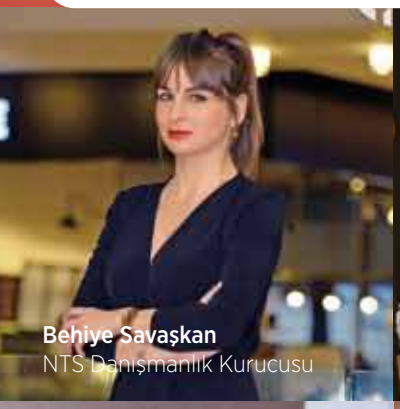
AVM VE PERAKENDE SEKTÖRÜNÜN HABERCİSİ

MALL&MOTTO

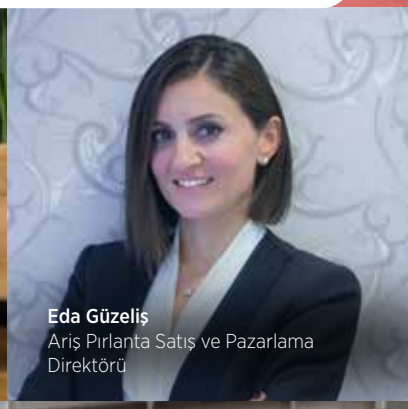
Y:7 - S:85 - MART - 2021

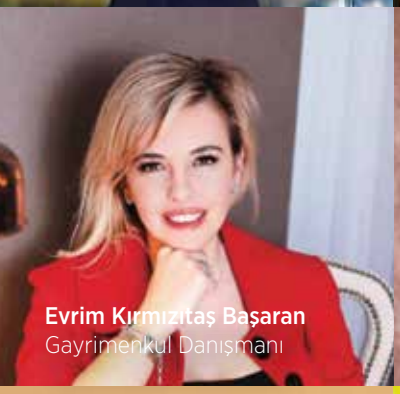
8 MART DÜNYA KADINLAR GÜNÜNÜ TÜM BAŞARILI KADINLARIMIZLA BİRLİKTE KUTLUYORUZ.

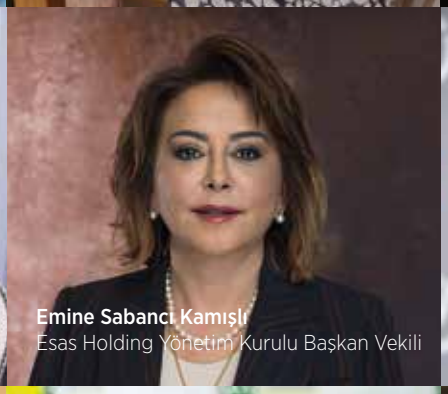

Behiye Savaşkan
NTS Danışmanlık Kurucusu

Dilek Terliksiz
Karaca Grup Marka Direktörü

Duygu Yalnızoğlu
Froumann Profesyonel Hava Temizleme Sistemleri Ar-Ge Müdürü


Eda Güzeliş
Ariş Pırlanta Satış ve Pazarlama Direktörü


Evrim Kırmızıtaş Başaran
Gayrimenkul Danışmanı


Emine Sabancı Kamışlı
Esas Holding Yönetim Kurulu Başkan Vekili

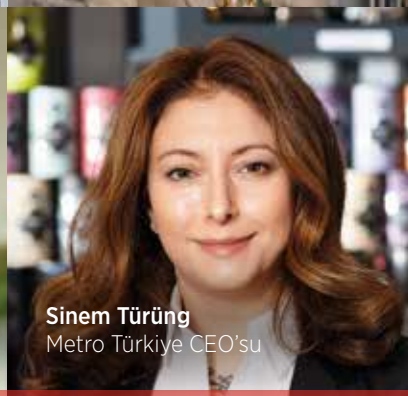
Gül Gürer Alimgil
SGM Kurucu Ortağı

Gülden Yılmaz
Koton Yönetim Kurulu Üyesi

Hande Gürsoy
MGS Group Kurucu Ortağı

Kübra Gegin
Kärcher Türkiye Pazarlama Yöneticisi

Neşe Gök
İnci Holding Yönetim Kurulu Başkanı


Sinem Türüng
Metro Türkiye CEO'su

LEVENT ÇAKIROĞLU
KOÇ HOLDİNG CEO'SU ŞİRKETLERİMİZİN FİNANSAL SAĞLIĞINA YÖNELİK TEDBİRLERİMİZİ HASSASİYETLE VE HIZLA UYGULADIK.

CEM BOYNER
BOYNER GRUP CEO VE YÖNETİM KURULU BAŞKANI BOYNER IQ İLE ARTIK MÜŞTERİ MUTLULUĞU TEKNOLOJİLERİ İŞİNDEYİZ.

MEHMET YEĞEN
ANPA GIDA CEO'SU PİYASALARIN FİYAT BASKILARINA RAĞMEN FİYATLARIMIZI YÜKSELTMEYECEĞİZ.

BURAK BAŞARIR
COCA-COLA İÇECEK CEO'SU SIKI MALİYET YÖNETİMİ SAYESİNDE KÂRLILIĞIMIZI ÖNEMLİ ÖLÇÜDE ARTIRDIK.

ANPA GROSS KARTAL'DA KAPILARINI AÇTI

TEKNOFEST 2021 HEYECANI BAŞLADI

AVM SOSYAL MEDYA LİGİ

MALL&MOTTO
7 YAŞINDA!

2019 TÜRKİYE İNOVASYON VE BAŞARI ÖDÜLÜ

13 YAŞINDA!

Bowlingo PlayPark

ÇOK AZ KALDI!

Yine Hep Beraber Eğleneceğiz...

GERİ SAYIM BAŞLADI!

www.bowlingo.com.tr

MallMark

Bir İş Ortağından Fazlası

AVM Yönetimi

AVM Kiralama

Proje ve Konsept Geliştirme

Varlık Yönetimi

Finans Yönetimi

Koşuyolu Mah. Asmadalı Sk. No:3 Kadıköy/İSTANBUL 0216 545 10 88 mallmarkconsulting www.mallmark.com.tr info@mallmark.com.tr

KÜNYE

İMTİYAZ SAHİBİ
Farkındalık Stüdyosu
FS Reklam Tanıtım Org.Hiz.Ltd.Şti

Genel Koordinatör & Yazı İşleri Müdürü
C.Serhat Türkkan
serhat@fsreklam.com.tr

Yayın Yönetmeni
Emine Türkkan
emine@fsreklam.com.tr

Görsel Yönetmen
Şule Tepeyurt
sule@fsreklam.com.tr

Editörler
Yasemin Karagöl - Emine Türkkan

Katkı Sağlayanlar
Zülal Begsoy - Onur Güngör

Dijital İçerik Yönetmeni
Barış Karaoğlu

Reklam Bölümü
Fs Reklam Tanıtım Org. Hiz. Ltd. Şti
0530 218 49 43 / 0533 456 13 99

Hukuki İşler
Matur & Ökten & Karayel Keßler
Hukuk Bürosu

Mali İşler
Şermin Sağkulak - Mali Müşavir
0 532 569 61 44
serminsagkulak@gmail.com

Yönetim Merkezi
Akat Mah.Zeytinoğlu Cad. Dünya Palas Apt.
B Blok 34/3 Etiler
Tel&Faks: 0 212 924 32 96

Baskı
Maviay Matbacılık
Maltepe, Litros Yolu Sk 2. Matbaacılar Sitesi
2/4 D:1BF2, 34093 Fatih/Zeytinburnu/İstanbul

Dağıtım
Yurtiçi Kargo

Yayın Türü
Yerel, süreli, aylık

Web
www.mallandmotto.com
www.fsreklam.com.tr
www.farkindalikstudyosu.com

Facebook / Instagram /mallandmotto
Twitter /MallMotto

Tüm yayın hakları "FS Reklam Tanıtım Organizasyon ve Hizmetleri Limited Şirketi'ne ait olup iktisap edilemez. Reklamların sorumluluğu, reklam verene yazıların sorumluluğu da yazıyı yazana aittir.

FS Reklam Ltd. Şti.'nin Ücretsiz Yayınıdır.

C.Serhat TÜRKKAN
Genel Direktör

Sevgili Mall&Motto okuyucuları Mart 2021 sayımız ile tekrar karşınızdayız. Bu ay özellikle 8 Mart Dünya Kadınlar Günü mottosu ile kendi iş alanında çok başarılı on iki iş kadınını kapağımızdan anons ettik. Bu başarılı hanımlar nezdinde tüm kadınların, Dünya Kadınlar Günü'nü kutluyoruz.

Bu ay ilginç bir mahkeme sonucuna değinmek istiyorum Bulut İnşaat'ın sahibi Temel Bulut, 130 kişiye maket üzerinden ev sattıktan sonra dairelerini vermediği iddiasıyla açılan dolandırıcılık davasında 316 yıl 3 ay hapis ve 1 milyon 275 bin TL adli para cezasına çarptırıldı. Yargı artık bu kararı verdi ise suç sabit görülmüş olduğuna ve iddiaya göre Kıbrıs'ta kumarhanelerde bu paraları zevk ve sefa içinde harcayan dolandırıcı Temel Bulut ömrünün geri kalanını içeride geçirecek, sonuç ettiğini buldu.

Bu süreçte çeşitli kooperatifler kurup onlarca kişiyi dolandıranlara ne olacak? Mağdurlar derneği kurup bu işe çanak tutanlara ne olacak? Arazinin birbirine düşmüş mahkeme kararı ile tapuyu tescil etmiş sahiplerine ne olacak? Ahlar alınarak bu arazi üzerine şimdi yarım kalmış inşaata yeni projeye başlayan mağdurlara şimdi kapı duvar olan 'Hayat Boyu Prestij' diyen Hayat Park 'a ne olacak?

Bu grupların hepsi para kazanacak ve kazandı. Bu maçın tek kaybedeni mağdurlar. Tüm birikimini buraya yatırıp ev sahibi olduğunu zanneden sonra ortada kalanlar. Merak ettiğim tek şey bu ahlı göz yaşlı ve beddualarla bezenmiş evleri şimdi satın alanlar orada mutlu ve huzurlu otura bilecekler mi?

Adalet herkese bir gün lazım olur ama bu Dünya 'da ama Ahiret'te benden söylemesi.

Herkese sağlıklı mutlu kandırılmadan ve dolandırılmadan geçen günler dilerim.

İyi okumalar...

Perakende Günleri
2-3 Haziran 2021

Fiziksel Etkinlik

7500+ Perakendeciye,
Alışveriş Merkezlerine

Ürün ve Hizmetlerinizi Tanıtmak için

Fuara Katılın, Sponsor Olun

2-3 HAZİRAN
2021

AKINON VESTEL

HALİÇ KONGRE
MERKEZİ

SOYSAL

SPONSORLUK OLANAKLARI VE FUARDA YER ALMAK İÇİN:
0212 212 99 70 / 0537 398 07 95

İÇİNDEKİLER

6

Levent ÇAKIROĞLU

Koç Holding CEO'su

"Şirketlerimizin finansal sağlığına yönelik tedbirlerimizi hassasiyetle ve hızla uyguladık."

8

Cem BOYNER

Boyner Grup CEO ve Yönetim Kurulu Başkanı

"Boyner IQ ile artık müşteri mutluluğu teknolojileri işindeyiz."

10

Nevzat YAVAN

Esas Gayrimenkul CAMO'su

"Yalnızca fiziki bir varlık yönetimi sağlamanın ötesinde, perakende alanında iş ortaklarımıza da katkı sunan bir 'platform' sağlama vizyonuyla çalışmalarımıza yön veriyoruz."

32

Mehmet YEĞEN

Anpa Gıda CEO'su

"Piyasaların fiyat baskılarına rağmen fiyatlarımızı yükseltmeyeceğiz."

56 Burak BAŞARIR

Coca-Cola İçecek CEO'su

"Sıkı maliyet yönetimi sayesinde kârlılığımızı önemli ölçüde artırdık."

34 Gökhan AKYÜREK

GKN Kargo Yönetim Kurulu Başkanı

"Markamızın mottosu olan "Güven Taşır" sözünün içini her zaman doldurmak için gayretle çalışıyoruz."

ALIŞVERİŞ MERKEZİNİZDE

YENİ ve TEMİZ ENERJİYE YER AÇIN!

ZES AC şarj istasyonları şimdi tüm işletmelere kolaylıkla kuruluyor.
Misafirleriniz keyifli vakit geçirirken elektrikli otomobilleri hızla şarj oluyor.

İşte ZES AC şarj istasyonunun ayrıcalıkları:

Akıllı telefon uygulamasıyla kolayca kontrol edilir.

Ticari kullanım için bağlantı ve operasyonel destek sunar.

Tüm elektrik altyapılarıyla uyumludur.

Ayaklı ve duvara monte edilebilen modelleriyle her alana kurulabilir.

Detaylı bilgi ve kurulum talebi için:
0 850 339 99 37 / zes.net

ZORLUENERJİ | zes.net | /zorluenergysolutions

ZES
Zorlu Energy Solutions

KOÇ HOLDİNG 2020 YILINDA **183,8 MİLYAR TL KONSOLİDE CİRO ELDE ETTİ** 10,7 MİLYAR TL KOMBİNE YATIRIM GERÇEKLEŞTİRDİ

KOÇ HOLDİNG CEO'SU LEVENT ÇAKIROĞLU:

"2020 yılı, koronavirüs salgını ile tarihin olağanüstü dönemlerinden biri olarak kayıtlara geçti. Koç Topluluğu olarak böyle zorlu bir dönemde öncelikle çalışma arkadaşlarımızın sağlığını gözeterek hareket ettik. Çevik yönetim anlayışımız, sağlam bilançomuz, dengeli portföy yapımız, kuvvetli bayi teşkilatımız, esnek tedarik zincirimiz ve dijital yetkinliklerimiz sayesinde bu döneme hazırlıklı girdik. Şirketlerimizin finansal sağlığına yönelik tedbirlerimizi hassasiyetle ve hızla uyguladık. yatırımlarımıza devam ederek, küresel büyüme yolculuğumuzu hızlandırdık. 2020 yılında yaptığımız 10,7 milyar TL kombine yatırımla, toplam yatırımlarımız son 5 yılda 42 milyar TL'ye ulaştı. Belirsizliklerin hâkim olduğu 2020 yılında başarılı sonuçlara ulaşarak, güçlü konumumuzu pekiştirdik. Bunu mümkün kılan çalışma arkadaşlarımıza, bayilerimize ve tedarikçilerimize gösterdiğimiz büyük çaba ve dayanışma örneği için müteşekkirim. Ülkemiz ve dünyamız için var gücümüzle çalışmaya ve değer yaratmaya devam edeceğiz."

Koç Holding, 2020 yılında konsolide bazda toplam 183,8 milyar TL ciro elde ederken, 10,7 milyar TL kombine yatırım gerçekleştirdi. 2020 yılı sonuçlarını değerlendiren Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu, "Tüm dünyada etkisi devam eden koronavirüs salgını sebebiyle olağanüstü ve bir o kadar da zorlu bir yılı geride bıraktık. Pandemi sürecinde çalışma arkadaşlarımızın, iş ortaklarımızın, bayilerimizin, tedarikçilerimizin ve ailelerinin sağlığı birinci önceliğimizdi. Aynı hassasiyetle, bu zor dönemde istihdamın korunmasını ve çalışma arkadaşlarımızın gelir kaybının önlenmesini de öncelik olarak kabul ettik. Mekanik ventilatörden entübasyon kabinine, siperlikten maskeye kadar toplum sağlığını gözeten ve toplumsal fayda sağlayan projelere öncülük ettik. Koç Topluluğu olarak çevik yönetim anlayışımız, sağlam bilançomuz, dengeli portföy yapımız, kuvvetli bayi teşkilatımız, esnek tedarik zincirimiz ve dijital yetkinliklerimiz sayesinde bu döneme hazırlıklı girdik. Şirketlerimizin finansal sağlığına yönelik tedbirlerimizi hassasiyetle ve hızla uyguladık. Belirsizliklerin hâkim olduğu 2020 yılında başarılı sonuçlara ulaşarak, güçlü konumumuzu pekiştirdik. Bunu mümkün kılan çalışma arkadaşlarımıza, bayilerimize ve tedarikçilerimize gösterdiğimiz büyük çaba ve dayanışma örneği için müteşekkirim. Ülkemiz ve dünyamız için var gücümüzle çalışmaya ve değer yaratmaya devam edeceğiz" dedi.

Levent Çakıroğlu: "2020 yılında yaptığımız 10,7 milyar TL kombine yatırımla, toplam yatırımlarımız son 5 yılda 42 milyar TL'ye ulaştı."

Belirsizliklere rağmen Koç Topluluğu'nun yatırımlarını hız kesmeden sürdürdüğünü belirten Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu, "2020 yılında yaptığımız 10,7 milyar TL kombine yatırımla, toplam yatırımlarımız son 5 yılda 42 milyar TL'ye ulaştı. Arçelik, Güneydoğu Asya pazarının önemli oyuncusu Hitachi'nin beyaz eşya sektöründeki Japonya dışındaki tüm faaliyetlerinin bir şirket altında toplanması ve kurulacak şirketin yüzde 60'ının Arçelik tarafından satın alınması için ortaklık anlaşması imzaladı. Topluluğumuzun stratejik büyüme alanlarından biri olarak belirlediğimiz ve daha öncesinde yatırımlara başladığımız bu bölgede, Hitachi gibi güçlü bir oyuncu ile kurduğumuz iş birliğinin Arçelik'in küresel büyüme yolculuğunu hızlandıracağını düşünüyoruz. Öte yandan Aygaz, Bangladeş yatırımında süreci tamamlayarak, dünya evsel LPG tüketiminde en büyük paya ve en hızlı büyüme trendine sahip olan Asya pazarına açıldı. Bangladeş pazarına yönelik olarak LPG temini, dolumu ve dağıtımı konularında faaliyette bulunmak üzere, ülkenin en köklü şirketlerinden United Enterprises & Co. Ltd. ile ortaklık sözleşmesi imzalanarak eşit yönetim esaslarına dayalı bir Ortak Girişim Şirketi kuruldu" dedi.

Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu, otomotiv sanayinin dönüşümüne öncülük edecek olan elektrikli araç yatırımına Ford Otosan ile başladıklarını da vurgularken, "Dünyanın en çok tercih edilen ticari araç modeli Transit'in ilk tam elektrikli versiyonunu Gölcük fabrikamızda üretme sorumluluğunu üstlendik. Ford Avrupa'nın en büyük ticari araç üretim merkezi olan Kocaeli fabrikalarımızda Ford Otosan mühendisliği ile batarya montaj yatırımımızı da hayata geçireceğiz" dedi. Böylelikle Türkiye'nin ilk ve tek entegre elektrikli araç üretim tesisi olma yolunda önemli bir adım atıldığına dikkat çeken Çakıroğlu, "Bu yatırım sadece Ford Otosan için değil, ülkemiz için de önemli bir kazanım olup, sanayimize uluslararası pazarlarda rekabet avantajı sağlayacak" dedi.

Levent Çakıroğlu: "Topluluk şirketlerimiz faaliyet gösterdikleri sektörlerde fark yaratan çalışmalar hayata geçirmeye ve ülkemiz ekonomisine katkı sağlamaya devam etti."

"Pandeminin tüm zorluklarına karşın Topluluk şirketlerimiz faaliyet gösterdikleri sektörlerde fark yaratan çalışmalar hayata geçirmeye ve ülkemiz ekonomisine katkı sağlamaya devam etti" diyen Levent Çakıroğlu, sözlerine şöyle devam etti: "Tofaş çatısı altındaki Fiat markası, 2019 yılında elde ettiği pazar liderliğini 2020 yılında devam ettirdi. Tofaş, otomotiv sanayii toplam hafif araç üretiminin yüzde 19'unu gerçekleştirdi. 14 yıldır kesintisiz şekilde sektörün lider üreticisi olan TürkTraktör tarım sektörüne destek vermeyi sürdürdü. Türkiye traktör üretiminin yüzde 68'ini ve ihracatının yüzde 86'sını tek başına gerçekleştirdi. Otokar ise 2020 yılında ciro bazında yüzde 20 büyüdü. Şirket, faaliyet gösterdiği segmentlerde üst üste 12'nci kez Türkiye'nin en çok tercih edilen otobüs markası oldu. Ar-Ge çalışmaları kapsamında da bir ilki gerçekleştirerek, Covid-19'un bulaşma riskini azaltan 'Güvenli Otobüs'ü geliştirdi. Savunma sanayii alanında iki yeni ihracat siparişi aldı."

GİYİM MOBİLYA YEMEK ÇOCUK SİNEMA MARKET YAPI MARKET

ZAMUNDA EĞLENCE KRALLIĞI

Lovelet®
Karadeniz'in OUTLETİ

/loveletoutlet lovelet_outlet www.lovelet.net www.zamundakingdom.com

Cem Boyner
Boyner Grup CEO ve
Yönetim Kurulu Başkanı

Erdem Çalışkan
Boyner Büyük Mağazacılık
Omnichannel Genel Müdürü

Emek Yurdanur
Boyner Grup İnsan Kaynakları
Başkan Yardımcısı

CEM BOYNER "MÜŞTERİ MUTLULUĞU TEKNOLOJİLERİNE ODAKLANIYOR. BOYNER IQ İLE TEKNOLOJİ YATIRIMLARIMIZI ARTIRIYORUZ"

Perakende sektörüne yenilikçi projeleriyle her zaman farklı bir soluk ve bakış açısı getiren Boyner, müşteriyi ve teknolojiyi odağına aldığı bir dönüşüm başlattı. Teknoloji ekiplerinin liderliğinde yürütülecek ve Boyner IQ olarak adlandırılan bu dönüşüm yolculuğunun lansman toplantısı, bine yakın çalışanın katılımıyla online olarak gerçekleştirildi. Boyner'in teknoloji vizyonunun ve Boyner IQ'nun anlatıldığı lansman toplantısında Boyner Grup CEO ve Yönetim Kurulu Başkanı Cem Boyner, Boyner Büyük Mağazacılık Omnichannel Genel Müdürü Erdem Çalışkan, Boyner Grup İnsan Kaynakları Başkan Yardımcısı Emek Yurdanur çalışanlarla bir araya geldi. Bilişim ve teknoloji alanında çalışmalarıyla tanınan gazeteci ve yazar Serdar Kuzuloğlu da ilham verici konuşması ile Boyner IQ lansmanında yer aldı.

"All-line" olarak adlandırdığı, fiziksel ve dijital tüm kanallarında zengin ve farklı müşteri deneyimi stratejisiyle çalışmalarına yön veren Boyner, Boyner IQ lansmanında teknoloji hedef ve vizyonunun yanı sıra teknoloji alanında uzmanlaşmış insan kaynağına yatırım ve bu kıvılcımla başlayacak bütünsel teknolojik dönüşüm hedefinin detaylarını duyurdu.

Boyner: "Boyner IQ ile artık müşteri mutluluğu teknolojileri işindeyiz"

Boyner IQ lansman toplantısında Boyner Grup CEO ve Yönetim Kurulu Başkanı Cem Boyner, Boyner'de her zaman müşteri memnuniyeti ilkesini gözettiklerini belirterek sözlerine şöyle devam etti: "Boyner IQ ile teknoloji yatırımlarımızı artırıyoruz. Teknolojiyi sadece yazılım, yapay zeka, bulut, mobil uygulamalar dünyası olarak görmüyoruz. Bizim tam 40 yıldır asıl işimiz müşteri, ana işimiz insan. İşimizin özünde ticaret ve teknoloji ile insani değerleri buluşturmak var. Kanal bağımsız online-offline, yani all-line müşterilerimizi mutlu etme işindeyiz. Boyner IQ ile de işimiz artık Müşteri Mutluluğu Teknolojileri. Boyner IQ'nun ana yapı taşı ise Boyner'de 40 yıl boyunca geliştirdiğimiz Boyner EQ'su. Yani müşterilerimize duyduğumuz koşulsuz sevgi ve saygı. İşte Boyner IQ, bu sevgi ve saygıyı yani Boyner EQ'sunu dijitalleştirerek geleceğe taşıyacak. Boyner IQ geliştirdiği çözümlerle perakende sektörünü dönüştürecek yeniliklerin merkezi haline gelecek. İçinden pek çok yeni liderin yetişeceği bir inovasyon ve teknoloji okulu olacak. Bugün, bu yeni yolculuğun başlamasına tanıklık etmekten dolayı çok mutluyum."

Çalışkan: "Boyner IQ, teknoloji vizyonumuzda kaldıraç görevi üstlenecek"

Boyner Büyük Mağazacılık Omni-Channel Genel Müdürü Erdem Çalışkan da Boyner'in teknoloji vizyonunu aktardığı konuşmasında şunları söyledi: "Kanal bağımsız müşteri mutluluğu ve deneyimini temel alan All-line stratejimizin odağında teknoloji var. IT ekiplerimiz liderliğinde teknolojiyi tüm iş süreçlerimize oturtmak, dijital ve teknoloji odaklı düşünmeyi şirketimiz bünyesindeki her birime, her departmana yaymak için çalışıyoruz. Ve, burada başrol teknoloji ekiplerimizde. Boyner IQ, bu süreçte kaldıraç görevini üstlenen, teknoloji ekiplerimizi anlayan, dinleyen, çözüm üreten, eğiten, geliştiren, takdir eden, katılımcılığını artıran, diğer departmanlarla arasındaki bağı güçlendiren çok önemli bir platform. Şu ana kadar perakende sektöründe hep öncü olduk, örnek alınan işler yaptık, bundan sonra da teknoloji vizyonumuzla hayata geçireceğimiz yeni projelerle sektörün teknoloji önderlerinden biri olacağız. Bu süreçte de her zaman olduğu gibi odağımızda müşterilerimiz ve onların mutluluğu olacak dedi."

Yurdanur: "Odağımızda 'insan' ve 'insan'a yatırım var."

İnovasyon ve teknoloji odaklı yaklaşımın Boyner Grup'un DNA'sında olduğuna ve bu yaklaşımla şu ana kadar birçok icat çıkartıldığına değinen Boyner Grup İnsan Kaynakları Başkan Yardımcısı Emek Yurdanur konuşmasında şunları söyledi: "Teknoloji, çok uzun yıllardır strateji ve yatırım kararlarımızda öncelikli sırada yer alıyor. Bununla birlikte, "insan" odaklı yaklaşımımız hiç değişmedi, değişmeyecek. Sonuçta, teknolojiyi de iş sonuçlarına dönüştürecek, dijital dönüşümü gerçekleştirecek bu ekipteki yetenekler. Bu nedenle, insana yatırım yapmaya devam ediyor, yenilikçi ve çağdaş İK uygulamaları ile ekiplerimizin dijital yetkinliklerini artırmak, eğitim ve gelişim programlarının yanı sıra ekibimizi güçlendirmemize yardım edecek daha esnek ve daha rekabetçi İK uygulamaları için odaklı bir şekilde çalışıyoruz. Boyner IQ çatısı altında yapılandırdığımız bu programlar sadece Boyner çalışanları için değil "dijital yetkinlik" sahibi olmak isteyen, bu alanda gelişmek isteyen herkes için ilham verici olacak. Böylesi önemli bir platformu hayata geçiriyor olmaktan dolayı çok mutluyuz."

Bilişim ve teknoloji alanında çalışmalarıyla tanınan gazeteci ve yazar Serdar Kuzuloğlu da ilham verici konuşması ile Boyner'in, Boyner IQ çatısı altında yürüteceği teknolojik dönüşüm yolculuğunun anlatıldığı lansman toplantısına ayrı bir renk kattı.

obi dükkan

obidev

Otizimli Bireyler
Bir Gün Değil Her Gün
Eğitim Alsınlar Diye Üretiyoruz

Kasaplar Mah. 11004 Sk. 4/B - Altıeylül / BALIKESİR

www.obidevdukkan.com

ESAS GAYRİMENKUL SAS VE PARTNER REPUBLIC'TEN ÖNEMLİ DİJİTALLEŞME PROJESİ

Dünya'nın ileri analitik lideri SAS, veri odaklı müşteri deneyimi tasarımı konusunda projeler üreten Partner Republic'in desteğiyle Türkiye'nin lider yatırım gruplarından Esas Gayrimenkul ile alışveriş merkezlerinin dijital dönüşümüne öncülük edecek. SAS Viya platformu üzerinden gerçekleştirecek projeyle birlikte AVM'ler, kullanıcı verileri doğrultusunda misafirlerin ihtiyaçlarına ve beklentilerine uygun şekilde kişiselleştirilmiş tüm kanalların sürece dahil olmasını sağlayan hibrit bir alışveriş platformu ile fiziki ya da online alışveriş yapmalarına olanak tanıyacak. Aynı zamanda platformdaki markalara da tedarik zinciri çözümleri sunan entegre bir ortam haline gelecek. Hem lojistik ve perakende planlaması hem de pazarlama uçtan uca bütünleşmiş olacak.

Türkiye'ye son dönemde yaptığı yatırımları arttıran, yapay zekâ ve analitik alanında değer yaratan SAS ve veriyle iş bilgisini harmanlayarak değer üreten çözüm ortağı Partner Republic, Türkiye'nin lider yatırım gruplarından olan Esas Gayrimenkul ile iş ortaklığını duyurdu. İmzalanan stratejik anlaşma çerçevesinde SAS'ın sunduğu analitik çözümleri ve Partner Republic'in iş sonucu ve değeri üretme deneyimiyle oluşturulacak platform üzerinden Esas Gayrimenkul veriyle üretilecek değerle birlikte AVM içerisindeki markalara önemli katkılar sağlanacak. SAS Viya platformu üzerinden gerçekleştirecek proje kapsamında tüm süreçler yapay zeka desteğiyle en yüksek performansla yürütülecek.

Doğru strateji ve zamanı yakalayan proje

Dijitalleşmeyle sürekli değişen müşteri alışkanlıkları pandemi sürecinde de ivme kazanmaya devam etti. Esas Gayrimenkul'ün hayata geçirdiği projeyle birlikte müşteri deneyiminde lojistik, pazarlama, talep tahmin ve planlaması uçtan uca entegre olacak. Projeyle Esas Gayrimenkul öncelikle ziyaretçi veri stratejisini yeniden konumlandıracak. Ziyaretçilerinin kim olduğunu, ihtiyaçlarının neler olduğunu, nereden ve nelerden etkilendiğini tespit ederek kişiselleştirilmiş teklifler oluşturmak için ileri analitik ve yapay zekadan yararlanacak. Şirket bu yaklaşımla alışveriş merkezlerindeki iş ortaklarıyla beraber ortak fayda oluşturularak perakende markaları için yüksek katma değerli bir iş birliği oluşturmayı hedefliyor.

Projeyle birlikte mobil uygulamalar, web siteleri gibi online kanallardan edinilen veriler ışığında tüketicilerin ihtiyaçlarına göre şekillenen, SAS'ın Customer Intelligence 360 teknolojisi ile de uçtan uca entegre bir alışveriş deneyimi oluşturulacak. Öte yandan, teknoloji ve yapay zekâyla tasarlanmış, kolay kullanımlı, otomasyona dayalı, bütünsel bir perspektif sunan, lojistik ve perakende planlaması gibi operasyonel yükleri azaltıp analitik yetkinlikleri artıran bir platformda çalışma deneyimine sahip olunacak.

AVM'ler için yeni fırsatlar sunuyor

Esas Gayrimenkul'un liderlik yaptığı bu projeyle diğer tüm AVM'ler de yeni bir teknoloji yatırımı yapmadan SAS ve Partner Republic ile geliştirilen platformu kullanabilecek. Böylece, sektörün ihtiyaçlarına uygun geliştirilmiş olan bu platform, AVM içerisindeki işletme sahiplerine, veri odaklı karar alma imkanı sunacak. Esas Gayrimenkul, yapmış olduğu bu teknolojik yatırımı, tüm AVM'lerin de kullanımına açarak, müşteri deneyimini iyileştirmenin de ötesinde, sektörün geliştirmesine de olanak sağlayacak.

SAS Türkiye Güneydoğu Avrupa Bölgesi Genel Müdürü Tayfun Topkoç konuya ilişkin yaptığı açıklamada "Esas Gayrimenkul bünyesinde bulundurduğu alışveriş merkezlerinde müşteri ve markaları bir araya getiren ve müşterilerin ihtiyaçlarına uygun çözümler sunan bir platform oluşturma hedefiyle yola çıktı. Bu hedefle SAS'ın dünya çapında kanıtlanmış perakende analitiği ile dijital pazarlama çözümlerini ve Partner Republic'in müşteri deneyimi konusundaki uzmanlığını tercih etti. Değişen perakende trendleri, Esas Gayrimenkul'ün dijital deneyim ve alışveriş merkezi deneyimini bir araya getiren bir platform oluşturması sürecini hızlandırdı. Esas Gayrimenkul ile hayata geçirdiğimiz projeyi örnek göstererek bölgede de benzer projeleri hayata geçirmeyi planlıyoruz" şeklinde konuştu.

Esas Gayrimenkul Chief Asset Management Officer'ı (CAMO) Nevzat Yavan ise iş ortaklığına dair şunları ifade etti: "Yalnızca fiziki bir varlık yönetimi sağlamanın ötesinde, perakende alanında iş ortaklarımıza da katkı sunan bir 'platform' sağlama vizyonuyla çalışmalarımıza yön veriyoruz. Bu sebeple Esas Gayrimenkul olarak yeni dönemde bu odağımızı gerçekleştirmek amacıyla SAS analitik yetkinliklerini kullanarak, Partner Republic ekibinin deneyim tasarımı gücüyle büyük bir iş birliği için adım attık. Bu anlamda yeni iş birliğimizle birlikte; alışveriş merkezlerimizi çok kanallı platformlara dönüştürerek ziyaretçilerimizin ihtiyaçlarını daha iyi anladığımız ve elde ettiğimiz verilerle de müşteri deneyimiyle şekillenen fiziki ya da online alışveriş yapabilecekleri entegre bir ortam haline getireceğiz. SAS işbirliğimiz ile aynı zamanda alışveriş merkezi sektöründe öncü bir adım atmış oluyoruz. Sektörde edindiğimiz tecrübelerimize bir yenisini daha ekleyerek SAS iş birliğimizle sektöre katma değer sağlıyoruz." dedi.

Partner Republic Genel Müdürü Demet Yarkın ise iş ortaklığına dair: "Esas Gayrimenkul'ün AVM dönüşümü sürecini SAS'ın analitik ve yapay zeka yetkinliklerini kullanarak veri odaklı bir yapıyla yöneteceğiz. Bu dönüşüm projesiyle AVM'leri ziyaret eden müşterilerin fiziksel ve dijital deneyimini hizalamayı, ihtiyaçlarına yönelik yeni hizmetler tasarlamayı ve AVM içerisindeki markalara iç görü üretmeyi hedeflemekteyiz. Türkiye'deki AVM'lerle başlayacağımız bu sürecin çok kısa sürede yurtdışındaki AVM'lere örnek bir başarı sağlayacağını öngörüyoruz." dedi.

Müşterilerinize Ses Verin!

SMG, işletmeniz için yasal müzik ve anons yayını konusunda ekonomik çözümler sunuyor.

Güne, saate, döneme ve firmanıza özel müzik listeleriyle, kampanyalarınıza hayat verebileceğiniz anons yayınları ile satışlarınıza destek oluyoruz.
Siz de müşterilerinize sesinizi duyurmak istiyorsanız, gelin size en uygun çözümü karşılıklı görüşerek belirleyelim.

/SMG.MusicforBusiness smg-music-for-business

smg.com.tr | 0212 352 16 62 | info@smg.com.tr

smg®
music for business

ALIŞVERİŞTE KAZANDIRAN *Adres*

212 OUTLET

212 Outlet, bünyesinde hizmet veren dünyaca ünlü markaların ürünlerini başka yerde görülmemiş fiyatlarla ziyaretçilerine sunuyor. Aynı zamanda sosyal medya hesaplarında sık aralıklarla düzenlediği çekiliş ve kampanyalarla **212 Outlet**'i takip eden de kazanıyor! **212 Outlet** alışverişte kazandıran adres olmaya devam ediyor.

OKULA DÖNÜŞ *Çekilisi*

212 Outlet'ten Eğitime Destek
212 Outlet instagram hesabı üzerinden gerçekleştirdiği çekilişle 3 şanslı takipçisine tablet hediye etti.

FİLİZ ÖZKOL'LA BURÇLAR ÜZERİNE

212 Outlet instagram hesabından her Pazar saat 15:30'da gerçekleştirilen burç yorumları canlı yayınında ünlü astrolog Filiz Özkol izleyicilere haftalık burç yorumlarını aktarıyor.

212 Outlet
Instagram hesabını takip edin, burç yorumlarını kaçırmayın.

212 Outlet Sevenlerini 14 Şubat'ta mutlu etti!

212 Outlet instagram hesabı üzerinden gerçekleştirdiği çekilişle altın kolye ve bileklikler hediye etti.

92.4 LIG RADYO

Lig Radyo'nun sevilen programı Gol Yolları Cüneyt Kaşeler'in keyifli anlatımıyla, 212 Outlet'te iki haftada bir gerçekleştirilen canlı yayınla dinleyicilerine erişiyor. Futbolseverler 212 Outlet'te bir araya geliyor.

212 Outlet ziyaretçilerinin sağlığını azami derecede önemsiyor, hijyen çalışmaları hız kesmeden devam ediyor. Her gün temizlenen mağazalar, temiz hava filtreleri ve sık aralıklarla yerleştirilmiş el dezenfektanlarıyla alışveriş keyfi kesintisiz devam ediyor!

212 outlet İSTANBUL

212İstanbulOutlet 212Outlet 212Outlet

MAHMUTBEY METRO İSTASYONU

ÜCRETSİZ MÜŞTERİ SERVİSİMİZ BAŞLAMIŞTIR.

Ücretsiz Müşteri Servisimiz
Hafta içi
10:00 - 17:00
arasında her saat başı
Mahmutbey Metro durağından kalkmaktadır.

444 4 212 www.212outlet.com
Atatürk Havalimanı Yolu Mahmutbey Çıkışı
212İstanbulOutlet 212Outlet 212Outlet

212 outlet İSTANBUL

Migros Ticaret A.Ş. İcra Başkanı Özgür Tort:

"ARTIK ÜRÜNLERİN AMBALAJLARI DEĞİL VERİLERİ KONUŞACAK"

Migros, İcra Başkanı Özgür Tort'un Dünya Perakende Başkanlığı'nı üstlendiği Consumer Goods Forum (CGF) tarafından GS1 iş birliğinde yürütülen ürün bilgilerinin dijitalleştirilmesi ve standartlaştırılması projesinin Türkiye kanadına öncülük ediyor. GS1 Türkiye Yönetim Kurulu üyesi olan Özgür Tort, çalışmanın küresel işleyişine de katkı sağlayabilmek adına GS1 Global Yönetim Kurulu'na Türkiye'den ilk ve tek üye olarak katıldı.

Perakendeci ve üretici arasında tutarlı bilgi akışı ve şeffaflık sağlamayı amaçlayan proje tamamlandığında tüketiciler hem mağaza hem de online alışverişlerinde çok daha detaylı ve doğru bilgiye ulaşabilecek. Migros Ticaret A.Ş. İcra Başkanı Özgür Tort, "Tüketici ürünün her bilgisine ulaşabildiği ve bu bilgiler her ürün için aynı standartta sunulduğu zaman gerçek müşteri deneyiminden söz edebiliriz. Bu sistem sayesinde artık ürünlerin ambalajları değil, verileri konuşacak. Böylece müşterilerimiz ürünlerde kimlik kontrolü yapabilecek. Sektöre yol gösterici olması adına, ilk adımı Migros olarak biz attık ve özgün markalı gıda ürünlerimizin tamamını GS1 Barkod Doğrulama sistemine geçirdik. Tedarikçi firmalarımızı sisteme katılmaya davet ettik" dedi.

Migros'un GS1 Türkiye iş birliğinde yürüttüğü girişime Bahçıvan, Colgate Palmolive, Eti, Hayat Kimya, Nestle, Numil, P&G, Yaşar Birleşik Pazarlama başta olmak üzere 19 üretici firmanın dahil olması ile 2.400'e yakın ürünün 7 temel ürün bilgisi GS1 Barkod Doğrulama sistemine kaydedildi. 2021 sonuna kadar Migros'ta satılan tüm ürünlerin sisteme tanımlanması hedefleniyor.

Migros, tüketicilerin mağaza ve online alışverişleri sırasında ürünlerle ilgili daha kapsamlı, detaylı ve doğru bilgiye ulaşması amacıyla Consumer Goods Forum'un GS1 iş birliğiyle yürüttüğü global projenin Türkiye kanadının öncülüğünü üstlendi. Consumer Goods Forum Perakende Başkanlığı görevini yürüten Migros Ticaret A.Ş. İcra Başkanı Özgür Tort, çalışmanın küresel işleyişine de katkı sağlayabilmek adına GS1 Global Yönetim Kurulu'na Türkiye'den ilk ve tek üye olarak katıldı. Tort aynı zamanda, GS1 Türkiye Yönetim Kurulu üyeliğini de üstleniyor.

Müşterilere daha güvenilir ve şeffaf bilgi sunmak mümkün olacak

Migros'un GS1 Türkiye'nin öncülüğünde tedarikçileriyle birlikte destek verdiği projenin ilk aşamasında, her ürünün GS1 tarafından atanmış ve geçerli bir barkoda sahip olması amaçlanıyor. Ürünün barkod numarası, ölçü birimi, ölçü miktarı, ürün görseli, ürün kategorisi, hedef pazar, firma adı olmak üzere 7 temel bilgisinin tanımlandığı barkodlar, ürünlerin "kimlik kartı" niteliği taşıyacak. İkinci aşamada, perakendeci ve e-ticaret pazaryerleri, satışlarındaki tüm ürünlerin barkodlarının geçerliliğini GS1 Barkod Doğrulama sisteminden kontrol edecek. Eş zamanlı olarak yürütülen GS1 Küresel Veri Modeli girişimi ile küresel ölçekte standart olarak kabul edilebilecek detaylı ürün bilgi ve özelliklerinin belirlenmesi üzerinde çalışılıyor.

Ürün bilgilerinde standart ve tutarlılık sağlanacak

Üreticilerin barkod sistemine bir kez girdiği bilgiler tüm perakendeciler ve e-ticaret sitelerine tek elden akacak. Böylece ürün bilgilerinde standart ve tutarlılık, süreçlerde ise verimlilik sağlanacak. Küresel Veri Modeli sayesinde ise müşteriler mağazalardaki alışverişlerinde ürün barkodlarını telefonlarındaki uygulamaya okuttuklarında, paket üzerinde yer alan bilgilere ek olarak, kapsamlı birçok ürün bilgisine ulaşabilecekler. Ürün hakkında yeterli bilgiye ulaşılamadığı için yarıda kesilen online alışverişlerin de güvenle tamamlanmasına katkı sağlanacak.
Özgür Tort: "Artık ürünlerin ambalajları değil, verileri konuşuyor. Gerçek müşteri deneyimi şimdi başlıyor"

Migros Ticaret A.Ş. İcra Başkanı Özgür Tort, "Kurulduğumuz günden bu yana müşterilerimizi daha iyi anlamak ve yakından tanımak için çalışmalarımızı her geçen gün derinleştiriyoruz. Biz onlar hakkında bilgiye sahip olurken onların da market raflarından aldığı her ürünle ilgili daha detaylı bilgiye ulaşabilmesini istiyoruz. Gerçek bir müşteri deneyiminin de ancak bu şekilde sağlanabileceğine inanıyoruz. Eskiden ürünler çuvallardan alınırdı. Sonra güvenliğin sağlanması ve ömrünün uzatılması için ürünler pakete girdi. Daha sonra ambalajlar kullanılmaya başlandı. Son dönemde sağlıkla ilgili artan hassasiyet nedeniyle tüketici, güven, sürdürülebilirlik ve ürünlerin içerik bilgisi gibi konularda daha duyarlı hale geldi. Artık tüketici, ürünün besin değerinden içindeki koruyucu maddelere, sürdürülebilir kaynaklar kullanılıp kullanılmadığına kadar birçok özelliğe dikkat ediyor. Tüketiciye doğru bilgi akışı ve şeffaflık getiren bu çalışmayla ürünlerin ambalajları değil, verileri konuşacak. Müşterilerimiz, aradıkları spesifik ürün özelliklerini girip ürün önerilerine ulaşabilecekler. Bu uygulamayla sektörümüze ve müşterilerimize önemli bir katkıda bulunacağımıza inanıyorum" dedi.

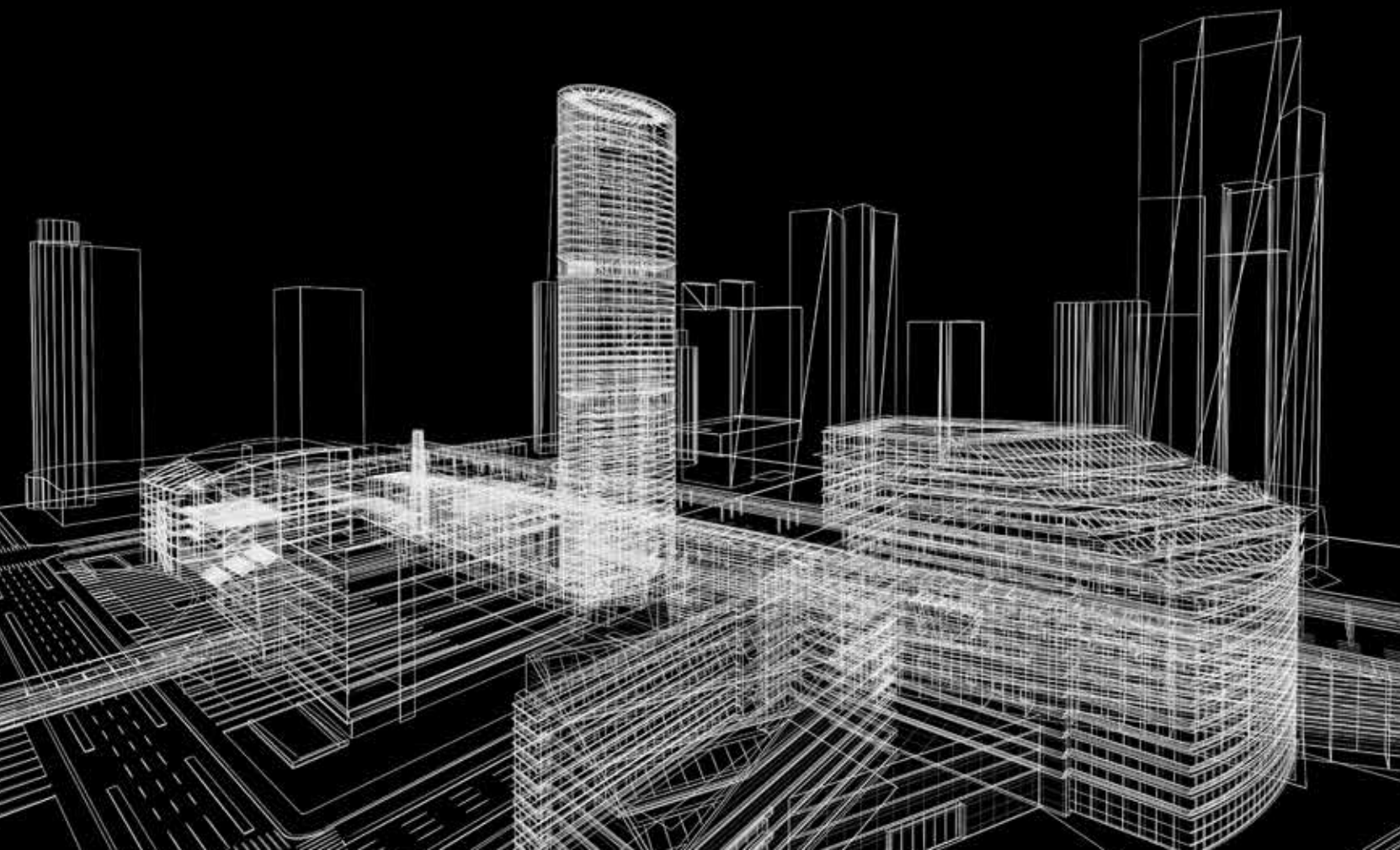
2.400'e yakın ürünün sistemdeki bilgileri bir havuzda toplandı

Sektörde yol gösterici olması adına ilk adımı atarak tüm özgün markalı gıda ürünlerini GS1 Barkod Doğrulama sistemine kaydeden Migros, yerli ve yabancı iş ortaklarına da bu projeye katılmaları için davette bulundu. Öncelikli olarak Anadolu Efes, Bahçıvan, Barilla, Coca Cola, Colgate Palmolive, Danone, Efe, Eti, Ferrero, Hayat Kimya, Henkel, L'Oréal, Nestlé, Numil, P&G, Pernod Ricard, Sedat Tahir Tüketim Maddeleri, Unilever, Yaşar Birleşik Pazarlama projeye destek verdi. Migros markalı ürünlerin de dahil olduğu 2.400'e yakın ürünün sistemdeki bilgileri GS1 Türkiye üzerinden GS1 platformunda toplandı. Migros ayrıca, çalışmaya katılan tedarikçi firmalarının barkodlarının GS1 Barkod Doğrulama Sistemi üzerinden kontrol ve doğrulanmasını da yapıyor. Böylece, bilgileri giren ve doğrulayan ekipler ayrı olduğu için çift taraflı kontrol sağlanıyor. 2021 sonuna kadar, Migros çatısı altında satışta olan tüm ürünlerin GS1 Barkod Doğrulama sistemine kaydedilmiş olması hedefleniyor.

www.nts-avm.com info@nts-avm.com / ntsdanismanlik

NTS®
DANIŞMANLIK

Yatırımlarınıza Değer Kazandırır !



Gülden Yılmaz
Koton Yönetim Kurulu Üyesi

KOTON'UN EV KADINLARI PROJESİ'NE **BRONZ STEVIE ÖDÜLÜ**

Koton, dünya çapında organizasyonların ve profesyonellerin başarılarını ve olumlu katkılarını onurlandıran, iş dünyasının en önemli ödüllerinden biri olarak kabul edilen Stevie Awards'ta "Sales Recruitment Initiative of the Year" kategorisinde "Ev Kadınları Projesi" ile Bronz Stevie Ödülü'ne layık görüldü.

Koton, her yıl tüm dünyadan yüzlerce şirketin değerlendirmeye alındığı Stevie Awards'ta, "Ev Kadınları Projesi" ile "Sales Recruitment Initiative of the Year" kategorisinde Bronz Stevie Ödülü'nü kazandı. Ev kadınlarının iş hayatına katılımını teşvik etmek için geliştirdiği Ev Kadınları Projesi ile yeni iş imkanları yaratan Koton, ev yaşamını önceliklendiren kadınların iş yaşamına geçiş yapmaları için part time olarak çalışmalarına imkan ve ortam sunuyor.

Yılmaz: "Kadınları destekleyen projelerimiz devam edecek"

Koton'un kadınların iş hayatına kazandırılması alanında önde gelen marka olması algısına katkı sağlayan uygulamalarının ödüllerle bir kez daha tescillendiğini ifade eden Koton Yönetim Kurulu Üyesi Gülden Yılmaz şunları söyledi: "Kadının gücüne inanan ve iş hayatındaki yerinin ivme kazanması için çalışan bir marka olarak, projemizin Stevie Awards tarafından ödüllendirilmesinden mutluluk duyduk.

Koton olarak WEPs imzacısı ilk şirketlerden biriyiz. Ayrıca yönetim kurulumuzca imzaladığımız Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Politikamız var. Bu taahhütler kadın ve erkeğe eşit fırsatlar sunan bir işveren olarak adil bir ücret ve kariyer politikası izleyeceğimizin, kadınlara yönelik iyileştirmeleri ön planda tutacağımızın altını çizen birçok önemli maddeyi kapsıyor. Toplumsal cinsiyet eşitliği alanı başta olmak üzere yaptığımız iş birlikleri ve yürüttüğümüz farklı projelerle topluma ve insanımıza katkı sunma kararlılığımızı sürdürüyoruz.

Ev Kadınları Projesi de bu noktadan yola çıktığımız ve ev kadınlarının çalışma saatlerini yaşam koşullarına göre belirleyebildikleri, istihdam sağlamanın yanı sıra kariyer gelişim fırsatı da sunduğumuz bir çalışma. Ev kadınlarının evdeki çocuk veya yaşlı bakımı gibi sorumluluklarını aksatmadan, kendi yaşam düzenlerine uygun şekilde iş hayatında yer almasını sağlayan projemizi 2019 yılında geliştirdik. Kadınlar, çalışma gün ve saatlerini haftada 3 gün 5'er saat veya 5 gün 3'er saat olarak kendileri belirliyor. Şu anda 7 şehirde 72 mağazamızda Ev Kadınları Programı'nda çalışan kadın istihdamımız var. Kadınların eko sistemin aktif bir üyesi olması projemizin öncelikli hedefleri arasında yer alıyor. Koton olarak DNA'mıza işlemiş olan kadının güçlendirilmesi bundan sonra da aynı öncelik ile önümüzdeki dönemde de devam edecek."

Bronz STEVIE® ödülüne layık görülen Koton, 14 Nisan günü online olarak gerçekleştirilecek gala etkinliğinde ödülünü alacak.

CAPACITY
En
keyifli
alışveriş
200 dünya markasıyla
200 Dünya Markası
2500 Araçlık Geniş Otoparkı
Gold Class Sinema Salonu
İstanbul'un Her Bölgesinden Kolay Ulaşım
Marmaray 5 Dk.
Global Blue
Tax Free
Ataköy 1. Kısım Mahallesi Fişekhane Caddesi No: 7 34158 Bakırköy / İSTANBUL / 444 9 272 / www.capacity.com.tr
/CapacityAVM

METRO TÜRKİYE 30 YILDIR YAPTIĞI YATIRIMLARLA YERLİ ÜRETİMİ DESTEKLEMEYE DEVAM EDİYOR

Türkiye'de 30. yılını geride bırakan dünyanın en önemli uluslararası perakende şirketlerinden Metro, 1990 yılından günümüze yaptığı çalışmalar ile sektöre ve ülke ekonomisine katkıda bulunmaya devam ediyor. 30. kuruluş yıl dönümüne ilişkin açıklama yapan Metro Türkiye CEO'su Sinem Türüng, sürdürülebilirlik, yerellik, izlenebilirlik odağındaki faaliyetlerini ve yatırımlarını paylaştı.

Sinem Türüng
Metro Türkiye CEO'su

Dünyanın en önemli uluslararası perakende şirketlerinden Metro, Türkiye'de faaliyete başladığı 1990 yılından günümüze ülkemize ekonomik katma değer sağlarken Türk mutfağının korunması ve gelecek nesillere aktarılması için 30 yıldır İşin Mutfağı'nda yer alarak birçok öncü çalışmayı hayata geçirmeye devam ediyor.

30. kuruluş yıl dönümleri nedeniyle açıklamalarda bulunan Metro Türkiye CEO'su Sinem Türüng, sürdürülebilirlik, yerellik, izlenebilirlik odağında yaptıkları çalışma ve yatırımlarını aktarırken çarpıcı rakamları da paylaştı. Bugün Türkiye'nin 21 şehrindeki 37 mağazada yaklaşık 4.500 çalışanla hizmet verdiklerini söyleyen Türüng, geçmişte olduğu gibi pandemi döneminde de yeme-içme sektörünün yanında yer alarak önemli destekleri hayata geçirdiklerini kaydetti.

Restoranlara 10 milyon TL destek

30 yıldır otel, restoran ve kafe işletmelerinin önemli iş ortaklarından biri olarak Kovid-19 salgınında da sektöre destek olmak için harekete geçtiklerini belirten Türüng, "İş ortaklarımız ile birlikte küçük işletmelerin yanında yer alarak 'Küçük İşletmem İçin' hareketini başlattık ve onlara ihtiyaçları olan 8 milyon TL değerinde ürün ulaştırdık. 2021 yılına ise İzmir'de meydana gelen depremden etkilenen küçük işletmelere destek olmak üzere Türkiye Lokantacılar ve Pastacılar Federasyonu ile işbirliği yaparak başladık ve tespit edilen işletmelere destek olduk. 30. yılımız vesilesiyle de müşterilerimiz için yaptığımız kampanyamıza restoranları da dâhil ettik ve müşterilerimize belli bir miktar alışveriş sonrasında restoranlarda paket servis siparişlerinde kullanabilecekleri alışveriş çeki sağladık. Bu çeklerin toplamı ise 400.000TL'yi aştı. Bunun gibi daha birçok desteğimiz ile birlikte bu dönemde toplam 10 milyon TL'ye dayanan maddi destek sağladık." dedi.

Ürün güvenliği için 1.550 tarlayı yerinde denetledi

"Türkiye'ye yatırım yapan ilk uluslararası perakendeci" unvanını taşımalarının verdiği sorumlulukla hareket ederek, hayata geçirdikleri tüm işlerin merkezinde sürdürülebilirlik ilkesinin bulunduğunu ve gıda güvenliğini sağlamak için çiftlikten sofraya kapsamlı bir süreç yürüttüklerini de aktaran Türüng, bu amaçla yaklaşık 300 bin euro yatırım yaptıklarının bilgisini de paylaştı. Müşterilerine kaliteli ve güvenli ürün sunmak için kalite güvence süreçleri kapsamında izlenebilirlik çalışmalarından tedarikçi eğitimine birçok çalışma yaptıklarını söyleyen Türüng, "2019 yılı itibarıyla sayısı beş bini aşan tedarikçilerimizi yüksek kalite ve güvenlik standartlarını korumak ve geliştirmek amacıyla düzenli olarak denetliyoruz. Yüzde 100 gıda güvenliği hedefiyle 30 yılda 189 bin analiz gerçekleştirirken 1.550 tarlayı yerinde denetledik." şeklinde konuştu.

Tüketiciler ürünlerin üretim süreçleri hakkında şeffaflıkla bilgilendiriliyor

Türüng açıklamasında, raflarında yer verdikleri ürünleri müşterilerine şeffaf bilgiler ile ulaştırdıklarının da altını çizerek şu bilgileri paylaştı: "Pandemi nedeniyle günümüzde müşteriler aldıkları ürünlerin üretim süreçleri hakkında şeffaf şekilde bilgilendirilmek istediğinden izlenebilirlik çözümleri de oldukça önemli hale geldi. Metro Türkiye olarak biz ise izlenebilirlik çalışmalarımızı adeta geleceği öngörerek pandemiden çok önce başlatmış bir markayız. 2014 yılında ette izlenebilirliği başlatan ilk perakendeciyiz. 2018 yılında Türkiye perakende sektöründe kendi markası (Metro Chef) altında taze balık ürünlerini yüzde 100 izlenebilirlikle satışa sunan ilk şirket olduk. Ayrıca geçen yıl itibarıyla da yine GS1-128 barkod uygulaması ile tüm karkas ve vakum et ürünlerimizin çiftlikten rafa geliş hikâyesini faturalarda göstermeye başlayan Türkiye'deki ilk market olduk. 2021'de taze meyve sebze ürünlerimiz için de QR kod ile izlenebilirlik sunacağız."

Yerli tohumla üretilen ürünlere yüzde 100 alım garantisi veriyor

Yerli üretime desteklerini de sürdüren Metro Türkiye, 800'ün üzerinde üretici, üretici örgütü, kooperatif ve diğer tedarikçilerle iş birliği yapıyor. Tedarikçilerinin yüzde 99'unu yerel tedarikçiler oluştururken yerli tohumla üretilen ürünlere yüzde 100 alım garantisi veriyor.

Son üç yılda 12.500 ton Coğrafi İşaretli ürün ihraç etti

Ülkemizin eşsiz lezzetlerini kayıt altına alarak gelecek nesillere bırakacağı bir kültür mirası oluşturmak adına 2012 yılında 'Coğrafi İşaretli Ürünler' projesini başlatan Metro Türkiye, bugün 160'ın üzerinde gıda ve gıda dışı Coğrafi İşaret tescilli ve aday ürünü raflarında müşterilerine sunuyor. Son 3 yılda Coğrafi İşaretli ürünlere olan talebin yüzde 50'den fazla artarak 400 milyon TL satışa ulaşması da üreticiye sağlanan önemli bir desteğin göstergesi. Bu konuda şeflerde de farkındalık yaratma amacıyla 120 restoranın menüsünde Coğrafi İşaretli ürünlerin kullanılmasını sağlarken; MEB ile iş birliği yaparak 65 bin gastronomi öğrencisinin müfredatına coğrafi işaretin dâhil edilmesini sağladı. Metro Türkiye'nin hedefi ise önümüzdeki 10 yılda 650 bin öğrenciye ulaşmak. Metro Türkiye ayrıca Metro'nun faaliyet gösterdiği 10 ülkeye son üç yılda 12.500 ton Coğrafi İşaretli ve yerel ürün ihraç ederek yerel ürünlerin dünya mutfağında tanıtımında da önemli bir rol oynuyor.

“Kalite-Üretim-Fayda-Emek”

En taze ürünlerden, en çok okunan kitaplara... Aradığınız herşey burada.

KÜFE KOOP

“Kalite-Üretim-Fayda-Emek”

www.kufekoop.com

TPF BAŞKANI ÖMER DÜZGÜN: "İSTİHDAMDA 100 BİN BARAJINI AŞTIK"

Türkiye Perakendeciler Federasyonu (TPF) Başkanı Ömer Düzgün, 2020 yılında yerel zincirlerin yürüttüğü çalışmaları değerlendirdi. Türkiye genelinde 5 ve üzeri toplam 5 bin 500 markette hizmet verdiklerini kaydeden Ömer Düzgün; "Gıda perakendesinde sektörün neferi olmaya devam ediyoruz. Geçen yıl yaklaşık 8 bin hemşerimize daha iş imkanı sağladık. Ne mutlu ki istihdamda 100 bin barajını aştık, ciromuz ise 40 milyar TL'ye ulaştı. Bu yıl sektörümüzde verimlilik ön planda olacak. Pazardaki aşırı rekabet, sektörde pastayı küçültmekle kalmadı; karlılığı da düşürdü. Sektör zor bir sürece doğru sürüklendi. 2021 yılında hedefimiz, sektörümüzün gelişmesine katkı sağlayarak % 15 büyümek" dedi.

Perakende sektörünün önemli ve en büyük çatı örgütü konumunda olan TPF, 2020 yılını değerlendirerek, 2021 yılı hedeflerini paylaştı. Son 2 yıldır gıda perakendesinin önemli bir sınav verdiğini belirten Ömer Düzgün; "2020 ülkemiz ve dünya açısından zor bir yıldı. Bir yıldır Covid-19 ile savaşıyoruz. Pandemi yüzünden yaşamını yitiren tüm vatandaşlarımıza Allah'tan rahmet, ailelerine baş sağlığı; tedavisi devam edenlere ise acil şifalar diliyoruz. Temennimiz pandemi sürecinin en kısa sürede sona ermesi. Yerel zincirler olarak, pandeminin ülkemizde görüldüğü ilk günden itibaren üst düzey hijyen ve güvenlik önlemleriyle vatandaşlarımızın ihtiyaçlarını, en sağlıklı ve eksiksiz biçimde karşılamak için çalışmaya devam ediyoruz" dedi.

Yerel zincirlerin 2020 yılındaki çalışmalarını değerlendiren Düzgün şöyle konuştu; "Rekabet tüm sektörler için güzeldir. Ancak bizim sektörümüzde yaşanan ve perakende yasasında var olan eksik ayaklar nedeniyle işletme sahiplerini epey zorlamaya başladı. Hacmin küçülmesi, marketlerin küçülmesine, market birleşmelerine ya da işletme sahibinin sektörden çekilmesine neden oluyor. Buna rağmen yerel zincirler olarak ülkemize pek çok açıdan katma değer sağlamaya devam ettik. Vatandaşlarımıza Türkiye genelinde 5 ve üzeri toplam 5 bin 500 markette hizmet veriyoruz. Gıda perakendesinde sektörün neferi olmaya devam ediyoruz. 2020'de en büyük büyümeyi istihdamda elde ettik. Geçen yıl yaklaşık 8 bin hemşerimize daha iş imkanı sağladık. Ne mutlu ki istihdamda 100 bin barajını aştık, ciromuz ise 40 milyar TL'ye ulaştı."

"2021 YILINDA HEDEFİMİZ % 15 BÜYÜMEK"

Halen devam eden koronavirüs pandemisi nedeniyle marketlerin açılış-kapanış saatlerinde yaşanan değişiklikler, hafta içi ve hafta sonu kısıtlamaları, market içerisinde salgının yayılımının önüne geçmek için hayata geçirilen kısıtlamalar nedeniyle tüketicilerin alışveriş alışkanlıklarında değişim yaşandığını belirten Ömer Düzgün; "TPF'ye bağlı 14 bölgedeki PERDER üyelerinden alınan bilgiler doğrultusunda geçen yıl müşteri sayımızda % 30 azalma yaşandığını ölçümledik. Vatandaşlarımız hafta sonu dışarı çıkmak yerine alışverişlerini toplu yapmaya başladı. Müşteri sayısında % 30 azalma yaşarken, sepet ortalaması bir önceki yıla kıyasla % 40 arttı. 2021 yılında, bu göstergeleri dikkate alarak ve müşterilerimizin ihtiyaç ve beklentilerine cevap verecek şekilde planlamalar yaparak % 15 büyümeyi hedefliyoruz" dedi.

"ÜYELERİMİZİN % 50'Sİ E-TİCARET HİZMETİ VERİYOR"

Konoravirüs endişesi karşısında tüketicilerin değişen alışveriş alışkanlıkları için TPF üyelerinin hızlı hareket ederek e-ticaret yatırımını hayata geçirdiğini beliren Ömer Düzgün; "Türkiye'nin tüm bölgelerinde üyelerimizin % 50'si internet üzerinden satışa başladı. Diğer üyelerimiz de alt yapı yatırımına bu yıl devam edip en kısa sürede hizmet vermeye başlayacak. 2020 yılında yaptığımız dijital ve teknoloji alanında yaptığımız yatırımlar bize yeni şube açmada ekstra gider kalemlerine gerek duymadan fiziki büyüme sağlama olanağı tanıdı. Bu yıl e-ticaret yatırımının haricinde teknoloji, mobil uygulama, dijitalleşme, fayda odaklı yatırımlara devam edeceğiz. Bizi rakiplerimizden ayıran en önemli özelliğimiz geniş ürün çeşidimizin yanı sıra marketlerimizde kurduğumuz düzen, görsel açıdan da göze hitap eden tasarım. Bu yıl mağaza içi dekorasyon, demirbaş yenileme yatırımlarımız devam edecek. Öte yandan üyelerimiz arasında Gross Market alanında dönüşüm yapmaya hazırlananlar var. Bu alandaki başarılı dönüşümleri önümüzdeki süreçte paylaşacağız. 2021'de verimlilik odaklı, maliyetleri düşürücü projeler geliştirmeye devam edeceğiz" açıklamasını yaptı.

"YERLİ VE MİLLİ GIDA PERAKENDESİ YOK OLMAK ÜZERE"

Yerel zincirlerin 2021 yılında da Perakende Yasası'ndaki eksik ayakların giderilmesi için öneride bulunmaya, ilgili makamlara hatırlatma yapmaya devam edeceğini belirten TPF Başkanı Ömer Düzgün, "Perakende Yasası, olmazsa olmazımız. Ülkemizde market mağaza enflasyonu hızla artmaya devam ediyor. Mağazada sayısal büyümeye odaklananlar bu yıl da tutumlarıyla sektörümüze, küçük esnafa, üreticiye zarar vereceğini düşünüyoruz. Yasadaki eksik ayaklardan faydalananlar yan yana market açmaya devam ediyor. Kısa sürede önlem alınmazsa sektörü çok büyük tehlikeler bekliyor. Yerli ve milli gıda perakendesinin yerini tekelleşmiş ve hatta yabancılaşmış bir perakende alma ihtimali yüksek. Yasadan bir diğer beklentimiz ise marketlerde satılan tüm ürünlerin gramajlarının standartlaştırılması. Aynı pakette yapılan farklı gramaj uygulanması vatandaşlarımızı yanıltıyor, haksız rekabet oluşturuyor. Atılmasını acil bulduğumuz adımların, zorlu rekabetin küçük esnafı götürdüğü iflasların önüne geçeceğine ve ülkemizin yerli markalarıyla büyümesine fırsat vereceğine inanıyoruz. Perakende Yasası'ndaki eksik ayakların giderilmesinin yanı sıra KDV eşitlemesiyle hem dar gelirli vatandaşlarımızın aile bütçesine katkı sağlanacak hem de enflasyon rakamlarını düşürmek adına önemli bir hamle atılmış olacak. Dolayısıyla sepetler daha ucuza dolacak" dedi.

Özel marka (Private Label) ürünlerindeki hızla artan üretim politikasının, marka olmuş milli ve yerli üreticilere zarar verdiğine de dikkat çeken Düzgün; "Bu tarz ürünleri satan marketlerin raflarında bu ürünlere yönelik düzenleme yapılması gerektiğini düşünüyoruz. Başta istihdam olmak üzere birçok açıdan değer yaratan milli ve yerli üreticilerin, tedarikçilerin, tüm iş ortaklarının geleceği tehdit altında. Bu konuda da ivedi adımlar atılmalı" açıklamasını yaptı.

2-3 HAZİRAN

RETAIL DAYS

2021

PERAKENDE GÜNLERİ

HALİÇ KONGRE MERKEZİ

20. Yıl

PROF. DR.
HÜSEYİN ALTAŞ
AYD Yönetim Kurulu Başkanı

SİNAN ÖNCEL
BMD Yönetim Kurulu Başkanı

2 BAŞKAN SAHNEDE...
NE OLDU, NE OLACAK?

Moderatör: Suat Soysal

2-3 HAZİRAN 2021 **HALİÇ KONGRE MERKEZİ**

Özel Röportaj

Mimar bir ailenin kızı olan Gül Gürer Alimgil, Avusturya Lisesi'nden sonra Mimar Sinan Üniversitesi'nde iç mimarlık bölümünden mezun olmuş ve aynı alanda yüksek lisans yapmış. Lise yıllarında iş hayatına atılan ve uzun yıllar kendi mobilya mağazası ve mimarlık ofisini yöneten Alimgil, Yeditepe Üniversitesi'nde 10 seneye yakın iç mimarlık proje derslerinde öğretim görevlisi olarak çalışmış. Yatırım danışmanlığı dönemi ve sonraki senelerde de teknoloji sektöründeki girişimleri neticesinde Türkiye'de müzik meslek birliklerinin kurumlara ulaşma şekli, halka açık mekanlara müzik iletiminde yasal altyapı eksikleri, büyük bir ihtiyaç olan dijital müzik iletimindeki önemi fark edip, 2009 senesinde Serkan Polat ve Moris Alhale ile SMG şirketini kuran Gül Gürer Alimgil ile SMG'nin hizmetlerini konuştuk.

Firmanızdan biraz bahseder misiniz? Ne yapıyorsunuz, hangi alana yenilik getirdiniz? Firmanızın başarıları neler?

Halka açık ticari alanlarda müzik ve anons yayını yapan bir kurum olarak, alışveriş merkezleri, oteller, mağazalar, restoranlar gibi geniş bir yelpazeye hizmet veriyoruz. 33 ülkede, 850'den fazla firmanın 11 bini aşkın noktasındayız. Yayınları, Türkiye'de daha önce uygulanmamış, özel olarak geliştirdiğimiz depola-çal müzik iletim metoduyla tek merkezden yönetiyoruz. İnternet üzerinden sürekli akış, yani streaming metoduyla yayın yapmadığımız için yayın; internet kotalarını harcamıyor, kasa işlemlerini yavaşlatmıyor, günlük iş akışına engel olmuyor. İTÜ Teknokent'teki ofisimizde yazılımımıza yeni özellikler eklemeye devam ediyoruz. SMG Player'ı müşterimizin kendi bilgisayarına ya da music-box'lara yüklüyoruz. Müzik listeleri DJ' lerimiz tarafından markalara özel hazırlanıyor, farklı saatlere göre planlanıyor. Anons seslendirmeleri yapılıyor, istenilen tarihlerde ve sıklıkta yayına ekleniyor.

Ofisimizde bulunan 6 adet müzik stüdyomuzda kendi şarkılarımızı üretiyoruz. Tüm hakları bize ait, İrlanda'da lisanslanan Snapmuse kataloğumuza ait bu şarkıları hizmet verdiğimiz işletmelerde telif bedellerini eser hak sahiplerine ödeyerek mağaza yayınları için kullanıyoruz. Ayrıca, sosyal medya paylaşımları, videolar, oyunlar, reklam filmleri, sinema filmleri için en uygun tarzda ve bütçede 10 binden fazla eseri snapmuse.com platformumuzdan üyelik modeliyle kullanıma sunuyoruz.

Deloitte Technology Fast 50 Türkiye Programı'nda dört yıl ard arda sıralamaya girme başarısı gösterdik. Bilişim Zirvesi 2019 kapsamında Teknoloji Kaptanları ödüllerinde İnovasyon dalında 2. olduk. Business Awards Europe 2019 ödüllerinde The Inflexion European Entrepreneur of the Year dalında ulusal kazanan olduk.

8 Mart kutlamaları için özel bir çalışmanız var mı?

Dünya Kadınlar Günü için hazırladığımız bir müzik listemiz var. Müşterilerimizin talebi doğrultusunda yayına alabiliyoruz. Müzik listelerimizin yanı sıra anons hizmeti de sunuyoruz. Müşterilerin satın alma kararlarında büyük etkisi olan anonslar, bünyemizdeki profesyonel seslendirme sanatçıları tarafından seslendiriliyor. Firmanın istediği noktada ve sıklıkta yayına alınan anonslar, kampanyaların ve etkinliklerin duyurulmasının yanı sıra Kadınlar Günü mesajlarını iletmeye de olanak tanıyor. Anons girdiğinde duran müzik yayını ise anonsun ardından kaldığı yerden devam ediyor.

Kadınlar günü kapsamında, genç kadın girişimcilere ne söylemek istersiniz?

Öncelikle girişimlerinin uzun vadede kendilerine keyif verecek, ilk günkü heyecan ve mutlulukla senelerce çalışabilecekleri bir konuda mı olduğunu düşünmelerini tavsiye ederim. Yapılacak işin iyi planlanması, fizibilitelerin doğru yapılması ve sürdürülebilir bir model olması, işin ne kadar yaratıcı ve öncü bir fikir olduğu, konsantre çalışma ve doğru ekip yeni bir girişimin en kritik ana başlıkları olarak sayılabilir. Bütün bu unsurlarla birlikte yeterli donanıma sahip olduğunu düşünen girişimcinin biraz da cesaret ve kendine güvenerek hızlıca aksiyon almasını, detaylarla oyalanmamasını da önerebilirim. Tüm kadın girişimcilerin yolu açık olsun.

2-3 HAZİRAN

RETAIL DAYS

2021

PERAKENDE GÜNLERİ

HALİÇ KONGRE MERKEZİ

20. Yıl

ZAMAN BİR ARADA OLMA ZAMANI
ZAMAN PERAKENDE GÜNLERİ ZAMANI

MALL&MOTTO

AVM VE PERAKENDE SEKTÖRÜNÜN HABERCİSİ

PERAKENDE GÜNLERİ'NDE YERİNİ ALDI

"2014'ten bu yana aylık yayınlanan dergimiz AVM sektörü, organize perakende, sağlık, moda, kültür haberlerini içermektedir. 5000 tirajla Türkiye'deki AVM'lere, perakende sektörüne, yönetim ve kiralama şirketlerine gönderilmektedir. www.mallandmotto.com'da bültenlerinizi takip edebilirsiniz!" MALL&MOTTO

2-3 HAZİRAN 2021

ANA SPONSORLAR

AKINON VESTEL

HALİÇ KONGRE MERKEZİ

SOYSAL

SPONSORLUK OLANAKLARI VE FUARDA YER ALMAK İÇİN: **0212 212 99 70**

İrem Burcu Kurşun
Altınbaş Üniversitesi Öğr. Gör. Klinik Psikolog

ÇİKOLATA YEMEK YERİNE EVCİL HAYVAN BESLEYİN OKSİTOSİN HORMONUNUZ ARTSIN

Sağlığınız için kedi sevin

Yapılan bilimsel araştırmalar, hayvan sevgisinin insanlarda oksitosin ve serotonin hormonlarının salgılanmasına yol açtığını gösteriyor. Mutluluk hormonları olarak anılan bu hormonların çikolata ve benzeri şekerlemeler yendiğinde de salgılandığı biliniyor. Neden-sonuç ilişkisi olarak bakıldığındaysa; kilo aldıran çikolatalardan yemek yerine bir hayvanın sahiplenilmesi, daha sağlıklı bir vücuda yol açarken sevimli dostlarımız da sıcak bir yuvaya kavuşmuş oluyor.

Mutluluk hormonları artıyor

Altınbaş Üniversitesi Öğr. Gör. Klinik Psikolog İrem Burcu Kurşun, son dönemde yapılan araştırmalarda pandemi sürecinin de etkisiyle bireylerin evcil hayvan sahiplenme oranında artış gözlendiğini belirterek şunları söyledi:

"Bir canlıya bakım verme ve onu sevme, insanlarda mutluluk hormonu salgılanmasını arttırıyor. Evde başka bir canlının olması özellikle tek yaşayan bireylere iyi geliyor. Tek yaşayan kişiler sıklıkla yemek yeme ve öz bakım gibi ihtiyaçlarını atladıklarından bahsediyorlar. Özellikle kedi sahiplendikten sonra evi temizlemeye daha çok alıştığını ve daha düzenli bir hale geldiğini söyleyen bireylerin sayısı oldukça fazla. Kedinin mamasını hazırlarken kendine yemek hazırlayabiliyor, kumunu temizlerken etrafı da temizleyebiliyor. Bakım verecek bir canlı olduğunda onun ihtiyaçlarını karşılamak kişiyi harekete geçiriyor."

Ruh sağlığını olumlu etkiliyor

Pandemi döneminde özellikle ev hayatına daha uygun canlılar olmalarıyla kedilerin daha fazla tercih edildiğini söyleyen Kurşun, "Çocukların gelişimi açısından evcil hayvanla büyümelerinin onların da ruh sağlığına iyi geldiği yönünde araştırmalar mevcut. Hem çocuğu sakinleştiriyor hem de sorumluluk duygusunu, başka bir canlıya nasıl davranması gerektiğini ve paylaşmayı öğretebiliyor. Evcil hayvan çocuğun ilk oyun arkadaşı olabiliyor ve aralarında önemli bir bağ gelişebiliyor. Yapılan çalışmalar da evcil hayvanla bağ kurmanın ruh sağlığımız üzerindeki olumlu etkisini gösteriyor" diye konuştu.

Salgın günlerinde evde daha fazla zaman geçirmeye başlayan bireylerin bir canlı ile vakit geçirmeyi istemesinin oldukça anlaşılır olduğunu söyleyen Klinik Psikolog İrem Burcu Kurşun, "Kişi çalışırken orada başka bir canlının varlığı ona iyi geliyor. Bazen kedi gelip kendini sevdirmek istediğinde o sıcaklığı sebebiyle bağ kurmanın getirdiği bir rahatlama ve kendini iyi hissetme durumu söz konusu oluyor. Kedi ile vakit geçirdikçe onunla bağ kurmanın ve buna ek olarak hormonların getirdiği iyi hissetme hali kişilerin genel kaygılarıyla baş etmesinde yardımcı oluyor" ifadelerini kullandı.

Mutlu AN'ların Alışveriş Merkezi

En Uygun Fiyatlar, En Eğlenceli Mekanlar, En Çok Hediye ve En Kazançlı Kampanyalar,
En Konforlu, En Rahat Alışveriş İmkanı ve Daha Fazlası.
Yazın En Serin, Kışın En Sıcak Noktası. **MalatyaPark Sizi Bekliyor.**

www.malatyapark.com.tr MalatyaPark @malatyapark malatyapark 444 5 286

MalatyaPark

İNCİ HOLDİNG'İN 2021 PLANI: BÜYÜME ÜRETİM YATIRIM

Türkiye'nin köklü şirketlerinden İnci Holding, başarılı iş sonuçlarıyla kapattığı 2020'nin ardından 2021'de de iki haneli güçlü bir büyüme hedefi koydu. 69 yıldır Türkiye ekonomisine katma değer yarattıklarını belirten İnci Holding Yönetim Kurulu Başkanı Neşe Gök, "Yeni dönemde de temkinli bir iyimserlikle mevcut faaliyet alanlarımızda kapasite artırıcı, ürün ve hizmet geliştirici projeleri devreye alacağız. Geleceğin iş alanlarına yönelik yatırımlarımız da devam edecek" dedi.

Neşe Gök
İnci Holding Yönetim Kurulu Başkanı

10 şirket, 3 bin çalışanla Ege'den dünyaya açılan İnci Holding, 2021'de de büyüme trendini artırarak sürdürmeyi planlıyor. Pandemi gölgesinde geçen 2020'yi çevik yönetim anlayışıyla grup şirketlerinde büyümeyle kapatan İnci Holding, bu yıl için temkinli iyimserliğini koruyor ve büyüme planlarını bu çerçevede yapıyor.

İnci Holding Yönetim Kurulu Başkanı Neşe Gök, bu yılki iş stratejilerini mevcut faaliyet alanlarında büyüme ve geleceğin iş alanlarına yatırım olarak belirlediklerini açıkladı. Gök, "2020'de pandemi sürecinin olumsuz etkilerini azaltmak ve krizin getirdiği fırsatlara da odaklanmak için tüm grubumuzda koordinasyonlu bir şekilde ve çevik yönetim anlayışıyla hareket ettik. Bu zorlu yılda çalışanlarımızın sağlığını ve iş güvencesini önceliklendirerek istihdamımızı koruduk ve nakit ve kâr odaklı büyümemize devam ettik. Tüm önlemlerimizle başarılı iş sonuçlarını 2021'de de yakalayacağımızı öngörüyoruz" dedi.

"Büyüme öngörüyoruz"

Grup şirketlerinde üretim ve ihracatın tüm hızıyla sürdüğünü belirten Gök, 2021'de de faaliyet gösterdikleri tüm alanlarda iş planını nakit ve kâr odağını sürdürerek büyüme öngörecek şekilde yaptıklarını ifade etti. Gök, "Toplam üretimimizin yüzde 60'ını altı kıtada 100'ü aşkın ülkeye ihraç ediyoruz. Ürettiğimiz jant, akü ve minibarları Ege'den dünyaya ulaştırıyoruz, çok sayıda ülkeye lojistik hizmeti veriyoruz. 2021'in ilk çeyreğinde hedef pazarlarımızda geçici bir daralma öngörmekle birlikte, aşıların yaygınlaşması ve etkileriyle orantılı olarak 2021'in ikinci çeyreğinden itibaren toparlanma olacağını düşünüyoruz" diye konuştu.

"Fırsatlara odaklandık"

2021'in hem otomotiv hem de lojistik sektöründe daha iyi bir yıl olacağını öngördüklerini söyleyen Gök, "İnci Grubu olarak sadece risklere değil fırsatlara da odaklanıyoruz. Pandemi süreciyle birlikte Avrupa, Asya'dan olan tedarik riskini azaltmak üzere yeni kaynak arayışına girdi. Bu bağlamda otomotiv ve lojistik sektörlerinde kapasite artışı ile ürün ve hizmet geliştirici projelerimizi ön planda tutacak bir planlama yaptık. Turizm sektörünün 2023'ten önce 2019 seviyesine gelmesi beklenmediği için en zorlu toparlanmayı bu sektörde yaşayacağımızı düşünüyoruz. Bu sektörde hizmet veren ve ürettiği otel ekipmanları birçok zincir otelde yer alan ISM Minibar şirketimizde oyun planımızı toparlanma sürecinin daha

uzun soluklu olacağını öngörerek, hizmet ve ürün paletini farklı sektörlere de genişletecek şekilde yapıyoruz" ifadelerini kullandı.

"Yatırım fırsatlarını değerlendireceğiz"

Gök, mevcut faaliyet alanlarındaki global ortaklıklardan güç aldıklarını da belirtti. Gök, "Bu yıl mevcut faaliyet alanlarımızda öngördüğümüz kapasite artırıcı, ürün ve hizmet geliştirici projeleri devreye alacağız. Avrupa başta olmak üzere mevcut faaliyet alanlarımız ile sinerji yaratabileceğimiz yeni alanlardaki yatırım fırsatlarını da bir diğer öncelik alanı olarak görüyoruz. Vizyonumuz ve stratejimiz doğrultusunda ana faaliyet alanlarımızda gerçekleştirdiğimiz global ortaklıklarla Endüstri 4.0 ve dijital dönüşüm gibi alanlarda güçlü bir performans ortaya koymaya devam edeceğiz" dedi.

İnci Holding'in stratejik yatırımcısı olduğu girişim sermayesi fonu Vinci de, bu yılın ilk ayında ShipsGo'ya yaptığı yatırımla portföyüne altıncı şirketi ekledi. Gök, "Vinci ile edindiğimiz deneyimden aldığımız güçle, holding olarak ilk direkt teknoloji yatırımımızı da geçen yıl eylül ayında yüksek güçlü akıllı invertörler ve elektrikli araçlar için tasarlanmış şarj cihazları alanındaki uzmanlığı ile öne çıkan ABD merkezli Rhombus şirketine yaptık. Vinci'nin içinde olduğu ekosistem ve holdingin direkt teknoloji yatırımları ile faaliyet alanlarımızdaki şirketlerimizin entegrasyonunu, yaratacağı potansiyel değer açısından çok önemli buluyoruz." diye konuştu.

Stil Sahibi Miniklere Özgün Tasarımlar

Zamansız özgün şıklığın doğallıkla harmonisi...

miniscúle
by ebrar

ESAS SOSYAL İNGİLİZCE FIRSATIM PROGRAMI'NA BÜYÜK İLGİ 81 İLDEN 6500 GENÇ BAŞVURDU

Emine Sabancı Kamışlı
Esas Holding Yönetim Kurulu Başkan Vekili

Esas Sosyal tarafından üniversiteli gençlere fırsat eşitliği sağlamak amacıyla geliştirilen İngilizce Fırsatım Programı'na 124 farklı devlet üniversitesinden 6.500 genç başvuru yaptı. 15 Mart haftasında başlayacak olan program ile 150 gence 3 kur İngilizce eğitimi verilecek.

Esas Holding'in sosyal yatırım birimi olan Esas Sosyal, Esas Holding'in sorumlu vatandaşlık değerini, Şevket Sabancı ve ailesinin topluma yatırım vizyonu ile birleştirmiştir. Günümüzde mevcut sosyal etki yatırımı anlayışının Türkiye'deki örneği olan, toplumsal sorunlar için ortak çözümler üretmeyi amaçlayan Esas Sosyal, araştırma, ortak projeler ve programları kapsayan üç ayaklı stratejisi ile gençlik ve istihdam alanında sürdürülebilir çalışmalar yürütmektedir. "Gençlere Fırsat Eşitliği" yaratma misyonundan yola çıkarak 2016 yılında başlatılan İlk Fırsat Programı ile gençlerin istihdamında yüksek bir sosyal etki sağlanmıştır. İlk Fırsat Programı'nda edinilen deneyimlerden yola çıkarak Hayırlı Sabancı'nın desteğiyle hayata geçirilen İngilizce Fırsatım Programı'nda gençlerin yabancı dillerini geliştirmelerine katkıda bulunmak ve okuldan işe geçiş süreçlerini kolaylaştırmak hedeflenmektedir.

Başvuruları 15 Ocak 2021'de tamamlanan İngilizce Fırsatım Programı ile devlet üniversitelerinin 3. sınıflarında okuyan gençlere, 12 ay süresince 3 kur online canlı sınıflarda Berlitz Dil Okulları'ndan İngilizce eğitimi sağlanarak en az orta seviyede yabancı dil bilgisi ile mezun olmaları amaçlanıyor. İngilizce Fırsatım, bir dil programı olmanın ötesinde öğrencilere okuldan işe geçiş süreçlerini kolaylaştıracak eğitimler ve İngilizce CV hazırlama, bire bir İngilizce mülakat koçluğu gibi deneyimler sunan kompakt bir kişisel gelişim programı olma özelliğini de taşıyor.

Büyük ilgi gören ve daha ilk yılında Türkiye'nin 81 ilinden 6.500 başvuru alan İngilizce Fırsatım Programı'na yapılan başvuruların %74'ünü kadın, %26'sını erkek adaylar oluşturuyor. İngilizce Fırsatım Programı'nın büyük bir titizlikle gerçekleştirilecek olan başvurularının değerlendirilmesi ve online oryantasyon sonrasında 15 Mart haftasında başlaması planlanıyor. Program Mart 2022'de tamamlanacak.

Esas Holding Yönetim Kurulu Başkan Vekili Emine Sabancı Kamışlı: "Ben her fırsatta gençlere yapılan yatırımın topluma yatırım olduğunu vurguluyorum. Gençleri desteklemenin ve eğitimli gençlere işe geçişlerinde destek olmanın önemini anlatıyorum. Gençlere kulak kabarttığımızda gördük ki; sadece istihdam sürecinde değil, üniversite eğitiminde de fırsat eşitsizliği var. 2020'nin sonunda yayınlanan, sponsorluğunu üstlendiğimiz GYİAD'ın Türkiye'de Genç İş Piyasası ve Geleceğine Bakış Raporu'nda üniversite mezunu katılımcıların yaklaşık 3'te1'lik oranının yabancı dil bilmediği ya da çok az bildiği sonucuna ulaşıldı. Sevgili Annem Hayırlı Sabancı'nın adını vererek başladığımız bu programa gençlerin yoğun ilgi göstermesi, sorunun damarlarına inerek ne kadar doğru bir ihtiyaca çözüm modeli geliştirdiğimizi gösteriyor. Bu noktada genç işsizliğinin bir kurumun tek başına çözebileceği bir sorun olmadığını hatırlatarak kurumları ve kişileri, Esas Sosyal olarak sahiplendiğimiz gençlik ve istihdam alanında bize destek olmaya davet etmek istiyorum" dedi.

Program ile ilgili tüm detaylara www.ingilizcefirsatim.org adresinden ulaşılabilir.

2-3 HAZİRAN

RETAIL DAYS

2021

PERAKENDE GÜNLERİ

HALİÇ KONGRE MERKEZİ

20. Yıl

ZAMAN BİR ARADA OLMA ZAMANI
ZAMAN PERAKENDE GÜNLERİ ZAMANI

FS FARKINDALIK STUDYOSU

PERAKENDE GÜNLERİ'NDE YERİNİ ALDI

"Fs Reklam, sektördeki 13 yıllık deneyimi ile Farkındalık Stüdyosu, organize perakende ve AVM sektöründen sonra e-ticaret sektörlerinde yer almaya başlamıştır. Balondayız ve Eskiraflar e-ticaret siteleri ile 2021'de de iddialıdır." FS REKLAM

2-3 HAZİRAN 2021

ANA SPONSORLAR

AKINON VESTEL

HALİÇ KONGRE MERKEZİ

SOYSAL

SPONSORLUK OLANAKLARI VE FUARDA YER ALMAK İÇİN: **0212 212 99 70**

NTS DANIŞMANLIK'TAN YENİ BİR PROJE DAHA
PAMUK PARK!

Yatırımı Öntürkler Tarım Ürünleri, modern mimari projesi Açık Mimarlık ve Tasarım Stüdyosu, kiralaması ve yönetimi NTS Danışmanlık tarafından gerçekleştirilen Pamuk Park, bir çok markanın yanı sıra hayatı dolu dolu yaşamanız için birbirinden güzel kafe ve restoranlarla, kozmetikten teknolojiye her yaştan tüketiciye hitap eden mağazalarla, aradığınız her şey bir arada bulacağınız doğa dostu sosyal alanınız olacak. Keyif, renk, enerji ve hareket sizi bekliyor.

Hatay'ın Kırıkhan ilçesinde yer alan projemiz;

•Açık Alan Cadde Mağazaları
•Çocuk Eğlence Alanı
•Market
•Açık otopark

Özellikleri ile Kırıkhan halkının yeni cazibe merkezi olacak.
Açık havada alışveriş, eğlence, yemek ve keyifli zamanlar için Pamuk Park sizleri bekliyor olacak.

Kırıkhan, Hatay ilinin ilçelerinden biridir. Nüfusu 119.028 kişidir. Hatay'ın en kalabalık 6. ilçesidir. Helenistik dönemin izlerini taşıyan Darb-ı Sak kalesi ile ova boyunca bir dizi halinde yer alan höyükler Kırıkhan'ın bir güvenlik ve haber alma merkezi olarak düşünüldüğünü ortaya koymaktadır. Halen tescilli 34 höyük mevcuttur.

Osmanlı imparatorluğunun son dönemlerinde Belen kazasına bağlı bir nahiye iken 1924 yılında ilçe merkezi olan Kırıkhan, l939 yılında Türkiye Cumhuriyeti yönetimine girmiştir. Kırıkhan adının nereden geldiği konusunda iki ayrı görüş bulunmaktadır. Bunlardan birisi ticaretin yoğun olduğu yıllarda kervanların konaklaması için yapılan kırıkhanın bulunduğudur, diğeri ise geçmişte bir hanın varlığı ve bunun oldukça bakımsız ve kırık dökük olmasıdır.

ARADIĞINIZ TÜM KİTAPLAR

KORKUT KİTABEVİ 'NDE

KORKUT Kitap ve Kahve

ŞUBELERİMİZ: • Balıkesir Avlu Kongre ve Kültür Merkezi • Avlu Balıkesir AVM • 212 AVM

ANPA GROSS KARTAL'DA KAPILARINI AÇTI

Mehmet Yeğen
Anpa Gıda CEO'su

PAZAR FİYATINDAN UCUZA MARKET

ÜRETİCİDEN DİREKT ALICIYA

Son dönemde faiş fiyatlar ile dikkat çeken marketler kamuoyunda yer alırken, Anpa Gross, pazar fiyatından uygun fiyatlar ile müşterilerini taze ve kaliteli ürünler ile buluşturuyor.

50 MİLYON TL'LİK YATIRIM

4. şubesinin kapılarını 1 Şubat günü açan Anpa Gross, Kartal'a yaptığı 15 bin metrekarelik alana sahip, 50 milyon TL'lik yatırım ile Anadolu Yakasındaki müşterileriyle buluştu.

ÜRETİCİDEN DİREKT SATIŞ

BASKIYA RAĞMEN UYGUN FİYAT

Açılışta uygun fiyata kaliteli alışverişin adresi olduklarını vurgulayan Anpa Gıda CEO'su Mehmet Yeğen; "İddia ediyoruz ki biz piyasada en uygun fiyata en kaliteli ürünleri satıyoruz. Piyasaların fiyat baskılarına rağmen fiyatlarımızı yükseltmeyeceğiz. Et, balık ve sebze-meyve ürünlerimizi rakip firmalar gibi araya aracı koymadan direk üreticiden temin edip halk ile buluşturuyoruz. Böylece müşteriyi uygun fiyatla buluştururken, üreticiyi de korumuş oluyoruz. Rakip firmalar, sebze ve meyve ürünlerini 4 – 5 gün depolarda bekletip satışa sunuyor. Bunun bir de nakliye süreci oluyor. Biz mahsulleri toplandıkları gün yola çıkarıyoruz. Böylece ertesi gün tezgahlarımızda satışa çıkıyor" dedi.

BALIKÇIDA 45, ANPA'DA 25

Öte yandan son dönemde artan balık fiyatlarına da yorum yapan Yeğen; "Biz balıkları ve etleri de direkt çiftçiden alıyoruz. Örneğin hamsinin kilosu balıkçı tezgahlarında ortalama 45 TL iken bizde 25 TL'ye satılıyor" şeklinde konuştu.

PİYASANIN YÜZDE 30 ALTINDA

HALKA İSTİHDAM SAĞLIYORUZ

Sıvıyağ, salça, Türk kahvesi, bebek bezi gibi diğer ürün gamlarında da piyasa fiyatından yaklaşık yüzde 30 aşağıya satış yaptıklarını anlatan Mehmet Yeğen; "Mağazalarımızda gereksiz masraflardan kaçınıyoruz. Böylelikle ürünlerimizi daha uygun fiyatlarla müşterilerimizle buluşturuyoruz. Şarküteri reyonumuzda aynı şekilde direkt üreticiden alıp tüketici ile buluşturuyoruz. Örneğin Trabzon tereyağını Trabzon'daki yerel halktan alıp halkada istihdam sağlıyoruz" açıklamalarında bulundu.

ANA HEDEF; MİNİMUM MALİYET, MAKSİMUM HİZMET

Yatırımları hakkında da açıklamalar yapan Mehmet Yeğen şunları söyledi; "Hiper market mantığıyla bu işe girdik. Marmara bölgesinde şu an için en fazla 10 şube açmayı planlıyoruz. Çok fazla şube açmadan, büyük metrekareler ile gross mantığında uygun fiyata hizmet vermeyi amaçlıyoruz. Şirketimizin ana amacı hem tüketiciyi hem üreticiyi koruyarak, minimum maliyet ile maksimum hizmet sağlamak."

Özel Röportaj

Gökhan Akyürek

GKN Kargo Yönetim Kurulu Başkanı

"Markamızın mottosu olan "Güven Taşır" sözünün içini her zaman doldurmak için gayretle çalışıyoruz."

GKN Kargo ilk etapta bir kargo firması gibi algılansa da altında önemli bir lojistik yönetim paneli var. Bu sistemi okuyucularımızla paylaşır mısınız?

Lojistik, taşımacılık ve dağıtım sektöründe uzun yıllar edindiğimiz tecrübeleri bir çatı altında toplayarak, 2016 yılında GKN Kargo'yu kurduk. Şirket olarak kurumların ihtiyaç duydukları farklı alanlardaki lojistik ihtiyaçlarını tek bir firmadan sağlayarak, çalıştığımız kurumlara takip kolaylığı, kaliteli hizmet ve uygun maliyet avantajı sunuyoruz. Son kullanıcılara yönelik de hizmet vermekle birlikte ağırlık noktamız firmalara B2B alanında hizmet vermek yönündedir.

Türkiye'nin en büyük markalarının kargo süreçlerini yürütüyoruz. Perakende firmalarının e-ticaret satışlarını, mağazadan mağazaya gidecek ürünlerinin kargo süreçlerini ve bunların yanı sıra Trendyol satışlarını organize eden bir yapıya sahibiz. Geçen seneden bu seneye e-ticaret tarafımız % 200-250 arası bir artış sağladı. Bunu gerçekleştirirken önceliğimiz yazılımdı. Açıkçası bu süreçte yazılımımızın kuvvetli olması e-ticarette elimizi rahatlattı. Yazılım alt yapısının olmaması demek; müşteriye sağlıklı hizmet verilmemesi, ürünlerin zamanında teslim edilememesi, gecikmesi hatta planlamaya bile alınmaması demek. Bu %n ciddi bir yazılım yatırımımız var, hala yazılım tarafımızda bir yoğunluk var. E-ticaret tarafında güçlüyüz. Müşterimiz, ürünlerini bizi teslim ettiği andan teslim olana kadar an ve an görüntülenebilen, ıslak imzalı tabletli teslimat yapabilen takibi basit bir ağımız var.

Bu lojistik süreçler ile sizi rakiplerinizden ayıran en önemli farklar neler? Bize bahseder misiniz?

Markamızın mottosu olan "Güven Taşır" sözünün içini her zaman doldurmak için gayretle çalışıyoruz. Zamandan tasarruf, hasar, kayıp çalıntı oranı firmamızda binde 1'den daha azdır diyebiliriz. Ağırlıklı olarak B2B olarak hizmet verdiğimiz için firmamıza perakende sektöründen yoğun bir talep var. Pandemiyle birlikte online satın almanın yüz yüze alışverişin neredeyse önüne geçtiği bir dönemle karşı karşıyayız. Bu durum kargo firmalarının yükünün oldukça artmasına neden oldu. İlk dönem yaşanan yoğunluk nedeniyle şehir içi bazı teslimatlarda bile 1 haftayı geçen gecikmeler yaşanmıştı. Ancak krizde % 200'ün üzerinde büyüyen bir şirket olarak ve de işimiz taşımacılık olduğu için güvenli ve teknolojik alt yapımızla süreci başarıyla yönetebildik. İstanbul içi teslimat sürecini tıpkı kurye hizmeti verir gibi 1 güne indiren bir hizmet politikası yürütüyoruz.

Çalışan profili olarak genç ve dinamik bir kadroya sahibiz. Kargo dağıtımında genellikle 25 – 35 yaş arası personeli istihdam ediyoruz. Şirket politikamız her departmanda kadın istihdamına önem veren bir yapıda oluşturuldu. Kargocu olarak bile 8 kadın çalışanımız bulunuyor.

Pandemi süreci ile gelişen yeni yaşamda kargo ve kurye işlemi için birçok firma aracı olan ama sektörel deneyimi olmayan kişilere taşıma yaptırdılar sizde böyle 3.parti aracı kullandınız mı? Bu sistem

için ne düşünüyorsunuz?

Kargo kuralım demekle kargo kurulmuyor... Kargo demek; ciddi bir altyapı, ciddi bir personel ve ciddi bir müşteri ağı demek. Kargonun ana taşları; personel ve teknolojik alt yapıdır. Personel, yazılım, müşteri ve sermaye hepsi bir bütün. Kargo sektörü kolay bir iş değil bütünlük gerekli. İyi rakiplerin çıkmasını isterim. Bizim en büyük kaynağımız öz sermayemizin olması, kredilerle kredilerimizin olmaması bizi kalkındırıyor. Yeni firmaların nasıl ilerleyeceği soru işareti. Piyasada ciddi bir sıkıntı var. Son 5 senede çok fazla firma pzara girdi ve çıktı, maksimum birkaç yıl ayakta kalabildiler. Ciddi bir yatırım gerekli Türkiye genelinde kargo şirketi kurmanız için 30-40 milyon lirayı gözden çıkarmanız gerekli. Perakende sektöründe bazı firmalar kendi kargomu taşıyayım diye bu işe girmek istiyor. Ama Türkiye'de nakliye giderleri % 5'in altına inmiyor. Türkiye geneline yaymalarını için ciddi bir yatırım ve alt yapı yapmaları gerekli.

2020 yılını sektörel anlamda değerlendirip 2021 öngörülerinizi paylaşır mısınız?

2016 yılında kurulan firmamız markalara butik hizmet veren bir yapıdaydı. Ancak pandemi ile birlikte firmamıza daha yoğun bir talep olması nedeniyle marka portföyümüz daha da genişledi. Bu süreçte markamız bir önceki yıla oranla ciddi oranda bir büyüme yakalayarak % 230 büyüme sağladık. 34 milyon TL ciroya ulaştık. 2021 yılında da bu performans ile ortalama % 75'in üzerinde bir büyüme bekliyoruz.

GKN Kargonun sektörel hedeflerini paylaşır mısınız?

Pandemide 100 kişilik ek istihdam sağladık. Toplam çalışan sayımız 400'e ulaştı. 2021 yılı içerisinde 120 araçlık filomuza da yatırım yaparak araç sayımızı arttıracağız. Farklı illerde yeni dağıtım merkezlerimizi de hayata geçirmeyi planlıyoruz. Öncelikli olarak 32 dağıtım merkezine ulaşma hedefimiz var. 2021 yılının firmamız açısından markamıza yatırım yılı olacağını söyleyebiliriz. 2021 yılının ikinci çeyreğinde yerli sermayenin olduğu yatırımları da değerlendireceğiz.

GÖKHAN AKYÜREK HAKKINDA:

GKN KARGO Yönetim Kurulu Başkanı Gökhan Akyürek. 50 yıllık aile işimiz olan lojistik alanındaki faaliyetlerimizle, özellikle perakende alanında gıda, tekstil ve ayakkabı sektöründe yer alan markalar için hizmet sağladık. Ben 31 yaşındayım ve 15 yıldır aileden alaylı olarak işin içindeyim ve de üniversitede lojistik eğitimini almış biri olarak bu işe tutkuyla bağlı olduğumu söyleyebilirim.

Gökhan Akyürek
GKN Kargo Yönetim Kurulu Başkanı

C.Serhat Türkkan
Mall&Motto Genel Direktörü

Dilek Terliksiz
Homend Marka Stratejisinden Sorumlu
Karaca Grup Marka Direktörü

“Markalarımız, insanların evlerinde ürünlerimizle hayat buluyor.”

Özel Röportaj

Sizi kısaca tanıyabilir miyiz? Kariyer yolculuğunuzu kısaca anlatır mısınız?

Karaca Grup marka gelişim direktörüyüm. Şirketimizin markalarının stratejisinden sorumluyum. Marka stratejisinin, şirket ve pazar gerçekleri kadar müşteriyi merkeze koyan bir bakış açısıyla belirlenmesi çok kıymetli. Yüksek lisansımı stratejik tasarım üzerine yaptım. Tasarlanacak bir ürün, hizmet, hatta bazen iletişim olsun, her zaman müşteriyi merkeze koyan bir bakış açısıyla yaklaşmanın gerekliliği üzerine eğitim aldım. Kariyerime global reklam ajanslarında stratejik planlamacı olarak devam ettim. Bir fikrin "müşteriyi merkeze alan stratejik tasarım" bakış açısıyla ortaya çıkmasının, markalara algısal anlamda değer katmanın yanı sıra iş sonuçlarına da tartışmasız olarak olumlu yansıdığının altını çizmek isterim.

Bu bakış açısıyla Karaca Grup markalarımızın stratejisini belirliyoruz. Markalarımız, insanların evlerinde ürünlerimizle hayat buluyor. Müşteriyi merkeze alan bakış açısıyla; ihtiyaçlara ve beklentilere yönelik ürünler geliştirerek hayatlara değer kattığımızda vazgeçilmez oluruz. Grup olarak müşterilerimizle temas ettiğimiz her noktada – üründen, hizmete, mağazadan, iletişime bu misyonla çalışıyoruz.

İş hayatında kadın ve erkeklerin eşitliğini sağlamak için sizce neler yapılmalı? İş kadınlarının - çalışan kadınların yaşadığı en önemli sorunlar sizce neler? Birkaç maddeyle sıralar mısınız? Siz hangi sorunlarla karşılaştınız, tanık olduğunuz veya yaşadığınız enteresan durumlar var mı? Çalışan kadınlar- iş kadınları karşılaştıkları engelleri nasıl aşabilir?

Bu konu sadece Türkiye değil dünyada da tartışmasız önemli bir konu. Bugünden yarına çözüm kolay değil ancak ilk adım olarak sözde olmayan, aksiyona dönüşecek bir farkındalığın olması önemli. Aksiyona dönüşmesi için de bir iş ortamında herkes tarafından bu yaklaşımın içselleştirilmesi kritik. İçselleştirilme, kadın erkek eşitliği söylemini anlamlı kılmalı. Bu nedenle eşitliğe her şirketin, kendi şirket kültürüne göre tanımlamalı ki herkes tarafından kabul görsün. Bu noktada belki de empati, esneklik gibi kavramları daha çok telaffuz etmek gerekiyor. Şirkette kadın erkek ayrımı yapmadan, çeşitlilik ve farklılıkların kucaklanması ve bu bakış açısının aslında bir şirketi zenginleştirdiği, insanları ve şirketi büyüttüğü inancının yaygınlaşmasında kıymet görüyorum.

İş ortamımızda kadın-erkek oranımız yüzde 48 (kadın) ile yüzde 52 (erkek). Ancak kurum kültürü olarak bizler kadın - erkek çalışma oranını sadece bir rakam ya da bir oran olarak değil, bunu çalışanlarımızın kendini gerçekleştirme fırsatı olarak konumluyoruz. Karaca Grup olarak insana dair ev-yaşam dünyasını sahiplendiğimiz iş hayatımızda her şeyden önce biz herkesi kucaklamayı ve fırsat vermeyi önceliklendiriyoruz.

Sizin mesleğinizi seçmek ve sizin gibi başarılı bir yönetici olmak isteyen veya bu yolda ilerleyenler kadınlara rehber olması için yaptığınız işle ilgili, uzmanlığınızın olduğu konuda püf noktalarını paylaşır mısınız?

Bir kere severek yaptığın bir işi yapıyor olmak bence en önemli konu. İşi iş gibi, görev tanımları çerçevesinde görmek, yoğun tempoda beraberinde bir noktada yılgınlık da getirir. Bununla birlikte ilginin olduğu, severek yaptığın bir işte başarı da organik olarak geliyor bence. Bu nedenle iş hayatının belli noktalarında insanın kendisini sorgulayabilmesi önemli. "İş hayatı böyle" diyerek razı olmak yerine, keyifle çalışıp parlayacağın şirket ve işi bulmak için yaş hiçbir zaman bariyer olmamalı.

Bir diğer önemli gördüğüm nokta ise ekip çalışması ve resme farklı disiplinleri, farklı bakış açılarını dahil etmek. Hem bireysel olarak insanı zenginleştiriyor hem de ortaya çıkan işi tartışmasız büyütüyor.

Homend Felsefesi

•Anlamlı yenilikler ve özgün fonksiyonel çözümlerle hayata hizmet ediyoruz.
•Tasarımlarımızla her alanda insanı merkeze alıyoruz, empati yönü kuvvetli, çekici ve zevkli ürünler tasarlıyoruz.
•Doğru tanımlanmış fonksiyonlarla, doğru alanlarda yüksek performans gösteriyoruz.
•Değer yaratan hizmetlerimizle genel geçer standartları sürekli güncelliyoruz ve iyileştiriyoruz.

Homend Değerleri

•Güvenilir
Bir Homend ürünü aldığınızda, bize kendinizi, sevdiklerinizi, evinizi, sağlığınızı, hatta hayatınızı emanet ettiğinizi hiçbir zaman unutmayız. Bu güveni asla boşa çıkarmayız.

•Yenilikçi
Biz Homend'de tüm anlamlı yeniliklere kapımızı açık tutarız.
Çünkü bizim için, ihtiyaçlarınızın gerisinde kalmak, evinizin, hayatınızın dışında kalmak demektir.

•Yalın
Yavanlıktan uzak bir yalınlığın herkesin ihtiyacı olduğuna inanırız. Hiçbir fazlalığı taşımayız, her zaman basite indirgeriz, her şeyi en yalın hale getiririz.

•Hümanist
Yazılı ve sözlü iletişimlerimizde insana değer veren yönümüzü gösteririz. Her zaman kolay anlaşılır, etkili ve insani yönü kuvvetli bir iletişim kurmak için çalışırız.

•Çekici
Evinize, hayatınıza, kendinize yakıştıracağınız ürünler tasarlamamız gerektiğini iyi biliriz. Estetik yönü güçlü, zevkle tasarlanmış bir görsellik sunarız.

Hande Gürsoy

MGS Group Kurucu Ortağı ve Boris Becker Tasarım Koordinatörü

“Hedef belirlemek ve o hedef için çalışmak, çok çalışmaktan daha önemlidir.”

Özel Röportaj

Sizi kısaca tanıyabilir miyiz? Kariyer yolculuğunuzu kısaca anlatır mısınız?

Uşak doğumluyum. MGS Group Yönetim Kurulu Başkanı Murat Gürsoy ile evliyim ve 2 oğlum var. Çocukluk döneminden bu yana hep tasarımcı olmak istedim ve eğitimime de bu doğrultuda yön verdim. Kolej eğitimden sonra liseyi Bursa Güzel Sanatlar Lisesi'nde, lisans eğitimimi Mimar Sinan Güzel Sanatlar Akademisi'nde tamamladım. Hayalim olan tasarım alanında; farklı firmalarda ve çok çeşitli departmanlarda uzman ve yönetici pozisyonlarında çalıştım. Boris Becker markası, tasarım ekibimle birlikte MGS Group çatısı altında kurmuş olduğum ihracat odaklı ilk tekstil markam.

İş hayatında kadın ve erkeklerin eşitliğini sağlamak için sizce neler yapılmalı?

Liderliği belirleyen en temel özellikler problem çözme, sorunları ön görebilme ve farklı bakış açılarıyla minimize etmektir. Problem çözme, insanlar arası ilişkilerde yaşanan sorunlara çözüm getirme açısından kadınların erkeklere göre daha yetenekli oldukları öne sürülüyor. Çoğunluğu kadın çalışanlardan oluşan Boris Becker markasının yöneticisi olarak bunu bir çok kez farklı alanlarda deneyimlediğimi söyleyebilirim ancak cinsiyetlerin karşılaştırılması yerine esas olanın; artı değerlerin ortaya konması ve bir harmoni yaratılması olduğunu düşünüyorum. İş dünyası, gelişen teknolojiler paralelinde her geçen gün hızlanan gündelik hayatın büyük bölümünü teşkil ediyor ve hayatta en önemli denge kadın-erkek uyumundan başlıyor. Toplumsal cinsiyet eşitliğini bu nedenle çok önemli buluyorum.

Aslında kız çocuklarını okula göndermeyen, erken yaşta evlendiren zihniyete dayanan ve kanayan bir yara bu konu. İşin temeli bilinçlenmeden ve eğitimden geçiyor. İş dünyasına geldiğimizde ise buraya hakim olan erkek egemen yaklaşımdan biraz uzaklaşıp, sektörde başarılarıyla örnek teşkil eden, yaratıcı, idealist ve girişimci kadınlara daha çok yer verilmesi gerektiğini düşünüyorum. Gizli kalan başarılı kadın yöneticilerin daha fazla görünür olması, toplumsal cinsiyet eşitliği yaklaşımını destekleyecek önemli adımlardan biri olacaktır. Bu bakış açısıyla bu haberi derleyen Mall&Motto ekibine ayrıca teşekkür ediyorum. Son dönemde artan kadın girişimci teşviklerinin artırılması da eşitliğe giden yolda önemli desteklerden biridir.

İş kadınlarının - çalışan kadınların yaşadığı en önemli sorunlar sizce neler? Birkaç maddeyle sıralar mısınız? Siz hangi sorunlarla karşılaştınız, tanık olduğunuz veya yaşadığınız enteresan durumlar var mı? Çalışan kadınlar- iş kadınları karşılaştıkları engelleri nasıl aşabilir?

Günümüzde hala evliliğin ve anneliğin getirdiği toplumsal rol ve sorumluluklardan dolayı kadınların kariyer girişimleri engellenebilmekte, sahip olunan bir çok değer önüne engel olarak çıkarılabilmekte. Bu yetersizlik algısının arkasında yatan nedenleri, erkek egemen aile yapısına, kadınlarla iletişim kurmanın zor olduğunu savunan ilkel düşünce yapılarına, erkeklerin gücü elde tutma arzusuna bağlayabiliriz.

Bu noktada çalışan, üreten anne baba olmanın, çocuklar üzerindeki önemini daha iyi anlıyoruz. Çalışan ve çalışmaya teşvik eden ailelerin bireyleri olarak eşim de ben de bu sorunları iş ve özel hayatımızda yaşamadık, çalışanlarımızın da yaşamaması için elimizden geleni yapmaya hep özen gösterdik. Grup içinde toplumsal cinsiyet eşitliğini benimseyen bir yönetim anlayışı ile liderlik etmekte ve kadın istihdamını artırma konusunda aktif çalışmalar yürütmekteyiz.

Sizin mesleğinizi seçmek ve sizin gibi başarılı bir yönetici olmak isteyen veya bu yolda ilerleyenler kadınlara rehber olması için yaptığınız işle ilgili, uzmanlığınızın olduğu konuda püf noktalarını paylaşır mısınız?

Ben hep amaçlarım doğrultusunda bir hayat sürdüm. "İdealizm" benim anahtar kelimem oldu hep. Hedefleri gerçekleştirmek için inanmak, sevmek, çalışmak ve üretmek gerekir. Hedef belirlemek ve o hedef için çalışmak, çok çalışmaktan daha önemlidir. Eğer bugün "başarılı" olarak adlandırılıyorsam bunu; işimin mutfağından gelmeme, erken yaşta mesleğe atılmama ve mesleğimin inceliklerini öğrenmeye borçluyum. Kadın meslektaşlarıma tavsiyem; hedef odaklı olun, gelişmeye açık olun, yılmadan çalışın. Ülkenin güçlenmesi ve kalkınması ancak kadının güçlenmesiyle mümkün olabilir.

Misyonumuz

Misyonumuz; faaliyet gösterdiğimiz tüm alanlarda, evrensel kalite ve standartlarda ürün ve hizmetler sunarak ülkemize ve paydaşlarımıza katma değer sağlamak, onlar için güvenilirlik, devamlılık ve saygınlık simgesi olmak, evrensel etik değerlere ve sürdürülebilirlik ilkelerine göre global ölçekli – çok yapılı ticari varlığımızı devam ettirmektir.

Efsane tenisçi Boris Becker'in adını alan koleksiyon, sportif yaşamın özgür hareket edebilme arzusundan, tenis sporunun sofistike duruşundan ilham alıyor. Birinci sınıf kumaşların, özel kesimlerin, zengin renklerin ve yumuşak detayların hakim olduğu Boris Becker koleksiyonu, 25-45 yaş arası şehirli erkekleri hedef alıyor. Kendine güvenen ve özen gösteren, zarif seçimleri olan, idealist şehirli erkek için özel bir stil deneyimi vadediyor. Klasik ve gündelik giyim formlarını dünya trendleri ile birleştiren tarzıyla, konforundan ve kalitesinden asla ödün vermeyen Boris Becker, birbiriyle uyum içinde parçalardan oluşan zengin bir koleksiyona sahip. Dikkat çeken rahat stiliyle günün her anına ve her mekana dâhil olmak isteyen erkekler için tasarlanmış olan koleksiyon, ustaca kurgulanmış kombinler, şık ve kaliteli parçalardan oluşuyor.

Kurumsal Değerlerimiz

Sürekli mükemmellik arayışı

Tüm birimlerimizle, müşterilerimizin, çalışanlarımızın, iş ortaklarımızın ve tedarikçilerimizin ihtiyaçlarını hızlıca tespit eder, beklentilerini karşılamada mükemmeliyetçi bir yaklaşım içerisinde oluruz.

Eda Güzeliş
Ariş Pırlanta Satış Ve Pazarlama Direktörü

“Başarılı kadınların iş hayatında detaycı ve disiplinli yapıları ile sisteme katkılarının oldukça fazla olduğunu düşünüyorum.”

Özel Röportaj

Sizi kısaca tanıyabilir miyiz?

1980 İstanbul doğumluyum. Avusturya Lisesi'nin ardından İTÜ Kimya Mühendisliği bölümünü bitirdim. Akademik kariyer yapmayı düşünürken, kendimi aile işinin içinde buldum.

Kariyer yolculuğunuzu kısaca anlatır mısınız?

Üniversitede asistan olarak çalışmaya başladığımda, akademik kadronun çok da mutlu çalışmadığını gördüm. O mutsuzluk, heyecansızlık beni negatif etkiledi. 2005'te aynı dönemde aile şirketimizde, perakende mağazacılığa yeniden giriş kararı alındı. Zincir mağazalar açılacaktı. Bu oluşum beni akademik kariyerden daha fazla heyecanlandırdı ve 2005 Ekim ayında Cevahir AVM'de açılan Ariş Pırlanta mağazası ile mağazacılığa en alt kademeden satış danışmanı olarak başladım. Burada satışı ve mağazacılığı öğrenirken, diğer taraftan da, mücevher mağazacılık sistemimizin nasıl olması gerektiğine dair çalışmalarımı yapıyordum. Satış danışmanlığı görevimi sırası ile mağaza yöneticiliği, mağazalar koordinatörlüğü görevleri izledi. Sistem belli bir noktaya gelince, dışarıdan profesyonel yöneticiler alarak mağazalar koordinatörlüğü görevimi devrettim. Şu anda Ariş Pırlanta'da perakende satış ve pazarlama direktörlüğü görevini yürütüyorum.

İş hayatında kadın ve erkeklerin eşitliğini sağlamak için sizce neler yapılmalı?

Başarılı kadınların, iş hayatında, detaycı ve disiplinli yapıları ile sisteme katkılarının oldukça fazla olduğunu düşünüyorum. Bir kadının iş hayatında başarılı olması için kesinlikle disiplinli çalışması gerekiyor, aksi takdirde evdeki ve işteki sorumluluklarını tam olarak yerine getirmesi mümkün olmaz. İş hayatında kadın-erkek eşitliğinin sağlanması için kesinlikle, kadının, anne olduğu dönemde ve çocuğunu büyüttüğü dönemde, sosyal olarak desteklenmesi gerektiğini düşünüyorum. Çünkü kadın anne olduğunda, haklı olarak ilk dönemde hayatının odağı değişiyor ve çocuk oluyor. Bir taraftan kadına, kendi hayatını kendi odağına almasını destekleyen danışmanlıklar verilmesi gerektiğini, diğer taraftan da çocuğunu en ideal şekilde büyütebileceğine inandığı kreş vb. olanakların artması gerektiğini düşünüyorum. Kadının çocuğundan yana gözü gönlü rahat olduğunda, çok daha verimli çalışacağına ve bunun iş hayatında kadın erkek eşitliğine çok katkısı olacağına inanıyorum. Hayalim Ariş Pırlanta'da tüm çocuklu çalışanların, çocuklarını bırakabilecekleri, iyi ve kaliteli okul öncesi eğitim aldıkları bir kreş oluşturmak.

İş kadınlarının - çalışan kadınların yaşadığı en önemli sorunlar sizce neler? Birkaç maddeyle sıralar mısınız? Siz hangi sorunlarla karşılaştınız, tanık olduğunuz veya yaşadığınız enteresan durumlar var mı? Çalışan kadınlar- iş kadınları karşılaştıkları engelleri nasıl aşabilir?

Aslında az önce bu soruya da biraz cevap vermiş oldum. Kadınların iş hayatında performanslarının en çok düştüğü dönem anne oldukları dönem. Annelik rolü ile iş kadını rolü arasındaki dengeyi yakalayabilmenin çok önemli olduğunu düşünüyorum. Bu dengeyi yakalayamayan kadın çalışanları kaybetme durumunuz da oluyor.

Aslında her bireyin kendi hayatındaki en değerli varlık kendisi. Kendini arka plana attığı zaman, kendisine de başkalarına faydası azalıyor ya da hiç faydası olmuyor. Aslında kişinin önündeki engel de kendisi oluyor. Bu bilinç ile çalışan, kadın-erkek ayrımı gözetmeksizin herkesin hem iş hayatında hem özel hayatında çok başarılı ve mutlu olacağına inanıyorum.

Sizin mesleğinizi seçmek ve sizin gibi başarılı bir yönetici olmak isteyen veya bu yolda ilerleyenler kadınlara rehber olması için yaptığınız işle ilgili, uzmanlığınızın olduğu konuda püf noktalarını paylaşır mısınız?

Yönetici olmak isteyen her bireyin, yönetici olduğu sektörden bağımsız, en iyi yapması gereken şey öncelikle herkesi çok iyi dinlemek. Müşteriyi çok iyi dinlemek, çalışanı çok iyi dinlemek, üreticiyi çok iyi dinlemek, tedarikçiyi çok iyi dinlemek, iş ortağını çok iyi dinlemek, bayisini çok iyi dinlemek... Dinledikten sonra da tarafsız olarak, kendi bilgi becerisi ile analiz ederek, ideal çözümler üretmesi gerekiyor. Bu noktada kadınların duygusal yapısını dengeli kullanıp, ne tamamen duygusal davranması, ne de aslında kuvvetli olan bu yönlerini göz ardı etmesi gerekiyor.

Misyonumuz

Müşteri ihtiyaç ve beklentilerine en uygun ürün ve hizmetleri sunan, geniş ürün yelpazesi ve gerçek kalite doğru fiyat vaadi ile toplumun her kesimine hitap eden, köklü geçmişi ve sektöründeki tecrübesiyle sürekli olarak fark ve değer yaratarak ülke ekonomisine katkıda bulunan bir marka olmak.

Vizyonumuz

Hedeflenen pazarlara, yurt içindeki yenilikçi, öncü ve güvenilir marka kimliğini taşıyıp, rekabetçi bir güç elde ederek dünya mücevher sektöründe izlenen ve tercih edilen küresel bir marka olmak.

Mücevher sektörüne dededen toruna üç kuşak emek vermiş bir ailenin mücevhere olan tutkusunu anlatan Ariş Pırlanta'nın öyküsü, 1906 yılında Mardin'de küçük bir atölyede başladı. İlk kuruluş yıllarından itibaren yaratıcılığa, yenilikçiliğe ve müşteri memnuniyetine sımsıkı sarılarak çalışan aile, 1959 yılında merkezini ARİŞ adıyla İstanbul'a taşıdı.

Ariş Pırlanta'nın o günden bu yana 'yenilikçi yaratıcılık' anlayışıyla yürüttüğü çalışmaları onu pırlantalı mücevherde uzmanlaştırırken, ilklerin öncüsü haline de getirmiştir.

Sektörde gerçekleştirdiği ilkler arasında;
- İlk konsept mücevher mağazası,
- Atlı Köşk'te ilk mücevher defilesi,
- İlk yurtdışı fuar katılımı,
- İlk broşür ve katalog çalışması,
- İlk e-ticaret sitesi sayılabilir.

Ariş'in yüzyılı aşkın bir zamandır mücevher sektöründe olması, onu yalnızca çok iyi bir tasarımcı ve üretici yapmıyor. Bu deneyim sayesinde Türkiye'yi, Türk insanının ve alışkanlıklarını da çok iyi sindirmiş ve bundan kendine has birikimler çıkarmıştır.

Ariş Pırlanta'nın başarı öyküsünün en önemli unsurları; hizmet ve ürün kalitesiyle birlikte, güven sağlamak ve her Ariş mücevher kullanıcısına kendini özel hissettirmektir.

Duygu Yalnızoğlu
Froumann Profesyonel Hava Temizleme Sistemleri Ar-Ge Müdürü

“İş hayatında kadın erkek eşitliğinin temellerinin kız çocuklarının eğitim sürecinde atılması gerektiğine inanıyorum.”

Özel Röportaj

Sizi kısaca tanıyabilir miyiz?

1984 Eskişehir doğumluyum. Evliyim, 8 yaşında bir kızım var. Metalurji ve Malzeme Mühendisiyim, iş hayatında 14. yılım ve Esalba firmasında Ar-Ge Müdürü olarak görev yapıyorum. İş dışındaki zamanlarımda seyahat etmeyi ve uzun yürüyüşler yapmayı seviyorum.

Kariyer yolculuğunuzu kısaca anlatır mısınız?

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Metalurji ve Malzeme Mühendisliği bölümünden 2007 yılında mezun oldum. 2007-2014 yılları arasında Savunma Sanayi ve Havacılık sektöründe faaliyet gösteren Atard Savunma ve Havacılık firmasında pek çok prestijli projede çalışma imkanı yakaladım. 2014 yılında otomotiv ve beyaz eşya sektörlerinde öncü bir firma olan Esalba'ya Ar-Ge Yöneticisi olarak geçtim. Esalba'ya 2017 yılında bir Ar-Ge merkezi kurduk ve ihracata yönelik nitelikli projelere imza attık. Son olarak 2020 yılında Froumann markası ile medikal sınıf hava temizleme cihazları geliştirdik. Havadaki SARS Cov-2, bilinen adıyla koronavirüs'ü filtreleyerek temizlediği kanıtlanan faydalı bir ürün ortaya çıktı. Pandemi dönemindeki yoğun çalışmalarımızın karşılığını aldık diyebilirim.

İş hayatında kadın ve erkeklerin eşitliğini sağlamak için sizce neler yapılmalı?

İş hayatında kadın erkek eşitliğinin temellerinin kız çocuklarının eğitim sürecinde atılması gerektiğine inanıyorum. Kız çocuklarına eğitim hakkı verilmesini, hem devlet politikaları ile hem de sosyal sorumluluk bilinciyle onların eğitimli ve meslek sahibi bireyler olarak hayata atılmalarının desteklenmesini bu yolda ilk adım olarak görüyorum. İş hayatında ise kadınlara fırsat verilmesinin yeterli olacağını düşünüyorum, fırsat verildiğinde kadınlar iş yerlerini de aynı evleri gibi benimser, sahiplenir ve çok başarılı işler ortaya çıkarırlar.

İş kadınlarının - çalışan kadınların yaşadığı en önemli sorunlar sizce neler? Birkaç maddeyle sıralar mısınız? Siz hangi sorunlarla karşılaştınız, tanık olduğunuz veya yaşadığınız enteresan durumlar var mı? Çalışan kadınlar- iş kadınları karşılaştıkları engelleri nasıl aşabilir?

Çalışan kadınların yaşadığı en büyük sorun maalesef ev ve aile yaşamlarındaki sorumluluklarının aynen devam ediyor hatta artıyor olması. Kadın işyerinde başarılı olmaya kariyer yapmaya çalışırken aynı zamanda çocuğunu emanet ettiği kişinin ona nasıl baktığını, yetip yetemediğini düşünür, aklının bir köşesinde çocuğuma yeterince vakit ayırabiliyor muyum endişesi vardır hep. İş hayatına bunu yansıtmadan evine ailesine karşı sorumluluklarını aksatmamaya çalışmak kadınları en çok yoran konudur herhalde diye düşünüyorum. Bu sebeple mesleğini bırakmak durumunda kalan arkadaşlarım var. Bu durum aynı zamanda iş hayatında kadınlara ön yargı ile yaklaşılmasına sebep oluyor maalesef, bir kariyer fırsatı olduğunda kadınların ev ve aile hayatındaki diğer sorumlulukları düşünülerek kariyer fırsatlarında erkeklere öncelik verilmesi sıkça rastlanan bir durumdur.

Kısaca, kadınlara fırsat eşitliği tanınmaması, önyargı, mobbing ve cinsel taciz kadınların iş hayatında karşılaştığı sorunlar..

Ben bu konuda şanslı olduğumu söyleyebilirim her zaman kadınlara fırsat eşitliği sağlayan yöneticiler ile çalıştım.

Kadınların bu engelleri aşabilmeleri öncelikle kendilerine inanmaları ve güvenmeleri ile mümkün. İşini kaybetme korkusu ile susan kadınlar maalesef daha uzun süre bu haksızlıklara maruz kalıyor. İnsanların zihniyetlerini değiştirmek çok zor bu sebeple eğer bir işyerine mutlu değillerse mutlaka başka fırsatlar aramalarını tavsiye ediyorum.

Sizin mesleğinizi seçmek ve sizin gibi başarılı bir yönetici olmak isteyen veya bu yolda ilerleyenler kadınlara rehber olması için yaptığınız işle ilgili, uzmanlığınızın olduğu konuda püf noktalarını paylaşır mısınız?

İşyerlerinde iki tip çalışan profili vardır birincisi kendisine iş verilmesini bekleyen ve tanımlanan işi yapan, ikincisi gözlemleyen, yaptığı işte gelişime açık yerleri arayan, fikir üreten ve yaptığı araştırmalar ile yöneticisini besleyen.. Ben hep ikinci profil olmaya çalıştım. Daima "ben yaparım" diyerek hem kendi gelişimim hem de çalıştığım firmanın gelişimi için fırsat yaratmaya çalıştım. Bu durum tabi ki konfor alanımdan çıkmamı gerektirdi, daha çok çalışmam, daha çok okumam, risk almam gerekti ancak sonunda bir şeyleri başarmak ve yaşanan iş tatmini hepsine değdi.

Froumann profesyonel hava temizleme sistemlerinin misyonu, insanların yaşadığı ve çalıştığı her ortamda havayı temizleyerek daha sağlıklı ve daha temiz nefes almanızı sağlamaktır.

Froumann Profesyonel Hava Temizleme Sistemleri Inovaring Gmbh Almanya lisansı altında, Elson Hava Teknolojileri Sanayi A.Ş. tarafından üretilmektedir.

Kübra Gegin
Kärcher Türkiye Pazarlama Yöneticisi

“Eşit ve adil çalışma şartları, kollektif bakış açısı iş sonuçlarımıza da pozitif yansıyor. ”

ÖZEL RÖPORTAJ

Sizi kısaca tanıyabilir miyiz?

Kübra Gegin Yıldız, Kärcher'de Pazarlama Yöneticisi olarak görev almaktayım.

2014 yılında Boğaziçi Üniversitesi, İşletme bölümünden mezun oldum. 3 yıl Vestel'de, 2 sene Banvit'te farklı görevler aldım. Arada yaklaşık 1,5 senelik girişimcilik deneyimim de oldu. Yaklaşık 1 senedir Kärcher ailesinde pazarlama yöneticisi olarak görev alıyorum.
Evliyim, 1 tane köpeğim var.

Kariyer yolculuğunuzu kısaca anlatır mısınız?

Profesyonel hayata 2014 yılında başladım. Üniversiteye başlar başlamaz farklı şirketlerde, farklı pozisyonlarda çalıştım.

Mezun olduktan sonra , 2014 yılında Vestel ailesine dahil oldum. 3,5 yıla yakın Vestel'de, önce küçük ev aletleri sonra çamaşır makinesi kategorisinde pazarlama uzmanı olarak görevler aldım; büyüme odaklı ve güçlü yatırım planları olan marka ile dinamik bir başlangıç oldu. Ardından kendi ajansımı kurdum; kurumsal hayat ile akademik hayatı bir araya getiren organizasyonlar, eğitimler düzenledim. Değişen hayat koşulları sebebi ile girişimcilik macerama son vererek Banvit'te çalışmaya başladım. Yaklaşık 2 yıllık eğlenceli tavuk sektöründen sonra, parçası olmaktan büyük mutluluk duyduğum Kärcher ekibine dahil oldum.

İş hayatında kadın ve erkeklerin eşitliğini sağlamak için sizce neler yapılmalı?

2019 yılı sene sonu rakamlarına baktığımızda, ülkemizde kadınların iş gücüne katılımının dünya genel ortalamasının altında kaldığını görüyoruz. Türkiye'de erkek nüfusunun iş gücüne katılımı % 73 iken bu oran kadınlarda % 34'te. AB üye ülke ortalamalarına baktığımızda ise kadınların ve erkeklerin iş gücüne katılma oranlarının % 50'nin üzerinde olduğunu söyleyebiliyoruz. Kadınlarımızın iş gücüne katılımının teşvik edilmesi, eşitliğin sağlanmasını da kolaylaştıracaktır.

Çalışma saatlerinde esneklik sunulması, doğum izninin sadece kadın değil, erkekler için de uygulanabilir olması, kadının iş hayatına katılmasını kolaylaştıracak, hem sosyal hem iş hayatında eşitliğin sağlanmasına yardımcı olacaktır.

İş kadınlarının - çalışan kadınların yaşadığı en önemli sorunlar sizce neler? Birkaç maddeyle sıralar mısınız? Siz hangi sorunlarla karşılaştınız, tanık olduğunuz veya yaşadığınız enteresan durumlar var mı? Çalışan kadınlar- iş kadınları karşılaştıkları engelleri nasıl aşabilir?

Bu sene yapılan, pandemi dönemi iş hayatı araştırmalarında kadın ve erkek çalışanların yaşadığı sorunlarda en büyük fark ev-iş dengesi olduğu görülüyor. Kadın çalışanlar tarafından ortak olarak iletilen sorun: artan ev işleri ve çocuk/yaşlı/hasta bakımı nedeniyle karşılaşılan zorluklar. Bu zorluklarla baş etmenin yanında, kadının kurumsal sorumluluklar alması ve iş hayatına motive olması beklenemez. Bu eşitliğin ev ortamında sağlanması gerek. Şayet kadın partnerinden bu desteği alamıyorsa, evde kendi hayatını kolaylaştıracak aksiyonları almaktan kaçınmamalı. Kurumların da serbest çalışma saatleri modelleri ile kadına destek olması gerek.

Kärcher ailesinde teknik destek ekibinden IT'ye, satış ekibinden üretime bir çok farklı departmanda ve farklı rolde kadın çalışana mutlaka rastlarsınız. Eşit ve adil çalışma şartları, kolektif bakış açısı iş sonuçlarımıza da pozitif yansıyor. Bunun kıymetini bilerek ilerliyoruz. Son 1 senede kadın çalışan oranımızı 5 puan artırdık.

Sizin mesleğinizi seçmek ve sizin gibi başarılı bir yönetici olmak isteyen veya bu yolda ilerleyen kadınlara rehber olması için yaptığınız işle ilgili, uzmanlığınızın olduğu konuda püf noktalarını paylaşır mısınız?

Pazarlama ve marka yönetimi konusunda başarılı bir kariyer için gözlem yeteneklerini geliştirmeleri, toplum ihtiyaçlarını iyi anlamaları ve tepkilerini iyi ölçmeleri gerek. Ne kadar çok insanla tanışır, ne kadar çok gözlem yaparlarsa kariyerlerinin ilerleyen dönemlerinde karar alma süreçlerinde daha etkin rol alabilirler.

Bugün de her zaman olduğu gibi yeni çözümler üzerinde çalışıyoruz

Alfred Kärcher – mucit ve girişimci

Alfred Kärcher, sanayileşmenin başlangıcından bu yana Robert Bosch, Gottlieb Daimler ve Count Zeppelin gibi isimler ile birlikte Württemberg'in ilerlemesine büyük katkıda bulunmuş mucit ve girişimcilerden biridir. Tüm yaşamı boyunca, fikirlerini hayata geçirmeye adamıştır. 1924 yılında, o zamanlar 23 yaşında olan Kärcher, Stuttgart Teknik Üniversitesinden mezun olur ve babasının şirketinde çalışmaya başlar. Ardından bu şirketi bir mühendislik ofisi haline dönüştürür. 1935 yılında mühendis Kärcher, ısıtma teknolojisinde kendi ürün fikirlerini geliştirmek ve bunları pazara sürmek amacıyla Bad Cannstatt, Stuttgart'ta kendi şirketini kurar. Alfred Kärcher, diğer birçok ürünün yanı sıra, kendi patentiyle çelik tavlama ve hafif alaşım sertleştirmek için "Kärcher tuz banyosu fırını"nı üretir.

1939 yılında aile şirketi, bugün hala şirket merkezinin bulunduğu Winnenden'a taşınır. Bu yılda şirket uçak motorları için ön ısıtma ocakları ve kabin ısıtıcıları üretmektedir. İkinci Dünya Savaşı' nın sonunda şirket el arabası, dairesel fırın ve römork gibi acil günlük ihtiyaçları karşılayacak ürünlerin üretimine konsantre olur.

Fırat ÇAPKIN

Eğitmen I Yazar I Konuşmacı

TAHMİN VE ÖNGÖRÜ!

Değerli Mall and Motto Dergisi Okuyucuları, Cüzdanımda Şimdi Kaç Para Var?

Bu ayki yazımda sizlerle, "Tahmin Edebilme & Öngörebilme" konusunu paylaşacağım.

Sizce, ben bu yazıyı yazarken ;

-Nerede yazıyorum ?
-Ne ile yazıyorum ?
-Ve son olarak da bu yazıyı yazarken cüzdanımda kaç para var ?

Tahmin edebilir misiniz?

Zor değil mi ? İçinizden söylediklerinizi duyuyorum. Bunu, şunun için yaptım : Bilmediğiniz bir şeyi tahmin etmek çok zordur. Bunun tam tersi olduğunda yani, konuyla ilgili bilgi ve deneyim sahibiyseniz, tahmin etmek biraz daha kolaylaşır. Bizim ülkemizde herhangi bir konuda tahminde bulunmak, bir çok kişiye büyük keyif verir. Hatta "Ben demiştim, ben söylemiştim." demek, özellikle yaşanan tatsız olayların sonunda bize büyük keyif verir ve özgüveni de besler.

"Ben, 40 yıldır bu işi yapıyorum ve biliyorum!" demek, bizi duygusal yönden de besler. İşte böyle yaparak, tahminlerde bulunup, o tahminlerin gerçekleşmesiyle birlikte, kısa bir dönem sonra özgüven, yerini şuursuz bir özgüvene bırakabilir ve insan bazen farkında olmasına rağmen bu durumla baş edemez. Çünkü, artık durum kontrol altında değildir.

Bir de öngörüsüzlük var : Pazara zamanında çok güçlü bir şekilde girmiş, gelişen ve değişen müşteri taleplerini takip edememiş bir sürü markalar vardı; Kodak ve Nokia gibi. Şimdi neredeyse yoklar. Neden ? Pazarı öngöremedikleri için! Dijital fotoğraf makinelerinin çıkması ile beraber, gerekli

değişiklikleri zamanında yapamayıp pazarı kaybettiler. Gözünüzü pazardan ayırmayın. Değişimi takip edin.

Çocuklarınızla, yeğenlerinizle veya varsa bakım verdiğiniz çocuklarınızla hiç araba yarışı veya benzeri bir oyun oynadınız mı ? Oynayanlar bilirler ki özellikle ilk 3-5 seansta çocuklarınıza açık ara yenilirsiniz. Çocuklarınız gerçek araba kullanmayı bilmemelerine rağmen sizi yenerler. Çünkü onlar bu konuda sizden daha tecrübeliler. Siz, nerede manevra yapmanız gerektiğini kestirene kadar, onlar süratle tüm kavşakları geçtiler. Oyun süresince neyin, ne zaman olacağını sizden iyi biliyorlardı. Edindikleri tecrübeler sayesinde pro-aktif davranıp, sizi yendiler.

Düşündüğümde şaşırmıştım. Kazanma sonrasındaki onlarda pekişen özgüven patlamasını düşünün lütfen. Size ne demişlerdi acaba sizi yendikten sonra...

Aslında diyorum ki; 2021 ve 2022 yıllarının sıkıntılı olacağı aşikar. Politik, ekonomik, sosyolojik ve teknolojik çevreyi incelediğimizde tüm kaynaklar bunu doğruluyor. Bu nedenle yapacağınız işleri tahmin etmek için biraz vakit ayırıp analiz yapın. Sadece analiz yetmez.

Tez-antitez-sentez de gerekli.

Aile bütçeniz ne durumda? İş hayatını ne durumda? Düşünün!

Uzun lafın kısası değerli okuyucular, eskilerin bir lafı vardır "Perşembe'nin geleceği Çarşamba'dan belli!" diye. Sizler de geleceğinizi şekillendirmek için olayların bütününe bakmaya özen göstermeli, veri toplamalı ve bu verilere göre hareket etmekte fayda var.

Şahsi kanaatim bu yılın biraz zor geçeceği yönünde. Ekonomik indikatörler bunu teyit ediyor. Yaşayacağınız problemleri tahmin edin, öngörün. Buna göre önlem alın. A-B-C ve Kriz planlarınızı oluşturun veya yenileyin.

Şahsi ve şirket için yapacağınız harcama ve yatırımları bir gözden geçirin. Karar almadan önce durun, ara verin. Sakin kafa ile tekrar düşünün. Sonra kararı uygulayın.

Sevdiklerinize vakit ayıracağınız, sağlıklı ve bol kazançlara günlere.

Saygı ve sevgilerimle,

Devrim Kılıçoğlu
Koçtaş Genel Müdürü

KOÇTAŞ 150. MAĞAZASINI AMASYA'DA HİZMETE AÇTI

Ev geliştirme perakendeciliğinin lideri Koçtaş, Amasya'da açtığı Koçtaş Fix mağazası ile Türkiye genelindeki toplam mağaza sayısını 150'ye çıkardı. Mahalleli formatı Koçtaş Fix ile Türkiye'de yaygınlaşmaya devam eden Koçtaş, Amasya'da açtığı mağaza ile bulunduğu il sayısını da 35'e çıkarmış oldu. Konuyla ilgili açıklama yapan Koçtaş Genel Müdürü Devrim Kılıçoğlu: "Bugün 35 ilde 150 mağazamızla müşterilerimize hizmet verirken dijital kanallarımız aracılığıyla da ürünlerimizi tüm Türkiye'ye ulaştırıyoruz. 150. mağazamızla birlikte ev geliştirme sektöründe en çok mağazası bulunan şirket konumuna da yükseldik. 2021 yılında 100 yeni mağaza açmayı hedefliyoruz" dedi.

Ev geliştirme perakendeciliğinin lideri Koçtaş, büyük mağazaları ve mahalleli formatı Koçtaş Fix mağazaları ile Türkiye'de yaygınlaşmaya devam ediyor. Koçtaş, Amasya'da açtığı mağaza ile bulunduğu il sayısını da 35'e çıkarmış oldu.

"Ev geliştirme sektöründe en çok mağazası olan şirket olduk"

Konuyla ilgili açıklama yapan Koçtaş Genel Müdürü Devrim Kılıçoğlu, Koçtaş Fix ile Amasya ilinde ilk mağazalarını açtıklarını, bu mağaza ile birlikte Türkiye genelindeki toplam mağaza sayısının 150'ye ulaştığını belirtti. Devrim Kılıçoğlu sözlerini şöyle sürdürdü: "Koçtaş olarak Edirne'den Artvin'e, Sinop'tan Hatay'a kadar mağazalarımızla toplam 35 ilde 110 Koçtaş Fix ve 40 büyük formatlı mağazamızla hizmet verirken, dijital kanallarımızla da tüm Türkiye'ye ulaşıyoruz. 150. mağazamızın açılışıyla ev geliştirme sektöründe en çok mağazası bulunan şirket konumuna da yükselmiş olduk. Anadolu'nun en eski yerleşim alanlarından biri olan ve Hititler'den başlayarak çeşitli uygarlıkların merkezi olmuş Amasya ilimizde ilk mağazamızı açmanın mutluluğu içerisindeyiz. Önümüzdeki dönemde mağazamızın olmadığı illerde yeni mağazalar açmayı sürdüreceğiz. Bu zorlu dönemde hem dijital kanallarımız hem de yaygınlaşan mağaza ağımızla çok daha kolay ulaşılabilir olurken, açmış olduğumuz mağazalarımızda özellikle o bölgenin insan kaynağından faydalanarak yerel çalışan istihdamına katkı sağlamayı hedefliyoruz. 2021 yılında Türkiye genelinde 100 yeni mağaza açmayı planlıyoruz. 2023 yılına geldiğimizde ise toplam 600 mağaza ve buna paralel olarak yaklaşık 4 bin çalışanımız ile mevcut ve yeni müşterilerimize en iyi markaları en uygun fiyatlarla sunmaya ve tüm Türkiye'deki evleri güzelleştirmeye devam edeceğiz."

Koçtaş'ın çok kanallı perakendecilikte Türkiye'nin en önemli örneklerinden biri olan mahalleli formatı Koçtaş Fix mağazalarında, en çok satan 5 bin ürünün yer aldığını belirten Devrim Kılıçoğlu: "Koçtaş Fix mağazalarımızda müşterilerimizin hızlı sipariş ekranlarımızda bulabilecekleri yürüme bandından oto lastiğe, mobilyadan elektrikli el aletlerine kadar 100 bine yakın ürünü teslim edebiliyoruz. Aynı zamanda mahallelerdeki Koçtaş Fix mağazalarımızla nakliye, montaj gibi tüm satış sonrası hizmetler ve toptan satışlar konusunda müşterilerimize kolaylık sağlıyoruz" dedi.

Burcu Polatdemir

Aile ve Çocuk Kaygı Terapisti

BU SOSYAL MEDYA DÜZENİNİN KÖLESİ OLMAYALIM MI DERSİNİZ?

Gün geçmiyor ki pandemiyle ilgi alanımıza giren ' internet dünyasındaki aktif hayatta' yeni bir yapılacaklar listesi ile karşılaşmayalım. Karşılaşmayalım yerine sanırım baskılanmayalım demek daha doğru bir kelime olur. Sürekli açtığınız başlıklarda 'Bunu mutlaka denemelisiniz', 'Hala bunu görmemiş olamazsınız' ,'İnsan hayata kaç kez gelir ki 'tarzında meydan okuyan cümlelerle karşılaşmayanınız sanırım yoktur.:)

Yapmadığınızda ya da o yeni tavsiye edilen şey neyse denenmediyse kişide eksiklik duygusu yaratmak, uygulamadığı için satır altından yeniliklere açık olmadığıyla ilgili kişinin bilinçaltına verilen mesajlarla bezenmiş, hiç olmadı ; hala vakit varken yetişilmesi gereken; olur da kaçırırsa ,kaçıran kişiye nasıl ötelenmiş hissi yaşatacaklarını oldukça iyi bilen sosyal medya pazarlaması bangır bangır duygulara saldırıyor.

Günümüz dünyasında reklam yapmak, eskiden kullanılması avam ve ucuz kabul edilen 'pazarlama' kelimesi bile artık bir başarı kabul edilmişken bunca şeye yetişmeye çalışmak da ayrı bir görev oluyor bir noktadan sonra .Peki bununla neye ulaşılmaya çalışılıyor dersiniz?

'Toplumun geneli ' diye burada bahsedilen yer ; 'instagram popüler dünyası' tahmin ettiğiniz gibi. Burada her konu her olay yeni ve günceldir. Her an takipte kalmak, neler gelişiyor diye kendini 'update ' (güncel) edip uyarlamamak korkunç bir eksiklik! Aman sakın ha geride kalma .. Beni , bizi, onları takip et biz de böylece takipçi, reklam, para kazanalım.. Sen de bunun karşılığında bize en kıymetli zamanını, güncel hayatın koşturmasından kaçıp dinlenmek isteyen savunmasız ve bilinçsiz zihnini, olur da internetle bağlantın koparsa diye her yerden 'online' olma mecburiyetiyle tüm dikkatini onlara ver ve kolay kolay uzaklaşama..!

Nasıl bu hale gelindi diye soruyorum da ilk resim paylaşımıma gitti hemen ellerim hızlıca instagramda yaptığım ilk paylaşıma gittim.. 2013 daha yeni yeni instagrama alışmışım. Yıllarca insanın özelini bu kadar açık seçik paylaşmaması gerektiğini yıllarca savunan ben..Hatta bir çok kişinin 'Bak nasıl da paylaşılıyormuş' yorumlarına maruz kalarak hem de.. Tepki verdiğime bakmayın. Benim gibi onlarca kişi biliyorum daha fazlası olduğunu da tahmin edebiliyorum ama ispatlayamam.

Gelin görün ki her birimiz ya yenilik düşüncesi, ya modernleşme isteği ya da kendini ifadede özgürleşme isteği bahanesini arkamıza alarak bunun bir parçası olduk. Geri dönüşü var mı ki diye soralım. Çok kişinin zaman zaman' bir şeyler paylaşma, 'like' ve beğeni baskısından sıkıldım' deyip 'sosyal medyasız da gayet yaşanır' diyerek hesaplarını dondurduğunu daha sonra artık hepimizin kanına giren zehir misali geri dönülemeyen bir yolda olduğunu fark etmiş ve tekrar sosyal medyanın o büyülü dünyasına aynı hızla geri dönmüştür. Sahiden bu birkaç kuşak milyonlarca insanı daha neler bekliyor sahiden kestirmek zor..

Peki napalım? 'Bu sosyal medya düzeninin kölesi olmayalım mı dersiniz?' diye sloganvari cümleler kurmamı beklemiyorsunuz sanırım. Bu saatten sonra girişilen bireysel çabalar kendi çaplarında bir yere elbet ulaşır ama genele söylenecek büyük sözler faydasız kalacaktır. Herkes hayatına almak istediği kadarını alıp geri kalan artık kısmı geriye iade etmek isteyebilir. ' Ben faydalı bilgileri kullanayım ama bu saçma videoları izlemiyim' demek bir seçenek midir ? Belki.. Ama aklı selim insanların oluşturduğu bir güruh varsa zaten çoktan sorunun 'onun bunun ne yaptığını takip etmeyi çoktan bırakıp' kendi içine, kendi dünyasına daha fazla zaman ayırıp hayatını ne yöne doğru devam ettireceğinin çalışmasını yapmış ve yapacak olanlardır. Orada haklı-haksız kazanç tartışmasından ,gerçek-yalan, doğru –yanlış ikilemini çözmeye ne zamanımız ne de bilinçli zihnimiz yetişir. Zaten onların istediği de düşünmeden eline telefonu alıp videodan videoya atlayan, her posta like atıp yorum yapan öylesine bir insan grubu.. Nasıl bir insan olduğunuzu size daha fazla reklam izletmek için yaptıklarını zaten artık hepiniz gayet iyi biliyorsunuz. Müşteri memnuniyeti de uydurulmuş bambaşka bir yalan.. Eğer 'Sosyal İkilem' adlı belgeseli izlerseniz ne demek istediğimi çok daha iyi anlayacaksınız..

İyi haftalar ..

BORIS BECKER İLKBAHAR YAZ KOLEKSİYONU SADECE ŞIK GÖRÜNMEKLE YETİNMEYEN ERKEKLERİ "İYİ HİSSETTİRECEK"

Rahatlık ve şık görünümden taviz vermeyen elegant erkeklerin tercihi Boris Becker markası, 2021 İlkbahar Yaz Koleksiyonu'nda soft renklerin farklı tonlarını ön plana çıkarıyor. Doğallığın ön planda tutulduğu Boris Becker'in 2021 İlkbahar – Yaz Koleksiyonu'ndaki tüm ürün ve kumaşlar, giyenlerin kendilerini iyi hissetmelerini sağlayacak şekilde tasarlanmış. Koleksiyon, elegant erkeğin tarzını tamamlayacak aksesuarlarıyla da çok konuşulacak.

Rahatlık ve şık görünümden taviz vermeyen elegant erkeklerin tercihi Boris Becker markası, 2021 İlkbahar Yaz Koleksiyonu'nda soft renklerin farklı tonlarını ön plana çıkarıyor. Doğadaki taş tonlarından ilham alan; ekru, bej ve güneşte pişirilmiş tarçın tonlarıyla iddialı bir renk skalasına sahip koleksiyon, modern ve rahat kesimleriyle de dikkat çekiyor. Doğallığın ön planda tutulduğu Boris Becker'in 2021 İlkbahar – Yaz Koleksiyonu'ndaki tüm ürün ve kumaşlar, giyenlerin kendilerini iyi hissetmelerini sağlayacak şekilde tasarlanmış bulunuyor.

İlkbaharın vazgeçilmezi ince ve hava alan yağmurlukların yanı sıra degrade deri montlarla tarzınızı konuştururken koleksiyondaki astarsız rahat ceketler, jogger pantolonlar, desenli polo yaka tişörtler, apaçi yaka gömlekler ve skinny pantolonlarla günün her saati rahat ve şık görünmenin konforunu yaşayacaksınız.

Erkek aksesuarlarında bu yıl; sepet örgü

ayakkabılar, espadriller ve süet çantalar moda

Boris Becker markasının kendine has ruhunu yansıtan keten karışımlı, mikro desenli kumaşlardan üretilmiş parçalar zevk sahibi erkeklere hitap ediyor. Modern ve smart casual giyim tarzının hakim olduğu koleksiyonda tencel ve keten karışımlı iplikten oluşan trikolar, saf pamuktan gömlekler, şık eşofman takımları, keten şort ve pantolonlar ile baskılı tişörtler çizgi üstü erkeklerin vazgeçilmezi olarak gardıroplarındaki yerlerini alacak.

Boris Becker 2021 İlkbahar – Yaz Koleksiyonu aksesuarları ile de çok konuşulacak. Elegant erkeğin tarzını tamamlayacak aksesuarlar şık tasarımlarıyla dikkat çekerken yine tarçın tonlarındaki süet çantalar, kombinlerinizi eşsiz bir uyumla tamamlayan espadriller, doğallığı yansıtan açık ton renklerdeki sneakerlar ve deri sepet örgü ayakkabılar görenleri kendine hayran bırakıyor.

DÜNYANIN SIFIR NOKTASINDAKİ TARİHİ BİNA SATILIYOR 150 YILLIK TARİH SATIŞA ÇIKARILDI

Sultanahmet Meydanı'nda bulunan Nuri Kenan Paşa'ya ait 150 yıllık bina, satışa çıkarıldı. İstanbul'un kalbinde yer alan ve dünyanın en önemli tarihi simgelerine komşu olan bina, Ayasofya'ya 70 metre, Yerebatan Sarnıcı'na 30 metre, Sultanahmet Camii'ne ise 100 metre uzaklıkta. Ayrıca bina, tüm şehirlerin, Doğu Roma İmparatorluğu'na uzaklığının ölçülmesi amacıyla yaptırılan ve dünyanın merkezi olarak kabul edilen Milyon Taşı'nın da hemen yanında bulunuyor.

Yaşayan tarih

Leman Esma Kasay Hanı'nın tarihi hakkında da bilgi veren Gayrimenkul Danışmanı Evrim Kırmızıtaş Başaran, "Sultan II. Abdülhamit'in paşalarından Nuri Kenan Paşa tarafından 1880 'de yaptırılmış. 1972'de de Alman Weber firması tarafından aslına uygun betonerme renövesi yapıldı. Nuri Kenan Paşa, aslında bir doktor. Burası da onun muayenehanesi. Nuri Kenan Paşa, Kanlıca'daki yalısından her gün buraya gelip hastalarıyla ilgilenmiş. Şimdi o yalıda da Ali Koç oturuyor" diye konuştu.

Binanın yaşayan bir tarih olduğuna dikkat çeken Başaran, "Sahip olduğu olanakların yanı sıra binanın en özel yanı 150 yıllık bir tarihin tanığı olması" ifadelerini kullandı.

Evrim Kırmızıtaş Başaran
Gayrimenkul Danışmanı

Konumu çok özel

Binanın çok özel bir konumda yer aldığını belirten Başaran, "Meydanda 3 cephesi olan, yüksek görünürlüğe ait tek özel mülk. Ayrıca meydandaki eserlerin aynı anda görülebildiği tek anıt eser olması, kesintisiz adalar, deniz ve boğaz manzarasına sahip olmasıyla çok önemli bir yapı. Binanın bulunduğu yer Ayasofya, Yerebatan Sarnıcı, Sultanahmet Camii, Milyon Taşı'nın kalbi diyebileceğimiz bir yer. Bu özellikleriyle bina, İstanbul'un hatta dünyanın en özel konumunda bulunuyor" dedi.

Nuri Kenan Paşa'nın torunlarının torunları tarafından ilk kez ilk elden satışa çıkarılan eser, 600 metrekareye sahip. 10 odası 2 salonu bulunan binanın satış ücreti ise 120 milyon TL olarak belirlendi.

BİR ALKIŞ DA ALIŞVERİŞ MERKEZİ ÇALIŞANLARINA

Necati Ufuk Toydemir
Mallmark Yönetim Yardımcı Direktörü

Türkiye'de alışveriş merkezi yönetimi konusunda sektörün deneyimli isimlerinden Necati Ufuk Toydemir pandemi döneminde büyük zorluklarla mücadele eden, bizleri sağlığımıza kavuşturabilmek için, şifa dağıtabilmek için evlerinden, uykularından fedakarlık eden sağlık çalışanlarımızdan sonra bu süreçte fedakarca, ve yüksek görev bilinci ile çalışan alışveriş merkezi çalışanlarını da yürekten alkışlanması gerektiğini belirtti.

İşte Toydemir'in açıklamalarından satırbaşları:

''AVM ÇALIŞANLARI SÜRECİ EN İYİ ŞEKİLDE YÖNETMİŞLERDİR''

Türkiye'de sayıları 500'e yaklaşan alışveriş merkezinin bünyesinde çalışan ve sayılarını yüzbinlerle ifade edebileceğimiz çalışma arkadaşlarımız 2020 yılının mart ayında başlayan ve bugüne kadar etkisini giderek sertleştirerek hissettiren pandemi döneminde; sakin kalarak, doğru bilgilere ulaşarak ortaya koydukları fedakârlık ve devamlı yüksek seviyede tuttukları görev bilinci ile birbirlerine kenetlenerek süreci en iyi şekilde devam ettirmişlerdir.

''AVM'LER PANDEMİ DÖNEMİNDE ÜZERİNE DÜŞEN TÜM SORUMLULUKLARI YERİNE GETİRMİŞLERDİR''

Alışveriş merkezleri yaşanan bu zor dönemde; kamu kurumları tarafından hayata geçirilen tüm tedbirlere uyum sağlayarak, duyarlı olarak ve iletişimi üst düzeyde tutarak salgınla mücadelede üzerine düşen tüm sorumlulukları yerine getirmişlerdir.

Önce sağlık ilkesi ile tüm yetkili makamların almış olduğu kararlara ve uyarılara riayet ederek sağlıklı ortamlarda güvenli alışveriş ortamları oluşturulmasında önemli katkılarda bulunmuşlardır.

SAĞLIKLI ORTAMLARDA GÜVENLİ ALIŞVERİŞ İLKESİ ÜZERİNE KRİTİK İŞBİRLİKLERİ OLUŞTURULMUŞTUR.

Gerek alışveriş merkezi yönetimlerinin ekipleri, gerekse de perakende markalarının çalışanları tek bir yürek olarak, ortak yaklaşım ile sağlıklı ortamlarda güvenli alışveriş ilkesi üzerine son derece kritik iş birlikleri oluşturmuşlardır.

TÜM ÇALIŞMA ARKADAŞLARIMIZA BU DÖNEMDEKİ FEDAKARLIKLARI İÇİN TEŞEKKÜR EDİYORUM

Bu zor günlerde görevlerinin başında olan, sektörün bu dönemdeki süreci mümkün olan en iyi şekilde yönetmesine destek veren, motivasyonunu hep üst seviyede tutan, görev bilinci sahibi tüm çalışma arkadaşlarımıza bu dönemdeki fedekarlıkları için teşekkür ediyorum.

''ÖNCE SAĞLIK ÇALIŞANLARIMIZI TEKRAR YÜREKTEN ALKIŞLIYOR, ARDINDAN DA YÜZBİNLERCE ÇALIŞMA ARKADAŞIMI ALKIŞLIYORUM''

Bu dönemde en büyük zorluklarla mücadele eden, bizleri sağlığımıza kavuşturabilmek için, şifa dağıtabilmek için evlerinden, uykularından fedakarlık eden sağlık çalışanlarımızı tekrar hatırlıyor önce onları tekrar yürekten alkışlıyor, ardından da alışveriş merkezlerinde çalışan yüzbinlerce çalışma arkadaşımı yürekten alkışlıyorum. Bu sektörde sağlıklı, başarılı ve güzel günleri sizlerle birlikte yaşayacağımıza yürekten inanıyorum.

“BIGCHEFS GASTRO”NUN EŞSİZ LEZZETLERİYLE MUTFAKLARDA ÇOK ÖZEL DENEYİM

Özlenen lezzetlerine her yerden erişilmesi için BigChefs Gastro imzalı çok özel ürünler hazırlayan BigChefs, online market servisi Getir’le yaptığı iş birliği ile sofraları yepyeni deneyimlerin heyecanı ile dolduruyor. BigChefs Gastro’nun özel tarifli ürünleriyle gastronomi meraklıları, kendi mutfaklarında, adeta restoran mutfağından çıkma büyük lezzetler yaratabiliyor. Getir Büyük noktalarından sipariş veren lezzet tutkunları, BigChefs’in farklı deneyimini kendi mutfaklarına taşıyor.

Türk ve dünya mutfaklarının en gözde lezzetlerine kendine has yorumunu katan BigChefs, restoranların kapalı olduğu süreçte BigChefs’in benzersiz deneyimini özleyen, kendi mutfaklarında özgün tatlar yaratmak isteyen lezzet tutkunları için BigChefs Gastro’yu geliştirdi.

BigChefs mutfağından titizlikle seçilen, çok özel tariflerle hazırlanan BigChefs Gastro imzalı ürünler, kendi mutfaklarında büyük lezzetler yaratmak isteyenlere birbirinden leziz seçenekler sunuyor. BigChefs’in farklı yeme-içme deneyimini restoranlarının dışına, gastronomi meraklılarının mutfağına taşıyan BigChefs Gastro, Türkiye’nin önde gelen online market servisi Getir ile BigChefs misafirlerinin kapılarına kadar ulaşıyor. Özlenen BigChefs lezzetlerini sofralara taşıyan BigChefs Gastro ürünleri, Getir Büyük noktalarından verilen siparişlerle lezzet tutkunlarına erişiyor.

BigChefs Gastro’nun yerel ve en doğal ürünlerden hazırlanan Tavuk Şinitzel, Vegan Şinitzel, Zahterli Falafel ve Mac & Cheese lezzetleri, Getir Büyük aracılığıyla sofraları yepyeni deneyimlerin heyecanı ile dolduruyor.

Çok özel soslarla restoran mutfağından çıkma lezzetler

BigChefs Gastro’nun özel reçeteli enfes sosları ise, kendi evlerinde, restoran mutfağından çıkma lezzetler yakalamak isteyenlere eşsiz fırsatlar sunuyor.

Sofralarda leziz anlar yaşamak isteyenler, BigChefs Gastro’nun özel reçeteli sosları Kayakoruğu ve Zeytinli Hafif Acılı Sos, Kuru Domates ve Zahterli Sos, Üç Peynirli Kremalı Sos, Dağ Mantarlı ve Otlu Peynirli Sos, Kuzu Kulağı ve Antep Fıstıklı Pesto Sos ve Taze Reyhanlı Pesto Sos ile birbirinden farklı, sürpriz tatlar yakalayabiliyor. BigChefs Gastro’nun çok özel sosları, etli ve tavuklu spesiyallerden salata ve makarnalara kadar çok farklı tatlara eşlik ederek lezzet deneyimini zenginleştiriyor.

BigChefs ürünlerinin tadını doyasıya çıkarmak isteyenler için yepyeni bir yol sunan BigChefs Gastro, önümüzdeki dönemde daha fazla noktadan, daha çok sayıda lezzet tutkunuyla buluşmaya devam edecek.

AVM YÖNETİMİNE DAİR 25 ALTIN İPUCU

Engin Yıldırım

'Doğru Yer'de açılan bir alışveriş merkezi ancak 'Doğru Yönetim' ile başarılı olabilir. Yönetmek; Bilgi, beceri, deneyim ve tutku gerektiren zor bir görevdir. İyi bir yönetici ile daha iyi bir yönetici arasındaki en belirgin fark 'tutku'dur. Tutku, bir yöneticinin, yetkinlerinden öteye geçerek, başkalarına ilham veren, dinamik bir lider olmasını sağlayan içsel güçtür. İşine olan tutku, bir insanın işine adanmasını sağlar, içsel değerlerini ortaya çıkarır, güçlerini canlandırır, belki varlığını bilmediği kaynaklarını, yeteneklerini, enerjisini harekete geçirir. Tutku, bir insanı ve onun çevresindekileri yukarılara taşıyan gücün ateşleyicisidir. Bu şüphesiz bilgi, beceri ve deneyimin önemini azaltmaz. Her yönetici, temel bilgilere sahip olmak, yeteneklerini ortaya koyma durumundadır. Bu yazımda 'tutku' dolu geçen 25 yıllık AVM Yönetim tecrübeme dayanarak, AVM Yönetimine dair çok sayıda önemli başlıktan bana göre ilk 25'inin başlıklarını yazıyorum:

1) Alışveriş Merkezi yönetim ekibinin, AVM açılmadan önce kurulması, inşaat aşamasında AVM'yi tanıması, kiracılarla görüşmelerde bulunması ve AVM'yi açılışa hazır hale getirmesi,

2) Alışveriş merkezinin lokasyonu, bölge halkının ekonomik/sosyal durumu, beğeni ve beklentileri, merkezin konsepti, rakip merkezlerin durumuna göre doğru kiralama ve marka karmasının yapılması,

3) Alışveriş merkezlerinde yer alan mağaza sahiplerine en çok satış için konforlu, temiz, güvenli ortamı oluşturarak; Ortaklara düzenli, istikrarlı kira geliri sağlanması,

4) AVM yatırımcısı, kiracısı, müşterisi ve yönetim kadrosu arasında ayrı ayrı yaklaşımlar oluşturarak, eş zamanlı, dengeli, verimli koordinasyonu sağlamak,

5) 'Müşterim Kimdir ve Beni neden tercih ediyor? sorusunu doğru cevaplayarak, 'Doğru Müşteri'nin gelmesini sağlamak, ciroyu artırmak, yönetim giderlerini düşük tutmak ve 'alışveriş merkezinin değerinin artırılması',

6) Bir iş yapmadan önce mevcut durum analiz edilmelidir. Ardından yapılan faaliyetlerle oluşturulan etkiyi ve şirket faaliyetlerine kattığı değeri ölçümlemek lazım. Çünkü ''Ölçmezsen bilemezsin, bilmezsen yönetemezsin'',

7) Müşterilerin değişen ve artan beklentilerine paralel, rekabet ortamında fark yaratacak hizmet anlayışı getirilmelidir. Hem fark yaratacak hizmet anlayışını getirmek için hem de verimliliği ve satışı artırmak için eğitim şart!,

8)Müşteriyi olumlu anlamda şaşırtmalı, sürekli yeni hizmetler, fırsatlar sunmalıyız. Böylece benzerlerimizden ve rakiplerimizden farklılaşıp, tüketicinin zihninde markamızı oluşturmalıyız. Ama marka olmaktan daha zor olan marka kalmaktır. Markamıza sürekli yatırım yapmalıyız,

9) AVM yönetimine dair 'kısa, orta ve uzun' vadeli hedefler koyup, gerekli planları yapıp, bu planları doğru bir şekilde uygulamalı; Zaman zaman plan ve stratejileri revize etmeliyiz,

10) İşini seven, tecrübeli ve öğrenmeye açık ekiplerle, karmaşık sorunlara yenilikçi çözümler getirerek; Şeffaflık, hesap verebilirlik, katılımcılık, yenilikçilik, tutarlılık, sorumluluk gibi evrensel yönetim ilkelerini hassas bir şekilde samimiyetle uygulamak gerekiyor,

11) Algı Yönetimi ve Kurumsal İmaj Yönetimini başarıyla idare edebilmek,

12) Enerji tasarrufunu ve verimliliği artırmak,

13) Hedef kitleye uygun pazarlama projeleri geliştirmek,

14) AVM pazarlama faaliyetleri ile mağaza satış&pazarlama faaliyetlerini sinerji oluşturacak ve verimliliği artıracak şekilde organize etmek, ortak projeler üretmek,

15) AVM Yönetim ekibi kiracılarla iletişimini düzenli, sağlıklı yürütmeli; Mağaza yöneticilerinden öneriler almalı, istişare ve empati yapmalı,

16) AVM'lerin yönetimine liyakat sahibi yönetici ve personeller getirilmeli ve sabırla desteklenmeli,

17) Alışverişte farklılık yaratmak için işe 'neşe ve mizah' katılmalıdır. Neşe bizi birbirimize bağlar, neşeyle öğrenilen bilgiler kolay kolay unutulmaz, neşe dilden dile reklam yaptırır! O nedenle alışverişte neşe faktörü ciddiye alınmalı,

18) Sektördeki yenilikler takip edilmeli, alışveriş merkezi, rakipler, perakendeciler ve hedef kitleyi iyi tanımak lazım,

19) Global düşünüp, yerel hareket edilmeli,
20) AVM'de yaptığımız pazarlama ve kiralama faaliyetleri ile markaya değer katmak, müşteri sayısı ve ciroyu artırmak, dolayısıyla mülkün değerini artırmak lazım,

21) Kurumsal itibar, gerçekler ve algıların bileşimidir. AVM'lerin ticari beklenti içinde olmadan samimi olarak kurumsal sosyal sorumluluklarını yerine getiriyor olmaları itibarlarının güvencesidir,

22) Alışveriş merkezinde zamanı geldiğinde renovasyona gidilmeli. Renovasyon ile AVM yeniden moda oluyor, yerine göre % 20-50 oranlarında ziyaretçi artışı sağlıyor. Dolayısıyla ziyaretçi artışı ile birlikte cirolarda da önemli artışlar sağlanmaktadır.

23) Her zaman esnek olmalı, yeni fikirlere ve imkanlara açık olmalıyız. Birşeyler değiştiğinde, yeni tecrübelere veya farklı çevrelere uyum sağlamak için hızlı olmalıyız. Yaşamda başarılı olanlar, becerilerini ve vizyonlarını değişen durumlara adapte ederler.

24)Değişen koşullara uyum sağlamak. Değişen koşullara anında uyum sağlama kapasitesine sahip yöneticilerin 6-7 kat daha başarılı oldukları saptanmıştır.

25)Salgın vb Kriz dönemlerinde rakiplerinizin dikkati dağılmışken pazara değerli yenilikler getirin. Müşterinin değişen ihtiyaçlarını anlayıp, 'Online ve offline'ı daha entegre şekilde kullanın'. Yeni nesil AVM'lerin amacı artık offline alışverişi onun sunduğu pratikliği kaybetmeden online platforma taşımak.

Burak Başarır
Coca-Cola İçecek CEO'su

COCA-COLA İÇECEK ZORLU GEÇEN 2020'DE KALİTELİ BÜYÜME TRENDİNİ SÜRDÜRDÜ

Coca-Cola İçecek'in 2020 yılında net satış gelirleri % 19,8 arttı. FAVÖK ise 282 baz puan artışla tüm zamanların en yüksek seviyesi olan %21,8'e ulaştı. Coca-Cola İçecek CEO'su Burak Başarır, "Sağlam bir performans gösterdiğimiz dördüncü çeyrekle birlikte unutulmaz bir yılı geride bırakıyoruz. Tarihin en zorlu krizlerinden biriyle karşı karşıya kaldık. Ancak krize hızlı bir şekilde yanıt verdik ve yılın ilk günlerindeki öngörülerimizin ötesinde bir başarı yakaladık" dedi.

Anadolu Grubu'nun ana hissedarı olduğu Coca-Cola İçecek (CCI), 2020 yılına ilişkin finansal sonuçlarını açıkladı. Konsolide satış hacmi %1,9 azalan CCI'da ünite kasa başına net satış geliri ise % 22,2 arttı. Pay başına kazancını da %27,6 artıran CCI, 2 milyar TL ile bu zamana kadarki en yüksek serbest nakit akımına ulaştı. FAVÖK ise 282 baz puan artışla tüm zamanların en yüksek seviyesi olan %21,8'e yükseldi.

Toplam 26 fabrika ve 8500'e yakın çalışanıyla 10 ülkede faaliyet gösteren Coca-Cola İçecek'in CEO'su Burak Başarır sonuçlara ilişkin değerlendirmesinde, "Sağlam bir performans gösterdiğimiz dördüncü çeyrekle birlikte unutulmaz bir yılı geride bırakıyoruz. Tarihin en zorlu krizlerinden biriyle karşı karşıya kaldık. Ancak krize hızlı bir şekilde yanıt verdik ve yılın ilk günlerindeki öngörülerimizin ötesinde bir başarı yakaladık. Hem faaliyetlerimizin devamlılığını sağlayan kararlı duruşları hem de müşterilerimize, tedarikçilerimize ve toplumumuza verdikleri değerden dolayı çalışanlarımızla gurur duyuyoruz" dedi.

"Coca-Cola sistemi ve şişeleyiciler olarak birbirimizin tecrübelerinden faydalandık"

2020 yılında net satış gelirlerini satış hacimlerinden, FAVÖK'ü ise net satış gelirlerinden fazla artırarak, kaliteli büyüme algoritmasını bir kez daha sürdürdüklerini belirten Başarır, şunları söyledi: "İçinde bulunduğumuz bu değişken ve belirsiz ortamda, gelir büyümesi yönetimi ve finansal disiplin ile değer yaratma odağımıza bağlı kaldık. Krize karşı yıl boyunca sağlam bir duruş gösteren Coca-Cola sistemi ve şişeleyiciler olarak birbirimizin tecrübelerinden faydalanırken, markalarımızın gücüne olan güvenimiz pekişti. Coca-Cola markasının %8 hacim büyümesi ile desteklenen ana iş kolumuz gazlı içecekler kategorisi 2020 yılında %4 büyüdü. Türkiye operasyonumuz, faaliyet gösterdiğimiz ülkeler arasında, yerinde tüketim kanalının toplam satışlar içinde en yüksek paya sahip olmasından dolayı, daha zorlu koşullara göğüs germek durumunda kaldı. Buna rağmen Türkiye operasyonu, satış hacimlerinin yılın ikinci yarısında önemli ölçüde toparlanmasıyla birlikte yılı %7,5 daralma ile kapadı. Gazlı içecekler kategorisinin %6'lık güçlü bir büyüme ile liderlik ettiği uluslararası operasyonlarımızın toplam satış hacimleri 2020 yılında %3 büyüdü. İstikrarlı bir şekilde pazarın üzerinde performans gösteren ve gazlı içecekler kategorisinde piyasa liderliğini kazandığımız Pakistan operasyonumuz bizi özellikle memnun etti."

"Sıkı maliyet yönetimi sayesinde kârlılığımızı önemli ölçüde artırdık"

CCI olarak bu zorlu ortamda, değer yaratma stratejisine olan bağlılıklarını devam ettirdiklerini dile getiren Burak Başarır sözlerine şöyle devam etti: "Gelir büyümesi yönetimine olan sürekli odağımız sayesinde ünite kasa başına net satış gelirimizi %22,2 artırdık. Yıl boyunca devam eden sıkı maliyet yönetimi sayesinde kârlılığımız önemli ölçüde büyüdü. Konsolide FAVÖK marjı 2020 yılında %21,8 olarak gerçekleşti ve tüm zamanların en yüksek seviyesine ulaşmış oldu. Pazarlama giderlerindeki tasarruflar gibi aldığımız bazı önlemler, faaliyet ortamının normalleşme eğilimine girmesiyle birlikte, önceki dönemlerdeki oranlarda devam etmeyecek. Bununla birlikte, yalın operasyon modelimiz ve maliyet yönetimindeki ihtiyatlı bakış açımız bundan sonraki dönemlerde de varlığını sürdürecek."

"Operasyonel iyileştirmelere ve finansal disipline odaklanıyoruz"

Burak Başarır, pandemi sürecinin henüz sonlanmadığına dikkat çekerek, "Bir yandan bu ortamda faaliyetlerimize devam ederken, diğer yandan da bu krizden daha güçlü çıkabilmek için sürekli uyumlama halindeyiz. Sürdürülebilir, uzun vadeli değer yaratma stratejimize hız kazandırmak için operasyonel iyileştirmelere ve finansal disipline odaklanmaya devam ediyoruz. Kusursuz icra yeteneğimiz ve güçlü markalarımızdan aldığımız cesaretle, 2021 yılının, kaliteli büyüme algoritmamızı gerçekleştirmeye devam edeceğimiz bir yıl olacağına inanıyoruz. Bir taraftan kaliteli büyüme hedefimizi devam ettirmek, diğer taraftan ise faaliyet gösterdiğimiz coğrafyalardaki en iyi hızlı tüketim şirketi olma vizyonumuzu gerçekleştirmek için tecrübelerimizden ve ülkelerimizin barındırdığı potansiyelden faydalanmaya devam edeceğiz" dedi.

YURT DIŞINDA YERLEŞİK TÜZEL KİŞİLERİN ŞUBE İRTİBAT BÜROSU TEMSİLCİLİKLERİNİN VERBİS'E KAYDI

Bahar Nalan Danış
Avukat

Kişisel Verileri Koruma Kurulu ("Kurul") tarafından internet sitesinde yayımlanan Kurul Kararlarından 2019/225 sayılı ve 23/07/2019 tarihli karar ile Yurt dışında Yerleşik Tüzel Kişilerin Şube ve İrtibat Büroları açısından Veri Sicili'ne kayıt yükümlülükleri konusunda önemli bir açıklamada bulunularak, yurt dışında yerleşik tüzel kişilerin şubelerinin belirli şartlar altında Veri Siciline kayıt yükümlülüğü olduğu ancak irtibat bürolarının bu kapsamda yer almadığı konusunda görüş bildirilmişti.

2019/225 sayılı ve 23/07/2019 tarihli karar ile Kurul,

1.Türkiye'de doğrudan veya şubeleri aracılığıyla kişisel veri işleme faaliyetinde bulunan yurt dışında yerleşik veri sorumlularının Sicile kayıt olmalarının gerektiğine,

2.Yurt dışında yerleşik tüzel kişilerin Türkiye'deki şubelerinin, Kanunda yer alan veri sorumlusu tanımı gereği kişisel verilerin işleme amaçlarını ve vasıtalarını belirlemesi ve veri kayıt sisteminin kurulması ile yönetilmesinden sorumlu olması halinde yurt dışında yerleşik tüzel kişiden ayrı olarak Türkiye'de yerleşik veri sorumlusu olarak değerlendirileceğine, bu durumda olan yurt dışında yerleşik tüzel kişilerin Türkiye'deki şubeleri için Kişisel Verileri Koruma Kurulunun 2018/88 sayılı ve 2019/265 sayılı kararlarında yer alan "yıllık çalışan sayısı" ve "yıllık mali bilanço toplamı" kriterleri açısından yapılacak değerlendirme sonucunda Sicile kayıt yükümlülüğü bulunup bulunmadığına karar verileceğine, bu durumda olmayan yurt dışında yerleşik tüzel kişilerin Türkiye'deki şubelerinin ise Sicile kayıt yükümlülüğünün bulunmadığına,

3.Yurt dışında yerleşik tüzel kişilerin Türkiye'deki irtibat büroları açısından ise, Türkiye'de irtibat bürosu açılabilmesi için şirket tüzel kişiliklerinin yabancı ülke kanunlarına göre kurulması ve kurulan irtibat bürolarının Türkiye'de ticari faaliyette bulunmaması gerektiği, irtibat bürolarının ticari faaliyet dışında haberleşme, fizibilite araştırması yapma, sosyal ve kültürel alanlarda bazı çalışmaları yürütme, şirketler arasında birleşme ve devirler için ön hazırlık yapma, tanıtım ve reklam, ülkedeki iş olanaklarının yakından takip etme ve bu konular hakkında merkez firmaya bilgi verme amacı doğrultusunda açılan bürolar olması ve şube özelliği bulunmadığı hususu dikkate alındığında söz konusu irtibat bürolarının Sicile kayıt olma yükümlülüğünün bulunmadığına karar vermişti.

Ülkemizde temsilciliği bulunan bir yabancı bankanın 6698 sayılı Kanun kapsamında veri sorumlusu sayılıp sayılmayacağı ve Veri Sorumluları Siciline kayıt yükümlülüğü hakkındaki görüş talebi üzerine ise bu talep ile ilgili olarak Kurul, 23.06.2020 tarihli ve 2020/471 sayılı bir Karar daha yayımlamıştır. 2020/471 sayılı Kararda öncelikle, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulunun iznine bağlı olarak açılabilen ve Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumunun resmi internet sitesinde bir liste halinde yayımlanan yabancı bankaların Türkiye temsilciliklerinin, bağlı bulunulan banka veya bir başka banka veya finansal kuruluş adına mevduat veya katılım fonu kabul etmediklerine, kredi kullandırılamadığına veya 5411 sayılı Bankacılık Kanununun 4 üncü maddesinde belirtilen diğer bankacılık faaliyetlerini gerçekleştirilemediklerine atıfta bulunulmuştur.Öte yandan Kurul tarafından, temsilciliklerin bağlı bulunulan banka adına, bankanın ve sunduğu hizmetlerin tanıtımı, Türkiye'de kurulu kredi kuruluşları veya finansal kuruluşlarla olan ilişkilerin güçlendirilmesi, piyasa araştırması yapılması ve toplanan bilgilerin merkeze raporlanması faaliyetlerinin yürütülebileceği düzenlenmiş olduğundan bahisle yapılan inceleme neticesinde görüş talebinde bulunan bankanın, sağladığı finansman hizmetleri kapsamında Türkiye'de mukim ilgili kişilerin kişisel verilerini işlediği anlaşıldığı tespit edilmiştir. Bu kapsamda, adı geçen bankanın temsilciliğinin ülkemizde gerçekleştirdiği faaliyetlerin, bu bankanın bankacılık faaliyetleri çerçevesinde gerçekleştirdiği kişisel veri işleme faaliyetlerinden ayrı tutulamayacağı, ülkemizde yapılan tanıtım faaliyetleri ve piyasa araştırması ile bağlı bulunduğu bankaya elde ettiği bilgileri aktarmasının mümkün olduğu, bu etkinliklerin, yurt dışında yerleşik bankanın faaliyetlerine katkı yapacağının açık olduğu ve bu sebeple, temsilciliğin faaliyetlerinin bankanın kişisel veri işleme faaliyetleri ile sıkı bir bağlantı içerisinde olduğunun kabul edilmesi gerekeceği yönünde bir görüş ortaya koyulmuştur.

Yine ayrıca, temsilciliği aracılığıyla ülkemizdeki sürekli mevcudiyeti karşısında, bankanın yurt dışında yerleşik olması ve bütün kişisel veri işleme faaliyetlerini yurt dışında gerçekleştirdiği gerekçesiyle bu veri işleme faaliyetleri bakımından 6698 sayılı Kanunun uygulama alanı bulmayacağının kabulünün Kanunun amacıyla da bağdaşmayacağı gerekçesi ile Kurul tarafından yapılan değerlendirme sonucunda;

•kişisel verilerin korunmasını isteme hakkının Anayasanın 20 nci maddesinin üçüncü fıkrasında düzenlenmiş bir temel hak ve özgürlük olduğu,
•veri koruma düzenlemelerinin yer bakımından uygulama alanının belirlenmesinde, bireylere en üst düzeyde ve en geniş kapsamda korumayı sağlayan bir yaklaşımın benimsenmesi gerektiği,
•görüş talebinde bulunan yabancı bankanın temsilciliği vasıtasıyla ülkemizdeki sürekli mevcudiyeti

hususları göz önünde bulundurulduğunda, adı geçen bankanın kişisel veri işleme faaliyetleri açısından 6698 sayılı Kanunun uygulama alanı bulacağına ve bu kapsamda söz konusu yabancı bankanın veri sorumlusu sıfatını haiz olduğuna ve sicile kayıt yükümlülüğünün bulunduğuna karar verilmiştir.

Kurul'un 2019/225 sayılı kararı ile 2020/471 sayılı Kararı, Yurt dışında yerleşik tüzel kişilerin irtibat büroları ve temsilcilikleri açısından paralel görüşler içermektedir. 225 sayılı Kararı ile Kurul, irtibat bürolarının Türkiye'de veri siciline kayıt zorunluluğu bulunmadığına dair görüş açıklamakta iken, 471 sayılı kararı ile de Yurt dışında yerleşik tüzel kişinin, temsilciliği vasıtasıyla Türkiye'den veri elde ediyor olması sebebiyle veri sorumlusu sıfatına sahip olduğunu ve Veri Siciline kaydının gerekeceğini açıklamıştır.

Aslında her iki karar açısından da farklı sonuçları açıklayan bu görüşlerin tek bir ortak noktası vardır, o da gerek irtibat bürosu gerekse temsilcilik adı altında olsun yurt dışında yerleşik tüzel kişilerin, Türkiye'den doğrudan ya da dolaylı olarak elde ettikleri verileri işlemek suretiyle veri sorumlusu olarak değerlendirilecekleri ve sicile kayıt zorunluluklarının bulunduğu. Bu nedenle irtibat bürosu ya da temsilciliğin sicile kayıt zorunluluğunun olmadığını düşünerek yurt dışında yerleşik tüzel kişilerin sicile kayıt yükümlülüklerini ihmal etmemeleri son derece önemlidir.

TARİH VE KÜLTÜR ROTASI KATAR

Ortadoğu'da zengin bir kültürel deneyim arayanlar için Katar, yeni ve benzersiz deneyimlere sahip bir destinasyon olarak dikkat çekiyor. Ülke, her tür gezgin için birbirinden farklı çok sayıda aktivite seçenekleri sunuyor.

Orta Doğu kültürünün zenginliklerini deneyimlemek isteyenlere muhteşem kültürel deneyimler sunan Katar'da İslam Eserleri Müzesi, UNESCO Al Zubarah Arkeolojik ören yeri, Katar Ulusal Müzesi ülkenin ve bölgenin tarihini yakından tanımak için mutlaka ziyaret edilmeli.

Modern sanat organizasyonları ve etkinliklerini tarihle içi içe sunan Katar'da İslam Eserleri Müzesi'nden çıkıp 1800'lerden kalan Barzan Kuleleri'nin seyir terasından şehre bakabilir, geleneksel bir yelkenli ahşap tekne olan Dhow ile gezintiye çıkarak Doha'yı denizden keşfedebilir, akşam ise Katar Ulusal Tiyatrosu veya Katar Filarmoni Orkestrası'nda eserler izleyebilirsiniz.

Katar Ulusal Turizm Konseyi (QNTC) Katar'ın kültürel açıdan önemli noktalarını şöyle sıralıyor:

İslam Eserleri Müzesi

Doha Corniche gezinti yolunda yer alan İslam Eserleri Müzesi, üç kıtadan İslam sanatını sergiliyor. 7. yüzyıldan kalma metal işleri, seramikler, mücevherler, ahşap işleri, tekstil ürünleri ve cam işlerini içeren kapsamlı eser koleksiyonu, Arap kültürel mirasına ilgi duyan herkes için görülmeye değer bir nitelikte.

UNESCO Al Zubarah Arkeolojik ören yeri

Katar'ın zengin mirasını keşfetmek isteyenler için ülkenin en büyük ören yeri olan UNESCO Al Zubarah Arkeolojik ören yeri de dahil olmak üzere keşfedilmesi gereken birkaç antik ören yeri mevcut. Kasaba, 18. yüzyılda son derece hareketli bir ticaret limanıydı, ancak bugün ziyaretçiler şehrin etkileyici duvarını, camileri, konut saraylarını ve evleri ile bir zamanların canlı pazar ve endüstriyel bölgelerini keşfedebilir.

Katar Ulusal Müzesi

Katar, hayranlık uyandıran çok sayıda mimari yapıya ve doruk noktası Katar Ulusal Müzesi olan giderek gelişen bir sanat ortamı sunuyor. Bina, çöl güllerinin yapraklarından esinlenen çarpıcı bir manzaraya sahip. Müze, her biri ziyaretçilere Katar tarihinin üç önemli bölümüne rehberlik eden 11 sürükleyici ve deneyimsel galeriye ev sahipliği yapıyor: Başlangıç, Katar'daki yaşam ve ülkenin modern tarihini bu müzede görebilirsiniz.

Barzan Kuleleri

Barzan Kuleleri'ni ziyaret ederek Doha'nın geçmişinden bir parça keşfedin. 1800'lerin sonlarında şehre giren işgalcileri izlemek ve yıldızları gözlemlemek için bir gözetleme noktası olarak inşa edilen bu harikulade gözetleme kuleleri çöl silüetine hakim. Kalın duvarları nedeniyle tırmanmaya müsait olan ve ülkenin en düşük sıcaklıklarına sahip iki kuleye bir cami ve karşılama odası eşlik ediyor.

Al Jassasiya Kaya Oymaları

1957'de keşfedilen ve petroglifler olarak bilinen 800'den fazla farklı oymanın yer aldığı bu bölge, büyüleyici ve gizemli bir atmosfere sahip. En eski oymanın, Eski Katar'ın balıkçılık köklerine işaret eden, ayak izlerini ve gemileri gösteren bir dizi işaret ve desenle Neolitik çağlardan kaldığı düşünülüyor.

Al Koot Kalesi

Doha Kalesi olarak bilinen Al Koot Kalesi, Souq Waqif'in hemen yanında Doha'nın kalbinde bu yıl yeniden açılacak. 1927 yılında inşa edilen Al Koot Kalesi, bir müzeye dönüştürülmeden önce hapishane ve polis karakolu olarak hizmet verdi. Şu anda El sanatları, balıkçılık ekipmanları ve tekneler, resimler, tarihi fotoğraflar ve ahşap süslemeler de dahil olmak üzere çeşitli sanat sergisine ev sahipliği yapıyor.

Katar Müzeler Galerisi, Al Riwaq

İslam Sanatları Müzesi'nin yanında yer alan QM Galerisi Al Riwaq, müzeleri, kamu sanatı ve kültür mirasını bir araya getiren geçici bir sergi alanı. Galeride Mohamed Al Mahdi, Damien Hirst ve Jaffar Al Oraibi gibi sanatçıların çığır açan sergileri yer alıyor.

İtfaiye İstasyonu

1982 yılında inşa edilen ve otuz yıldan uzun bir süre itfaiye istasyonu olarak kullanılan mekan, yerel toplulukla etkileşime giren ve In Residence programı aracılığıyla ortaya çıkan yetenekleri besleyen çağdaş bir sanat alanıdır.

QM Gallery

Katara Kültür Köyü'nde yer alan QM Gallery, tiyatrolara, konser salonlarına ve restoranlara ev sahipliği yapıyor. Galeride, insan teması etrafında yoğunlaşan sanatçıların eserleri sergileniyor. Bunlar arasında Yan Pei Ming'in çizdiği ünlü Arapların portreleri ve Brigitte Lacombe'nin Arap dünyasındaki kadın sporcular incelemesi yer alıyor.

Souq Waqif Sanat Merkezi

Souq Waqif Sanat Merkezi geleneksel İslam ve Orta Doğu sanatını sergileyip çeşitli sanat disiplinlerinin temellerini öğrenmek isteyen yetenekli sanatçılara atölye çalışmaları ve stüdyo alanları sunuyor.

Kültürel deneyimler hakkında daha fazla bilgi için Katar web sitesini ziyaret edebilirsiniz: https://www.visitqatar.qa/en/things-to-do/art-culture

SUNA DUMANKAYA'DAN DOĞAL TARİFLER

Suna Dumankaya
Bitki Bilim ve Güzellik Uzmanı

Cildi canlandıran maske

Malzemeler

2 yemek kaşığı krem peynir
2 yemek kaşığı yoğurt
1 çay kaşığı bal
1 yumurta sarısı

Hazırlanışı ve kullanılışı

Tüm malzemeleri karıştırın. Tüm cildinize uygulayın. 30 dakika bekletip durulayın. Haftada bir gün uygulayabiliriniz. Hassas ciltler için uygun değildir.

Saça nem vermek için

Malzemeler

4 çorba kaşığı bal
Yarım limon suyu
1 çay kaşığı toz tarçın

Hazırlanışı ve kullanışı

Tüm malzemeleri karıştırıp saçınıza masaj yaparak uygulayın.

Boğaz ağrısı için bitkisel destek

1 parça zencefil
2 dilim limon
2 su bardağı su
Bal

Hazırlanışı ve kullanışı

2 su bardağı suya zencefil ve limonu ekleyerek 5 dakika kaynatarak demleyin. Ilıkken balla tatlandırıp içebilirsiniz.

TEKNOFEST 2021 HEYECANI BAŞLADI
SANKO HOLDİNG TEKNOFEST 2021'İN PAYDAŞLARI ARASINDA YER ALACAK

Dünyanın en büyük havacılık, uzay ve teknoloji festivali ayakları yerden kesen TEKNOFEST heyecanı yeniden başladı. Bu yıl dördüncüsü düzenlenecek olan Teknofest 2021, 21-26 Eylül 2021 tarihlerinde Atatürk Havalimanı'nda gerçekleşecek. SANKO Holding, bu yıl tekrar TEKNOFEST'in paydaşları arasında yer alıyor.

Gençlerin geleceğin teknolojileri üzerinde çalışmalarını desteklemek için TEKNOFEST 2021 kapsamında bu yıl 35 farklı kategoride teknoloji yarışmaları düzenlenecek. SANKO Holding'in yürütücülüğünü üstlendiği Çevre ve Enerji Teknolojileri Yarışması kapsamında, toplumda yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı ve enerji verimliliği kültürü oluşturulması, verimlilik ve çevre konularında farkındalığın artırılarak yenilikçi ve teknolojik fikirlerin geliştirilmesi hedeflenmektedir. Yarışmaya, Türkiye ve yurt dışında öğrenim gören tüm lise, üniversite öğrencileri ve mezunlar katılabiliyor. Sanko Holding bünyesindeki mühendisler, Çevre ve Enerji Teknolojileri Yarışması'na katılacak öğrencilere mentorluk desteği sağlayacak ve aynı zamanda, değerli akademisyenler ile birlikte projelerin değerlendirilme süreçlerine dahil olacaklar.

Dünyanın en büyük havacılık, uzay ve teknoloji festivali TEKNOFEST kapsamında gerçekleştirilen "Teknoloji Yarışmalarına" geçtiğimiz yıl 81 il ve 84 ülkeden 20.197 takım, 100 bin genç başvuruda bulundu. Bu yıl TEKNOFEST Teknoloji yarışmalarına yine ilkokul seviyesinden ortaokul, lise, üniversite, lisansüstü ve mezun seviyesine kadar nitelikli binlerce gencimiz hayallerini gerçekleştirmek için birbirinden farklı kategorilerde düzenlenen teknoloji yarışmalarına katılabilecek.

Son başvuru tarihi ise 28 Şubat.

Gençlerin millî teknoloji üretme ve geliştirme konusunda ilgilerinin arttırılması hedeflenerek bu alanlarda çalışan binlerce gencin projesine destek olmak için bu yıl ön eleme aşamasını geçen takımlara toplamda 5 Milyon TL'nin üzerinde malzeme desteği sağlanıyor. TEKNOFEST'te yarışıp dereceye girmeye hak kazanan takımlar ise 5 Milyon TL'nin üzerinde ödülün sahibi olacak.

21-26 Eylül tarihleri arasında yeniden İstanbul'da gerçekleşecek olan Havacılık, Uzay ve Teknoloji Festivali TEKNOFEST'in bir parçası olmak ve yarışmalara başvurmak için www.teknofest.org 'u ziyaret edebilirsiniz.

YAZDAN ÖNCE **SON ALARM**

Fatma FİDAN
Uzm.Diyetisyen

Yaz yaklaşırken herkesi diyet telaşı sarıyor.. Bahar mevsiminin bu günlerinde kıştan kalma fazla kilolardan kurtulmak için hazırlıklar başladı. Yaza girerken daha sağlıklı ve fit görünmek için kısa zamanda hızlı kilo vermek uğruna uygulanan şok diyetler, zayıflama hapları ve protein diyetlerinden uzak durmak gerekiyor. Çünkü bu diyetlerin faturası sağlığınıza kesiliyor ve hızlı şekilde kilo verdiren bu diyetler sağlığınızı tehlikeye sokuyor.

Yaza formda girmek isteyenlere altın öğütler;

•Hızlı kilo vereyim derken kalbinizi yormayın!

Hızlı kilo verdiren diyetlerde kas ve su miktarında çok, yağ kütlesinde ise az kayıplar olduğu görülmektedir. Kas kaybı metabolizmanın yavaşlaması anlamına gelmektedir. Hızlı kilo verdiren diyetlerin uzun süre uygulandığında vücutta su ile birlikte potasyum, sodyum gibi elektrolit kayıpları yaşanıyor ve bu kayıplar yerine koyulmaz ise ani kalp krizlerine neden olabilir.

•Mucize İlaç – Şok Diyetler – Besin Desteği Yalanlarına kanmayın!

Sağlıksız diyetler yapmak vücudu zorlamak çok tehlikeli sonuçlar doğurabilir. Gazetelerden ya da internet sayfalarından okunarak yapılan kısa süreli şok diyetlerin ilerleyen zamanda geri dönüşü oldukça zor olan zararlar verebilir. Şok diyetle ile verilen kilolar, sonradan fazlasıyla alınıp, vücutta deformasyonlara, kas kaybına ve metabolizmada yavaşlamaya yol açarak, hem sağlığınızı bozabilir, hem de sizi kilo almanızı sağlayabilir.

•Diyette tek tip beslenerek yaşam tarzınızı bozmayın!

Sadece meyve veya salata tüketmek ya da protein ağırlıklı beslenmek dengesiz besin öğeleri içeren diyetlerdir. Vücudumuz tüm besin gruplarından aldığı besin öğeleri ile devalılığı sağlayan bir sistemdir. Karbonhidratlar, proteinler, yağlar, vitamin ve mineraller gibi besin öğelerinin her birinin vücudumuzda fonksiyonel bir işlevi bulunmaktadır. Tek besine dayalı diyetler dengesiz beslenme düzeni oluşturmakta, vitamin ve mineral eksikliğin neden olmaktadır. Bu tarz beslenmede verilen kilolar kısa sürede fazlasıyla geri almanıza neden olmaktadır.

•Aç kalarak ve öğün atlayarak kilo almayın!

Uzun süre aç kalmak kan şekerinizde dalgalanmalara neden olacağı için bir sonraki öğünde fazla kalori almanıza sebep olacaktır. Metabolizma dışarıdan ne kadar enerji gelirse o kadarla çalışmaya ayarlanmış bir sistemdir. Yani tüm gün aç kaldığınızda veya öğün atladığınızda metabolizmanız da hiç enerji harcamıyor ve kendini dinlenmeye alıyor.

Bu nedenle aç kalmadan, en fazla 3 saat aralıklarla öğünlerinizi yapın.

•Kahvaltı yapmadan güne başlamayın!

Sabah kahvaltı yapmadan güne başlamak gün içinde daha fazla kalori almamıza sebep olur. Metabolizma uyandıktan sonra hemen kahvaltı yapınca hızlanmaya başlar. Eğer kahvaltı yapmadan öğle yemeğine kadar aç kalınırsa metabolizma hızı yavaşlayıp iştahınız artmaya başlar ve kilo alınımı kaçınılmaz olur. Mide yediklerimizi saat içinde boşaltacağından, bir sonraki öğünde fazla yemeği engellemek için mutlaka 2.5 -3 saate bir beslenme programı uygulamalıdır.

Ekmeği hayatınızdan çıkartmayın!

Öğünlerde ekmek tüketmemek kilo vermeyi olumsuz yönde etkilemektedir. Eğer kişi ana öğünlerde ekmek tüketmiyorsa, kan şekeri dengelenmeyecek; dolayısıyla 1 saat sonra çok acıkacaktır ve farkında olmadan fazla kalori almış olacaktır.

Vücut yağını atmak için su tüketin!

Günde ortalama 2 -3 litre arası su tüketmek, vücut yağlarının atılmasını sağlamaktadır. Su miktarı azaldığında vücut ödem yapar, İdrara çıkılmasını engeller. Su içmek için susamayı beklemeyin. Acıkmamanız gereken zamanlarda acıkıyorsanız, öncelikle 1 bardak su için ve bir müddet bekleyin. Açlığınız yatışırsa bilin ki aç değil, sadece susuz kalmışsınızdır

Sağlıklı kilo vermek için ' Uzman Diyetisyen' tarafından önerilen sağlıklı beslenme programı uygulanmalı ve bu beslenme programı yaşam tarzı haline getirilmelidir.

Vücudunuzu kendinizle barıştırın! Yaza sağlıklı girin..

MARKET FİYATLARI

Gündemimizde uzun süredir market fiyatları bulunmaktaydı. Perakende yasası ,hangi ürünler satılacak hangileri satılmayacak çalışma saatleri konuşuluyor ama burada ağaçlara takılmış durumdayız ormanı görmüyoruz. Bu hafta sonu İstanbul'da bazı temel gıda ürünlerini marketleri dolaşarak fiyatları karşılaştırdık. Burada baz aldığımız fiyatlar marketlerde ki en ucuz ürünleri ele aldık. Burada ilginç olan her marketin kendi özel markasının (Privete Label) en ucuz ürünler olmasıydı. İlginç olan konu ise bir marka rafta 100 TL den satılırken aynı markanın market için ürettiği özel ürün 80 TL'den satılıyor. Bu durumda herkes bu ticaretlerden kar ediyorsa üretici firma neden özel ürün üretip karlılığından feragat ediyor. Market ise özel ürettirdiği ürünleri 80 TL satarken ve kar ederken üreticiye 100 TL den sattırıyor ve uygulamaya ses çıkarmıyor. Bu özel ürünler konusunda bir sonraki sayımızda daha fazla detay vereceğim.

Tüm marketlerde bazı ürünlerin anlaşılmışçasına aynı fiyatlardan satılması ile bu eş anlı fiyatların dışında kalan marketlerde bulunuyor. Örneğin Kurukahveci Mehmet Efendi her yerde 7,25 den satılırken Anpa'da 5,45 den satılıyor.

Filiz Makarna tüm marketlerde 3,45 iken Anpa'da 2,75. 1 L ayçiçek yağı tüm marketlerde 13,75 den satılıyor. Ne aşağı ne yukarı sanki döviz kuru gibi ilginç.

1 L Süt 4,45 -4,75 aralığında iken Anpa 3,75 bu fark ciddi bir fark dar gelirli tüketiciler için süt önemli temel gıdaların bir şekilde denetlenerek fahiş fiyatlardan satılmaması için herkes üzerine düşeni yapması gerekiyor.

C.Serhat TÜRKKAN
Genel Direktör

	Bim	A101	Migros	Anpa	Şok
Domates	4,45	4,45	5,45	4,45	3,95
Patates	1,50	1,95	1,25	2,25	1,25
Soğan	1,50	1,95	2,45	1,95	1,25
Kıyma	47,25	47,00	46,95	44,95	44,88
Siyah Zeytin	14,45	19,90	21,11	19,90	17,90
Tereyağı	45,50	45,90	48,43	41,95	49,90
Makarna	2,25	2,25	2,25	1,95	2,25
Makarna-Filiz	3,45		3,45	2,75	3,45
Pirinç	5,96	4,95	7,56	5,95	4,95
Salça	7,25	7,25	8,73	6,95	7,25
K.Kahveci Mehmet Efendi	7,25		7,25	5,45	7,25
1 LT Süt	4,45	4,75	4,75	3,75	4,45
1 LT Ayçiçek Yağı	13,75	13,75	13,75	13,75	13,75
5LT Ayçiçek Yağı	68,50	62,45	51,90	63,95	59,50

Taylan KÜMELİ
Sağlıklı Beslenme ve Diyet Uzmanı

METABOLİZMANIZI YAVAŞLATAN 13 ETMEN

Genleriniz

Metabolizma, vücudunuzun yiyecekleri enerjiye dönüştürme şeklidir. Vücudunuz dinlenirken ya da uyurken kalori yakmakta yavaş ise, muhtemelen bunu ailenizden ve dolayısı ile genlerinizden alırsınız.

Hormonlar

Hormonlarınızdaki ani değişim, vücudunuzun enerji kullanımına fren koyabilir. Bu da sizi yorgun hissettirebilir. Az çalışan veya aşırı çalışan tiroit ve diyabet gibi bazı durumlar, metabolizmanızı etkileyen hormonal rahatsızlıklardır. Ayrıca stres de metabolizmanın yavaşlamasını tetikleyen hormonları salgılar.

Yetersiz Uyku

İyi bir gece uykusu, metabolizmanızın sabit kalmasına yardımcı olur. Gece gündüz vakti karıştığında, vücudunuzun enerjiyi iyi kullanması daha zordur, bu da diyabet ve obezite gibi rahatsızlıklara neden olabilir.

Katı Diyetler

Ne kadar kilo verdiğiniz değil, nasıl verdiğiniz önemlidir... Yeterli miktarda yemek yemezseniz, metabolizmanız yavaşlama sürecine girer. Katı diyetler, özellikle egzersiz yaparken vücudunuza daha az kalori ile çalışmayı öğretir. Bu geri tepebilir, çünkü vücudunuz bu kalorilere yapışır, bu da kilo vermeyi zorlaştırır.

Yeterli Su İçmemek

Yeterince H2O olmaksızın, metabolizmanız durur. Uzun, soğuk bir bardak suya ne dersiniz? Bazı çalışmalar suyun vücudun enerji yakmasına ve kilo kaybını hızlandırmasına yardımcı olduğunu göstermektedir. Ayrıca su daha tok hissetmenize yardımcı olur, böylece daha az yersiniz.

Yeterli Kalsiyum Almamak

Kemiklerinizin ihtiyacı olandan daha fazlasına ihtiyacınız var. Ayrıca, vücudunuz için yaptığı diğer olumlu şeylerin yanı sıra, hızlı bir metabolizma için anahtar bir rol oynar. Birçok kişi yeterince kalsiyum almıyor.

Oda Sıcaklığınızın Çok Yüksek olması

Yatak odasında çok sıcak olması her zaman iyi bir fikir değildir - en azından metabolizmanız söz konusu olduğunda. 25 derecelik oda sıcaklıkları vücudunuzun kalori yakan hücrelerle yüklü kahverengi yağ üretmesini önler.

İlaç Kullanımı

Bazı ilaçlar metabolizmanızı yavaşlatabilir. Bunlar arasında birçok antidepresan ve bazı antipsikotikler de yer almaktadır. Kalp atış hızını yavaşlatanlar gibi diğer birçok ilaç da bu etkiyi yapabilir.

Karbonhidratı Kesmek

Elbette, sağlıksız karbonhidratları hafifletmek, kilonuzu yönetmenize ve yağların daha hızlı yakılmasına yardımcı olabilir. Ama vücudun insülin üretmesi için onlara ihtiyacı var. Tamamen karbonhidratsız beslenerek daha az insülin hormonu üretirsiniz. Metabolizmanız durur ve bir zamanlar yaktığınız kadar kalori yakmazsınız.

Gece Kuşu Olmak

Geceleri uyumamak veya gece çalışmak vücudunuzun doğal uyku-uyanma döngüsünü bozar. Bu değişiklikler, yavaş bir metabolizmaya, diyabet ve obezite gibi diğer sorunlara yol açabilir.

Yemek Zamanlarının Değişimi

Ne zaman yediğiniz, en az ne yediğiniz kadar önemlidir. Yemeklerin atlanması veya hareket halindeyken hızlıca tüketilen yiyecekler, sosyal ve metabolik jet-lag oluşturur. Yemek sürelerini değiştirmek, metabolizmanıza zarar verebilir ve kalp hastalığı riskinizi artırabilir.

Kronik Stres

Stresli bir durumda olduğunuzda, vücudunuz kortizol isimli bir hormon salgılar. Bu hormon aslında size hızlı bir enerji artışı sağlamak içindir. Fakat stresli bir vaziyette sıkışırsanız, vücut hala savaşmaya ihtiyaç duyduğunuzu düşünür, bu yüzden kortizol üretmeye devam eder. Bu hormonun yüksek seviyeleri vücudunuzun insülin kullanmasını zorlaştırır. Bu, metabolizmanızı yavaşlatır ve kilo almanızı hızlandırır.

Yüksek Yağlı Beslenme

Yağlı burgerler ve tereyağlı börekler gibi aşırı yağlı yiyeceklerle beslenmek asla sağlıklı bir fikir değildir. Vücudunuzun yiyecekleri ve besin maddelerini kullanma şeklini değiştirir. Vücudunuzun insülini kullanma yeteneği de etkilenir. Buna insülin direnci denir ve obezite ve diyabetle bağlantılıdır.

Ne yapabiliriz: Daha fazla meyve ve sebze tüketin ve daha fazla su için. Baklagiller, biber ve kabuklu deniz ürünleri de iyi seçeneklerdir.

‘EN’LERİN MEKANI RAHMİ M. KOÇ MÜZESİ

Literatüre en küçük oyuncak tren olarak giren objenin nerede olduğunu biliyor musunuz? Ya da 1383 tarihli gök kürenin kim tarafından yapıldığını? Hiç oyuncak bir bebeğe mercekle baktınız mı?

Ulaşım, endüstri ve iletişim tarihinin efsanelerine ev sahipliği yapan Rahmi M. Koç Müzesi ‘en’leriyle ziyaretçilerini hem şaşırtıyor hem de yeni bilgiler kazandırıyor

Türkiye’nin ilk ve tek sanayi müzesi Rahmi M. Koç Müzesi, 14 binin üzerinde objeye ev sahipliği yapıyor. Büyük-küçük tüm ziyaretçilerine her adımda tarih, bilgi ve eğlence dolu bir yolculuk vaat eden müzenin ‘en’ler listesi de hayli ilgi çekici. İşte baktıkça ufuk açan o listedeki objeler:

En eski obje: Cafer İbn-i Ömer İbn Devletşah el-Kırmani tarafından yapılan 1383 tarihli gök küre. Bilinen en eski gök kürelerden biri bu objede yaklaşık 1025 yıldız içeren takımyıldızların şekilleri, her birinin merkezine kakılmış gümüş noktalarla görülüyor.

En yeni obje: İttir Kaktır teknesi. 2020 yapımı bu römorkör, müzenin denizcilik obje ve modelleri arasında yer alıyor. Hasköy Tersanesi’ndeki bölümde bir grup model, birçok gerçek boyutta tekne ve yat ve nadir rastlanan bir “Amphicar” yer alıyor.

En küçük obje: Mercekle oyuncak bebeklere bakarken literatüre en küçük oyuncak tren olarak geçen tren setini de görebilirsiniz. Minyatür sanatının günümüzdeki tek aktif temsilcisi Henry Kupjack’ın minik ama her detayı kusursuz ‘Minyatür Oda’ları da büyüleyici bir güzellik taşıyor.

En büyük obje: Fenerbahçe Vapuru. Fenerbahçe Vapuru, eşi Dolmabahçe Vapuru’yla birlikte 1952 yılında İskoçya Glasgow'da William Denny&Brothers Dumbarton tezgahlarında inşa edildi. “Bahçe tipi” vapurların bir üyesi olan vapur, Şirket-i Hayriye'de (bugünkü adıyla Türkiye Denizcilik İşletmeleri) 14 Mayıs 1953’te hizmete girdi. Uzun yıllar Sirkeci-Adalar-Yalova-Çınarcık arasında sefer yapan vapur, 22 Aralık 2008 tarihinde Veda Turu isimli son seferini gerçekleştirdi.

Gök Küre

En Küçük Oyuncak Tren

Fenerbahçe Vapuru - Uluçalireis Denizaltısı

En merak edilen obje: Denizaltı. 1944 yılında Portsmouth Tersanesi'nde TENCH sınıfı USS Thornback (SS-418) adıyla 93 metre uzunluğunda 2 bin 400 ton olarak inşa edildi. 1946'da aktif görevden alınıp yedek filoya katılana kadar İkinci Dünya Savaşı süresince Japonya'ya karşı görev aldı. 1950'lerin başında en üst Guppy tadilatı görerek 1953'te tekrar hizmete girdi. 2 Temmuz 1971'de Deniz Kuvvetleri Komutanlığı'na katıldı, TCG Uluçalireis adı ve S-338 borda numarası verildi.

En çok ziyaret edilen bölüm: Otomobiller ve otomobil galerisi. Müzeye ilk gelen obje olan Malden otomobilden Türkiye'nin ilk yerli otomobili Anadol'a, Ford Model T'den 1965 Rolls Royce Silver Cloud III'e kadar 100'e yakın klasik otomobil görenleri kendine hayran bırakıyor.

En uzun obje: Yatay olarak TC Uluçalireis denizaltısı (93 metre), yükseklik olarak ise Turgut Alp Vinci. 32 metre yüksekliğindeki yüzer maçuna, 85 tonluk yük kaldırma kapasitesine sahip.

Turgut Alp Vinci

En zor bakım yapılan obje: Müzedeki objelerin bakımı ve temizliği düzenli aralıklarla yapılıyor. Bakımı diğer objelere göre daha fazla hassasiyet isteyen objeler ise suda duran tekneler ve Greenwald. 1906 yılında ABD'de Cincinnati'de inşa edilen çapraz bileşik, yatay buhar makinesi Greenwald 62 ton ağırlığında. Volanı, 4,9 metre çapında ve 16 ton ağırlığında.

Otomobiller

Diaroma

En ünlü objeler: Zeki Alasya'nın dioraması, Sadun Boro'nun Kısmet teknesi, Yalvaç Ural Oyuncak koleksiyonu, Osmantan Erkır'ın bağışladığı TV koleksiyonu, Celal Şahin'in akordeonu, Cem Yılmaz'ın bir reklam filminde "Araba konuştu" repliğiyle bilinen GITT, Ahmet Ertegün'e ait Bentley ve Rolls Royce Silver Cloud III, Cem Kozlu'ya ait Miço adlı tekne.

Greenwald

Rahmi M. Koç Müzesi hakkında:

Rahmi M. Koç Müzesi Türkiye'nin ulaşım, endüstri ve iletişim tarihindeki gelişmeleri yansıtan ilk ve tek sanayi müzesidir. 14 binin üzerinde objeden oluşan koleksiyonu, çocuklara yönelik eğitimleri ve atölyeleri ile kültür ve eğlenceyi bir arada sunabilen tek adres olan Rahmi M. Koç Müzesi Mustafa V. Koç/Lengerhane binası ve Hasköy Tersanesi olmak üzere iki tarihi bina ile hali hazırda 11 bin 250 m2'lik kapalı alana ve yaklaşık 17 bin metrekarelik açık alana sahiptir. Müzeye giriş ücreti yetişkinler için 28 TL, öğrenciler için 12 TL'dir.

AYIN EN ÇOK SATANLARI

KORKUT KİTABEVİ

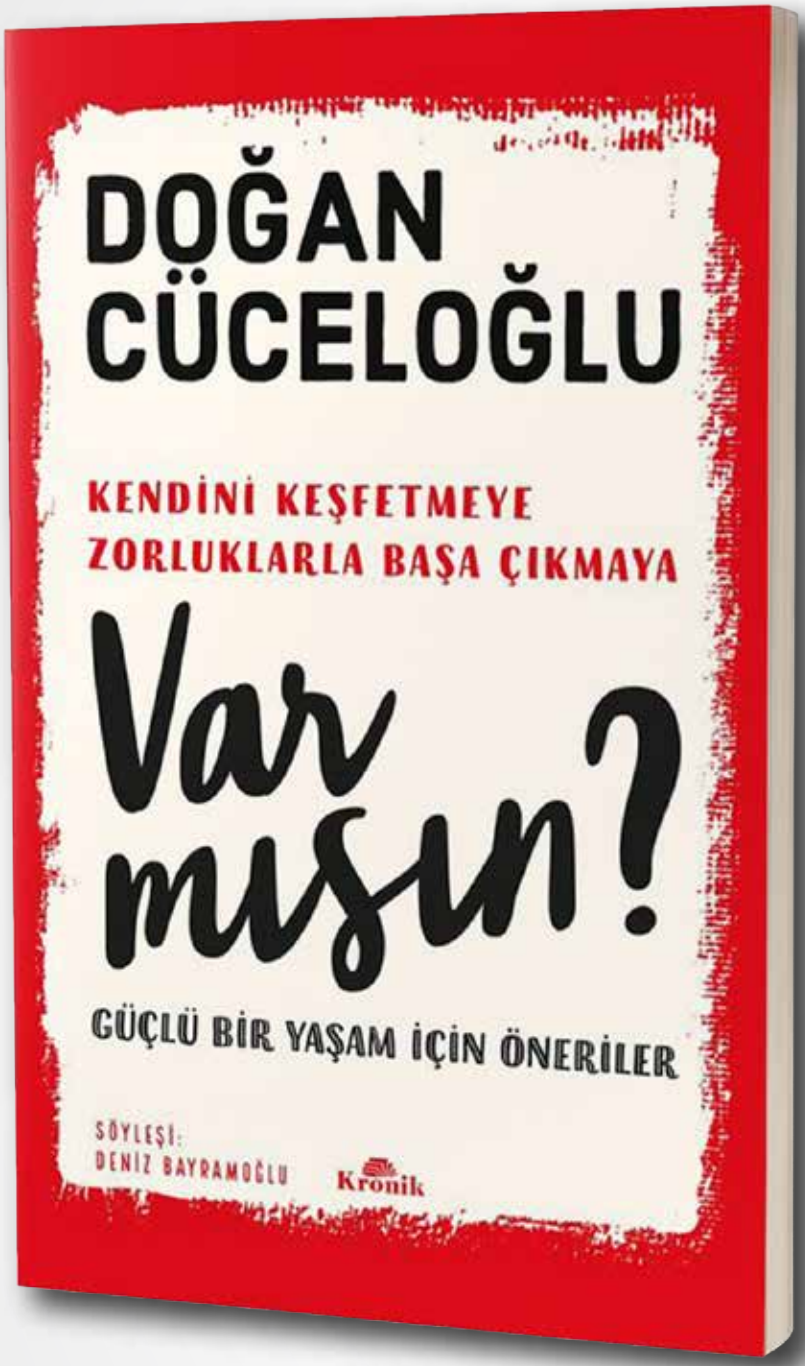
korkutkitabevi

KORKUT Kitap ve Kahve

ŞUBELERİMİZ: • Balıkesir Avlu Kongre ve Kültür Merkezi • Avlu Balıkesir AVM • 212 AVM

AYIN KİTABI

KORKUT KİTABEVİ



Var mısın?
Yazar: Doğan CÜCELOĞLU
Yayınevi: Kronik Kitap
Sayfa Sayısı: 320

korkutkitabevi

"Gençliğimde gergin, stresli, mutsuz günlerim çok oldu. Kendimi suçlu hissettiğim, değersiz gördüğüm dönemler yaşadım. Şimdi hayatım anlamlı, coşkulu ve şükür duygusuyla dopdolu... Neden? İçinde yaşadığım koşulların iyileşmesinden mi? Geliştirdiğim farkındalıkların sonucu mu?"

Doğan Cüceloğlu

Doğan Cüceloğlu, yalnızca psikoloji kariyeriyle değil, insan hayatına dokunan ve insana dair her hikâyeden şifa çıkarabilen bilgeliğiyle bu coğrafyanın en önemli ilim insanlarından biri. Seksen yılı aşkın ömrünün bir birikimi olarak, şimdi herkesin merak ettiği "hayati" sorulara en samimi cevaplarını sunuyor. Herkes gibi aslında o da hâlâ savaşıyor, keşfediyor, hayata değer katıyor.

KORKUT Kitap ve Kahve

ŞUBELERİMİZ: • Balıkesir Avlu Kongre ve Kültür Merkezi • Avlu Balıkesir AVM • 212 AVM

ANADOLU H

In Affiliation with
JOHNS HOPKINS MEDICINE

Katkılarıyla...

SAĞLIK & MOTTO

MEME KANSERİ ARTIK EN SIK GÖRÜLEN KANSER TÜRÜ

Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ), geçtiğimiz günlerde en çok görülen kanser türünün artık akciğer kanseri değil, meme kanseri olduğunu açıkladı. Kadınlarda meme kanseri görülme hızındaki küçük artışların yıllardır bilindiğine dikkat çeken Anadolu Sağlık Merkezi Genel Cerrahi Uzmanı ve Meme Sağlığı Merkezi Direktörü Prof. Dr. Metin Çakmakçı, "Dünyada tütün kullanımı konusundaki bilinçlenme ve toplumdaki yasakların da artmasının etkisiyle meme kanseri orantısal olarak akciğer kanserinin üzerine çıkarak en sık görülen kanser türü oldu" açıklamasında bulundu.

Prof. Dr. Metin Çakmakçı
Genel Cerrahi Uzmanı ve
Meme Sağlığı Merkezi
Direktörü

Meme kanserinde görülen artışın nedenlerine dikkat çeken Anadolu Sağlık Merkezi Genel Cerrahi Uzmanı Prof. Dr. Metin Çakmakçı sözlerini şöyle sürdürdü: "Meme kanserinin artış hızında muhtemelen hem menopoz belirtileri için hem de doğum kontrolü amaçlı gittikçe daha çok kullanılan hormonlar, daha ileri yaşlarda yapılan doğumlar ve bununla birlikte emzirme sürelerinin kısalmasının da rolü olabileceği düşünülüyor. Ayrıca, meme kanseri riskini artıran menopoz sonrası obezite (şişmanlık), hareketsizlik ve sağlıksız beslenme de bildiğimiz risk faktörleri arasında. Hostes, hemşire, güvenlik görevlisi gibi gece çalışan kadınlarda da toplum ortalamasının biraz üzerinde meme kanseri görülüyor".

Meme kanseri genel olarak bir yaşlanma hastalığı olduğundan yaşam süresinin uzuyor olmasının da görülme sıklığını artırdığına dikkat çeken Prof. Dr. Metin Çakmakçı, "En önemli faktörlerden biri, gerçek sayısal artışın yanı sıra, başarılı tarama programları sayesinde daha çok kanser tanısının konmasıdır. Obezite, sağlıksız beslenme (sebze-meyvenin az tüketimi), hareketsizlik ve düzenli egzersiz yapmamak meme kanserinin dışında diğer kanserler için de en önemli risk faktörleri arasında yer alıyor" dedi.

Dünya Sağlık Örgütü'nün yeni açıkladığı 2020 verilerine göre dünyada en sık yüzde 11,7 ile meme kanseri, yüzde 11,4 ile akciğer kanseri ve yüzde 10 ile kolorektal kanserler görülüyor. Kadınlarda en sık görülen kanserlerin sırasıyla meme kanseri, kolorektal kanserler ve akciğer kanseri olduğunu, erkeklerde ise ilk sırada akciğer kanseri, ikinci sırada prostat kanseri, üçüncü sırada ise kolorektal kanserlerin görüldüğünü belirten Anadolu Sağlık Merkezi Genel Cerrahi Uzmanı ve Meme Sağlığı Merkezi Direktörü Prof. Dr. Metin Çakmakçı, "Her yıl dünyada toplamda 19.292.800 yeni kanser tanısı konuyor, 9.958.000 kişi ise kanserden hayatını kaybediyor" dedi.

Kadınlarda en sık ölüme yol açan kanser hala meme kanseri

En sık ölüme yol açan kanserlerin başında akciğer kanserinin geldiğini, akciğer kanserini kolorektal kanserler, karaciğer kanseri ve mide kanserinin izlediğini söyleyen Prof. Dr. Metin Çakmakçı, "Erkeklerde en sık ölüme yol açan kanser akciğer kanseri. Akciğer kanserini karaciğer kanseri ve kolorektal kanserler takip ediyor. Kadınlarda ise en sık ölüme yol açan kanser meme kanseri. Meme kanserini akciğer kanseri ve kolorektal kanserler takip ediyor" dedi.

Pandemi erken tanıyı azalttı, ileri evre kanser vakaları arttı

Pandemi nedeniyle insanların düzenli sağlık kontrollerini aksatmaları, tetkiklerini yaptırmamaları ve COVID-19 korkusuyla doktora, sağlık kuruluşlarına gitmemelerinin de erken tanıyı azaltarak özellikle ileri evre kanser vakalarında artışa yol açtığını vurgulayan Genel Cerrahi Uzmanı ve Meme Sağlığı Merkezi Direktörü Prof. Dr. Metin Çakmakçı, "Kanserde erken tanı konması, tedavideki başarı şansını çok artırıyor. Yakınmaları olan hastalar, hele bu yakınmalar artarak seyrediyorsa, bunların altta yatan nedeninin ne olduğu konusunda gerekli araştırmaların yapılması için sağlık kurumlarından kaçmamalı" şeklinde konuştu.

Akciğer, kalp, tansiyon, şeker hastalıkları gibi kronik hastalıklar nedeniyle izlenmekte olan hastaların kontrollerini COVID-19 endişesiyle aksatmamaları gerektiğini hatırlatan Prof. Dr. Metin Çakmakçı, "Sağlığımızı pandemi şartlarında dahi olsa korumazsak, gerekli tetkik ve tedavileri zamanında yaptırmazsak, bu ihmallerden doğacak hasar ve kayıplar COVID-19'un yarattığı hasar ile yarışır hale gelebilir" uyarısında bulundu.

EKLEM KİREÇLENMESİ KADINLARI DAHA ÇOK ETKİLİYOR

Halk arasında eklem kireçlenmesi olarak bilinen osteoartrit, erişkin popülasyonda yaşamı sınırlayıcı çok ciddi bir sorun. Eklem kireçlenmesinin, günlük yaşam sınırlamasının yüzde 24'ünün nedeni olarak kabul edildiğini belirten Anadolu Sağlık Merkezi Fiziksel Tıp ve Rehabilitasyon Uzmanı, Kayropraktist Prof. Dr. Semih Akı, "Eklem kireçlenmesinin tedavisinde, özellikle eklem açıklığını korumaya yönelik egzersizler çok önemli. Eklemlerde kısıtlılık varsa germe egzersizleri, kısıtlılık yoksa açıklığı korumaya yönelik egzersizler mutlaka uygulanmalı. Kadınlarda biraz daha fazla görülen bu hastalık, özellikle yük altında kalan eklemlerde daha sık görülüyor ve yaşla birlikte de artıyor" açıklamasında bulundu.

Prof. Dr. Semih Akı
Fiziksel Tıp ve Rehabilitasyon Uzmanı-Kayropraktist

Kadınlarda menopoz sonrasında östrojende azalma, yaşla beraber gelişen bazı olumsuz faktörler, kıkırdağın daha çabuk yıpranmasına neden olurken; diğer taraftan kilonun fazlalaşması da eklemlere binen yükü artırdığını söyleyen Anadolu Sağlık Merkezi Fiziksel Tıp ve Rehabilitasyon Uzmanı, Kayropraktist Prof. Dr. Semih Akı, "Osteoartrit boyun, bel, kalça, diz, el bileği, ayak bileği ve el parmakları gibi çok sayıda bölgeyi tutuyor. Görülme sıklığı yaşa, cinsiyete ve ırka göre değişiyor. Örneğin, kalça ve diz osteoartriti 65 yaş üstünde daha sık görülüyor. Özellikle 45 yaşın üstünde sıklığının arttığını söyleyebiliriz. Diz osteoartriti ise 45 yaş altında erkeklerde daha sık karşımıza çıkıyor" şeklinde konuştu.

Eklem kireçlenmesi başlangıçtan itibaren hastayı sınırlandırıyor

Osteoartritin ilk evresinde kıkırdakta şişme ve ödem meydana geldiğini anlatan Fiziksel Tıp ve Rehabilitasyon Uzmanı, Kayropraktist Prof. Dr. Semih Akı, "Vücut bunlara tepki olarak iyileştirici hücreleri harekete geçiriyor fakat bu hücrelerle birlikte kıkırdağı yıpratıcı bazı maddelerin de salımını yapıyor. Hastalığın son evresinde ise kıkırdak iyice eriyerek inceliyor ve eklem aralığı daralıyor. Başlangıç evresinden itibaren bu durum, hastayı sınırlandırıcı bazı şikayetleri de beraberinde getiriyor. Son evrede kıkırdak eridiği, incelediği için eklem aralığında yapışma ve daralmalar yeni kemik parçalarının da oluşmasına neden olarak sıkıntıları artırıyor. Bir kişinin vücudunda bir yerde osteoartritin olması, farklı bölgelerde de olabileceği olasılığını güçlendiriyor. Bu, kişinin osteoartrite yatkınlığını gösteren bir durum ve oradaki mekanik yapıyı bozduğu için zincir şeklinde dizdeki osteoratrit, kalçayı ve beli de etkiliyor. Eklem aralığı değiştiği için, ağırlık merkezi de değişerek duruş bozukluğu ortaya çıkıyor" dedi.

Osteoartritin nedeni tam olarak bilinmiyor

Osteoartritin nedeninin tam olarak bilinmediğini ancak oluşumunda pek çok faktörün rolünün olduğunun altını çizen Prof. Dr. Semih Akı, "En başta da genetik faktörler geliyor. Sorunun temelinde yatan kemiksel kıkırdak yıpranmasının nedenleri ise eklemlere göre farklılık gösterebiliyor. Örneğin, diz osteoartritinde mekanik yıpranmanın nedenlerinden biri aşırı kilo. Kilo fazlalığı olan kişiler her hareket ettiklerinde eklemler birbirine daha yakın olduğu için, sürtünme artıyor ve bu da mekanik strese neden oluyor. Böylece kıkırdakta yıpranma başlıyor" açıklamasında bulundu. Bir diğer nedenin ise tekrarlayan mikrotravmalar, yani yanlış kullanım olduğunu söyleyen Prof. Dr. Semih Akı, "Özellikle sporcularda gözlenen bası dönme hareketi veya sürekli çömelme, aşırı merdiven inip çıkma gibi dizi gereğinden fazla kullanmalar yıpranmaları hızlandırıyor. Yıpratıcı etkenlere fazla maruz kalındığında osteoartrit 25-30'lu yaşlarda da ortaya çıkabiliyor. Ayrıca, hastalığın seyrinde ve gelişim hızında; yapılan iş, vücudun kullanım şekli, günlük yaşam tarzının çok hareketli ya da daha durağan olması gibi pek çok faktörün etkili olduğunu söyleyebiliriz" dedi.

Tedavide egzersiz ve fizik tedavi önemli

Tedavide en önemli noktanın hastanın şikayetlerini mümkün olduğunca azaltmak olduğunun altını çizen Prof. Dr. Semih Akı, "Günümüzde hastanın ağrı şikayetleri, ağrısını baskılamaya yönelik tedavilerle, ilaçla ya da fizik tedaviyle giderilebiliyor. Ağrıyla birlikte hasta oturup kalkamıyor, günlük aktivitelerini daha yavaş ve zor yapar hale geliyor. Bu nedenle ağrıyı azaltırken ya da yok ederken, hastanın günlük hayatını da daha düzenli devam ettirebilmesi için özellikle eklem açıklığını, kas gücünü artırmaya yönelik egzersiz ve fizik tedavi programları uygulanması önemli. Özellikle eklem açıklığını korumaya yönelik egzersizler tedavinin olmazsa olmazı. Eklemlerde kısıtlılık varsa germe egzersizleri, kısıtlılık yoksa da açıklığı korumaya yönelik egzersizler yapılmalı. Osteoartrit ömür boyu süren bir hastalık olduğu için ilaç tedavisinin uzun süre kullanılması tercih edilmemeli. Daha ziyade hastanın ağrısının, kısıtlılığının yoğun olduğu dönemlerde daha yoğun bir tedavi uygulamak, onun dışındaki dönemlerde ise egzersizle tedavi etmek daha doğru bir yaklaşım" şeklinde konuştu.

Egzersiz hastalığın ilerlemesini engelliyor

Egzersizin hastalığın ilerlemesini engellediğini vurgulayan Fiziksel Tıp ve Rehabilitasyon Uzmanı, Kayropraktist Prof. Dr. Semih Akı, "Kullanılan fizik tedavinin, dokuları iyileştirici ve ödem giderici etkisi var. Damar genişlemesi sağlanıp bölgedeki kanlanma artıyor. Böylelikle bölgeye giden besin miktarında da artış oluyor. Tedaviden alınan sonuç her hastada değişebiliyor. Ağrı nedeniyle kaslarda güçsüzlük varsa kas güçlendirici egzersizler uygulanabiliyor. Çünkü kas güçlendirici egzersizler sayesinde kemiğe binen yükün miktarı azaltılabiliyor. Öte yandan kimi vakalarda baston, parmak ve bilek için atel, bel için korse yardımıyla hastanın günlük hayatını daha konforlu bir şekilde geçirmesi sağlanıyor" dedi.

Osteoartrit tedavisinde birinci ve ikinci evrede eklem içi enjeksiyon tedavisinin de kullanılan yöntemler arasında yer aldığını belirten Prof. Dr. Semih Akı, "Kalça, omuz, diz osteoartritinde de eklem içi enjeksiyonlar uygulanabiliyor. Ancak enjeksiyon tedavisi kısa süreli rahatlama amacıyla yapılıyor, uzun dönemde bir etkisi yok. Aynı zamanda ileri evre hastalarda da etkinliği bulunmuyor" açıklamasında bulundu.

Kişinin kilosundaki 5 kiloluk bir artış osteoartrit riskini yüzde 36 artırıyor

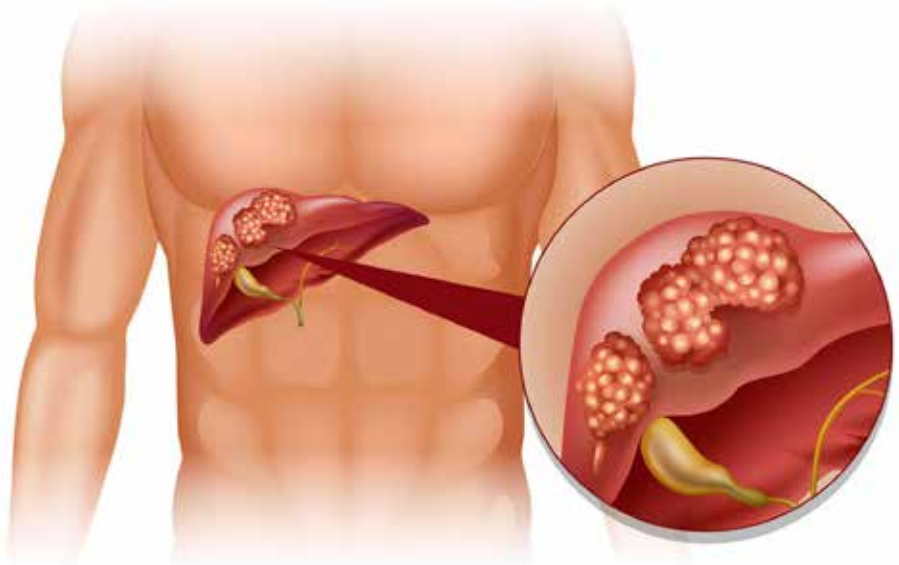
Çok ilerlemiş vakalarda tercih edilen tedavi seçeneğinin cerrahi işlemle ekleme protez uygulaması yapmak olduğunu dile getiren Prof. Dr. Semih Akı, "Ancak protezlerin dayanma süreleri kısıtlı olduğundan, cerrahi işlem mümkün olan en ileri yaşa ertelenmeli. Böylece hastanın iki defa ameliyat olmasının da önüne geçilmiş oluyor" dedi.

DİYABETTEKİ ARTIŞ KARACİĞER KANSERİ VAKALARINI DA ARTTIRDI

Doç. Dr. Yeşim Yıldırım
Medikal Onkoloji Uzmanı

Son yapılan bilimsel çalışmalara göre karaciğer kanseri riskinin diyabetli kişilerde, diyabet olmayanlara göre 2-3 kat arttığı gözlemlendi. Bu oranın diyabetlilerde artan obezite oranıyla da ilişkili olduğunun altını çizen Anadolu Sağlık Merkezi Medikal Onkoloji Uzmanı Doç. Dr. Yeşim Yıldırım, "Fazla kilosu olanlarda, vücutta artan kan yağları ve yüksek kan şekeri çeşitli mekanizmalarla karaciğer hücre hasarlarına, ardından da siroz ya da karaciğer kanseri gelişimine kadar ilerleyebiliyor. Çağımızda özellikle diyabet hastalığının artmasıyla birlikte karaciğer kanseri vakalarının da giderek arttığını görüyoruz. Ancak karaciğer kanseri tedavisinde ağızdan alınan tablet şeklindeki akıllı ilaçlarla ciddi yol kat edildi. Günümüzde artık ilk seçim olarak immünoterapi ve moleküler tedavi kombinasyonları sayesinde çok daha başarılı sonuçlar elde edebiliyoruz" açıklamasında bulundu.

Doç. Dr. Yeşim Yıldırım, 4 Şubat Kanser Günü vesilesiyle karaciğer kanseri ile diyabet arasındaki ilişkinin yanı sıra, karaciğer kanseri tedavisindeki son gelişmelerden de söz etti...



Karaciğer kanserinin son yirmi yılda sıklığı giderek artan bir hastalık olduğunu vurgulayan Anadolu Sağlık Merkezi Medikal Onkoloji Uzmanı Doç. Dr. Yeşim Yıldırım, "Karaciğer kanserine neden olan en önemli faktörler kronik Hepatit B (yüzde 50) ve Hepatit C (yüzde 25) enfeksiyonlarıdır. Ancak son yıllarda hepatoselüler kanserlerin yüzde 20'si obezite, tip 2 diyabet, dislipidemi ve hipertansiyonun eşlik ettiği yağlı karaciğer hasarı ve yağlı karaciğer zemininde gelişmiş siroz sonrası oluşmakta ve bu risk faktörü giderek artmaktadır" dedi.

MR ve tomografi ile tanı konuyor

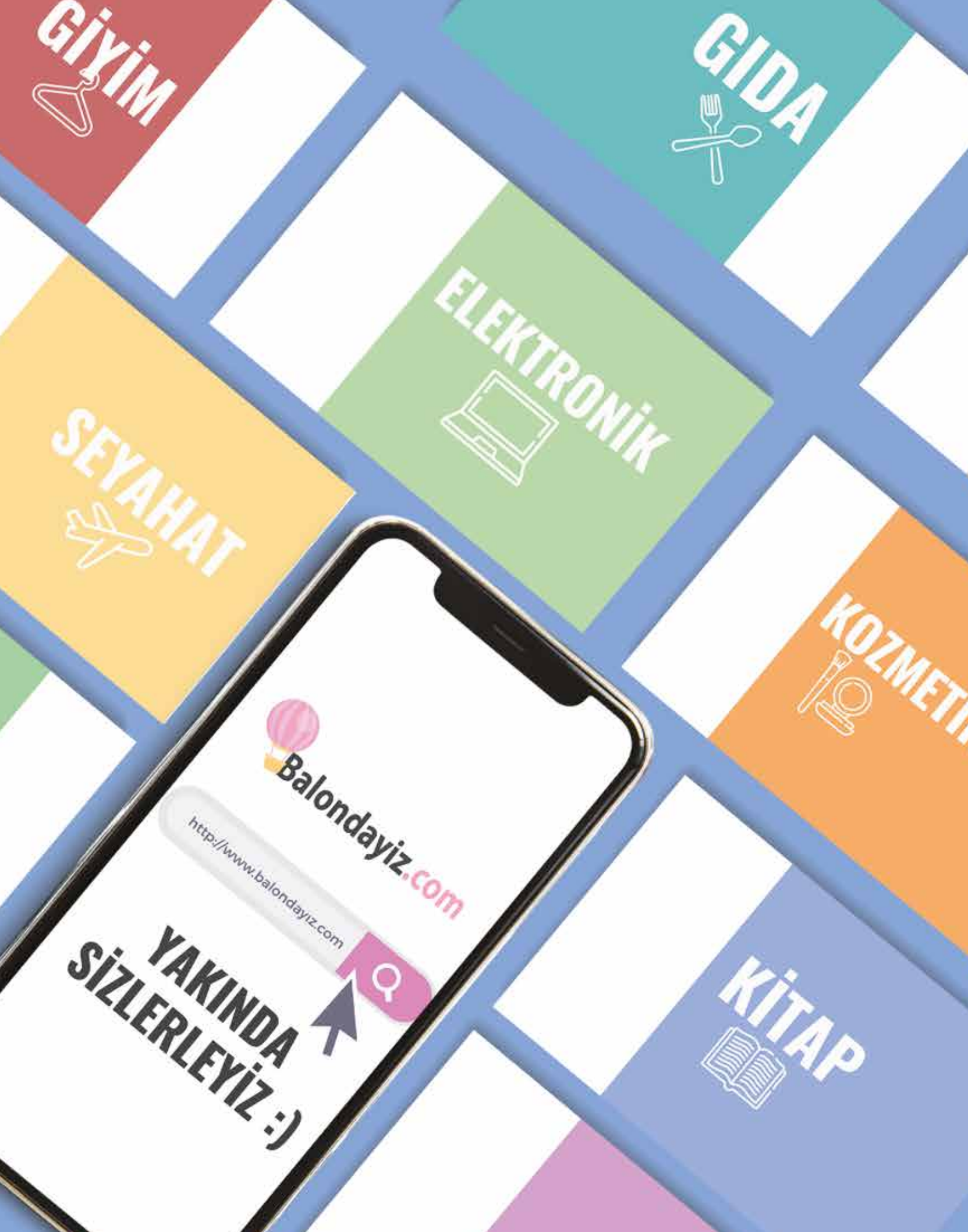
Genellikle hastaların geç evrede kaşıntı, sarılık, karnın sağ üst kısmında ağrı, dalak büyümesi, karın şişkinliği, kanama, zayıflama, gövdede damarların belirginleşmesi gibi kronik karaciğer hastalığı ve siroz bulgularının ortaya çıkması ile doktora başvurduklarını söyleyen Medikal Onkoloji Uzmanı Doç. Dr. Yeşim Yıldırım, "Tanı için eğer altta yatan kronik karaciğer hasarı oluşturacak hepatit B, C, yağlı karaciğer gibi bir neden varsa sadece görüntüleme yöntemleri MR ve tomografi ile tanı konulabilir, çünkü karaciğer kanserinin CT ve MR'da tipik bir görüntü paterni vardır ve biyopsi bu durumlarda gerekmez. Ancak hastaların yüzde 25'inde altta yatan bir neden olmayabilir. Bu grupta tanı biyopsi ile konulur" şeklinde konuştu.

Tedavi planlanırken hastalığın yerleşimi, nodül sayısı gibi birçok etmen değerlendirilmeli

Tedaviyi planlarken hastalığın karaciğerdeki yerleşiminin, nodüllerin sayısının, büyüklüğünün, eşlik eden sirozun olup olmadığının, cerrahiye elverişsizliğe neden olabilecek başka hastalıkların olup olmamasının, genel performans durumunun ve metastaz durumunun detaylı değerlendirilmesi gerektiğini vurgulayan Medikal Onkoloji Uzmanı Doç. Dr. Yeşim Yıldırım, "Eğer hastalık sadece karaciğerde ise, karaciğerdeki lezyonların sayısı, boyutu, yerleşimi ve karaciğerin rezervine bakılarak cerrahi, transplantasyon gibi seçenekler düşünülebilir. Eğer cerrahiye uygun değilse lokal ablatif tedaviler denilen radyofrekans ablasyon (RFA), kemoembolizasyon, radyoembolizasyon ya da radyoterapi gibi yöntemlerle tedavi yapılabilir" dedi.

Karaciğer kanserine karşı immünoterapi ve moleküler tedavi kombinasyonları

Hastalık yaygınsa ve karaciğerin dışında da bulunuyorsa yani metastatik ise o zaman sistemik tedavilerin uygulandığını söyleyen Doç. Dr. Yeşim Yıldırım, "Karaciğer kanseri kemoterapiye cevap veren bir kanser değildir, bu nedenle uzun yıllar tedavilerde istenilen başarılar elde edilememiştir. Ancak son yıllarda önce ağızdan alınan tablet seklindeki akıllı ilaçlarla tedavilerde yol kat edilmeye başlandı. Günümüzde ise artık ilk seçim olarak immünoterapi ve moleküler tedavi kombinasyonları ile çok daha başarılı sonuçlar elde edilebiliyor" açıklamasında bulundu.


GİYİM
GIDA
ELEKTRONİK
SEYAHAT
KOZMETİK
Balondayiz.com
http://www.balondayiz.com
YAKINDA SİZLERLEYİZ :)
KİTAP

Balondayiz.com

SANA GÖRE ÇOK ŞEY ONDA

MÜZİK

HEDİYELİK

FARKINDALIK STUDYOSU

SOSYAL MEDYA

NO	İSTANBUL	BEĞENİ
1	Forum İstanbul AVYM	349.875
2	City's Nişantaşı AVM	317.196
3	İstanbul Cevahir AVM	237.875
4	Kanyon AVM	230.705
5	ÖzdilekPark İstanbul AVM	194.238
6	İsfanbul AVM	189.937
7	Marmara Park AVM	178.227
8	Emaar Square Mall	148.789
9	Trump AVM	140.748
10	Mall of İstanbul	112.855
11	İstinyePark AVM	108.015
12	Aqua Florya AVM	102.473
13	Brandium AVYM	101.566
14	Buyaka AVM	101.353
15	Zorlu Center	101.005
16	Maltepe Park AVM	99.388
17	Torium AVM	93.976
18	Palladium AVM	90.463
19	Viaport Asia Outlet	88.448
20	Tepe Nautilus AVM	86.689

NO	ANKARA	BEĞENİ
1	ANKAmall AVM	530.151
2	Forum Ankara Outlet	132.199
3	ACity Outlet	93.289
4	Kentpark AVM	69.442
5	Cepa AVM	68.580
6	Gordion AVM	63.127
7	Next Level AVM	53.643
8	Atlantis AVM	48.653
9	Taurus AVM	48.013
10	Nata Vega Outlet	40.510
11	One Tower AVM	39.549
12	Antares AVM	37.209
13	Podium Ankara AVM	36.725
14	Arcadium AVM	34.192
15	Anatolium Ankara AVM	31.143
16	Kızılay AVM	26.642
17	Panora AVYM	25.777
18	365 AVM	23.245
19	Atakule AVM	21.992
20	Tepe Prime Avenue	20.604

NO	DİĞER	BEĞENİ
1	Mavibahçe AVM	349.419
2	TerraCity AVM	334.068
3	Espark AVM	129.820
4	Park Afyon AVM	128.645
5	Samsun Piazza AVM	123.583
6	Kulesite AVM	114.103
7	Forum Mersin AVM	107.086
8	Forum Kayseri AVM	106.424
9	Gebze Center	103.840
10	Forum Gaziantep AVM	103.838
11	Forum Bornova AVM	101.167
12	MarkAntalya AVM	92.681
13	Özdilek Bursa AVM	90.827
14	Forum Trabzon AVM	90.132
15	Antalya Migros AVM	89.358
16	ÖzdilekPark Antalya AVM	82.720
17	Outlet Center İzmit	81.626
18	Point Bornova AVM	77.734
19	MalatyaPark AVM	75.771
20	Kent Meydanı AVM	58.731

FARKINDALIK STUDYOSU

SOSYAL MEDYA

NO	İSTANBUL	TAKİP
1	City's Nişantaşı AVM	56.434
2	ÖzdilekPark İstanbul AVM	55.128
3	Kanyon AVM	48.677
4	Emaar Square Mall	18.299
5	Capitol AVM	14.193
6	Buyaka AVM	13.042
7	İstinyePark AVM	9.945
8	Zorlu Center	7.963
9	Astoria AVM	7.652
10	Akasya AVM	7.387
11	Sapphire Çarşı	5.375
12	ArenaPark AVYM	5.225
13	Palladium AVM	5.030
14	Marmara Forum AVM	4.920
15	İsfanbul AVM	4.907
16	Galleria Ataköy AVM	4.741
17	Watergarden İstanbul	4.334
18	Kozzy AVM	4.331
19	ArmoniPark Outlet Center	4.093
20	Forum İstanbul AVYM	3.971

NO	ANKARA	TAKİP
1	ANKAmall AVM	12.627
2	Antares AVYM	6.778
3	Kentpark AVM	4.687
4	Tepe Prime Avenue	4.410
5	Cepa AVM	3.415
6	Armada AVM	3.376
7	Atlantis AVM	2.758
8	Gordion AVM	2.697
9	Next Level AVM	2.006
10	Arcadium AVM	1.850
11	365 AVM	1.708
12	Forum Ankara Outlet	1.648
13	Bilkent Center AVM	1.630
14	Anatolium Ankara AVM	1.327
15	One Tower AVM	1.098
16	Gimart Outlet	973
17	ACity Outlet	907
18	Panora AVYM	586
19	Park Vera AVM	562
20	Metromall AVM	284

NO	DİĞER	TAKİP
1	Özdilek Bursa AVM	28.986
2	Park Afyon AVM	7.044
3	TerraCity AVM	6.980
4	Sera Kütahya AVM	5.910
5	HighWay Outlet AVM	5.769
6	Kayseri Park AVYM	5.278
7	MalatyaPark AVM	4.814
8	ÖzdilekPark Antalya AVM	4.678
9	Deepo Outlet Center	3.513
10	Korupark AVM	3.273
11	Forum Mersin AVM	3.204
12	Espark AVM	3.129
13	Antalya Migros AVM	2.745
14	17 Burda AVM	2.736
15	Outlet Center İzmit	2.419
16	Palladium Antakya AVM	2.268
17	Oasis AVM	2.109
18	Bursa Kent Meydanı AVM	2.084
19	Forum Bornova AVM	2.054
20	Sanko Park AVM	2.028

FARKINDALIK STUDYOSU

SOSYAL MEDYA

NO	İSTANBUL	BEĞENİ
1	Emaar Square Mall	83.800
2	Zorlu Center	78.725
3	İstinyePark AVM	53.522
4	İsfanbul AVM	53.454
5	Watergarden İstanbul	48.351
6	Buyaka AVM	47.904
7	Mall of İstanbul	45.469
8	Vadistanbul AVM	44.262
9	City's Nişantaşı AVM	43.371
10	212 İstanbul Power Outlet	42.940
11	Forum İstanbul AVYM	41.286
12	Akyaka Park AVM	38.435
13	Kanyon AVM	37.605
14	Maltepe Park AVM	36.342
15	Hilltown AVM	35.079
16	Venezia Mega Outlet	33.181
17	Marmara Park AVM	32.770
18	Trump AVM	29.328
19	İstanbul Cevahir AVM	29.286
20	Meydan İstanbul AVM	27.461

NO	ANKARA	BEĞENİ
1	ANKAmall AVM	114.430
2	Antares AVYM	38.354
3	ACity Outlet	34.969
4	Cepa AVM	30.396
5	Gordion AVM	28.228
6	Nata Vega Outlet	27.978
7	Armada AVM	24.865
8	Kentpark AVM	23.546
9	Metromall AVM	22.872
10	Podium Ankara AVM	21.969
11	Atlantis AVM	21.670
12	Panora AVYM	21.218
13	Atakule AVM	19.580
14	Taurus AVM	17.709
15	Arcadium AVM	15.749
16	Forum Ankara Outlet	15.118
17	One Tower AVM	13.662
18	Bilkent Station AVM	13.512
19	Next Level AVM	10.231
20	Kartaltepe AVM	7.623

NO	DİĞER	BEĞENİ
1	TerraCity AVM	77.656
2	Mavibahçe AVM	72.519
3	M1 Adana AVM	55.637
4	Optimum - İzmir	46.348
5	Kulesite AVM	46.081
6	41 Burda AVM	45.314
7	Park Afyon AVM	42.470
8	Westpark Outlet AVM	34.218
9	Point Bornova AVM	31.907
10	17 Burda AVM	31.343
11	Özdilek Bursa AVM	31.304
12	Forum Bornova AVM	31.011
13	Agora AVM	30.554
14	39 Burda AVM	29.936
15	Agora Antalya AVM	28.681
16	Antalya Migros AVM	28.273
17	Mall of Antalya AVM	27.700
18	10Burda AVM	27.655
19	Kent Meydanı AVM	26.908
20	01Burda AVM	26.536

FARKINDALIK STUDYOSU

Farkındalık Stüdyosu

Konser -Defile -İmza Günü -Basın Pr
-Açılış Organizasyonu -Grafik Tasarım -Çocuk Etkinlikleri
-Sosyal Medya Analizi -Söyleşi -Dijital Medya Pazarlama
-Özel Etkinlikler -Tv&Radyo Prodüksiyon

farkindalikstudyosu Farkindalikstudyosu www.fsreklam.com.tr

ECE TÜRKİYE HELP STEPS İLE ADIMLARI İYİLİĞE ÇEVİRECEK

ECE Türkiye yönetiminde bulunan İstanbul'daki Marmara Park, Aqua Florya, Antalya'daki TerraCity, Antalya Migros AVM ve Afyonkarahisar'daki Park Afyon alışveriş merkezleri, adımları bağışa çevirebilen bir uygulama olan Help Steps ile iş birliği yapıyor. İş birliği çerçevesinde ECE Türkiye genel merkezi ile Marmara Park, Aqua Florya, TerraCity, Antalya Migros AVM ve Park Afyon Alışveriş Merkezi çalışanlarının yanı sıra AVM ziyaretçilerinin attığı adımlar "Attığımız Her Adımda İyilik Var!" projesi üzerinden bağışa dönüşecek.

Help Steps uygulaması, akıllı telefon kullanıcılarını harekete teşvik ederek sağlıklı yaşama dikkat çekerken, bağış yapma motivasyonu da sağlıyor. Help Steps uygulamasını ücretsiz olarak IOS ve Android cihazlarına indiren kullanıcılar, cep telefonları ceplerindeyken tüm gün her zamanki gibi yürüyor. Bu adımlar aynı zamanda bir adımsayar olan Help Steps uygulamasında birikiyor. Kullanıcılar, akşam saat 24.00 olmadan uygulamaya girip "Adımlarımı HS'ye çevir" butonuna basıyor ve kısa bir reklam izliyor. Adımları HS puanına dönüşen kullanıcılar, bu puanları ihtiyaç sahibi bireysel yararlanıcılar veya sivil toplum kuruluşlarına uygulama üzerinden bağışlıyor.

Projenin duyurusu, alışveriş merkezlerinin iç alanlarında ve sosyal medyada yapılacak. "Attığımız Her Adımda İyilik Var!" projesine katılmak isteyen ziyaretçilerin uygulamayı yükledikten sonra AVM davet kodunu girmesi yeterli olacak. Adımların günlük TL karşılığına göre hesaplanacak toplam tutar, kullanıcıların Help Steps hesabında görülecek. Kullanıcılar, biriktirdikleri tutarı uygulama içerisindeki Kızılay, KAYD, AHBAP, HAÇİKO, TOG, TEGV, TOFD, UCİM gibi 21 kurumdan seçtiğine bağışlayabilecek. Ayrıca taraftarlar da Beşiktaş Jimnastik Kulübü, Fenerbahçe Spor Kulübü ve Galatasaray Spor Kulübü'ne adımlarını bağışlayarak destek olabilecek.

Davet kodları:

Marmara Park	MARMARA2021
Aqua Florya	AQUA2021
TerraCity	TERRACITY2021
Antalya Migros AVM	AMIGROS2021
Park Afyon	PARKAFYON2021

Tarihte Bu Ay *Neler Oldu*?

1 Mart 1921 Türk-Afgan Dostluk Antlaşması'nın İmzalanması.

3 Mart 1934 Ankara Radyosu'nun Yayına Başlaması.

8 Mart Dünya Kadınlar Günü.

10 Mart 1876 Telefon'un İcadı ve İlk Denemesinin Yapılması.

12 Mart 1921'de İstiklal Marşı TBMM'de "Milli Marş" olarak kabul edildi.

13 Mart 1430 Selanik'in Fethi.

14 Mart Tıp Bayramı.

16 Mart 1948 Öğretmen Okullarının Kuruluşu.

18 Mart 1915 Çanakkale Zaferi.

İngilizlerin ve Fransızların mühim deniz kuvvetleri ile Çanakkale Boğazı'nı geçmeye teşebbüsleri, Türk'ün zaferi ve düşmanların önemli zaiyat vererek geri çekilmeleri ile sonuçlanmıştı. Çanakkale'yi denizden geçemeyen düşman karadan zorlamaya karar vermiş ve kara harpleri yapılmıştı. Bunun sonucu da malumdur. Yine Türk'ün zaferiyle bitmiştir.

21 Mart 1973 Aşık Veysel'in Ölümü.

22 Mart 2001 Atatürk'ün Manevi Kızı ve Dünyanın İlk Kadın Savaş Pilotu Sabiha Gökçen, İstanbul'da Yaşamını Yitirdi.

29 Mart 1931 Türk Çocuklarının, İlk Eğitimlerini Türk Okullarında Yapmalarını Mecbur Kılan Kanunun Kabulü.

27 Mart Dünya Tiyatrolar Günü.

30 Mart 1432 Fatih Sultan Mehmet'in Doğumu.

30 Mart 1921 II. İnönü Zaferi.

PORSCHE TAYCAN MODEL YELPAZESİNİ GENİŞLETTİ

Porsche, tamamen elektrikli ilk spor otomobil modelleri Taycan Turbo S, Taycan Turbo ve Taycan 4S'ten sonra şimdi de yeni Taycan versiyonunu pazara sundu.

Porsche, tamamen elektrikli ilk spor otomobil modeli Taycan'ın arkadan itişli versiyonunu pazara sundu. İki farklı batarya seçeneği bulunan yeni versiyonun standart performans bataryası 300 kW (408 PS) güç sağlarken, performans plus bataryası seçeneği 350 kW'a (476 PS) kadar güç üretebiliyor. 79,2 kWh ve 93,4 kWh olmak üzere iki farklı batarya kapasitesine sahip otomobil, her iki kapasitede de sıfırdan 100 km/sa hıza 5.4 saniyede çıkabiliyor ve 230 km/sa maksimum hıza ulaşıyor. Taycan'ın bu yeni versiyonu batarya kapasitesine göre, 431 ila 484 kilometreye kadar menzil sunuyor. Her iki batarya da yüzde 5 şarj seviyesinden yüzde 80'e 22,5 dakikada ulaşabiliyor. Yani yaklaşık 100 kilometrelik menzil için gerekli enerjiye sadece 5 dakikada ulaşılabiliyor.

Yenilikçi elektrik motoru ve dinamik performans

Taycan'ın yeni versiyonu ailenin diğer üyeleri gibi etkileyici hızlanma, spor otomobillere özgü çekiş gücü sunuyor. Arka aksı üzerinde, aynen Taycan 4S modelinde olduğu gibi 130 mm'lik bir uyarımlı senkron motor bulunan yeni modelde, 600 amperlik darbe kontrollü bir invertör de bulunuyor. Arka aksta ayrıca iki vitesli bir şanzıman da yer alıyor. Öne çıkan özellikleri arasında aerodinamik yapısı ile yeni modelin 0,22'den başlayan sürtünme katsayısı değeri, düşük enerji tüketimi ve dolayısıyla uzun mesafe menzil konularında önemli katkı sağlıyor. Model bu sayede 265 kW değerinde bir enerjiyi geri kazanabiliyor.

Porsche DNA'sı ile sade dış tasarım

Porsche tasarım DNA'sı Taycan ailesinin yeni üyesinde de karşımıza çıkıyor. Yeni Taycan, yüksek konturlu kanatları sayesinde önden bakıldığında alçak ve geniş görünüyor. Silüeti, arkaya doğru eğimli sportif tavan çizgisiyle şekillenirken, çok iyi detaylandırılmış yan bölümleri de karakteristik özellikler barındırıyor. Yeni arkadan itişli Taycan'ın ayırt edici özellikleri arasında aerodinamik olarak optimize edilmiş 19 inç Taycan Aero jantları ve siyah fren kaliperleri bulunuyor. LED farlar standart olarak sunulurken siyah renkteki ön alt panelin, yan eşiklerin ve arka difüzörün Taycan 4S modeli ile aynı olduğu görülüyor.

Geleceğe yönelik bir iç tasarım

Taycan'ın yepyeni bir mimariyle tasarlanan ve tasarımda yeni bir dönemin başlangıcının sinyallerini veren kokpiti, ailenin yeni üyesinde de göze çarpıyor. Gösterge panelinin kavisli hattı, ön paneldeki en yüksek noktayı oluşturuyor. Kokpitteki diğer unsurlar arasında, merkezi bir 10,9 inç bilgilendirme ve eğlence ekranı ve ön yolcu için opsiyonel olarak sunulan yolcu ekranı yer alıyor. Kısmi deri iç mekan ve sekiz yönlü ayarlanabilir elektrikli ön koltuklar ise Taycan'da standart olarak sunulabiliyor. Otomobilde önde 84 litre ve arkada 407 litreye varan iki bagaj bölmesi bulunuyor. Taycan aynı zamanda geri dönüştürülmüş malzemelerden yapılan yenilikçi iç mekan sunarak, elektrikli spor otomobilin sürdürülebilir konseptinin de altını çiziyor.

Merkezi ağ bağlantılı şasi sistemleri

Porsche, Taycan şasisi için merkezi olarak ağa bağlı bir kontrol sistemi kullanıyor. Porsche, 4D Şasi Kontrolü entegre edilmiş tüm şasi sistemlerini eş zamanlı olarak analiz ve senkronize ediyor. Taycan'ın hem standart çelik yaylı süspansiyonu hem de üç odacıklı teknolojiye sahip isteğe bağlı uyarlanabilir havalı süspansiyonu, PASM (Porsche Aktif Süspansiyon Yönetimi) elektronik amortisör kontrol sistemi ile destekleniyor. Adaptif havalı süspansiyon ayrıca bir Smartlift işlevi ile sunuluyor. Bu, Taycan'ın yol tümsekleri veya garaj yolları gibi belirli yinelenen yerlerde sürüş yüksekliğini otomatik olarak yükseltecek şekilde programlanmasına imkan sağlıyor. Smartlift, ayrıca otoyol yolculuklarında otomobilin yüksekliğini, verimlilik ve sürüş konforu arasındaki mümkün olan en iyi uyum için ayarlayabiliyor.

Taycan model ailesi büyüyor

Taycan model ailesine yeni katılan modelin Mart ayı sonunda Türkiye'de de satışa sunulacağını belirten Porsche Türkiye Satış ve Pazarlama Müdürü Selim Eskinazi, "2020 yılında 303 adet Taycan aracın teslimatını gerçekleştirdik. Bu sayede 2020 yılı Ekim ayında Türkiye'de satışa sunulan Porsche Taycan, 3 ay gibi kısa bir sürede en çok satılan tamamen elektrikli spor otomobil olmuştur. 2021 yılının ilk çeyreğinde Taycan'ın aileye katılan yeni modelini de Türkiye'de satışa sunmayı planlıyoruz." dedi. Taycan modeline hizmet verebilmek için tüm Porsche yetkili satıcıları ve servislerinde eğitim ve yatırım hazırlıklarını tamamladıklarını, Porsche müşterilerinin evinde ve iş yerlerinde araçlarını şarj etmelerine olanak sağlayacak şarj istasyonu kurulumları için 280 adet lokasyona ön kontrol işlemleri gerçekleştirdiklerini aktaran Eskinazi, "Ayrıca, Porsche Orta ve Doğu Avrupa bölgesine hizmet verecek olan Batarya Onarım Merkezi'nin Doğuş Oto Kartal'da hizmet vermesi için gerekli hazırlıklar tamamlanmıştır. Kullanıcılarımızın şarj noktalarına ulaşımlarını kolaylaştırmak için de şarj istasyonu kurulumlarına yönelik yatırımlarımıza devam ediyoruz. 2021 yılında marka olarak hedefimiz Türkiye'de toplam 190 adet şarj cihazına ulaşmak olacak." diye konuştu.

MALL&MOTTO

AVM VE PERAKENDE SEKTÖRÜNÜN HABERCİSİ

GÜNCEL HABERLER • PERAKENDE HABERLERİ • RÖPORTAJ • MODA • ETKİNLİK HABERLERİ
• ANALİZ RAPORLARI • MAKALE • SOSYAL MEDYA LİGİ • SAĞLIK

TIKLAYIN HABERSİZ KALMAYIN!

www.mallandmotto.com

Akatlar Mahallesi Zeytinoğlu Caddesi Dünya Palas 34/B D:3 Etiler / Beşiktaş / İSTANBUL
Tel : 0212 924 32 96 - Gsm : 0530 218 49 43 - Mail : info@mallandmotto.com.tr

Visionary conceptual festive lighting in every aspect.

Enlightening your vision.

Dubai Ramazan Dekoru UAE

Mk Illumination - Türkiye
turkiye@mk-illumination.com
Tel : +90 212 886 72 65 - 66

mk ILLUMINATION