar ve diğer teknolojik çözümlerle donatılan mağaza, tüketicilere LG'nin son teknoloji ürünlerini keşfetme ve deneyimleme fırsatı sunuyor.

LG Brandshop Desey içerisinde bulunan ThinQ Deneyim Alanı ise, adeta teknoloji severlerin buluşma noktası haline geliyor. Tüketiciler ThinQ Deneyim Alanı'nda, hayatlarını kolaylaştıracak ürünleri yakından görmenin yanı sıra, LG'nin çevre ve sürdürülebilirlik adına gerçekleştirdiği çalışmalar ve ürünler hakkında da bilgi sahibi olabiliyorlar.

100. LG Brandshop'un açılışına katılan LG Electronics Türkiye Ev Eğlencesi Elektroniği ve Beyaz Eşya Ürün Grupları Satış Başkanı Bülent Bülbul "Türkiye'deki 100. mağazamızı açmanın heyecanını ve gururunu yaşıyoruz. Bu önemli adım, LG'nin Türkiye pazarındaki güçlü konumunu pekiştirmemizin yanı sıra, müşterilerimize en yeni teknolojileri sunma misyonumuzu da destekliyor. LG olarak, her zaman kalite, inovasyon ve müşteri memnuniyeti odaklı yaklaşımımızdan taviz vermeden büyümeye devam ediyoruz" dedi. LG'nin önümüzdeki dönem planlarından da bahseden Bülbul, "2019 yılı itibariyle mağazalarımızın sayısını artırmak ve Türkiye'nin farklı illerindeki tüketicilerle LG Brandshoplar aracılığıyla buluşmak önceliğimiz haline gelmişti. Bu yıl da bu önceliğimiz devam edecek ve yıl sonuna kadar LG Brandshop sayımızı 200'e çıkartmış olacağız" şeklinde konuştu.



Bülent Bülbul

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

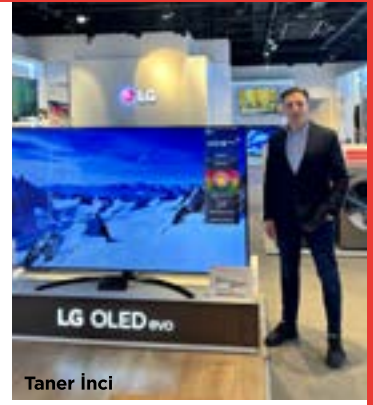


DESEY - İstanbul

Taner İnci

Desey olarak, İstanbul'da beyaz eşya üzerine farklı markalarında bayiliklerini yapan iki ortaklı şirketiz. 25 yıllık sektör tecrübemiz ve 3 farklı mağazamızda LG markasının da bayiliğini yapmaya başladık. LG markasının perakende alanında yüksek hedeflerinin olması, müşteri odaklı politikası ve şirket vizyonunu ortaya koyan bayi odaklı yaklaşımı bizim yatırım kararımızda son derece etkili oldu. Mağazalarımızın açılış sürecinde LG ailesi, özveriyle çalışarak bize destek oldular. Sahayı dinlemek ve saha ile iletişim halinde olmak günümüzün perakende anlayışında en önemli özellik. Perakendecilik alanında müşteri memnuniyeti ve işin sürekliliği büyük bir önem taşıyor. Bu yüzden de LG markasının gelecek dönemde çok daha uzman bir perakende kimliğine kavuşacağını ve verimli ticari politikalar yürütüleceğini düşünüyoruz. Hepimizin var olma amacı müşteri memnuniyeti ve katma değeri yüksek olan ürün satışı gerçekleştirmek. LG yönetiminin de bu hedeflere hizmet eden yönetim anlayışı ile memnuniyet verici bir iş ortaklığımızın başladığını söyleyebiliriz.

Kısa birlikteliğimiz çerçevesinde gördük ki; LG markası müşterilerle ve özellikle yenilenen, sayısı her geçen gün artan mağazalarıyla çok güçlü bir bağ kurmaya yolunda büyük adımlar atmaya devam ediyor. Bizler, bayi olmadan önce de LG'nin ürün gamını ve üstün ürün özelliklerini yakından takip ediyorduk. Özellikle TV alanında dünya çapındaki başarısının yanı sıra beyaz eşya ve klima alanlarında hayatı kolaylaştıran teknolojik ürünlerini hem biz bayiler hem de müşteriler son derece cazip. Uzun yıllar geçmişi olan sektörümüzün lokomotif kanalı geleneksel kanal olduğu biliniyor. Her geçen yıl da geleneksel kanalın gelişen perakendecilik anlayışı ile birlikte büyük ivme kazanarak güçlenmeye devam ettiğini söyleyebiliriz. 2023 yılı sektörümüzü açısından verimli geçen bir yıl oldu ve 2024 yılında da şirket olarak büyümenin devam edeceğini düşünüyoruz.



Taner İnci

DESEY - İstanbul

Faruk Seydan

LG Türkiye'de yükselişini sürdüren en büyük markalardan biri. Böylesine zorlu zamanlarda 100. mağazasını açması da bunun en büyük göstergelerinden biri. Marka, özellikle televizyon alanında son dönemde önemli bir ivme kazandı. Biz de hem televizyon hem de üst serideki geniş buzdolaplarını tüketicilerle daha rahat buluşturabilmek için yeni bu yatırımı yapma kararı verdik. Doğru yerlerde, doğru yatırımları yaparak büyümek istiyoruz. LG'nin birçok farklı alanda rakiplerine göre daha iyi noktalarda olduğunu görüyoruz. Bu bağlamda da Türkiye Ev Eğlencesi Elektronik ve Beyaz Eşya Ürün Grupları Satış Başkanı Bülent Bey'e şahsım ve şirketim adına çok teşekkür ediyorum. Bu yeni mağazamızda buzdolabı, klima ve çamaşır makinasında da modellerimiz olacak ama özellikle televizyon modellerini öne çıkartarak ilerlemek istiyoruz. Şirket olarak bu yıl bu yeni mağaza haricinde 2 LG mağazası daha açacağız ve daha sonrasında da fırsatları değerlendireceğiz.

Yüksek enflasyon sebebiyle tüketici talebi artarak devam ediyor. Bu enflasyon böyle kaldığı sürece insanlar ertelenen ihtiyaçlarını hep öne çekmeye devam edecek. Biz de buna uygun olarak pazardaki fırsatları değerlendirip yeni mağazalar açmak istiyoruz.



Faruk Seydan

Klimalarda akıllı cihaz entegrasyonlarının ve uygulamalarının gelişmesini bekliyoruz

Türkiye klima pazarını genel olarak değerlendir misiniz? Son dönemde ne tür değişimler oldu, sektörde nasıl bir eğilim söz konusu?

Küresel ısınmanın etkisi ile ülkemizde de hava sıcaklıklarında artışlar olmaktadır. Hava sıcaklığının artması ve yaz mevsiminin ülke genelinde mevsim normallerinin üzerine çıkması klima pazarında müşteri talebini arttırmıştır. Bunun yanı sıra teknolojinin gelişmesi ile son dönemde satılan A++ soğutma ve A+ ısıtma enerji verimliliğine sahip klimalar artık sadece soğutma amaçlı olmaktan ziyade kış aylarında ısınma ihtiyacını gidermek amacıyla kullanılır olmuştur. Önümüzdeki yıllarda da talep tarafında düzenli bir artış olacağını beklemekteyiz.

Klima pazarındaki genel konumunuz nedir? Hangi ürünleriniz ile öne çıkıyorsunuz, fark yaratıyorsunuz?

Pazarda Bosch, ECA, Baymak ve Gautech marka Split, Ticari ve VRF sistem klimaları tüketici ile buluşturuyoruz. Güçlü stok ve sevkiyat ağı ile gelen tüm taleplere hızlı bir şekilde cevap veriyoruz.

Tüketiciler klima satın alırken en çok hangi özelliklere dikkat ediyor? En çok hangi satın alma kanalını tercih ediyorlar?

Klima alımında tüketiciler özellikle enerji verimli olması, elektrik sarfiyatının düşük olması, cihazın sessiz olması ve yaygın servis ağı olan markaları tercih etmektedir. Müşteriler genellikle bölgesindeki bayiler kanalı ile alım yapmayı tercih ettiği gibi internet pazaryeri üzerinden satın alımlar da tercih edilmektedir,

Klima ürünlerinde çevre ve doğa koruma özellikleri olarak hangi teknolojiler öne çıkıyor? Bu teknolojiler tüketiciler tarafından nasıl karşılanıyor? Satın almada bir tercih sebebi oluşturuyor mu?

Yeni nesil klimalarda kullanılan R32 gaz doğaya ve küresel ısınmaya etkisi önceki kullanılan gaz tiplerine göre oldukça düşük olan doğa dostu bir gaz tipi olup aynı zamanda yüksek performansı sebebiyle tüketiciler tarafından oldukça tercih edilen bir gaz türüdür.

Önümüzdeki dönem için öne çıkacak teknolojiler nelerdir?

Önümüzdeki dönemde akıllı cihaz entegrasyonlarının ve uygulamalarının gelişmesi ve bunların klimalara bütünleşik özellik olarak eklenmesi beklenmektedir.



Selim Gülşen Enwa CEO'su

Klima satışları sonrası montaj süresince ne türlü sorunlarla karşılaşıyorsunuz? Bunun çözümü için önerileriniz var mı?

Özellikle yaz aylarında servislerde iş yükü aşırı artmakta ve kapasitenin üzerinde bir talep olduğundan montaj sürelerinde uzamalar görmekteyiz, Klima ihtiyacı olan veya almayı düşünen müşterilerimiz için ihtiyaçlarını fiyatların düşük olduğu kış aylarında veya yaz başlamadan almaları kendilerine fiyat avantajı ve servis tarafında çok daha hızlı bir hizmet almalarını sağlamaktadır. Elbette üretici firmalar da yoğun dönemde ilave personel takviyeleri ile gelen talepleri en kısa sürede sağlamaya çalışmaktadır.

Markanızın tüketiciye ulaşması konusunda yaptığınız özel çalışmalar nelerdir?

Özellikle Türkiye genelinde bayi kanalı ile ürünlerimizin son tüketiciye ulaşması konusunda çalışmalar sürdürmekteyiz.



Electrolux

Kapsül deterjanları %60 daha hızlı çözer* mükemmel performans sağlar

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



Electrolux PerfectCare

UniversalDose Deterjan Çekmeceli Çamaşır Makineleri



Toz, sıvı, jel ve kapsül deterjanlara mükemmel uyum



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

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

For better living, designed in Sweden

www.electrolux.com.tr

Tüketiciler klima alırken kapasite-enerji tüketimi ve estetik görünüş konularına dikkat ediyor

Klima pazarı ve satışlarınızdan genel olarak bahseder misiniz?

Şirket konumumuz ve etki alanımız itibarıyla İç Anadolu bölgesinde maalesef tüketicilerimizin klima talebi, ülkemizin Akdeniz ve Ege Bölgelerine nazaran çok daha düşük. Ancak son 2 yıldır yaz aylarında yaşanan yüksek hava sıcaklıkları sebebiyle özellikle yaz mevsiminde klima satışlarındaki hareketlilikleri bizler de deneyimliyoruz.

En çok hangi ürünler satılıyor ve tercih ediliyor?

Perakende sektörde özellikle hem ev içlerinde hem de küçük-orta büyüklükteki ofislerde kullanıma uygun olan duvar tipi olarak da adlandırılan split klimalar daha çok tercih ediliyor. Tüketicilerinde bu anlamda görsel zevkleri ve renk tercihleri de büyük önem taşıırken ağırlıklı olarak 18000 ve 24000 BTU kapasiteli klimalar tercih ediliyor.

Tüketiciler son dönemde klima satın alırken nelere dikkat ediyor?

2023 yazında özellikle müşterilerimizin estetik algısı çok daha ön planda ancak estetik algısının da önüne geçen kriterler elbette var. Tüketici tercihinde en önemli fark kapasite seçimi. 2022 yazında 9000 - 12000 BTU klimalar tercih edilirken 2023 yazında bu tercih neredeyse tamamen değişti ve artık 18000-24000 BTU kapasiteler daha çok tercih ediliyor. Tüm bunların yanında artan giderleri minimize etmek için tüketicilerimizin ayrıca dikkat ettiği husus ise enerji tüketimi. Enerji tüketimi ile tüketiciler elektrik harcamalarında kar elde etmek isteyebiliyorlar. Kısaca toplamak gerekirse tüketicilerimiz son dönemde klima alırken kapasite- enerji tüketimi ve estetik görünüş konularına dikkat ediyor.

Siz klima satış ve pazarlaması yaparken neleri ön plana çıkarıyorsunuz?

Son dönemde yaz sıcaklarının artması ve pandemiden sonra temiz hava olgusunun büyük önem kazanması aslında klima satışlarının özellikle bölgemizde artmasına sebep oldu. Bununla birlikte hava temizleme cihazlarının da popülerliğinin arttığını elbette söyleyebiliriz ancak bunu farklı bir başlık altında konuşmak çok daha doğru olacaktır. Ürün satışlarını arttırmak da güçlü bir pazarlama stratejisi ile mümkün oluyor. Pazarlamanın en önemli parçası malumunuz reklamlar. Gerek açık hava reklamları gerekse de dijital reklamlarla elbette tüketicide algı oluşturmaya çalışıyoruz. Algı oluştururken çağımızın gerektirdiği gibi Popülerite ve sosyal medya daha çok ön planda oluyor. Sonrasında ise "Ürünü farklılaştıran ne?, Bir tüketici olarak sen bu ürünü neden alırsın /almalısın?, Tüketici olarak üründe ilk ne dikkatini çekti?, Satıcı olarak bu ürünü nasıl satarsın?, Bu ürünü kim, niye alsın?" gibi birçok soruyu gazeteci edasıyla önce kendimize ve ekibimize sorarak ürünü ön plana çıkarmayı amaçlıyoruz. Ancak esas pazarlama tüketicinin ürünle buluştuğu mağazalarımızda gerçekleşiyor. Mağazalarda ise ilk etapta ürünü tam anlamıyla bilmek, deneyimlemek ve tüketiciye ihtiyacı doğrultusunda deneyimletmek gerekiyor. Bunun için Ankara'nın her bölgesindeki deneyim mağazalarımızla ürünü tüm



Erhan Kızılcı
Kutup Şirketler Grubu Yönetim Kurulu Başkanı

tüketicilerimizle buluşturuyor, ihtiyaçlarını belirliyor ve en uygun ürünü tüketiciye sunuyoruz. Ürünü belirledikten sonra konu tabiri caizse tamamen duygusal. Son aşamada tüketicinin ödeme konusunda ne kadar rahat ettirir, tüketicinize tüm süreç boyunca kendinize ne kadar güvendirirseniz ve ne kadar güzel bir alışveriş deneyimi yaşatırsanız satış ve pazarlamada da o kadar başarılı oluyorsunuz.

Satış sonrası hizmetler konusunda tüketicilere nasıl destekler sunuyorsunuz?

Bu konu firmadan firmaya, vizyondan vizyona farklılık gösterir tabi ki. Şirketimizin 70 yıllık deneyimiyle en önem verdiği konu satış sonrası hizmetler. Kutup Şirketler Grubu olarak müşterimiz hangi ürünü almış olursa olsun satış sonrasında bir ayırım gözetmeksizin A'dan Z'ye yeri geldiğinde tüketiciymiş gibi müşterilerine hizmet vermeye devam ediyor.

Klima satışları sonrası montaj süresince ne türlü sorunlarla karşılaşıyorsunuz? Bunun çözümü için önerileriniz var mı?

Geçtiğimiz senelerde en çok yaşadığımız problem, servis ağının yetersiz olmasıydı. Klima satışlarındaki öngörülemez artış kurulum ve montaj aşamasında biz yetkili satış bayilerini çok fazla zorladı. Kurulum ve montaj hizmeti teslimattan sonra 15 ila 30 gün sonrasında sarktı ve bu hizmeti veren servisler ile servis konusunda iyileştirme yapmayan markalar maalesef sınıfta kaldı diyebiliriz. Yerel anlamda anlaşmaların daha kuvvetlenip, servis ağının güçlendirilmesi ve doğru planlamaların yapılması dışında başka bir çözüm yolu olmadığını düşünüyorum.

TEMİZLİĞİN YENİ

DİZAYNI

X-Plorer Serie 240'ın özel tasarımı ve
8.000 Pa çekiş gücü ile dip köşe temizlik!



En büyük sorun sıcak günlerde artan talep ve servislerin bu talebe yetişemeyip hizmeti uzun süre sonra vermesi

Klima pazarı ve satışlarınızdan genel olarak bahseder misiniz?

2023 yılı klima sektörü deprem bölgesinin etkisi ve havaların normalin çok üzerinde sıcak seyretmesi nedeniyle neredeyse önceki yılın iki katı kadar büyüme gösterdi. Biz de tedarik edebildiğimiz tüm ürünleri bayilerimiz aracılığıyla tüketicilere ulaştırdık. Elbette ağırlıklı olarak ithal ürün olmasından dolayı planlama yapmak ve artan talebi karşılamak tüm firmalar için zor oldu. Bu durum 2024 yılına da stoksuz girilmesine yol açtı ve ürün arzındaki sıkıntı tam olarak bitmiş değil. Bu yıl Uzakdoğu'dan gelen cihazlarda vergi yükünün artmasına ve döviz kurlarındaki dalgalanmaya rağmen hala klimaya olan talep devam ediyor. Görünen o ki 2024 yılı da 2023 kadar iyi geçecek ama bu yıl üretici ve ithalatçı firmalar çok daha hazırlıklı durumda olacaktır.

En çok hangi ürünler satılıyor ve tercih ediliyor?

En çok duvar tipi split klima satılıyor. Bölgemiz itibarıyla satışların yüzde 90'a yakını da 12000BTU ve 18000BTU olarak gerçekleşiyor. Tüketiciler klima alırken güvencikleri markalara yöneliyor.

Tüketiciler son dönemde klima satın alırken nelere dikkat ediyor?

Klima alırken ses seviyesi, performansı gibi teknik özellikler öne çıkarken elbette fiyat da belirleyici bir unsur. Birçok tüketici daha üst model özellikle Japon markaları almak istese de bütçeleri buna yeterli gelmeyebiliyor. Ayrıca klimanın servisi, montaj işçiliği ve hızı da önemli bir kriter.

Siz klima satış ve pazarlaması yaparken neleri ön plana çıkarıyorsunuz?

Biz dağıtıcı firma olduğumuz için markaların pazarlanması konusunda etkimiz sınırlı. Bununla birlikte ürünün arkasında duran ve iyi bir satış

sonrası hizmeti bulunan markalarla çalışmaya dikkat ediyoruz zira daha sonra yaşanacak problemler bayilerimiz ile aramızdaki ticari ilişkiye zarar verebiliyor. Bizi tanıyan ve yıllardır çalışan iş ortaklarımız da markalarımıza güven duyuyor ve kendi bölgelerindeki tüketicilere gönül rahatlığı ile sunmaya devam ediyor.

Satış sonrası hizmetler konusunda tüketicilere nasıl destekler sunuyorsunuz?

Satış sonrası hizmetler en çok da klima gibi teknik bir montaj hizmeti gerektiren üründe önemli hale geliyor. Çünkü çok iyi bir cihaz da satsanız kötü bir montaj sonucunda tüketiciyi mağdur edebiliyorsunuz. Firmaların satış sonrası hizmetler yöneticileri ile devamlı hizmet kalitesi arttırımı konusunda irtibat halindeyiz. Bu kaliteyi takip etmeyen firmaların başarılı olma ihtimali yok.

Klima satışları sonrası montaj süresince ne türlü sorunlarla karşılaşıyorsunuz? Bunun çözümü için önerileriniz var mı?

En büyük sorun sıcak günlerde artan talep ve servislerin bu talebe yetişemeyip hizmeti uzun süre sonra vermesi. Firmalar bahar aylarında kurulum yapacak şekilde satış argümanı geliştirebilir ise belki yaz aylarındaki yoğunluğun önüne geçebilirler.



Selim Gizer
Seren Yönetim Kurulu Üyesi

Özellikle yaz aylarında 30 güne varan montaj süresi büyük sorun

Klima pazarı ve satışlarınızdan genel olarak bahseder misiniz?

Türkiye'de gelişen bir pazar var ve ben bunun önümüzdeki dönemde daha da büyüyeceğine ve gelişeceğine inanmıyorum. Çünkü klimalar hem soğutma ve hem ısıtma olarak farklı amaçlarla kullanılıyor. Buna ek olarak doğal gaz fiyatlarının önümüzdeki dönemde elektrik fiyatlarını da geçeceği düşüncesindeyim. Bunun da klima pazarına olan etkilerini hep birlikte göreceğiz.

En çok hangi ürünler satılıyor ve tercih ediliyor?

Türkiye'de ağırlıklı olarak ev tipi split klimalar daha ağırlıklı olarak tercih ediliyor ve satılıyor.

Tüketiciler son dönemde klima satın alırken nelere dikkat ediyor?

Tüketicilerin son dönemde klima satın alırken en çok dikkat ettikleri özelliklerin başında ısıtma ve soğutma kapasitesi ile enerji tüketimindeki verimlilik geliyor.

Siz klima satış ve pazarlaması yaparken neleri ön plana çıkarıyorsunuz?

Biz de satışlarımızı yaparken klimaların sunduğu verimlilik özelliklerini öne çıkartıyoruz. Ek olarak enerji tüketimi iyi olan markaları ve servis kalitesi yüksek olan ürünleri sunuyoruz.



İsmail Korkmaz
Isparta Davraz Ev Dünyası

Klima satışları sonrası montaj süresince ne türlü sorunlarla karşılaşıyorsunuz? Bunun çözümü için önerileriniz var mı?

Özellikle yaz aylarında 30 güne varan montaj süresi büyük sorun. Bu yüzden en kısa sürede montaj yapan marka klimalar satılıyor. Bu konudaki önerimiz montaj konusunda çalışacak kişilerin artırılması ve bu alanda servislerin takviye edilmesi.

Fantom

"Yaşamı kolaylaştıran ev aletleri"

GRILLETTA
TM 9100



GRILLETTA
TM 9000

Mutfakta Izgaranın Gücü, Sofrada Tostun Lezzeti
GRILLETTA'da!

TM 9000 ile çıtır tostun tadını doyasıya yaşayın,
TM 9100'ün 180° açılabilen ızgara özelliğiyle ızgara keyfini keşfedin.



fantomevaletleri



Fantom Ev Aletleri



fantom.com | fantomshop.com

Biz müşterilerimizle birlikte 100 metre koşmak için değil uzun mesafeli koşmak için bir araya geldik.

Bilsev Group'a bağlı Doğan Dayanıklı Tüketim Malları, 20-22 Şubat tarihleri arasında Kıbrıs Magosa'da bulunan The Arkın İskele Hotel'de TCL ve Altus markalarının lansman toplantısını düzenledi. Dağıtım Kanalı Dergisi olarak biz de iki gün süren lansmanı yerinde izledik ve sizler için sayfalarımıza taşıdık. Etkinlikte Bilsev Group Kurucusu Tefvik Bilsev ile bir röportaj gerçekleştirdik.



Tefvik Bilsev Bilsev Group Kurucusu

Çok eski bir grupsunuz. Kendinizden ve firmanızın tarihçesinden kısaca bahseder misiniz?

1967 yılında İzmir Bornova'da dünyaya geldim. İlkokul, ortaokul ve lise eğitimimi Bornova'da tamamladım. Beyaz eşya sektöründe ilk şirketimi 1982 yılında kurdum ve o zamandan beri bu alanda faaliyet göstermekteyiz. Başlangıçta çeşitli markaların ürünlerini bir araya getirerek ticaret yaptık. 1986 yılında Vestel Showroom açtık ve Vestel, Asil Nadir'den Zorlu Holding'e geçtiğinde İzmir'de ilk showroom'u biz kurduk. Bu dönemden sonra markalaşmaya odaklandık. Günümüze geldiğimizde Bilsev Group çatısı altında 8 ayrı şirketiz Temel taşımız ve göz bebeğimiz elbette Doğan Dayanıklı Tüketim. Doğan Dayanıklı Tüketim bugün 5 farklı satış kanalında faaliyet gösteren Zonguldak'tan Mersin'e kadar elektronik ve beyaz eşya dağıtımını yapan ve perakende de ise 12 Samsung, 2 Samsung klima merkezi, 7 Siemens, 4 LG, 1 Gaggenau olmak üzere toplamda 26 mağazası bulunan perakende sektöründe faaliyet gösteren dev bir yapıya dönüştü.

Gıda sektörüne geçişiniz nasıl oldu? Dayanıklı Tüketim sektöründeki çalışmalarınız ne durumda?

2015 yılında Burger King ile tanıştık ve bu alana yatırım yapmaya başladık. 2017'de Türkiye'nin en iyi yatırımcı ödülünü aldık, bu bizi gururlandırdı. Ardından 2017'de Ferdi Baba Balık restoranı satın aldık. Aynı yıl içinde genç kesime hitap eden ve dünya mutfağından seçkin örnekler sunan Fabrice markasını ve İtalyan pizza markamız Baba Pizza'yı da kurduk. Bugün gıda sektöründe de 25 ayrı restoranımızla Ege Bölgesi'nde bir lezzet devine dönüştük. Nisan ayı ile beraber Mandarin Bodrum'un içinde ve gene yıl içinde Dubai'de olmak üzere 2 yeni Ferdi Baba restoranımızı da işletmeye açacağız. Son 10 yılda gıda sektörüne ciddi derecede odaklanıp yatırım yaptık ve büyük bir ivme kazandık. Ancak odağımızı dayanıklı tüketim sektöründen hiç ayırmadık ve sürekli büyüdük, işlerimizi markalaştırdık. Samsung, Siemens, TCL, LG, Gaggenau, Altus gibi dünya devi markalarla perakendeden toptan dağıtıma, projeden

zincir mağaza satışlarına varıncaya kadar büyük bir iş birliği içinde çalışıyoruz. İklimlendirme, mutfak, endüstriyel alanda markalarımız ve ürünlerimiz ile Türkiye'de birçok projede ana tedarikçi olarak çalışıyoruz. Ege ve Akdeniz başta olmak üzere tüm Türkiye'de inşaat projelerinde klima sistemleri, beyaz eşyalar, endüstriyel ürünler ve ankastre ürünlerle yer alıyoruz ve neredeyse tüm projelerde hâkim konumdayız. 2023'te Megapol kulelerden Folkart'a, Alaçatı Port Evleri'nden Avrupa Birliği okullarına kadar 100 aşkın seçkin projede yer aldık. Bunların birçoğu da şu an teslim edilmiş durumda.

Tam da bu noktaya şuna sormak isterim, siz perakendecilikte bu kadar başarılı bir performans gösterirken bir anda toptan işine geçmeğe nasıl karar verdiniz?

Türkiye'de 26 mağazamızla artık yüksek segment her AVM'de ve her köşede yer alıyoruz. Başarıyı yakalamış durumdayız. Ancak, kendi sektörümüzde daha fazlasını yapabileceğimizi düşündük. 2005-2008 yılları arasında İklimsa markasının klima bayiliğini üstlendik ve servislerini kurduk. Bugüne kadar sektörlle ilgili 100'ü aşkın ödül aldık. Sonrasında toptan kanala geçtik. Başlangıçta sadece Samsung klimalarını satmaya başladık, daha sonra TCL ve Altus gibi markaların ürünlerini ve Samsung'un elektronik ve beyaz eşyasını da ekledik. Bu adımlarla ile bugün toptan kanal dağıtım ağıımız Batı Karadeniz'den Mersine kadar 800 ayrı noktaya fatura kesen dev bir yapıya dönüştü.

Ergün Altay ile iş birliğiniz nasıl başladı?

Ergün Bey ile dostluğumuz 15 yıl öncesine dayanıyor ve gerçekten sağlam temellere oturmuş bir ilişki. Ticaret bazen insanları bir araya getirip dostlukları doğurur. Ancak bazen sadece ticari ilişkiler olabilir, iş bitiminde insanlar birbirleriyle iletişimi keser. Ancak biz, ticaretten dostluğa uzanan bir yolculuk yaşadık. Dostluğumuzu pekiştirdik ve kendisine



Ergün Altay
Doğan Dayanıklı Tüketim Grup Başkanı

“Beraber yaşlanalım mı?” dedim, o da bana “Tamam abi” dedi. Dünyanın en samimi ve en kısa iş görüşmesi olmuş olabilir. İtibar dediğimiz şey kolay kazanılan bir şey değil. 41 yıldır bu sektördeyim demekle olmuyor. İş yapmak istiyorsanız, zamanı iyi belirlemeniz, ekibinizi iyi seçmeniz ve doğru adımları atmanız gerekir. İşte o gün, Ergün Altay ile bu yolda yoldaş olduk ve işlerimizi her gün büyötmeye devam ediyoruz.

Asıl önemli olan, markaları almak değil, yaptığınız işe saygı duymaktır. Doğru şekilde satış yapabilmek, doğru insanlara ulaşabilmek, pazarda yer edinebilmek önemlidir. İnsanlardan manevi takdir görmek, ekibinizi doğru kurmaktır. İşlerimizi sağlam temeller üzerine inşa ediyoruz. İstanbul’da ve Antalya’da bölge müdürlükleri açtık ve titizlikle ofislerimizi

düzenledik. Şimdi Dubai’de yeni bir iş için gün sayıyoruz. Ticaretin böyle olması gerektiğine inanıyorum. Türkiye’de ticaret yapmak zor olabilir ama aynı zamanda kolaydır. Öz sermaye ile iş yaparsanız Türkiye’de başarılı olabilirsiniz. Krizler de fırsatlar sunar, çünkü ayağımızı hep yorganımıza göre uzatıyoruz. İnsanların güveni Türkiye’deki en büyük sorundur. Biz her zaman dürüstlüğün ve samimiyetin peşindeyiz. Bu farkı yarattığınızda, farkı yaşarsınız.

2024 yılındaki beklentileriniz nelerdir? 2024 size göre nasıl bir yıl geçecek?

2024 yılını değerlendiren birçok insanın olumsuz bir tablo çizdiği doğru. Ancak biz, her gün Ergün Bey ile her konuştuğumuzda hep aynı şeyi tekrar ediyoruz: Şartlar ne olursa olsun “Biz 2024’ün de en iyisi olacağız” ve 2024 yılına çok iyi hazırlandık. Özellikle finansal açıdan zor olacak. Bu yıl da elenmeler olacak, ama bu Türkiye’nin gerçeği. Batanlar batacak, yeni zenginler türemiştir onlar gidecek. Bankanın kredisini alıp bunu kendilerine sermaye yapmış olanlar elenecek ancak bu süreçte düzgün bir piyasa ortaya çıkacak. Biz ne yapacağız? İnsanlara malları zamanında temin edeceğiz, doğru fiyatlarla temin edeceğiz ve müşterilerimizin arkasında duracağız. Kim ne derse desin, biz 2024 yılından umutluyuz ve 2024 bizim en fazla büyüdüğümüz yıl olacak. Türkiye’de hala kişilik ve ticari olarak kendine saygı duyan dürüst insanlar, yüzü kızaran ahlaklı insanlar var. Biz ticaretimizi onlarla sürdüreceğiz.

Toplantı nasıl geçti? organizasyonunu yaptığınız bu toplantıdan beklentileriniz nelerdir?

Toplantıya katılan bayi sayısı yaklaşık 140 oldu. Bu organizasyonu daha düşük bir bütçeyle veya farklı kriterlerle gerçekleştirebilirdik, hatta daha sınırlı bir katılımcı grupla daha butik bir etkinlik düzenleyebilirdik, ancak bunları tercih etmedik. Aldığımız geri dönüşler oldukça olumlu oldu.

TCL ve Altus iki farklı marka ve ayrı genel müdürlükler tarafından yönetiliyor. Ancak rica ettik, her iki grubun yöneticileri de bir araya geldi ve toplantıyı birlikte yaptık. Türkiye’nin en büyük grubu olan Koç Grubu’na ait bu markalarımız için müşterilerimizi iki kez yormak istemedik ve onların işlerinden uzaklaştırmak istemedik. Bu nedenle, bir sinerji yaratmak amacıyla her iki grubun yöneticilerinin katılımıyla bir toplantı düzenledik. Bazen müşterimiz cep telefonumuzu istiyor ben de veriyorum. Numaramı vermem bazen onların tuhafına gidiyor. “Siz cep numaranızı verir misiniz” diye soruyorlar, valla biz burada konu mankeni değiliz. Bu formayı giydiysem hakkını da vermem lazım. Allah bugünlerimizi aratmasın ve Allah bize taşıyabileceğimiz kadar varlık nasip etsin. Biz bu toplantıları ileride de yapmaya devam edeceğiz ve farklılaştıracacağız. Hiçbir müşterimiz ile toplantıda bağlantı konuşmadık ve bağlantıda yapmadık. Onlarda şaşıyorlar, onlar bizim burada misafirimiz, bağlantı yapmaya değil onları buraya çalışmalarımızı ve hedeflerimizi anlatmak için davet ettik. Biz müşterilerimizle birlikte 100 metre koşmak için değil uzun mesafeli koşmak için bir araya geldik.

Bundan sonraki hedefiniz ve hayalleriniz nelerdir?

Hayallerimiz bize yorgun geliyor, çünkü hayal kuruyoruz çabuk ulaşıyoruz. Sonra tekrar hayal kurmak zorunda kalıyoruz, bizde sıkıntı o. Beyaz eşya sektöründe yapılmamış olanları bugüne kadar yaptığımız gibi yapmaya devam edeceğiz. Birçok girişimci sektörde marka getirdi, başarılı olanları var olmayanları var ama biz gelecekte çıkacak fırsatlara göre üretim işinde de dünya devleri ile ortaklık yapabiliriz. Türkiye çok dinamik bir ülke ve sektörümüzün dünya devi markalarının gözü hep ülkemizde. Önümüzdeki zamanlarda da fırsatların geleceğine inanıyoruz, özellikle ülkemize gelen ya da gelecek olan markalar var, onlarla ortaklık kurabilir birlikte üretim tesisi kurabiliriz. Bizim şu an ki hayallerimiz bunlar. Biz yaparsak hem ülkemize hem şirketimize hem de müşterilerimize yatırım yapar, ürettiklerimizle de başarılı oluruz.



Bayi Görüşleri



Ertan Üngeldi

Tarhanlar - İstanbul

Ülkemizde döviz artışları sonrasında kaliteli dünya markası televizyonların fiyatları çok arttı. Bu durumda tüketiciler, bu mallara ulaşamadıkları için pahalı buluyorlar. TCL kalitesi dünyada ispatlanmış, satışta ikinci sırada olan ve uygun fiyatlarıyla ön plana çıkan bir marka. Üstelik Koç Holding'in desteğiyle bu açığı kapatabileceğine inanıyorum. Distribütörleri arasında Doğan Grubu gibi büyük firmaların bulunması da avantaj sağlıyor. Kıbrıs'taki toplantıda başarılı bir tanıtım ve misafirperverlik sergileyen TCL, Altus ve Doğan Dayanıklı Tüketim Şirketi'ni kutlar, başarılarının devamını dilerim.



Hakan Alkan Şimşek

Alkan Grup - İstanbul

Bilsev Grubu'nu tebrik ediyorum. Hem gıda sektöründe hem de inşaat ve beyaz eşya sektöründe büyük başarılar elde eden bu grup, başarılarını ve gelirlerini sektöre geri yatırarak ekonomiye can katan, yüzlerce insanımıza istihdam sağlayan ve devletimize katma değer sunan bir rol üstleniyor. Ayrıca, yüzlerce esnafımızı bir araya getirerek tanışmalarını, kaynaşmalarını ve ticaret yapmalarını sağlayarak gençlerin enerjisi ve adaptasyonlarıyla bizi onurlandırıyorlar. Bu sebeplerle, Tevfik Bilsev ve Bilsev Grubu çalışanlarının ve yöneticilerinin biz ortaklarına aile gibi davranarak misafir edip onurlandırmaları için teşekkür ediyorum. Gelecekte de pazarlama ve satış konusunda sürekli destek olacağız ve onları asla yalnız bırakmayacağız. Bu organizasyon ve girişimlerin diğer distribütör firmalara örnek olmasını umut ederken, selam ve saygılarımı iletiyorum.



Aydın Beşler

Gümüşcü DTM. - Ankara

Doğan DTM ile yakın zamanda tanıştık ve Satış Temsilcisi Nedret Bey ile iş birliğimiz başladı. Doğan DTM genelde İstanbul ve Ege Bölgesi'ne hizmet veren bir firmadır. Firmanın büyüklüğü ve kalitesini bildiğimiz için bu firma ile çalışmak istedik. TCL ve Altus ürün gamında çalışmalar yapmak amacıyla buradayız ve işlerimiz çok iyi geçiyor. Toplantıda paylaşılan bilgiler de oldukça olumlu oldu. Ayrıca, firma yetkilileri ile yaptığımız görüşmeler de olumlu geçti. Doğan DTM ile ilerleyen süreçte ticari işbirliğimizin daha da güçleneceği intiba oluştu ve bu durumdan çok memnun kaldık. Biz Gümüşcü DTM olarak iyi bir iş ortağı ile çalışmaktan mutluluk duyuyoruz ve teşekkür ederiz. Organizasyon yetkililerine, Doğan DTM ailesine ve Bilsev'e teşekkürler.



Burhan Dibek

Batiege Dayanıklı Tüketim Malları Ltd. Şti. / İzmir

Doğan Dayanıklı Tüketim'in toplantısı oldukça başarılı geçti. Firmanın yapmış olduğu ciddi yatırımlar ve farklı sektörlerde atımları, kısa sürede bu kadar büyümeleri gerçekten İzmir için gurur kaynağı. Firmayı ve Tevfik Bey'i çok uzun yıllardır tanırım. Hatta Doğan Madeni Eşya olarak ütü masası üretirlerdi. Tevfik Bilsev'in iş aşkı, hırslı ve çalışkanlığını gerçekten takdir etmek gerekir. Firmanın önemli markaları bünyesine katmaya başlaması önemli ve devamının geleceğini düşünüyorum. Bizim firmamızla ticari ilişkimizin mutlaka artarak devam edeceğine inanıyorum.



Murat Akkaya

Demre Group / Antalya

Bilsev Grup ve iştiraki olan Doğan Dayanıklı Tüketim Firması tarafından organize edilen bu tanıtım toplantısı için öncelikle sonsuz teşekkürlerimi sunmak istiyorum. Bu organizasyonda, Doğan Dayanıklı Tüketim Firması'nın vizyonu, hedefleri ve güçlerini TCL ve Altus markalarıyla birleştirerek bayiler için güzel bir birliktelik oluşturduğumuzu düşünüyorum. İnşallah karşılıklı kar hedefiyle bu birlikteliği sürdürmeyi planlıyoruz. Başta Bilsev Grup olmak üzere, tüm programı düzenleyen organizasyon ekibine ve tur firmasına güzel bir program sundukları için teşekkür etmek istiyorum. Bu tanıtım toplantısında beni en çok etkileyen ve memnun eden şey, en üst yönetimin bile en alttaki bayilerle iletişim kurması ve tüm bayilerin birbirleriyle güzel bir diyalog içinde olmasıydı. Bu, tüm grubun bütünlüğü açısından gerçekten diğer bazı toplantılardan daha etkileyiciydi. Her şey için herkese teşekkür ederim ve ticari faaliyetlerimizin uzun zaman devam etmesini temenni ederim.

PHILIPS

OneBlade

OneBlade

Her uzunluktaki
sakalı **kısalt, şekillendir**
ve **tıraş et**



innovation  you

Arzum Airtasty Smart Sıcak Hava Fritözü ile sofralar sağlıklı kızartmalarla buluşuyor

Kim demiş sağlıklı kızartma olmaz diye? Arzum Airtasty Smart Sıcak Hava Fritözü ile her şey mümkün. Hem de sağlık, lezzet ve birbirinden farklı seçeneklerle sofralarınıza geliyor. Tavuk, balık, hamur işi ya da sebzeleri çok az yağ ile kızartın, lezzet ve sağlığı Arzum Airtasty Smart Sıcak Hava Fritözü ile yaşayın.

Arzum Airtasty Smart Sıcak Hava Fritözü ile yapabileceğiniz sadece bunlarla da sınırlı değil. En hafif yemekler, birbirinden lezzetli dolmalar ya da yeni tarifler. IoT teknolojisi ile yemeklerinizi uzaktan kontrol imkânı da yine Arzum Airtasty Smart Sıcak Hava Fritözü'nde.

Dijital ekran ve dokunmatik ayarı ile mutfakları teknolojiyle buluşturan sıcak hava fritözü, aynı anda kullanım kolaylığı da sunar. 7 otomatik pişirme ayarı ile en lezzetli ve sağlıklı yemekleri tek tuşla hazırlamanızı sağlar. Cam panelli haznesi ve iç aydınlatması ile fritözü açmadan pişirilen yemekleri kontrol etmenize, gerekli durumlarda ısı ve zaman ayarını değiştirmenize imkan tanır. Arzum Airtasty Smart Sıcak Hava Fritözü'nün tasarımı ise en teknolojik ve modern mutfaklar için. 7.5 litre geniş kapasitesi ile en kalabalık sofraların yemeklerini tek seferde pişirir. Kek kalıbı ve ızgara teli aksesuarları ile farklı lezzetler için ilham verir. Çıkarılabilir, bulaşık makinesinde yıkanabilir yapışmaz haznesi temizliği kolaylaştırır. Yemek sonrası keyif için zaman yaratır.



Bosch Serie 6 Mutfak Makinesi: Büyüleyici dokunuş, kusursuz hassasiyet



Bosch Modern tasarımı ve akıllı programlarla donatılmış yeni Serie 6 Mutfak Makinesi ile zahmetsiz hazırlığın keyfine varın... Sensörlerle desteklenen bu programlar, karışımınızı anında takip eder ve mükemmel sonuçlar için gereken her şeyi otomatik olarak ayarlar. Yumurta akı köpürtmekten, maya hamuru hazırlamaya; pasta hamurundan, krema yapımına kadar, her adımda size eşlik eder.

Serie 6 Mutfak makinesi, entegre zamanlayıcı, entegre tartı ve dokunmatik ekran gibi özelliklerle donatılmıştır. Bu sayede doğru ölçüleri tam kararında yakalayabilirsiniz. Kolay kullanımı ve ergonomik tasarımı sayesinde, her tarifte keyifle mükemmel sonuçlar alırsınız.

Bosch Ev Aletleri, mutfakta devrim yaratmaya devam ediyor! Yepyeni Serie 6 Mutfak Makinesi ile lezzetinizi ve ustalığınızı en üst seviyeye çıkarın. Her tarifinizde yaratıcılığınızı keşfetmeniz için tasarlanmış Serie 6 mutfakta sıradanlığı unutturuyor ve ustalığınızı zirveye taşıyor. Mutfakta geçirdiğiniz her anı daha keyifli ve verimli hale getiren yeni Bosch Serie 6 Mutfak Makinesi 6 ile tanışın!

Bosch Serie 6 Mutfak Makinesi, yenilikçi teknolojisi ve kullanım kolaylığı ile dikkat çekiyor. Otomatik programları ve güçlü motoru ile her tarifte mükemmel sonuçlar elde ederken, büyük haznesi ve entegre tartısı ile büyük davetlere bile zahmetsizce hazırlık yapabilirsiniz.

Bosch'un en güçlü motoruyla donatılmış olan Serie 6 Mutfak Makinesi, 1600 Watt'lık motoru sayesinde fazla miktarda ve yoğun kıvamlı hamurlarda bile mükemmel sonuçlar elde etmenizi sağlar. 3D Planet Karıştırma özelliğiyle de 3 boyutlu karıştırma yaparak karışımları homojen ve kusursuz hale getirir. Böylece elle yoğrulmuş kadar lezzetli hamurlar dakikalar içinde hazır olur.

5,5 litrelik büyük paslanmaz çelik haznesi sayesinde, büyük davetler veya kalabalık misafirler için hazırlık yapmak hiç bu kadar kolay olmamıştı. Aynı anda büyük porsiyonlar hazırlayarak size zaman kazandırırken, lezzet dolu anlarınızı daha da özel kılar.

airfel
Her iklimde
daima senden yana...



LCA71A/LCA140A



LVA125A / LVA140A



LZAS125AB
LZAS71A



LZAS140A
LZAS140AB

airfel
Daima senden yana



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

Miele ile 125 yıldır daima daha iyiye

Beyaz eşya ve ankastre ürünlerinin dünyaca ünlü Alman markası Miele, kuruluşunun 125. yıl dönümünü sunduğu özel kampanyalar ile tüm dünyadaki kullanıcılarıyla beraber kutluyor. 1899 yılından bu yana kaliteyi ve sürdürülebilirliği odağına alarak ürettiği premium elektrikli ev aletleri ile evlerin vazgeçilmezi olan Miele, 125. Yıl Gala Serisi ürünlerinde geçerli 125 hafta ek garanti süresi, 125. yıla özel indirim ve promosyon kampanyaları ile yeni yaşına özel pek çok avantaj sunuyor. Dünyada 125. yaşını kutlayan Miele, Türkiye’de de 25. yılını kutlamanın mutluluğunu yaşıyor.

Bugünümüzde ve gelecekte fark yaratmak amacıyla yola çıkan Miele, 125 yıldır “Daima Daha İyi” felsefesiyle daha iyi ve daha sürdürülebilir bir dünya için çalışıyor. Miele, ürünlerinde enerji verimliliği, sıfır atık, doğal kaynakların dikkatli kullanımı ve dayanıklılığı ön plana çıkararak müşterilerine günlük yaşamlarını sürdürülebilir bir biçimde şekillendirmeleri için ilham vermeye devam ediyor. Miele, zamansız tasarımlarıyla 125 yıldır olduğu gibi bundan sonra da evlerimizin vazgeçilmezi olacak.

125. Yıl Gala Serisi ürünlerinde sunduğu 125 hafta ek garanti ile ürün dayanıklılığını ve sürdürülebilirliği olan bağlılığını 125. yıl dönümünde bir kez daha kanıtlayan Miele, çamaşır makinesinden pişirme gruplarına birçok üründe yeni yaşına özel eşsiz indirim avantajları da sağlıyor.



Yüksek performans ve uzun ömürlü kullanım ile üst düzey pişirme deneyimi Hoover H-HOB 500’da

Yaşam kalitenizi artıran pişirme teknolojileriyle Hoover ankastre ürünler, yüksek performans, dayanıklı ve uzun ömürlü kullanım ile üst düzey pişirme deneyimi sunuyor.

Hydro Easy Clean, buhar gücünü kullanarak fırınınızı hızlı ve kolay bir şekilde temizlemenizi sağlar. Fırının altındaki giriştiyi 300 ml suyla doldurmanız ve yalnızca 30 dakika süren özel 90° Hydro Easy Clean işlevini etkinleştirmeniz yeterlidir. Soğuduktan sonra kalan kiri yumuşak bir bezle çıkarabilirsiniz.

Tepsileri kolayca hareket ettirmeye ve pişirme esnasında tüm alanı kontrol etmenize yardımcı teleskopik rafın kolaylığından faydalanabilirsiniz. Ayrıca hareketli teleskopik raflar sayesinde, pişirme yapılan kaplar kolayca ve güvenle fırın içinden alınabilir, yerleri değiştirilebilir.

H-HOB 500 ocaklar, döküm ızgaraları ile kolay temizlik ve hijyenik kullanım sağlıyor. Ilık suyun içine biraz deterjan ile yağ çözücü ekleyerek demir döküm ızgaralarınızı kolayca temizleyebileceğiniz gibi, bulaşık makinenizde de temizliği sağlayabilirsiniz. Yıkanan demir döküm ızgaraları kurularıp ocağınıza yerleştirebilirsiniz.

H-HOB 500’ün çift halkalı büyük gözü, geniş pişirme alanı ile ideal ısı dağılımı sağlar ve güçlü ateş ile yemeklerinizi çok daha hızlı hazırlamanıza yardımcı olur.



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

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



Arzum



Zaferin Rengi

Abdullah Oğuz'un yönetiminde Fenerbahçe'nin futbolcusu, antrenörü ve başkanı olmuş Galip Kulaksızoğlu rolünde Kubilay Aka, Mustafa Kemal rolünde Yiğit Özşener ayrıca Gülper Özdemir, Nejat İşler, Timuçin Esen gibi oyuncular her Türk'ün çok iyi özümsemesi gereken bu epik ve gerçek hikayeyi hakıyla yansıtmışlar.

Film, 1918-1923 arası Fenerbahçe'nin Kurtuluş Savaşı'na katkıları çerçevesinde bir halkın emperyalizme ve köleliğe karşı sergilediği direniş, başkaldırı ve özgürlüğe kavuşmasını anlatıyor.

Sizler FB'li olmayabilirsiniz ama O ve Onlar FENERBAHÇE'liydi. Sizler işgal kuvvetlerinin cephaneliklerinden çalınan silahların Karadeniz'deki limanınıza Fenerbahçe'nin kayıkhanesinden gönderildiğini; vatanın kurtarılmasında aktif rol oynayan bir şahlanışın simgesi olduğunu unutabilirsiniz Fenerbahçe'nin ama...

Kurtuluş Savaşı'nda İngiliz İşgal Kuvvetleri Komutanı General Harrington'ın arabasını çalıp Mustafa Kemal'e hediye eden futbolcu-casuslar,

Balıkçılık bahanesi ile İngilizleri kandırıp Anadolu'ya silah kaçırarak sporcular,

Hepsi Fenerbahçe'liydi.

Harrington, "Kurtuluş Savaşı'nı desteklediği için" 70 gün kapattığı Fenerbahçe'nin yeniden açılması kararını imzalarken şöyle diyordu: "Bu ne tuhaf bir millet! Ülkelerini işgal ettik bu kadar tepki göstermediler. Fenerbahçe'yi kapattık hepsi ayaklandı."

Fenerbahçe sadece bir futbol kulübü değildir.

Fenerbahçe, özgürlük mücadelesi vermiş bir ulusal teşkilatın adıdır. Fenerbahçe, emperyalizme karşı verilen ilk bağımsızlık savaşının aktif katılımcısı, emperyalist kuşatmayla çevrilen bir ulusun moral kaynağı, umut ışığıdır.

Gazi Mustafa Kemal'in gönül verdiği Fenerbahçe, o'nun önderliğinde gerçekleşen Kurtuluş Savaşı'nın sarı-lacivert rengidir. Zaferin rengidir.

3 Mayıs 1918. M. Kemal'in Ulusal Kurtuluş Savaşı'nı başlatmasına 1 yıl var. Kadıköy'e geldiğinde evinde kaldığı dostu vatanperver M. Sabri'nin (Toprak) başkanlığını yaptığı Fenerbahçe'yi ziyarete gelir.

Fenerbahçe'nin Anadolu'ya silah ve insan kaçırmasının esasları bu görüşmede kararlaştırılır. Ayrıca, asıl işgal sahası olan futbol maçları üzerinden de İngilizlere sahada da unutulmaz tokatlar atılacak ve halka moral verilecektir.



Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluş tapusu olan Lozan'dan "İkinci Adam" İsmet İnönü'nün takip edip (büyük yurtsever ve tabii ki Fenerbahçeli Ali Naci Karacan aracılığı ile), kutladığı Haziran 1923'teki İşgalci emperyalizmin kıcına son tekme vurmak en büyük düşmanlarından Fenerbahçe'ye nasip olmuştur.

Bu ülkenin son 7 yüzyılda yaşadığı son işgalde canını, kanını, malını, terini, arzusunu, savaşını, futbolunu katarak bize bu vatani geri kazandırmada önemli roller oynayan tüm FENERBAHÇELİLER'e sonsuz teşekkürlerimizle.

Not : En başta Sinan Meydan'ın "Kurtuluş Savaşı'nda Atatürk ve Fenerbahçe" kitabı olmak üzere, yakınlarda kaybettiğimiz Ergun Hiçyılmaz'ın "Kurtuluş Savaşı Yıllarında Fenerbahçe (Benim Adım İsyandır)", Barış Kenaroğlu'nun "Atatürk ve Fenerbahçe" olmak üzere bu konuda yazılmış tüm kitapları öneririm.



NİSAN 2024 • SAYI: 298

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.

50 yıldır
güvenilir, global,
sürdürülebilir.



#trustedglobalsupplier **50**

50

TÜRKİYE NİN
EN GÜVENİLİR
FİRMASI
2021

TİM

TÜRKİYE
İHRACATÇILAR
MECLİSİ



YORGLASS

in f t y /yorglass

www.yorglass.com

SAMSUNG

Benzersiz Gerçeklik



The Serif



The Frame



GÜRSES
KURUMSAL

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

 /gurseskurumsal/

 gurseskurumsal

 Whatsapp Hattı:
0532 413 43 63