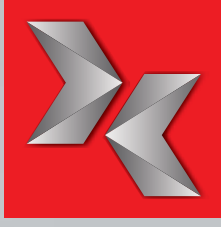


302



Dağıtım Kanalı

Ev Aletleri Sektöründe Türkiye'nin Uzman Dergisi

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


www.dagitimkanali.com.tr

TECNA Yenilikçi, Şık ve
Kullanımı Kolay Tasarımlarla
Eviniz İçin Her Şey!



tecna

sersim kuruluşunun bir markasıdır.

 tecnaturkiye

www.tecna.com.tr

YEŞİL DÖNÜŞÜM

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE TEKNOLOJİNİN GÜCÜ



Çevresel Faydalar

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

Enerji Verimliliği

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

E-Atık Azaltma

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

Kalite Kontrol ve Dayanıklılık

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

Maliyet Tasarrufu

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

Bizimle Çalışmanın Avantajları

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

Çalıştığımız Markalar

SAMSUNG

Tefal

Rowenta

Ariete

KRUPS

WMF

BergHOFF

Detaylı bilgi ve işbirlikleri için
www.efselektronik.com



WEB'E GİR



@efselektronik

Temizlikte Mükemmelliğe Ulaşın!

Purevac Ultra Dikey Şarjlı Kablosuz Süpürge

Purevac Ultra ile toza ve kire temas etmeden, hijyenik ve zahmetsizce temizlik yapabilirsiniz. Her zaman en iyi temizlik sonuçları için Purevac Ultra'nın farkını keşfedin!

fakirvaletleri | fakir.com.tr



Fakir
HAUSGERÄTE



DESIGNED, TESTED AND
APPROVED IN GERMANY



Paslanmaz çelik cezvesiyle

KISMETPRO

İdeal köpük & mükemmel tat



TEK SEFERDE
4 FİNCAN



NORMAL & KÖZDE
PIŞİRME



ÜCRETSİZ TALEPÇİ DANIŞMA HATTI
0850 850 5464
www.king.com.tr
KING
Facebook Instagram Twitter /KingEvAletleri

4 YIL
GARANTİ

İçindekiler

6 Söyleşi

Dünyada 150'den fazla ülkeye ürettiği pişirici ve soğutucu ürünlerini ihraç eden Sersim iç piyasaya açılıyor

Kubilay Yeşilmen Sersim Genel Müdür Yardımcısı

10 Kahve Kokusu

Cezve/lbrik Dünya Şampiyonası Arzum OKKA ana sponsorluğunda World of Coffee Kopenhag'da gerçekleştirildi

Barista Craft Şampiyonası ile İstanbul'da kahve rüzgârı esecek

14 Söyleşi

Tecrübemizi çok ince, adeta bir dantel gibi işleyerek, satış hedeflerimizi her yıl %50 artırıyoruz

Mustafa Bertay Öztüz

Panalı DTM San.ve Tic. A.Ş. Yönetim Kurulu Üyesi

18 Araştırma

Anneler günü haftasında en fazla tercih edilen kategori, Airfryer etkisi ile Elektrikli Fritöz oldu

Serkan Bektaş

GfK (An NIQ Company) Perakendeci Hizmetleri Direktörü

24 Söyleşi

Kullanıcıyı ne kadar iyi anlayabilirsenez o derecede faydalı bir hizmet sağlamış oluyorsunuz

Gürol Şengel SNG Yazılım Genel Müdürü

28 Sektör Haberi

36 Dernek

TÜRKESD: 2023 yılında toplam pazarda %4,5 oranında küçülme kaydettik

Gökhan Sığın TÜRKESD Yönetim Kurulu Başkanı

38 Söyleşi

Beyaz eşya sektöründe beynin her iki lobunu da çalıştırıyorsunuz

Turhan Eyüboğlu Arçelik Bayisi, Yazar

40 Makale

2024 yılının ikinci çeyreğini geride bırakırken...

Alpay Kajan

42 Ürünler

44 SineMadem

En İyi 9 Kedi Filmi

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

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

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

x.com/dagitimkanali

Milli hedef belli olmuştur. Ona ulaşacak yolları bulmak zor değildir. Denebilir ki, hiçbir şeye muhtaç değiliz. Yalnız bir tek şeye çok ihtiyacımız vardır:

ÇALIŞKAN OLMAK!

Hande Öztürk





Electrolux

İhtiyacınıza özel ayarlanabilir esnek saklama alanı ile lezzete yer açın

MultiSwitch+ bölmesi esnek olarak ayarlanabilir sıcaklığı ile evinizdeki farklı yiyecek saklama ihtiyaçlarına anında uyulanır. Yiyeceklerinizin mükemmel görünüm ve lezzeti daha uzun süre korunur.



İlave derin
dondurucu



-2°
Et ve
balık



0°
Soğuk
İçecekler



3° - 5°
Şarküteri
ürünleri



MultiSwitch+ Gardırop Tipi Buzdolapları

For better living, designed in Sweden

www.electrolux.com.tr
0850 250 35 89

ÜRÜNÜNÜZÜ SATIN SERVİS HİZMETİNİ BİZE BIRAKIN!



TSE
İşlemleri



811
885
Servis



Eğitim



Servis
Denetimi



Yedek Parça
Yönetimi



Servis
Yönetimi



Servis
Hakedis



Teknik
Destek



Çağrı
Merkezi



Online Veri
Yönetimi



Raporlama



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

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

Siz de bu güce katılın...



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

SUNUŞ



YILDIRIM SÖYLEMEZ
yildirim.soylez@dagitimkanali.com.tr

Dopdolu bir sayı ile karşınızdayız...

Yazın sıcak ve güneşli günleri devam ederken beyaz eşya sektörünün tek dergisi olarak yine dolu bir içerikle karşınızdayız.

Sersim 47 yıllık üretim deneyimini ve dünyanın hemen her yerine ürün ihracatıyla yurt dışındaki tecrübesini iç pazarda yeni oluşturduğu Tecna ve Usto markaları ile müşterilerinin hizmetine sunuyor. Sersim Genel Müdür Yardımcısı Kubilay Yeşilmen, yeni ürünleri ve hizmet anlayışları ile büyümelerini sürdüreceklerini belirtiyor. Sersim röportajımızı ilgilyle okuyacaksınız.

Panalı DTM, uzun yıllara dayanan tecrübesini klima pazarında da sürdürmek için yeni atılımlara başladı. Buna ek olarak yeni markaları Panalı Dekoratif ile yaşam alanlarını güzelleştiren şık ve kullanışlı dekoratif ürünleri tüketicilerle buluşturan marka, girdiği her alanda başarıdan başarıya koşmaya devam ediyor. Marka hakkındaki güncel gelişmeleri ve detayları, Panalı DTM San.ve Tic. A.Ş. Yönetim Kurulu Üyesi Mustafa Berkay Öztüz ile gerçekleştirdiğimiz röportajda bulabilirsiniz.

Anneler günü haftasında en fazla tercih edilen kategori, Airfryer etkisi ile Elektrikli Fritöz oldu. Perakende açısından yılın en hareketli zamanlarından biri olan Anneler Günü'ne dair satış detaylarını ve küçük ev aletleri pazarındaki hareketliliği GfK bizlerle paylaştı. GfK (An NIQ Company) Perakendeci Hizmetleri Direktörü Serkan Bektaş'ın yorumları ve Anneler Günü özelindeki satış verilerini içeren grafikleri sizler için derledik.

SNG Yazılım müşterilerinin iş süreçlerinin yönetiminde ve kontrolünde işlerini kolaylaştırmaya hedefleyen Perakende Modülü, Saha Takip Modülü, İnsan Kaynakları Modülü, Eğitim Modülü, Masraf Yönetim Modülü, İş Takip Modülü ve Demirbaş Yönetim Modülü gibi çeşitli modüllerle perakende sektörüne hizmet veriyor. Özel yazılım çözümleri üreten firmanın Genel Müdürü Gürol Şengel ile şirketin çalışma alanları ve hizmetlerine yönelik bir söyleşi gerçekleştirdik.

Kariyerine çok farklı işler sığdıran, 2020 yılından bu yana beyaz eşya bayiliği yapan, aynı zamanda yazar olarak edebiyat dünyasının içinde var olan bir isim Turhan Eyüboğlu. Eyüboğlu ile ilginç kariyerini, yazarlık çalışmalarını ve beyaz eşya sektörüne dair görüşlerini konuştuk.

YENİ UĞUR BUZDOLAPLARI BİR HARİKA!

Harika özellikleriyle Uğur Buzdolapları
şimdi tüm bayilerde.



SÜPER
SOĞUTMA



NEM KONTROLLÜ
SEBZELİK



GELİŞMİŞ
KOKU FİLTRESİ

YENİ
ÜRÜN



INVERTER
KOMPRESÖR

UES470

UES540


NO-FROST






10 YIL
KOMPRESÖR
GARANTİSİ



 **UĞUR**

 444 84 87

    /UGURSOGUTMA

Dünyada 150'den fazla ülkeye ürettiği pişirici ve soğutucu ürünlerini ihraç eden Sersim iç piyasaya açılıyor

Sersim 47 yıllık üretim deneyimini ve dünyanın hemen her yerine ürün ihracatıyla yurt dışındaki tecrübesini iç pazarda yeni oluşturduğu Tecna ve Usto markaları ile müşterilerinin hizmetine sunuyor.



Kubilay Yeşilmen Sersim Genel Müdür Yardımcısı

Firmanız tarihçesinden bahsedermisiniz? Ne zaman ve nasıl kuruldu?

Firmamız 1977 yılında Türkiye'nin ilk entegre katı yakıt sobası üretimine başlayan bir aile şirketi olarak kurulmuştur. Beyaz eşya sektörüne 1997 yılında adım atmış, teknolojik gelişmelere de hızlı bir şekilde uyum sağlayarak ürün yelpazesini genişletmiştir. 2004 yılında ankastre pişirici grubu ürünlerinin üretimine, 2015 yılında da soğutucu yatırımı ile derin dondurucu ve ticari soğutucu ürünlerinin üretimine geçmiştir. Türkiye'de ilk 500 sanayi kuruluşu arasında yer alan ve 2000'den fazla çalışana sahip olan Sersim, İbrahim Ustaoglu ve oğlu Mehmet Ustaoglu önderliğinde üretim alanlarını genişleterek faaliyetine devam etmektedir.

Kayseri'nin 215 bin m² ile en büyük fabrikalarından birine sahipsiniz. Fabrikasının özelliklerinden bahsedermisiniz? Ne tür ürünler üretiyor, hangi markalarla hem yurt içinde hem de yurt dışında faaliyet gösteriyorsunuz?

Kayseri Serbest bölgede 215.000 m² alan üzerine kurulu, yılda 6 milyon adet üretim kapasitesine sahip fabrikamız, 1.200'den fazla global müşteriye hizmet vermektedir. Kendi markalarının yanı sıra dünyanın en değerli markalarına da üretim yapan Sersim 150'den fazla ülkeye ihracat yapmaktadır. 2023 yılı son çeyrek itibarıyla yurt içinde de Tecna ve USTO markalarımız ile faaliyet göstermekteyiz. Yıllık 10.000 farklı konfigürasyon ürün imalatı ile talebe göre özel üretim yapabilmeyi, farklı tasarımlarla geniş ürün

yelpazesine sahip, üretimindeki coğrafi konumu sayesinde kolay sevkiyat avantajı ile müşterilerinin önemli bir çözüm ortağı olmuştur. Solo ve Ankastrre Pişirici ürünleri, Çok Amaçlı Pişiriciler, Ticari Soğutucular, Derin Dondurucu ve Buzdolapları imalatı yapmaktadır. 2018 yılında Wi-Fi ankastrre fırın üretimine başlamış, slim panel ankastrre fırın üretimi, buhar destekli ve Air Fry pişirme özellikli fırınlarına ek olarak Induction üretim hattını da açmıştır. Türk Patent Enstitüsü tarafından 200'den fazla Patent ve 1300'den fazla Tasarım tesciline sahiptir. Yeni yapılan idari binamız içerisinde de 550m²'lik alana sahip showroomumuzda 200'den fazla ürünü sergilemekteyiz. Mevcut fabrikalarımıza ek olarak fabrikamızın yanındaki 200.000 m²'lik alanda yeni yatırımlarımız da olacak

TECNA markası ile sektörde yeni bir heyecan yarattınız, yurt içindeki bayilik teşkilatınızı nasıl yapılandıryorsunuz? Gelecekteki planlarınız nelerdir?

Firmamızın üçüncü nesil yöneticisi olan Mehmet Ustaoglu önderliğinde iç pazar stratejimizi oluşturduk. Öncelikle TECNA markamızı ve kalitemizi Türk tüketicisiyle buluşturmak üzere satış ağıımızı genişletme faaliyetlerine ve bayilik teşkilatımızı kurmaya başladık.300 çeşit pişirici ve soğutucu ürün gamımızı, 230'dan fazla satış noktasında tüketicilerimiz ile buluşturduk. Satış sonrası hizmetler olarak; tüketicimizle



direkt bulduğumuz Call Center hizmetimiz ile tüketicilerimizle birebir ilgilerek 200 üzerindeki servis ağıımızla tüketicilerimize uzman servislerimizle hizmet veriyoruz, 24 saatte montaj yapma hızımızı daha da geliştiriyoruz.2025 itibarıyla de USTO markamızı daha üst segmentte seçkin satış noktalarında hizmetle buluşturmak üzere organizasyonumuzu yapıyoruz.

Çok büyük bir beyaz eşya üreticisisiniz ancak sizi beyaz eşya sektörünün çatı kuruluşu Türkbess'de görmüyoruz. Bu konudaki düşüncelerinizi alabilir miyim?

Yurt içi pazara yeni girmiş olan Sersim firması markalarını temsilen Türkbess üyesi olmak 2025 yılı planlarımız içerisinde.





“

Firmamızın üçüncü nesil yöneticisi olan **Mehmet Ustaoglu** önderliğinde iç pazar stratejimizi oluşturduk. Öncelikle TECNA markamızı ve kalitemizi Türk tüketicisiyle buluşturmak üzere satış ağımızı genişletme faaliyetlerine ve bayilik teşkilatımızı kurmaya başladık.

”

İç piyasaya açılımanız ekonominin durağan bir dönemine rastladı. Piyasalar ve sektörün durumu nasıl, ürünlerinize yönelik talep durumu ne durumda? Özellikle derin dondurucu konusunda önemli bir markanızın tüketicinin bu tarz ürünlerinize karşı ilgi ve alakasını anlatabilirsiniz?

Enflasyona karşı alınan tedbirler, taksitlerin azaltılması gibi faktörler her ne kadar piyasaları daraltmış olsa da daralan piyasada oluşturduğumuz güçlü bayi ağımız ile dikkate değer satışlar yakalamış durumdayız. Derin dondurucu sezonunu bağlantılar ile hazırlıklı

girmemizle birlikte stoklarımızı tüketerek geçirdik. Üretimimiz tam kapasite ile devam etmesine rağmen talepleri karşılamakta zorlandık. Bu anlamda iyi bir sezon geçirdiğimizi, tüketicilerimizin yüksek kalitedeki ürünlerimizi tercih ettiğini ve yeni bir marka olmamıza rağmen rakiplerimizin dikkatini çektiğimizi ifade edebilirim. Benzer şekilde pişirici grubu ürünlerimizin de tercih edilme ve satış hızı yüksektir. Ankastre ürünlerde ise piyasadaki bireysel konut satışlarının azalmasına bağlı şekilde bir daralma olduğunu ancak proje ve toplu gelen talepler eşliğinde satışlarda ivmenin düşmediğini gözlemliyoruz.

Bundan sonraki pazarlama faaliyetlerinizden söz eder misiniz?

TECNA markalı ürünlerimizi piyasaya yeni sürmüş olmakla beraber gelen tercihlere göre tüm ürün gamımızı yeniliyoruz. 2024 Q4'te yepyeni bir ürün gamı ile sahada olacağız. Bu anlamda Dağıtım Kanalı dergisi ile başladığımız tanıtım faaliyetlerimize Eylül ayındaki ZUCHEX fuarında Salon 1 A30-B30'da yeni ürün gamımızı bayilerimize ve tüketicilerimize tanıtarak, ulusal ve yerel olarak reklam ve pazarlama faaliyetlerine devam ediyor olacağız. Online mecra ve sosyal medyayı yoğun kullanacağız. Çeşitli sponsorluklarla ürünlerimizin tüketicilere getirdiği pratiklik ve kullanım kolaylıklarını uygulamalı şekilde gösteriyor olacağız.

Bundan sonra hem üretim konusunda hem de yeni markalar konusunda hedefleriniz nelerdir?

Uzun vadeli olarak ülkemizin önemli sanayi üreticileri arasındaki yerimizi yeni fabrikalar kurarak daha yukarılara taşımayı hedefledik. Önümüzdeki 5 yıl içerisinde öncelikle yeni fabrikaları devreye alarak, ürün gamımızı genişletmeyi planlıyoruz.

Dış pazar için hali hazırda üretiyor olduğumuz çok seçkin özel ürünlerimizi, kendi bünyemize aldığımız Dünya markaları ile üst segment bir ürün gamı ile farklı bir kanala, mimari pazara sunmayı hedefledik.

Kısa vadeli olarak ise TECNA ve USTO markalarımıza hem ürün hem satış kanalı olarak pazarda belirgin bir yer edindireceğiz.

Fuarda ilk olarak sergileyeceğimiz yeni ürünlerimiz olan; Tezgâh seviyesi Derin Dondurucu, 250lt ve 450 lt Buzdolaplarımızı ve dikkat çekici değişik tasarıma sahip Mini dolaplarımızı tüketicilerimize sunacağız.

Pazarda gördüğümüz bir fırsat alanı ise diğer güçlü yanımız olan ticari soğutucu grubunu da bu pazarda bireysel tüketicilere sunuyor olacağız.

Artan talepler karşısında üretim adetlerini arttıracak şekilde yeni bantlar kurup, üretim kapasitemizi artıracacağız. Mini fırınlara yeni bir boyut kazandırarak piyasada muadili olmayan çok işlevli "Multi Cooker" ürünlerimizi piyasaya sunduk. Bu anlamda Multi Cooker üretimlerimizi yeni fabrikamızda kurduğumuz bantlara taşıyoruz, Soğutucu üretim bantlarını arttırıyoruz.

Dört Mevsim Boyunca Doğanın Tazeliğini ve Sağlığını Sofranıza Taşıyın!

Tecna geniş ve kullanışlı çekmecelere sahip derin dondurucusu ile dört mevsimin en sevilenleri her zaman sofranızda.



ZUCHEX

19-22 Eylül 2024

Salon: 1

Stand: A30 - B30

Ziyaretinizi Bekliyoruz.

Her mevsimin tazeliğini derin dondurucularımızla saklayarak, doğanın sağlık dolu lezzetlerini sofranıza getirin. Tecna olarak, hem pişirici hem de soğutucu ürünlerimizle bu fuarda yer alıyoruz ve mutfaklarınıza yenilik ve kolaylık getiriyoruz.

tecna



 TecnaTurkiye

0850 225 03 52
www.tecna.com.tr

sersim kuruluşunun bir markasıdır.

Cezve/İbrik Dünya Şampiyonası Arzum OKKA ana sponsorluğunda World of Coffee Kopenhag'da gerçekleştirildi

Arzum OKKA, Türk kahvesinin tanıtımının yanı sıra dünyanın dört bir yanındaki baristaları ve kahve kültürlerini desteklemeye devam ediyor. Geçtiğimiz yıl Cezve/İbrik Dünya Şampiyonası'nın diamond sponsorluğunu üstlenen Arzum OKKA, bu yıl 27-29 Haziran tarihleri arasında World of Coffee kapsamında Kopenhag'da düzenlenen şampiyonanın ana sponsoru olarak barista ve kahveye olan desteklerini taçlandırdı. Arzum OKKA, ayrıca şampiyonada Türkiye adına mücadele eden, 2023 SCA Türkiye Ulusal Cezve/İbrik Şampiyonu Kevser Atmaca'nın da sponsorluğunu üstlendi.

Türk kahvesinin dünyadaki bilinirliğini artırma çalışmaları kapsamında şampiyonaya ana sponsor olan Arzum OKKA, demo alanında yenilikçi ve inovatif ürünlerini sergiledi. Dünyanın en eski kahve pişirme metoduna yeni bir soluk getiren Arzum OKKA Türk kahvesini sadece baristaların değil, herkesin rahatlıkla yapabileceği mesajını Kopenhag'dan tüm dünyaya duyurdu. Şampiyona birincisi Fransa temsilcisi Jordan Tachnakian, ikinci Arzum OKKA'nın sponsor olduğu Türkiye temsilcisi Kevser Atmaca,

üçüncü ise Ukrayna temsilcisi Ivan Bilousov oldu. Dördüncü ve beşincilik derecelerinin sahipleri ise sırasıyla İtalya temsilcisi Emanuele Bernabei ve Kanada temsilcisi Ply oldu. Şampiyona kazananlarına Arzum temsilcileri tarafından ödülleri verildi.

Arzum Ticaretten Sorumlu Genel Müdürü Serhan Giray, "Arzum ve Arzum OKKA'nın Türk kahvesini ve kültürünü dünyaya yaymak, daha fazla insanın Türk kahvesini tanınması adına sponsorluklarımıza aralıksız bir şekilde devam ediyoruz. Yerel ya da uluslararası arena fark etmeksizin kahvemizin kokusunu, tadını, içinde yatan kültürel zenginliği dünyaya duyurmak adına ana sponsor olduğumuz Cezve/İbrik Dünya Şampiyonası bu anlamda oldukça değerli bir fırsat. Sponsorluğumuzla dünyanın dört bir yanından gelen baristaları ve kahve ustalarını inovatif ürünlerimizle tanıştırdık. İkramlarımızla birçok kahve ustasının hafızasına yer ettik. Türk kahvesi baristalarının elinde onlarca farklı lezzete dönüştü. Bizim için bir diğer önemli gurur da şampiyonada ülkemizi ve Türk kahvesini temsil eden 2023 SCA Türkiye Ulusal Cezve/İbrik



Şampiyonası'nın birincisi Kevser Atmaca'nın sponsoru olmamızı. Arzum OKKA olarak, şampiyonada mücadele eden her kahve ustası ve özellikle Kevser Atmaca'nın yanında olmaktan büyük bir mutluluk ve heyecan duyduk." diye konuştu.

Barista Craft Şampiyonası ile İstanbul'da kahve rüzgârı esecek

Dünya genelinde kahve mikoloji kültürünü genç yeteneklerle buluşturmanın önemine inanan DaVinci Gourmet, kahve topluluğunu hem teknik mükemmellik hem de yaratıcı zanaatı destekleyen bir içecek çözümleri markası olarak içecek sanatçılarına mükemmel çözümler sunma misyonunu sürdürüyor. Dünyanın en büyük lezzet ve beslenme çözümleri şirketi Kerry'nin bir parçası olan DaVinci Gourmet, içecek uzmanlarının operasyonel gereksinimlerini, hedef tüketicilerini ve sürdürülebilir büyüme trendlerini derinlemesine analiz ederek onlar için en kaliteli malzemelerle içecek başyapıtları yaratmalarına ilham veriyor.

Yarışmanın jüri üyeleri arasında gastronomi alanındaki bilgi ve deneyimlerini birçok platformda paylaşan ve danışmanlık hizmeti sunan Oğul Türkkkan, 2016, 2017 ve 2019 yıllarının Türkiye barista şampiyonu

olup, uluslararası birçok yarışmada jüri olarak görev alan Nisan Ağca ve 2011 yılında Londra'daki "Shaker Bar School"da Molecular Mixology eğitimi alarak Türkiye'nin ilk "Moleküler Miksologjist" sertifikasına sahip miksoloji uzmanı olan Bülent Sefer yer alıyor. Jürinin önüne çıkacak olan baristalardan DaVinci Gourmet ürünleriyle bir sıcak ve bir soğuk kahve bazlı içecek hazırlamaları isteniyor. Birinci olan barista, 50.000TL'lik ulusal ödülü yanı sıra Singapur'da düzenlenecek büyük finale katılmaya hak kazanacak. İkinci olan yarışmacı 30.000TL, üçüncü olan yarışmacı ise 15.000TL'lik ödülü almaya hak kazanacak. Kazananlar, kahve bazlı yaratıcı reçeteler, barista yetkinlikleri ve aroma & tat eşleştirme kriterlerine göre belirlenecek.



Tazelik de Kalite de Garanti Altında...

7 yıl garantili ev tipi yatay ve çekmeceli
derin dondurucular Şenocak'ta.



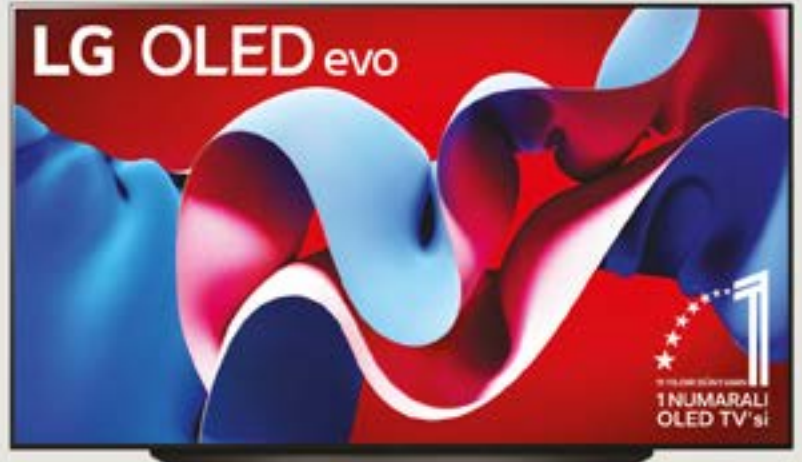


Daha fazlası için ziyaret edin

lg.com/tr



Life's Good.



Hayatı güzelleştiren teknolojileri
LG Brandshop mağazalarında deneyimleyin

Tecrübemizi çok ince, adeta bir dantel gibi işleyerek, satış hedeflerimizi her yıl %50 artırıyoruz

“Klima pazarında başarılı olmak için doğru hedef kitleye odaklanmak, güçlü bir pazarlama ve satış stratejisi geliştirerek ve müşteri memnuniyetini ön planda tutmak önemlidir. Bu adımları uyguluyoruz.”



Mustafa Berkay Öztüz Panalı DTM San.ve Tic. A.Ş. Yönetim Kurulu Üyesi

Bize Panalı A.Ş.'yi tanıtır mısınız, firmanız ne zaman kuruldu, nasıl kuruldu, kim kurdu?

Firmamız 1999 yılında çok sayıda köklü üretici markalara ait beyaz eşya, elektrikli ev aletleri ve elektronik ürünler sunan dayanıklı tüketim malları sektöründe faaliyetlerine başlamıştır. Bir aile şirketiyiz, Ali ve Özlem Öztüz tarafından kurulduk. Müşteri tüketim ve ihtiyaçlarını yakından takip eden firmamız, bugün “Panalı” markasıyla ithalatını yaparak toptan ürün tedariki sağladığı ev-bahçe dekorasyon ürünlerine ait Panalı Dekoratif ürünlerin satışına başladı. Yeni markamız ile yaşam alanlarını güzelleştiren şık ve kullanışlı dekoratif ürünleri tüketicilerle buluşturuyoruz.

Firmamız 25 yılı aşkın süredir dayanıklı tüketim malları ile sektöründeki tecrübesini Airfel Klima Grubu Marmara Bölge Distribütörü olarak devam ettirmektedir. Airfel'in markası Daikin, Türkiye'nin iklimlendirme alanındaki en tanınan markalarından birisidir. Firmamız başlangıçta Airfel mobil klima dağıtıcısı olarak başlamıştı, daha sonra Marmara Bölge Airfel klimaların dağıtıcılığını alarak sektördeki tecrübesini Daikin ile birleştirerek sektördeki güçlü firmalardan biri haline geldi.

2023 yılında Alarko Holding'in Carrier markalı ısı pompasının Türkiye dağıtıcılığını aldık. Isı pompası daha çok doğalgazın yaygın olmadığı yerlerde tercih ediliyor fakat gelecekte Avrupa Birliği'nin yeşil enerji alanında yaptığı teşvikler ülkemizde uygulanırsa daha da yaygın kullanım alanı olacağını bekliyoruz, umuyoruz.

airfel

Daima senden yana



LVA125A / LVA140A



LZAS125AB



LZAS140AB

LPCY35BM



airfel
Daima senden yana



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



Berkay Öztüz kimdir? Kısaca kendinizi tanıtır mısınız?

1995 yılında Adana'nın Ceyhan ilçesinde doğdum. Çocukluğumda çok hareketli olup yerimde duramadığım için babam futbol okuluna yazdırdı ve 18 yaşına kadar futbol oynadım, Fenerbahçe Akademi Ligi'nde futbol okuluna gidiyordum. Daha sonra Zeytinburnuspor'a transfer oldum. Futbol hayatım 18 yaşına geldiğimde bitti çünkü üniversiteyi kazanmıştım. Ve İzmir'i çok sevdiğim için 2014 yılında İzmir'in Bornova ilçesinde bulunan Yaşar Üniversitesi Uluslararası İlişkiler (İngilizce) Bölümü'nde üniversite eğitim hayatıma başladım. Eğitimim devam ederken Koç Holding firmasının şirketi olan Zer A.Ş.'de yaz stajı yaptım. 2017 yılında Fatih Belediyesi Gönüllü Turizm Elçileri Programında Süpervizörlük görevi üstlendim, eğitim hayatım süresince siyaset bilimi ve dış politikalar, göç ve Avrupa Birliği gibi alanlarda seminerlere katıldım. Çok severek tercih ettiğim ve onur öğrencisi olarak mezun olduğum bölümümden sonra aile şirketimize katılmaya karar verdim. Çünkü satış yapmaya ilgim vardı, farklı insanlarla anlaşabilmek, arkadaş olabilmek hem de Türkiye'yi gezerek çalışmak tam bana göre idi.

Şu an şirkette yönetim kurulu üyesiyim. Airfel klima ve Carrier ısı pompalarının satışından sorumluyum ve market araştırmaları yapıyorum. Şirketimiz yeni bir sektöre atılım yapacağı veya bir ürün grubu ekleyeceğimiz zamanlarda etkili oluyorum. Kısacası girişimciyim diyebilirim.



Panalı A.Ş olarak hangi alanlarda faaliyette bulunuyorsunuz detaylı anlatır mısınız? Özellikle satış ve pazarlama faaliyetlerinizden söz eder misiniz?

Dayanıklı tüketim malları, iklimlendirme sektörü ve dekoratif ürünler ithalatı yapmaktayız. Sektöre başladığımızda kurduğumuz İstanbul Sirkeci Altınhan'daki perakende beyaz eşya mağazamız hala faaliyetine devam etmektedir. Ayrıca Panalı Dekoratif olarak ithalatını kendimizin yaptığı ev ürünleri, bahçe mobilyaları, dekoratif ürünler hasır sepetler vb. gibi birçok ürünü Türkiye'nin birçok iline tedarik etmekteyiz, dekoratif ürünler tarafına tanınan ve kurumsal dev mağazalara ürün tedarik etmekteyiz. Carrier ısı pompası Türkiye dağıtıcısıyız. Klima pazarında başarılı olmak için doğru hedef kitleye odaklanmak, güçlü bir pazarlama ve satış stratejisi geliştirerek ve müşteri memnuniyetini ön planda tutmak önemlidir. Bu adımları uyguluyoruz.

Sektörümüzün duayen isimlerinden olan Ali Canitez ile çalışıyorsunuz, Ali Bey ile çalışmak nasıl bir duygu kendisinden ne tür destek ve yardımlar alıyorsunuz?

Ali Canitez ile çalışmak büyük bir şans. Bizim için sadece bir yönetici değil bir abi ve bir dost... Birlikte olduğumuz çok eskiye dayanmakta. Kendisi sektördeki en tanınan ve en tecrübeli yöneticilerden biri. Aldığı kararlarla ve izlediği satış ve pazarlama stratejileriyle şirkete ve sektöre büyük katkı sağlayan bir yönetici. Ben de kendisinin tecrübelerinden faydalanarak kendimi bu alanda geliştirmeye çalışıyorum. Çünkü herkes iyi bir takım kaptanı olamaz.

Özellikle klima alanında yaptığınız çalışmalarla sektörde adınızı çok duyurdunuz, şu anki ekonomik konjonktür'de klima satışlarınız nasıl gidiyor, bu konudaki faaliyetleriniz projeleriniz nelerdir ve hedefleriniz nelerdir?

Biz sektördeki yılların birikimi olan tecrübemizi çok ince, adeta bir dantel gibi işleyerek, satış hedeflerimizi her yıl %50 arttırarak, yıllık 40-50 bin adet klima satışı gerçekleştiren bir firma haline geldik. Daikin Türkiye'nin desteği ile birlikte iklimlendirme sektöründeki yerimizi güçlendirerek devam edeceğiz.



Aqua Comfort Serisi Monoblok Isı Pompası



Carrier Isı Pompasının
Wi-Fi özelliği ile
akıllı cihazınız nerede,
kumandanız orada...



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

Anneler günü haftasında en fazla tercih edilen kategori, Airfryer etkisi ile Elektrikli Fritöz oldu



Serkan Bektaş GfK (An NIQ Company) Perakendeci Hizmetleri Direktörü

Anneler günü, KEA kategorisi için her zaman yılın en renkli ve heyecanlı geçen zamanıdır. Avrupa ülkelerine kıyasla ülkemizde tüketicinin, bu özel günde, bu ürünlere çok daha fazla eğilim gösterdiğini biliyoruz. Son iki yılda ise, markalar ve perakendecilerin yaptıkları kampanyaların da etkisi ile, Anneler Günü haftası olan 19. haftada KEA (Küçük Ev Aletleri) satışlarının çok daha fazla arttığını görmekteyiz. Hatta 2023 yılında KEA kategorisi olarak değerlendirdiğimizde, Black Friday haftasını da geride bırakan seviyede bir satış gördük (USD ciro). 2024 yılında ise 19.hafta KEA hacmi, 2023 yılı ile çok benzer şekilde yüksek seviyede gerçekleşti. 2023 öncesinde, pandeminin de etkisi ile birlikte bu kadar yüksek artışlar görmemiştik ve ciro da Black Friday haftasının gerisinde idi.

Anneler günü haftasında, ortalama bir hafta adedine göre en fazla tercih edilen KEA kategorilerini ele aldığımızda, en başta geçen yıl da olduğu gibi, Airfryer etkisi ile Elektrikli Fritöz kategorisi yer aldı. Bu kategorinin satışlarında, 2023 yılına kıyasla düşüş görülse de, 2024 ilk 26 hafta ortalamasına göre kıyasladığımızda haftalık

ortalama 22 bin adet satılarken 19. Haftada %268 artışla 81 bin adetlik bir hacme ulaştığını gördük. Bu mantıkla bir sıralama yaptığımızda, en tepede yer alan diğer kategoriler ise %234 artış ile Türk Kahvesi Makineleri, %184 artış ile El Blenderleri, %174 ile Mutfak Robotları ve %169 artış ile Çay Makineleri oldu.

2023 yılının Anneler Günü haftasına göre bu yıl en fazla artış gösteren (adetsel) KEA kategorilerine baktığımızda ise, başı %140 artış ile Lazer Epilasyon Aletleri çaktı. Sonrasında gelen kategoriler ise sırasıyla Ağız Bakım Aletleri (Elektrikli Diş Fırçaları), Şarjlı Dikey Süpürgeler, Mutfak Robotları ve El Mikserleri olarak görüldü.

Artış oranlarından bağımsız olarak 19.haftada adetsel olarak en fazla satış yapan kategorileri de değerlendirdik. Bu değerlendirmede dikkat edilmesi gereken husus ilgili kategorinin Anneler Günü dışındaki haftalardaki hacminin de göz önünde bulundurulmasıdır. Bundan dolayı yukarıda ortalama bir haftaya göre Anneler Günü haftasında oluşan büyüme oranlarına değinmiştik. Toplam satış adedi

olarak değerlendirdiğimizde, en üstte 168 bin adet ile Sıcak İçecek Hazırlama kategorisini görüyoruz. Bu kategori altında ise 168 bin adedin 96 bin adedi Türk Kahve Makinelerinden geldi. İkinci sırada Elektrikli Süpürgeler yer aldı ve 136 bin adetlik bir satış görüldü; bu satışların 43 bin adedi Şarjlı Dikey Süpürgelerden, 32 bin adedi ise Robot Süpürgelerden geldi. Üçüncü sırada ise Gıda Hazırlama kategorisi yer aldı. Bu kategorideki toplam 104 bin adedin satışı da El Blenderlerinden oldu.

Son olarak KEA toplam satış adetlerinin haftalık liderpanelde online satış oranlarını inceledik. Haftalık Liderpanelde geleneksel kanal yani bayi satışları bulunmadığından bu şekilde baktığımızda KEA online oranını Panelmarketteki orana göre daha yüksek görmekteyiz; öncelikle bunu belirtmekte fayda var. Fakat burada vurgulamak istediğimiz asıl konu Anneler Günü haftasında online satış oranının ortalama bir haftaya göre düşmesi. Bunun ana nedeni olarak da tüketicilerin hediye alma kararını geç vermesi veya da online siparişlerinin gecikme riskinden çekinmeleri olarak değerlendirilebilir.

Vantilatör ve Soğutucular

Türkiye'nin lider markası **UFO** olarak; **teknolojik** ve **inovatif** ürünlerimizle sektöre yön vermeye ve geliştirmeye devam ediyoruz. **Konfor** ve **sağlığınız** için **UFO** vantilatör ve soğutucular ile tanışın!



3 Farklı Mod
Seçeneği



Zamanlayıcı
Özelliği



Güçlü Salınım
Özelliği



Uzaktan
Kumanda



UFO

www.ufotr.com

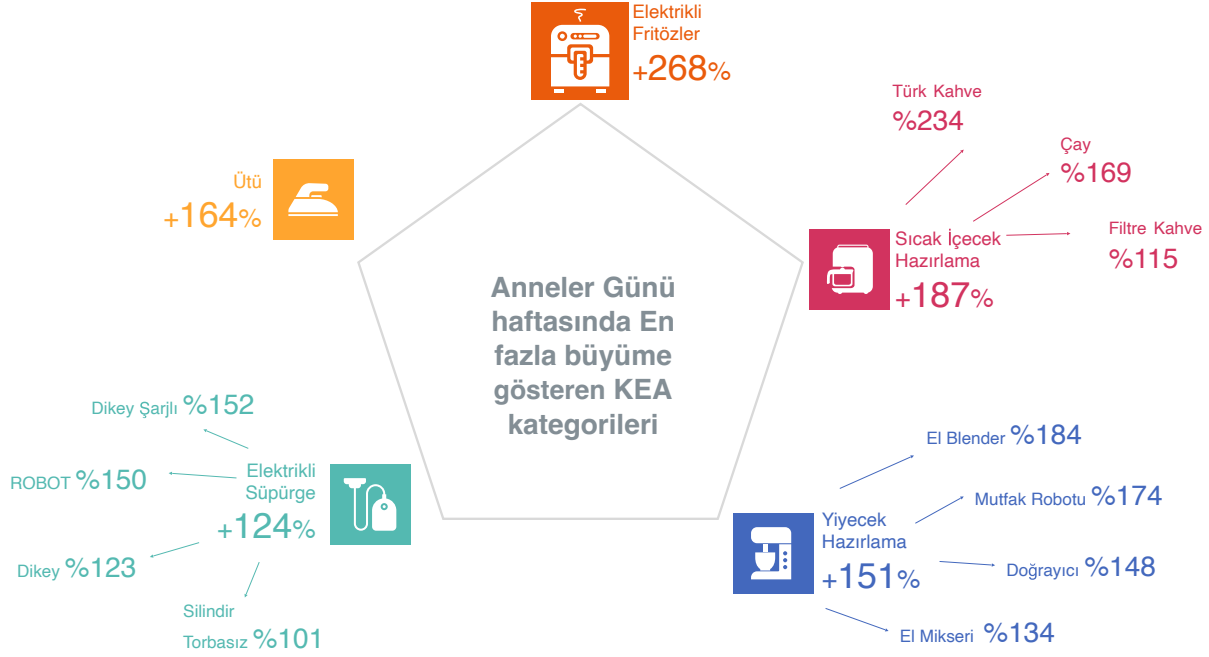


Bayim Ol

X Instagram Facebook YouTube
/ufokurumsal

2024 Anneler Günü haftası ortalama haftaya göre en fazla büyüme gösteren KEA kategorileri

Adet

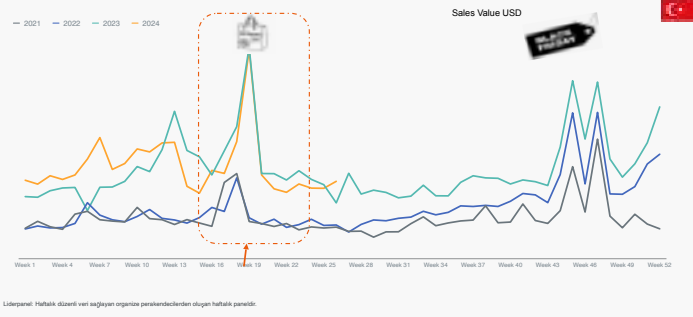


Jul-24

© GfK

2

Haftalık KEA cirosu son iki yıldır Anneler Günü haftasında zirve yapıyor Türkiye Liderpanel KEA haftalık trend (haftalık USD ciro)

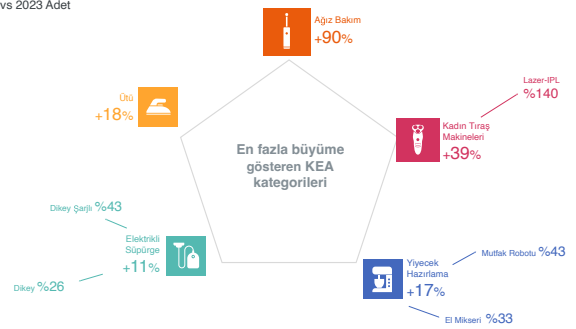


© GfK

1

2023 yılı aynı haftaya kıyasla 2024 Anneler Günü haftasında en fazla büyüme gösteren kategoriler

2024 vs 2023 Adet

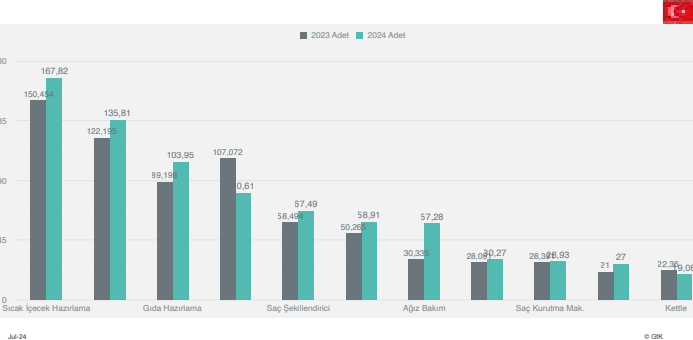


Jul-24

© GfK

3

2024 Anneler Günü haftası en çok satan kategoriler *x1000 adet

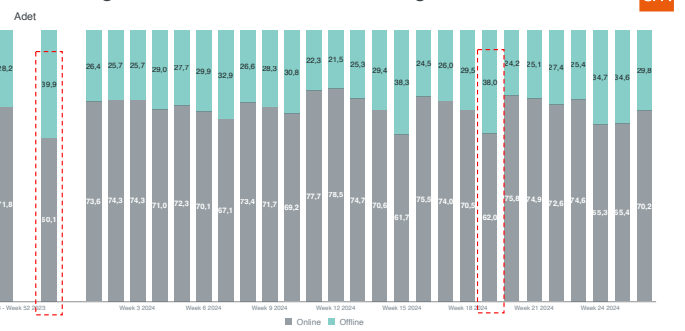


Jul-24

© GfK

4

Anneler günü haftası Online-Offline dağılımı



23-Jul-24

© GfK

5

Tefal | X-FORCE
FLEX 13.60

HEM SİL HEM DE SÜPÜR



SAMSUNG

Benzersiz Gerçeklik



The Frame



GÜRSES
KURUMSAL



/gurseskurumsal



/gurseskurumsal



WhatsApp Hattı: 0 532 413 43 63

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

TCL

INSPIRE GREATNESS



TCL
T-PRO



TCL
P635

TCL'in hayatı kolaylaştıran teknolojileri Şimdi **Gürses**'te!

TCL T-PRO Esintisiz Soğutma

Hafif Esinti moduyla daha konforlu soğutmanın tadını çıkarın, 1422'ye varan mikro deliklerle, hafif, katmanlı bir hava akışı sağlar. Sert, direk gelen soğuk hava akımından kaçının ve üstün ferahlığın önünü açın.

TCL P635 Google TV

700.000'den fazla film ve diziyi tek bir ara yüzden izleyebilirsiniz. Google TV, uygulamalarınızı ve abone olduğunuz platformlardan en sevdiğiniz içerikleri size özel olacak şekilde sunar.

GÜRSES
KURUMSAL



/gurseskurumsal



/gurseskurumsal



WhatsApp Hattı: 0 532 413 43 63

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

Kullanıcıyı ne kadar iyi anlayabilirseniz o derece faydalı bir hizmet sağlamış oluyorsunuz

“Türkiye’deki tüm markalara ulaşarak yazılım çözümlerimizin kullanımını yaygınlaştırmak istiyoruz. Bu sayede markaların iş süreçlerini kolaylaştırarak verimliliklerini artırmak ve operasyonel maliyetlerini düşürmeyi hedefliyoruz.”



Gürol Şengel SNG Yazılım Genel Müdürü

Gürol Şengel Kimdir? Kısaca bize kendinizi tanıtır mısınız?

1984 İzmir doğumluyum. Çok sevgili eşim ve iki harika çocuğumla birlikte İstanbul’da yaşıyorum. Üniversite yıllarıma kadar Aydın ve İzmir’de yaşadım. Sonrasında Eskişehir Anadolu Üniversitesi İşletme Bölümü’nden mezun oldum. Üniversite yıllarında perakende ve elektronik perakende mağazalarında uzun yıllar görev aldım. Mağazacılık alanında Kasiyerlik, Satış Danışmanlığı, Mağaza Yöneticiliği gibi çeşitli görevlerde bulundum. Bu yıllarda başlayan internet siteleri, internet sistemleri merakıyla amatör olarak internet üzerinde siteler yapmaya ve çeşitli yazılı kaynaklarla yazılım öğrenmeye başladım. Elektrik, elektronik, bilgisayarlar çocukluğumdan beri en sevdiğim şeylerdi.

Ne zamandan beri sektörde çalışıyorsunuz? Daha önceki işleriniz ve çalıştığınız firmalar hangileri?

İş hayatına 2002 yılında Migros’ta yarı zamanlı Kasiyer olarak başladım. Sonrasında Teknosa’da Satış Danışmanı olarak uzun yıllar görev aldım. Burası çok severek çalıştığım, çok değerli dostluklar edindiğim bir işti. Sonrasında çeşitli firmalarda Saha Yöneticiliği görevlerinde de bulundum ama o dönemlerde amatör olarak başlayan yazılım serüvenim ve perakende geçmişimle bir e-ticaret girişimim oldu. 4 yıl kadar nealmali.com ismiyle e-ticaret faaliyetinde bulundum. Böylece SNG sistemlerinin ilk versiyonlarını da bu yıllarda kısmen oluşturmaya başladım diyebilirim.

Masraf Yönetim Modülü ile bütçe kontrolü çok kolay.

Masraf Yönetim Modülü'nün kolay ara yüzü sayesinde şirketinizin tüm harcamalarını anında takip edebilir, kolayca raporlayabilirsiniz.





SNG Yazılımı tanıtır mısınız, şirketiniz tam olarak neler yapıyor?

SNG Yazılım olarak, kısaca müşterilerimizin iş süreçlerinin yönetiminde ve kontrolünde işlerini kolaylaştırmaya çalışıyoruz. Perakende Modülü, Saha Takip Modülü, İnsan Kaynakları Modülü, Eğitim Modülü, Masraf Yönetim Modülü, İş Takip Modülü ve Demirbaş Yönetim Modülü gibi çeşitli modüllerle hizmet vermekteyiz.

Yazılımınızı diğer yazılımlardan ayıran en önemli özelliği ne ya da nelerdir?

Ülkemizde elbette çok değerli çalışmalar ve yazılımlar mevcut, özellikle içinde bulunduğumuz ve sürekli yeniliklerle gelişen/değişen ürün ve hizmetlerin olduğu bu dönemde ürünlerin, hizmetlerin birbirine üstün olmak ya da birbirinden keskin çizgilerle ayrılmasının mümkün olmadığını düşünüyorum. Özellikle sunduğunuz hizmet bizim gibi bir yazılım çözümü ise en önemli kriteriniz ister istemez kullanıcı memnuniyeti oluyor.

Kullanıcıyı ne kadar iyi anlayabilir, onun işlerini ne kadar kolaylaştırabilerseniz o derecede faydalı bir hizmet sağlamış oluyorsunuz.

Bizim için her zaman kullanıcılarımızdan gelen geri bildirimler çok değerli olmuştur, bunları ürünümüzü daha iyi hale getirmek için kullandık ve kullanmaya da devam ediyoruz.

“ Özellikle perakende modülümüzden birçok markanın faydalanabileceğini düşünüyorum. Bu modülde birçok özellik mevcut. Örneğin, satış takibi, stok takibi, stoğa göre satışta öncelikli ürün önerme, çalışanların hedef takibi, kampanya ve indirim yönetimi, back marj hesaplama ve akıllı öneriler gibi yenilikçi birçok özelliğimiz bulunuyor. ”

Kimlere hizmet veriyorsunuz?

Hem doğrudan hem de çözüm ortağı olduğumuz firmalarla birlikte hizmet vermiş olduğumuz çok değerli müşterilerimiz var. Herhangi bir sektör ayırımımız yok. Her markaya uygun olabilecek modüllerimiz bulunuyor.

Yazılım sektörü dışardan bakıldığında özellikle kullanıcı şirketler için çok pahalı bir sektör olarak biliniyor. SNG yazılım pahalı bir yazılım mı? Kimler kullanıyor referanslarınız kimlerdir?

Biz tüm modüllerimizde ve müşterilerimizde kullanıcı başı kullandığın kadar öde modeliyle çalışıyoruz.

Bulut tabanlı bir uygulamamız olduğu için de süreç başında herhangi bir kurulum gerekmiyor. Müşterilerimiz kullanmaya başlamadan önce artı bir maliyet yansımıyor. Özetle bu kriterlerle bakıldığında oldukça uygun ücretlerle hizmet verdiğimiz söyleyebiliriz.

Beyaz eşya perakendecileri SNG yazılımı tavsiye ediyor musunuz? Onlara ne tür faydalar sağlıyorsunuz?

Elbette tavsiye ediyorum. Özellikle perakende modülümüzden birçok markanın faydalanabileceğini düşünüyorum. Bu modülde birçok özellik mevcut. Örneğin, satış takibi, stok takibi, stoğa göre satışta öncelikli ürün önerme, çalışanların hedef takibi, kampanya ve indirim yönetimi, back marj hesaplama ve akıllı öneriler gibi yenilikçi birçok özelliğimiz bulunuyor.



Hedefleriniz nelerdir?

Türkiye'deki tüm markalara ulaşarak yazılım çözümlerimizin kullanımını yaygınlaştırmak istiyoruz. Bu sayede markaların iş süreçlerini kolaylaştırarak verimliliklerini artırmak ve operasyonel maliyetlerini düşürmeyi hedefliyoruz.



PHILIPS

OneBlade

OneBlade

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



innovation ✦ you



Arzum yeni yönetim kurulu üyelerini seçti

Arzum, 2 Temmuz'da şirket merkezinde gerçekleştirdiği 2023 Yılı Olağan Genel Kurul Toplantısı'nda görüşülen gündem maddelerini onaylayarak yönetim kurulu üyelerini seçti.



Türkiye'nin önde gelen elektrikli ev aletleri markası Arzum'un Olağan Genel Kurul Toplantısında 2023 Mali Tabloları onaylanarak, Yönetim Kurulu Üyeleri ibra edildi. Yönetim Kurulu Üyelerinin de seçildiği toplantıda ikisi bağımsız olmak üzere toplamda altı kişi Yönetim Kurulu Üyesi olarak belirlendi.

Arzum'un Kamuyu Aydınlatma Platformu'nda (KAP) yaptığı açıklamaya göre; Arzum'un yeni yönetim kurulu üyeleri **Talip Murat Kolbaşı** (Yönetim Kurulu Başkanı), **Yasemin Rezan Kolbaşı** (Yönetim Kurulu Başkan Vekili), **Ali Osman Kolbaşı** (Yönetim Kurulu Üyesi),

Arif Emre Ünal (İcra Kurulu Başkanı & Yönetim Kurulu Üyesi), **Gamze Çuhadaroğlu** (Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi) ve **Cenk Serdar** (Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi) olarak onaylandı. Bağımsız yönetim kurulu üyeleri de dahil tüm yönetim kurulu üyelerinin görev süresi genel kurul tarihinden itibaren 1 yıl olarak belirlendi.

Arzum Mali ve Kurumsal İşlerden Sorumlu Genel Müdürü Arda Altınok Genel Kurul'da hissedarlara yönelik mesajında; Şirketin 20 Mart 2024 tarihinde açıklanan 2023 yılına ilişkin mali tablo ve dipnotlarını özetledi;

"2023 yılında da küçük ev aletlerine olan ihtiyacın artması finansal sonuçlarımızı olumlu yönde etkiledi. Bu anlamda 2023 yılında, bir önceki senenin 2023 yıl sonuna endekslenmiş rakamına oranla satışlarımızı %26,1 oranında artırarak 3,7 milyar TL hasılat elde ettik. Yine geçtiğimiz senenin endekslenmiş rakamlarına göre brüt kâr, cironun oldukça üzerinde bir artışla %99 oranında artarak 1,15 milyar TL olarak gerçekleşti. Ayrıca 2023 yılını 332,5 milyon TL esas faaliyet kârı, 398 milyon TL FAVÖK ile tamamladık. Tüm bu başarılı tablonun sonucu olarak da 2023 yılını 53 milyon TL net kâr ile bitirmiş olduk."

"2023 yılı şirketimiz için finansal başarıların yanı sıra daha fazla kurumsallaşmanın da adımlarını attığımız bir yıl olarak geride kaldı. Bu anlamda gerekli koordinasyonu sağlayarak, kurumsal yönetim bilgi formu, kurumsal yönetim uyum raporunu ve sürdürülebilirlik ilkeleri uyum raporunu da içeren faaliyet raporumuzu pay sahiplerinin bilgilerine sunduk. Bununla beraber, sürdürülebilirlik ve kurumsal sosyal sorumluluk alanında yapmış olduğumuz çalışmalarımızı da yine faaliyet raporumuzda ve sürdürülebilirlik raporumuzda pay sahiplerinin bilgilerine sunduk. 2023 yılında da organik büyüme hedeflerimizden şaşmadan, sürdürülebilir büyüme için çalışmalarımıza devam ettiğimizi söylemek isterim." ifadelerini kullandı.



Klima şikayetleri son bir ayda yüzde 1.173 arttı

Son yılların en sıcak günlerini yaşadığımız şu dönemde, Türkiye'de klima şikayetleri de artışa geçti. Öyle ki 2024'te Mayıs ila Haziran ayları kıyaslandığında şikayetler son bir ayda yüzde 1.173 arttı. Sadece Haziran ayında klimayla ilgili 5 bin 607 şikayet geldi. 2023'ün ilk 6 ayı ile 2024'ün dönemi karşılaştırıldığında şikayetlerin yıllık artış oranı yüzde 477'ye ulaştı. Klimalarla ilgili en çok şikayet edilen konu enerji tüketimi olurken, yetkili servislerle ilgili konular ikinci sırada yer aldı.

Son yıllarda yükselen hava sıcaklığına paralel olarak klima kullanım oranlarında da ciddi artış görüyor. Bu doğrultuda çözüm platformu Şikayetvar, klimayla ilgili verilerini açıkladı. Verilere göre 2024'ün Mayıs ve Haziran ayı şikayet artış oranları kıyaslandığında şikayetler bir ay içerisinde yüzde 1.173 artış gösterdi. 2023'ün ilk 6 ayı ile 2024'ün aynı dönemi kıyaslandığında şikayetleri yıllık olarak yüzde 477 arttı.

Türkiye'de klima kullanım oranı

Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) verilerine göre, İstanbul, Ankara, İzmir gibi metropol kentlerde yüzde 50'leri aşan klima kullanımı oranı; Türkiye genelinde evlerinde kullanım oranı ortalama yüzde 32... İşyerlerinde klima kullanım oranı ise oldukça yüksek. TÜİK verilerine göre 2023'te yüzde 45 olan bu oran 2024 yılında bu oran yüzde 50'nin üzerine çıktığı gözlemleniyor. Ayrıca Türkiye Ulusal Enerji Planı'na göre, enerji tüketimi içinde klima kullanımı önemli bir yere sahip...

Şikayetvar verilere göre klimayla ilgili en çok çözüm bekleyen konular şöyle sıralanıyor:

- Yüksek enerji tüketimine paralel olarak elektrik faturalarındaki artış,
- Klima servis hizmetlerinde yaşanan gecikmeler, yedek parça teminindeki sıkıntılar ve yüksek bakım maliyetleri,
- Kurulum ve montajda yaşanan sorunlar,
- Elektronik aksamda veya kompresörde yaşanan problemler.





ENERJİ TASARRUFLU ve YÜKSEK PERFORMANSLI TEKNOLOJİLER



İhtiyaca özel programlarıyla bulaşıklarınıza maksimum özen gösteren H-DISH 700, enerji tasarruflu ve yüksek performanslı bir yıkama deneyimi sunuyor.

- hOn Uygulaması ile uzaktan yönetim ve ek programlara erişim
- Maxi Tub özelliği (standart ebatlarda bile %10 ek iç alan sağlar)
- Power Wash Etkin Yıkama teknolojili ek su jeti sayesinde suyun ulaşamadığı yer kalmaz



Hakan Zihnioğlu, Jumbo Genel Müdürü olarak atandı



Hakan Zihnioğlu Jumbo Genel Müdürü

Zamansız tasarımlarıyla şık sofraların, mutfakların mimarı olan Jumbo'da üst düzey bir atama gerçekleşti. Hakan Zihnioğlu, 1 Temmuz 2024 itibarıyla köklü, her dönemin tercih edilen 77 yıllık Jumbo markasının Genel Müdür koltuğuna oturdu.

Boğaziçi Üniversitesi Makine Mühendisliği bölümünden mezun olan Hakan Zihnioğlu, kariyerine Boğaziçi Üniversitesi Vakfı, Tefal, Groupe SEB, Furla, perakendede sektöre öncülük eden Boyner ve Nurus'ta üst düzey yönetici deneyimlerinin ardından 2022 yılında Karaca Grup markası olan Emsan'da genel müdürlük yaptı.

Perakende sektöründe geniş bir deneyime sahip olan Hakan Zihnioğlu, müzakere, pazarlama yönetimi, iş planlama ve koçluk alanlarındaki uzmanlıklarıyla dikkat çekiyor.

Hakan Zihnioğlu yeni göreviyle ilgili "Perakende sektöründe kazandığım deneyimler ve geliştirdiğim stratejik bakış açısıyla Jumbo markasını daha da ileriye taşımak için büyük bir heyecan ve kararlılıkla göreve başlıyorum. Jumbo ailesiyle birlikte, müşterilerimize en iyi deneyimi sunarak markamızı daha da güçlendireceğiz." diye konuştu.

MediaMarkt, "Teknolojinin Uzmanları" programıyla çalışanlarını kariyer yolculuğunda destekliyor

Geniş ürün yelpazesıyla teknoloji severlere konforlu alışverişin keyfini yaşatan MediaMarkt, çalışanlarının mağazalardaki alışveriş ve kullanım deneyimine daha fazla katkı sağlamalarını ve kariyer yolculuklarında yeni yetkinlikler kazanmalarını amaçlayan "Teknolojinin Uzmanları" programını başlattı. Program kapsamında, MediaMarkt mağazalarında halihazırda çalışan satış danışmanlarının mesleki yetkinliklerinin ölçümlendiği sınava ek olarak, satış becerileri ve teknoloji bilgileri ile öne çıkan çalışanlar belirlenerek Teknoloji Uzmanı unvanını almaya hak kazanıyor.

Çalışanları yeni becerilerle güçlendirmek ve motive etmek amaçlanıyor

MediaMarkt, bu programla hem teknoloji bilgisi hem de satış becerileriyle öne çıkan çalışanlarını bularak onların bu yetkinliklerini güçlendirmeyi ve çok yönlü fayda sağlamayı hedefliyor. Program kapsamında Teknoloji Uzmanı olmaya hak kazanan satış danışmanları, MediaMarkt'ın Tech Arena konseptli mağazalarını ziyaret etme, sosyal medya reklam ve tanıtımlarında yer alma ve şirket içinde görünürlüğü artırma fırsatı yakalıyor. Bu sayede satış danışmanlarına bilgileriyle öne çıkma, uzmanlıkla farkını ortaya koyma ve sosyal medyada görünür olma şansı tanınıyor.

Çalışanlar sınav ve satış becerilerine göre değerlendiriliyor

Program kapsamında, Teknoloji Uzmanı olmak isteyen satış danışmanları önce çevrimiçi sınava giriyor. Bu sınavdan yüksek puan alan çalışanlardan kendi kategorilerinde seçtikleri bir ürün üzerinden video çekmeleri ve bu videolarda ürün tanıtımını yaparken aynı zamanda satış becerilerini göstermeleri isteniyor. Çalışanların çektiği videolar, farklı departmanlardan yöneticilerin yanı sıra bölge ve mağaza müdürlerinden oluşan bir jüri tarafından tek tek izlenerek



oylanıyor. Bu dönem için sınavı ve tüm süreçleri başarıyla tamamlayan ve Teknoloji Uzmanı olan çalışan sayısı 42 kişi olurken sınav ve mülakatlar ilerleyen dönemlerde de devam edecek. MediaMarkt yeni dönemlerle birlikte her mağazada teknoloji uzmanlarının sayısını artırmayı planlıyor.


ARZUM THERMOGUSTO

Dođrar, Karıştırır, Piřirir.
Tüm İşi Tek Makinede Bitirir.



řef
**MAKSUT
AřKAR**



arzumthermogusto.com 

Yorglass genç kuşaktan tam not aldı

Bu sene sektördeki 50. yılını kutlayan Yorglass, yarım asırlık tarihinde ilklere imza atmaya ve prestijli listelerde yer almaya devam ediyor. Çalışanlarının ihtiyaçlarını anlamayı ve onlara en iyi çalışma ortamını sunmayı öncelik haline getiren, genç yeteneklerin beklentilerini ve değerlerini anlayan, onlara itici güç oluşturacak yenilikçi stratejiler geliştiren şirket, Great Place To Work 2024 En İyi İşverenler Ödülünün ardından, şimdi de genç kuşaklar için harika bir iş yeri deneyimi sunan ve güven ortamı sağlayan organizasyonların yer aldığı Best Workplaces for Millennials™ 2024'ün 1000+ Listesine girdi. Günümüz iş dünyasının en prestijli listelerinden biri olan Best Workplaces for Millennials'a girmenin mutluluğunu yaşadıklarını belirten Yorglass İnsan Kaynakları Direktörü Ayşe Doğruöz, genç kuşağın iş hayatındaki istek ve ihtiyaçlarını karşılamak üzere inovatif İK uygulamalarını sürekli geliştirmeye devam edecekleri mesajını verdi.

Yorglass İK uygulamalarının başarısını bir kez daha tescilledi

Genç kuşak çalışanlarından aldığı yüzde 86'lık oy oranıyla Best Workplaces for Millennials 2024 listesinde yer alan şirketin başarısını değerlendiren Doğruöz; "Yorglass olarak, sadece üretim gücümüzle değil, aynı zamanda yetenek yönetimi uygulamalarımızla da fark yaratıyoruz. İş dünyasına hızlı bir giriş yapan bu kuşağı anlamak, profesyonel iş hayatlarında yanlarında olmak ve gelişimlerine katkı sağlamak amacıyla mekanizmalar geliştiriyor, çalışma kültürümüzü ve İK uygulamalarımızı yeniden şekillendiriyoruz. Çalışma ekosisteminin en geniş popülasyonunu oluşturan genç

kuşağın kariyer yolculuğunu desteklemek için sunduğumuz çeşitli eğitim programları, kişisel gelişim programları ve sosyal etkinliklerle çalışanlarımızın motivasyonunu ve bağlılığını artırıyoruz. X, Y ve Z kuşağından oluşan karma bir jenerasyona sahip şirketimizde farklı nesillerin beklentilerini anlamak ve onlara değer veren bir çalışma ortamı sunmak bizim için her zaman önemli bir öncelik. Yaratıcı ve esnek iş modellerimizi, kişisel ve profesyonel gelişime verdiğimiz destekle birleşerek çalışanlarımızın potansiyellerini en üst düzeyde kullanmalarını sağlamayı hedefliyoruz. Bu başarı, yalnızca bugüne değil geleceğe de yatırım yaptığımız bir göstergesi. Bu yolda bizimle olan tüm ekip arkadaşlarımıza teşekkür ediyoruz." dedi.

Çalışanlarının kariyer yolculuklarına ilham veriyor

50 yıldır cama hayat veren bir işveren markası olarak genç jenerasyon için hem kariyer yolculuğu hem de bireysel gelişim adına çeşitli yollar sunduklarının altını çizen Doğruöz; "Şirketimizin var olma nedenini 'Global Güvenilir Tedarikçi Olmak' olarak belirledik ve bu ilkenin çatısı altında sürekli olarak kendimizi geliştirmek ve daha iyi bir gelecek inşa etmek için çalışıyoruz. Çeşitlilik, eşitlik ve kapsayıcılık çatısı altında; kültürel gelişim ve değişimin bir parçası olan Yorglass Akademi, genç yeteneklerin kariyer yolculuklarını tasarladığımız Yorfuture, yetenekli genç kadınların kariyerlerini desteklediğimiz kadın mentorluk programları, katılımcı bir kültür ile kurulan Gölge İcra ve yeni nesil hedefleri masaya yatırdığımız OKR projeleri ile çalışanlarımızın yanında yer alıyoruz. Kurum içi iletişimi artırmak, aidiyet



Ayşe Doğruöz
Yorglass İnsan Kaynakları Direktörü

duygusunu güçlendirmek ve motivasyonu yükseltmek için kullandığımız yeni nesil İK platformu Ming ve tüm çalışanlarımıza dijital, sürdürülebilir ve bütünsel bir öğrenme fırsatı sunduğumuz e-learning alt yapısı ile geliyoruz ve geliştiriyoruz. Yine şirketimizin çeşitlilik, eşitlik ve kapsayıcılık perspektifinden hareketle 'Her Ses Eşittir' projesini hayata geçiriyoruz. Bu proje kapsamında '50 Yıl, 50 Kadın' mottosuyla başlattığımız kadın mentorluk programımız ile geleceğin kadın liderlerine yolculuklarında rehberlik etmeyi amaçlıyoruz. Başarılı her kadının, iş dünyasında eşit fırsatlara erişebilmesini ve cam tavanlara takılmadan potansiyellerini ortaya koyabilmelerini hedefliyoruz, kariyer gelişimlerini destekliyoruz. 50 yıllık tarihimizde olduğu gibi bundan sonra da çalışanlarımızın kariyer yolculuklarına ilham vermeye devam edeceğiz." diye belirtti.

LG "Cesur İyimserler" marka kitabını sundu

LG Electronics (LG), şirketin iyimserlik ve neşe mesajını tüm dünyaya yaymayı amaçlayan Life's Good girişimi ile uyumlu küresel kampanyasının bir parçası olarak ilk marka kitabını piyasaya sürmeye hazırlanıyor.

Mevcut ve eski LG çalışanlarının büyüleyici hikayelerinin bir derlemesi olan Marka Kitabı, 'LG insanlarını' tanımlayan kararlılık, şefkat ve cesur iyimserliğe derin bir dalış sağlıyor. Kitap, LG'nin üç temel değeri olan 'Ödün Vermeyen Müşteri Deneyimi', 'İnsan Merkezli İnovasyon' ve 'Gülümsemeye Güç Veren Sıcaklık'ın ardından 'Cesur İyimserler'e adanmış dört ana bölümden ve 28 kısımdan oluşuyor.

Marka Kitabı için röportaj yapılanlar arasında, şirketin iyimserlik kültürünü ve herkes için daha iyi bir gelecek yaratma arzularını temsil eden mevcut CEO William Cho da yer alıyor. Kitap, şirketin ABD pazarına girişinden InstaView buzdolabı, LG SIGNATURE OLED R katlanabilir

televizyonu ve ultra hafif LG gram dizüstü bilgisayar gibi çeşitli çığır açan ürünlerin geliştirilmesine kadar LG'nin tarihindeki belirleyici anları kapsıyor. Ayrıca, LG'nin Araç Bileşen Çözümleri Şirketi gibi iş birimlerinin gelecekteki büyümenin temel itici güçleri olmak için nasıl sürekli büyüdüğüne dair içgörüler de sunuyor. Kitap ayrıca, şirketin iyi tanınan Life's Good marka vaadinin arkasındaki hikayeyi de inceliyor.

LG Başkan Yardımcısı ve Marka Yönetimi Bölümü Başkanı Kim Hyo-eun kitapla ilgili şöyle dedi: "Yeni marka kitabımız, çalışanlarımızın hikayelerini ve cesur bir iyimserlik ve amansız bir kararlılıkla birlikte karşılaştığımız ve üstesinden geldiğimiz zorlukları paylaşarak şirketimizin benzersiz kimliğini kutluyor. Ayrıca, akıllı yaşam çözümleri şirketi olma yolculuğumuzda bizi ilerletmeye devam eden inovasyona olan bağlılığımızı da vurguluyor."

'Cesur İyimserler' Marka Kitabının İngilizce versiyonu, bu ayın sonundan itibaren küresel e-kitap mağazalarında e-kitap formatında satışa sunulacak. Satışlardan elde edilen telif gelirleri, LG'nin herkes için Daha İyi bir yaşam yaratma misyonuyla uyumlu sosyal katkı projelerini destekleyecek.



simfer SmartTV modelleri ile

“Gördüklerinizin ötesinde bir deneyime hazır olun!”

NETFLIX

YouTube

Disney+

prime video

twitch



4K
ULTRA HD

DOLBY
DIGITAL

Frameless

HDR 10

simfer

47
yıl

Türkiye beyaz eşya sanayisi ihracat rekabetçiliğinde maliyet baskısı ile karşı karşıya

Türkiye beyaz eşya sanayicileri, Geri Kazanım Katılım Payı (GEKAP) artışları ve gündemdeki Dahilde İşleme Rejimi (DİR) değişikliklerinin sektörün birim maliyetlerini arttırmasının yanı sıra ihracat rekabetçiliğine de olumsuz yansıtılabileceği endişesini taşıyor.

Türkiye Beyaz Eşya Sanayicileri Derneği (TÜRKBESED), 2024 Mayıs ayı sonuçlarını açıkladı. Türkiye'nin lokomotif sektörlerinden Türkiye Beyaz Eşya Sektörü, iç pazardan aldığı güçle bir yıl önce yakaladığı ivmeyi 2024 yılının ikinci yarısında da sürdürmeyi amaçlıyor. TÜRKBESED'in paylaştığı rapora göre Ocak - Mayıs dönemi ihracat bir önceki döneme kıyasla %4 azalma gösterirken, ihracat ve iç satışlardan oluşan toplam satışlar %3 oranında arttı. 6 ana ürünün iç pazardaki satışları geçen yılın aynı dönemine kıyasla %18 oranında artış gösterdi. Bir süredir dış piyasalarda devam eden daralmanın ihracat üzerindeki olumsuz etkilerini iç piyasadaki güçle dengeleyen beyaz eşya sektörü, birçok pazarda da çetin bir rekabet ortamı içerisinde olmaya devam ediyor. İç pazarın canlılığı üretim ve istihdamın korunmasında önemli bir faktör olarak öne çıkarken, sektörün dünya çapındaki gücünü de desteklemesi açısından da kritik önem taşıyor.

2024 yılı için de küresel risklerin değişmeyeceği öngörüsü ile iç satışların son derece önemli olduğuna dikkat çeken Türkiye Beyaz Eşya Sanayicileri Derneği (TÜRKBESED), iç

pazardaki hareketliliğin devamı için ihtiyatlı adımlar beklendiğini paylaştı. TÜRKBESED maliyet baskısı ve uygulama değişikliklerinin sektörün büyüme potansiyelini olumsuz etkileyebileceğine işaret etti.

Artan birim maliyetler ihracat rekabetçiliğini etkiliyor

Dünyanın en büyük ikinci beyaz eşya üreticisi olan Türkiye, son yıllarda küresel pazarlarda artan rekabetle karşı karşıya. Diğer taraftan Geri Kazanım Katılım Payı (GEKAP) tutarlarındaki yüksek artışlar ve Dahilde İşleme Rejimi (DİR) kullanımında yapılması gündemde olan değişiklikler, sektörün birim maliyetlerini artırırken ihracat rekabetçiliğini olumsuz etkileme riskini beraberinde getiriyor.

Geri Kazanım Katılım Payı (GEKAP) uygulamasının sektör üzerinde ciddi maliyet baskısı oluşturduğuna dikkat çeken TÜRKBESED, Ağustos 2023 tarihinden itibaren geçerli olmak üzere %100 oranında artırılan güncel GEKAP birim ücretinin, 2020'deki birim fiyatın 10 katına ulaştığına işaret etti.

Ayrıca, değiştirilmesi gündeme gelen Dahilde İşleme Rejimi'nin (DİR) mevcut haliyle devam etmesinin önemi vurgulandı. Bu kapsamda sağlanan bürokratik kolaylıklar, işlemleri hızlandıran uygulamaların ihracatta teşvik edici bir rol oynadığına dikkat çeken TÜRKBESED, mevcut mekanizmanın devamlılığının sadece



Gökhan Sığın
TÜRKBESED Yönetim Kurulu Başkanı

beyaz eşya değil tüm ihracatçıları olumlu yönde etkileyeceğine işaret etti. TÜRKBESED Yönetim Kurulu Başkanı Gökhan Sığın, konuyla ilgili olarak şunları söyledi: "Sektörümüz küresel pazarlardaki daralmaya rağmen iç pazarda istikrarlı bir trend gösteriyor. İç pazarın canlılığının korunması ve büyümeyi desteklemek adına sektörün üzerinde maliyet baskısını artıracak uygulamaların gözden geçirilmesi kritik önem taşıyor. Net dış ticaret fazlası veren bir sektör olarak ülkemizde cari açığın dengelenmesine sağladığımız pozitif katkıdan daima gurur duyuyor ve destekleyici politikalarla bu ivmeyi sürdürmeyi arzu ediyoruz."

Philips TV & Sound, Avrupalı Tasarıma olan bağlılığı sayesinde 2024 yılında da 5 adet Red Dot Ödülü kazandı

TP Vision, kullanıcılarına yüksek kaliteli Avrupalı Tasarım sunma konusundaki taahhüdü kapsamında Amsterdam'da bulunan özel tasarım ekibine sürekli olarak yatırım yapıyor.

Markanın yaptığı yatırımların sonucu olarak; profesyonel tasarım topluluğundan, perakendecilerden ve Philips TV & Sound müşterilerinden oluşan jüri kararıyla bu sene de 5 yeni Red Dot Ödülü almaya hak kazandı.

70 ülkeden 18 binden fazla katılımcının yarıştığı Red Dot Ödülleri, dünyanın en büyük ve en prestijli tasarım yarışmalarından biri. Red Dot, yaklaşık 70 yıldır markaların iyi tasarıma sahip ürünlerini ve iş süreçlerini farklılaştırmak isteyen şirketleri öne çıkarıyor.

50 Uluslararası tasarım profesyonellerinden oluşan bağımsız bir panel tarafından birkaç gün boyunca süren seçim süreci, ürün tasarımında en iyiyi bulmak amacıyla; "işlevsellik, kalite, ergonomi, inovasyon, dayanıklılık ve ekolojik uyumluluk" faktörlerini oyladı



Fantom

"Yaşamı kolaylaştıran ev aletleri"

HAIR STYLER SK 1700



PROVAC P 5000



FORZA IR 3000



MIXPRESSO KS 1450



KAHVE SAATI KS 1000



ROBOSET BL 1000



GRILLETTA TM 9100

TÜRKBESD: 2023 yılında toplam pazarda %4,5 oranında küçülme kaydettik

Türkiye Beyaz Eşya Sanayicileri Derneği (TÜRKBESD), sektöre ilişkin 2024 yılının ilk yarı verilerini değerlendirdi. Rapora göre 6 ana ürün grubunda geçen yıla kıyasla ihracat %4 geriledi. İç satışlar ise ilk yarıyıda %11 büyürken son 3 ayda küçülme kaydetti. TÜRKBESD Başkanı Gökhan Sığın, yüksek sezon olmasına rağmen iç pazar büyümesindeki yavaşlama ve ihracattaki düşüş trendinin üretim ile istihdam için risk oluşturduğunu belirtti.



Gökhan Sığın
TÜRKBESD Yönetim Kurulu Başkanı

Türkiye Beyaz Eşya Sanayicileri Derneği (TÜRKBESD), sektörün 2024 yılı ilk yarı değerlendirmesini paylaştı. Arçelik, BSH, Dyson, Electrolux, Groupe SEB, Haier Europe, LG, Miele, Samsung, Versuni (Philips) ve Vestel gibi yerli, uluslararası, ithalatçı ve üretici firmaları bünyesinde barındıran TÜRKBESD'in paylaştığı bilgilere göre 6 ana ürün grubunda geçen yıla kıyasla ilk 6 ayda iç satışlarda %11'lik bir büyüme kaydedildi. Ancak bu yılın ilk 3 ayında ortalama %28 olan iç pazar büyümesi son 3 ayda ortalama -%5 seviyesine düştü. İhracatta da azalış trendi devam ederken, bu yılın ilk 6 ayında geçen yılın aynı dönemine göre %4'lük bir azalma kaydedildi. Altı ana üründe ihracat ve iç satışlardan oluşan toplam satışlar yaklaşık 16 milyon adet ile stabil kalarak, geçen yıla benzer seyretti. Bununla beraber, üretim

miktarında bir önceki yıla göre %1'lik artış görüldü.

Yüzde 7'lik üretim hacmi ile Avrupa'nın en büyük, dünyanın ise en büyük ikinci üreticisi olan Türkiye beyaz eşya sanayinin 33 milyon adetlik üretim ve 23 milyon adetlik ihracat kapasitesi bulunuyor. TÜRKBESD Başkanı Gökhan Sığın, 60 bin doğrudan 600 bin dolaylı istihdam alanı sağlayan sektörün Ar-Ge, dijital dönüşüm ve yeşil dönüşüm yatırımlarıyla dünya çapında rekabet ettiğini aktardı.

Sığın, küresel pazarlardaki daralma nedeniyle son 2 yıldır ihracatın düşüş eğiliminde olduğunu belirterek şöyle devam etti: "İç satışlardaki büyümeye rağmen, ihracattaki daralma nedeniyle 2023 yılında toplam pazarda %4,5 oranında küçülme kaydettik. Sektörümüz bugüne kadar kapasite kullanımı ve istihdamda herhangi bir kayıp yaşamadı; ancak ülkemizde ihracatı zora sokacak politikaların bu tabloyu riske atmasından endişe duyuyoruz."

"İç piyasanın gücüne her zamankinden daha fazla ihtiyaç duyuyoruz"

Bugüne kadar sektörün ihracat kaybını iç pazar büyümesiyle dengelediğini hatırlatan Sığın, "Haziran ayında geçen yıla kıyasla iç satışlarımızda %20 oranında bir azalma gerçekleşti. Bu oran son yıllarda gördüğümüz en ciddi küçülmeye işaret ediyor. Son 3 ayda iç satışlarımızda ciddi bir yavaşlama var. Zira bu yılın ilk 3 ayında ortalama %28 olan iç pazar büyümesi, son 3 ayda ortalama -%5 seviyesine düştü. Bugüne kadar ihracattaki düşüşe karşılık sektörümüzü ayakta tutan yegane dayanak iç pazardaki hareketlilik oldu. Üretim seviyemizi yakın zamana kadar korumaya çalıştık ancak bu ay itibarıyla üretimde de %11 oranında azalma gerçekleşti. Yüksek sezon olmasına rağmen iç pazar büyümesindeki yavaşlama ve ihracattaki düşüş trendi üretim ile istihdam için risk oluşturuyor. Haziran ayında ihracat ve iç satışlardan oluşan toplam pazar büyüklüğümüzde karşılaştığımız %10





TÜRK BESD Yönetim Kurulu

oranındaki küçülmenin üretimde kalıcı hale gelerek istihdamı etkileme olasılığından endişe ediyoruz” dedi.

“İç ve dış pazar dengesi beyaz eşya sanayinde sürdürülebilirliğin anahtarı”

Sektörün yüksek küresel entegrasyonunun, yatırımların yeşil ve dijital dönüşüm alanlarına odaklanmasını gerekli kıldığına da ifade eden Sığın, ulusal mevzuatın AB'deki düzenlemeleri kapsayacak şekilde güncellenmesi gerektiğini belirtti. Sığın, bu yöndeki revizyonların sektör özelinde AB ülkelerine olan ihracata katkı sağlayacağını ve ihracat rakamlarına olumlu yansıtacağını öngördüklerini de ekledi.

Üreticilerin verimliliği artırmak, maliyetleri düşürmek için çaba gösterdiğine değinen Sığın, girdi maliyetlerindeki yüksek artışlar ve talepteki daralmanın bu gayrete direnç oluşturduğunu söyledi ve şöyle devam etti: “İç ve dış pazar dengesi beyaz eşya sanayinde sürdürülebilirliğin anahtarı. Tüketicinin alım gücünü ve ihracat rekabetçiliğimizi koruyacak yaklaşımlar, sektörümüzün büyümesine destek olacaktır. Ülkemizin ekonomisine sağladığımız pozitif katkıdan daima gurur duyuyor ve destekleyici politikalarla bu ivmeyi sürdürmeyi arzu ediyoruz.”

“DİR kullanımının kaldırılması veya kısıtlanması, maliyetleri artıracak ve rekabet gücümüzü kaybetmemize neden olacaktır.”

TÜRK BESD Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Fatih Özkadı, 2014-2019 yılları arasında %30 olan adet bazlı ihracat artışının 2019-2023 yılları arasında %6'ya düştüğüne dikkat çekti. “Sanayimizin rekabetçilik gücünü artırmak için ihracatçılarımızın global

pazarda rekabetçiliklerini olumsuz etkileyen yükümlülüklerin yeniden gözden geçirilmesi gerekmektedir. İhracat potansiyelimizi dikkate aldığımızda; beyaz eşya üretiminde ana girdi olan çelik sacların büyük ölçüde yurtdışından temin edilmesi ve bu ürünlerde uygulanan gümrük vergilerinin yüksek olması, Dahilde İşleme Rejimi (DİR) kullanımının önemini artırmaktadır” diye konuşan Özkadı, pandemi sonrası Uzak Doğulu beyaz eşya üreticilerinin AB pazarında artan rekabeti karşısında DİR kullanımının kaldırılması veya kısıtlanmasının, maliyetleri artıracığını ve rekabet gücünü olumsuz etkileyeceğini söyledi.

Mevcut destek mekanizmalarının üretim ve ihracatı gözeterek bütüncül bakış açısıyla ele alınmasının önemi vurgulayan Özkadı, “2005 yılından itibaren AB, Emisyon Ticaret Sistemi (ETS) ve inovasyon fonları ile sanayinin rekabetçiliğini artırmaktadır. Ülkemizde kurulacak ETS'nin de benzer şekilde yönetilmesi ve AB ile uyumlu olması esastır. Bununla birlikte, özellikle ihracatçılar üzerinde önemli maliyet baskısı oluşturan Geri Kazanım Katılım Payı (GEKAP) gibi mekanizmaların bütünsel bir bakışla değerlendirilmesi ve elde edilen gelirlerin sektörlerin dönüşümü için kullanılması son derece kritik önemdedir. Beyaz eşya sektörü, enerji verimliliği sağlayan bir sektör olduğu için ülkemizin ihracat hedeflerine daha çok katkı sağlayabilir” dedi.

“Rekabetçi kalınabilmesi için girdi maliyetlerinin makul seviyelerde tutulması hayati önem taşıyor.”

TÜRK BESD Yönetim Kurulu Üyesi Mehmet Yavuz ise beyaz eşya sektörü olarak, son dönemde ülkemizde başlatılan ithalatta haksız rekabetin önlenmesine ilişkin soruşturmaları dikkat ile takip

ettiklerini ifade etti. Yavuz şöyle dedi: “Özellikle paslanmaz çelik ve polistiren ürünlerine yönelik başlatılan anti-damping soruşturmaları, sektörümüzü doğrudan etkileyecek nitelikte. Damping soruşturması sonucunda ek vergiler getirilmesi, ürün maliyetlerini doğrudan artıracak ve enflasyonu tetikleyecektir. Benzer şekilde, polistiren de beyaz eşya üretiminde önemli bir girdi malzeme. İç piyasada istenilen kalite ve kapasitede üretim bulunmadığından, ithalat zorunlu hale geliyor. Herhangi bir ek vergi, ürün rekabetini ve ihracatımızı olumsuz etkileyecektir.” Sektörün rekabetçiliği için girdi maliyetlerinin makul seviyelerde tutulması gerektiğini vurgulayan Yavuz, sözlerini şöyle sürdürdü: “Bu nedenle, soruşturmaların sektörümüzün ihtiyaçlarının da göz önünde bulundurularak ülkemizin bütüncül çıkarına uygun bir şekilde yürütülmesini talep ediyoruz. Kullanıcı sektörler üzerinde fiyatı arttırıcı etki yaratarak enflasyona neden olabilecek önlemlerden kaçınılmalıdır.”

“Ticaret Bakanlığımız kanunda sahte servislere yönelik yaptırımları içeren gerekli düzenlemeleri gerçekleştirdi”

Beyaz eşya sanayicileri olarak satış sonrası hizmetlerde tüketici memnuniyetinin her daim temel öncelikleri olduğunu belirten TÜRK BESD Yönetim Kurulu Üyesi Semir Kuseyri, tüketicilerin yetkili olmadığı halde kendilerini yetkili servis gibi tanıtan kişiler nedeniyle mağduriyet yaşadığına dikkat çekti. Yakın zamanda kanunda sahte servislere yönelik yaptırımları içeren gerekli düzenlemelerin gerçekleştirildiğini hatırlatan Kuseyri, tüketicilere yetkili servislere arama motorları yerine şirketlerin kurumsal web sitelerinden ya da Ticaret Bakanlığı tarafından oluşturulan servis.gov.tr web sitesi üzerinden ulaşmalarını tavsiye etti.

Beyaz eşya sektöründe beynin her iki lobunu da çalıştırıyorsunuz

Kariyerine çok farklı işler sığdıran, 2020 yılından bu yana beyaz eşya bayiliği yapan, aynı zamanda yazar olarak edebiyat dünyasının içinde var olan bir isim Turhan Eyüboğlu. Eyüboğlu ile ilginç kariyerini, yazarlık çalışmalarını ve beyaz eşya sektörüne dair görüşlerini konuştuk.

Sizi kısaca tanıyabilir miyiz?

Kariyerinizden ve yaptıklarınızdan genel olarak bahsedebilir misiniz?

1960'da Maçka/Trabzon'da doğdum. Trabzon Ticaret Lisesi'ni bitirdim. Trabzonspor altyapısı ve üst yapısında futbol oynadım. Futbolculuk kariyerimde 1976 yılında Gençler Türkiye Şampiyonu olmayı başardık. Bunun dışında Maçkaspor'un kuruculuğunu, antrenörlüğünü ve başkanlığını yaptım. Futbolu bıraktıktan sonra 27 yıl Novartis İlaç'ta çalıştım. 12 yıl Novartis Karadeniz Bölge Müdürlüğü yaptım. 2008 yılında dünyanın en iyi 40 yöneticisi arasına girerek İsviçre'de ödülümü aldım. 2012 yılında emekli oldum. Evli ve iki çocuk babasıyım.

2012 yılında 27 yıl üzerine emekli oldum. Emekli olmamın en büyük nedenlerinden biri de roman yazarlığına başlamak isteyişimdi. Bu tarihe kadar Galip ve Alena, Bunlar Gerçek, Bir Aşk İki Kıyı, Vatan Saklı Maçka olmak üzere dört roman yazdım.

Bildiğiniz üzere ülke sanatına ve edebiyatına katkıda bulunan çok değerli akrabalarım var. Selahattin Eyüboğlu, Bedir Rahmi Eyüboğlu, Ömer Turan Eyüboğlu, İsmet Zeki Eyüboğlu... Bu önemli insanların yazdığı kitapları okuyarak büyüdük. Bu nedenle bende her zaman yazma isteği var olmuştur. Emekli olduğumda yazmamın bende mevcut olan genin imkan bulmasının da etkili olduğunu söyleyebilirim.

Beyaz eşya sektörüne ne zaman ve nasıl ve hangi motivasyonla başladınız?

2020 yılı Haziran ayında beyaz eşya sektörüne adım attım. Şu anda bayiliğini üstlendiğim mağazanın bir önceki sahibinin işi bırakmasıyla devraldım. Halen çalışmalarına devam ediyorum.

Arçelik Bayisi olmak nasıl bir duygu bu duyguyu bizimle paylaşabilir misiniz?

Çok heyecan verici bir iş bu. Beyaz eşya



sektörünün kendisine has bir yapısı var. Beynin her iki lobunu da çalıştırıyorsunuz. Matematiksel ve duygusal zekayı aktif tutuyorsunuz. Bu açıdan oldukça heyecanlı bir çalışma ortamı olduğunu söyleyebilirim.

Son günlerde ekonomik konjonktür işleriniz nasıl etkiliyor?

Maalesef son yıllarda ekonomide yaşanan dalgalanmalar ve kötü gidişat sektörün olumsuz etkiliyor. İnsanların alım gücü azaldıkça satış da aynı oranda düşüyor. Bu da bizim işlerimize yansıyor ister istemez.

Sektörümüzün genel anlamda sizce en büyük sorunu ya da sorunları nedir, çözüm önerileriniz var mı?

Ürünlerin fiyatlarının alıcının gelirinin üstünde artması diyebilirim. Bunun dışında servis ve satış sonrası hizmetlerde olan aksaklıklar ve zaman zaman da ürün bulmada yaşanan eksiklikler.

Burada çözüm servis elemanlarına yapacağı günlük iş kapasitesinin üstünde iş vermemek olabilir. Eksik ürün tedarikinin

bir ayı geçmemesini sağlayacak sistemi de yapılandırmak gerekiyor. Mutlaka fiyatlar artıkça alımı rahatlatacak vadenin korunmasını sağlayacak sistemin de oluşması lazım.

Sektördeki çalışmalarınız haricinde siyasi çalışmalarınız, kitap yazarlığı konusunda ki çalışmalarınız ya da belirtmekten memnun olduğunuz diğer çalışmalarınız hakkında söz eder misiniz?

İş çalışması yazma imkanımı çok kısıtlıyor. Akrabam İsmet Zeki Eyüboğlu, "yazma işi kuma kabul etmez derdi." Yazmak istiyorsan başka bir işle uğraşmayacaksın. Son Nokta gazetesine haftalık yazdığım yazının dışında yazamıyorum. Siyasi çalışmalarına gelince kör topal gidiyor. Türkiye'de siyaset yapmak çok zor. Çoğunluğun gücü azınlığın adaletini hiçe sayıyor. Kısacası gücü eline kim geçiriyorsa o her şeyi yapıyor.



Turhan Eyüboğlu
Arçelik Bayisi, Yazar

KUMTEL®

ÇEVRE DOSTU & EKONOMİK SERİNLİK

DUVAR TİPİ İNVERTER SPLIT KLİMALAR

KMSAC-18 Inverter Split Klima



çevre dostu **R32 gaz** ve **DC Inverter Kompresör** teknolojileri ile her mevsim, yüksek verimde düşük enerji sarfiyatı sağlar.



Sessiz Çalışır



Isıtma ve Soğutma
Bir Arada



Güvenilir
Performans



Şık Tasarım

TÜRKİYE GENELİ
ÜCRETSİZ
KURULUM



FORTUNE
500
2023

ELEKTRİKLI EV ALETLERİ
KATEGORİSİNDE

4.ŞİRKET

kumtel.com | kumtelturkiye/   



2024 yılının ikinci çeyreğini geride bırakırken...

2024 yılının ikinci çeyreğini geride bıraktık. Ekonomik aktiviteyi takip ettiğimiz öncü gösterge Türkiye İmalat Sanayi PMI (satınalma yöneticileri endeksi) verileri. Bu veri İstanbul Sanayi Odası tarafından ve sanayi üretimi endeksinden bir ay kadar daha önce yayımlanıyor. PMI endeksinde 50 kritik seviye. Endeksin 50'nin üzerinde olması önceki aya kıyasla iyileşmeye işaret ederken 50'nin altında olması aktivitenin önceki aya göre yavaşladığına işaret ediyor.

Mayıs ayında 48.4 seviyesinde olan endeks haziran ayında 47.9'a geriledi. Yeni siparişlerde düşüş ve üretimde yavaşlama endeksin gerilemesine neden olan temel faktörler olarak gösterildi. Yeni siparişlerdeki düşüşün hem iç hem de dış pazar kaynaklı olması tedirgin edici bir gelişme olarak değerlendirilebilir. İç talebin yavaşladığı bir ortamda ihracata yönelme dezenflasyon sürecinin üretim üzerindeki maliyeti azaltabilirdi.

Bir yandan başta AB ülkeleri olmak üzere ihracat yaptığımız başlıca ülkelerdeki talep zayıflığı, diğer taraftan TL'nin son dönemde reel olarak değer kazanıyor olması ihracatı zorlaştıran faktörler arasında. ISO Türkiye İhracat İklimi Endeksi nisan ve mayıs aylarındaki artışlar ile umut vermişti. Haziran ayındaki düşüş ihracat yaptığımız ülkelerde toparlanmanın hızlı olmayacağını gösteriyor. Sektörel PMI verilerini incelediğimizde gıda ürünleri sektörünün 50.8, makine ve metal ürünler sektörünün 50.5 ile büyüme tarafında olduğunu görüyoruz. En çok daralan sektörler 44.1 ile tekstil ürünleri, 45.3 ile kara ve deniz taşıtları, 45.4 ile elektrikli ve elektronik ürünler, 45.6 ile ana metal sanayi.

Üretim tarafında yavaşlama sinyalleri belirginleşirken tüketim tarafındaki gelişmeleri de önemsiyoruz. Son üç ayda perakende satışlar geriliyor. Toptan ticarete de satışlarda aylık %5.1, yıllık %4.6 gerileme var.

Ne olacak bu enflasyon?

Ekonomisi dışı açık çift paralı, dış- borç-kolik ve atalet momentinin etkisinin yüksek olduğu enflasyon hastası bir ülkede sadece teknik çalıştırarak sorunların çözülmesi beklenemez. Haddinden çok fazla politize olduğumuzu düşünüyorum. Ülkemizin



geleceği siyasi cephelerdeki fikir savaşlarına kurban gidiyor. Enflasyon canavarı başımıza durduk yere musallat olmuyor. Sebeplerini biliyor fakat yeterli önlemleri almaya politik kaygılar veya başkaca şeyler izin vermiyor. Temeline yerleştirdiğimiz dinamitlerin patlamasını şaşkınlıkla izliyor, en sevdiğimiz şey olan "maç sonrası kritikleri" yapıyor her konuda ne kadar büyük bir bilgiye sahip olduğumuzu ortaya koyuyoruz. "Ben demiştik" demeye bayılıyor. Galip geldiğinde yere göğe sığdıramadığımız Milli takımımızı çok doğal bir sonuç olan mağlup olma durumunda acımasızca eleştiriyoruz. Kolay kazanıyor, kolay kaybediyoruz. Her sosyal olayın iktisadi bir boyutu olduğunu unutuyoruz. Neye ihtiyacımız olduğu bu kadar açık bu derece aşıkarken kabuğumuza çekilmenin, durumu kabullenmenin, yeterince tepki vermemenin sebebini anlamakta açıkçası güçlük çekiyorum. Derdimiz enflasyon değil! bağışıklık sistemimiz zayıf. Bu sebeple enflasyon yapışkan hale geliyor. Çok zarar veriyor. Fiyat mekanizması doğru çalışmıyor. Sonuçlarını yaşıyoruz ve bir süre daha yaşayacağız. Sanıyorum beklenen şey talebin kısılarak arz üzerinde fiyat baskısı oluşturulması. Talep daralmasının şirketlerimizin sürdürülebilir gelişimine nasıl etki edeceğini göreceğiz.

Global görünüm...

Birçok ülkede görülen siyaset cephesinin toplum üzerindeki şaşkıncı tuhafıkları, gerginleşmiş olan global ortamda başta Avrupa bloku olmak üzere birçok ülkede "aşırı sağ" denen tutumu ön plana çıkarıyor. Buna sığınmacı sorunları ve devam etmekte olan savaşların yayılma endişesi, özellikle gelir adaletsizliğine toplum refleksi sebebiyet vermiştir diyebiliyoruz. Güçlü ekonomik yapısının önüne tehdit istemeyen gelişmiş ülkeler önlemlerinin dozunu artırıyor. Her an bir yerde sorun çıkıyor, savaş dalgaları alevleniyor, bunlara ek olarak bu yıl dünyanın dört büyük ekonomisinden birisi olan Euro Bölgesi durgunlukla savaşıyor, diğeri olan Çin eski ivmesini kaybetmiş durumda devam ediyor, Japonya uzun süredir devam eden durgunluktan çıkma yolunda son derecede zayıf sinyaller veriyor.

Dört büyük ekonomi arasında en iyi durumda görüneni ABD ekonomisi gibi olsa da orada da bu yıl seçimlerin olması durumu belirsiz hale getiriyor. Bu gelişmeler, petrol, doğalgaz, altın, emtia fiyatlarını dalgalandırıyor. Bütün bunlara Türkiye'nin kendine özgü belirsizlikleri, sıkıntıları da eklenince doğal olarak olumsuz etkileri konuşmaya devam edeceğimiz gibi duruyor.

arnica™

"Lezzetli Karışımların Sırrı; Arnica Vega Mix"

Vegamix

Kişisel Blender Seti
Blender Set
GH21430



ÜSTTEN
S I V I
EKLEME
KAPAĞI



3 yıl
garanti



Yüksek enerji verimliliği ve üstün performans H-WASH 700'de

Eco-Power Inverter Motor teknolojisi sayesinde B enerji verimlilik seviyesinde etkili ve verimli yıkama yapan Hoover H-DISH 700 bulaşık makinesi serisi, 15 kişilik geniş kapasitesi ve 3. sepetiyle verimli ve tasarruflu bulaşık yıkama deneyimi sunuyor.

Akıllı bağlantıları ve hOn Uygulamasıyla uzaktan kontrol ve performans yönetimine izin veren H-DISH 700, farklı yaşam tarzlarına ve ihtiyaçlara yönelik kişisel yıkama çözümleri sunuyor. 15 kişilik geniş kapasitesi, 10 standart programın yanında hOn Uygulaması sayesinde 22 ilave programa erişebileceğiniz üstün teknolojisiyle, bulaşıkların türlerine özel geliştirilen farklı programları, ayarlanabilir sepet tasarımı, otomatik açılan kapak gibi birçok üstün özelliği ile hayatınıza konfor katıyor.

Yeni nesil Eco-Power Inverter Motor, dayanıklı, uzun ömürlü ve güçlü motor teknolojisi. Bu fırçasız motor, titreşimleri ve sürtünmeleri azaltan standart motorlara kıyasla daha sağlamdır, makinenin ömrünü uzatır, maksimum sessizliği ve daha uzun süre mükemmel sonuçları garanti eder. Ayrıca en iyi yıkama sonuçlarını sağlarken, standart motorlara kıyasla %60 daha verimlidir.

H-DISH 700, alanların akıllıca kullanımını, yüksek enerji verimliliği ile birleştirerek, 15 kişilik çok parçalı sofa takımını mükemmel performansla yıkıyor.

Esnekliği ve yenilikçi teknolojisi sayesinde 3. sepet sadece çatal bıçak takımı için değil, aynı zamanda narın bardaklar için de idealdir. Üst sepette yer kazanmak ve bulaşıkları daha rahat yerleştirmek için rafı sağ ve/veya sol tarafa hareket ettirmeniz yeterlidir. Narın cam eşyaları en esnek ve nazik şekilde yıkayabilirsiniz.

Yeni Powerwash sistemi, su akışını önemli ölçüde artıran, tencere ve tavalar gibi en ağır eşyalar için daha iyi temizlik sonuçları sağlayan 6 ek su jeti.



Arzum Shake'N Take Neo Maxi ile blenderlar boyut değiştiriyor

Arzum, Shake'N Take Neo Maxi Sürahi Blender ile kullanıcılarına kişisel blenderin konforunu ve sürahinin sunduğu maksimum boyu aynı anda yaşıyor. Tek tuşla çalışabilen blender, paslanmaz çelik tırtıklı bıçakları sayesinde buzun yanı sıra kuruyemiş gibi sert malzemeleri de kolayca parçalayabiliyor. Ferahlatan yaz tariflerinde lezzet sınırlarını ortadan kaldırıyor, kişisel lezzetlerin kapılarını aralıyor.

1 litrelik sürahisi ile en sevilen içecekleri çok daha büyük boyda hazırlama imkânı sunarken, kalabalık aile ve arkadaş toplantılarında lezzetlerin çok daha uzun sürmesinin önünü açıyor. 570 ml BPA'sız taşıma şişesi ve taşıma halkası ile içecekleri istenen her yere rahatça götürme fırsatı da veren blender, damlamayı önleyen içme kapağı ve silikon şişe tutacağı spor yaparken ya da hareket anlarında dökülme, damlama ya da düşme riskini ortadan kaldırıyor.



Temizlikte teknoloji konforu; Kärcher'dan akıllı temizlik robotu

Teknoloji bugün, hepimize zor gelen bazı işleri pratik şekilde çözüme kavuşturan yeniliklerle hayatımızın içinde... Bunlardan biri de kuşkusuz ev temizliği. Temizlik teknolojileri dendiğinde akla ilk gelen markalardan biri ise kuşkusuz dünyaca ünlü Alman markası Kärcher oluyor. Kärcher'in ev temizliğinde uzman bir yardımcı arayanlara çözümünü de RCV 5 Akıllı Temizlik Robotu ve RCF 3 Yer Silme Robotu... Markanın ileri teknoloji ile donattığı ürünler, üstün özellikleri ile siz keyfinize bakarken bütün evi pırıl pırıl yapıyor.

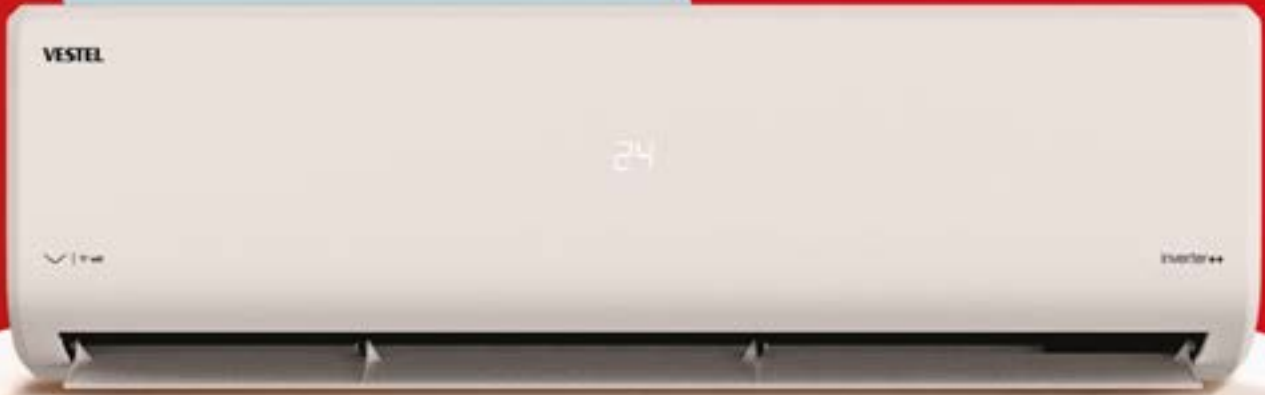
Kärcher'in RCV 5 Akıllı Temizlik Robotu ile yerleri süpürmek ve silmek ev işi programınızdan tamamen çıkıyor. Ürün, önce evde bir keşif turu gerçekleştiriyor ve çevreyi algılayarak odaların haritasını çıkarıyor. Gerekirse her oda için ayrı bir temizlik parametresi ayarlıyor, böylece hangi odaların süpürülmesi, paspaslanması ya da temizlenmesi gerektiğini algılıyor, otonom şekilde uyguluyor. Hassas LiDAR navigasyonu, çift lazer sistemi ve kamera sayesinde temizlikte tüm engellerden sıyrılıyor. Sert zeminleri ve kısa tüylü halıları, bağımsız ve sistematik olarak temizliyor. Ultrasonik sensörü sayesinde, maksimum emiş gücü için otomatik yükseltme işlevini kullanarak halıları nasıl daha verimli temizleyeceğini algılıyor. Örneğin, süpürme modundayken ekstra kapsamlı bir temizlik sağlıyor ya da silme modundayken halılardan tamamen kaçınıyor. Tüm kirleri ankastre çöp haznesine taşıyor. Üstelik sadece süpürmekle kalmıyor, ıslak paspas da yapıyor. Kärcher RCV 5 Akıllı Temizlik Robotu, yapay zeka tabanlı nesne algılama özelliğine sahip... Böylece temizlik yaparken ayakkabı ya da kablo gibi alçak nesnelere etraftan otomatik olarak dolaşabiliyor. Sahip olduğu ek sensörler, ürünün merdiven vb. yerlerden düşmesini de engelliyor.

Ayrıca Kärcher Home Robots uygulaması sayesinde, RCV 5 Akıllı Temizlik Robotu siz evde olmasanız da kontrol edilebiliyor. Telefonunuzdaki uygulamadan robotu etkinleştirdikten sonra eve gitmeden önce temizliğe başlayabilir ve evinizin sizi pırıl pırıl hale gelmiş olarak karşılayacağına emin olabilirsiniz. Ayrıca tarih, gün, saat, dakika ayarları ile programlayarak temizlik planları oluşturabilmekten de mümkün.



DOĞAYA DA FATURANIZA DA DOST KLİMA VESTEL'LE OLUR

Sessiz çalışan ve enerji tasarrufuna katkıda bulunan
doğa dostu Vestel klimalar ile
yaz sıcaklarında serinlemek Vestel'le olur.





En İyi 9 Kedi Filmi



1. Kedi (Türkiye- 2016)

Türk yönetmen Ceyda Torun'un İstanbul'un 5 ayrı noktasındaki 5 kediye yoğunlaşan benzersiz dokümanter filmi. Kedi denen mucize canlı ile İstanbul denen sihirli kentin buluşmasının eşsiz anlatımı. DVD'si de mevcut. Defalarca izleyeceğimiz arşivlik bir film. Sıradan İstanbulluların sıradan diyeceğiniz (biz kedi severler hiçbir kedinin öyle olmadığını biliriz ama) kedilerle kurduğu dostluk bağı anlatılmaz, yaşanır. Türk sinemasının yüz akı, mükemmel bir film. TIME dergisi yılın en iyi 5. filmi seçmişti.



2. Milo&Otis (Japonya - 1986)

Berberer büyüyen bir kedi ve köpeğin maceraları. Mutlaka gözden geçirilmiş Amerikan versiyonunu izlemeniz gereken bir Japon filmi. Japon versiyonu, 80 lerin film setlerinde kedi hayatına maalesef bugünlerde olduğu kadar özen gösterilmediğini belli ediyormuş. Yine de, çıkan sonuca ve Amerikan versiyonuna bakarsak, yavruluktan babalığa kadar giden yolda bir kedi ile köpeğin eşsiz dostluğunu anlatan benzersiz, duygu yüklü, mizahı da bol bir film.



3. Homeward Bound (ABD - 1993)

Ailelerinden kazara ayrı düşen bir kedi ve iki köpeğin çıktıkları inanılmaz yolculuğu anlatan benzersiz bir macera. Dağları, gölleri ve ovaları aşarak ailelerine ulaşma çabaları hem duygulandırıyor, hem de güldürüyor ama en çok da şapka çıkarttırıyor. 1963 tarihli "The Incredible Journey" adlı Disney klasiğinin yeniden çevrimi. Ailenizle defalarca beraber seyredebileceğiniz bir modern zaman klasiği.



4. Keanu (ABD - 2016)

Şovlarıyla ünlenmiş komedi ikilisi Key & Peele'nin yazıp-oynadığı; çok sevimli bir yavru kediciğin mizahi macerası. Keanu adlı bu kedinin çevresinde gelişen olaylarda kedi sevgisinin sınır tanımayacağı mizahi bir dille aktarılmış. Filmdeki kedi o kadar sevimli ki, hayatta tahmin edemeyeceğiniz kadar çok gangsterin kalbini çalıyor; o kadarını söyleyeyim. İleride kült olma ihtimali olan, son derece eğlenceli bir komedi-aksiyon filmi.



5. Three Lives and Thomasina (İngiltere - 1964)

Thomasina adlı kedinin fantastik reenkarnasyonu ile bir ailenin ve hatta bir kasabanın yaşamını nasıl değiştirdiğine dair bir Disney klasiği. Kedi ölüp, geri gelmiş gibi gözükmesi için çok küçük yaşta çocuklar için kafa karıştırıcı olabilir. Onun dışında insanın yüreğini ısıtan, bir çocukla bir kedinin dostluğunu çok güzel işleyen bir film. 20. Yüzyıl başlarında İskoçya'da geçiyor.



6. The Incredible Journey (ABD - 1963)

Listemde 3. sırada yer alan yeniden yapım filmin (Homeward Bound) orijinali. Aileleriyle tatildayken kazara kaybolan iki köpek ve bir siyam kedisinin sürükleyici hikayesi. Ayrıldıkları ailelerine kavuşma çabalarını ailecek ilgiyle izleyeceğimiz tam bir Disney klasiği.



7. A Street Cat Named Bob (İngiltere - 2016)

Çok satan kitabıyla meşhur olan sokak kedisi Bob'un beyazperdeye uyarlanan öyküsü. Kendini rehabilite etme çabası içindeki sokak müzisyeni ile yolları kesişen dünya tatlısı sarman Bob'un gerçek hikayesinden uyarlama sıcak bir film. Çocuk dostu olmak için sokaktaki fakir yaşamın biraz üstünü örterek verse de, mutluluk veren finali ile övgüyü hak eden bir film.



8. Felidae (Almanya - 1994)

Almanya'da yaşayan Türk polisiye yazarı Akif Pirinççi'nin aynı adlı romanından uyarlama. Kediler arasında geçen bir dedektiflik hikayesi. Romana sadık bir animasyon uyarlaması. Heyecan düzeyi ile insanlar arasında geçen canlı polisiyeleri aratmayan bir seri katil öyküsü. Sadece yetişkinler için.



9. The Cat Returns (Japonya - 2002)

Dünyanın en büyük animasyon ustası Hayao Miyazaki'nin yetiştirdiği Morita'dan tipik bir Studio Ghibli güzelleme anime. Bir kediyi kurtardıktan sonra Alice Harikalar Ülkesinde tarzı fantastik bir kedi dünyasına çekilen bir genç kızın şişsel ve komik hikayesi. Daha çok çocuklara hitap etse de, yetişkinler de rahatlıkla izleyebilir.



AĞUSTOS 2024 • SAYI: 302

İmtiyaz Sahibi
Dağıtım Kanalı Reklam Ajansı
Yıldırım SÖYLEMEZ

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Yıldırım SÖYLEMEZ
yildirim.soylemez@dagitimkanali.com.tr
+90 542 215 31 37

Yazı İşleri Müdürü
Kağan DEMİRGİL
haber@dagitimkanali.com.tr

Reklam ve Halkla İlişkiler Direktörü
Funda SÖYLEMEZ
funda.soylemez@dagitimkanali.com.tr

Editör
Eren KILIÇ
İbrahim TUFAN

Grafik
Ali ANIL
aliosmananil@gmail.com

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

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

Dağıtım
Etkin Dağıtım

Yayın Danışmanı
AJANS DİJİTAL KALEM

Dijital Kalem

ISSN 1302 - 308X

www.dagitimkanali.com.tr

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

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

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

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



Sektörel Yayıncılar
Derneği Üyesidir.
www.seyad.org

pozitera®

ÜRÜNLERİNİZ RAFLARDA BEKLEMESİN DİYE VARIZ.

STOKLAR
TÜKENDİ

Satış Hızını
Arttırın



Sahada Marka
Farkındalığı Yaratın



Saha Takibi ve
Ekip Performansını
Yönetin



Rakiplerden
Farklılaşın
Öne Çıkın



Alternatif
Satış Kanalları
Geliştirin



444 5070
pozitera.com

Altus,
yaşam tarzınıza uygun
teknolojiler sunmaktan

iyi anlar



GÜRSES
KURUMSAL



/gurseskurumsal

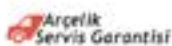


/gurseskurumsal



WhatsApp Hattı: 0 532 413 43 63

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



0850 210 0 888

altus.com.tr

/altustr

