



Giysilerinizin mükemmel bakımı için  
2025 koleksiyonumuzla yepyeni bir sayfa açtık



#### SmartSelect kir seçimi

Seçtiğiniz programı  
tek dokunuşla kişiselleştirin



#### UltraQuick 49' Programı

Deterjanı hızlıca aktive eder  
50 farklı lekeyi kolayca çıkarır\*



#### Buharlı Tazeleme

Giysilerinizdeki kırıntıları ve  
sinmiş kokuları hızlıca giderir



#### Buharlı Hijyen Programı

Bakteri ve virüsleri  
%99,99 oranında giderir\*



Electrolux  
EcoLine

**A** **A** **-%50**

En yüksek verimlilik seviyesi olan  
A sınıfından  
%50 daha tasarruflu\*\*

For better living. Designed in Sweden.



# YEŞİL DÖNÜŞÜM

## SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE TEKNOLOJİNİN GÜCÜ



### Çevresel Faydalar

Refurbished ürünler, kullanılmış elektroniklerin yeniden değerlendirilip yenilenmesi yoluyla çevresel etkiyi önemli ölçüde azaltır. Bu süreç, e-atık miktarını azaltarak ve enerji tasarrufu sağlayarak doğal kaynakları korur.

### Enerji Verimliliği

Refurbished ürünler, enerji verimliliği sağlayarak işletmelerin enerji maliyetlerini düşürür. Yenilenmiş elektronik cihazlar, üretim süreçlerinde daha az enerji harcar ve bu sayede karbon ayak izini minimize eder.

### E-Atık Azaltma

Kullanılmış elektroniklerin yeniden değerlendirilmesi, e-atık miktarını azaltır ve geri dönüşüm süreçlerini destekler. Bu, doğal kaynakların korunmasına ve çevresel kirliliğin azaltılmasına yardımcı olur.

### Kalite Kontrol ve Dayanıklılık

Refurbished ürünler, sıkı kalite kontrol süreçlerinden geçer ve dayanıklılıklarını garanti altına alınırlar. Bu, işletmelerin güvenle bu ürünleri kullanabilmesini sağlar.

### Maliyet Tasarrufu

Refurbished ürünler, yeni ürünlere kıyasla daha ekonomik bir seçenek sunar. Bu, işletmelerin maliyetlerini düşürerek bütçelerini daha verimli kullanmalarına olanak tanır.

### Bizimle Çalışmanın Avantajları

Yüksek kalite ve güvenilirlik sunarken maliyetlerinizi düşürürüz. Çevreye duyarlı ve sürdürülebilir çözümlerimizle katkıda bulunur, uzmanlığımızla müşteriye özel çözümler ve uzun vadeli iş ortaklıklarını kurunuz.

### Çalıştığımız Markalar

SAMSUNG

Tefal

Rowenta

Ariete

KRUPS

WMF

BergHOFF

Detaylı bilgi ve işbirlikleri için  
[www.efselektronik.com](http://www.efselektronik.com)



WEB'E GİR



@efselektronik



**BRAUN**

Yeni

## En güçlü ütüleme sistemi

Dünyanın ilk ergonomi  
sertifikalı ütüsüyle  
profesyonel performans ve  
maksimum konfor







Işığınızı  
yansıtın.



Dolendo



Swelt



Clazzo

4 YIL  
GARANTİ

0850 850 5464  
king.com.tr

KING

f t i g+ /KingEvAletleri

## İçindekiler

### 6 Dosya

2025 yılına bakış  
Beyaz Eşya ve Küçük Ev Aletleri Sektörü  
2024-2025 Değerlendirmesi

### 32 Sektör

Seren Pazarlama, bayilerine "birlikte büyüelim" dedi  
Selim Gizer  
Seren Dayanıklı Tüketim Yönetim Kurulu Üyesi

### 36 Sektör Haberi

### 40 Ürünler

### 44 SineMadem

19. Yüzyıl Edebiyatından Uyarlama En İyi Filmler

 [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!**

 H. Otutok





# Electrolux

## Çok yönlü ıslak/kuru temizlik mükemmel performans

800 Serisi Mop Başlıklı Islak/Kuru Kablosuz Süpürge

Otomatik  
su püskürtme  
düzenekli  
çift döner paspaslı  
mop başlık

**10** YIL  
MOTOR  
GARANTİSİ\*

**90**  
dakikaya varan  
kesintisiz  
temizlik\*\*

EP82H25WET  
Mop Başlıklı Kablosuz Süpürge

\*Satış ve kapılara tabidir. Detaylı bilgi için [www.electrolux.com.tr](http://www.electrolux.com.tr)

\*\*Yalnızca el ünitesine motorlu bir başlık takılmadan yapılan IEC 62885-4 temizlik alanı ve süresi testi.

\*\*\*0,5 m/s çalışma hızında ileri geri hareket kullanarak belirtilen alanı tamamlayan ürünün temizleme kapsamı.

For better living. Designed in Sweden

[www.electrolux.com.tr](http://www.electrolux.com.tr)





ÜRÜNÜNÜZÜ SATIN  
SERVİS HİZMETİNİ  
BİZE BIRAKIN!



**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

(0216) 527 82 83 www.htsteknik.com

Site Mh. Adıvar Sk. No: 24 Ümraniye - İstanbul

# SUNUŞ



**YILDIRIM SÖYLEMEZ**  
yildirim.soylez@dagitimkanali.com.tr

## 2025'te beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektörünü neler bekliyor?

*Beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektörü, çağdaş toplumların günlük yaşamında kritik bir rol oynayarak, ekonomiler için büyük bir stratejik öneme sahiptir. Hem üretim süreçleri hem de tüketici talebi açısından yüksek katma değer yaratmakta, geniş bir istihdam alanı sağlamaktadır. Sektör, teknolojik gelişmeler ve çevre dostu üretim yöntemlerinin ön plana çıkmasıyla sürekli bir evrim içerisindedir ve bu durum, yerel ekonomilerin yanı sıra küresel ticaretin de güçlenmesine katkı sağlamaktadır. Ayrıca, sektördeki inovasyonlar ve tüketici ihtiyaçlarına yönelik çözümler, ekonomik büyüme açısından önemli bir itici güç oluşturur.*

*Sektörün tek dergisi **Dağıtım Kanalı** olarak biz de bu sayımızda 2024-2025 yılını değerlendirdiğimiz ve sektör paydaşlarının fikirlerini aldığımız bir dosya konusu hazırladık. Bu dosyada sektörün farklı paydaşları ve temsilcilerinden aldığımız görüşler, önümüzdeki dönemde teknolojik yenilikler ve sürdürülebilirlik odaklı üretim anlayışlarının belirleyici olacağını ortaya koydu. Enerji verimliliği yüksek ve çevre dostu ürünlere olan talebin artması, markaların üretim süreçlerinde bu unsurları daha fazla göz önünde bulundurmasına yol açacak gibi görünüyor. Ayrıca, dijitalleşme ve akıllı ev çözümlerine olan ilginin hızla arttığı bu dönemde, e-ticaretin sektördeki rolü de giderek daha fazla önem kazanıyor. Alınan geri bildirimlere göre, sektördeki oyuncular, rekabetin giderek daha fazla küresel boyut kazanmasıyla birlikte inovasyon ve müşteri odaklı çözümler geliştirme konusunda stratejilerini şekillendiriyor. Tüketici beklentilerinin hızla değişmesi, markaların esnek ve adaptif olmasını zorunlu kılıyor. Bu bağlamda, Ar-Ge yatırımları ve çevre dostu üretim yöntemlerine yapılan yatırımlar, önümüzdeki yıllarda sektörün büyüme potansiyelini artıracak unsurlar arasında yer alıyor. İlerleyen sayfalarda birçok fikir ve ipucu barındıran görüşleri, röportajları ve öngörülerini bulabilirsiniz.*

*İyi okumalar...*



# ANKASTRE SETLERLE MUTFAKLARA UĞUR GETİRİYORUZ

Ocak, fırın ve davlumbaz. Uğur Ankastre Setler birlikte güzel.



**UĞUR**  
*ankastre*

444 84 87

[f](#) [X](#) [i](#) [v](#) /UGURSOĞUTMA



# 2025 YILINA BAKIŞ

## Beyaz Eşya ve Küçük Ev Aletleri Sektörü 2024-2025 Değerlendirmesi

Beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektörü, modern yaşamın vazgeçilmez unsurlarından biri olarak, ekonomi için büyük bir öneme sahiptir. Hem üretim hem de tüketim tarafında sağladığı katma değer, istihdam yaratma potansiyeli ve ihracat imkanlarıyla, birçok ülkenin ekonomik büyümesine katkıda bulunmaktadır. Sektör, teknolojik yeniliklerin ve sürdürülebilir üretim süreçlerinin ön planda olduğu dinamik bir yapıya sahiptir, bu da hem yerel hem de global pazarlarda rekabet gücünü artırmaktadır. Ayrıca, tüketici taleplerine paralel olarak şekillenen yenilikçi ürünler ve çözümler, ekonomilerin büyümesine doğrudan etki eden önemli bir sektörel dinamiği oluşturur.

Biz de bu sayımızda 2024-2025 yıllarına dair sektörün dinamiklerini ve gelecekteki eğilimlerini anlamak için beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektöründe faaliyet gösteren farklı paydaşlar ve temsilcilerle bir araya geldik. Teknolojik yenilikler, sürdürülebilirlik odaklı üretim anlayışı ve değişen tüketici beklentileri, bu sektörün şekillenmesinde en belirgin unsurlar olarak öne çıkıyor. Özellikle enerji verimliliği ve akıllı ev çözümlerine yönelik talebin hızla arttığı bir dönemde, markaların bu alanlara yatırım yapmaya devam ettiği gözlemleniyor.

Görüşmeler sırasında, hem üretici hem de perakendecilerden aldığımız geri bildirimler, sektörün sürdürülebilirliği destekleyen yenilikçi malzeme kullanımı ve döngüsel ekonomi modelleri üzerine yoğunlaştığını gösteriyor. Ayrıca, tüketicilerin artan çevre bilinci, geri dönüştürülebilir ürünlere ve uzun ömürlü tasarımlara olan talebi artırıyor. Bunun yanı sıra, dijitalleşme ile birlikte e-ticaret kanallarının güçlenmesi, şirketlerin müşteri deneyimini zenginleştirme ve kişiselleştirilmiş çözümler sunma çabalarını hızlandırıyor.

Sektör temsilcilerinin ortak görüşü, rekabetin yoğun olduğu bu alanda farklılaşmanın ve katma değer yaratmanın, önümüzdeki yıllarda başarılı olmanın anahtarı olacağı yönünde. Bu bağlamda, Ar-Ge yatırımları ve inovasyon süreçlerinin hızlandırılması, şirketlerin hem yerel hem de global pazarlarda rekabet gücünü artıracak stratejik adımlar olarak değerlendiriliyor.





## 2025 yılına baktığımızda, sektörün dönüşüm trendlerini daha da hızlandıracağını öngörüyoruz

### Can Dinçer

Arçelik Türkiye Genel Müdürü



#### 2024 yılı genel olarak markanız ve şirketiniz özelinde nasıl geçti?

2024 yılı hem markamız hem de şirketimiz için zorlukların ve başarıların bir arada yaşandığı, tarihimizde iz bırakan bir yıl oldu. Özellikle, ekibimizin ve iş ortaklarımızın özverili çalışmaları sayesinde müşterilerimize üstün hizmet sunmaya devam ettik. Şirket olarak "Dünyaya Saygılı, Dünyada Saygın" vizyonu ışığında çalışırken sürdürülebilirlik ve toplum için değer yaratmayı önceliklendiriyoruz. Geçtiğimiz yılda şirketimiz ve Whirlpool'un Avrupa'daki iştiraklerini birleştirdiğimiz Beko Europe şirketinin kurulmasıyla Avrupa'da 1, dünyada 2 numaralı beyaz eşya şirketi olduk.

İyiliği Aşkla Tasarladığımız Arçelik markamızla ise Türkiye'nin lider ev teknolojileri şirketi olarak pazar liderliğimizi devam ettirdik. Bu yıl bir kez daha Lovemark seçilerek beyaz eşya kategorisindeki aşk markası öncülüğümüzü 16'nci kez kanıtladık.

Dijital dönüşüm ve sürdürülebilirlik alanlarındaki yatırımlarımız da meyvesini verdi. Geleceğe yaptığımız bu yatırımlar, markamızın sektördeki konumunu güçlendirdiği gibi, müşterilerimize de daha yenilikçi ve sürdürülebilir çözümler sunmamıza olanak sağladı.

Stratejik hedeflerimiz doğrultusunda, iş süreçlerimizi iyileştirerek hem operasyonel mükemmeliyet hem de müşteri memnuniyetinde güçlü bir performans sergiledik. Dijitalleşme ve sürdürülebilirlik alanlarına yaptığımız yatırımlar, iş süreçlerimizi modernleştirirken çevre üzerindeki etkilerimizi azaltmada da önemli bir ilerleme kaydetmemizi sağladı.

Özellikle ürün ve hizmet yelpazemizi genişletmek için yürüttüğümüz projelerden olumlu sonuçlar aldık. Yenilenebilir enerji alanında yürüttüğümüz projeler arasında İstanbul Beylikdüzü'nde açtığımız ilk yapay zekâ destekli güneş paneli üretim tesisi yer alıyor. Üretim tesisinin ardından enerji depolama sistemleri, inverter, solar kesintisiz güç kaynağı, elektrikli araç şarj istasyonu ve ısı pompasını da sürdürülebilir çözümlerimize ekledik. Müşteri geri bildirimlerini iş süreçlerimize entegre ederek, onlara daha iyi çözümler sunmaya devam ediyoruz. Ayrıca, markamızın pazardaki konumunu güçlendirmek adına hem geleneksel hem dijital kanallarda kapsamlı pazarlama kampanyaları düzenledik. Bu kampanyalar, müşteri bağlılığını artırmak ve yeni kitlelere ulaşmak açısından büyük katkı sağladı.

#### Sektör özelinde 2024 yılını değerlendirilebilir misiniz? 2025 yılında sektörü neler bekliyor?

2024 yılı, sektörümüz için değişim ve dönüşümün öne çıktığı bir yıl oldu. Tüketici beklentilerindeki değişim, teknolojik yeniliklerle birleşerek rekabeti daha da yoğunlaştırdı ve teknolojik yeniliklerin sektöre entegrasyonunu hızlandırdı. Bu yıl, dijitalleşmenin sadece bir tercih değil, sektör genelinde bir gereklilik haline geldiğini net bir şekilde gördük. Özellikle yapay zekâ ve büyük veri analitiği gibi teknolojiler, sektördeki oyuncular için oyunun kurallarını değiştirdi.

2025 yılına baktığımızda, sektörün bu dönüşüm trendlerini daha da hızlandıracağını öngörüyoruz. Yapay zekâ, nesnelere interneti (IoT) ve büyük veri analitiği gibi teknolojilerin sektörümüzü daha yoğun

bir şekilde dönüştürecek. Ayrıca, müşteri deneyimini iyileştirmek ve kişiselleştirilmiş hizmet sunabilmek adına şirketlerin daha fazla veri odaklı çalışacağını tahmin ediyoruz. Ayrıca, tedarik zinciri süreçlerinde yenilikçi yaklaşımlar, maliyetlerin kontrol altına alınmasında kritik bir rol oynayacak.

#### 2025 yılı için hedefleriniz ve genel stratejileriniz neler olacak? Yeni yıldan beklentileriniz nelerdir?

2025 yılına, güçlü bir vizyon ve büyük hedeflerle adım atıyoruz. Ana amacımız, müşteri memnuniyetini en üst düzeye çıkarmak. Yapay zekâ tabanlı çözümler ve veri analitiği araçlarını iş süreçlerimize entegre ederek, müşterilerimize daha kişiselleştirilmiş ve yenilikçi bir deneyim sunmayı hedefliyoruz. Dijital kanallarımızdaki etkimizi artırmak için ise yenilikçi pazarlama stratejileri geliştirecek ve özellikle yapay zekâ ile otomasyon teknolojilerini iş süreçlerimizde verimliliği artıracak şekilde kullanacağız. Yenilenebilir enerji alanındaki artan ilginin ve önemin farkındalığıyla, güneş enerjisine yönelik mevcut yatırımlarımızı stratejik iş birlikleriyle güçlendirerek sektörde öncü konumumuzu daha da pekiştirmeyi hedefliyoruz.

2025'ten beklentimiz, bu hedeflere ulaşarak sadece sektöre değil, içinde bulunduğumuz topluma da değer katmak. Hem iç piyasalarda hem de uluslararası pazarlarda etkinliğimizi artırarak, teknoloji ve sürdürülebilirlik odaklı yaklaşımımızı daha geniş bir kitleye ulaştırmayı amaçlıyoruz. Yeni yılda, stratejik ortaklıklar ve yeni fırsatlarla daha güçlü bir büyüme elde etmeyi hedefliyoruz. Çalışanlarımızın ve iş ortaklarımızın desteğiyle, 2025'i daha büyük başarılarla taçlandırmayı amaçlıyoruz.



## Daha küçük ve modern yaşam alanlarına uygun, yenilikçi beyaz eşya ürünlerine olan talep hızla artıyor

## Alper Şengül

BSH Türkiye CEO'su



### 2024 yılı genel olarak markanız ve şirketiniz özelinde nasıl geçti?

2024 yılı, BSH olarak yenilikçi ve sürdürülebilir çözümlerle hem yerel hem de global pazarda güçlü bir performans sergilediğimiz bir yıl oldu. Öncelikli odak alanlarımızdan biri, enerji verimliliği yüksek, kullanıcı dostu ve akıllı ev teknolojilerine yönelik ürünler geliştirmektir. Bu doğrultuda, birden fazla yeni ürün serisi lansmanı gerçekleştirdik ve özellikle akıllı mutfak cihazlarında dikkat çeken ürünler ortaya çıkardık.

Günlük yaşamı kolaylaştırmayı odağına alan, çizilmeye dayanıklı ocaklar bu ürünlerden biri. Tüketiciler Home Connect uygulaması ile istedikleri zaman ocağın kullanımı için rehberlik alabiliyor. Akıllı yemek tanıma özelliğine sahip fırınlar ise yapay zeka ve yerleşik kamera sayesinde 80 yemek çeşidine en uygun pişirme yönetimini bulabiliyor. Bulaşık makinelerinde ise tüketicilerin kullanım alışkanlıkları ve beklentilerini öğrenip uyum gösteren teknolojiler kullanılıyor. Bu teknolojiler aynı zamanda tasarruf imkanı da sağlıyor.

Müşteri ihtiyaçlarına odaklanan yenilikçi ürünlerimizle sürdürülebilirliği ve enerji verimliliğini her kategoride önceliklendirmeye devam ediyoruz. Bu yaklaşımımız, son yıllarda hızla büyüyen enerji verimli cihazlar pazarında da kendini gösteriyor. Biz de tüketici talep ve ihtiyaçlarını gözetken bakış açımız ve çevre odaklı stratejimizle Türkiye pazarındaki liderliğimizi ve fark yaratan ürün portföyümüzü daha da ileri taşımayı hedefliyoruz.

Sürdürülebilirlik alanında da önemli adımlar attık. BSH Türkiye Çerkezköy Kampüsü'nde

yaklaşık bir yıldır yemekhanenin biyobozunur atıklarından, verimli kompost toprağı, diğer adıyla "Siyah Altın" elde ediyoruz. Günlük 9000 kişilik kapasiteli yemekhanemizden toplanan 7 ton gıda atığı kompost makinesinde fiziksel ve biyolojik süreçlerden geçerek 3 ton kompostta dönüştürdük ve 1,05 ton karbon emisyonu önledik.

Dijital dönüşüm ve Endüstri 4.0 yatırımlarımız, üretim süreçlerimizi daha verimli ve esnek hale getirdi, bu da pazardaki gücümüzü artırdı. Bu yıl hayata geçirdiğimiz Future Lab ise geleceğin teknolojilerini üretme konusunda hem BSH'ye hem sektörümüze çok değerli çıktılar sağlayacak. BSH Türkiye dijital dönüşüm ekibi önderliğinde kurulan laboratuvarımız ile bugünün ve geleceğin teknolojilerini etkin ve verimli bir şekilde kullanırken çalışanlarımıza yeni yetkinlikler sağlayacak ve kendi dijital dönüşüm çözümlerimizi üreteceğiz.

### Sektör özelinde 2024 yılını değerlendirilebilir misiniz? 2025 yılında sektörü neler bekliyor?

2024 yılında küresel ekonomik dalgalanmalar, hammadde maliyetlerindeki artış ve lojistik zincirindeki zorluklar sektörü etkiledi. Türkiye Beyaz Eşya Sanayicileri Derneği (TÜRKBESE) verileri, 2024 yılında sektörümüzü dış pazarlardaki dalgalanmalardan iç pazar canlılığının koruduğuna işaret ediyor. Sektör olarak küresel rekabetçiliğimizi koruyacak ve büyüme ivmemizi sürdüreceğiz önlemlerin alınması büyük önem taşıyor.

2025 yılının beyaz eşya sektörünün hem önemli fırsatlar hem de zorluklar barındırdığını görüyoruz. Artan tüketici talebi, genişleyen orta sınıf ve kentleşmenin etkisiyle sektörde büyüme için güçlü bir zemin oluşturuyor.

Daha küçük ve modern yaşam alanlarına uygun, yenilikçi beyaz eşya ürünlerine olan talep hızla artıyor. Bunun yanı sıra enerji tasarrufu sağlayan ürünlere olan ilgi hem tüketiciler hem de hükümetlerin teşvikleriyle birlikte daha da güçleniyor. Bölgesel enerji standartları, bizi daha yüksek verimlilikte ve çevre dostu ürünler geliştirmeye yönlendiriyor.

### 2025 yılı için hedefleriniz ve genel stratejileriniz neler olacak? Yeni yıldan beklentileriniz nelerdir?

BSH Türkiye olarak bugüne dek olduğu gibi 2025 yılında da üretimde ve ihracatta yüksek katma değer üretmeye, yenilikçi ürünlerimiz ve güçlü markalarımızla sektörün önde gelen oyuncularından biri olmayı sürdüreceğiz. Önümüzdeki süreçte de güçlü üretim kapasitemiz ve inovasyona dayalı iş modellerimizle, Türkiye'nin ihracat potansiyelini destekleyerek dünya çapındaki rekabet gücümüzü artırmaya devam edeceğiz.

BSH Türkiye olarak, yalnızca ekonomik değil, sosyal alanda da büyük bir etki yaratmak için çalışacağız. Büyüme stratejimiz doğrultusunda yatırımlarımız hız kesmeden sürdüyoruz. Bu planlara ek olarak tüketiciye varan ürünlerin hem enerji kaynak verimli hem de malzeme verimli olması için gerek 'yapay zeka' gerek 'lojistik' alanlarında yatırımlarımız bulunuyor.

Ar-Ge alanında da Türkiye'yi yeni nesil teknolojilerin üretim merkezi haline getirme hedefimize doğru ilerliyoruz. Enerji verimliliği, çevresel sürdürülebilirlik, yapay zeka ve kullanıcı odaklı teknolojiler alanında geliştirdiğimiz yenilikçi ürünlerimizle öncülüğümüzü koruyacağız.





# Z kuşağının teknolojiye olan ilgisi, sürdürülebilirlik bilinci ve değer odaklı alışveriş anlayışı önemli bir yol haritası sunuyor

## Bülent Bülbül

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



### 2024 yılı genel olarak markanız ve şirketiniz özelinde nasıl geçti?

Tüketici davranışlarındaki değişimleri gözlemlerken, özellikle ekonomik koşullar, dijitalleşme, sürdürülebilirlik bilinci ve pandemi sonrası dönemin etkilerinin belirgin olduğunu görüyoruz. Tüketiciler artık bir ürünü değerlendirirken yalnızca fiyatına değil, aynı zamanda onun sağladığı uzun vadeli faydaya, çevre dostu özelliklerine ve kullanım kolaylığına da dikkat ediyorlar.

Fiyat-performans dengesi, tüketicilerin öncelik sıralamasında üst sıralarda yer alıyor. Pandemi sonrası, sağlık ve hijyen odaklı ürünlere talebin arttığını, aynı zamanda enerji tasarrufu sağlayan ve çevreye duyarlı ürünlerin tercih edildiğini görüyoruz. Bunun yanı sıra teknoloji odaklı, akıllı cihazlara olan ilgi hız kesmeden devam ediyor. Özellikle LG ThinQ ekosistemine entegre olan ürünler, tüketicilere kullanım kolaylığı ve zaman tasarrufu sağladığı için büyük ilgi görüyor.

### Sektör özelinde 2024 yılını değerlendirebilir misiniz? 2025 yılında sektörü neler bekliyor?

Z kuşağı, tüketici davranışlarının yeni dinamiklerini belirleyen bir kuşak olarak öne çıkıyor. Bu grup, dijitalleşmeyle doğup

büüdüğü için teknoloji onların yaşamının ayrılmaz bir parçası. Online alışveriş, mobil uygulamalar ve sosyal medya, satın alma kararlarında büyük bir rol oynuyor. Ürün incelemeleri, influencer önerileri ve kullanıcı yorumları, Z kuşağının karar sürecinde oldukça etkili.

Bu kuşağın satın alma tercihlerinde öne çıkan başlıca faktörler şöyle:

**1. Teknoloji:** Akıllı cihazlar ve dijitalleşme, bu kuşağın olmazsa olmazı. LG'nin yapay zeka destekli OLED TV'leri, enerji tasarruflu beyaz eşyaları ve ThinQ platformu ile sunduğu entegre çözümler bu ihtiyaçlara doğrudan yanıt veriyor.

**2. Fonksiyon ve Kullanım Kolaylığı:** Zaman yönetimine önem veren Z kuşağı, çok işlevli ve kullanıcı dostu ürünleri tercih ediyor. LG ThinQ ile cihazların uzaktan yönetilebilmesi bu kuşak için cazip bir özellik.

**3. Sağlık:** Sağlık ve wellness trendleri yükselişte. Doğal içerikli, çevre dostu ve hijyenik özelliklere sahip ürünler, bu kuşağın dikkatini çekiyor.

**4. Değer Odaklılık:** Z kuşağı, yalnızca bir ürünün özelliklerine değil, aynı zamanda onun temsil ettiği değerlere de önem veriyor. Çevresel sürdürülebilirlik, etik

üretim ve sosyal sorumluluk projelerine katkıda bulunan markalar, bu kuşak tarafından daha fazla tercih ediliyor.

### Markalara önerilerimiz:

Z kuşağının ve genel tüketici kitlesinin davranışlarındaki bu değişimin sebeplerini anlamak oldukça önemli. Dijitalleşmenin hayatın her alanına yayılması, ekonomik belirsizlikler ve pandemi gibi küresel olaylar bu dönüşümün ana etkenleri arasında yer alıyor. Markaların bu değişimlere hızlı adapte olması ve müşterilerine daha kişiselleştirilmiş, sürdürülebilir ve teknoloji odaklı çözümler sunması, rekabet avantajı sağlamak için kritik bir öneme sahip. LG Türkiye olarak, tüketici odaklı yaklaşımımızla, hem bugün hem de gelecekte bu ihtiyaçlara yanıt vermeye devam edeceğiz.

Tüketici davranışlarındaki bu değişimler, markalar için bir fırsat sunuyor. Özellikle Z kuşağının teknolojiye olan ilgisi, sürdürülebilirlik bilinci ve değer odaklı alışveriş anlayışı, markaların stratejilerini şekillendirecek önemli bir yol haritası sunuyor. LG Türkiye, yenilikçi ürünleri ve entegre çözümleriyle bu yeni dönemin gerekliliklerini karşılamaya hazır.



# 2025'te sektörde daha yatay bir büyüme trendi öngörüyoruz

## Tarık Leloğlu

Vestel Satış Genel Müdürü

(Türkiye, Orta Asya, İran, Irak, Suriye ve Kuzey Kıbrıs)



### 2024 yılı genel olarak markanız ve şirketiniz özelinde nasıl geçti?

2024, Vestel için oldukça yoğun ve yeni açılımlarla dolu bir yıl oldu. Hem yurt içinde hem de global pazarlarda stratejik hedeflerimizi gerçekleştirmek adına önemli adımlar attık. Özellikle Avrupa pazarında, nispeten daha dengeli bir büyüme trendi yakaladık.

Avrupa'daki ilk fiziksel mağazamızı Almanya'nın başkenti Berlin'de açtık. Fiziksel mağazamızla Alman kullanıcılarımıza pürüzsüz bir alışveriş deneyimi sunarken, Avrupa'daki ilk online mağazamızı da ([www.vestel.com/de](http://www.vestel.com/de)) Eylül ayında faaliyete geçirdik.

Türkiye'de ise ekonomik dalgalanmalara rağmen tüketici ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik yenilikçi çözümler geliştirdik. Yeni pazarlara açılma ve mevcut pazarlarda derinleşme stratejilerimizi başarıyla uygularken, markamızın bilinirliğini ve itibarını artıracak projelere imza attık.

2024'te Vestel ürünlerinin farklı coğrafyalarda daha geniş bir müşteri kitlesiyle buluşması bizi hem gururlandırdı hem de gelecek için motive etti.

### Sektör özelinde 2024 yılını değerlendirebilir misiniz? 2025 yılında sektörü neler bekliyor?

2024, küresel çapta ekonomik

belirsizliklerin sektörü zorladığı ancak fırsatların da öne çıktığı bir yıl oldu. Avrupa ve Amerika'da enflasyonun etkisiyle tüketim alışkanlıklarında değişimler yaşandı. Ancak teknolojik ürünlere olan talep, yenilikçi çözümlerle desteklendiğinde büyüme potansiyelini korudu.

Türkiye'de tüketim dinamiklerinde yaz aylarından itibaren bir yavaşlama görülse de sektörde istikrar sağlayacak yeni programlar devreye alındı. 2025'e bakacak olursak, sektörde daha yatay bir büyüme trendi öngörüyoruz. Özellikle dijitalleşme, sürdürülebilirlik ve mobilite gibi alanlarda yenilikçi yatırımlar yapan şirketler rekabette öne çıkacak. Vestel olarak 2024'te gerçekleştirdiğimiz yatırımlarla bu trendlere öncülük ettik ve müşterilerimize en iyi deneyimi sunmak için çalıştık.

### 2025 yılı için hedefleriniz ve genel stratejileriniz neler olacak? Yeni yıldan beklentileriniz nelerdir?

2025'te Vestel olarak odağımızı yine hem yerel hem de uluslararası pazarlarda sürdürülebilir büyüme olacak. Yeni iş alanlarına yatırım yaparken, yeni coğrafyalara açılmayı, Vestel ve Vestel'e ait lisanslı markalarla büyüme hedefliyoruz.

Vestel'in ODM (Original Design Manufacturer) tarafındaki güçlü konumunu

kullanarak, ihracatımızda Vestel'e ait markaların payını yüzde 50'ye taşımayı planlıyoruz. Büyüme stratejimizi lisanslı markalarıyla yeni coğrafyalara açılma ve mevcut pazarlardaki etkinliğimizi artırma olarak belirledik.

Özellikle Kuzey Amerika, Afrika, Körfez Ülkeleri ve Türk Cumhuriyetleri gibi hızlı büyüyen pazarlar, bizim de hedeflediğimiz pazarlar arasında yer alıyor. Stratejik önem taşıyan bu bölgelerdeki varlığımızı güçlendirmek için yeni iş birlikleri ve projeler planlıyoruz. Bunun yanı sıra, mobilite alanındaki yatırımlarımızı genişleterek elektrikli araç çözümleri ve enerji depolama sistemlerinde sektör liderlerinden biri olmayı hedefliyoruz.

2025'te müşterilerimize daha fazla değer katacak yenilikçi ürünler ve hizmetler sunarak rekabette fark yaratacağız. Yeni yıldan beklentimiz, teknolojik ilerlemeler ve müşteri odaklı yaklaşımımızı sayesinde daha geniş kitlelere ulaşarak Vestel'in global marka değerini bir adım daha ileri taşımak. Bu doğrultuda, verimlilik artışı ve ciro büyümesini kaldıraç olarak kullanarak önümüzdeki üç yıl içinde şirket değerimizi iki katına çıkarmayı hedefliyoruz.



# 26 YILDIR DEĞİŞMEYEN LİDERLİK VESTEL'LE OLUR

26 yıldır değişmeyen liderliği, 160'tan fazla ülkedeki teknolojileriyle sektörde Türkiye İhracat Şampiyonu Vestel.



Elektrik-elektronik sektördeki ihracat şampiyonluğu ödülü, Vestel'in 2023 yılı ihracat gelirlerine göre Türkiye İhracatçılar Meclisi tarafından verilmiştir. Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin, "Türkiye'nin İlk 1000 İhracatçısı" araştırma verileri baz alınmıştır.



# 2025, yenilikçi adımlar atan şirketlerin fark yaratacağı bir yıl olacak

## Mustafa Ustaoglu

Ser Dayanıklı Tüketim Malları  
Yönetim Kurulu Başkanı



### 2024 yılı genel olarak markanız ve şirketiniz özelinde nasıl geçti?

2024 yılı, küresel ekonomik koşullar ve krizlerin gölgesinde zorlu bir dönem olarak geçti. Sektörümüz de bu ekonomik dalgalanmalardan doğrudan etkilendi. Ancak, karşılaştığımız zorlukları fırsata dönüştürerek iş yapış modellerimizi yeniden şekillendirdik ve sürdürülebilir çözümler geliştirdik.

Sürdürülebilirlik hedeflerimiz doğrultusunda, 2024 yılında önemli yatırımlar gerçekleştirdik. Özellikle fabrikalarımızda karbon nötr hedeflerimize ulaşma yolunda attığımız adımlar sayesinde enerji ihtiyacımızın tamamını %100 doğal kaynaklardan karşılamayı başardık. Bu önemli gelişme, hem çevresel sorumluluklarımızı yerine getirmemize hem de geleceğe daha sağlam bir temel hazırlamamıza olanak sağladı. 2024, sürdürülebilir büyüme ve yenilikçi dönüşüm adına bir dönüm noktası oldu.

### Sektör özelinde 2024 yılını değerlendirebilir misiniz? 2025 yılında sektörü neler bekliyor?

2024 yılı, sektördeki tüm oyuncular için makroekonomik zorlukların öne çıktığı bir dönem oldu. Enflasyon, ekonomik daralma ve resesyon gibi faktörler talebi baskımlarken, tedarik zincirindeki dalgalanmalar ve maliyet artışları sektörü ciddi şekilde etkiledi. Ancak bu zorluklar,

aynı zamanda daha verimli iş modelleri geliştirmek ve dijitalleşme süreçlerini hızlandırmak için önemli fırsatlar sundu.

2025 yılına baktığımızda ise sektörün toparlanma ve dönüşüm sürecine gireceğini öngörüyoruz. Enerji verimliliği ve sürdürülebilirlik odaklı projelerin öncelik kazanması, tüketicilerin daha çevre dostu ürünlere yönelmesi ve dijitalleşmenin derinleşmesi, sektörü şekillendirecek temel dinamikler olacak. Ayrıca, e-ticaretin büyümeye devam etmesi ve müşteri deneyiminin daha da önem kazanması, sektördeki rekabeti belirleyen unsurlar arasında yer alacak. 2025, hem riskleri hem de fırsatları barındıran, yenilikçi adımlar atan şirketlerin fark yaratacağı bir yıl olacak.

### 2025 yılı için hedefleriniz ve genel stratejileriniz neler olacak? Yeni yıldan beklentileriniz nelerdir?

2025 yılı için hedefimiz, 2024'teki deneyimlerimizden güç alarak daha sağlam ve yenilikçi adımlarla ilerlemek. Bu süreçte, yurt içinde Simfer markamıza, yurt dışında ise yeni markamız Ardo'ya yatırım yaparak marka yolculuğumuzu derinleştiriyoruz.

Simfer bayilerimize yeni ürün gruplarımızı sunarak ürün yelpazemizi genişlettik. Çorlu fabrikamızda televizyon üretimine başlamanın heyecanını yaşarken, son

model buzdolabı, çamaşır makinesi, bulaşık makinesi ve klima modellerimizle Simfer olarak fark yaratmayı amaçlıyoruz. Son teknolojiye sahip yenilikçi beyaz eşya modellerimizle, Simfer bayilerinin bir evin tüm ihtiyaçlarını karşılayabilecek geniş bir ürün yelpazesine ulaşmasını sağlayacağız.

2025 yılını, küçük ev aletleri ürün gamımız için bir atılım yılı ilan ediyoruz. Yenilenen modellerimizle estetik, pratik ve modern tasarımları bir araya getiriyoruz. Her detayında mükemmellik ve işlevsellik sunmayı hedeflediğimiz bu ürünlerle, yaşam alanlarınıza hem estetik hem de işlevsellik katmaya devam edeceğiz.

Enerji verimliliği ve sürdürülebilirlik odaklı projelerimizi artırırken, karbon nötr hedeflerimize ulaşmak için kararlılıkla çalışıyoruz. Dijital dönüşüm ve kurumsallaşma süreçlerimize hız kazandırarak, e-ticarete daha fazla ağırlık vereceğiz. Ürün gamımızı genişleterek, bir evin tüm ihtiyaçlarını karşılayan yenilikçi çözümler sunmayı amaçlıyoruz.





SteamMaster Ankastre Fırın Serisi  
Simfer ile Mutfaklarınızda

**simfer**

Buhar  
Destekli  
Pişirme



# Öncelikli amacımız müşteri memnuniyetini daha da artırmak

## Chiheb İsmail

HTS Genel Müdürü



### 2024 yılı genel olarak markanız ve şirketiniz özelinde nasıl geçti?

2024 yılı, markamız için önemli bir büyüme ve gelişim yılıydı. Dayanıklı tüketim sektörü için satış sonrası hizmetler sunan bir şirket olarak, müşterilerimize en kaliteli ve en verimli hizmeti sağlama amacımızı her zaman ön planda tuttuk. 2024 yılı, bu hedef doğrultusunda ayrıca değişen dinamiklere hızla adapte olabilmek için önemli adımlar attığımız bir yıl oldu. Özellikle dijital dönüşüm süreçlerimizi hızlandırarak, müşterilerimize daha hızlı ve etkili hizmet sunmayı başardık.

Yıl boyunca, özellikle yeni iş birlikleri ve anlaşmalar açısından büyük ilerleme kaydettik. Birçok yeni firma ile anlaşmalar yaparak, müşteri portföyümüzü genişlettik. Bunun yanı sıra, yurt dışındaki bazı firmalara da hizmet vermeye başladık. Bu uluslararası genişleme, bizim için hem yeni bir pazar hem de markamızın global alanda tanınırlığını artırma anlamında değerli bir fırsat sundu.

Tabii, büyüme sürecinde karşılaştığımız zorluklar da oldu. Ancak, müşteri memnuniyetini en üst seviyeye çıkarmak için her zaman esnek ve çözüm odaklı bir yaklaşım benimsedik. 2024'te, satış sonrası hizmetlerde en yüksek kaliteyi sunmaya devam ettik ve müşterilerimizin güvenini kazandık.

Sonuç olarak, 2024 yılı bizim için hem finansal anlamda hem de sektördeki

konumumuzu güçlendirme açısından son derece başarılı bir yıl oldu. 2025'te, bu başarıyı daha da ileriye taşımayı ve globaldeki etkinliğimizi artırmayı hedefliyoruz.

### 2025 yılı için hedefleriniz ve genel stratejileriniz neler olacak? Yeni yıldan beklentileriniz nelerdir?

2025 yılı için markamızın sürdürülebilir büyümesini ve sektördeki liderliğimizi pekiştirmeyi hedefliyoruz. Öncelikli amacımız, müşterilerimize en yüksek kaliteyi sunmaya devam ederek müşteri memnuniyetini daha da artırmak. 2024'te kazandığımız güveni, 2025'te daha da güçlendirerek müşterilerimizle uzun vadeli ilişkiler kurmayı hedefliyoruz. 2025'te müşteri beklentilerini daha iyi analiz ederek, onların ihtiyaçlarına en uygun çözümleri sunmaya devam edeceğiz.

Yeni yılda, özellikle yurt dışındaki faaliyetlerimizi daha da genişletmeyi planlıyoruz. Uluslararası pazarlarda daha fazla firma ile iş birliği yaparak, global alandaki etkinliğimizi artırmak istiyoruz. Bu bağlamda, operasyonel altyapımızı güçlendirerek, farklı coğrafyalarda da hızlı ve verimli hizmet sunmayı sürdüreceğiz.

Teknolojik yenilikler de 2025'te stratejilerimizin önemli bir parçası olacak. Dijital dönüşüm sürecimizi hızlandırarak, daha hızlı, güvenilir ve kullanıcı dostu hizmetler sunmayı planlıyoruz. Ayrıca, veri analitiği ve yapay zeka gibi araçları kullanarak hizmet kalitemizi sürekli olarak

iyileştirmeyi hedefliyoruz.

Öncelikle, e-ticaret işimizi daha kapsamlı bir şekilde geliştirerek, dijital platformlardaki varlığımızı güçlendirmeyi amaçlıyoruz. Başka şirketlerin e-ticaret süreçlerini yönetme konusunda daha fazla iş birliği yaparak, bu konudaki deneyimimizi genişletmeyi ve bu alandaki liderliğimizi pekiştirmeyi hedefliyoruz. Bu alandaki hizmetlerimizi daha da çeşitlendirerek, müşterilerimize en iyi çözümü sunmayı sürdüreceğiz.

Aynı zamanda, Cleanmaster markamızın e-ticaret satışlarını artırmaya yönelik özel bir strateji geliştirdik. Dijital pazarlama araçları, sosyal medya ve diğer çevrimiçi platformlarda hedef kitemize daha etkili bir şekilde ulaşarak, satışlarımızı büyütmeyi planlıyoruz. Cleanmaster'ın kalitesini ve müşteri memnuniyetine verdiğimiz önemi vurgulayarak, markamızın bilinirliğini artırmak ve müşteri sadakati oluşturmak istiyoruz.

Yeni yıldan beklentilerimiz, HTS ve Cleanmaster markalarımızın büyümesini sürdürülebilir bir şekilde yönetmek ve global alanda daha geniş bir pazar payı elde etmektir. Ayrıca, ekip içindeki yetenekleri daha da geliştirmeyi ve yeni yetenekleri organizasyonumuza katmayı da önemli bir hedef olarak belirledik.



# KÄRCHER



## TEMİZLİĞİN KOMPAKT HALİ

**SE 3 Compact Floor**  
Halı-Koltuk Yıkama ve Leke Çıkartma  
Makinesini Keşfedin.



**TEKSTİL YÜZEY  
TEMİZLEME**



**KURU  
SÜPÜRME**



**ISLAK  
VAKUM**



# 2025 yılında sektörde dijitalleşme, sürdürülebilirlik ve müşteri deneyimi odaklı bir dönüşüm bekleniyor

## Mehmet Ustaoglu

Sersim Yönetim Kurulu Üyesi



### 2024 yılı genel olarak markanız ve şirketiniz özelinde nasıl geçti?

2024 yılı, Sersim için stratejik dönüşüm ve büyümenin hız kazandığı bir yıl oldu. Ekonomik dalgalanmaların etkili olduğu bu yıl, döviz kurlarının baskısı özellikle ihracat firmalarını zorladı. Ancak Sersim olarak, güçlü üretim altyapımız, ekip çalışmamız ve yenilikçi çözümlerimizle yılı başarıyla tamamladık. Bu süreç, esneklik ve proaktif olmanın değerini bir kez daha ortaya koyarken, 2025'e daha büyük hedeflerle girmemizi sağladı.

150'den fazla ülkeye ihracat yapan, pişirici ve soğutucu ürünler alanında Türkiye'nin önde gelen üretici firmalarından biri olarak, bu yıl önemli yatırımlar gerçekleştirdik. Şirketimiz, 2000 kişiye istihdam sağlayarak hem yerel ekonomiye katkı sunmakta hem de dünya çapında yüksek kaliteli ürünler üretmektedir. Özellikle Tecna markamızla Türkiye pazarına adım atarak, yerel tüketicilere yenilikçi ürünlerimizi geleneksel kanal aracılığıyla sunduk. Bu hamle, sadece marka bilinirliğimizi artırmakla kalmadı, aynı zamanda yeni tüketici kitleleriyle buluşmamızı sağladı. Ayrıca bayi ve servis ağıımızı genişleterek Türkiye genelinde daha erişilebilir hale geldik. Enerji verimliliği, çevre dostu tasarımlar ve akıllı teknolojilerle donatılmış ürünlerimizle, hem yurt içinde hem de ihracatta fark yarattığımız bir yılı geride bıraktık.

### Sektör özelinde 2024 yılını değerlendirebilir misiniz? 2025 yılında sektörü neler bekliyor?

2024 yılı, pişirici ürünler sektöründe

önemli değişimlerin yaşandığı dinamik bir yıl oldu.

- **Akıllı mutfak çözümleri:** Tüketiciler, uzaktan kontrol edilebilen, enerji tasarrufu sağlayan ve pişirme sürecini kolaylaştıran cihazlara yöneldi.
- **Enerji verimliliği:** Regülasyonlar, enerji tasarruflu ürünlerin geliştirilmesini teşvik etti. Markalar, sürdürülebilirlik odaklı inovasyonlara yatırım yaptı.
- **Geleneksel kanalın yükselişi:** Tüketicilerin fiziksel mağazalarda ürün deneyimleme isteği, geleneksel kanalı yeniden ön plana çıkardı. Satış sonrası destek ve müşteri hizmetleri bu alanda belirleyici bir rol oynadı.
- **Tasarım odaklı ürünler:** Modern mutfaklara uygun estetik ve fonksiyonel tasarımlar, tüketici tercihlerinde önemli bir yer kazandı.

2025 yılında sektörde dijitalleşme, sürdürülebilirlik ve müşteri deneyimi odaklı bir dönüşüm bekleniyor. Akıllı cihazlar ve IoT entegrasyonu ile daha yenilikçi çözümler sunulacak. Enerji verimliliği konusundaki regülasyonların daha sıkı hale gelmesi, çevre dostu üretim yapan markalar için avantaj sağlayacak. Geleneksel kanalın önemi artarak, fiziksel mağazalardaki ürün teşhir ve deneyim süreçleri daha kritik hale gelecek.

### 2025 yılı için hedefleriniz ve genel stratejileriniz neler olacak? Yeni yıldan beklentileriniz nelerdir?

2025 yılında, Sersim olarak büyüme ve inovasyon odaklı bir strateji benimseyeceğiz. Hedeflerimiz şu şekilde:

#### Kanal yapılanmasını genişletmek:

- Tecna markamızın Türkiye genelindeki erişimini artırmak için geleneksel kanal ağıımızı genişleteceğiz.
- Bayi ve servis ağını güçlendirmeye devam ederek, daha hızlı ve etkili hizmet sunmayı hedefliyoruz.

#### Ürün portföyünü zenginleştirmek:

- Akıllı teknolojilere sahip, enerji tasarruflu ve sürdürülebilir ürünler geliştirerek tüketicilerin ihtiyaçlarına yönelik çözümler sunacağız.
- Modern mutfaklara uygun, kompakt ve estetik tasarımlarla pazar liderliğimizi pekiştireceğiz.

#### Küresel pazarlarda güçlenmek:

- Diğer markalarımızla birlikte küresel pazar payımızı artırmayı planlıyoruz.
- Özellikle Avrupa ve Orta Doğu'da yenilikçi ve sürdürülebilir ürünlerimizle fark yaratacağız.

#### Müşteri deneyimi ve sadakatine odaklanmak:

- Genişleyen servis ağıyla tüketici memnuniyetini en üst seviyeye taşıyacağız.
- Kişiselleştirilmiş hizmetlerle müşteri sadakatimizi güçlendireceğiz.

Yeni yılda hem yerel hem de uluslararası pazarda büyümeyi sürdürmeyi hedefliyoruz. Tecna markamızın Türkiye'deki bilinirliğini artırırken, enerji verimliliği ve sürdürülebilirlik hedeflerine yönelik yenilikçi çözümlerle sektördeki öncü rolümüzü pekiştireceğiz.



## Küçük Mutfaklar için İlham Veren Çözümler!

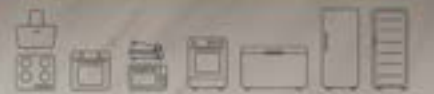
Tecna Chef'N 500 Multi Cooker ve  
Tezgahaltı Derin Dondurucu ile mutfağınızda  
daha fazla alan kazanın, evinize değer katın.

Çağrı Merkezi

0850 225 03 52

    TecnaTurkiye

**tecna**



sersim kuruluşunun bir markasıdır.



# Tüketici ihtiyaçlarının sürekli yenilenmesi, inovasyon ve teknoloji sektörün kalbinde yer alacak

## Musa Üstün

King CEO'su



### 2024 yılı genel olarak markanız ve şirketinizin özelinde nasıl geçti?

2024 yılı "King" markamız açısından büyüme ve yenilenme yılı oldu. Şirketimiz özellikle ürün yelpazesini ve kalitesini geliştirme anlamında önemli adımlar attı. Yeni ürün kategorilerimizle hem yerel hem de uluslararası pazarda tüketicilerimizin beklentilerini fazlasıyla karşılamayı başardık. Özellikle "King" ile özdeşleşmiş ürün gamımızı genişleterek pazarda köklü kimliğimizi korumaya devam ettik.

2024 yılı dijitalleşme ve e-ticaret alanındaki yatırımlarımızın meyvelerini verdiği bir dönem oldu. Online satış kanallarımızdaki büyüme oranımız, şirketimizin hedeflerinin üzerinde gerçekleşti. Aynı zamanda zincir ve bayi satış kanallarımızı, geçtiğimiz yıllara kıyasla hem ciro hem de satış noktası bazında önemli ölçüde artırarak büyümemizi sürdürdük.

Müşteri memnuniyet oranlarımızı gözle görülür seviyelerde artırarak hem satış sonrası hizmetlerde hem de müşteri deneyiminde önemli iyileştirmeler sağladık. Yetkili servis sayımız 2022 yılında 157, 2023 yılında 274 iken bu sayıyı 2024 yılında 333 Yetkili servis noktasına çıkararak Türkiye'de neredeyse ilçe ilçe yayılırken, Azerbaycan ve Kuzey Kıbrıs'ta da servis ağıımızı oluşturduk. Aynı doğrultuda ürün kalitemizin de artmasıyla, gelen şikâyet oranını azami ölçüde indirmeyi başardık.

Teknofest, Zuchex ve Coffex gibi sektörün önde gelen fuar organizasyonlarında yer alarak hem üreticiler hem de tüketicilerle bir araya geldik. Bu organizasyonlarla, tüketicilerimizle doğrudan iletişim kurarak görüş ve önerilerini dinlerken, aynı zamanda markamızın vizyonunu ve ürünlerimizin kalitesini daha geniş kitlelere aktardık.

Katıldığımız tüm organizasyonlarda markamızın, organizasyonun parlayan yıldızı olarak lanse edilmesi bizi onurlandırdı. Bu başarılarımızı ödüllere taçlandırdık. Bu sayede önümüzdeki yılı daha büyük şevkle planladık. Şimdi ise hedeflerimize emin adımlarla ilerlemeye devam ediyoruz.

### Sektör özelinde 2024 yılını değerlendirebilir misiniz? 2025 yılında sektörü neler bekliyor?

2024 yılı, elektrikli ev aletleri sektöründe dönüşüm yılı olarak değerlendirilebilir. Özellikle tüketici davranışlarının hızlı değişimi sektörümüzde yenilikçi teknolojilere yatırım yapılmasını kaçınılmaz hale getirdi. Grafiklere baktığımızda akıllı ev teknolojilerinin yaygınlaşması ve enerji verimliliği odaklı ürünlere olan talebin artışının söz konusu olduğunu görüyoruz.

Enflasyonun ve faizin etkisiyle, ihtiyaç kalemlerinde (Çay - Kahve makineleri gibi ürünler) fiyatın tüketici nazarında daha fazla önem arz ettiği bir yıl oldu. Bu değişim, sektördeki şirketleri fiyat ve performans dengesini korumaya her zamankinden daha fazla odaklanmaya yönlendirdi.

2025 yılında küçük ev aletleri sektörünü birçok heyecan verici gelişme bekliyor. Tüketici ihtiyaçlarının sürekli yenilenmesi, inovasyonun ve teknolojinin sektörün kalbinde yer almasını sağlayacağını öngörüyoruz. Ayrıca akıllı ev teknolojilerinin hızla yayılmasıyla birlikte, küçük ev aletlerinde kişiselleştirilebilir özelliklerin ve yapay zekâ destekli ürünlerin yani kullanıcıların hayatını kolaylaştıran, aynı zamanda estetik açıdan şık duran ürünlerin daha fazla talep görmesi bekleniyor...

### 2025 yılı için hedefleriniz ve genel stratejileriniz neler olacak? Yeni yıldan beklentileriniz nelerdir?

2025 yılına yönelik stratejilerimiz, global ölçekte büyüme ve inovasyonu temel alan bir vizyon çerçevesinde şekillenmektedir. Öncelikli amacımız, müşteri memnuniyetini en üst düzeye taşımak ve 71 yıllık köklü geçmişimizle King markamızı "Evinizin King'i" sloganıyla her eve ulaştırmaktır. Bunun yanı sıra, ürün portföyümüzü zenginleştirerek farklı coğrafyalardaki tüketicilerin ihtiyaç ve beklentilerine uygun çözümler sunmayı hedeflemekteyiz.

Pazarlama ve müşteri deneyimi alanında dijitalleşmeye 'KINGPRO' markamızla öncelik vererek, tüketicilerimizle daha etkili ve verimli bir iletişim sağlamayı hedefliyoruz. Ayrıca fuarlar, festivaller ve benzeri etkinliklerde müşterilerimizle daha sık bir araya gelerek, onlara kişiselleştirilmiş ve benzersiz bir deneyim sunmayı amaçlıyoruz. Bununla birlikte, çalışanlarımızın profesyonel gelişimini destekleyen programlarla da kurumsal kültürümüzü güçlendirmeye devam edeceğiz.

Yeni yıldan beklentimiz ise, sektörümüzdeki yenilikçi dönüşümlerin hem yerel hem de global pazarda tüketici taleplerini daha üst seviyede karşılayacak bir zemin oluşturmasıdır. King olarak, bu değişimin bir parçası olmaktan ve tüketicilerimize en iyi hizmeti sunmaktan gurur duyuyoruz. 71 yıl önce başladığımız bu başarı yolculuğumuz ilk günkü coşku ve heyecanını koruyacak, "Evinizin King'i" olarak girdiğimiz evlerde tebessüm oluşturmaya ve ülkemize hizmet etmeye devam edeceğiz.





# Cam sektörü için 2024 yenilikçi çözümler ve sürdürülebilirlik odaklı bir dönüşüm yılı olarak öne çıktı

## Fabrizio Missich

Yorglass CEO'su



### 2024 yılı genel olarak markanız ve şirketiniz özelinde nasıl geçti?

Endüstriyel cam işleme ve düz cam ticareti alanlarındaki 50 yıllık köklü birikimimiz, uzmanlığımız, farklı iş kollarındaki tecrübemiz, nitelikli iş gücümüz, teknolojik altyapımız ve yaptığımız büyük yatırımlarla sektörümüze katkı sağladığımız bir yılı geride bıraktık. 2024 yılının ilk altı ayı, Yorglass açısından son derece verimli ve başarılı geçti. Şirket olarak üretim kapasitemizi artırmaya yönelik yatırımlarımızı sürdürdük. Özellikle Manisa Organize Sanayi Bölgesi'nde gerçekleştirdiğimiz 30 milyon euroluk yeni yatırımımızla ihracat gücümüzü artırdık ve Ar-Ge çalışmalarımıza hız kazandırdık. Yılın ikinci yarısında ise ihracata odaklanarak global pazarlarda daha geniş bir yer edinme stratejimize odaklandık. Tüm yıl boyunca, sürdürülebilir çözümlerle çevreye olan katkılarımızı artırmaya ve çalışan odaklı büyüme hedefimize yönelik çalışmalarımıza aralıksız devam ettik. Öte taraftan, 2024 yılı maliyetlerimizi derinlemesine analiz ettiğimizde, enflasyonun etkisiyle sabit giderlerimizde yaklaşık yüzde 60 oranında bir artış gerçekleşti. Buna karşın, hammadde ve enerji maliyetlerimiz yıl boyunca sabit bir seyir izledi. Bu zorlu şartlara rağmen

artan maliyetleri büyük oranda nihai ürün fiyatlarımıza yansıtmayarak rekabet gücümüzü artırmayı başardık. Özetle, 2024 yılında imza attığımız her bir projenin sonucunda verimini, üretkenliğini ve odağını bir üst basamağa taşıyan bir Yorglass yarattık. Bu da 2025 yılına çok daha hazır ve sağlam gireceğimizin en önemli göstergelerinden biri oldu.

### Sektör özelinde 2024 yılını değerlendirebilir misiniz? 2025 yılında sektörü neler bekliyor?

Cam sektörü için 2024 yılı yenilikçi çözümler ve sürdürülebilirlik odaklı bir dönüşüm senesi olarak öne çıktı. Enerji verimliliği, dijitalleşme ve çevre dostu üretim süreçleri sektördeki firmaların gündeminde ilk sırayı aldı. Yorglass olarak bu dönemde yenilikçi ürünlerimizle hem yerel hem de global pazarlarda güçlenmeye devam ettik. 2025 yılında ise yeşil mutabakat hedefleri doğrultusunda daha çevreci teknolojilerin benimsenmesi, dijitalleşmenin hız kazanması ve enerji tasarrufuna yönelik yatırımların artması bekleniyor. Biz de bu doğrultuda sektörün geleceğini şekillendiren çözümler sunmaya kararlıyız. Diğer yandan 2025'in ilk yarısının ekonomik şartlar açısından biraz zorlu geçmesini öngörüyoruz. Ancak, hem iç pazarda

hem de dış pazarlarda bu zorlukların 2025'in son çeyreğinde geride kalacağını tahmin ediyoruz. Bu süreçte şirketimizin yenilikçi çözümler ve müşteri odaklı yaklaşımıyla sektördeki yerini daha da güçlendireceğine inanıyoruz.

### 2025 yılı için hedefleriniz ve genel stratejileriniz neler olacak? Yeni yıldan beklentileriniz nelerdir?

Yorglass olarak, 2025 yılı stratejilerimiz arasında; sürdürülebilirliğe, dijitalleşme yatırımlarına, Ar-Ge'ye, ihracata ve sektörün ihtiyaçlarının ötesinde ürünler geliştirmeye odaklanmak yer alıyor. 2025 yılının özellikle ilk yarısının ekonomik anlamda kolay geçmeyeceğine dair öngörümüz olsa da bu süreci daha rahat geçirebilmek adına hazırladığımız farklı senaryolarımız bulunuyor. Hem proaktif yaklaşımımız hem de yıl başında belirlediğimiz stratejimiz sayesinde 2025 yılını sektördeki konumumuzu pekiştirerek ve hedeflerimize ulaşarak bitirebilmek için çalışmaya ve üretmeye devam edeceğiz.



# 2025, teknoloji, sürdürülebilirlik ve kişiselleştirilmiş müşteri deneyimi gibi faktörlerle şekillenen bir yıl olacak

## Baki Keçeci

Fanset Elektrikli Ev Aletleri Fabrika Müdürü



### 2024 yılı genel olarak markanız ve şirketinizin özelinde nasıl geçti?

2024 yılı, Fanset Elektrikli Ev Aletleri için büyüme ve sektör liderliğimizi pekiştirdiğimiz bir yıl oldu. Artan rekabet ve değişen tüketici beklentilerine karşı, ürün inovasyonu, müşteri memnuniyeti ve sürdürülebilirlik alanlarında önemli adımlar attık. Bu kapsamda, teknolojik yeniliklerle donatılmış yeni ürünler sunduk ve kullanıcıların günlük bakım rutinlerine pratiklik katacak Fantom Jolie Saç Düzleştiriciyi piyasaya sürdük. Jolie, saçı koruyarak uzun süreli pürüzsüzlük sağlayan etkili performansı ile büyük ilgi gördü. Ayrıca, dünyadaki markalaşma adımlarımızı her geçen yıl daha da pekiştiriyor ve bu süreçte, global pazarlarda marka tanınırlığımızın artması, gelişimimizi hızlandırıyor. Uluslararası pazarlara yönelik ihracat faaliyetlerimizi de önemli ölçüde artırarak, Dünya pazarlarında daha fazla tüketiciye ulaşmayı başardık. Bu sayede, sadece yerel değil, küresel ölçekte de güç kazandık ve sektördeki etkimizi her geçen gün artırıyoruz.

### Sektör özelinde 2024 yılını değerlendirebilir misiniz? 2025 yılında sektörü neler bekliyor?

2024 yılı, elektrikli ev aletleri sektörü için dönüşüm ve yeniliklerle dolu bir yıl oldu. Tüketici beklentilerinin hızla değişmesi, sektörü daha esnek ve yenilikçi olmaya zorladı. Dijitalleşme ve e-ticaretin hızla büyümesi, markaların dijital platformlarda daha fazla yer almasını sağladı. Ayrıca, akıllı ev teknolojilerinin yükselmesi, elektrikli ev aletleri sektöründe önemli bir trend oluşturdu. Ürünlerin bağlantılı hale gelmesi, kullanıcıların cihazlarını akıllı telefonları üzerinden kontrol etmesine olanak tanıırken, bu trend özellikle genç tüketiciler arasında hızla popülerlik kazandı.

Özetle, 2025 yılı, teknoloji, sürdürülebilirlik ve kişiselleştirilmiş müşteri deneyimi gibi faktörlerle şekillenen bir yıl olacak ve sektördeki lider markalar, bu trendleri benimseyerek pazardaki konumlarını pekiştirmeye çalışacak.

### 2025 yılı için hedefleriniz ve genel stratejileriniz neler olacak? Yeni yıldan beklentileriniz nelerdir?

Ulusal pazarda sağladığımız başarıyı, 2025 yılında global pazarlara da taşımayı planlıyoruz. Yeni ihracat pazarlarına girmeyi ve ürünlerimizi daha geniş bir kitleye tanıtmayı hedefliyoruz. Bu doğrultuda, yerel pazarların ihtiyaçlarını analiz ederek uygun stratejiler geliştirecek ve global marka bilinirliğimizi artıracacağız. Fantom markamızla, inovatif teknolojiler ve yüksek performanslı ürünler sunarak, global pazarlarda daha fazla yer edinmeyi amaçlıyoruz. Yeni yıldan beklentimiz, global tedarik zincirindeki iyileşmeler, çevre dostu ürünlere yönelik artan talepler ve teknolojik gelişmelerin sektöre getireceği fırsatlarla birlikte daha güçlü bir büyüme ve daha yüksek müşteri memnuniyeti. 2025 yılı, yenilikçi ürünler ve müşteri odaklı stratejiler ile daha sürdürülebilir bir başarıya ulaşacağımız bir yıl olacak.



# PROVAC P 5000

Yüzeydeki tüm tozları yüksek emiş gücü ile çekerek en iyi ve pratik temizlik performansı sunar.

H.E.P.A Filtre'nin yüksek filtreleme özelliği sayesinde evinizdeki temiz havayı koruyarak derinlemesine temizlik sunar.

Cyclone teknolojisi, oluşturduğu hava akımıyla toz zerreciklerini ve partiküllerini havadan ayrıştırarak hazneye hapseder.



Cyclone  
Torbasız Temizlik



Pratik  
Kullanım



Yüksek  
Emiş Gücü



H.E.P.A. Filtre

# Fantom

# airpoll

## *Hem Serin, Hem Sıcak Her Mevsim Yanınızda!*



DC Motor



Zamanlayıcı  
Ayarı



Uzaktan  
Kumanda



UV Mavi Işın



LCD Dokunmatik  
Ekran



Geniş Açılı Hava  
Beslemesi



Sıcak-Soğuk  
Üfleme Modu



Buz Kristalli  
Soğutma



Nemlendirilmiş  
Hava



**HF-01**



**HF-02**

# airpoll

PANALI DAY. TÜK. MALL. SAN. VE TİC. A.Ş.

Yenidoğan Mah. Abdi İpekçi Cad.

No: 159 Bayrampaşa / İstanbul

0212 664 00 50

[www.airpoll.com.tr](http://www.airpoll.com.tr)

**PANALI**





*PNL-LAM09/12*

## *PANALI ile Şık ve Zarif Dekoratif Ürünler*



*PNL-BDM-35*



*PNL-SA2043*




*PNL-BM03*



*PNL-MG41*



*PNL-MG09*

 @panalihome



PANALI DAY. TÜK. MALL. SAN. VE TİC. A.Ş.

Yenidoğan Mah. Abdi İpekçi Cad.

No: 159 Bayrampaşa / İstanbul

0212 664 00 50

[www.panali.com.tr](http://www.panali.com.tr)





# Sektörün 2025'te akıllı ve kişiselleştirilmiş ürünlere yönelmesini bekliyoruz

## Münir Öztaş

Kumtel Satış ve Pazarlama Müdürü



### 2024 yılı genel olarak markanız ve şirketiniz özelinde nasıl geçti?

2024 yılı, Kumtel için büyüme ve yeniliklerle dolu olmasının yanı sıra zorlukların da yaşandığı bir yıl oldu. Yılın başında yerel seçimlerin getirdiği yoğun gündemle birlikte bazı taleplerin öne çekilmesi, ilk çeyrekte hareketlilik sağladı. Seçim sonrasında talepte bir miktar azalma yaşansa da yaz aylarında sezonluk ürünlerin etkisiyle talepler yeniden artış gösterdi.

Genel ekonomik koşullara baktığımızda, yüksek faiz oranları, stabil seyreden döviz kuru ve yüksek enflasyon, maliyetlerin artmasına neden oldu. Özellikle ihracat tarafında döviz kuru baskısı sebebiyle zorlu bir dönem geçirdik. Ancak bu olumsuzluklara rağmen, enerji verimliliği ve sürdürülebilirlik odaklı projelerimizle hem üretim süreçlerimizi hem de ürünlerimizi daha çevre dostu hale getirme yolunda önemli adımlar attık.

Fortune 500 Türkiye En Büyük Şirketler Listesi'nde 226. sıraya yükselmemiz ve Elektrikli Ev Aletleri kategorisinde Türkiye'nin en büyük 4. şirketi olmamız, bu yılki başarılarımızı somut bir şekilde ortaya koydu. Yurt dışı pazarında büyüme stratejilerimizle, marka bilinirliğimizi artırmayı başardık. Tüm bu süreçte, stratejik planlarımız doğrultusunda belirlediğimiz hedefleri başarıyla gerçekleştirmenin gururunu yaşıyoruz.

### Sektör özelinde 2024 yılını değerlendirebilir misiniz? 2025 yılında sektörü neler bekliyor?

2024 yılı, sektörümüz için hem fırsatların hem de zorlukların öne çıktığı bir yıl oldu. Artan enerji maliyetleri ve çevresel düzenlemeler, enerji verimliliği yüksek ve sürdürülebilir ürünlere olan talebi artırdı. Bu dönemde rekabet, yenilikçi çözümler sunan markalar arasında yoğunlaştı.

Bununla birlikte, yüksek faiz oranları, stabil seyreden döviz kuru ve yüksek enflasyon, maliyetlerin artmasına ve bazı ürün gruplarında talep daralmalarına yol açtı. Özellikle ihracatta döviz kurunun baskısı nedeniyle zorlayıcı bir yıl geçirildi. Ancak yenilikçi ürünlerle müşterilere değer sunmayı başaran markalar, bu dönemi fırsata çevirdi.

2025 yılında sektörün dijitalleşme ve yapay zekâ teknolojilerinin etkisiyle daha akıllı ve kişiselleştirilmiş ürünlere yönelmesini bekliyoruz. Faiz oranlarının kısa vadede düşmeyeceği öngörüsüyle birlikte, başta konut sektörü olmak üzere birçok sektörde maliyetlerin yüksek seyredeceğini düşünüyoruz. Bu durum, rekabetin daha da yoğunlaşmasına neden olacaktır.

Öte yandan, enflasyonun düşüş eğilimine girmesi ve maliyetlerde beklenen iyileşmeler, özellikle yılın son çeyreğinde sektöre bir ivme kazandırabilir. 2025

yılında yenilikçi ürün geliştirme ve müşteri odaklı stratejilerle sektörün güçlü bir büyüme potansiyeline sahip olduğunu düşünüyoruz.

### 2025 yılı için hedefleriniz ve genel stratejileriniz neler olacak? Yeni yıldan beklentileriniz nelerdir?

2025 yılında da üretim ve ihracat odaklı çalışmalarımıza aynı kararlılıkla devam edeceğiz. Enerji verimliliği yüksek, çevre dostu ve yenilikçi ürünlerle hem iç pazarda hem de uluslararası arenada liderliğimizi pekiştirmeyi hedefliyoruz. Dünyadaki trendleri önden takip ederek, müşterilerimizin beklentilerini aşan yenilikçi ürünleri piyasaya sunmaya devam edeceğiz.

Dijitalleşmeye yaptığımız yatırımlarla müşteri deneyimini iyileştirmek ve küresel pazarlarda yeni iş birlikleri ve fuar katılımlarıyla daha güçlü bir ağ oluşturmak temel stratejilerimiz arasında yer alıyor. Ekonomik zorluklara rağmen, sürdürülebilirlik ve inovasyon odaklı projelerimizle sektördeki öncü rolümüzü koruyarak büyümeye devam edeceğiz.



**KUMTEL®**

# EV KONFORUNDA PROFESYONEL PERFORMANS



Paslanmaz  
Titanyum Bıçak

**1600  
Watt**

1600 Watt



Saniyeler  
İçinde Buz Kırma



%100  
Bakır Motor

HCTB-01  
PROFESYONEL MASA BLENDERİ





## 2025 yılında farklılık yaratamayan firmaların zorluk yaşaması kaçınılmaz olabilir

### Aydın Aysan

VALS Elektronik Ticari Yöneticisi



#### 2024 yılı genel olarak markanız ve şirketinizin özelinde nasıl geçti?

2024 yılı bizim için oldukça güzel geçti; büyümemizi sürdürdük ve dünya çapında benzeri olmayan patentli ürünümüz Valstronot'u piyasaya sürdük. Müşterilerimizden aldığımız olumlu geri dönüşler bizi çok mutlu etti. Ayrıca, fabrikamıza yaptığımız yatırımlarla verimliliğimizi artırdık; yeni raf sistemiyle depomuzu daha etkin kullanmaya başladık ve 1 MW'ın üzerinde bir güneş enerji sistemi yatırımı yaparak çevreye olan sorumluluğumuzu yerine getirme yolunda önemli bir adım attık.

#### Sektör özelinde 2024 yılını değerlendirebilir misiniz?

2024 yılı elektrikli ev aletleri sektörü için genel olarak zorlu geçti. Özellikle yılın son aylarında yaşanan ekonomik durgunluk, birçok üretici, dağıtıcı ve perakendeciyi etkiledi. Kendi ağırlıklı ürünlerimiz olan vantilatör ve elektrikli ısıtıcı özelinde ise farklı eğilimler gözlemledik: Vantilatör satışları son yılların en iyi dönemini geçirirken, ısıtıcı satışları genel olarak durgundu.

#### 2025 yılında sektörü neler bekliyor?

2025'in, 2024'e benzer bir seyir izlemesini bekliyoruz. Ekonomik durgunluğun özellikle ilk aylarda etkisini göstereceğini öngörüyoruz. Ancak yaz aylarında artan sıcaklık beklentisi ve ekonomideki toparlanma sinyalleri, vantilatör ve klima satışlarını destekleyecektir.

Sektörde, vantilatör ihtiyacının büyük bir kısmı ithalatla karşılanıyor. Bu ithalat hem bitmiş ürün hem de tüm parçaların yurtdışından getirilip burada monte edilmesi şeklinde gerçekleşiyor. 2025 yılında daha çok oyuncunun piyasaya girmesi ve rekabetin artması durumunda farklılık yaratamayan firmaların zorluk yaşaması kaçınılmaz olabilir. Biz, ev tipi vantilatörlerde, tüm plastik ve kafes dahil tüm metal parçaları kendi bünyesinde üretebilen tek firmayız. Bu güçlü altyapımız sayesinde yedek parça sorunu yaşamıyor, satış sonrası servisimizle fark yaratıyoruz. Ayrıca, 42 yıllık deneyimimizle sektörde edindiğimiz birikimi, güçlü Ar-Ge ve Ür-Ge ekibimizle birleştirerek, enerji tasarruflu, çevreye duyarlı ve güvenli ürünler geliştirmeye odaklanıyor; sektördeki gelişmeleri şekillendirmeye devam ediyoruz.

#### 2025 yılı için hedefleriniz ve genel stratejileriniz neler olacak? Yeni yıldan beklentileriniz nelerdir?

2024 yılındaki olumlu tablodan aldığımız güç ile ürün gamımızı genişlettik. Kendi markamızın tanıtımına daha fazla yatırım yapmayı planlıyoruz. Ayrıca kendi markalarımız dışında üretim yaptığımız markalarla olan iş birliklerimizi de güçlendirmeye odaklandık ve bu konuda da olumlu gelişmeler yaşıyoruz.

Mart ayından itibaren devreye girecek olan güneş enerji sistemimizle yıllık enerji tüketimimizin %70'ini yenilenebilir kaynaklardan karşılayacağız. Bu adım, sürdürülebilir bir geleceğe katkı sağlamanın yanı sıra, üretim maliyetlerimizi düşürerek müşterilerimize daha rekabetçi ürünler sunmamıza olanak tanıyacak.

2025'te ayrıca, Avrupa pazarındaki toparlanma sinyallerine bağlı olarak ihracat hacmimizi artırmayı ve global pazarda daha güçlü bir oyuncu olmayı hedefliyoruz.



## 2024 yılında iklimlendirme ürünlerinde hedeflerimizi adet bazında arttırdık

### Mustafa Berkay Öztüz

Panali



2024 yılı dağıtıcısı olduğumuz Airfel markası ve şirketimizin ithalatını yaptığı Panali Dekoratif ürünler açısından çok olumlu geçti. Klima sektörü özelinde değerlendirecek olursak 2024 yılı rekorların yılı oldu, Firmamız da hedeflediği adetleri yakaladı.

2024 yılında iklimlendirme ürünlerinde hedeflerimizi adet bazında arttırdık, yeni yıldan beklenti ve temennilerimiz çok olumlu. Yine 2025 yılı için iklimlendirme ürünleriyle ilgili ithalatını kendimizin yapacağı yeni ürünleri müşterilerimizle ve tüketicilerle buluşturacağız.



# arnica

## MUTFAKTA HAYATINIZI KOLAYLAŖTIRAN GÜÇ!

Mutfakta zaman kazandıran **Joy Max**,  
her işlemde üstün performans sunar.  
**Kurutma, rendeleme, dilimleme ve parçalama**  
gibi işlemleri hızlı ve pratik bir şekilde yaparak  
yemek hazırlığınızı kolaylaştırır.

Kurutma



Rendeleme



Dilimleme



Blender



JOY  
MAX

Blender Seti  
GH21820



3 yıl  
garanti





## 2025 yılının daha karlı bir yıl olacağını düşünüyorum

### Taner İnci

Beyazyaka Ev Aletleri Yönetim Kurulu Üyesi



#### 2024 yılı genel olarak markanız ve şirketiniz özelinde nasıl geçti?

Kendi şirketimiz için şunu söyleyebilirim; sektörümüzde kampanya ve alım fırsatı oluşturabilme stratejisine ağırlık vermeye özen gösterdiğimiz ve yeni yatırım yapmaktan da geri durmadığımız bir yıl oldu. Azalan banka taksit sayılarından dolayı hem markaların hem de bizlerin kampanyalara özellikle daha çok önem verdiğimiz söyleyebilirim.

#### Sektör özelinde 2024 yılını değerlendirebilir misiniz? 2025 yılında sektörü neler bekliyor?

2024 yılı gerek ülkemiz açısından gerekse

sektörümüz açısından birçok gündem ile dolu olarak geçti. İlk çeyreğin sonunda KDV artışları, sonrasında ise artan banka komisyon oranları ticareti zorlayan bir unsur olarak öne çıktı. Sattığımız ürünlerin yıl içindeki fiyat artış oranı enflasyonun ve artan maliyetlerin altında kaldığını söyleyebiliriz. Ancak bu gelişmelere rağmen özellikle ilk 6 ayın daha daha pozitif geçtiğini söylemek yanlış olmaz.

2025 yılında ise benzer bir yıl olacağını düşünüyorum. Maliyet yönetimi, stok yönetimi ve finans yönetimi hayatımızda önem açısından çok daha fazla yer teşkil edeceği kanaatindeyim.

#### 2025 yılı için hedefleriniz ve genel stratejileriniz neler olacak? Yeni yıldan beklentileriniz nelerdir?

2025 yılının öncelikle başarının yanında sağlık ve huzur getirmesini dilerim. Şirketimizin mevcut müşteri memnuniyeti stratejileri devam edecektir. Ayrıca acil bir önlem anlayışı ile küçülme veya agresif tasarruf anlayışımız söz konusu değildir. Çok güçlü üretim ve istihdam hacmine sahip bir sektörün temsilcileriyiz. Bu yüzden temsil ettiğimiz markaların da güçlü kampanya ve satış politikaları yanı sıra biz bayilerin de özverisi ile 2025 yılının daha karlı bir yıl olacağını düşünüyorum.



## 2025 yılında da nakit sıkıntısının olması ve iç talepte daralmalar olabileceğini öngörüyoruz

### Murat Diker

Aras Ev Aletleri



#### 2024 yılı genel olarak markanız ve şirketiniz özelinde nasıl geçti?

Aras Ev Aletleri, bünyesinde Siemens, LG, İdaş, Bambi, A.O. Smith, Daikin marka bayilikleri, 4 Siemens, 5 LG, 9 İdaş ve 1 Bambi mağazası ile perakende satış olarak faaliyetlerine devam etmektedir. Sektör genel olarak 2024 yılını adet ve ciroda 2023 yılına göre bir miktar düşüş rakamları ile kapanmıştır. Şirketimizde ise 2024 yılını hem adet, hem ciro olarak büyüyerek tamamlanmıştır. Piyasanın aksine şirketimizdeki büyümenin birkaç sebebi mevcuttur. Mağaza içinde yaptığımız dekorasyon değişiklikleri, yoğun pazarlama ve reklam faaliyetleri, personel kalitemizin iyileştirilmesi, müşteri teslimatlarını hızlandırmamız, stoklu çalışarak müşteriye hızlı hizmet etmemiz bunlar arasında sayılabilir.

#### Sektör özelinde 2024 yılını değerlendirebilir misiniz? 2025 yılında sektörü neler bekliyor?

Sektörümüzde maalesef kendi öz kaynağıyla ticaret yapmayan, hacminin üstünde borçlanarak geleceğini uzun taksitlerle bölerek

fazla vade farkı ödeyip, ticaret yapan meslektaşlarımız mevcuttur. 2025 yılı içerisinde kendi öz sermayesi güçlü, müşterilerine iyi hizmet veren, müşteri memnuniyetini önemseyen, stok ve rekabet gücü ve olan firmaların ayakta kalacağını düşünüyoruz. 2025 yılında da 2024 yılında olduğu gibi nakit sıkıntısının olması ve iç talepte daralmalar olabileceğini öngörüyoruz.

#### 2025 yılı için hedefleriniz ve genel stratejileriniz neler olacak? Yeni yıldan beklentileriniz nelerdir?

2025 yılı için firmamızın hedefi, 2024 yılına göre büyümek. Mağaza sayımız yeterli olduğundan yeni mağaza açma yönünde hedefimiz olmamakla beraber, verimsiz gördüğümüz mağazaları verimli hale getirebilmek için gerekli hamleleri yapabiliriz. 2025 yılında özellikle gider kalemlerimize yoğunlaşarak tasarruf yapabileceğimiz kalemleri belirleyip, o alanlarda ilgili çalışmaları başlatacağız. Şirketimizin 2025 yılı için karamsar bir görüş açısı yok. Mücbir bir sebep olmadıkça, tecrübemize güvenip işimizi yapmaya devam edeceğiz.





## Yılın ikinci yarısında sektörün normalleşeceğini öngörüyoruz

### Ferdi Eroğlu

Dijitsu Ev Aletleri Firma Sahibi



2024'te ülkemiz ve genel anlamda ticaret için zor bir yılı geride bıraktık. Sektör olarak cirosal bazda büyümeler gerçekleşse de adet bazında düşüşler yaşandı. Tüketicilerimiz zorunlu ihtiyaçlar haricinde alım yapmaktan kaçındı. 2025 yılında enflasyon düşüş eğimine geçene kadar ki sürede ekonomideki zorluklar devam edebilir. Ancak yılın ikinci yarısında normalleşeceğini öngörüyoruz.

Dijitsu olarak 2025 yılında yeni ürünlerimiz ile birlikte daha çok tüketiciye ulaşacak şekilde planlamalar yaptık. Özellikle satış sonrasında ve müşteri hizmetleri merkezi ile tüketicilere hak ettikleri kaliteli hizmeti sunmayı hedefliyoruz.



## 2025 yılında satış adetlerinin 2024 yılı ile aynı olacağını düşünüyorum

### M. Faruk Seydan

Arsey DTM A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı



Ciroların arttığı bir yıl oldu. Artan sabit maliyetlerimiz sebebiyle karlılığımızın da azaldığı bir yıl oldu diyebiliriz. 2024 yılı satış hedeflerinin tuttuğu bir dönem geçirdik. 2025 yılında adetlerin 2024 yılı ile aynı olacağını ve sürprizli bir yıl olacağını düşünüyorum.

Enflasyon ve fiyat artışlarının azalacağı tüketicilerin satın alma güçlerinin artacağı bir yıl olmasını diliyorum. Şirketimiz adına verimliliğe odaklanacağımız bir yıl olmasını planlıyoruz.



## 2025'in sadece hedeflerimize odaklandığımız bir yıl olmasını diliyoruz

### Şebnem Sedat Selamet

Ahmet Sedat Investment (ASM) - Lefkoşa-Kıbrıs



2024 yılı stresi, telaşı ve yorgunluğu ile yoğun, hızlı ve güzel geçti. Her ne kadar ekonomik sıkıntılar bizi boğsa da markamızın trendi hep yükselişte idi. 2024 yılı aslında güzel başlayıp Mayıs sonrası büyük bir durgunlukla devam etti. Son çeyreğe kadar bu durum sürdü. Son çeyrek yüzümüzü güldürdü diyebilirim. Belirsizliğin ağırlıkta olduğu bu yılda son aylar bizi biraz rahatlattı. Bu sebeple 2025'te daha iyi bir pazarın bizi beklediğini düşünüyorum.

2025 yılı için ekonomik koşullar tahminlerimiz çerçevesinde ilerlerse öncelikle kendi bünyemizde Girne'de yeni bir mağaza daha açmayı düşünüyoruz. Dilerim ki 2025 belirsizliklerin ve ekonomik sıkıntıların azaldığı, sadece hedeflerimize odaklandığımız bir yıl olur.

# LG Brandshop: Teknoloji ve Güvenin Adresi

LG, üstün teknolojisi ve müşteri odaklı çözümleriyle dünya genelinde milyonlarca kullanıcının hayatını kolaylaştırmaya devam ediyor.

Türkiye'deki LG Brandshop mağazaları ise yalnızca bir satış noktası değil, aynı zamanda LG'nin yenilikçi ürünlerini tüketicilere en iyi şekilde ulaştıran deneyim merkezleri olarak dikkat çekiyor. LG Electronics Türkiye Ev Eğlencesi Elektronik ve Beyaz Eşya Ürün Grupları Satış Başkanı Bülent Bülbül, LG'nin marka felsefesini ve bayileriyle olan iş birliği sürecini şu sözlerle özetliyor:

“

LG olarak teknolojiyi yalnızca sunmak değil, insan hayatını kolaylaştırmak ve değer yaratmak için kullanıyoruz. Marka mağazalarımız, bizim için yalnızca birer iş ortağı değil, aynı zamanda tüketicilere dokunduğumuz en önemli noktalar. Bu nedenle bayilerimize sunduğumuz destek hizmetleri - teknik eğitimlerden pazarlama çözümlerine kadar - iş birliğimizin başarısında büyük bir rol oynuyor. LG Brandshop mağazaları, müşteri memnuniyeti odaklı yaklaşımımızın ve teknolojik yeniliklerimizin somut bir yansımasıdır.

Bülent Bülbül, bayilere sağlanan bu desteğin marka vizyonundaki yerini şu sözlerle açıklıyor: LG'nin başarısındaki en önemli faktörlerden biri, bayilerimize verdiğimiz değer. Onların güçlü ve başarılı olmaları, markamızın da güçlü olması anlamına gelir.

İş ortaklarımızın gelişimi için sunduğumuz eğitimler, teknik destekler ve pazarlama faaliyetleri, bu felsefenin bir parçası. LG olarak bayilerimizle uzun vadeli ve karşılıklı fayda sağlayan ilişkiler kurmayı hedefliyoruz.

”



**Bülent Bülbül**

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

## Bir Aileden Doğan Başarı: Tutay Ev Aletleri

Tutay Ev Aletleri'nin Kurucusu ve LG'nin yeni bayilerinden biri olan Serdal Tut, sektördeki tecrübelerini ve LG ile iş birliği sürecini şu sözlerle aktarıyor:

“1995 yılında yarı zamanlı olarak perakende satış sektörüne adım attım. O dönemde akademik eğitimime devam ediyordum ve aynı zamanda iş dünyasını tanıma fırsatı buluyordum. Bu süreçte müşteri ilişkilerinin önemini ve bir müşteriye değerli bir hizmet sunmanın ne kadar tatmin edici olduğunu keşfettim. Akademik öğrenim sürecimin ardından farklı sektörlerde üretim süreçlerinde görev alarak kendimi geliştirdim. Çeşitli iş kollarında edindiğim tecrübeler, iş hayatına bakış açımı ve problem çözme yeteneklerimi önemli ölçüde güçlendirdi. 2004 yılından sonra satış sektöründe profesyonel bir kariyere yöneldim. Bir müşteriye ürün satmak ve





Serdal Tut Tutay Ev Aletleri Kurucusu

o müşterinin güler yüzle ayrıldığını görmek, işimi daha da sevmemi sağladı. Satışın yalnızca bir ürün sunmaktan ibaret olmadığını, aslında bir çözüm ve değer yaratma süreci olduğunu fark ettim. Bu farkındalık, yıllar içinde ürün müdürü, satış müdürü ve pazarlama müdürü gibi farklı pozisyonlarda görev yapmamı sağladı. Bu süreçte satış yalnızca bir meslek değil, insanların hayatlarını kolaylaştırmak için bir fırsat haline geldi. 2019 yılının sonuna da BSH ailesinin Siemens markası ile merkezi Bahçeşehir'de olan Tutay Ev Aletleri'ni faaliyete geçirdik. Sonrasında BSH ailesi ile bu sayımız üç satış noktasına ulaştı. 2024 yılının ikinci yarısında Kayaşehir V METROWAY AVM'de ilk LG satış noktamızı açtık, takip eden hafta içinde de AKBATI AVM'de ikinci LG satış noktamız faaliyete başladı."

Serdal Tut, LG'nin müşteri odaklı yaklaşımını ve teknolojik gücünü şu şekilde değerlendiriyor:

"LG markası ile 2024 yılının son çeyreği çalışmaya başladık. Aslında marka ile tanışıklığımız 20 yıl öncesine dayanıyor ama iş birliğimiz henüz çok yeni. İlgili süreçte destek ve yardımları için başta Sayın Bülent Bülbül olmak üzere tüm ekibe sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum. LG bayisi olmayı seçmemizin en önemli nedeni, markanın yenilikçi ürünleri ve kalite anlayışı oldu. LG'nin teknoloji odaklı yenilikleri ve geniş ürün yelpazesi, bizim için cazip bir seçenek oldu. LG'nin enerji verimli, şık tasarıma sahip ve yüksek performanslı ürünleri, müşterilerimizden sıkça olumlu geri dönüşler alıyor. Özellikle televizyon ve beyaz eşya kategorilerinde büyük bir talep görüyoruz."

## Satış Ekosisteminde LG Farkı

LG, bayilerine sunduğu destek hizmetleriyle iş ortaklarının başarısına katkı sağlamayı hedefliyor. Bu kapsamda teknik eğitimlerden pazarlama desteğine kadar geniş bir hizmet yelpazesi sunuluyor. Serdal Tut, LG'nin sağladığı desteklerin önemini şu şekilde dile getiriyor:

"LG'nin sunduğu eğitim programları ve teknik destek hizmetleri, ekiplerimizin bilgi birikimini artırarak müşteri memnuniyetine doğrudan katkı sağladı. LG ile gerçekleştirdiğimiz bir ortak pazarlama kampanyası, satışlarımızı önemli ölçüde artırdı ve müşterilerimizden çok olumlu geri dönüşler aldık. LG'nin sunduğu bu destek, yalnızca bir markayla çalışmak değil, gerçek bir iş ortaklığı deneyimi yaşamamıza olanak tanıyor."

## Müşterilerin LG'yi Tercih Sebebi

LG ürünleri, kullanıcı dostu tasarımı, yenilikçi teknolojileri ve enerji verimliliğiyle sektörde öne çıkıyor. Serdal Tut, müşterilerinin LG ürünlerini tercih etme sebeplerini şöyle anlatıyor:

"Müşterilerimiz, LG ürünlerini genellikle kalite, güvenilirlik ve yenilikçi teknolojiler nedeniyle tercih ediyor. LG'yi diğer markalardan ayıran en önemli özellik, sürekli AR-GE yatırımları ve kullanıcı dostu tasarımları. Özellikle beyaz eşya ve televizyon kategorilerinde LG'nin inovasyon gücü, müşterilerimize büyük bir güven sağlıyor. Ayrıca, akıllı ev çözümleri gibi modern teknolojilere olan ilgi de giderek artıyor."

## Gelecek Hedefleri ve Tavsiyeler

Tutay Ev Aletleri, LG ile iş birliğini daha ileri taşımayı ve ortak projelerle büyümeyi hedefliyor. Gelecek planlarını dile getiren Serdal Tut, şunları söylüyor:

"LG ile daha fazla ortak proje ve kampanya yaparak iş birliğimizi güçlendirmeyi planlıyoruz. Eğitim programlarına ve pazarlama desteğine odaklanarak, müşterilerimize en iyi hizmeti sunmaya devam edeceğiz."

Serdal Tut, son olarak LG ile çalışmayı düşünen bayilere tavsiyelerini de paylaşmayı ihmal etmiyor:

"LG'nin sunduğu tüm destekleri etkin bir şekilde değerlendirin ve müşteri memnuniyetine her zaman öncelik verin. LG ile çalışmak, yalnızca ürün satmak değil, aynı zamanda müşterilere güvenilir ve yenilikçi çözümler sunmak demektir."

# Seren Pazarlama, bayilerine “birlikte büyüyelim” dedi

*Türkiye'nin en büyük beyaz eşya ve küçük ev aletleri tedarikçilerinden biri olan ve geniş ürün yelpazesıyla hizmet veren Seren Pazarlama, markalarını ve bayilerini buluşturduğu büyük bir organizasyon gerçekleştirdi. 12-15 Ocak tarihlerinde, Antalya'da yapılan etkinliğin mottosu “Birlikte Büyüyelim” olarak belirlendi. Samsung, Luno, TCL, Airfel gibi önemli markaların da temsilcilerinin katıldığı ve sunumlar gerçekleştirdiği toplantıda 2024 değerlendirmesi ve 2025 öngörülerini ile hedefleri paylaşıldı. Toplantı özelinde Seren Dayanıklı Tüketim Yönetim Kurulu Üyesi Selim Gizer ile bir röportaj gerçekleştirdik.*



**Selim Gizer** Seren Dayanıklı Tüketim Yönetim Kurulu Üyesi

## 2025 yılı bayiler toplantısı nasıl geçti. Toplantının ayrıntılarını bizimle paylaşabilir misiniz?

Antalya'da ekibimiz, markalarımız ve bayilerimizle gerçekleştirdiğimiz toplantımız büyük ilgi gördü. Türkiye'nin farklı coğrafyalarında faaliyet gösteren 395 bayimizi ve toplamda 650 misafirimizi burada ağırladık. Bayilerimiz bizim aktivitelerimize bazen eşleri ve çocukları ile de gelebiliyorlar. Bu durum hem bize güvenlerinin bir göstergesi, hem de daha da güçlü bağlar kurmamıza vesile oluyor. İş ortaklarımızla yıllar içerisinde profesyonel ilişkinin ötesinde sosyal olarak da yakınlaşmamız, yaptığımız işi daha mutlu ve keyifli hale getiriyor. Bu açıdan tüm misafirlerimizi aileleri birlikte ağırlamaktan çok memnunuz.

Tedarikçilerimiz de toplantımızda ciddi bir katılım sağladılar. Kalabalıktan ve katılımdan çok etkilendiklerini özellikle belirttiler. Bu kadar bayinin sahiplendiği bir firma toplantısını daha

önce yaşamadıklarını söylediler ki bizim için de bu duyguyu hissetmek çok mutluluk vericiydi. İş ortaklarımız beraber geçirdiğimiz 3 günün ardından çok mutlu bir şekilde ayrıldı. Gerek toplantı içerikleri ve sunumların faydaları, gerekse diğer zamanlardaki dinlendiğimiz ve eğlendiğimiz anların keyfi tüm katılımcılara çok iyi geldi.

Böylesine büyük bir organizasyonu geçtiğimiz sonbaharda planlamaya başladık. Amacımız yıllardır çalıştığımız iş ortaklarımıza rahat ve keyifli bir ortamda firmamızın yaptığı işlerin görmedikleri taraflarını da göstermektir. Seren olarak bizim Türkiye'de faaliyet gösteren üretici ve dağıtım yapan şirketlerden farkımız bünyemizde bulduğumuz markaların ve ürün çeşitliliğinin tüm tedarikçilerden daha fazla olması. Ayrıca faaliyet alanımız da tüm ülke coğrafyası. Bunun iletişimini ancak böyle geniş kapsamlı bir organizasyon ile yapabiliydik ve bu amacımıza da bazı eksikliklere rağmen büyük ölçüde ulaştığımızı düşünüyoruz.

İşlerin durgun olmasının pek bir önemi yok, uzun yıllardır oluşturduğumuz ilişkilerin değeri yanında buradaki masraf, ciro vb. konular gerçekten çok anlam ifade etmiyor.

## 2024 yılı genel olarak markanız ve şirketiniz özelinde nasıl geçti?

2024 yılı bazı kategorilerde beklentimizin üzerinde bazılarında ise normal; birkaç kategoride ise biraz altında gerçekleşti diyebilirim. İklimlendirme ürünleri, çamaşır, bulaşık makinesi, mikrodalga-süpürge gibi ürünlerde adetsel büyümemiz oldu. Televizyon, derin dondurucu, yatak grubu satışları önceki yıl ile paralel seyretti. Buzdolabı, ankastre ürünler ve motosiklet grubu ise maalesef biraz daraldı. Bunlarda rekabet koşulları da etkili oldu ama tüketici talebinin de azalması bizleri zorladı. Durgunluk olan zamanlarda biz hiçbir zaman geri çekilmedik aksine daha fazla sahada olarak fırsatları değerlendirmeye çalışırız ki piyasada bunun karşılığını her zaman verir.





### 2025 yılı için hedefleriniz ve genel stratejileriniz neler olacak? Yeni yıldan beklentileriniz nelerdir?

Biz iş ortaklarımıza sunduğumuz markalar ile tam bir uyum içinde faaliyet göstermeye gayret ediyoruz. Değişen ve gelişen dağıtım kanallarının dinamiklerini gözlemleyip, anlayıp bunlara göre iş modelimizi revize etme gayretindeyiz.

Her markamızın hedef kitlesi, güçlü ürünleri ve çalışma koşulları birbirinden farklı. Hepsinde ortak amacımız gittiğimiz coğrafyalarda en iyi şekilde sergilenip tüketiciye sunulmalarını sağlamak.

Güçlü iş ortaklarımız ve bayilerimiz sayesinde daha fazla noktada daha sağlıklı bir dağıtım ağına sahip olmak, sürdürülebilir karlılık yaratarak onların da ekonomik mücadelesine destek olmak ana stratejimiz. Umuyoruz ki 2025 yılında adetsel olarak tüm markalarımızda önceki yılın üzerinde satış rakamlarına ulaşırız. Bunun için tüm ekibimizle beraber yaptığımız toplantıda hem tedarikçilerimize hem de iş ortaklarımıza hedefimize ulaşabileceğimiz fikrini ve hissiyatını en güçlü şekilde verdiğimiz inaniyoruz.

### Sektör özelinde 2024 yılını değerlendirebilir misiniz?

Sektörümüz bence pandemiden beri devam eden istikrarlı büyümesine devam ediyor. Özellikle ihracat yapılan ülkelerdeki daralmadan dolayı firmaların iç pazara daha fazla önem vermesine yol açıyor ve bu da devamlı dinamik bir pazar yaratıyor. Yılın ikinci yarısında faizlerin artması ile tüketici her ne kadar alım konusunda isteksiz gibi olsa da elektronik ve dayanıklı tüketim hala ülkenin güçlü kanallarından birisi.

### 2025 yılında sektörü neler bekliyor?

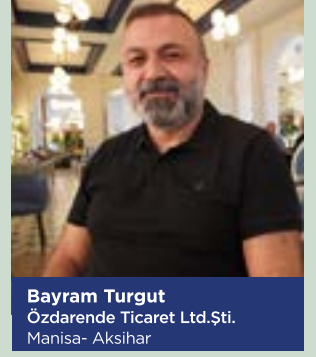
Yılın ilk yarısı için bizim de beklentilerimiz çok yüksek değil. Tüm diğer sektörler gibi biz de enflasyonla mücadelenin başarıya ulaşması ve faizlerin biraz aşağı gelmesini dört gözle bekliyoruz. Bu durumun yaratacağı tüketici güveni üretim gücü yüksek olan markalarımızı daha yüksek hacimli işler yapmaya teşvik edecektir. Geçen yıl sonbaharda daralan piyasada bazı firmalar nakit sıkışıklığı yaşadı ama bu durumun da artık sonlanacağı ve bahar aylarıyla beraber canlılık yaşamayı öngörüyoruz.



## Gelecek yıl, bu etkinlik için özel bir hazırlık yapmayı planlıyorum

Aslen Malatyalıyız. Babamızın 1960'lı yılların sonuna doğru Akhisar'a gelmesi ile ticarete başladık. 1979 yılında doğdum, lise mezunuyum. Aşağı yukarı 40 yıldır ticaretin içindeyim. Akhisar'da 3 şubesi bulunan beyaz eşya, aksesuar, züccaciye, ev tekstili üzerine çalışan bir firmanın kardeşim ile ortağıyım. Özdarende AVM ismiyle faaliyet gösteriyoruz. 1976 yılında açılan bir şirketiz ve yaklaşık 50 yıldır aynı lokasyonda işimizi devam ettiriyoruz. Profilo, Philips, Altus, Arnica gibi markalarla çalışıyoruz. Bünyemizde Seren Pazarlama'nın sattığı neredeyse tüm markalar ve 30 bine yakın müşterimiz var. 20 personelle müşterilerimize hizmet vermeye devam ediyoruz. 2004 yılı hepimiz için çok zor bir yıldır. Bu tarihe kadar hareketli bir ticarete alışkındık. Pandemi ve deprem sonrasında ticaretin durmasıyla birlikte durgunluğa girdik. Buna alışkın değiliz. Son 1-2 yıldır yaşanan ekonomik sıkıntılar nedeniyle bir durağanlık var. Ancak sonuçta insanoğlunun mecburiyetine hizmet eden bir sektörüz ve arz-talep doğrutusunda hizmet sunuyoruz. Bunların geçici olduğunu düşünüyorum. Seren Pazarlama, Adana ve İç Anadolu bölgesine hizmet veren bir firma olduğu için, bölgesel konumumuz nedeniyle kendileriyle tanışmamız biraz zaman aldı. Yaklaşık altı aydır birlikte çalışıyoruz. İşim gereği bugüne kadar yüzlerce lansmana katıldım, ancak bu kadar çok

marka ve firmayı bir araya getiren bir etkinlik daha önce görmedim. Diğer firmalar genellikle sadece tek bir markayla lansman yaparken, Seren Pazarlama'nın etkinliğinde çok farklı ve fazla sayıda marka yer alıyordu. Bu markaların temsilcileri de etkinliğe katılarak, her biri kendi markasını büyük bir heyecan ve coşkuyla sundu. Bu enerjiyi etkinlik boyunca hissedebildim. Eğer bu lansmanın bu kadar etkili olacağını önceden bilseydim, stoklarımı düşürüp toplantıya daha geniş bir bütçe ile katılır ve yeni ürünlerden alırdım. Hatta bir yıllık mal alımı burada gerçekleştirirdim. Gelecek yıl, bu etkinlik için özel bir hazırlık yapmayı planlıyorum. İşim gereği çok yer ve kişi gördüm. Bayilerin bu kadar iç içe, iletişiminin yüksek, enerjinin had safhada olduğu, duyguların bu kadar çok olduğu bir toplantı görmedim. Diğer toplantılarda bayiler birbirlerinden kaçıyorlar, herkes ayrı bir köşeye gidiyor. Geldiğimden bu yana hiç tanımadığım kişilerle oturup tanışma fırsatım oldu. Bu da Seren Pazarlama'nın yönetici ve çalışanlarının bu duyguyu bize geçirmiş olmalarından kaynaklanıyor. Odada neredeyse hiç vakit geçirmedik. Sürekli birileriyle iletişim kurduk. Çok teşekkür ediyorum.

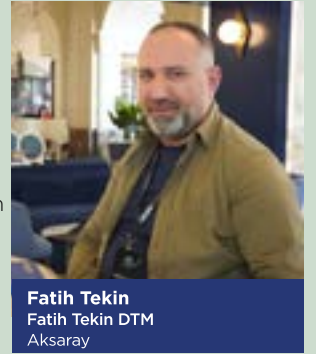


**Bayram Turgut**  
Özdarende Ticaret Ltd.Şti.  
Manisa- Akhisar

## Seren'in yaklaşımını, ticari ahlakını, aile bağlarını ve yakın temasını takdir ediyorum

1987 yılında Aksaray'da Tekin Ticaret adıyla kurulan firmamız, o günden bu yana faaliyetlerini sürdürüyor. İlk olarak Profilo bayisi olarak başladık, 1997 yılından itibaren ise kesintisiz olarak Siemens bayiliği yapıyoruz. Beyaz eşya sektöründe yaklaşık 37 yıldır faaliyet gösteriyoruz. 2020 yılında, aile şirketinden bağımsız olarak kendi şirketimi kurdum ve o günden itibaren Fatih Tekin DTM olarak işlerimi sürdürüyorum. Çocukluktan beri bu mesleğin içindeyim ve ticareti sadece para kazanma amacıyla değil, bir meslek olarak görüyorum. Beyaz eşya sektöründe olmak, benim için büyük bir değer taşıyor. Türkiye'nin en genç meclis başkanı unvanı ile Aksaray Ticaret Odası Meclis Başkanlığı görevini 16 yıldır sürdürüyorum.1979 doğumluyum, evliyim ve iki çocuğum var. Ben, ikinci kuşak olarak bu işi yapıyorum ve şu anda 3. kuşak da sisteme dahil olmuş durumda. 23 yaşında ve 26 yaşında olmak üzere iki oğlum var. 23 yaşındaki oğlum, 2 yıldır kendi başına yönettiği 3 katlı bir beyaz eşya mağazasının sahibi. 26 yaşındaki oğlum ise bir mimar ve sektör içerisindeki proje bazlı çalışmalarını takip ediyor.2024 yılı ülkemizin içinde bulunduğu ekonomik daralmaya rağmen, firmamız ve bulunduğumuz lokasyon açısından oldukça olumlu geçti. 2025 yılına dair beklentim, özellikle

ilk altı aydan itibaren işlerin ivme kazanacağı yönünde. 2025'in genel anlamda herkesin öngördüğü gibi çok kötü geçeceğini düşünmüyorum. Öncelikle Seren ailesine, bu organizasyonda bizi bir araya getirdikleri için çok teşekkür ediyorum. Seren, bizim firmamız açısından çok önemli bir konumda. Sektöre başladığım günden bugüne kadar Siemens markası satıyorum ve bu marka benim için çok özel; adeta bir aşkla bağlıyım.2020 yılında yan tedarikçi olarak Seren ile tanıştım ve bu süre zarfında, Siemens'e olan sevgimi Seren'in katkılarıyla daha da pekiştirdim. Bugüne kadar gösterilen ilgi ve ticari yakınlık için çok teşekkür ediyorum. Şirket olarak, bulunduğumuz bölgede proje bazlı işlerimiz oldukça yoğun. İnşaat sektörü son yıllarda önemli bir ivme kazandı ve bu noktada Seren ile güçlü bir iş birliği yapıyoruz. Çok ciddi ürün tedarikleri gerçekleştiriyoruz ve Seren'in yaklaşımını, ticari ahlakını, aile bağlarını ve yakın temasını takdir ediyorum.

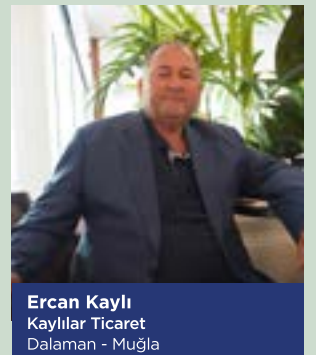


**Fatih Tekin**  
Fatih Tekin DTM  
Aksaray

## Seren, sokak analizlerini çok iyi yapıyor, doğru yatırımları gerçekleştiriyor

1961 yılında Dalaman'da doğdum. Akdeniz Üniversitesi Makine Bölümünden mezun oldum. İş hayatıma Dalaman'da başladım ve bu süreçte tarımla da ilgilendim. Pamukçuluk ve seracılık gibi tarım faaliyetlerinde bulundum; tarımda köklü bir geçmişimiz var. 1990 yılında Dalaman FM radyosunu kurarak ticaret hayatına adım attım. O dönemde hem Türk Hava Yolları'nda çalışıyor hem de radyo faaliyetlerini yürütüyordum. Daha sonra beyaz eşya sektörüne girme kararı aldık. Profilo, Regal, Samsung, mobilya sektöründe Divan Ev, klima alanında ise İklimsa gibi farklı markalarla çalışmaya başladık. Radyo yayıncılığı yaptığım dönemde Dalaman'da beyaz eşya konusunda bir eksiklik olduğunu fark ettim. Bu ihtiyaç, özellikle reklam çalışmaları sırasında dikkatimi çekti. 1992-1993 yıllarında bu alandaki faaliyetlerimize başladık. İlk olarak bisiklet ve buzdolabı satışı ile işe koyulduk. Aynı zamanda Grundig bayiliği de yaptık. O günden bugüne kadar, hiç ara vermeden esnaflık yapmaya devam ediyorum. Geçmişte oldukça dönemeçli yıllar geçirdik. Önceleri hemen hemen her müşteriye her ürünü satabiliyorken, günümüzde müşteri kitlesi ikiye ayrılmış durumda. Uygun fiyatlı ürünleri tercih edenlerle pahalı ürünlere yönelen müşteriler arasında belirgin bir fark oluştu. Bu duruma uyum sağlamak adına, biz de kendi içimizde bir yapılanmaya gittik. Her kesime hitap edebilmek için mağazamıza hem uygun fiyatlı hem de kaliteli, lüks segmentte ürünler koyduk. Çünkü Dalaman, farklı ihtiyaç ve beklentilere sahip bir müşteri portföyüne sahip. Bu çeşitlilik, çalışma anlayışımıza yön vermeye devam ediyor. 2024 yılına gelince ne çok iyi ne de çok kötü diyebiliriz. Zaman zaman biz

satmaktan çekindik, zaman zaman da müşteriler almaktan çekindi. Bunun en büyük nedeni, sattığımız malı yerine koymakta zorlandığımız dönemler oldu. Güven ortamı sarsıldı; IBAN üzerinden ödemeler yaygınlaşırken çek kullanımı neredeyse tamamen sona erdi. Bu yeni düzende müşteriler eskisi gibi mal satamaz hale geldik. Yüksek devalüasyon nedeniyle kâr mı ettik, zarar mı ettik, bunu net bir şekilde hesaplamakta bile zorlandık. Seren ailesini uzun yıllardır tanıyoruz. Hemen hemen her satıcıya hitap eden bir şirket. Uygun fiyatlı ürünlerden orta segment ve pahalı ürünlere kadar geniş bir yelpazede çalışıyorlar. Bölgedeki her bayinin ihtiyaçlarına uygun ürünler sunabiliyorlar. Ayrıca uygulama sistemleri oldukça iyi ve bayileri sık boğaz etmiyorlar. Bu olumlu yaklaşımları sayesinde büyümelerini sürdürüyorlar. Sokak analizlerini çok iyi yapmaları, doğru yatırımları gerçekleştirmelerini sağlıyor. Piyasada satılabilecek ürünleri tespit ederek başarılı bir strateji izliyorlar. Bu organizasyonda tedarikçilerin ve markaların anlattığı konuları büyük bir heyecanla dinledik. Ürünlerin teknolojileri ve özelliklerini bizler gerçekten şaşırttı. Toplantı oldukça profesyonel bir şekilde düzenlenmişti. Hem içerik hem de sunum açısından oldukça etkileyiciydi. Burada bir kez daha şunu anladık: sattığı ürünü iyi tanımayan bir satıcı, ürünü etkili bir şekilde satamaz. Seren ailesinin bu konuda çok başarılı olduğunu gördük ve ilerleyen günlerde daha da ileriye gideceklerine inanıyoruz.



**Ercan Kaylı**  
Kaylılar Ticaret  
Dalaman - Muğla



# Birlikte Büyüyelim



# SEREN

Türkiye'nin Beyaz Eşya ve Televizyon Tedarikçisi

SAMSUNG | airfel | ŞENOCAK | TCL | LUNO | TELEFUNKEN | DIDI TSU | puffu



## Dijitsu basın açıklaması yaptı

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından Dijitsu, Axen ve Onvo marka çeşitli televizyon modellerinin enerji sınıfının yanlış etiketlendiği yönündeki açıklamalarının ardından Dijitsu, basında çıkan haberlere yönelik bir açıklama yaptı. Tüm ürünlerinin standartlara uygun şekilde tüketicilere sunulduğunu aktaran Dijitsu, etiket değişikliği talep eden müşterilerinin de kendileri ile iletişim kurmasını istedi. Açıklamanın tamamı şöyle;

### Basında Çıkan Haberlere İlişkin Kamuoyuna Açıklama

*Tüm Ürünlerimiz Standartlara Uygun Şekilde Tüketicilere Sunulmaktadır*

*Firmamız olarak piyasaya sunduğumuz tüm ürünler, ilgili mevzuat ve standartlara uygun olarak titizlikle üretilmekte ve tüketicilerimize sunulmaktadır. Son dönemde basında yer alan iddialar, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın 2023*

*yılında gerçekleştirdiği enerji sınıfı etiket değişikliğiyle ilgilidir. Söz konusu düzenleme, tarafımıza ileildiği andan itibaren firmamız tarafından gerekli tüm güncellemeler hızla hayata geçirilmiştir.*

*Ürün gruplarımız, uluslararası standartlara uygun belgeler, raporlar ve bağımsız denetimlerle denetlenmektedir ve bu şekilde piyasaya sunulmaktadır. Haberde adı geçen modellerde herhangi bir teknik ya da teknolojik eksiklik bulunmamaktadır. Konu, yalnızca etiket prosedürüne dayalı bir uygulamadan ibarettir.*

*Etiket değişikliği talep eden müşterilerimiz, 0850 219 69 69 numaralı müşteri iletişim merkezimiz aracılığıyla bizimle iletişime geçebilirler.*

*Kamuoyunun bilgisine sunarız.*

Dijitsu



**Mustafa Gökçe**  
Dijitsu Müşteri Hizmetleri Merkezi Direktörü



## Samsung'un yapay zekâ destekli beyaz eşyalarıyla yılbaşı sofralarına 'akıllı' dokunuş

"Herkes için yapay zekâ" vizyonuyla sürdürülebilirliği günlük yaşama taşıyan Samsung Electronics, yenilikçi mutfak cihazlarıyla da hayatın kalbinde yer alan mutfaklara çabasıyla şıklık katıyor. Özellikle yılbaşı gibi özel günlerde bir arada olmanın keyfini doyasıya yaşamaya yardımcı olan Samsung ürünleri, yemek planlamasından pişirmeye ve muhafaza etmeye kadar olan tüm süreçte hayata değer katıyor. Samsung İkili Pişirme Özellikli Elektrikli Ankastre Fırın hem fırında hem buharda pişirmenin yanı sıra AirFry özelliği ile farklı yemekleri istediğiniz gibi pişirme imkânı sağlarken, özel İçecek İstasyonu™ ve bol buz yapabilme kapasitesiyle Gardırop Tipi Buzdolabı, yiyecek ve içecekleri en taze haliyle muhafaza ederek hayatı kolaylaştırıyor.

### Şık, sürdürülebilir ve hayatı kolaylaştıran tasarım

Samsung Gardırop Tipi Buzdolabı, özelleştirilebilir BESPOKE tasarımı sayesinde rengini ve dokusunu seçme imkânı sunarak ev dekorasyonuna uyumlu bir şıklık sunuyor. Dijital İnverter Teknolojisi sayesinde 20 yıl kompresör garantisiyle mutfaklarda yerini alan buzdolabı, İçecek İstasyonu™ özelliğiyle de fark yaratıyor. Buzdolabının içinde konumlanan içecek istasyonunun yanı sıra İkili Otomatik Buz Yapıcı özelliği ile de günde 2.3 kg'a kadar buz hazırlayabiliyor ve 4.1 kg'a kadar



buz depolayabiliyor. Yapay zekâ özellikli BESPOKE AI Serisi Gardırop Tipi Buzdolabı, YZ Enerji Modu (AI Energy Mode) ile enerji verimliliğini de evlere taşıyor. Tek bir dokunuşla enerji tasarrufu sağlayan YZ Enerji Modu açıkken buzdolaplarında yüzde 10'a varan enerji tasarrufu mümkün olabiliyor. Kullanıcıların karbon ayak izini de günlük olarak takip edebilmesine olanak sağlayan YZ Enerji Modu, enerji faturalarını azaltmaya teşvik ediyor.

### Yemek pişirmenin en 'kolay' hâli

Samsung İkili Pişirme Özellikli Elektrikli Ankastre Fırın ise Buhar Özellikli İkili

Pişirme (Dual Cook Steam™) özelliği ile aynı anda hem fırında hem de buharda yemek pişirebiliyor. Fırının alt ve üst bölmeleri hem birbirinden bağımsız hem de birlikte çalışabildiği için farklı yemekleri bir arada pişirebilme kolaylığı sağlıyor. AirFry özelliği sayesinde kızgın yağ olmadan sağlıklı kızartma yapabilen fırın, Katalitik Temizlik sistemiyle kendi kendini otomatik olarak temizleyebiliyor. Böylece fırın temizleme işi için hem zamandan hem de emekten tasarruf sağlıyor. Fırın, 76 litre kapasitesiyle daha fazla ve daha büyük yemekleri de kolayca pişirerek kalabalık sofraların keyfini çıkarmaya zaman yaratıyor.





# hOn UYGULAMASI ile UZAKTAN BAĞLANTILI PIŞİRME TEKNOLOJİLERİ

- AirFry teknolojisi ile özel delikli tepsi tasarımı sıcak havanın yiyeceklerin etrafında dolaşmasını sağlar. Az miktarda yağ ile yemekler yanmadan ve kurumadan eşit bir şekilde pişer.
- hOn Uygulaması sayesinde uzaktan pişirme deneyimi.
- Teleskopik raflar sayesinde kullanımı kolay bir deneyim sağlar.
- A++ enerji sınıfı yüksek enerji verimliliği sunar.
- Özel tasarımı sayesinde yavaş açılır ve yavaş kapanır.





## DAIKIN, yapay zeka destekli uygulamalarıyla fark yaratıyor



### İklimlendirme sisteminizi telefonunuzdan kontrol edin

Daikin kullanıcı deneyimini iyileştirmek amacıyla geliştirdiği teknolojik ve yapay zeka destekli uygulamalarla iklimlendirme deneyimini konforlu ve kolay hale getirmeye devam ediyor. Bu kapsamda geliştirilen Onecta uygulaması, klimaların akıllı telefonlardan kontrol edilmesine imkan tanırken, sesli kontrol özelliğiyle de hızlı ve kolay kullanım imkanı sunuyor. Daikin'in klimalara özel bir diğer özelliği Daikin Eye, hareket algılama sensörleri kullanarak verimlilik ve konforu en üst düzeye çıkarıyor. Daikin Eye'da bulunan varlık sensörü yani odadaki hareketi algılayan sensör, odada kimseyi belirlemezse ayar noktasını ona göre ayarlayarak kullanıcıya yüzde 27'ye varan tasarruf sağlıyor. Ayrıca hava akışını otomatik olarak insandan uzağa doğru yönlendirdiği için konfor düzeyini artırıyor, tavan ile zemin arasında eşit sıcaklık dağılımı sağlıyor.

Bir diğer hayat kolaylaştırıcı ürünü Madoka Assistant, akıllı telefonlar üzerinden klimalara gelişmiş ayarlar yapmaya olanak tanıyarak sistemi daha ayrıntılı yönetme becerisi sağlıyor. Daikin tarafından kombilerinde kullanılan yapay zeka destekli Daikin D-Sense Online Modülasyonlu Termostat ise kombinin uzaktan kontrolüne olanak tanırken, pencere açık kaldığında kombiyi kapatabiliyor ve pek çok özelliğinin yanı sıra hata sinyallerini cep telefonuna bildiriyor.

### Akıllı ürünlerle daha fazla konfor ve tasarruf

Daikin, geniş ürün yelpazesıyla her türlü iklimlendirme ihtiyacına yanıt veren çözümler sunuyor. Ev ortamları için tasarlanan kompakt cihazlardan büyük ölçekli ticari sistemlere kadar geniş bir ürün gamına sahip olan Daikin, tüm ürünlerini son teknoloji ve yapay zeka destekli akıllı uygulamalarla donatıyor. Kullanıcı dostu özelliklerle zenginleştirilen bu ürünler, müşterilere en üst düzeyde konfor, verimlilik ve enerji tasarrufu sağlamayı hedefleyerek sektörde fark yaratıyor.

İklimlendirme sektörünün 100 yıllık öncü markası Daikin, kurulduğu günden bugüne geliştirdiği teknolojilerle sektörüne değer katmaya devam ediyor. Misyonu gereği kullanıcılarının en iyi hizmeti alması için çalışmalarını sürdüren marka, iklimlendirme sistemleri için yenilikçi teknolojiler ve sürdürülebilir uygulamalar geliştirerek çevresel etkileri en aza indirirken hava kalitesini de en üst düzeye çıkarmayı amaçlıyor. Yapay zeka teknolojisini de yakından takip eden Daikin, ürün ve hizmetlerine bu teknolojiyi entegre ederek kullanıcı deneyimini en üst düzeye çıkarma hedefiyle ilerliyor. Buluşları ve patentleriyle sektörüne öncülük eden Daikin, ürünlerinde gelişmiş dijital teknolojilerin yanı sıra Daikin mAP, Daikin Eye, Daikin Cloud, IEQ Sensor gibi birçok yapay zeka destekli uygulamayla birlikte uzaktan ve akıllı kontrol sistemlerini de yoğun olarak kullanıyor.



## TCL, CES 2025'te en yeni ekran teknoloji ve inovasyonlarını tanıttı



Dünyanın en büyük ikinci TV markası TCL Electronics, CES 2025'te en yeni teknolojilerini sergiledi. Bu yenilikler arasında QD-Mini LED TV'ler, profesyonel monitörler, akıllı projektörler ve RayNeo AR Gözlükleri yer alıyor. Ayrıca, TCL yeni ürün kategorilerindeki yapay zeka (AI) gelişmelerini ve kapsamlı bir akıllı ev ekosistemini tanıtarak, daha akıllı ve sağlıklı yaşam tarzları sunma konusundaki kararlılığını ve global ölçekte ilham verici vizyonunu gözler önüne serdi.

### Ekran teknolojilerinde devrim

TCL'in ekran inovasyonundaki liderliği, amiral gemisi TCL X11K QD-Mini LED TV ile zirveye ulaşıyor. 14.000'den fazla yerel karartma bölgesiyle ev eğlencesini yeniden tanımlayan bu model, olağanüstü netlik ve görsel hassasiyet sunuyor. TCL'nin All-domain Halo Control Teknolojisi ile güçlendirilen cihaz, her kareyi canlı detaylarla hayat bulan bir görsel deneyime dönüştürüyor.

TCL, bu yıl ayrıca lüks ses sistemleri lideri Bang & Olufsen ile stratejik bir ortaklık gerçekleştirdi. Bang & Olufsen imzalı ses çözümü ile TCL TV'ler, kullanıcılarına görseller kadar büyüleyici bir ses deneyimi sunuyor. Bu iş birliği, aynı zamanda zarif tasarımı ve üstün ses kalitesiyle dikkat çeken TCL A300 Serisi TV modelinde de kendini gösteriyor. TCL'in standında dünyanın en büyük QD-Mini LED TV'si olan 115" TCL QM891G (X955 MAX) ve bu devasa TV'lere eşlik eden Q85 Soundbar, etkileyici bir ses performansı sunan mükemmel bir ikili olarak sergileniyor.

### Yapay zeka ve akıllı bağlanabilirlikte öncü yenilikler

TCL, dünyanın ilk modüler yapay zeka dostu robotu olan TCL Ai Me'yi de CES 2025'te tanıttı. Şirin bir estetik tasarıma ve ayrılabilir kapsül tabanına sahip olan bu konsept ürün, yaşamı kolaylaştıran doğal etkileşimlerle akıllı yaşamı bir araya getiriyor. Ai Me, kişiselleştirilmiş deneyimler sunarak günlük yaşamı zenginleştiriyor. TCL Ai Me, sadece sıcak duygusal arkadaşlık ve doğal etkileşimler sunmanın yanı sıra, akıllı işlevler sayesinde değerli aile anlarını da yakalama özelliğine sahip.

### Sürdürülebilirlik ve tasarımda liderlik

TCL'nin CES pavyonu, kullanıcı odaklı tasarım ve inovasyona olan bağlılığını, doğal, şık ve çevre dostu bir ambiyansla yansıtıyor. Öne çıkan detaylar arasında, geri dönüştürülmüş çay yapraklarından yapılan çevre dostu uzaktan kumandalar ve TCL'nin sürdürülebilir uygulamalarını vurgulayan karton mobilyalar yer alıyor.

TCL, akıllı ve sürdürülebilir yaşam vizyonunu genişleten yenilikçi ürünler de sunuyor:

TCL FreshIN 3.0 Klima, sağlığı teşvik eden, enerji verimliliğini artıran ve kullanımı kolaylaştıran özelliklerle soğutma anlayışını yeniden tanımlıyor. Yükseltilebilir Taze Hava Girişi, dışarıdan temiz hava getirerek oksijen seviyelerini artırıyor ve kötü kokuları gideriyor.



# Bayi Ağına Katılın

## Türkiye Pazarına Yeniden Ağırlık Veriyoruz!

En köklü yerli ısıtıcı markası olan **UFO**,yurtdışı başarılarının ardından Türkiye pazarına yeniden ağırlık vererek faaliyetlerine devam edecektir.

**UFO**'nun ayrıcalıklı dünyasına katılarak bu heyecan verici dönemin bir parçası olun! **QR** kodunu tarayarak veya web sitemizi ziyaret ederek '**Bayi Başvurusu**' bölümünden başvurunuzu yapabilirsiniz.

Şimdi harekete geçin, bu benzersiz fırsatı kaçırmayın!



UFO SAđLIKLIDIR



UFO EKONOMİKTİR



UFO UZUN ÖMÜRLÜDÜR



# UFO®



Her mevsim yanınızda olan **Akıllı teknoloji**



Sektöre Liderlik Eden Ürün Kalitesi



Yüksek Müşteri Memnuniyeti



İnovatif Üretim Anlayışı



Geniş Servis Ağı



7/24 Müşteri Desteği

İletişim : [info@ufotr.com](mailto:info@ufotr.com)

Bayim Ol



/ufokurumsal

[www.ufotr.com](http://www.ufotr.com)

## LG'nin dünyanın ilk şeffaf ve kablosuz OLED TV'si yepyeni bir ekran deneyimi sunuyor

LG Electronics (LG), dünyanın ilk şeffaf ve kablosuz OLED TV'si olan 77 inç LG SIGNATURE OLED T'nin küresel lansmanını yapmaya hazırlanıyor. Bu çığır açan model, ilk olarak ABD'de satışa sunulacak ve bunu diğer pazarlar takip edecek.

CES® 2024'te tanıtılan LG SIGNATURE OLED T, hem teknoloji hem de tasarım inovasyonunda muazzam bir sıçramayı temsil ediyor ve LG'nin yeni ve daha iyisini sunma konusundaki durmak bilmeyen azmini yansıtıyor. Son teknoloji ürünü kendinden aydınlatmalı ekranı, şeffaf ekrandan opak ekrana dönüşebiliyor. Bu dönüşüm yaşam alanında daha fazla özgürlük sunarken OLED görüntüleme deneyimi sağlayan benzersiz bir yetenek ortaya koyuyor. Dünya çapında tanınan LG'nin şeffaf OLED'i, TIME'ın En İyi Buluşlar 2024 listesine girdi ve En İyi İnovasyon onuru da dahil olmak üzere toplam beş CES 2024 İnovasyon Ödülü aldı.

Kullanıcılar tek bir düğmeye dokunarak şeffaf ve opak modlar arasında zahmetsizce geçiş yapabiliyor, eğlence ve mekan tasarımı için benzersiz olasılıkların kilidini açabiliyor. Şeffaf moddayken OLED T, inanmak için görülmesi gereken fütüristik bir içerik deneyimi sunuyor. Ekran sadece havada süzülen içerik illüzyonu yaratmakla kalmıyor, aynı zamanda ekrandaki görselleri çevreleyen alanla "birleştirerek" büyüleyici bir etki yaratıyor.

LG OLED T, şeffaf OLED ekranın benzersiz avantajlarından en iyi şekilde yararlanan ve ayırt edici değerini artıran çok yönlü bir dizi özellik ile kullanıcı deneyimini daha da yükseltiyor.



Öne çıkan özelliklerden biri, ekranı şeffaf bir dijital tuvale dönüştüren ve sanat eserlerini, videoları veya fotoğrafları olağanüstü renk ve netlikte sergilemek için ideal olan Her Zaman Açık Ekran (AOD) modu olan T-Objet olarak gösteriliyor. Bunu tamamlayan T-Bar, ekranın alt kenarı boyunca görünen ve spor sonuçları, IoT cihaz durumları, hava durumu tahminleri veya şarkı adı bilgileri sağlayan şık bir bilgi etiketi. T-Bar aktifken ekranın geri kalanı kullanılmıyor ve temiz, düzenli bir görünüm ve LG'nin "neredeyse görünmez" ekranının arkasındaki alanın net bir görüntüsünü sunuyor. Daha fazla rahatlık için T-Home, mevcut hizmetlere iyi organize edilmiş bir genel bakışın yanı sıra uygulamalara, ayarlara ve diğer özelliklere hızlı erişim sağlayan kullanıcı dostu bir arayüz sunuyor.

## Roborock Saros Z70, CES 2025'te 57 ödülle fuarın yıldızı oldu

Roborock'un gelişmiş teknolojik özellikleri ile dikkat çeken akıllı temizlik robotu Saros Z70, tüketici elektroniği dünyasının en büyük ve önemli etkinliklerinden biri olan CES 2025'e damga vurdu. Dünyanın ilk mekanik kolları süpürgesi olan Roborock Saros Z70, önündeki engelleri tanıyarak, yapay zeka destekli robot kolu sayesinde onları dilediğiniz yere taşıyor. Sunduğu inovasyon ve özellikler ile akıllı ev temizliği alanında ilkleri başaran Roborock, başta CNN, Mashable, Gizmodo, Rolling Stone, TechRadar, The Verge, PCMag, Tom's Guide, CNET ve Engadget gibi önde gelen teknoloji platformları olmak üzere 57 kurumdan "Fuarın En İyisi" ödülüne layık görülerek, sektörün lider markalarından olduğunu bir kez daha kanıtladı.

Roborock Saros Z70 modeli yeni teknolojisi ve özellikleriyle sizi süpürme öncesi etrafı toparlama zahmetinden kurtarıyor. Temizlik sırasında öncelikle kaldırabileceği nesnelere tespit edip onları kaldırıyor, daha sonra bu alanları temizlemek için geri dönüyor. Engelleri ortadan kaldırarak daha önce ulaşılmayan noktalara erişim sağlıyor ve minimum çabayla kapsamlı bir temizlik sunuyor. Gelişmiş lidar sensörleri, AdaptiLift™ Gövde, ve yapay zeka destekli navigasyon sistemi ile alan haritalamada kusursuz bir şekilde çalışan Saros Z70, 22.000 PA'ya kadar emiş gücü sunarak halı ve sert zeminlerde ultra güçlü bir performans sağlıyor.

Toz haznesi ve paspas temizliği için tamamen otomatik çözümlerle gelen bu model, kendi kendini temizleme istasyonu sayesinde kullanıcıların bakım yükünü minimuma indiriyor. 7.98 cm ultra ince tasarımıyla dikkat çeken Saros Z70, 4 cm'ye kadar çift katmanlı eşikleri kolaylıkla geçiyor. Model, paspaslama sırasında zemin türüne göre otomatik ayarlamalar yaparak maksimum temizlik ve hassasiyet sağlıyor. Ayrıca yapay zeka destekli sesli asistan özelliği ile daha kolay bir kullanıcı deneyimi sunuyor. Roborock Saros Z70, bu yıl içinde global pazarlarla birlikte Türkiye'de de satışa sunulacak.





**PHILIPS**

Erkek Bakım

İhtiyacınız olan  
her şey için  
tek makine



## Bosch'tan görünenin ötesinde temizlik: MicroClean teknolojisi

Bosch Ev Aletleri, temizlikte performansı yeniden tanımlayan yeni kablosuz dikey süpürGESİNİ tanıttı: MicroClean teknolojisiyle görünenin ötesinde temizlik sağlayan Bosch Unlimited 10.

MicroClean Sensörü, tozun yüzde 99,99'dan fazlasını, hatta 0.3 mikrona kadar görünmeyen kirleri algılayarak içine hapsederken, MicroClean Halkası süpürülen yüzeyin kirliliğini, kısmen temiz, temiz gibi kademelerle hangi oranda temizlendiğini kontrol ediyor, gösteriyor ve onaylıyor. Bosch'un en iyi toz toplama sistemine sahip olan Unlimited 10'un LED ışıklı Micro Clean başlığı tüm yüzeylerde görünen kaba kirden görünmeyen mikroskobik toza kadar her türlü tozu, kiri, en küçük parçacıkları bile süpürüyor.

Unlimited 10, sıkıştırılabilir toz haznesi sayesinde temizlik performansından ödün vermeden toz haznesinin yüzde 50 daha az sıklıkta temizlenmesini sağlıyor. Çıkarılmasına gerek kalmadan sadece bir düğmeyle açılabilen ve kirlerin itilmesi için tasarlanmış özel düğmesi sayesinde toz haznesi boşaltılırken oluşabilecek toz bulutlarını yok eden Unlimited 10, pratik, hızlı ve hijyenik bir temizlik deneyimi sunuyor. Unlimited 10'un geniş çaplı başlık rulosu ise yerden toplanan saçların fırçaya dolanmasını önüyor. Çıkarılabilir fırça başlığı, üç kat daha az saç karışıklığı ve derinlemesine temizlikte yeni bir kulvar açıyor. Unlimited 10'un premium TFT ekranı ise enerji tasarrufu modu, altı ayrı kullanım modu, pil koruma seçeneği, çalışma süresi bildirimi ve öğretici içeriklerle akıllı temizlikte de iddiasını ortaya koyuyor.



90 derece bükülebilir gövdesiyle mobilyaların altındaki girilmesi en zor yerlere ulaşabilen Unlimited 10, başlık ve süpürge borusu desteği olmadan kolayca ayakta durabiliyor ve ayakla çıkarılabilen başlığıyla eğilmenize gerek kalmadan temizliğe devam etmenizi sağlıyor. Rahatlık ve esneklik için geliştirilen bu ergonomik özellikler, Unlimited 10'u tüm yüzeylerin temizliğinde olduğu gibi ulaşılması zor bölgeler için de mükemmel hale getiriyor.

## Uçtan uca temizlik için tasarlanan Dyson WashG1TM, ıslak ve kuru lekeleri tek seferde temizliyor

Dyson, geniş alanlardaki sert zeminlerde etkili bir temizlik sağlamak için ıslak ve kuru lekeleri tek seferde temizlemek üzere tasarlanan en yeni zemin bakım teknolojisini tanıttı. 290 m2'ye kadar olan sert zeminleri temizlemek için 1 litrelik temiz su haznesine sahip olan Dyson WashG1TM, ıslak ve kuru lekeleri otomatik olarak ayırarak tek seferde temizlemek için hidrasyon, emilim ve ayırma teknolojilerinin bir kombinasyonunu kullanıyor, böylece yapılan temizlik daha etkili oluyor.

### Yüksek emiciliğe sahip, ters yönde dönen silindirler

İki ayrı silindir ters yönde dönerken, bir pompa, suyu her silindirin tüm yüzeyi boyunca hassas bir şekilde konumlandırılmış toplam 26 nemlendirme noktasına eşit olarak dağıtıyor.

Her bir silindir, cm2 başına 64.800 iplik içeren son derece emici bir mikrofiberden oluşuyor. Bu yüksek yoğunluklu mikrofiber kombinasyonu ve temiz su uygulaması, sıvı maddelerin emilmesini sağlarken, kuru kir, döküntü ve saçlar milyonlarca iplik tarafından sarılıyor. Ayrıca Dyson mühendisleri makinenin önüne ve arkasına olmak üzere toplam iki silindir yerleştirerek güçlü ve hızlı leke çıkarma için her geçişte lekeler üzerinde daha uzun süreli emicilik elde etti.

Dyson'ın benzersiz ayırma teknolojisi, güçlü ve temassız bir makine temizliği için kirliliği ve kirliliği kaynağında ayırıyor. Kirli su, dayanıklı çıkartma plakalarıyla silindirlerden çekilirken, ikincil naylon kıllara sahip fırça çubukları, mikrofiber silindirlerdeki kir ve kalıntıları temizleyerek doğrudan çıkarılabilir bir çöp haznesine atıyor.

Kir haznesi, kirliliği büyük döküntülerden ayırmak için 500 mikronluk bir ağ ile tasarlanmıştır. Bir emiş pompası tarafından çalıştırılan kirliliği su, büyük döküntülerin makineden geçmesine izin

vermeden 0,8 litre kapasiteli kirliliği su haznesinde toplanıyor. Kir ve döküntülerin makinenin başlığında, kirliliği suyun ise ayrı bir haznesinde tutulması, kolay ve temiz bir şekilde atılmasını sağlıyor. Dyson WashG1TM, kullanıcılara bakım yapmayı daha da kolaylaştırmak için, makinenin içinde kir veya kir birikimini azaltmaya yardımcı olmak üzere keskin iç yüzeyler veya aralıklar olmadan özenle tasarlanmıştır. Her iki su haznesi de kolay bakım ve temizliğe olanak sağlamak için geniş açıklıklara sahip.







# MÜŞTERİ EĞİLİMLERİNİ İZLEYEREK

Satış Performansınızı Artırın



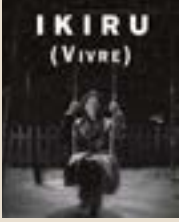
MARKANIZIN  
SAHADAKİ GÜCÜ!

pozitera  
444 50 70

 Pozitera  
 Pozitera Perakende  
 Geliştirme Hizmetleri



## 19. YÜZYIL EDEBİYATINDAN UYARLAMA EN İYİ FİMLER



### 1. Ikiru / Yaşamak (Japonya - 1952)

Tolstoy'un "İvan İlyiç'in Ölümü (1886)" uzun hikâyesinin Japon sinemasının en büyük ismi, auteur yönetmen Akira Kurosawa tarafından yapılmış serbest uyarlaması.

Kurallara bağınazlıkla bağlı bir bürokratin, ölümcül bir hastalığa yakalandıktan sonraki ilham verici değişimini anlatan zamansız bir sinema klasiği.



### 2. Frankenstein (ABD - 1931)

Mary W. Shelley'nin dünyanın en ünlü romanlarından biri olan "Frankenstein ya da Modern Prometheus (1818)" romanının (biri çok iyi) iki de devam filmine sahip en başarılı uyarlaması.

Canavar, bakanın gözündedir.



### 3. Dracula (ABD - 1931)

1931, herhalde dünya korku sineması tarihinin en önemli kilometre taşı olmuştu. Aynı sene dünyanın en ikonik iki gotik figürü beyazperdeyi domine ettiler: Dracula ve Frankenstein.

Bram Stoker'ın 1897 tarihli aynı adlı romanından uyarlama film, hala etkisini koruyan bir başyapıt. Aynı zamanda Universal Stüdyolarının ünlü canavarlar geleneğini başlatan filmidir.



### 4. The Time Machine / Zaman Makinesi (ABD - 1960)

Bilimkurgunun en büyük üstadlarından H.G.Wells'in ilk romanı "Zaman Makinesi"nden (1895) George Pal'in uyarladığı film, Hollywood etkisiyle bir başyapıt olan romanın eleştirisel tonunu koruyamasa da, zamanın testine dayanan başarılı bir çalışma olmuş.



### 5. Island Of Lost Souls / Kayıp Ruhlar Adası (İngiltere - 1932)

Listeme üç roman uyarlamasını aldığım H.G.Wells'in "Dr. Moreau'nun Adası (1896)" klasiği birkaç kez sinemaya uyarlandı. En iyi versiyonu bu film.

Korku filmlerinin gedikli yönetmeni Erle C. Kenton, korku filmlerinin en önemli aktörlerinden Boris Karloff ve sinemanın en büyük oyuncularından Charles Laughton. Sonuç, tıkr tıkr işleyen parlak bir uyarlama.



### 6. The Innocents / Masumlar (İngiltere - 1961)

Ünlü İngiliz edebiyatçı Henry James'in "Turn of The Screw (1898)" hikâyesinden Jack Clayton'ın uyarladığı film, birinci sınıf bir perili ev hikâyesi.

Hiçbir kanlı sahne içermeden müthiş bir gerilim atmosferi yaratmada dönemin yetenekli güzeli Deborah Kerr'in oyunculuğunun payı büyük.



### 7. The Invisible Man / Görünmeyen Adam (ABD - 1933)

19. yüzyıl bilimkurgu edebiyatı denince akla gelen iki isimden (diğeri Jules Verne) biri olan İngiliz H.G.Wells'in aynı adlı romanından (1897) daha önce "Frankenstein" ile büyük ün kazanan James Whale'in başrol oyuncusu Claude Rains'i zamanının ötesinde tekniklerle yönettiği klasik film.

Kendini görünmez yapmayı başaran bilim adamının trajedi ve gerilim dolu hikâyesi.



ŞUBAT 2025 • SAYI: 308

**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

**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](http://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.



Sektörel Yayıncılar  
Derneği Üyesidir.  
[www.seyad.org](http://www.seyad.org)



# Arzum Revolution Serisi ile Sevgililer Günü'nde Güzellik Saç!

Otomatik  
Saç Maşası



Saç  
Düzleştirici Fırça



Hava Üfleme  
Saç Şekillendirici



ARZUM

# Bize Sormadan Derin Dondurucu Almayın, Fırsatları Kaçırmayın!



**GÜRSES**  
KURUMSAL



/gurseskurumsal



/gurseskurumsal



WhatsApp Hattı: 0 531 732 74 40

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



0850 210 0 888

altus.com.tr

f/altustr

