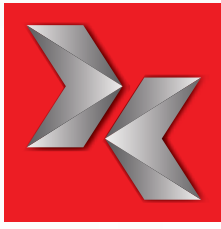


313

www.dagitimkanali.com.tr



Dağıtım Kanalı

Ev Aletleri Sektöründe Türkiye'nin Uzman Dergisi

Ayda bir yayınlanır / Temmuz 2025 / Yıl: 27 / ISSN 1302 308X



**Her İhtiyaca Uygun Optimize Edilmiş
LG İklimlendirme Çözümleri ile Tanışın**



MERS
DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI SANAYİ VE DİŞ
TİC. LTD. ŞTİ.



+90 212 238 10 08 / +27 68 020 43 45



www.mersdtm.com

Küçükpiyale Mah. Fişekhane Deresi Cad. No:2/3 Kasımpaşa/İstanbul/Türkiye
Connaught Park A12 Beaconsvale Parow/Cape Town/South Africa

Geri Dönüşümü

Kazanca Dönüştürün!



Her yıl iade, teşhir veya servis geçmişli olan binlerce elektronik ve beyaz eşya ürün değeri kaybediliyor.
EFS Elektronik olarak bu ürünleri yeniliyor, test ediyor ve ekonomiye yeniden kazandırıyoruz.

Çalıştığımız Markalar

SAMSUNG

DeLonghi

Tefal

Rowenta

KRUPS

WMF

+90 (216) 520 10 00
+90 (216) 520 12 00

www.efselektronik.com



Mutfağınızın **En İyi Şefi!**



NOTE**COOK**

Multifonksiyonel Pişirici



Yüzden
Fazla Tarif



Otomatik
Tarifler



17 Farklı
Pişirme
Fonksiyonu

Fakir
HAUSGERÄTE

Sıcaklara Buzlu Bir Mola

Frosty

Marvilla

ChillMate

IceRock

4 YIL
GARANTİ

0850 850 5464

king.com.tr KING

f / KingEvAletleri



İçindekiler

6 Söyleşi

Türkiye gerek coğrafi gerekse finansal koşulları açısından her zaman distribütörlük sistemine ihtiyaç duyan bir ülke

Erdal Güvenç
Süsler A.Ş. Genel Müdürü

10 Söyleşi

Perakendenin Yeni Gözü: TASS Vision
"Veriyle Güçlenen Mağaza Deneyimi"

Shakhzod Umirzakov
TASS Vision CEO'su

12 Dağıtım Kanalı Özel

Çorum bizim için bir dönüm noktası oldu ve bize şans getirdi

Gökcan Aksoy
Çorum Aksoylar Profilo Bayi

16 Dağıtım Kanalı'nın İzindeyiz

Dağıtım Kanalı'nın İzindeyiz Kayseri ve Nevşehir'de

34 Sektör

Beyaz Yaka Ev Aletleri'nden Siemens'te yeni bir adım: Beşinci mağaza Vadistanbul'da açıldı

36 Sektör

BSH Türkiye'nin 30 Yıllık Başarı Hikayesi: 100 Milyondan Fazla Üretim, 45 Milyar ABD doları Ekonomik Katkı

38 Sektör Haberi

42 Ürünler

44 SinemaDem

Çeyrek Asırlık Hazinesler
2000 Yılının En İyi Filmleri

instagram.com/dagitimkanali

youtube.com/dagitimkanali

facebook.com/dagitimkanali

x.com/dagitimkanali

Kahraman Türk kadını,
sen yerde sürünmeye değil,
omuzlar üzerinde göklere
yükselmeye layıksın.





Electrolux

Yeni Electrolux Twintech XXL No Frost Buzdolapları ile tazelik ve lezzete yer açın

700 Serisi TwinTech No Frost Buzdolabı

YENİ!

TwinTech Soğutma Teknolojisi

Soğutucu bölmede ideal nem sağlanarak sebzeler görünüm ve lezzetini daha uzun süre korur



İkiz buzmatik ve buz stok kabı

Buz üretimini ve stoklamasını kolaylaştıran buzmatik ve buz stok kabı



DesignLine Tasarım

Yanlara entegre kulp ve düz kapı tasarımı ile mutfağınızda minimal görünüm sunar



3 ayrı
dış görünüm
seçeneği ile



**10
Yıl**

Kompresör
Garantisi**



* Detaylı bilgi için www.electrolux.com.tr web sitemizi ziyaret edebilirsiniz.
**10 Yıl İnverter Kompresör Garantisi şart ve koşullara tabidir.
Detaylı bilgi için www.electrolux.com.tr

www.electrolux.com.tr

0850 250 35 89

musteri_hizmetleri@electrolux.com



YILDIRIM SÖYLEMEZ
yildirim.soylemez@dagitimkanali.com.tr

Dağıtım Kanalı'nın İzindeyiz'de yeni duraklarımız Kayseri ve Nevşehir

İç Anadolu'nun canlı ticaret merkezi Kayseri ile tarihi ve doğal güzellikleriyle bilinen Nevşehir, yalnızca kültürel değil, ticari anlamda da önemli bir potansiyele sahip. Bu iki şehirde faaliyet gösteren bayilerimiz, güçlü iş birlikleri, müşteri odaklı hizmet anlayışları ve bölgesel ekonomiye katkılarıyla öne çıkıyor. Gerçekleştirdiğimiz ziyaretlerde Kayseri ve Nevşehir'in çeşitli ilçelerindeki bayilerle bir araya geldik; onların deneyimlerini birebir dinledik. Raporlarımızda sektörün güncel durumunu ele alırken, karşılaşılan zorlukları ve bunlara karşı geliştirilen yaratıcı çözümleri detaylıca konuştuk. Bayilerimizin uzun yıllara dayanan sektörel birikimleri, iş süreçlerine gösterdikleri özen ve müşteri ilişkilerindeki profesyonel yaklaşımları, onları markalarımızın sahadaki en güçlü temsilcileri haline getiriyor. Özellikle dijitalleşmenin hızla yaygınlaştığı son dönemde, Kayseri ve Nevşehir'deki bayilerimizin bu dönüşüme hızlı ve başarılı şekilde uyum sağlamaları dikkat çekici. Geleneksel satış yöntemlerini modern teknolojilerle harmanlayan bu iş ortaklarımız, online kanallardaki etkin performansları sayesinde rekabette fark yaratıyor.

Çorum'un Güçlü Perakende Hafızası: Aksoylar Profilo

Çorum'da perakende denince aklı ilk gelen isimlerden biri olan Aksoylar Profilo, yaklaşık 30 yıldır Profilo bayiliği yapan köklü bir aile şirketi. Dağıtım Kanalı olarak ziyaret ettiğimiz bu başarılı işletme, sadece bir mağaza değil; profesyonelliği, samimiyeti ve müşteri odaklı yapısıyla adeta bir yaşam tarzı sunuyor. İşin perde arkasından mağaza düzenine, müşteri hizmetlerinden sektörün karşılaştığı zorluklara kadar pek çok konuya değindiğimiz röportajda, Gökcan Aksoy bizimle içtenlikle deneyimlerini paylaştı. Ortaya çıkan tablo, örnek alınabilecek bir başarı hikayesiydi.

Gaziantep'ten Türkiye Geneline Uzanan Bir Başarı Öyküsü: Süsler Pazarlama

Gaziantep'te doğup 40 yıllık köklü geçmişiyle sektörde adından söz ettiren Süsler Pazarlama, Mıhcıoğlu Ailesi'nin liderliğinde geniş bir ürün yelpazesıyla faaliyetlerini sürdürüyor. Beyaz eşyadan küçük ev aletlerine, ankastre ürünlerden soğutma sistemlerine ve yatak-baza segmentine kadar geniş bir alanda hizmet sunan firma, 2015 yılında İtalyan Hoover-Candy grubundan Süsler markasını bünyesine katarak önemli bir dönüşüm sürecine girdi. Altus ve Tefal gibi güçlü markaların distribütörlüğünü üstlenen Süsler Pazarlama DTM AŞ'nin Genel Müdürü Erdal Güvenç ile gerçekleştirdiğimiz söyleşide, şirketin kurumsallaşma süreci, ekip yapısı ve Türkiye'deki distribütörlük modelinin önemi üzerine kapsamlı bir sohbet gerçekleştirdik.

Yapay Zeka ile Geleceği Okumak: TASS Vision Röportajı

Perakende alanında müşteri deneyimini iyileştirmek ve karar süreçlerini daha verimli hale getirmek adına geliştirilen yapay zeka destekli kamera çözümleri, sektörde yeni bir sayfa açıyor. Bu alanda dikkat çeken girişimlerden biri olan TASS Vision, Türkiye pazarına sunduğu ileri analiz sistemleriyle fark yaratıyor. TASS Vision yöneticileriyle yaptığımız kapsamlı görüşmede, şirketin kuruluş sürecinden güncel hizmetlerine kadar pek çok başlıkta bilgi edindik. Perakende dünyasında dijital dönüşümün nasıl şekillendiğini ve TASS Vision'ın bu süreçteki katkısını tüm yönleriyle değerlendirdik.

İyi okumalar

GÜCÜ ELİNİZDE TUTUN!



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



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

Siz de bu güce katılın...



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

DERİN DONDURUCU USTASINDAN ALINIR!

Her ihtiyaca ve mekana uygun onlarca çeşit Uğur Derin Dondurucu,
size en yakın Uğur mağazalarında ve ugur.com.tr'de.



 **UGUR**

 444 84 87

    /UGURSOGUTMA

Türkiye gerek coğrafi gerekse finansal koşulları açısından her zaman distribütörlük sistemine ihtiyaç duyan bir ülke

Gaziantep'ten yola çıkarak 40 yıllık bir geçmişe sahip olan Süsler Pazarlama, Mihcioğlu Ailesi liderliğinde beyaz eşya, küçük ev aletleri, ankastre, vantilatör, sulu soğutucular ve yatak-baza sektörüne uzanan geniş bir alanda faaliyet gösteriyor. 2015 yılında İtalyan Hoover-Candy grubundan Süsler markasını bünyesine katan firma, Altus ve Tefal gibi güçlü markaların da distribütörlüğünü üstlenerek sektördeki yerini sağlamlaştırdı. Türkiye'nin köklü firmalarından Süsler Pazarlama DTM AŞ'nin Genel Müdürü Erdal Güvenç şirketin kurumsal dönüşümünü, güçlü satış ve yönetim ekibinin dinamiklerini ve Türkiye'deki distribütörlük sisteminin hayati rolünü dergimize anlattı.



Erdal Güvenç
Süsler A.Ş. Genel Müdürü

Kendinizden ve Süsler'den kısaca bahseder misiniz?

Süsler Pazarlama, yaklaşık 40 yıl önce Mihcioğlu ailesi tarafından Gaziantep'te kurulan bir firmadır. Başlangıç faaliyet alanı tüp gaz ve tüp gaz yedek parçalarının satışı şeklinde sektöre giriş yapan firma, zamanla küçük ev aletleri, beyaz eşya ve yatak-baza sektörüne yönelmiştir. 2015 yılında İtalyan Hoover-Candy grubundan Süsler markasını satın alan Mihcioğlu Ailesi şirket adını "Süsler Pazarlama DTM AŞ" olarak değiştirmiş, ardından da Altus ve Tefal markalarının distribütörlüğünü bünyesine katan Süsler Pazarlama, büyüme sürecine devam etmiştir. 77 yıllık köklü bir geçmişe sahip olan Süsler markası başlangıçta kıymetli bir soba markası gibi gözükse de markanın satın alma sürecinin üzerinden geçen 10 yılda Türkiye çapında gerek Süsler markası gerekse distribütörlüğünü yaptığı Altus-Tefal markaları ile Türkiye bayi kanalının vazgeçilmez tedarikçileri arasına girmiştir. Şirketimiz bugün Türkiye'nin farklı illerinde yerleşik olarak çalışan 20 Kişilik Satış Ekibi ve 4 Kişilik Yönetici takımı ile birbirini uzun yıllardır tanıyan güçlü bir Satış Ekibi yapısına sahiptir. Bu ekip Türkiye genelinde aktif bir şekilde bayilerimize hizmet vermektedir. Şirket yöneticisi Erdal Güvenç olarak kendimi tanıtmam gerekirse, 1972 Gaziantep doğumluyum, Evliyim, 3 erkek çocuğum var. Gaziantepli olmanın yanında şirket sahibimiz Rahmetli Metin Mihcioğlu ile çocukluk arkadaşız. Tüm iş yapımızı güçlü kılan 40 yıllık bir birlikteliğimiz vardı. Şimdi bu birlikteliği vasiyeti doğrultusunda Mihcioğlu Ailesi ile yürütüyoruz. 30 yıldır beyaz eşya sektöründeyim. Bu 30 yılın 20 yılını Türkiye'nin farklı bölgelerinde yönetici olarak önce İtalyan sonrasında ise Amerikan şirketinde tamamladım. Tabi belirtmeden geçemeyeceğim Ege Bölge ve İzmir hayatımın şekillenmesinde önemli bir yere sahip. İzmir de 15 yıl yaşadım. 9 Eylül Üniversitesi Ekonomi Bölümü mezunuyum. 2019 yılından bu yana Süsler 'de Genel Müdür olarak görev yaparak ekip arkadaşlarımla birlikte bayilerimize hizmet veriyoruz.



Son dönemde Süsler de yaşanan yapısal değişikliklerden bahseder misiniz?

Süslere katılma sürecinde, Metin Beyle yaptığımız ilk toplantıda tek beklentisi olduğunu kesin bir dil ile ifade etti. Bu beklenti "23 yıl kurumsal şirketler de edinmiş olduğum tecrübenin Süsler'e aktarılması idi." Kişilere değil de sisteme bağlı işleyen bir yapının kurulması tek hedefti. Bu doğrultuda, 2025 yılına kadar süren 7 yıllık bir dönüşüm süreci geçirdik. Herkesin kendi alanını yönettiği, net görev tanımlarının olduğu, Süslerde çalışan her kişinin bu büyük resmin bir parçası olduğu bir yapı kurduk. Geçen 7 yıllık süre içinde Satış ve Satın Alma süreçlerini Erdal Güvenç üstlenirken, Çin'den ürün tedarikini Baki Arslantaş, şirket altyapısını ve bilgi işlem ağını Turgut Öztuzcu yönetti. Bölge müdürlerimiz Eşef Özoğul, Cemil Özgür, Mehmet Gönülalan ve 20 kişilik satış ekibimizle birlikte kurumsal bir yapı oluşturduk. İsmi geçen bu arkadaşların en önemli ortak özelliği 15 yıldan fazla süredir birlikte çalışan bir ekip olmasıdır. Bunun yanında işin kalbinde Finans ve Krediler Bölümünün başında yaklaşık 2 yıldır Esra Mihciöğlu bulunmaktadır.

Süsler Pazarlama DTM AŞ'nin organizasyon yapısından detaylı bahseder misiniz?

Süsler A.Ş. olarak Ankara'da 10.000 m² üzerine kurulu 6.000 M2 si kapalı bir depomuz, Kayseri'de ise 40.000 m² üzerine kurulu 27.000 m² kapalı alanda faaliyet gösteren bir depolama ve üretim alanımız mevcuttur. Şu an sahada aktif olarak 50 adet binek ve taşıma amaçlı kullandığımız aracımız mevcut. Tüm sevkiyatlarımızı bu iki merkezden gerek kendi gerek ise kiralık araçlarla gerçekleştiriyoruz. Şirket merkezimiz Gaziantep de ve ağırlıklı olarak finans-muhasebe operasyonlarımızı buradan yürütüyoruz. Güçlü bir distribütörlük yapısının temelinde, iyi bir lojistikçi, iyi bir finans kredilendirme ve güçlü bir depolama yeteneğinin olması gerekliliğine inanarak yol alıyoruz.

Türkiye'de distribütörlük yapısının sektördeki yeri nedir?

Sektöre 1995-96 yıllarında başladım. Geriye bakınca güzel anılarla dolu 30 yılı geride bırakmışız. 90'lı yıllarda küçük toptancıların hâkim olduğu bir yapı vardı. Zamanla bu yapı yerini kurumsal şirketlere ticari ortaklık kuran profesyonel distribütörlüklere bıraktı. Türkiye gerek coğrafi gerekse finansal koşulları açısından her zaman distribütörlük sistemine ihtiyaç duyan bir ülke.

LOJİSTİK: Coğrafi yapısındaki zorluklar, bir ucundan bir ucuna 1.670 km'yi bulan mesafeler ve oluşan taşıma maliyetleri Türkiye de distribütörlere olan ihtiyacın bir nedenidir. Doğru zamanda doğru ürünlerin sezonunda bayi ağına ulaştırılması için güçlü depolama ve güçlü lojistik ağı olan distribütörler önemli rol oynamaktadır.

FİNANS; Yerli ya da yabancı firmaların bayi kanalında kredi açma konusundaki sıkı tutumu ve istenilen teminatların sağlanamayışı bayi

kanalında Distribütörlere yeni bir rol biçmiştir. Ödeme araçlarındaki çeşitlilik (çek, senet, kredi kart) vadeler konusundaki esneklik ve uzun vadeli satışlar Distribütörlerin Türkiye de bayi satış sistemine sağladığı önemli değerler olduğunu düşünüyorum. Bunun yanında ihtiyaç duyulan distribütörlük yapısının da kendi üzerine düşen birtakım görevleri olduğunu farkındayız. Distribütör iyi bir lojistikçi olmalı. Güçlü dağıtım ağı ile doğru sezonda doğru ürünü bayisine en hızlı şekilde ulaştırabilmeli. Distribütör güçlü bir kredilendirme ve finans yapısına sahip olmalı. Finansal ödeme seçenekleri ile bayi satış ağının önünü açmalı, işini kolaylaştırmalı. Bugün Türkiye de bayi ve ceviz kanalındaki tüm bayilerin ortak beklentisi ve arayışı "Güçlü, Güvenilir, tedarikçi bulmaktır. Bu rolü bugün Distribütörler yerine getirmektedir. Süsler olarak biz kışın sobayı doğru zamanda sunmak adına Temmuz Ağustos da sobayı depolamaya başlıyoruz. Yazın klima sezonu için Ocak şubat aylarından depolama yaparak bayilerimize doğru zamanda sevkiyat gerçekleştirecek yapıyı hazır tutuyoruz. Ürünlerin zamanında ve doğru şekilde pazara ulaştırılması için distribütör olarak kritik bir rol üstleniyoruz.

Distribütörlük sisteminin önemini bir örnekle anlatır mısınız?

Türkiye'de güçlü distribütör firmalar var. Her bölgede bayi kredi limitleri açarak, çekle, senetle, kredi kartıyla vadeli satış yapan bir distribütör yapısı var. Eğer distribütörlük sistemi içerisindeki birkaç büyük oyuncu sadece nakit satışa, kredi kartlı satışa yönelip vadeli satış ortadan kaldırırsa vadeli ticaretin ve cirosal hacmin ciddi şekilde yara alacağını düşünüyorum.

Distribütörler, elindeki finansal ve lojistik imkanları kullanarak piyasayı domine eden ve ana şirketlerin birçok yükünü üzerine alan, ağır sorumlulukları olan güçlü yapılardır.





Altus, Tefal ve yatak grubu ürünlerinizden bahsedebilir misiniz?

Yaklaşık 7 yıldır Altus'un distribütörlüğünü yürütüyoruz. Türkiye genelinde birçok distribütör bulunuyor ve her biri kendi bölgesinde Altus adına değer yaratıyor. Biz de bu yapının bir parçası olarak Türkiye'nin hemen her bölgesinde satış yapıyoruz. Tefal tarafında ise Groupe SEB ile iş ortaklığımız kapsamında, Ege, İç Anadolu, Akdeniz, Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde distribütörlük yapıyoruz. Biz 50'ye yakın şehirde Tefal ürünlerinin bayilerimize ulaşmasını sağlıyoruz. Ayrıca yatak, baza ve başlık grubunda Kayseri'de üretim yapıyoruz. Bu ürün grubunu 600 noktaya ulaştırıyoruz. Yatak ve bazaların lojistik maliyeti yüksek olduğu için genellikle firmalar bu alandan uzak durur. Ancak biz en uzak noktaya dahi kendi araçlarımızla yatak baza ürünlerimizi bayilerimize ulaştırıyoruz. Yatak baza da bayi mağaza teslim çalışmamız bizi farklı kılan özelliklerden biri.

Bayilere finansman desteği sağlıyorsunuz. Yeni yatırımlar yapıyorsunuz, bugünün ekonomik koşullarında bu yaklaşımınızın nedeni nedir?

Şirketimiz 40 yıldır bu sektörde. Bu süreçte oluşan bayi ağına ürün sağlayarak bayi ağı



ile birlikte büyüdü. Şirket, faaliyet alanından gerçekleşen kazancını yeniden faaliyet alanına yatırım yaparak değerlendiriyor. Paradan para kazanma anlayışı şirketimizin kuruluşundan bu yana şirket yapısında olmayan bir kavram ve tutum olduğu gibi değer yargılarımıza, ticari anlayışımıza ters bir durumdur. Şirket kurucumuz Rahmetli Metin Mihçioğlu'nun tanımlamış olduğu değerler çerçevesinde ilerliyoruz, yol alıyoruz. Süsler olarak güçlü bir yapı içerisinde işimizin bereketini ve sürdürülebilirliğini ön planda tutuyoruz.

Yaşamakta olduğumuz ekonomik durgunluğun kısa vadeli olduğunu mu düşünüyorsunuz?

Sektöre 90'lı yıllarda başlayan herkes gibi benim de ticari hayatım krizleri görerek yaşayarak geçti. Türkiye ticareti hep bir kırılganlık içeriyordu. Açıkçası bu kırılganlık da hepimizi her zaman diri ve tetikte tutuyordu.

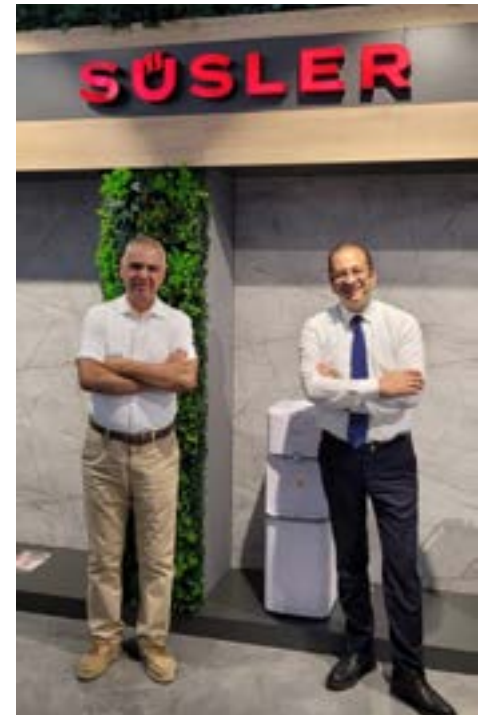
Ülkemiz krizlerde hızlı düşüp hızlı toparlanabilen bir ülke. Yöneticilerimiz bu konuda oldukça deneyimli. 94 kriziyle büyümüş bir kuşaktım. Faizlerin gecelik binlerle ifade edildiği dönemleri gördük. Şu anki durgunluk sürecinin biraz daha uzun sürdüğünü düşünüyorum ama toparlanma yine olacak ancak zaman alacaktır. Geçmiş krizlerdeki gibi hızlı bir düzelme beklemek ticari hata olacaktır. 2025 yılı gerek ana şirketlerin gerek distribütörlerin fedakârlık yaparak, taviz vererek cirosal hedefleri gerçekleştirdiği ama karlılıktan kaybettiği, karlılığın olmadığı bir yıl olarak geçeceği ilk 6 aylık dönemde açık ve net ortaya çıkmıştır. Süsler olarak ilk 6 aylık dönemde cirosal hedefleri yakalasak da karlılık için aynı şeyleri söylemek zor. Bu durumun sektördeki herkes için de aynı olduğunu düşünüyorum.

Kısa ve uzun vadeli hedefleriniz nelerdir?

Bizim hedeflerimiz genelde uzun vadeli. En büyük hedefimiz, Süsler Pazarlama DTM AŞ'nin Türkiye'deki güçlü tedarikçi yapısını güçlendirerek tüm ülkeye hizmet sunabilen bir yapıya ulaştırmak öncelikli hedefimiz...

Uluslararası projeleriniz hakkında bilgi verir misiniz?

Geçtiğimiz yıl Almanya'da bir projeye başladık. Türkiye'dekine benzer şekilde hem toptan hem perakende satış yapacak bir yapı kurmak için adım attık. Almanya/Leverkusen 'de depo ve mağaza yapılanmamız son aşamaya geldi. Türkiye'den götürdüğümüz ürünleri orada da satışa sunacağız. Ayrıca hem yurt içi hem yurt dışı fuarlara katılım sağlıyoruz. Eylül ayında Zuchex Züccaciye Fuarı, Ekim ayında Anamob Kayseri Mobilya Fuarı ve ocak ayında İFF İstanbul Mobilya Fuarında olacağız. Tüm ticari ortaklarımızı bekleriz.



SÜSLER

VANTİLATÖR & HAVA SOĞUTUCU ÜRÜN AİLESİ



Yeni bayilik için;  **ÇAĞRI MERKEZİ**
0 850 811 67 87

GAZİANTEP MERKEZ :
Karacaahmet Mahallesi
Turgut Özal Bulvarı 38056 Nolu Sokak
No:18-19 Şehitkamil / GAZİANTEP

ANKARA DEPO :
Orhaniye Mahallesi
FSM Bulvarı No: 506/13 A-B-C-D
Kahramankazan / ANKARA

KAYSERİ FABRİKA :
Organize Sanayi Bölgesi
12. Cadde No : 88
Melikgazi | KAYSERİ

SÜSLER
www.susler.com.tr

Perakendenin Yeni Gözü: TASS Vision "Veriyle Güçlenen Mağaza Deneyimi"

Perakende sektöründe müşteri deneyimini iyileştirmek, operasyonel verimliliği artırmak ve veri odaklı karar alma süreçlerini güçlendirmek amacıyla geliştirilen yapay zeka destekli kamera tabanlı analiz çözümleri, günümüz teknoloji dünyasında önemli bir yer edinmiş durumda. Bu alanda öne çıkan yenilikçi çözümlerden biri de TASS Vision. Türkiye pazarında sunduğu akıllı analiz sistemleriyle dikkat çeken TASS Vision'ın yöneticileriyle bir araya geldik. Şirketin kuruluş hikayesinden, Türkiye'deki faaliyetlerine ve sunduğu hizmetlere kadar birçok konuyu ele aldığımız bu röportajda; perakende sektöründe dijital dönüşümün nasıl mümkün olduğunu ve TASS Vision'ın bu dönüşümdeki rolünü konuştuk.

Sizi kısaca tanıyabilir miyiz?

ABD merkezli TASS Vision şirketinin kurucusu ve CEO'yum. Yapay zekâ ve perakende teknolojileri alanında 5 yılı aşkın deneyime sahip vizyoner bir liderim. Büyük veri ve görüntü işleme teknolojilerini perakende sektörüne entegre ederek, perakendeyi ölçülebilir ve veriye dayalı hâle getirmeyi hedefliyorum. Perakendede artık sezgiler değil, veri konuşmalı. Biz mağazalara sadece kamera değil, karar desteği sağlıyoruz. Türkiye pazarı, dijitalleşmeye yatkın yapısıyla bizim için sadece bir pazar değil, bir inovasyon üssü olacak.

TASS Vision kuruluşundan ve faaliyet alanlarından bahseder misiniz?

TASS Vision, merkezi Amerika'da bulunan, perakende sektörüne özel yapay zeka destekli kamera tabanlı analiz çözümleri geliştiren bir teknoloji şirkettir. Global ölçekte Özbekistan, Kazakistan, Azerbaycan ve Katar'da aktif operasyonlarımızla, toplamda 8 ülkede çözümlerimizi aktif kullanarak, perakende dönüşümüne liderlik ediyoruz.

Sizi rakiplerden ayıran temel farklar nelerdir?

Bugün pazarda birçok çözüm sayım, kamera kaydı ya da basit analizler sunuyor. Ancak TASS Vision'un farkı, tüm bu verileri iş kararlarına dönüşen anlamlı içgörüler haline getirmesidir.

Biz sadece "kaç kişi geldi?" sorusunu yanıtlamıyoruz. Şunları da sunuyoruz:

Gerçek dönüşüm analizi: Kamera sistemimiz, mağazaya giren her müşteriye analiz eder, kasa sistemleriyle entegre olarak "giren-alan" farkını ölçer.

Yüz tanıma ile personel ayrıştırma: Personel sayımlardan çıkarılır, böylece hizmet kalitesi ve müşteri davranışları daha net ölçülür.

Hizmet seviyesi ölçümü: Müşteri mağazada ne kadar süre bekledi, kiminle ne zaman ilgilenildi gibi metriklerle hizmet standardı kontrol altına alınır.

Raf performansı analizi: Bu özellikler şu anda geliştirme aşamasındadır. Yakında mağaza sahipleri, mağazanın hangi alanlarının ve raflarının en çok veya en az ilgiyi gördüğünü akıllı görüntü işleme algoritmalarıyla anlayabilecek.

Satış sonrası destek hizmetlerinizden de bahseder misiniz? Bu alanda sunduğunuz hizmetler nelerdir?

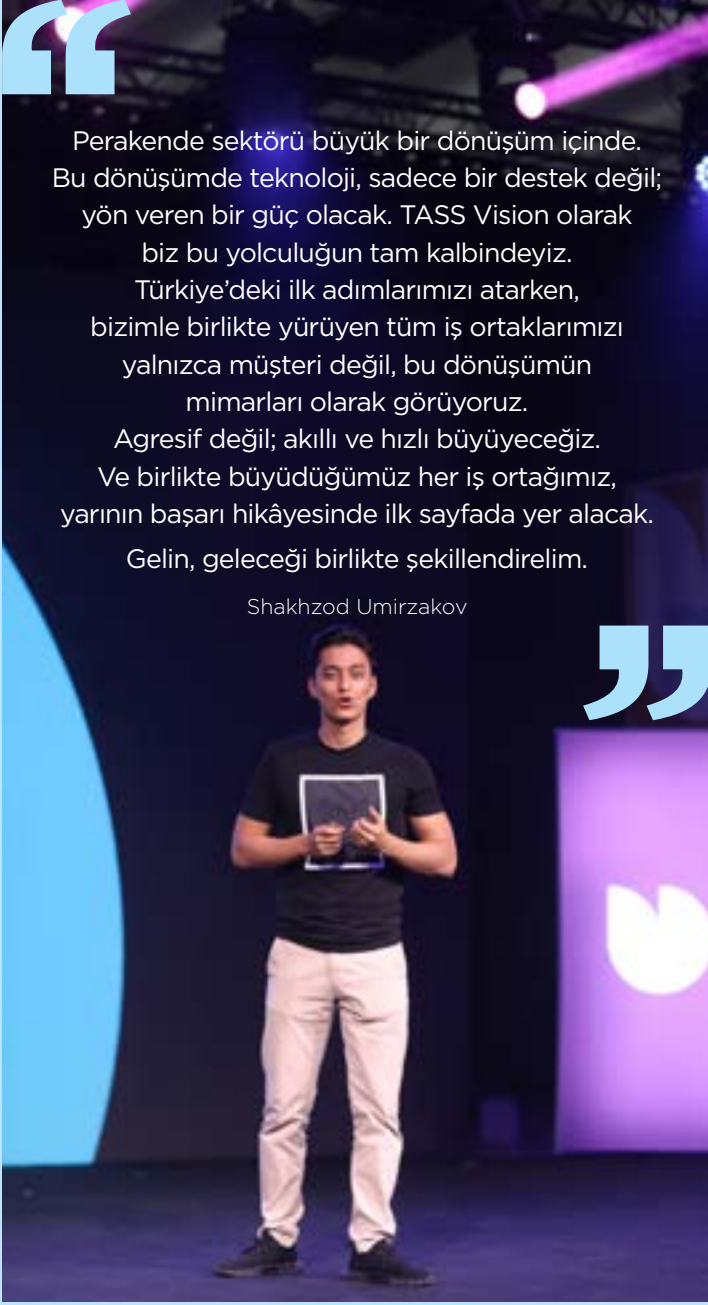
TASS Vision olarak sadece bir ürün teslim etmiyoruz—sürekli başarı sunuyoruz. Her müşterimize, uygulama sürecine rehberlik eden, eğitim sağlayan ve analizleri yorumlamada yardımcı olan özel bir Müşteri Başarı Yöneticisi (CSM) atanır. Bunun yanında kurulum ve bakım için sertifikalı yerel teknisyenler, kişiye özel onboarding ve platform tanıtım süreçleri, sürekli teknik destek ve performans kontrolleri ve bölgesel ihtiyaçlara göre uyarlanmış yerleştirilmiş paneller ve güncellemeler gibi hizmetler de sunuyoruz.

Satış sonrası desteğe olan bağlılığımız en büyük fark yaratan unsurlarımızdandır. Müşterilerimizin sistemi sadece kullanmalarını değil, ondan tam anlamıyla faydalanmalarını sağlıyoruz. Kısacası, TASS Vision sadece bir analiz aracı değil, bir karar destek sistemidir.



Shakhzod Umirzakov
TASS Vision CEO'su





Perakende sektörü büyük bir dönüşüm içinde. Bu dönüşümde teknoloji, sadece bir destek değil; yön veren bir güç olacak. TASS Vision olarak biz bu yolculuğun tam kalbindeyiz. Türkiye'deki ilk adımlarımızı atarken, bizimle birlikte yürüyen tüm iş ortaklarımızı yalnızca müşteri değil, bu dönüşümün mimarları olarak görüyoruz. Agresif değil; akıllı ve hızlı büyüyeceğiz. Ve birlikte büyüdüğümüz her iş ortağımız, yarının başarı hikâyesinde ilk sayfada yer alacak. Gelin, geleceği birlikte şekillendirelim.

Shakhzod Umirzakov

“Vitrac” ve “Sitrac” ürünlerinizi ve sunduğunuz çözümleri açıklayabilir misiniz?

Vitrac, mağaza içi müşteri davranışlarını analiz eden çözümümüzdür. Giriş-çıkış sayımı, dönüşüm oranı takibi, müşteri hareket ısı haritaları, raf performansı, hizmet seviyesi takibi gibi birçok kritik işlevi bir araya getirir. Mağaza yöneticileri ve merkez ofis raporlama birimleri için özel dashboard'lar sunar.

Sitrac ise daha çok operasyonel verimlilik çözümümüzüdür. Kamera görüntülerini yapay zeka ile analiz ederek anlık boş rafları anlık olarak tespit eder, yanlış yerleştirilmiş ürünleri belirler, eksik veya hatalı fiyat etiketlerini fark eder ve mağaza yöneticilerine ve süpervizörlere gerçek zamanlı görsel raporlar gönderir.



Göksekin Bozdemir Türkiye Satış Direktörü

Sizi kısaca tanıyabilir miyiz?

Beyaz eşya sektöründe 30 yıllık saha, operasyon ve satış tecrübesine sahibim. Türkiye pazarının dinamiklerini yakından tanıyarak, TASS Vision'un Türkiye yapılanmasından sorumluyum. Hem yerli zincirlere hem global markalara entegre çözümler sunuyoruz. Türkiye, çok katmanlı ve hızlı hareket eden bir pazar. Biz buraya sadece ürün satmaya değil, mağaza verimliliğini artıracak gerçek çözümlerle geliyoruz. Kamera artık sadece izlemiyor, ölçüyor, analiz ediyor, yönlendiriyor.

Neden Türkiye'desiniz?

TASS Vision, merkezi Amerika'da bulunan, perakende sektörüne özel yapay zeka destekli kamera tabanlı analiz çözümleri geliştiren bir teknoloji şirkettir. Global ölçekte Özbekistan, Kazakistan, Azerbaycan ve Katar'da aktif operasyonlarımızla, perakende dönüşümüne liderlik ediyoruz.

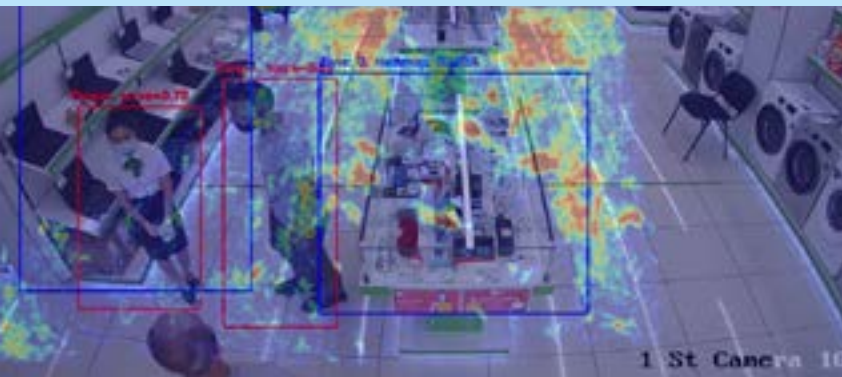
Türkiye, sahip olduğu büyük perakende ağı, hızlı dijital adaptasyonu ve bölgesel stratejik konumuyla bizim için doğal bir genişleme noktası oldu. Türkiye pazarı, hem global hem yerel markaların yoğun rekabet içinde olduğu dinamik bir ekosisteme sahip. Bu ortam, TASS Vision'un sunduğu yenilikçi çözümlerin hem ölçülebilir hem de hızlı etki yaratabileceği bir zemin sunuyor.

Yol haritanız nedir?

2025'in ikinci yarısında Türkiye'de saha yapılanmamızı tamamlamayı hedefliyoruz. 2027'de ise Avrupa pazarına açılmayı planlıyoruz. Yazılım tarafında, sistemimizin sunduğu verileri proaktif önerilere dönüştüren yapay zeka tabanlı karar motorumuzu devreye alacağız. Ayrıca iş ortaklarımızla birlikte Türkiye'de yerel eğitim, bayi entegrasyonu ve fuar katılımlarıyla marka bilinirliğimizi artıracacağız.

Türkiye yapılanmanız hakkında bilgi verir misiniz?

Türkiye'deki merkezimiz şu anda İstanbul'dadır. Buradan yönetilen satış, proje geliştirme ve danışmanlık süreçlerimiz bulunuyor. 2025 sonuna kadar teknik destek ve entegrasyon hizmetlerini sahaya yaymayı hedefliyoruz. Ayrıca yerli iş ortaklarıyla çözüm ortaklığı modelinde ilerleyerek; kurulum, bakım ve eğitim süreçlerini Türkiye'deki perakendecilere en hızlı ve kaliteli şekilde ulaştırmak istiyoruz.





Dağıtım Kanalı
ÖZEL

Çorum'da perakende sektörüne yön veren güçlü bir aile hikâyesine tanıklık etmeye hazır mısınız? Dağıtım Kanalı ekibi olarak, 30 yıla yakın süredir Profilo bayiliği yapan ve bölgesinde örnek mağazacılık anlayışıyla dikkat çeken Aksoylar Profilo'nun kapısını çaldık. İşin mutfağından mağaza konseptine, müşteri ilişkilerinden sektörel zorluklara kadar birçok konuda içtenlikle paylaşımlarda bulunan Gökcan Aksoy'la gerçekleştirdiğimiz bu samimi röportaj, yalnızca bir işletmenin değil, aynı zamanda bir yaşam biçiminin öyküsünü de yansıtıyor.

Çorum bizim için bir dönüm noktası oldu ve bize şans getirdi

Öncelikle bize kendinizden, mağazanızdan ve şirketinizden bahseder misiniz?

Mağazamızın temelleri, 1996 yılında babamın emekli olmasının ardından bir iş arkadaşıyla birlikte kurduğu ortaklıkla atıldı. Kısa süren bu ortaklığın ardından yollar ayrıldı, ben ve kardeşlerimle birlikte işin başına geçmeye karar verdik. Babamla birlikte çalışmaya başladık. İlk dönemlerde, sermaye yapımız doğrultusunda İhlas markasıyla çalışmaya başladık. Ardından farklı markaları da portföyümüze kattık. Her gelen yeni ürün, satabileceğimiz bir fırsat sundu ve bize güven duydular. İşler, biraz da tesadüflerin yardımıyla şekillenmeye başladı. Her zaman iyi insanlarla karşılaştık ve onların desteğiyle güçlendik. Ne yazık ki, babamı geçen yıl depomuzda yaşanan bir iş kazasında kaybettik. O zamana kadar hep birlikteydik. Şimdi ise Doğan, Volkan ve Gökcan Aksoy kardeşler olarak faaliyetlerimize devam ediyoruz. İlk mağazamızı Mecitözü'nde açtık. 2011 yılında ise Çorum merkezde ikinci mağazamızı hizmete sunduk. Çorum bizim için bir dönüm noktası oldu ve bize şans getirdi. 2016'da üçüncü mağazamızı açtık, ancak küçük olması nedeniyle ihtiyaçlarımızı karşılamıyordu. Ürün gamımızı müşterilerimize tam anlamıyla sunamıyor, eksikler yaşıyorduk. Bu nedenle yeni bir mağazaya geçtik. Şu anda bulunduğumuz mağaza ise sadece 3 aylık. Burada ürün çeşitliliğimizi tam anlamıyla sergileyebiliyoruz, yeni bir konseptle müşterilerimize hizmet veriyoruz.





Mağazanızın genel özelliklerinden bahseder misiniz? Burası nasıl bir Profilo mağazası?

Burası, 350 metrekarelik geniş ve ferah bir mağaza. Kullanışlı alanlarımız sayesinde ürünlerimizi rahatlıkla teşhir edebiliyor, müşterilerimize konforlu bir alışveriş deneyimi sunabiliyoruz. Mağazamızda ayrıca bir *deneyim mutfağı* bulunuyor. İçerisindeki fırınımız sayesinde çeşitli etkinlikler düzenliyoruz. Örneğin Anneler Günü'nde yiyecekler hazırlayıp misafirlerimize ikram ettik.

Bu gibi etkinliklerle hem sıcak bir ortam oluşturuyor hem de ürünleri müşterilerimizin birebir deneyimlemesini sağlıyoruz. Ayrıca mağazamızda çocuklar için özel bir *oyun kulübü alanı* da mevcut. Bu alanda çocuklar eğlenceli vakit geçirirken, anne babalar da alışverişlerini daha rahat ve keyifli bir şekilde yapabiliyor. Bu uygulamalar, Çorum'da ilk kez hayata geçirilen yenilikler arasında yer alıyor ve mağazamıza farklı bir kimlik kazandırıyor.

Geçmişten günümüze perakendecilik nasıl gelişti? Geçmiş yıllarda Profilo bayisi olmakla bugün arasında nasıl farklar var?

Yaklaşık 30 yıldır Profilo bayisiyiz. Bu süreçte ürün portföyünde büyük değişim ve gelişmeler yaşandı. Geçmişteki ürün çeşitliliğiyle bugünkü ürün gamı arasında ciddi farklar var. Bu değişim, mağazalarımızın görsel açıdan da çok daha estetik ve düzenli hale gelmesini sağladı. Müşterilerimiz de bu gelişmelerden oldukça memnun kalıyor; çünkü artık beklentiler farklılaştı.

Eskiden ürünler yan yana, üst üste konulur, mağazalar oldukça karmaşık bir düzende olurdu. Bugün ise modern *konsept mağazacılık* anlayışıyla her ürünün kendine ait bir teşhir alanı var. Örneğin, artık en basit ürünlerden biri olan bir süpürge bile özel standında sergileniyor.

Ayrıca sektörde "uzman mağazacılık" kavramı önem kazandı. Teknolojiyle birlikte ürünler de akıllandı; pek çok cihaz artık Wi-Fi özellikleriyle donatılıyor. Müşterilerimiz bu teknolojik yeniliklere ilgi gösteriyor ve bu tür ürünleri özellikle talep ediyor. Biz de mağazalarımızda bu beklentileri karşılayacak altyapı ve bilgiye sahibiz.

Tüketici yapınızdan bahseder misiniz? Çorum'daki tüketicilerin genel durumu ve müşteri portföyünüz nasıl?

Çorum'daki tüketiciler genellikle tüm mağazalara girip ürünlere bakmayı tercih ediyor. Marka fark etmeksizin mağazaları gezip inceleme yapıyorlar. Alışveriş yapmadan önce tüketicinin hangi



markayı tercih edeceğine karar vermesi daha sağlıklı olur. Bu markaya odaklanarak ürün araştırması ve fiyat karşılaştırması yapılması hem müşteri için hem de satıcı için daha verimli bir süreç sağlar. Ne yazık ki Çorum'da bu alışkanlık çok yaygın değil. Sıkça karşılaştığımız bir durum: Müşteri bir markadan memnun olmadığını söylese bile, yine de o markanın ürünlerine ve fiyatlarına bakıyor. Bu da bizleri zaman zaman zorlayabiliyor. Çorum'un ekonomik yapısına baktığımızda ise burada güçlü bir organize sanayi bölgesi bulunuyor. Özellikle makine sanayisi oldukça gelişmiş durumda. Tarım ve hayvancılık da bölgede önemli bir yer tutuyor. Genel anlamda çok zengin bir yapıya sahip olmasa da çevre illere kıyasla daha avantajlı bir konuma sahip diyebilirim.

Profilo markası size ne ifade ediyor?

Benim için dayanıklı ev ürünleri, uzun ömürlü kullanım anlamına geliyor. Bu ürünler zamanla eskimiyor ve müşteriler tarafından yıllarca sorunsuz bir şekilde kullanılabilir. Bu da onlar için büyük bir avantaj ve memnuniyet kaynağı oluyor. Ayrıca çalıştığımız yöneticilerle ilişkimiz bir aile ortamını andırıyor. Hiçbir zaman klasik bir patron-çalışan ilişkisi yaşamadık. Aramızda güçlü, samimi ve güvene dayalı bir iletişim var. Bu samimiyeti ve aidiyet duygusunu başka bir markada bulabileceğimi düşünmüyorum. Hiçbir resmiyet yok; bunun yerine anlayış, destek ve ekip ruhu ön planda.

Sektörel anlamda ne tür sorunlarla karşılaşıyorsunuz?

Son iki yıldır özellikle ciddi bir enflasyon ortamıyla karşı karşıyayız. Kredi kartı taksitlerinin azaltılmasıyla birlikte vade farklarının artması ve bankalara ödediğimiz komisyon oranlarının neredeyse iki katına çıkması, bizleri oldukça zorluyor. Bu durum hem iş yapış şeklimizi hem de müşteri davranışlarını olumsuz etkiliyor. İnsanların alım gücü ciddi





şekilde düştü. Taksit imkânı azaldığında, bu düşüş daha da derinleşiyor. Adeta bir dar boğaz içerisindeyiz. Bu nedenle vadelerin yeniden açılmasını ve taksit sayılarının artırılmasını istiyoruz. Bir diğer önemli sorun ise internet üzerinden yapılan alışverişler. Günümüzde herkesin elinde bir akıllı telefon var ve mağazaya gelmeden önce ürünleri internetten araştırıyor, fiyat karşılaştırması yapıyor. Biz kırsal bir bölgede bulunduğumuz ve fiyat-performans dengesini iyi sunduğumuz için internetle rekabet edebiliyoruz. Ancak büyük şehirlerdeki bayii arkadaşlarımız bu konuda çok daha fazla zorluk yaşıyor. İnternet fiyatları bizi zaman zaman zorluyor. Müşteri ürünü internetten araştırıp bize geldiğinde aynı fiyatı bekliyor. Pandemi döneminde biz de internet satış kanallarını kullandık ancak burada da farklı bir problemle karşılaştık: Satılan ürünlerin yaklaşık %10-15'i iade edildi. Bu da göz ardı edilmemesi gereken bir başka önemli konu.

İşinizi severek mi yapıyorsunuz? Bu iş sürdürülebilir bir meslek mi?

İşimi gerçekten çok seviyorum. Hatta kendimi bir "işkolik" olarak tanımlayabilirim, evde de bana hep böyle söylerler zaten. Bence bir işte başarılı olmanın ve ondan mutluluk duymanın ilk şartı, o işi sevmektir. Sevmeden

yapılan hiçbir işin uzun ömürlü olacağına inanmıyorum. Bu nedenle çocuklarıma da bu mesleği gönül rahatlığıyla tavsiye ederim. Zamanında sektörel toplantılara katıldığımda, benden yaşça büyük insanları gördüğümde içimden hep "Acaba ben de onlar kadar bu işi sürdürebilir miyim?" diye düşünürdüm. Şimdi dönüp baktığımda, bu meslekte 30 yılı geride bırakmış olmak bana büyük bir gurur veriyor. 2024 yılında Karadeniz bölgesinde üçüncülük elde ettik ve markamızdan ödül aldık. Bu başarı hem işimize olan bağlılığımızın hem de yıllar içinde gösterdiğimiz emeğin bir göstergesi oldu. Aynı zamanda bu ödül, bize duyulan güveni perçinlerken, işimize olan sevgimizi de daha da artırdı.

Hedeflerinizden bahsedermisiniz?

Gelecek planlarımız arasında şubeleşme önemli bir yer tutuyor. Özellikle Osmancık ilçesinde bir şube açmayı hedefliyoruz. Bu bölge, satış potansiyeli oldukça yüksek bir yer ve hali hazırda oraya ciddi miktarda ürün gönderiyoruz. Bu da bize, yerinde hizmet vermenin hem müşteri memnuniyetini artıracaklarını hem de satışlarımızı daha da güçlendireceğini gösteriyor. Bu nedenle Osmancık'ta fiziksel olarak varlık göstermek istiyoruz. Diğer yandan, Sungurlu ilçesinde yeni açılan organize sanayi bölgesi dikkat

çekici bir gelişme oldu. Bu bölgede belirgin bir sanayi kümelenmesi yaşanıyor ve ciddi bir istihdam sağlanmış durumda. Sungurlu'nun da yakın gelecekte daha da büyüyeceğine inanıyoruz. Bu nedenle orada da bir şube açmak istiyoruz. Gelişen bölgelerde yer almak hem ticari açıdan hem de bölge halkına daha yakın olmak adına bizim için büyük önem taşıyor.

Açılışınıza kimler katıldı?

Açılışımıza, Profilo Türkiye Satış Direktörü Mustafa Işkıncı, Karadeniz Bölge Müdürü Volkan Püre, Alan Yöneticisi Mustafa Çuhadar, Amasya-Çorum-Tokat Bölge Satış Yöneticisi Ülkü Uzun, Kuzey Anadolu Bölge BSH Servis Müdürü Özlem Toy, Mecitözü Kaymakamı Fatma Gül Nayman, Mecitözü Belediye Başkanı Veli Aylar, Çorum eski Belediye Başkanlarından Muzaffer Külçü, Çorum Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Çetin Başaran Hıncal, Çorum Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Başkanı Recep Gür, çeşitli oda temsilcileri, "Dağıtım Kanalı" dergisi temsilcileri ve en önemlisi, bize her zaman güç veren kıymetli müşterilerimiz katıldı.





Retail 5.0: Mağazacılıkta Yeni Dönem

Yapay zekâ destekli analiz ile müşteri trafiğini
ve satış fırsatlarını keşfedin.

Website





Dağıtım Kanalı'nın İzindeyiz Kayseri ve Nevşehir'de

İç Anadolu'nun dinamik kalbi Kayseri ve Kapadokya'nın eşsiz büyüyle bezeli Nevşehir, ticaret ve kültürün kesiştiği önemli merkezler olarak beyaz eşya sektöründe de parlayan bir potansiyel sunuyor. Bu bereketli topraklarda faaliyet gösteren değerli bayilerimiz, yerel ekonomiye sundukları katkılar, koşulsuz müşteri memnuniyeti yaklaşımları ve markalarımızla kurdukları sarsılmaz ortaklıklarla göz dolduruyor.

Bu özel buluşmalarımızda, Kayseri ve Nevşehir'in farklı ilçelerindeki iş ortaklarımızla bir araya geldik. Röportajlarımızda, bölge ekonomisinin nabzını tuttuk, sektördeki son gelişmeleri, karşılaşılan engelleri ve bu engelleri aşmak için geliştirilen yaratıcı çözüm önerilerini masaya yatırdık.

Bayilerimizle yaptığımız derinlemesine sohbetlerde, onların sektördeki yıllara dayanan tecrübelerini ve operasyonel süreçlerdeki titiz yaklaşımlarını bizzat dinleme fırsatı bulduk. Sundukları üstün hizmet kalitesi, müşteri ilişkilerindeki profesyonel duruşları ve sahaya olan hakimiyetleri sayesinde, bu şehirlerdeki bayilerimiz, markalarımızın gülen yüzü ve güçlü temsilcileri olmaya devam ediyor.

Özellikle son dönemde hızla yükselen dijitalleşme rüzgarına Kayseri ve Nevşehir'deki bayilerimizin gösterdiği çevik ve başarılı adaptasyon, sektördeki dönüşümün parlak bir örneği olarak öne çıkıyor. Hem geleneksel mağazacılık anlayışını sürdürürken hem de online satış kanallarındaki üstün performanslarıyla rekabet gücünü zirveye taşıyorlar.

Sektörümüzün sürdürülebilir büyümesi ve geleceğe güvenle yürümesi adına, sahadaki bayilerimizin deneyimleri ve ufuk açıcı önerileri bizler için paha biçilmez bir değere sahip. Bu doğrultuda, yereldeki tüm paydaşlarımızla el ele vermekten ve bayilerimizin her zaman yanında olmaktan büyük onur duyuyoruz. Kayseri ve Nevşehir beyaz eşya bayilerimizin başarılarının katlanarak artmasını temenni ediyor, gösterdikleri misafirperverlik ve değerli katkılar için yürekten teşekkür ediyoruz.

Yıldırım Söylemez

Dağıtım Kanalı Dergisi İmtiyaz Sahibi

Engineered for Today Trusted for Tomorrow.





Taksitle ve elden satış yaptığımız için kârlılığımız oldukça yüksek

Abdullah Bulut

Bulut Beyaz Eşya- Kayseri



Öncelikle sizi ve firmanızı kısaca tanıyabilir miyiz?

Firmamız, 1980'li yıllarda babam tarafından kurulan köklü bir aile şirkettir. İlk olarak züccaciye ile başladık, kısa bir süre sonra ise beyaz eşya sektörüne geçiş yaptık. Yaklaşık 40 yıldan fazladır bu sektörde hizmet veriyoruz. Şu anda ikinci kuşak olarak işin başındayım ve ilerleyen yıllarda kızlarımla birlikte devam etmeyi planlıyoruz. Liseden sonra pazarlama alanında yükseköğrenim gördüm. Ardından baba mesleğine geri döndüm. Bir dönem Yimpaş, Kombassan gibi firmalarla da ortaklıklarımız oldu. Orada kısa süreli bir tecrübe edindim. Kayserili olarak ticaret yapmak bana yetiyor. 44 yaşındayım, babam emekli olduktan sonra yaklaşık ben 18 yaşındayken işi bana devretti. O günden bu yana, yani yaklaşık 25 yıldır işin sorumluluğu bende.

Mağazanızdan ve bulunduğu konumdan bahsedebilir misiniz?

Mağazamız, Kayseri Forum AVM'ye yakın bir bölgede yer alıyor. Yılların getirdiği tecrübeyle oluşturduğumuz güçlü bir müşteri portföyümüz var. Mağazamızı nereye taşırsak taşıyalım, müşterilerimiz gelip bizi bulur. Toplam brüt alanımız 1000 metrekare, şu an aktif olarak bunun 550 metrekaresini kullanıyoruz. Alt katta geniş bir alanımız mevcut.

Hangi markalarla çalışıyorsunuz?

Arçelik'in Altus markasının satışını yapıyoruz. Bu markayı müşterilerimize bu şekilde sunmayı tercih ediyoruz çünkü Altus'un Arçelik güvencesiyle birleşmesi, müşterilerimiz tarafından daha çok benimseniyor. Satış kolaylaştıran, kârlılığı yüksek bir marka. Başka bir işimiz yok; sadece beyaz eşya ve mobilya satışı yapıyoruz. Şu anda taksit ödemesi devam eden 30.000 civarında müşterimiz bulunuyor. Müşterilerimizle uzun vadeli ilişkiler kuruyoruz; bir kere tanıdıysak bir daha bırakmayız. Bizde maddi kazanç her zaman ikinci plandadır ama ticareti de kâr etmeden yapmam. Pandemi döneminde dahi, normalden daha fazla satış yaptık. Mağazalar kapalıyken bile izinlerimizi alıp, haftalık satış adetlerimizi artırdık.

Bu işi severek mi yapıyorsunuz? Sürdürülebilir buluyor musunuz?

Kesinlikle severek yapıyorum. Arçelik'in "İşini aşkla yap" sloganı beni çok etkiler. İlk günkü heyecanla çalışıyorum. Ancak kabul etmek gerekir ki sektör zor. Geçmişte, düşük fiyatla spot ürünleri satan rakipleri şikâyet ederdik; şimdi ise internet satışı bu durumu daha da zorlaştırdı. Yine de kayıtlı müşteri portföyümüz sayesinde ayakta durabiliyoruz. Ama elbette bu koşullar, iştahımızı bir miktar törpülüyor.

Müşteriler sizi neden tercih ediyor? Sizi farklı kılan nedir?

Bizim en büyük avantajımız, yüksek adetli alımlar yapmamız. Böylece distribütörlerden çok uygun fiyatlara ürün tedarik edebiliyoruz. Aynı zamanda hem perakende hem de toptan satış kanallarımız var. Ancak ana işimiz perakende. Taksitle ve elden satış yaptığımız için kârlılığımız oldukça yüksek. Bu da işi sevmemiz için ayrı bir sebep. Eğer üretici firmalar internet satışlarını düzenleyip geleneksel kanallara daha fazla alan bırakırsa



sektör çok daha sağlıklı bir yapıya kavuşur. Biz aile şirketiyiz. Bu işi hemen bırakmam desem yeridir; çünkü uzun vadeli satışlarımız var. 2,5-3 yıl öncesine kadar vadeli satış yaptığımız müşterilerimiz hâlâ ödeme yapıyor.

Babam hep derdi ki: "Kişi niyetini bozmadığı sürece ona yardımcı olun." Eğer müşterinin niyeti iyi ise, beklemeyi biliriz. Art niyet gördüğümüzde ise hukuki süreçleri başlatırız.

Neden farklı markalarla çalışmayı tercih ediyorsunuz? Tek bir marka ile ilerlemiyorsunuz?

Bu tercihimiz, geçmişte yaşadığımız tecrübelerden kaynaklanıyor. Bir markanın bayiliğini aldığınızda, ona tamamen bağımlı hale geliyorsunuz. Biz bu durumu yaşamak istemiyoruz. Altus markasını bile tüm distribütörlerden tedarik ediyoruz. Bir dönem başka markanın bayiliğinden de yaptık; zaman zaman yaşadığımız sıkıntılar oldu. Şu anda çalıştığımız markalardaki kişilerle birebir ilişki içindeyiz. Bir telefonla milyonlarca liralık kredi dahi kullanabiliyoruz. Markayı sahiplendik. Kayseri'de Altus denince akla biz geliyoruz.

Sektörde karşılaştığınız sorunlar neler? Sizce neler iyileştirilmeli?

İş sevdiğimiz için zorluklara çok takılmıyoruz. Ancak Arçelik dışındaki küçük ev aletleri firmalarında zaman zaman servis sorunları yaşanabiliyor. Biz hem müşterimizin hem de çalıştığımız firmanın memnun olmasını isteriz. Kimsenin mağdur olmasını istemeyiz.

Bundan sonraki hedefleriniz nelerdir?

Hedefimiz daha kurumsal bir yapıya kavuşmak. Ancak iş kurumsallaştıkça bazı zorluklar da beraberinde geliyor. Şu anda halimden memnunum. Alış ve satış tarafında bir sıkıntımız yok. Kayseri gösterişi ve markayı seven bir şehir ama bazı firmaların sadece imaj için çalışıp kâr etmediğini de biliyorum. Ben dengeli olmayı tercih ediyorum. Geçtiğimiz günlerde Arçelik Genel Müdürü Can Dinçer bizi ziyaret etti. Arçelik her yıl bayilik verme çalışmaları yapıyor, biz de bu ilgiyi memnuniyetle karşılıyoruz. Altus markası ile birlikte "Bulut" markası da Kayseri'de artık bir yer edindi.

Son olarak, örnek alınabilecek bir deneyiminizi paylaşır mısınız?

Benim en çok ilham aldığım firma Arçelik'tir. Sürekli takip ederim. Bir iş gerçekten severek ve aşkla yaptıktan sonra yapılamayacak iş yoktur.

Fantōm

HAIR STYLER PLUS

Yeni Rengi ile
Fark Yaratmaya Hazır





Mevcut mağazamızı büyütmek, şubeleşmek istiyoruz

Rıza Kalfaoğlu & Emir Berke Kalfaoğlu
Kalfaoğlu Ticaret - Nevşehir



Öncelikle sizi ve firmanızı tanıyabilir miyiz?

Rıza Kalfaoğlu: 1998 yılında mağazamızı açtık. Başlangıçta farklı markaları karma şekilde satmayı düşünüyorduk. Ancak Siemens ile tanıştıktan sonra, diğer markaları sistemimizden çıkarıp yalnızca Siemens markasıyla devam etme kararı aldık. Bu, markaya olan tutkumuzun göstergesidir. Nevşehir küçük bir vilayet ama potansiyel barındırıyordu. Beyaz eşya sektörünü takip ediyorduk ve bu sektörü kendimizle bütünleştirebileceğimiz bir alan olarak gördük. Başlangıçta oto alım-satım, nakliye gibi işler de yaptık. Beyaz eşya işine ise bir arkadaşımınla birlikte girmeyi düşünmüştük, ancak kısa süre içinde yollarımız ayrıldı ve ben yola tek başıma devam ettim. 2000'li yıllarda Siemens ile daha da bütünleştik. Özellikle ankastre ürünlerin geleceğin trendi olacağı söyleniyordu. 1999 yılında, insanların henüz "ankastre" kelimesini bile pek bilmediği bir dönemde mağazamıza teşhir alanı kurduk ve büyük yatırım yaptık. Amacımız sektörde "ilkleri" sunan ve aranan ürünleri bulunduran bir mağaza olmaktı.

Berke Kalfaoğlu: 2001 doğumluyum. 13 yaşından itibaren okuldan sonra mağazaya gelmeye başladım. Hatta bazı ödevlerimi bile burada yapardım. Lise yıllarımda daha çok sorumluluk aldım. Siemens ürünlerini

satmanın yanı sıra servis desteği de veriyorduk; ürün taşımaya bile yardımcı oluyordum. Üniversitede İstinye Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi bölümünü okudum. Küçüklüğümden beri vali ya da kaymakam olma hayalim vardı. İstanbul'da okurken tatil dönemlerinde mağazaya gelmeye devam ettim, hiç kopmadım. Bizim rakibimiz Koç Grubu değildi. Babam dükkânı açtığında Nevşehir bölgesinde BSH grubu içinde 14 bayi vardı. Siemens ürünlerinin farkını ve kalitesini anlatmaya çalıştık. Bizim hedefimiz her zaman bu bayiler arasında birinci olmaktı. Okulumu bitirdikten sonra dahi bu hedef doğrultusunda mağazayı devraldım. Hâlâ kaymakamlık sınavlarına hazırlanıyorum ama mezun olduğum gün dükkânı ben açtım. Babamın bize bıraktığı en büyük miras; güven, itibar ve güler yüz oldu. Biz burada sadece beyaz eşya değil, güven ve samimiyet satıyoruz. Herkesin yapabileceği bir iş değil bu. Diğer markalarda bazen müşterilere yanlış bilgiler verilebiliyor ama biz doğru yönlendirme ile kazanıyoruz. Mayıs ayında 194 eve ürün teslim ettik. Bu kişilerden pek çoğu, ürün almak için tekrar bize geliyor, fiyat bile sormadan önerdiğimiz ürünü tercih ediyor.

Mağazanızın özelliklerinden bahsedebilir misiniz?

Mağazamız 3 katlı ve bir de alt kat deposu var. Üst katta müşterilerimize çay, kahve, yemek ikramı yaptığımız bir sosyal alanımız mevcut. Alt katta 20'ye yakın ankastre modelini ve 15-20 adet buzdolabını sergilediğimiz geniş bir teşhir alanımız var. Konsept olarak güncel Siemens mağazalarına tam olarak uymasa da 2025 yılında bir deneyim mağazası kurmak üzere markayla anlaştık. Şu anda 3 personel ve ben çalışıyoruz. Sadece bir mağazamız var. İkinci mağazayı kapattık çünkü kiralık ve mülkümüzüz değildi. Kiradan kurtulmak istedik. Ayrıca şehir merkezinde 4 depomuz var. En büyüğü 1000 metrekareyi geçiyor, toplamda yaklaşık 2500 metrekarelik bir depolama alanına sahibiz. Depolarımızda geçmişten kalan, hatta tüplü televizyonlar, eski kodlu ürünler bile var. Bazı müşterilerin teslim alınmayan ürünleri bile yıllardır bizde duruyor. Hiçbirinden para talep etmiyoruz. Bu, müşterilerimizle aramızdaki güvenin göstergesi.

Başka işlerle de ilgileniyor musunuz?

Babam oto alım-satım işleri yapıyor hem sıfır hem ikinci el araçlarla. Abim inşaat mühendisi, inşaat projelerimiz var. Ayrıca turizm sektöründe de faaliyet gösteriyoruz. Mustafapaşa Köyü'nde 8 odalı butik bir otelimiz var. 4 mağara, 4 taş odadan oluşuyor. 100 kişilik bir restoranımız da mevcut.



Sektördeki başlıca sorunlar nelerdir? Sizce neler düzeltilmeli?

Lojistik altyapının geliştirilmesi gerekiyor. Teslimat süreçleri hızlandırılmalı. Pandemi döneminde insanlar evlerine daha çok vakit ayırınca eksiklerini fark ettiler ve beyaz eşyalarını yenilemek istediler. Bu süreçte Siemens markasının değeri daha da öne çıktı. Biz de dijital reklamlarla markamızı daha görünür kıldık. Krizi fırsata çevirerek bölgedeki bilinirliğimizi artırdık.

Siemens sizin için ne ifade ediyor?

Siemens bizim için güven demek. Satış sonrası desteği çok güçlü. Örneğin taşıma sırasında çizilen bir ürün hemen yenisiyle değiştirilir. 7/24 çağrı merkezi desteği mevcut. Bu güveni, müşterimize de yansıtıyoruz.

Bu işi severek mi yapıyorsunuz? Sizce sürdürülebilir mi?

Kesinlikle severek yapıyoruz. Siemens markasına ve yaptığımız işe büyük bir tutkuyla bağlıyız. Bu tutkuyu sürdürdüğümüz sürece işimiz de sürdürülebilir.

Müşterileriniz neden sizi tercih ediyor? Sizin farkınız nedir?

Güler yüz, dürüstlük ve güven. Müşterilerimize yanlış bilgi vermeden, doğru ürünle yönlendiriyoruz. Samimi ilişkiler kuruyoruz. Bu işin fark yaratan kısmı insanla olan temas ve etik değerlerdir.

Gelecekteki hedefleriniz neler?

Mevcut mağazamızı büyütmek, şubeleşmek istiyoruz. Özellikle otopark alanımızı genişletip elektrikli araç şarj istasyonu kurmayı hedefliyoruz. Aynı zamanda kamu görevine geçme hedefim de devam ediyor. Benim hayat görüşüm, insanlara hizmet etmek ve onları mutlu etmek. Bu iki yolu da elimden geldiğince yürütmek istiyorum.

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 SAĞLIKLI DIR



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

Bayim Ol



/ufokurumsal

www.ufotr.com

Airfel Mobil Klima İle Konforu Her Oduanızda Yaşayın



A Enerji Sınıfı



4 Kademeli
Fan Hızı



24 Saatlik
Zamanlayıcı



Arıza Teşhis
Sistemi



Uzaktan
Kumanda



Turbo Modu



Uyku
Fonksiyonu



Ayarlanabilen
Öfleme Panjuru



***LPCY35BM
12.000 BTU***

airfel
Daima senden yana

PANALI DAY. TÜK. MALL. SAN. VE TİC. A.Ş.
Yenidoğan Mah. Abdi İpekçi Cad.
No: 159 Bayrampaşa / İstanbul
0555 963 14 49 / www.panali.com.tr

PANALI



1W Enerji Tüketimi



Turbo Modu



A++ Enerji Sınıfı



24 Saat Zamanlayıcı



*2 Yıl Cihaz
3 Yıl Kompresör*



Arıza Tanımlama



Uyku Modu



*Düşük Sıcaklıkta
Çalışma*



Çevre Dostu Gaz



AIRFEL Klimalarla *Bahar Ferahlığı Evinizde*



airfel
Daima senden yana

PANALI DAY. TÜK. MALL. SAN. VE TİC. A.Ş.
Airfel Marmara Bölge Distribütörü
Yenidoğan Mah. Abdi İpekçi Cad.
No: 159 Bayrampaşa / İstanbul
0555 963 14 49 / www.panali.com.tr





Kayseri'de "ticareti yapamayanı okula gönderirler" anlayışı hâkimdir; ben de bu kültürle yetiştim

Erhan Kantarcı
Nurkan Beyaz Eşya - Kayseri



Öncelikle sizi ve firmanızı kısaca tanıyabilir miyiz?

Nurkan Beyaz Eşya olarak 65. yılımıza ulaştık. Dededen toruna, oradan da bir sonraki nesle aktarılan köklü bir aile şirketiyiz. Dedemiz ticarete, beyaz eşyanın bir parçası sayılan dışı makineleriyle başladı. Zaman içinde değişen ihtiyaçlara göre küçük ev aletleri ve beyaz eşya satışına yöneldik. Dedemizden sonra babam Orhan Kantarcı ve amcam Naci Kantarcı'nın ortaklığıyla şirketimiz büyüdü. Şu anda da ben ve amcamın oğlu şirketin yönetimini sürdürüyoruz. Kardeşim Murat Bey de bizimle. Piyasada "Nurkan Ticaret" olarak tanınıyoruz; bu isim de dedemiz Nurullah Kantarcı'nın adının kısaltılmış halidir. Ben işe çocuk yaşıta, okula giderken büyüklerimize yardımcı olarak başladım. Ticaret hoşuma gitti. Kayseri'de "ticareti yapamayanı okula gönderirler" anlayışı hâkimdir; ben de bu kültürle yetiştim. 1981 doğumluyum, evliyim ve iki çocuğum var. Yaklaşık 30 yıldır bu sektörün içindeyim. Büyüklerimizin izinden yürüyerek bugünlere geldik.

Mağazanız ve faaliyet alanlarınızdan bahsedebilir misiniz?

Biz toptan satış yapıyoruz. Türkiye'nin hemen her ilinde müşterilerimiz var. Nakliye ve kargo maliyetleri nedeniyle bazı bölgelere daha sınırlı ulaşabiliyoruz. Ağırlıklı olarak Doğu, İç Anadolu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde faaliyet gösteriyoruz. Yaklaşık 3-4 bin kayıtlı müşterimiz bulunuyor. Bu, yılların birikimiyle oluşmuş bir müşteri ağı. Büyüklerimizin sevgisi ve itibarı, bize

dost kazandırdı. Bizim de amacımız bu dostluğu büyüterek devam ettirmek. Mağazamız dışında bir de depomuz bulunuyor. Kayseri'nin beyaz eşya kalbi olarak bilinen, İstanbul'daki İstoç ya da Ankara'daki Samanpazarı'na benzer bir konumda yer alıyoruz. Bulunduğumuz bölge, mobilya sektörü ağırlıklı bir alan olsa da beyaz eşya da ciddi bir ihtiyaç. Bu potansiyeli görerek merkezin dışına taşındık. Biz üretim yapmıyoruz ancak portföyümüzdeki ürünleri satabilecek çok sayıda mağazayla çalışıyoruz. Kendi markamızı oluşturmayı zaman zaman düşündük, fakat bizi böyle tanıyıp seven müşterilerimiz var. Üreticilerle adeta ortak gibiyiz; onlar da bizi her zaman destekliyor. Bu yüzden şu an için kendi markamızı ile herhangi bir ürün üretmeyi düşünmüyoruz.

Müşterileriniz sizi neden tercih ediyor? Sizi farklı kılan nedir?

Kayseri'de fiyat rekabeti oldukça önemlidir. En uygun fiyat bizde diyemeyiz ama bu seviyeye yakın olmaya çalışıyoruz. Burada asıl önemli olan güven. Günümüzde en çok eksikliği hissedilen unsur bu. Biz bu güveni korumaya büyük özen gösteriyoruz. Aldatmamak ve yanıltmamak en temel prensibimiz. Nurkan Ticaret olarak müşterilerimize bir güven noktası sunduk ve bunu bozmak istemiyoruz. Toptan çalışmamıza rağmen, bizi çok iyi tanıyan son kullanıcılar da gelip alışveriş yapmak istiyor. Asıl hedef kitlemiz perakendeciler olsa da gelen tüketicileri de geri çevirmiyoruz.

Ticaretin geçmişten bugüne nasıl değiştiğini gözlemliyorsunuz?

Çocukluk yıllarımda teknoloji neredeyse hiç yoktu ve insanlar alışverişlerinde tamamen güvene dayanırlardı. Bankacılık işlemleri bile elle tutulur, defterle yürütülürdü. Bu yıllar içerisinde teknolojiyle birlikte sırası ile faks, e-posta, WhatsApp gibi iletişim araçları her yerde olduğu gibi ticarete de hayatımıza girdi. İnternet ve dijitalleşme elbette işleri kolaylaştırdı ama beraberinde bilgi kirliliğini de getirdi. Eskiden birkaç marka vardı, şimdi ise yerli üretimin artmasıyla marka çeşitliliği çok arttı. Dışa bağımlılığımızın azalması bizi çok mutlu ediyor. Yerli üretim yapan tüm firmalara teşekkür ederim. Marka değeri, bir ülkenin en büyük sermayesidir. Ne yazık ki bazı tüketiciler, yabancı markalarda satın aldıkları ürünlerin aslında yerli üreticilerimiz tarafından markalar için üretildiğini bilmiyor. Bu farkındalığın artmasını istiyoruz.

Sersim firmasının Techna markasında satışını sürdürüyorsunuz bir Kayserili olarak Sersim size ne ifade ediyor?

Milliyetçilik duygularımız yüksek. Hem Kayseri'den çıkmış bir marka olması hem de Türkiye'nin değeri olması açısından Techna'yı çok önemsiyoruz. Dört yıldır Techna ürünlerini satıyoruz. Bizim için en önemli konu ürünün arkasında durulmasıdır. Bu da ancak kaliteli ve güvenilir ürünlerle mümkündür. Techna, sağlam ürünler üretiyor ve satış sonrası desteğiyle her zaman arkasında duruyor. Bu da bizi çok gururlandırıyor. Bugüne kadar neredeyse hiç şikâyet almadık, bu da ürünün kalitesini gösteriyor. Derin dondurucu grubunda da çok memnunuz. Techna, birçok markaya üretim yaptığı için bizim için ayrıca bir gurur kaynağı. Ayrıca şirket yöneticileriyle aramız çok iyi, adeta bir aile gibiyiz. Her zaman desteklerini hissediyoruz.

Sizce piyasa şu anda nasıl bir durumda?

Ne yazık ki şu anda piyasa çok iyi değil. İhracat daraldı, herkes iç piyasaya yöneldi. En büyük sorunlardan biri de internet satışları. Karlılıklar çok düşük, rekabet fazla. Müşteri internette daha düşük fiyata aynı ürünü görünce oraya yöneliyor. Kargolar kazanıyor, üretici ve satıcı ise bu işin yükünü çekiyor. Biz de bir dönem internet üzerinden satış yaptık ama kârlı bir model olmadığını gördük. Bu sistemin yeniden düzenlenmesi gerektiğini düşünüyorum. Hizmet kalitesi açısından da ciddi sorunlar yaşanıyor.

Bu işi severek mi yapıyorsunuz? Sizce sürdürülebilir mi?

İşimizi çok severek yapıyoruz. Şikâyetlerimiz olsa da bu işe gönülden bağlıyız. Gençlere de her işte ilerlemelerini tavsiye ediyorum. Herkes masa başı, hazır işler istiyor. Ama hayat böyle işlemiyor. Yeni nesil ne yazık ki çalışmaya gönüllü değil. Borsa, kripto gibi yollardan kısa yoldan kazanç bekliyor. Oysa emek vermek şart. Yeni nesilde bayilik sistemine ilgi azaldı, bu da ileride sektörlerde kırılmalara neden olabilir.

Geleceğe dair hedefleriniz nelerdir?

En büyük hedefimiz güveni sarsmamak. Ticareti doğru yapmak, dürüst kalmak. Herkes belli maddi hedefler koyabilir ama bizim için en kıymetlisi güveni sürdürmek. İnsanlar "bu firma doğru çalışıyor" desin, bizim için en büyük kazanç budur.

Son olarak, bize ders niteliğinde bir örnek verebilir misiniz?

30 yıldır ticaretin içindeyim. Temizlikten başlayarak satış ve finansa kadar her alanında çalıştım. Bugüne kadar öğrendiğim en önemli şey: her gün yeni bir şey öğreniyoruz ve aslında hiçbir şeyi tam bilmiyoruz. Ticaret sürekli yenileniyor. Her gün yeni fikirler çıkıyor. Çıta'yı yükseltmek, bu yenilikleri takip etmek şart.

tecna

tecna

Mutfakta Modern ve Fonksiyonel Çözümler!

Tecna'nın Steamtec⁺
Teknolojisi ile Sağlıklı ve
Lezzetli Yemekler...



tecna

sersim kuruluşunun bir markasıdır.

steamtec⁺
frytec



Verimli ve Hızlı Dayanıklı ve Sessiz

DUAL Inverter Compressor™ Teknolojisine sahip
LG Klima ile enerji tüketiminizi ve elektrik faturanızı azaltın



10 Yıl Inverter
Kompresör Garanti

ThinQ™

LG ART COOL™

LG StanbyME



Hep
Yanimda.



StanbyME



Life's Good.



Sektördeki en temel sorun, sistemsel sıkıntılardır

Mehmet Ünlüsavuran
Üntep Grup – Kayseri



Öncelikle sizi ve firmanızı kısaca tanıyabilir miyiz?

2010 yılında beyaz eşya sektörüne giriş yaptık. İlk mağazamızı Nevşehir Forum AVM'de, LG markasıyla açtık. Ardından Aksaray'da ikinci mağazamızı hizmete sunduk. Bir süre sonra Kayseri'deki LG mağazalarını devraldık; iki mağazayla başladık. Daha sonra Samsung mağazalarını da bünyemize katarak toplamda yedi mağazaya ulaştık. 2016 yılında Aksaray ve Nevşehir'deki mağazalarımızı devrederek Kayseri'ye odaklandık. Yaklaşık üç yıl önce Siemens mağazamızı da açtık. Şu an üç dünya markasıyla yolumuza devam ediyoruz: 4 Samsung, 2 LG ve 1 Siemens olmak üzere toplam yedi mağazamız var. Siemens cadde mağazası, diğerleri ise AVM mağazalarıdır ve hepsi Kayseri'de konumlanıyor. 1971 doğumluyum. Erciyes Üniversitesi İşletme Bölümü mezunuyum. İş hayatına tekstil sektöründe başladım. Daha sonra abimle birlikte Turkcell bayiliği aldık. Abim hâlen o iş kolunda devam ediyor. Panasonic faks, fotokopi ve sarf malzemeleri bayiliği de yaptık. 2010 yılında, bu işlerden ayrılan bir arkadaşımız LG ile çalışmaya başladığını söyleince, yeni açılan AVM'de bayilik alarak sektöre giriş yaptık. Böylece beyaz eşya serüvenimiz başlamış oldu.

Sektörde karşılaştığınız başlıca sorunlar nelerdir? Size göre düzeltilmesi gereken konular hangileri?

Sektördeki en temel sorun, sistemsel sıkıntılardır. Global firmaların Türkiye'deki yapıları ve stratejileri yerel bayilerin sürdürülebilirliğini zorlaştırıyor. Bunun yanında rekabet de oldukça yoğun. Ekonomik belirsizlikler, firmaların ellerindeki stokları eritmek için fiyat kırmalarına neden oluyor. Satış azaldığında, kâr marjı daralıyor; dönem hedeflerini tutturmak zorlaşıyor. Artık paranın maliyeti çok yüksek. Stokta bekleyen ürün, zarar ettiriyor. Ürünü ucuza alan başka bir bayi piyasada fiyatları düşürdüğünde herkes etkileniyor. Firmalar destek vermeye çalışsa da sistemsel sorunlar tüm sektörü zorluyor.

İşinizi severek mi yapıyorsunuz? Sizce bu iş sürdürülebilir mi?

İşimi severek yapıyorum. Ancak bu sistemle sürdürülebilir olduğunu düşünmüyorum. Gelecekte firmalar daha çok deneyim mağazalarına yönelip, kendi internet sitelerinden satış yapacak. Bayiilik sistemi azalacak. İnsanlar mağazalara sadece ürünü deneyimlemeye gelecek. Sektör devam edecek, ama bugünkü modelle değil.

Geleceğe yönelik hedefleriniz nelerdir?

Hem ülke ekonomisinin hem de firmaların mevcut sıkıntıları görerek adım atabileceklerine inanıyorum. Eğer sistem düzeltilirse bu işi çocuklarıma devretmeyi isterim. İki oğlum var, biri üniversite öğrencisi mimarlık bölümünde okuyor, diğeri daha küçük bir yaşta. Düzen sağlarsa biz de mağaza sayımızı 10-15'e çıkarabiliriz. Ancak işler bu şekilde giderse esnaf olarak kendimizi küçültmek zorunda kalacağız. Krizi aşmanın yolu önce küçülüp, sonra kurallara göre tekrar büyümekten geçiyor.

Mağazalarınızda uyguladığınız farklı yaklaşımlardan bahsedebilir misiniz?

Markaların bayiliğini yapıyorsanız ilk kural, gelen kampanya ve mailleri okumaktır. Sistemi bilip personele doğru şekilde aktarmalısınız. Tanınan bilinen markaları satıyoruz, müşteriler ürünleri tanıyor. Bu noktada en önemli görev, personeli motive etmektir. Prim sistemiyle bu motivasyonu artırıyoruz, özellikle AVM mağazalarında bu sistem çok etkili. Cadde mağazamızda ise farklı bir konsept benimsedik. Müşteriler burada vakit geçirmeyi seviyor. Biz de mağazaya canlı mutfak kurduk. Ürünleri hem biz tanıyalım hem de müşteriye tanıtalım istedik. Gelen misafirlere çay, kahve, kek gibi ikramlarda bulunuyoruz. Bazı özel

müşterilerimizi akşam yemeğine ailece davet ediyoruz. Bir şefimiz var, sosyal medyada da aktif. Müşterilere özel yemekler hazırlıyor. Bu uygulama oldukça olumlu geri dönüşler sağladı ve devam ettiriyoruz.

Dünya markalarını tercih etmenizin sebebi nedir? Neden yerli markalar yerine bu markaları seçtiniz?

Sektöre LG ile başladık ve özellikle TV grubundaki ürünleri çok kaliteliydi. Bu alanda Kayseri'de güçlü bir pazar oluşturduk. Ardından Samsung ile beyaz eşya tarafında güçlendik. Ancak Samsung'ta bazı ürün gruplarının boyutları sınırlı olduğu için eksiklikler yaşamaya başladık. Siemens, bu eksiği kapatmak ve bizimle çalışmak istediğini belirtti. Siemens'in kalitesi ve ürün gamı, bizim için tamamlayıcı oldu. Özellikle yurtdışından gelenlerin yoğun olduğu Kayseri'de Siemens markasına olan güven yüksek.

Kayseri pazarı hakkında neler söyleyebilirsiniz?

Kayseri, ekonomik özgürlüğü yüksek bir şehir. Sanayisi gelişmiş. İnsanların en büyük sosyal yaşam alanı evleridir ve evler gerçekten geniş, kaliteli ve konforludur. Bu yüzden herkes kaliteli ürün ister. Ürünü bilmiyorsa bile "pahalı olan iyidir" düşüncesi hâkimdir. Biz de orta ve üst segmente hitap eden markalarla bu ihtiyaca cevap veriyoruz. Kayseri insanı dürüsttür. Ticaretin kalbinde yer alır. Malı alırken kazanmanız gerekir. Güven çok önemlidir. Söz verildiyse mutlaka tutulur. Ticaret yapmaya en uygun şehirlerden biridir. Ben de doğma büyüme Kayseriliyim ve bu şehrin kültürüyle büyüdüm.



500W Emiş Gücüne Sahip Yeni Arzum Magiclean Propower

Multi-Cyclone filtreleme sayesinde yüksek emiş gücü
ve BLDC motoru ile eviniz tertemiz.



**500
WATT**



arzum



Kuzey Anadolu bölgesinde montaj birincisiyiz

Sedat Marangoz
Mobilya Park- Kayseri



Öncelikle sizi ve firmanızı kısaca tanıyabilir miyiz?

Kayseri'nin Yahyalı ilçesinde uzun yıllar ticaretle uğraştım. 18 yıl boyunca başka bir markayla çalıştık. Yaklaşık 9 yıl önce aile şirketimizi ayırarak yolumuza Profilo markasıyla devam ettik. Toplamda 27 yıllık bir sektör tecrübem var; son 9 yılı ise Profilo çatısı altında geçti. Diğer marka ile çalıştığımız dönemde bir gün bir memnuniyet anketi yapıldı. Anketi yapan kişi bana, "Beyaz eşya sektöründe kalmak istiyor musunuz?" diye sordu. "Hayır," dedim. "Neden?" diye sorunca, sektörde para kazanma zorluğu ve şirkete olan aidiyet eksikliği gibi nedenlerle mutlu olmadığımı söyledim. Ardından isminin açıklanıp açıklanmayacağı sorulduğunda, "Evet" dedim. Kısa bir süre sonra bölge müdürü ve satış temsilcisi beni arayıp bu sözlerimi neden söylediğimi sordular. Düşüncelerimi açıkça dile getirdim ama ardından düzeltme yapmak zorunda kaldım. Bu olay bizim için bir dönüm noktası oldu. Aile şirketimizi ayırdıktan sonra 2016 yılında Profilo ile yollarımız kesişti. Ben 1977 doğumluyum. Genç yaşta ticarete atıldım. 1993-94 yılında, kredili sistemle liseden erken mezun oldum. Ticarete olan ilgim nedeniyle üniversiteye devam etmedim. Birkaç yıl farklı sektörlerde çalıştıktan sonra kendi işletmemi kurdum. Sonrasında eğitimin önemini anlayarak Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi İşletme bölümünü tamamladım.

Firmanızın gelişim sürecinden bahseder misiniz?

Yahyalı'da başlayan Profilo yolculuğumuz,

yakın bir ilçede ikinci şubemizi açmamızla devam etti. Üçüncü şubemizi ise pandemi döneminde, Avrupa'nın en büyük karma AVM'lerinden birinde açtık. İçinde mobilya ağırlıklı mağazaların yer aldığı Kumsmall AVM'de beyaz eşya mağazası açmak bizim için büyük bir fırsattı. Pandemi nedeniyle AVM'ler kapalıydı ama şirket bize inandı ve destek verdi. Bu mağazamız şu anda çok başarılı. Ardından Kayseri merkezde bir mağaza daha açtık. Bugün 8 şubemiz ve 50 kişilik bir ekibimiz var. Beyaz eşya ve mobilya konseptli mağazalarımızla faaliyet gösteriyoruz. Ayrıca Kuzey Anadolu bölgemizde montaj birincisi olarak yer alıyoruz.

Profilo markası sizin için ne ifade ediyor? Neden Profilo?

Profilo bizim için huzur, mutluluk ve aidiyet demek. Beyaz eşya teknik olarak bir metal parçası olabilir ama üzerine Profilo logosu konduğunda anlam kazanıyor. Çünkü bu logonun arkasında insan ilişkileri, sıcaklık ve güven var. Profilo bizim için hız, konfor ve güven demek. İstanbul'a karayoluyla gitmek mümkün ama zaman alır; uçakla gitmekse konforludur. Profilo da bize bu konforu sundu. Önceki markamızla 18 yılda 1 şubede kalmıştık. Profilo ile 8 yılda 8 şube açtık. Hızlı büyümek ve doğru bir ortaklıkla çalışmak isteyenler için Profilo doğru bir tercih.

Yöneticilerle ilişkiniz nasıl?

Şirket yöneticilerimizle ilişkilerimiz çok samimi ve yüksek seviyede. Karşılıklı menfaate dayalı değil, gerçek bir güven ilişkisi var. Geçmişte

farklı markalarla da çalıştık, orada genelde şirket çıkarı ön plandaydı. Profilo'da ise her şey karşılıklı güven ve saygı çerçevesinde yürüyor. Birbirimize "ortak" değil, bir aile gibi yaklaşıyoruz. BSH dünya müdürüne sunum yapılırken Türkiye'yi temsilen biz seçildik. Bu bizim için büyük bir gurur kaynağı.

Müşterileriniz neden sizi tercih ediyor? Ne gibi farklar yaratıyorsunuz?

Kayseri'de ciddi bir rekabet var. Bu ortamda markamızı iyi anlatıyor ve müşterinin önce kalbine dokunuyoruz. Satış danışmanlarımız öncelikle güven kazanmaya odaklanıyor. Müşterinin ihtiyacını doğru analiz ederek ona uygun ürünleri sunuyoruz. Farklı ödeme yöntemleriyle de kolaylık sağlıyoruz.

Sektördeki sorunlar sizce neler?

Herkes kendi sektöründen şikâyet eder ama önemli olan işi sevmek ve en iyi bildiğin işi yapmaktır.

Dünyada ve ülkemizde ekonomik zorluklar maalesef her yıl bir şekilde türemekte ve her yıl devam etmekte. Ancak biz her krizi bir fırsat olarak değerlendirdik. 8 yılda 8 şube açtık ve bunların hepsi kriz dönemlerinde gerçekleşti. Mental yorgunluk birçok kişiyi geriye çekerken, bu durum bizim önümüzü açtı. Krizi doğru yönetmek çok önemli.

Gelecek hedefleriniz nelerdir?

Çok şubeli bir yapımız var. Kriz ortamlarında en az hasarla çıkmak istiyoruz. Yakın zamanda iki yeni mağaza daha açtık. Şubeleşmeye yılda bir yeni mağaza açarak devam etmeyi planlıyoruz.



KUMTEL

Akıllı Serinlik, Sessiz Dokunuş

Ferahlatan Teknoloji!



HAC-03
Air Cooler



Kendimi “yeni nesil beyaz eşyacı” olarak tanımlıyorum

Sinan Danaoğlu
Danacı Grup- Kayseri



Öncelikle sizi ve firmanızı kısaca tanıyabilir miyiz?

Firmamız, babamız tarafından 1990'lı yıllarda kuruldu. Ticaret anlayışımız, dedemizden bu yana gelen bir miras. Bosch markasıyla uzun süredir güçlü bir ortaklığımız var. Şu anda üç Bosch ve bir Profilo olmak üzere toplam dört mağazamız bulunuyor. Geçmişte Vestel, Sony, Arçelik gibi markalarla da çalıştık ancak günün sonunda BSH Grubu'yla tanıştık ve bu iş birliğinden çok memnun kaldık. Bosch'un ürünleri her zaman yüzümüzü kara çıkarmayan, güvenilir ürünler oldu. Kayseri'de açtığımız bu mağaza, şehrin en büyük Bosch mağazası konumunda ve “premium konsept” olarak adlandırılıyor. Toplam 550 metrekarelik bir alana sahip. Bosch'un ürün gamındaki tüm ürünleri burada sergilemeye çalışıyoruz. Mağazamızın Kayseri'ye yakışır bir yapı olduğunu düşünüyoruz ve işlerimizin daha da iyiye gideceğine inanıyoruz. Ben 2002 Kayseri doğumluyum. Küçüklüğümden beri esnafılık ve ticaretin içinde büyüdüm. Çevremizdeki gerçek esnaflardan öğrendiklerimle yetiştim. Yıllar boyunca dürüstlük, şeffaflık ve samimiyet bizim kırmızı çizgilerimiz oldu. Bu değerlere sadık kalarak ilerlemekten asla vazgeçmedik ve bunun karşılığını da gördük. Üniversite eğitimimi Nuh Naci Yazgan Üniversitesi'nde Diyetisyenlik bölümünde, burslu olarak tamamladım. Ancak kalbim hep ticaretteydi. İnsanlarla iletişim kurmayı, bir şeyler anlatmayı ve satmayı seviyorum. Aynı zamanda araştırmayı ve öğrendiğim ürünleri detaylı şekilde tanıtmayı da çok seviyorum.

Müşterilerinize ne gibi farklılıklar sunuyorsunuz?

Müşteriye hiçbir zaman ürün dayatmayız. Mağazamızda tüm ürün grupları yer aldığı için müşteriyi güzelce karşılar, rahat bir ortamda bilgilendiririz. Otoparkımız mevcut, mağaza ferah ve düzenli. Ürün bilgisine son derece hâkimiz. Müşterinin ürünü anlayarak ve ihtiyaçlarına en uygun olanı seçerek satın almasını istiyoruz. Kendimi “yeni nesil beyaz eşyacı” olarak tanımlıyorum. Babalarımızın ve dedelerimizin mesafeli yaklaştığı dijital dünyaya artık bizler yavaş yavaş entegre oluyoruz. Reklamlar araştırıyor, sosyal medya stratejileri geliştiriyoruz. Bu platformları, ulaşamadığımız kitlelere ürünlerimizi ve mağazamızı tanıtmak için aktif olarak kullanıyoruz. Konsept oluşturma, ışık tasarımı, yazı tipi seçimi, gönderim zamanlaması gibi detayları özenle çalışıyoruz. İçerikleri günün ruhuna göre seçerek kampanya ve bilgilendirme reklamları yapıyoruz. Bu alanda da sürekli gelişim içindeyiz.

İşinizi severek mi yapıyorsunuz? Sizce bu iş sürdürülebilir mi?

İşimi gerçekten severek yapıyorum. Bu işin içine doğdum ve başka alternatiflerim olmasına rağmen ticareti tercih ettim. İnsanlarla sohbet etmek, tanışmak, onları doğru yönlendirmek bana büyük mutluluk veriyor. Bir müşterinin ihtiyaç duyduğu bir ürünü anlayıp memnun kalması, bizim için en büyük motivasyon. Babam şu anda 50 yaşında ve yaklaşık 35-40 yıldır bu sektörün

içinde. Dolayısıyla işin sürdürülebilir olduğunu düşünüyorum. Ancak mağazacılık açısından belki de son nesil biz olabiliriz. Artık dijital dünya çok hızlı ilerliyor. İnternette alışveriş yaygınlaştıkça, duygusal bağlar, birebir ilişkiler azalıyor. İnsanlar yorulmadan, evlerinden çıkmadan her şeyi internette almak istiyor. Mağazaya gelip birebir diyalog kurmak isteyen müşteriler hâlâ var ama bunun zamanla azalacağını öngörüyorum.

Beyaz eşya sektörü sizce kazançlı mı?

Son 2-3 yıldır sektör, eskisi kadar mutlu eden bir tablo çizmiyor. Büyüklerimizden duyduğumuz kadarıyla, geçmişte çok daha kârlı bir sektörmüş. Ancak şu anda aynı ortamdaki bahsetmek zor.

Bosch markası sizin için ne ifade ediyor?

Bosch bizim için tek kelimeyle “kalite” demek. Müşterilerimize de sıkça söylediğimiz gibi, bu sektörün “Mercedes”i Bosch'tur. Kendi çizgileri vardır ve bu çizgilerin dışına çıkmazlar. Öncelikleri hiçbir zaman sadece kâr değildir; müşteri memnuniyetini ve ürünün uzun yıllar sorunsuz çalışmasını ön planda tutarlar. Bir ürün bozulduğunda yerine hemen yenisini satmak gibi bir amaçları yok. Hedefleri, müşteri 20-30 yıl kullansın ve memnuniyetle çevresine de önersin. Yıllardır bu anlayışla çalışıyoruz ve Bosch bize hiçbir zaman mahcubiyet yaşatmadı.

Bu röportajı okuyanlara vermek istediğiniz en önemli mesaj nedir?

Geri bildirimlere çok önem veriyorum. Günümüzde insanlar giderek daha fazla monotonlaşıyor, samimiyet azalıyor, yüzler asılıyor. Bu dönemde insanların en çok ihtiyaç duyduğu şey, samimiyet, dürüstlük ve doğru yönlendirme. İnsanların buna gerçekten aç olduklarını fark ettim. Google yorumlarımızda memnuniyet oranımız yüzde 100'e yakın. Yorumlarda en çok teşekkür edilen konular, güler yüz ve içtenlik oluyor. İnsanlar, ihtiyacı olan doğru ürünü aldığında hem memnun kalıyor hem de güven duymaya devam ediyor.

Bundan sonraki hedefleriniz nelerdir?

Teknoloji çok hızlı değişiyor. Biz de bu değişimi yakından takip etmeye çalışıyoruz. Yeni ürünler, yeni sistemler sürekli gündeme geliyor. Hedefim, mağazamızın Kayseri'nin en sevilen mağazası olması. Daha global düşünmeye ve daha geniş kitlelere ulaşmaya yönelik çalışmalar yapmak istiyorum. Sürdürülebilirlik açısından belki de bu işin son nesliyim ama hâlâ meslektaşlarımdan çok daha gencim ve öğrenmeye devam ediyorum.

81 İlde Aynı Güç, Aynı Disiplin

Türkiye genelinde yaygın saha organizasyonu ve sürdürülebilir satış gücüyle markanızın yanındayız.



Pozitera
Pozitera Perakende
Geliştirme Hizmetleri

pozitera

444 50 70

Beyaz Yaka Ev Aletleri'nden Siemens'te yeni bir adım: Beşinci mağaza Vadistanbul'da açıldı

BSH Türkiye CEO'su Alper Şengül ve Siemens Kıdemli Satış Direktörü A. Evren Dinç'in katılımıyla gerçekleşen açılış töreni, Siemens'in Türkiye'deki büyüme ivmesini ve perakende sektöründeki güçlü konumunu bir kez daha gözler önüne serdi. Beyaz Yaka Ev Aletleri tarafından hayata geçirilen beşinci Siemens mağazası, İstanbul'un prestijli alışveriş ve yaşam merkezi Vadistanbul AVM'de hizmet vermeye başladı.



Taner İnci Beyaz Yaka Ev Aletleri



Beyaz Yaka Ev Aletleri, bugüne kadar müşteri memnuniyeti ve kaliteli hizmet anlayışından ödün vermeden büyümeyi başarmış güçlü bir iş ortaklığı yürütüyor. Hem markaya hem de sektöre duydukları güven, yeni yatırım kararlarında önemli bir rol oynuyor.

Siemens'in yenilikçi mağaza anlayışı

Yeni Siemens mağazası, markanın teknolojiyi deneyimle buluşturduğu "üstün kaliteli deneyim mağazacılığı" konseptini taşıyor. Ürünlerin yalnızca sergilenmediği, aynı zamanda birebir deneyimlenebildiği bu konsept; kullanıcıların hayatlarını kolaylaştıran teknolojilere daha yakından temas etmelerini sağlıyor. Siemens'in vizyonunun bir yansıması olarak konumlanan mağaza, müşteri odaklı hizmet yapısıyla fark yaratıyor.

Siemens Türkiye'de güçleniyor

Siemens, Türkiye genelinde hızla artan mağaza sayısı ile tüketicilere daha yakın olmayı sürdürüyor. Yeni açılış, sadece Beyaz Yaka Ev Aletleri için değil, aynı zamanda Siemens'in Türkiye pazarındaki güçlü büyüme stratejisinin de önemli bir parçası. Marka, sürdürülebilir teknoloji, şık tasarım ve kullanıcı dostu ürün gamıyla tüketici alışkanlıklarına yön veriyor.

Görkemli ve yoğun katılımlı bir açılış

Açılış törenine katılan BSH Türkiye CEO'su Alper Şengül, beyaz eşya sektöründe uzun yıllardır üst düzey yönetim tecrübesine sahip. Almanya merkezli BSH Grubu'nda çeşitli uluslararası görevlerde bulunmuş olan Şengül, teknoloji odaklı büyüme ve müşteri deneyimini önceliklendiren liderlik anlayışıyla tanınıyor. Siemens Kıdemli Satış Direktörü A. Evren Dinç ise perakende ve kanal yönetimi konusunda sektörün deneyimli isimlerinden

biri. Siemens'in Türkiye pazarındaki satış ağının genişletilmesinde ve yeni nesil mağaza anlayışının geliştirilmesinde etkin bir rol üstleniyor. BSH kariyerine Siemens markası ile başladıktan sonra Gaggenau ile devam edip tekrar yuvası olan Siemens ile yolları tekrar kesişti. Beyaz Yaka Ev Aletleri, kaliteye ve müşteri memnuniyetine olan bağlılığını Siemens markasıyla yaptığı yatırımlarla bir kez daha göstermiş oldu. Vadistanbul'daki yeni mağaza, ziyaretçilerine sadece ürün değil, yaşam kalitesi sunuyor.



arnica

Hepsi Bir Arada Tek Cihazda!

Joy Max ile mutfakta ihtiyaç duyduğunuz tüm işlemler tek cihazda, üstelik yüksek performansla.

JOY
MAX

Rendeleyin
Dilimleyin
Kurutun
Parçalayın

Blender Seti

5 KADEMELİ

Hız Ayarı

1,75 L KAPASİTELİ

Geniş Hazne

BULAŞIK MAKİNESİNDE

Yıkanebilir Aksesuarlar

DÖKME AĞIZLI

1L Ölçü Kabı



Glass
Clear



arnica.com.tr



arnicaevaletleri



ArnicaEvAletleri



Arnica.Senur



ArnicaEvAletler

BSH Türkiye'nin 30 Yıllık Başarı Hikayesi: 100 Milyondan Fazla Üretim, 45 Milyar ABD doları Ekonomik Katkı



30. yılını kutlayan BSH Türkiye, üretimden ihracata, Ar-Ge'den sürdürülebilirliğe kadar birçok alandaki faaliyetleriyle ülke ekonomisine 45 milyar ABD doları katkı sağladı. 100 milyondan fazla ürün üretimi ve yaklaşık 60 bin kişilik istihdam etkisiyle BSH Türkiye, sektördeki öncülüğünü koruyor.

Türkiye'deki faaliyetlerinin 30. yılını kutlayan BSH Türkiye, istikrarlı büyümesi, ihracat gücü, sürdürülebilirlik taahhüdü ve sosyal sorumluluk projeleriyle ülke ekonomisine ve topluma değer katmaya devam ediyor. Bosch, Siemens, Gaggenau ve Profilo markalarıyla faaliyet gösteren BSH Türkiye, 5 fabrikası, gelişmiş lojistik ve servis ağı, 3.500'ün üzerinde satış noktası ve Türkiye'nin ilk sertifikalı Ar-Ge merkezi ile faaliyetlerini sürdürüyor.

30 yılda 100 milyondan fazla üretime imza atan BSH Türkiye, bugün 150'den fazla ülkeye ihracat gerçekleştirerek küresel ölçekte ülkeyi başarıyla temsil etmeye devam ediyor. Şirket aynı zamanda 130 ülke ve 4,6 milyar insanın bulunduğu Gelişen Pazarlar Bölgesi'nin yönetim merkezi olarak önemli bir sorumluluk üstleniyor.



Dr. Matthias Metz BSH CEO'su

“Türkiye, küresel stratejilerde etkin bir rol üstleniyor”

BSH CEO'su Dr. Matthias Metz, Türkiye'nin BSH için taşıdığı stratejik öneme ve gelecek vizyonundaki yerine dikkat çekti. Türkiye'nin küresel stratejilerde etkin bir rol üstlendiğini vurgulayan Metz, şu değerlendirmelerde bulundu: “Dünya genelinde 39 fabrikamız ve 50'den fazla ülkedeki varlığımızla, özellikle Türkiye'nin BSH için güçlü bir zemin oluşturduğu dinamik Gelişen Pazarlar Bölgemizde, büyümeye devam ediyoruz. Türkiye'deki ekiplerimiz yalnızca Türkiye ve çevre pazarlarda değil, tüm BSH Grubu genelinde ilerlemeye yön veriyor. Bu nedenle Türkiye, bizim için hâlâ kilit bir odak ve küresel başarımızın ayrılmaz bir parçası.” Metz sözlerine şöyle devam etti: “Bu başarının merkezinde Tüketici Mutluluğu ve Müşteri Başarısı olarak adlandırdığımız tüketicileri memnun etmek ve iş ortaklarımızı desteklemek misyonumuz bulunuyor. Bu taahhüt dünyanın dört bir tarafında tek takım olarak hareket etmemizi sağlıyor.”



Gökhan Sığın

BSH Ev Aletleri Yönetim Kurulu Başkanı
ve Gelişen Pazarlar Bölgesi CEO'su

Bölgenin kalbi Türkiye'de atıyor

30 yıllık dönemde BSH Türkiye'nin sadece bir üretim üssü olmanın çok ötesine geçtiğini belirten BSH Ev Aletleri Yönetim Kurulu Başkanı ve Gelişen Pazarlar Bölgesi CEO'su Gökhan Sığın, şirketin Ar-Ge'den dijital dönüşüme, istihdamdan ekonomik katkıya kadar pek çok alanda iz bıraktığını ifade etti.

30 yıllık süreçte yapılan doğrudan yatırım miktarının 1,8 milyar ABD doları olduğunu kaydeden Sığın, şunları söyledi: "BSH Türkiye'nin yatırım çarpanı 6,6 kat olarak gerçekleşirken bu oran, yaptığımız her 1 ABD doları tutarındaki yatırımın, ülke genelinde 6,6 ABD doları tutarında yeni sabit sermaye oluşumunu tetiklediğini gösteriyor."

Sığın BSH Türkiye'nin ihracat etkisiyle de uluslararası bir oyuncu olduğuna dikkat çekti. "30 yılda doğrudan ihracatımız 16,9 milyar ABD dolarına ulaştı. Bu rakamlar, Türkiye'nin dış ticaret dengesine olan katkımızı ve BSH Türkiye'nin küresel tedarik zincirindeki konumunu açıkça ortaya koyuyor." diyen Sığın, BSH Türkiye'nin tüm ekosistemi için de bir "ihracat okuluna" dönüştüğünü ifade etti.

Son olarak Türkiye'nin aynı zamanda Gelişen Pazarlar Bölgesi'ne de öncülük ettiğini vurgulayan Sığın, "Bu da demek oluyor ki, burada attığımız her adım yalnızca Türkiye'ye değil, çok daha geniş bir coğrafyaya yön veriyor" dedi.



Alper Şengül BSH Türkiye CEO'su

BSH Türkiye'nin Rakamlarla 30 Yıllık Etkisi

BSH Türkiye CEO'su Alper Şengül, BSH Türkiye'nin 30 yılda bıraktığı izi rakamlarla paylaştı. Toplam ekonomik katkının 45 milyar ABD dolarına ulaştığını kaydeden Şengül, şirketin ortaya koyduğu her bir 1 ABD dolarının ekonomide 4,3 ABD doları kadar ekonomik hacim etkisi yarattığını dile getirdi. Şengül, diğer taraftan BSH Türkiye'nin 30 yıllık süreçte genel istihdam çarpanı ortalamasının 6,6 olarak gerçekleştiğine işaret etti ve şunları söyledi: "Doğrudan ve dolaylı etkiler dahil, BSH kaynaklı toplam istihdam, Türkiye genelinde yaklaşık 60 bin kişilik geniş bir ekonomik iz oluşturuyor. Oluşturduğumuz bu çok katmanlı istihdam ekosistemi ile 30 yılı geride bırakmanın gururunu taşıyoruz."

Şirketin inovasyona verdiği önemin altını çizen Şengül, Türkiye'nin ilk sertifikalı Ar-Ge merkezlerinden birine sahip olduklarını hatırlatarak, bugün 460'ın üzerinde Ar-Ge çalışanıyla hem yerel hem de global pazarlara yön veren teknolojiler geliştirdiklerini söyledi. Şengül ayrıca, şirketin yalnızca ekonomik değil, sosyal ve çevresel açılardan da uzun vadeli ve kalıcı etkiler yarattığını da şöyle vurguladı: "2020 yılından bu yana Kapsam 1 ve Kapsam 2 emisyonlarında karbon nötr durumdayız. Bununla birlikte Çerkezköy yerleşkemizde 2019-2024 döneminde 39.299 MWh enerji tasarrufu sağladık. Ayrıca, 2018-2024 yılları arasında 143.574 metre küp su tasarrufu elde ettik. 2002 yılından bu yana ise 24.123 fidan dikimi gerçekleştirdik."



Eğitim, Eşitlik ve Toplumsal Fayda Odaklı Yaklaşım

BSH Türkiye, ekonomik büyümenin yanı sıra toplumsal kalkınmayı da önceliklendiriyor. Kadınların iş gücüne katılımını desteklemek amacıyla hayata geçirilen WePower programı, bugüne kadar 27 bin kadın adaya ulaştı ve 220 kadın öğrenciye profesyonel deneyim kazandırdı.

Teknik lise öğrencilerine yönelik geliştirilen Teknik Okullarla Stratejik İş birliği (TOSİ) Projesi kapsamında 7 şehirde 10 teknik liseye 18 modern laboratuvar kazandırıldı, yüzlerce öğrenciye staj imkânı sağlandı. Eğitimde fırsat eşitliği sunan "Geleceği Kodlayanlar" projesiyle ise 7 bin öğrenci ve öğretmene bire bir eğitim verilirken, 800 binden fazla kişiye dijital içeriklerle ulaşıldı.

Bosch Çevre Çocuk Tiyatrosu ile 600'den fazla temsille 200 binden fazla çocuğa sürdürülebilirlik bilinci kazandırılırken; Bir Hayalin İzinde projesi ile 90 genç kadına sanat eğitimi desteği sunuldu.

30 yılda sadece üretim ve ihracatta değil, aynı zamanda teknoloji, sürdürülebilirlik ve toplumsal fayda alanlarında da güçlü bir etki yaratan BSH Türkiye, Türkiye'nin kalkınma yolculuğuna çok yönlü katkı sağlamaya devam ediyor. BSH Türkiye, önümüzdeki dönemde de inovasyon, yetenek ve sürdürülebilir büyüme ekseninde Türkiye'yi küresel arenada başarıyla temsil etmeyi sürdürecektir.



Pozitera ve Xiaomi Güçlerini Birleştirdi

Saha operasyonları ve satış destek hizmetleri alanındaki uzmanlığıyla tanınan Pozitera, teknoloji devi Xiaomi ile 2025 itibarıyla stratejik bir iş birliği başlattı. Pozitera iş birliği kapsamında, Xiaomi'nin saat, telefon, tablet ve kulaklık kategorilerinde satış artırıcı operasyonlar ve tanıtım faaliyetlerini hayata geçirecek.

Pozitera, uzun yıllardır saha operasyonlarındaki uzmanlığı ve perakende sektörüne getirdiği yenilikçi çözümlerle markaların büyüme stratejilerine değer katıyor. Xiaomi ile yapılan bu iş birliği kapsamında; operasyonel süreçler, pazarlama kampanyaları ve satış destek etkinlikleri gibi konularda lider bir rol üstlenerek, tüketici deneyimini iyileştirmeyi ve markanın pazar payını artırmayı hedefliyor.



Pozitera'nın saha uzmanlığı ve bölgesel yönetim stratejileri, Xiaomi'nin global büyüme hedefleriyle doğrudan uyumlu bir yapıya sahip. Türkiye'nin çeşitli bölgelerinde başlayan operasyonlar, yerel pazar dinamiklerine uygun şekilde planlanıyor. Pozitera ve Xiaomi'nin güçlerini birleştirdiği bu iş birliği, Türkiye'nin dört bir yanına yayılan bir başarı hikayesine dönüşme potansiyeli taşıyor. Teknoloji tutkunları, 2025 yılından itibaren bu ortaklığın etkilerini daha yakından hissedecek.

Pozitera Hakkında:

Pozitera, Türkiye'nin önde gelen saha operasyonları ve satış destek hizmetleri şirketlerinden biridir. 2007 yılından bu yana, perakende sektörüne yenilikçi çözümler sunarak markaların büyüme stratejilerine katkıda bulunmayı sürdürmektedir. Operasyonel mükemmeliyet, stratejik planlama ve yerel pazar dinamiklerine uyum sağlama konularında uzman olan Pozitera, sektörün en güvenilir iş ortaklarından biri olarak tanınmaktadır.



BSH Türkiye'nin TOSİ projesinde yeni adım: İstanbul Şişli Hamza Saruhan Mesleki Eğitim Merkezi'nde yeni laboratuvar açıldı

BSH Türkiye, sanayinin sürdürülebilir gelişimi ve nitelikli insan kaynağı için mesleki eğitime katkı sunmayı sürdürüyor. Şirketin 2011 yılında başlattığı Teknik Okullarla Stratejik İş Birliği (TOSİ) programı, Türkiye genelinde teknik ve mesleki eğitim gören gençlere sektörle doğrudan temas etme ve uygulamalı öğrenme fırsatları sunuyor. Bugüne kadar 10 farklı eğitim kurumuna beyaz eşya ve küçük ev aletleriyle donatılmış modern sınıflar ve teknik laboratuvarlar kazandıran proje, gençlerin mesleki gelişimini ve istihdam olanaklarını artırmayı amaçlıyor.

Bu kapsamda son olarak İstanbul Şişli Hamza Saruhan Mesleki Eğitim Merkezi'nde kurulan yeni eğitim laboratuvarı, öğrencilere

beyaz eşya teknolojisini yerinde tanıma ve uygulamalı deneyim kazanma imkânı sunuyor. Laboratuvarın açılış törenine Şişli ve Kağıthane İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü yetkilileri, okul yöneticileri ve BSH Türkiye Servis Departmanı ve yetkili servis yöneticileri katılırken yeni açılan bu laboratuvar, sektöre adım atmak isteyen gençler için önemli bir öğrenme ve gelişim alanı sağlayacak.

14 yılda 418 öğrenci sektöre kazandırıldı

TOSİ projesi, bugüne kadar 10 farklı okulla iş birliği yaparak çok sayıda gence mesleki gelişim fırsatı sundu. Bu süreçte 418 öğrenci,

BSH servislerinde staj yaptı. Her yıl yüzlerce öğrenciye sektörel tecrübe kazandıran proje, nitelikli iş gücünün yetişmesine ve Türkiye beyaz eşya sektörünün gelişimine önemli katkılar sağlıyor.

BSH Türkiye, TOSİ kapsamında teknik liselerdeki atölyeleri yenileyerek, son teknoloji BSH cihazları ile destekliyor. Ayrıca öğretmenlere yönelik teknik eğitimlerle de eğitici kadronun bilgi güncelliğini sağlıyor. Böylece öğrenciler teknik yetkinliğin yanında yenilikçi düşünme ve sektör beklentilerine uyum sağlama becerileri de geliştiriyor.

Öğrenciler, iş dünyasında özgüvenli bir şekilde adım atıyor

Projeye dahil edilen okullar, yüksek teknisyen ihtiyacı bulunan, nüfus yoğunluğu fazla ve beyaz eşya sektöründe güçlü pazar potansiyeline sahip bölgelerden seçiliyor. Kurulan modern laboratuvarlar ve uygulamalı eğitim imkânları, öğrencilerin iş dünyasına daha donanımlı ve özgüvenli şekilde adım atmalarına yardımcı oluyor. BSH Türkiye, TOSİ programıyla gençlere teknik beceri kazandırırken onları sektörün geleceğine yön verecek profesyoneller olarak yetiştiriyor. Bu sürdürülebilir yatırım, Türkiye'nin beyaz eşya sektöründe nitelikli insan kaynağı ihtiyacını karşılamada stratejik bir rol oynamaya devam ediyor.





Inverter

Simfer A++ Split Klimalar ile
Dört Mevsim İdeal Sıcaklık!



simfer

> Samsung Türkiye, iş ortakları zirvesinde Vision AI stratejisiyle üretilen 2025 yılı TV serisini tanıttı



Yapay zekâ ile desteklenen yeni TV inovasyonlarını Türkiye’de kullanıcılarla buluşturan Samsung Türkiye, yeni 2025 TV serisinin tanıtım etkinliğinde Türkiye’deki geniş dağıtım ağındaki tüm partnerlerini ağırladığı iş ortakları zirvesinde bir ilke imza attı. Etkinlikte açılış konuşmasını yapan Samsung Türkiye CEO’su Jeff Jo, Samsung’un yeni Vision AI stratejisini, TV’lere entegre edilen yeni yapay zekâ özelliklerini ve hedeflerini iş ortaklarıyla paylaştı. Vision AI stratejisiyle evlerde akıllı yaşamın yeni bir dönemine adım attıklarını söyleyen Jeff Jo, “Samsung olarak, tüplü televizyonların olduğu günlerden günümüzün ultra akıllı ekranlarına, ev eğlencesinde inovasyonun merkezinde yer almaktan ve 19 yıldır gururla globalde, 10 yıldır da Türkiye’de TV sektörüne öncülük etmekten mutluluk duyuyoruz. Bundan sadece birkaç yıl önce, yapay zekâ neredeyse bilim kurgu gibi fütüristik bir kavram olarak görülüyordu. Bugün, bu kurgu günlük gerçekliğimiz haline geldi. Samsung Vision AI ile yapay zekâyı evlere taşıyor ve günlük hayatı daha iyi hale getiren gerçek bir arkadaş olarak yeniden şekillendiriyoruz” diye konuştu.

Vision AI ile akıllı yaşamın yeni çağı

Samsung’un Vision AI stratejisiyle artık televizyonlar sadece izlenen bir cihaz değil; yaşamın merkezine entegre, öğrenen ve adapte olan akıllı bir yol arkadaşı haline geliyor. Jeff Jo, “Yeni Vision AI stratejimizle ekranları yalnızca izlenen yüzeyler olmaktan çıkıp, kullanıcıların ihtiyaçlarına anında yanıt verebilen, kişiselleştirilmiş bir deneyim sunan merkezler haline getiriyoruz” diyerek bu dönüşümün altını çizdi.

“Yapay zekâ sayılardan ibaret değil”

Lansman etkinliğinde Samsung Türkiye Kıdemli Başkan Yardımcısı Mert Gürsoy, Jeff Jo’dan sonra konuşmayı devralarak şu sözleri söyleyerek devam etti: “Bu yıl TV’lerimizi, her evin kalbinde yer alacak şekilde tasarlanmış, yapay zekâ destekli gerçek bir yol arkadaşına dönüştürüyoruz. Yapay zekâyı geleneksel ekran tanımının ötesine geçecek şekilde TV’lerimize entegre ederek yeni nesil teknoloji ile ev ve yaşam deneyimlerinin sınırlarını zorluyoruz. Kullanıcılarımız, TV ekranından tüm akıllı cihazlarını kontrol edebiliyor; böylece tüm deneyimi basit, erişilebilir ve zahmetsiz hale getiriyor. Samsung food ile kişisel beslenme ihtiyaçlarınızdan, harita görünümü ile evinizdeki tüm akıllı cihaz kontrol mekanizmalarından ve bununla

kalmayıp sevdikleriniz için siz onların yanında değilken bile sizleri yanında hissettirecek ev deneyimlerini yapay zeka ile kullanıcılarımıza sunuyoruz.”

Samsung 2025 TV serisi ile beklentileri aşıyor

Yeni Samsung 2025 serisi, etkileyici ve kişiselleştirilmiş bir eğlence deneyimi sunmak için gelişmiş yapay zekâ teknolojilerini bir araya getiriyor. Samsung Vision AI ile desteklenen Samsung’un en yeni ekran deneyimleri, kişiselleştirme yetenekleri ve heyecan verici yeni özelliklerle kullanıcıların günlük yaşamına keyif katıyor. Yeni seri, Generative Wallpaper, Universal Gestures ve Pet and Family Care özelliklerini kullanıcılarla buluşturuyor. Generative Wallpaper ekranları dinamik ve kişiselleştirilmiş sanat tuvallerine dönüştürüyor, kullanıcıların kendi zevkine veya hissiyatına uyan görüntüler oluşturmaya olanak tanıyor. Universal Gestures bileğinizdeki Galaxy Watch ile sadece doğal el hareketlerini kullanarak televizyonunuzu ve evinizdeki diğer cihazları kontrol etmeyi mümkün kılıyor. Kumandaya ihtiyaç duymadan, basit el hareketleriyle ses açabiliyor, kanal değiştirilebiliyor veya içerikler durdurulabiliyor. Quick Remote özelliği ile de telefonunuz artık bir kumanda görevi görüyor.



VESTEL S60 M DUST SENSE+ AKILLI TOZ ALGILAMA İLE GELİŞMİŞ TEMİZLİK

Gelişmiş Toz Algılama Sensörü ile Otomatik Emiş Gücü
Vestel S60 M Dust Sense+’ta.

Genel Özellikler



Gelişmiş Toz Algılama
Sensörü ile Otomatik Emiş
Gücü Ayarı



450 W Gücünde
BLDC Motor



Dakikada 2200+ Devir
Dönen Turba Fırça ve
Dakikada 2400 Devir
Dönen Sert Zemin
Fırçası Sepenekleriyle
LED Aydınlatmalı
Başlık



LCD
Ekran



4 Farklı Emiş Gücü
Modu
(Eco-Auto-Turbo-Max)



Dakikada 3000+ Devir
Dönen İç Fırçaya Sahip
Motorlu Koltuk ve Yatak
Başlığı



Uzunluğu
Ayarlanabilir
Teleskopik Boru



İnce Uçlu Aparat



Esnek İnce Uçlu
Aparat



2'li 1 Arada Fırça



0,7 Lt Toz Haznesi
Kapasitesi



Düver Askı Aparatı



Fakir ile bu yaz temizlik; sessiz, zahmetsiz ve akıllı!



Yaz ayları geldiğinde, daha ferah ve sağlıklı yaşam alanları yaratmanın yolu detaylı bir temizlikten geçer. Fakir Hausgeräte, üstün Alman mühendisliğiyle geliştirdiği yüksek performanslı ürünleriyle, temizlikteki tüm ihtiyaçlarınıza cevap veriyor. Yaz boyunca size eşlik edecek sessiz, pratik ve çok yönlü temizlik yardımcılarıyla tanışın...

En zorundan başlayalım; önce camlar...

Yaz güneşi pencerelerden içeri süzülün ama kirli camlar keyfinizi gölgelemesin mi istiyorsunuz? Pencerelerin zorlu temizliğine son veren Fakir FR 6019 Cam Silme Robotu, 2600 Pa'lık yüksek emiş gücü ile cam yüzeylere güçlü bir şekilde tutunur, dört farklı temizlik rotasıyla tüm cam yüzeyleri tek seferde temizler. Gömülü UPS sistemi sayesinde elektrik kesintilerinde bile güvenli kullanım sağlar. Sadece 65 dB ses seviyesiyle çalışır, sessizliğinizi bozmadan işini yapar. Üstelik, çoklu kontrol seçeneğiyle; güç tuşu, mobil uygulama ve uzaktan kumanda ile her an kontrol sizde! Pratikliği ve zaman kazandıran yapısıyla pencerelerinizin temizliği artık gözünüzde büyümeyecek.

Tüm kışın yağ ve kir lekesi ancak buharla temizlenir...

Kış boyunca biriken inatçı lekeleri, yağ tabakalarını ve görünmeyen bakterileri yalnızca su buharının gücüyle temizlemeye ne dersiniz?

Fakir Max Steam Buharlı Temizleyici, 5 bar buhar basıncıyla %99,9 oranında virüs ve bakterileri yok eder. 1.6 litrelik geniş kapasiteli kazan kapasitesiyle uzun süreli kesintisiz temizlik sunar. Ahşap, seramik, halı, derz araları gibi çok sayıda yüzeye uygun aparatlar ile hijyen artık zahmetsiz. Üstelik kimyasal kullanmadan sadece su buharı ile temizlediği için çevre dostu.

Süpürmeden temizlik tam olmaz

Islak ve kuru temizlikte devrim yaratan Fakir Hausgeräte'nin WD serisinde 3 farklı model bulunuyor. Fakir WD 9 Pure Clean 3 IN 1, hem ıslak hem kuru yüzeylerde %99,9 bakterileri yok ederken, dikey süpürge el süpürgesine dönüşebiliyor. Kendi kendini temizleyen ve sıcak hava ile kuruyan rulo fırçası özelliği, hijyenik kullanımı garanti ediyor. Gelişmiş batarya teknolojisi ve akıllı sensörleriyle öne çıkan Fakir WD 6 Pure Clean 2 IN 1, zemin türünü ve kir yoğunluğunu algılayarak emiş gücünü otomatik ayarlayabiliyor, halı, döşeme ve pencere gibi farklı yüzeylerde kullanılabiliyor. Fakir WD 7 Pure Clean ise; 800 ml temiz su haznesi ve Türkçe sesli uyarı sistemiyle kullanıcı deneyimini zirveye taşıyor. HEPA 10 filtreye sahip model, havadaki mikroskobik partiküllerin %99,97'sini yakalayarak alerjenleri dahi etkili şekilde filtreliyor.

Her kata özel üst düzey hijyen

Fakir Robert RS 830 Plus, çok katlı yaşam alanları için geliştirilen yeni nesil LDS navigasyon sistemiyle her katı hafızasında tutar. Beş farklı haritayı kaydedebilme özelliği sayesinde, her kata özel temizlik senaryoları oluşturabilir, odalara göre temizlik önceliği tanımlayabilirsiniz. Yeni nesil LDS teknolojisiyle evinizi en verimli rotayla haritalandırır; hem süpürür hem de siler. Temizlik sonrası moplarını istasyona döndürerek otomatik kurutur, bakteri oluşumunu ve kötü kokuları önler. 2.8 L temiz su, 2.4 L kirli su ve 2.5 L geniş toz haznesiyle uzun süreli ve hijyenik temizlik sağlar. Üstelik, Wi-Fi destekli akıllı uygulamasıyla dilediğiniz yerden temizlik planlaması yapabilir, süreci anlık olarak takip edebilirsiniz.

Havayı da temizlemeli...

Eşyalara sinen kokular zamanla ortamın havasını da değiştirir. Beş farklı filtreleme sistemine sahip Fakir Luminoso Smart Plus Hava Temizleyici, 80 m²'lik alanı bir saat içinde temizleyebiliyor. Düşük enerji tüketimine sahip cihazın, düşük, orta, yüksek ve turbo hız ayarları sayesinde dilediğiniz sıklıkta evinizin havasını değiştirebilir, akıllı telefon uygulaması sayesinde hava kalitesini sürekli kontrol edebilirsiniz.

Philips'in yeni nesil temizlik çözümleriyle yazlık temizliği zahmetten keyfe dönüşüyor

2025 yazının gelmesiyle, kış boyunca kapalı kalan yazlıkların kapıları aralanıyor. Ancak tatil keyfinden önce, çoğu kişiyi bekleyen zorlu bir görev var: Dip köşe yaz temizliği. Philips, geliştirdiği ileri teknoloji temizlik ürünleriyle bu süreci baştan sona kolaylaştırarak, kullanıcılara sadece yazın tadını çıkarmak için daha fazla zaman bırakıyor. Uzun bir aradan sonra yazlığa döndüğünde karşılaşılacak toz, birikmiş kirler ve inatçı lekeler göz korkutabilir. Balkonlardan teraslara, sert zeminlerden halılara kadar her alanın kendine özgü temizlik ihtiyacı bulunur. Philips, bu ihtiyaçların her birine özel olarak tasarladığı kablosuz dikey süpürgeler, robot süpürgeler ve torbasız elektrikli süpürgelerden oluşan geniş ürün yelpazesıyla yaz temizliğine pratik ve etkili çözümler sunuyor.

Hem ıslak hem kuru temizlikte devrim: Philips AquaTrio 9000 Serisi

Yazlık temizliğinin en zorlu kısmı şüphesiz ki kış boyunca birikmiş, zemine yapışmış kirleri temizlemektir. Philips AquaTrio 9000 Serisi, bu sorunu kökünden çözüyor. Tek bir cihazda silme, sıvıları çekme ve süpürme işlemlerini bir arada sunan bu ürün, yüzey yıkama teknolojisi ile temizliğe ayrılan zamanı önemli ölçüde kısaltıyor.



Pratik ve güçlü çözümler: Philips Aqua Plus 8000 ve Aqua 7000 Serisi

Yazlık evlerde genellikle sert zeminler ve halılar bir arada bulunur. Bu iki farklı yüzey arasında geçiş yapmak ve her ikisinde de derinlemesine temizlik sağlamak Philips'in 8000 ve 7000 serisi kablosuz dikey süpürgeleriyle artık çok kolay.

Siz dinlenirken o çalışsın: Philips 7000 Serisi Robot Süpürge

Yazlık temizliğinin en güzel yanı, sahibi plajda veya bahçede keyif yaparken bir yardımcı olmasıdır. Philips 7000 Serisi Robot Süpürge, tam da bu hayali gerçeğe dönüştürüyor.

TCL Elite Serisi klimalar satışa çıktı

Tüketici elektroniği sektörünün lider markalarından TCL Electronics, yeni Elite Serisi klimalarını Türkiye’de satışa sundu. Sahip olduğu özel akıllı inverter algoritmasıyla %60’a varan enerji tasarrufu sunan TCL Elite Serisi; 22 desibellik ses seviyesi, zarif tasarımı, akıllı fonksiyonları ve çevreci yapısıyla sadece bugünün değil, geleceğin de iklimlendirme ihtiyaçlarına cevap veriyor.

Özel akıllı inverter algoritması sayesinde gereksiz enerji tüketimini en aza indiriyor, ortam sıcaklığını ani değişimlere karşı koruyor ve bu yolla on-off cihazlara kıyasla %60’a varan enerji verimliliği sağlıyor. Aynı zamanda cihazın gereksiz yere tam performans çalışmasını engelleyerek klimanın daha düşük ses seviyesinde çalışmasını ve daha uzun ömürlü olmasını sağlıyor.

Çevre dostu R32 soğutucu akışkan ile çalışan Elite Serisi, çevresel etkileri en aza indiriyor; A++ enerji verimliliği hem güçlü hem de sürdürülebilir bir performans sunuyor. ECO modu ise cihazın en verimli noktalarda çalışmasını sağlayarak hem bütçeye hem de çevreye katkıda bulunuyor.

Turbo soğutma ve ısıtma modu ile yüksek performans sunan TCL Elite Serisi klimalar, 30 saniye içinde 18°C’ye kadar hızlı



soğutma ve 60 saniye içinde 40°C’ye kadar ısıtma imkanı sunuyor ve hızlıca ortamın sıcaklığını istenen seviyeye taşıyor.

Elite Plus ve Elite modellerinden oluşan TCL Elite, Türkiye’nin zorlu iklim koşullarında üstün performans sunan özelliklere sahip. Yüksek sıcaklıkların olduğu bölgelerde 60°C dış ortam sıcaklığında bile etkili soğutma yapabilen

klimalar, aynı zamanda -20°C dış ortam sıcaklığında bile ısıtma yapıyor.

Bu yenilikçi seri, 4 yöne otomatik hava yönlendirme özelliğiyle havayı yukarı-aşağı ve sağa-sola dağıtarak her noktaya eşit sıcaklık sağlıyor. Sessiz modda sadece 22 dB(A) ses seviyesinde çalışarak bir kütüphane ortamının ses düzeyinin altındaki performansıyla evinizde huzur dolu bir atmosfer yaratıyor.

Thermomix’in en yeni modeli TM7 Türkiye’de

Dünyanın en küçük ve en akıllı mutfak aleti artık her zamankinden daha şık ve daha kullanışlı! Vorwerk’in şimdiye kadar tasarladığı en akıllı ürün olan TM7, yeni siyah tasarımıyla daha ikonik bir görünüm sunarken modern karakterini de vurguluyor. Aynı zamanda yaklaşık yüzde 30 geri dönüştürülmüş malzemelerin kullanımı sayesinde daha sürdürülebilir bir üretime de olanak sağlıyor.

Akıllı teknolojisi ve şık tasarımıyla yemek pişirmeyi bir üst seviyeye taşıyan TM7; önceki modele kıyasla önemli ölçüde daha büyük olan, dikkat çekici 10 inç çoklu dokunmatik ekranıyla optimize edilmiş kullanıcı rehberliği sağlarken, yeni işlevler pişirme deneyimini daha da çok yönlü hale getiriyor. Cookidoo® dijital tarif platformu sayesinde, kullanıcılar günlük hayatı kolaylaştıran ve sürekli artan çeşitlilikte binlerce tariften ve akıllı pişirme işlevlerinden yararlanabiliyor.

TM7 ile mutfakta dijital devrim

Buharda pişirme, doğrama, karıştırma, koyulaştırma, vakumda pişirme, mayalama, hamur yoğurma gibi 20’den fazla modu bulunan Thermomix® TM7, 20’den fazla dilde başarı garantili 100 binden fazla dünya tarifi ile kullanıcılara sınırsız bir

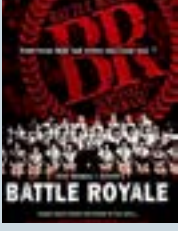


mutfak deneyimi sunuyor. Şimdiye kadar tasarlanan en güçlü ve en sessiz motora sahip olan Thermomix® TM7, devrim niteliğindeki "Sabit Pişirme"yi sağlayan yenilikçi bir kilitleme mekanizmasıyla artık kapaksız pişirmeyi de mümkün kılıyor.

Thermomix® TM7, siz televizyon izlerken, çocuklarınıza sarılırken veya yemek hazırlama adımları arasında kitap okurken arka planda tüm zor işleri yaparak daha pratik ve keyifli bir ev ortamı sunuyor.



Çeyrek Asırlık Hazineler 2000 Yılı'nın En İyi Filmleri



BATTLE ROYALE JAPONYA

Kinji Fukasaku'nun izleyenlere kan banyosu aldırان şiddet operası. Okul disiplinin başa çıkamadığı Japonya'nın en azılı öğrencileri ve hatta aynı okulda okuyan bazı suçsuz çocuklar da birbirlerini öldürmek zorunda bırakıldıkları bir ölüm oyununa katılmaya zorlanırlar.

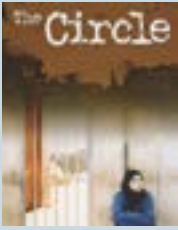
Şiddet filmlerinin zirvelerinden, tam bir distopik başyapıt. Yönetmen, ikinci filmi çevirmeye başlamak üzereyken kanserden ölüncce, devam filmini oğlu yönetti.



CROUCHING TIGER, HIDDEN DRAGON ÇİN

Ang Lee'nin "en iyi yabancı film Oscar"ını kazanan epik, şiirsel filmi. Chow-Yun Fat ve Michelle Yeoh ustalara gencecik bir Ziyi Zhang, güzelliği ve oyunculuğu ile eşlik ediyor.

Müthiş bir koreografi, müthiş bir sinematografi, harika bir senaryo, oyunculuk ve yönetimle bir başyapıt ortaya çıkarmış. Aşk ve onur üzerine bir güzelleme.



DAİRE İRAN

İranlı auteur yönetmen Jafar Panahi'nin ilk dönem çalışmalarından olan "Daire", İran kadınlarının içinde hapsedildikleri fasit daireyi anlatıyor.

Şövenist erkek alçaklıklarının şımarıkça zirve yaptığı İran'da kadın-erkek ayrımının işlendiği minör bir başyapıt karşımızdaki film.

Türk kadının mutlaka izlemesi gereken çarpıcı bir seyirlik.



MEMENTO ABD

Christopher Nolan'ın kurgu ile dansı, filme çok iyi bir katalizör olmuş. Her sahnede değişen olaylar zinciri, hafıza problemleri yaşayan protagonistimiz gibi bizi de sürprizden sürprize sürüklüyor.

Başlarda karmaşık bir olay örgüsü gibi gelen film, sabredenleri mükafatlandırarak derecede iyi yönetilmiş.



IN THE MOOD FOR LOVE H. KONG

Wong Kar-Wai, romantik filmlere katlanamayan bedenize bile kendini sıkılmadan izlettirecek etkili bir aşk filmi yapmış.

Yasak aşk, beyazperdede bu kadar şiirsel bir şekilde çok az aktarılmıştır.



DAR ALANDA KISA PASLAŞMALAR TÜRKİYE

Başkanıyla, hocasıyla, futbolcusuyla ve taraftarıyla amatör bir takımın (Esnafspor) profesyonelce anlatılmış öyküsü. Gerçek bir olaydan esinlenen film, "Hayat fena halde futbola benzer" sloganına uygun bir paralellikte işliyor.

Filmde 90'ların ünlü futbolcularının da küçücük rolleri var.



GLADIATOR ABD

Ridley Scott, yıllar sonra marifetmiş gibi kopya kağıdı ile bu çok iyi filminin devamını yapıp, "pes be dede" dedirtmeden önce bu sandalet ve kılıç filmini beklenmedik bir hite dönüştürebiliyordu.

Russell Crowe'un başta Oscar olmak üzere haklı ödüllere boğulduğu rol, sinema tarihinin Spartacus'ten sonra en ikonik gladyatör rolü oldu.



TEMMUZ 2025 • SAYI: 313

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

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.



Yüksek performans ve zahmetsiz temizlik

HF1 Plus şarjlı dikey süpürge, günlük ihtiyaçlarınızı mükemmel şekilde karşılar. Patentli Anti-Twist teknolojisi, saçların ve tüylerin başlığa dolanmasını önleyerek kullanım rahatlığı sunar. Üstün manevra kabiliyeti ve ekstra hafifliği en zor alanları zahmetsizce temizlemenizi sağlar.

HF1 PLUS

- / Anti-Twist özelliği
- / 45 dk'ya varan çalışma süresi
- / LED aydınlatmalı, motorlu başlık
- / Quick Park & Go
- / 0,7 lt toz haznesi
- / Hafif kullanım (2,2 KG)



SAMSUNG

Samsung Beyaz Eşya
Yenilikçi Teknolojileri
Gürses Ayrıcalıkları ve Özel Fiyatları ile
Sizlerle!



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