



FARKINDALIK
STUDYOSU

BİZİ ZİYARET EDEN
SEKTÖRÜNÜN ÖNEMLİ İŞİMLERİNE
TEŞEKKÜR EDERİZ



PERAKENDE
GÜNLERİ 14
RETAIL DAYS

SOYSAL

Seneye görüşmek üzere..

Mail : info@fsreklam.com.tr - Tel : 0212 351 54 48 - Gsm: 0530 218 49 43
Adres : Mimar Sinan Mah. Zümrüt Sk. No : 24 Kemerburgaz-İSTANBUL



VAKKO



BÖLGESİNİ SAHİPLENEN ALIŞVERİŞ MERKEZİ GEBZE CENTER

Melih Çevik
Gebze Center AVM Müdürü

Gebze Center öncelikle
bölgesini sahiplenen
alışveriş merkezi...

Ziyaretçilere burası
sizinle birlikte ve sizin
için var mesajını vermek
için 4 yıldır çalışıyoruz.



AVM Olarak yakını çevrenizde birçok rakibiniz olmasına rağmen Gebze ile iç içe girmiş ve beraber anıtan bir duruşunuz var. Bu performansı neye bağıyorsunuz?

Gebze Center öncelikle bölgesini sahiplenmiş alışveriş merkezi... Ziyaretçilere burası sizinle birlikte ve sizin için var mesajım vermek için 4 yıldır çalışıyoruz. Tabii bölgeye yapılan ilk yatırım olmasının da bu bağlılığın oluşmasında bir payı var. Gebze, lokasyon olarak İstanbul ile Kocaeli arasında kalmış, nüfus yoğunluğunun oldukça fazla olduğu ve sanayisi ile ünlü bir kent. Dolayısı ile bölgede yaşayan insanların sosyal yaşam alanı olarak sahipleneceği bir AVM'ye ihtiyacı vardı ve biz bunu oldukça iyi karşıladığımıza inanıyoruz. Sosyal yaşam alanı diyorum çünkü arkadaşın her şeyi bulabilecekleri mağaza, restoran, cafe vb. gibi alanlarının yanı sıra hemen hemen tüm eğlence alanlarını içinde barınduran bir yapısı var. Sinemasından, dev buz pistine, çocuk eğlence alanından, go-kartına, 5d sinemasına, kitapçısına kadar birçok eğlence alanı Gebze Center'da her gün pek çok ziyaretçi ağırlıyor. Tüm bu alanların yanında bölge için çok önemli bir yatırım ve tanıtım aracı olan ulusal yayını yapan kanalımız 'Kral' stüdyomuz bulunuyor. AVM içerisindeki konumlandırdığımız stüdyomuzda hemen hemen her hafta ünlü bir konuk alarak Türkiye genelinde, yerel TV ve radyolarında yayılanlığı minni konserler içeren programlar gerçekleştiriyoruz. Bugüne kadar yaklaşık 50 sanatçıyı AVM'mızın içindeki stüdyoda ağırladık. Hande Yener, Kırıç, Ferhat Göçer, Demet Akalın, Orhan Gencebay bu sanatçılardan sadece birkaçı...

Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de sosyal medya giderek artan bir trend izliyor. Bu mecraya baktır açınız nedir? Yakın gelecekte sosyal medya ülkemizde nasıl konumlanacak sizce?

Hayatımızın olmazsa olmazı... Sosyal medya perakende sektörümüz çok farklı bir noktaya doğru hızla çekiyor. Artık markalar çok daha şeffaf olmak, müsterisini talebine, sorusuna anında yanıt vermek hatta müsterilerinin talepleri doğrultusunda planlamayı değiştirmek durumunda. Özellikle genç tüketici sosyal medya üzerinde araştırma yapmadan, alacağı ürün ya da gideceği mekan hakkında yazılan yorumları okunmadan alışveriş yapmuyor, mekan seçmiyor. Dolayısı ile sosyal medya şu anda bu kadar güçlüyken ona yatırım yapmadan olmaz. Gebze Center olarak bölgemizde en çok kullanılan sosyal medya kanallarını araştırarak bu kanallarda yatırım yapmaya devam ediyoruz. Ziyaretçimizin taleplerini, tepki ve etkileşimlerini sosyal medya üzerinden takip ediyor, buradan yanıt veriyor hatta eğilimlerini gözlemleyerek buna göre etkinlik planlıyor hale geldik diyebiliyorım.

Yakın gelecekte ise sosyal medyanın yerini sağlamlaştırarak hayatımıza ayrılmaz bir parçası olacağımı düşünüyorum. Sosyal medya hesaplarının online web sitelerinin yerini aldığı söylemek yanlış olmaz. Ancak gelecekte sosyal medyanın yerini başka bir araç alır mı bunu yakın gelecek için kestirmek çok mümkün gelmiyor. Çünkü sosyal medya 2007'den bu yana her gün hayatımızda daha etkin bir rol üstleniyor.





Yönetim olarak yaptığınız etkinlıkların performans dönüsünü nasıl ölçümlüyorsunuz? Sizce kariyerinizde yaptığınız en iyi etkinlik hangisiydi? Neden? Ayrıca bir etkinlik planlarken hangi kriterler sizin için önemlidir? Neden?

Yaptığımız en iyi etkinlik şuydu diyemem çünkü yaptığımız bütün işleri içimize sindirmeden, etkinliğe verilecek tepki ve beklenilen performansı karşılayacağından emin olmadan harekete geçmiyoruz. Etkinlik performanslarını ziyaretçi sayılarının artışı, yapılan anketler, çiro performansları ve sosyal medya üzerindeki etkileşimlerini kontrol ederek ölçülüyoruz. Yine de spesifik örnekler vermek gerekirse; bu yıl 5. sini düzenleyeceğimiz geleneksel Gebze Kitap Günleri, Kral camii yayınılan, bahar festivali, defileler en iyi projelerimizden diyebilirim. Etkinlik planlarken baktığımız ilk kriter ise ziyaretçinin en çok neyi, kimin görmek istediği ya da nelerden hoşlanacağı, neleri görmekten memnun olacağı... Bunu için ziyaretçilerimi aralıklarla

diniyoruz. Bence en önemli şey dinlemek, içerisinde çözümleri de barınduran soruları öğrenmek...

Yönetim şirketi olarak Türkiye'nin en önemli şirketlerinden birisi olan JLL'in grubunda olmanız size sahada bir sinerji sağlıyor mu? Nasıl?

İşin surrı da burada. JLL' nin inanılmaz bir saha deneyimi ve sektörle alakalı olarak oldukça büyük bilgi birikimi bulunuyor. Bu birikim çoğu zaman bize yol gösteriyor. Ayrıca ekibimiz sektörde uzun zamandır çalışan, AVM dinamiklerini bilen JLL' in yetiştirdiği kişilerden oluşuyor.

Ziyaretçilerinizden eleştiri ve yorumları hangi yoldan alırsınız ve ne şekilde değerlendirdip onlara dönüş yapıyorsunuz?

Ziyaretçilerimizin yorumlarını pek çok yolla alıyoruz. AVM içerisinde bulunan şikayet formuları, sosyal medya, web sitesi ve mail yoluyla hatta bire bir ekibimiz ile görüşerek



müşterileriniz bize ulaşabiliyorlar. Alınan yorum ve önerileri listeleyerek ziyaretçilere yazılı ve sözlü olarak bilgi veriyoruz ve sonrasında raporluyoruz. Şikayetleri memnuniyete dönüştürüp olduğumuz yerde müşteri sadakatini yakalayacağımıza biliyor ve bu doğrultuda pek çok çalışma gerçekleştiriyoruz.

2015'de AVM Sektorü ve perakende için ne gibi bekłentileriniz var?

2014 yılında Türkiye'de perakende sektörü bütünleşik sektörlerden biri oldu. 2015 yılında da ilerlememin, büyümemin devam edeceğini inanıyorum. İşimi iyi, severek ve üzerinde durarak yapan dinamikleri ve gündemi takip edenlerin her zaman kazanacağımı biliyorum.

İÇİNDEKİLER



01 Melih Çevik
Gebze Center AVM Müdürü

Bölgesini sahiplenmiş AVM
“Gebze Center”



08 Sektörün kalbi
iki gün boyunca
Perakende Günlerinde attı



18 Candice Swanepoel
Top Model

Herald Square mağazasında editör ve
bloggerlarla buluştu



26 AVM Endeksi



38 NIELSEN Güven
Endeksi



44 Ümit Zaim
Derimod Yön. Kur. Bşk.

Bu yıl dünyada deri yılı



46 Dilek Dölek Başarır
Türkiye McDonald's Genel
Müdürü

Yenilik her zaman en önemli
önceliklerimizden biri



48 Sinem Özkardeşler

İçimizdeki İrlandalılar hala yaşıyor



50 TOP SHOP
TOP MAN

Dünyadaki ikinci amiral mağazasını
New York'da açtı



56 Muzaffer Gölöz
Sitare Algan
INSIDE AVM Danışmanlık
kurucuları

AVM'ler değişiyor



59 İpek Ağaca
Uzman Diyetisyen

Kahve iç depresyondan korun



61 Gamze Şanlı Ak
Uzman Diyetisyen

Yılbaşı öncesi 1 beden küçültün



71 Mutlu Yeşiltepe
Best FM Gal Yayımları Yönetmeni

Yeni başlayanlar için AVM'de sosyal medya kullanımı



74 Gül Gürer Alimgil
Moris Alhale
SMG Kurucu Ortakları

SMG'nin AVM'lerde reklam yayımı projesi hızla büyüyor



80 Özlem Veryeri
Hugent İş Geliştirme
Direktörü

İlginc şirket yasakları çalışan performansını düşürüyor



85 Gülnur Ünal
Spiritiuel Gelişim Danışmanı

Çocuğunuza "Aferin" sözünü
esirgemeyin



90 Filiz Özkol
Astrolog

Aralık ayı iş dünyası burç yorumları



92 Sosyal Medya Verileri

MERHABA

MALL&MOTTO

AVM VE PERAKENDE SEKTÖRÜNÜN HABERCİSİ

Genel Yayın Yönetmeni
Yazı İşleri Müdürü
Yasemin Şefik

Genel Koordinatör
C.Serhat Türkkan

Görsel Yönetmen
Banış Karaoğlu

Editor
Özgür Dere
Sinem Ozkardeşler

Reklam Müdürü
Emine Türkkan

Baskı
Yazı Tura

Yönetim Merkezi
Mimar Sinan Mah.
Zümrüt Sokak No:24
Kemerburgaz - IST.

Yayın Türü
Yayın Süreli Yayın
Aylık Yayınları

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

Telefon
+90 212 351 54 48
+90 530 218 49 43

Mail
info@mallandmotto.com
info@fsreklam.com.tr

Facebook / Twitter
[/mallandmotto](https://www.facebook.com/mallandmotto)



Tüm yayın hakları "FS Reklam Tanıtım Organizasyon ve Hizmetleri Limited Şirketi"ne aittir olup lisans edilmemek.
Reklamın sorumluluğu, reklam verenin yazılanın sorumluluğu da
yazılıyazana aittir.
FS Reklam Ltd. Şti'nin Özeltisi Yayınladır.



Yasemin ŞEFİK

Genel Yayın Yönetmeni ve Yazı İşleri Müdürü

2014 yılının son sayısından herkese merhaba,

Bütün bir yılı geride bırakmaya çok az kaldı. Ve yine her zaman ki gibi tüm yıl boyunca başımızdan geçen bir çok olayı düşününce hem sektörrel olarak hem de özel hayatlarımıza için umutlu bir yeni yıl dilerim.

Alışveriş merkezleri yeni yıl kutlamalarma en iyi hazırlanan alanlar. Sokak süslemeleri, etkinlikler de yine kesenin ağzını açan AVM'ler birbirleriyle yanışken vatandaş için alternatif etkinlikler de bir numara oldular.

Vallahı içim açılıyor...

Kış mevsiminin renksiz günlerine en azından mekânsal renkler katmak algayı her şekilde etkiliyor. Özellikle sosyal medyanın bu kadar çok önemli olduğu pazarla stratejilerini düşünecek olursak, her zaman olduğu gibi sosyal medyada yer bulmayı başaran yerler kazançlı oldu.

Facebook, twitter, instagram üzerinde paylaşılan her şey aslında AVM'lerin de dikkat etmesi gereken bir konu. Güzel bir süsleme, ışıklarla yetinmek tamamen yanlış. Avm'ye gelenlerin bu mekânsal hareketi kendisiyle beraber ya da farklı baktıslarla sosyal medyada paylaşmalarını sağlamak trend.

Düğünler, doğum günleri, özel günler için sosyal medya ağırlıklı düşünülen her türlü tasarım hareketleri mevcut. Bu demektir ki herkes yaptığınum görünmesini istiyor. Ailesiyle yemeğe çıkan, bir yerde buluşan çiftlerden tutun da zamanını geçirdiği mekanı göstermek isteyen herkesin bir nevi hedefi bu.

Gidilen yer bir takım akıllı telefon uygulamalarıyla Check-in denilen yöntemle belirtiliyor. "Yemek keyfi, tatil keyfi, alışveriş keyfi" gibi cümlelerle de anlatıyor. Bu da demektir ki sosyal medyayı es geçmemek gerekiyor.

Sosyal Medya ve AVM'lerin yanı sıra; yaklaşık yıldır Mall&Motto dergimiz sizlere ulaşıyor. Bu senenin en hareketli ve beklenen 14. Perakende günleri de Lütfi Kırdar'da gerçekleşti. Ekip olarak bizde oradaydık. Farkındalık Stüdyosu Yöneticisi Serhat Türkkan sektörün en önemli bu organizasyonu için harika bir arena olduğunu bana anlattığında her sene daha da büyüyen bir etkinlik olacağını düşünmemiştüm açıkçası. Söyleşiler de özellikle bu kadar çok Avm olmasının güzel ayrıntıları ve neler yapılması gerektiğini de kaçırınlar üzülmemesin. Bu sayımızda Perakende Günlerinden detaylar ile de karşınızdayız.

Şimdiden 2015 yılının uğuru gelmesi dileğiyle,

ANTARES'TE

MODA RÜZGARI



antares
ALIŞVERİŞ ve YAŞAM YILDIZI

13 Aralık
C.tesi / 19:00



KONSER
...
**Sinan
AKÇİL**

DEFİLE
...
Ece GÜRSEL
Elif Ece UZUN
Fatoş KABASAKAL
Simge TERTEMİZ
Tuğba ALTINTOP
Yeliz ÖNEY

O OSKAR
BISTRO & CAFE

AliGür
Cafe

TEKİN ACAR COSMETICS.

Etkinliğimiz Alt Katta
gerçekleştirilecektir.

FS
FARKINDALIK
STUDYOSU

H&M ebebek TEKİN ACAR
COSMETICS. **mavi** HOTİC özSÜT MADAME COCO MADAME MOSS Suven details EVODA atasun

real cinemaqum ROLLINGBALL MediaMarkt BELLONA TEKNOBA LC Waikiki MONKEY'S CLUB JR. OA DeFacto

HAZIR GİYİM ADL. İŞİH. AKD. ALTMİLYÜZ CLASSİCS. ANNA. BATİK. İNSİG. BY KMC. CMA. CENTONE. CHIMA. CARSİ. ÇİFT GEYİK. KARACA. D'S. QAHAT. DIOL. HARM. HATEMOĞLU. HETİC. JOURNEY. KARTON. KÜKL. KOTON. MODA İLGİ. NETWORK-KAFİRA. PARANTEZ. PIERRE CARDIN. RAMSEY. RAVELLI. SABRİ. SÖZLİ. SETİMS. SOVAN. TİZON. US POLO CLUB. US POLO SPORT. ADIDAS. BEŞİKTAŞ KARTAL. YUNİS. CEDRENTRY. COLINS. DE FACTO. FENİX. GALATASARAY STORE. HUMMEL. INTERSPORT. LOW WAIKO. LUVIS. LOFT. LTD. MAVI JEANS. NICE. PUPA. **AYAKKABIŞIÇANTAR**. BAMBİ. BETA. CALIFORNIA POLO CLUB. CEYD. CEDİMMİMAR. DERİMOD. FLO. GREYDER. İNÖ. KOMAL DANCİ. POLARS. ROTA. DİDİTER. TİRGAN. OİRL. TİGO. VERON. İÇ GİYİM. DAGI. GIRLSSTAR. PENTİ. **COCUK GİYİM**. BİTTİ. EBEbek. KANZ. PHANQ. DISNEY. AKŞEMSA. ARE. ACCESORZE. ALTRIBAS. ARIS. ASSOS. ASSOS-İHAMZA YILMAZ KUYUMCULUK. ATASAK. İATASUN. OPTİK. BATI OPTİK. CASIO. CEPVAP. COCOMETTE. DETAILS. ELİF OPTİK. ESHARİF. HNB ÇANTABİRSÜSLÜ. HNB EXCLUSIVE. TRENDANCE ACCESSORIES. KIZ OPTİK VE SAAT. MADAME COCO. MADAME MOSS. SUNEN. SWATCH. SAATH-SAAT. TAU MAHAL AKSESÜLLER. **GİZLİLİK-BANDİNE**. ALİ GÖL. BAYRAM GAL. FLORMAR. ROSSHAN. WATSONS. YVES ROCHER. TEKİN ACAR COSMETICS. **YİNECEKANDEĞERİ**. ADYAHANAM. CG. KİFTECİSİ. AKÇABAŞ KOFTE. BEYNİYAZARI YÖRESEL. ORİNDER. BURGER KING. CAFE SATIR. DAİDAR. DİNERLAT. EGE LOKMAOASI. ERETYES. BOREK & PASTANEON. ETİK MANGAL. FERMANLU PİRE. PETRAH USTA. FREZZA. GAZANTEPE GÜL KEBAPÇISI. GEMlik. ZEYTİN EVLERİ. HACİ SERİF. HARBİ. HATIR KAHVESİ. KAİHE DURKAM. KİFTEDİ HAMİDİ. KURKA MANGAL. KURKA. LAHMACUN KING. MABİ. MC DONALDS. MC DONALDS. MEŞHUR EDİRNE GİDİL. MİSR KOCAM. OSKAR. OTANTİK KÜMPİR. ÖZLER. DÖNÜL. ÖZÜT. POPYES. S.O.S.. SAYREK. SEBİD. KAYSERİ MUTFAĞI. SİMDİ SARAH. STARBUCKS. TANTUNI KING. TEVAS CAFE. TRAHOUSE. ÜNAL KÜRYEYİNS. WİLLTECM. ZERZÜLU PASTA. **EVAKİLEKTRONİK**. ARTELİK. HOT POINT. BOSCH. PHILIPS. LG. MIX. PROFİLO. SAMSUNG DIGITAL. SAMSUNG MOBILE SHOP. SIEMENS. TİMONSA. TİNET. VESTEL. BERNARDO. EŞSE. EVODA. FAVOR. KORKMAZ. KRC. DAY'S IN COLOURS. ENGLISH HOME. MY HOUSE. ÖZDELIK. 1588 LÜKÜ MERKEZİ. YATAŞ. AVEA. HISAR. TÜRKİYE. VODAFONE. MEDIA MARKT. **NOBİ&GLÜNDÖ**. DÄR. TÖYZİ SHOP. ANTARES SANAT MERKEZİ. CINEMAXIMUM. 90 SINEMA. SIMOLASİON MERKEZİ. ROLLING BALL. MONKEY'S CLUB. AHŞAP BALO VE NİKAH SALONU. LASER CLUB. SEVİMLİ ARABALAR. ETE POLİGON. GOD KART CENTER. HAZE HEDİYELİK EŞYA. STAR PANTİBALL. ESCAPE PS3 CAFE. KIRMIZI ŞATO KUM DOYAMA. WATERBALL. PONY ATLAS İMPERİUM MARKET. REAL. HİZMETİ. EBOCE PETSHOP. BİSKİLET SARAYI. TOBACAO SHOP. DRY CENTER. GNC. HOŞ LÜKHAN. İSGK MEDICAL. DİREM EĞZANESİ. İHAMAM OTU YIKAMA. JOLLY TUR. LOSTRA. PTT. TTİZ. TERZİ ARBANK. KEDİEK. TAXİ OFİSİ. SMART

TÜRKİYE AVRUPA İLE OLAN YARIŞINDA HIZ KESMEDEN YOLUNA DEVAM EDİYOR



Türkiye Avrupa ile kıyaslandığında AVM sektöründe hala gidilecek uzun bir yol olduğunu vurgulayan Belgü, "Sektörümüz durmuyor, ilerliyor. Ülkemizdeki AVM sayısının 2016 yılında 400'ü bulacağını öngörüyoruz" dedi.

Türkiye genelinde 11 Forum Alışveriş Merkezi'nin yanı sıra bu yıl içinde şirket bünyesine katılan Gordion, Erzurum AVM ve Magnesia alışveriş merkezleriyle birlikte 14'ü aktif, 3'ü geliştirme aşamasındaki projeye Türkiye'nin en büyük perakende platformu olan Multi Turkey, Perakende Günleri'ne katıldı.

Türkiye'nin en önemli perakende buluşmalarından biri olan Perakende Günleri'ne ana sponsor olarak destek veren Multi Turkey'nin Yönetim Kurulu Üyesi ve AYD (Alışveriş Merkezleri ve Yatırımcıları Derneği) Başkanı Hulusi Belgü, "Daha kaç AVM'ye yer var?" başlıklı konuşmasında, AVM sektöründeki doğru ve yanlış yatırımların sektörün geleceğini nasıl etkilediğini değerlendirdi.

Türkiye genelinde 337 alışveriş merkezi bulunduğu, buna 2014-2015 yıllarını kapsayan dönem için planlanmış ya

Perakende Günleri'ne ana sponsor olarak destek veren Multi Turkey'nin Yönetim Kurulu Üyesi Hulusi Belgü, "Daha kaç AVM'ye yer var?" başlıklı konuşmasında, Türkiye genelinde 337 alışveriş merkezi bulunduğu, buna 2014-2015 yıllarını kapsayan dönem için planlanmış ya da inşaat aşamasında 95 projenin daha ekleneceğini söyledi.

da inşaat aşamasında 95 projenin daha ekleneceğini belirten Belgü, alışveriş merkezi yatırımlarının sürdüğünü kaydetti. Belgü, "Ülkemizdeki AVM sayısının 2016 yılında 400'ü bulacağımı öngöryorum. Bugün Avrupa'da her 100 kişiye 250-270 metrekare arası AVM düşüyor. Türkiye'de ise bu oran 130 metrekare civarında, yani Avrupa'nın yarısı kadar. Dolayısıyla daha gidilecek uzun bir yol olduğunu söyleyebiliriz" diye konuştu.

Belgü: "Sektör verilerinin bilgiye dönüşmesi ve doğru okunması gelecek için önemli..."

Doğru yatırım için sektör verilerinin bilgiye dönüşmesi ve doğru okunmasını her zamanından daha önemli ve öncelikli olduğunu vurgulayan Belgü, sözlerine şöyle devam etti: "Ekonomide oluşan istikrara paralel olارak yatırımcı güveni de artıyor ve sektörümüz yeni yatırım çekiyor. Gelir seviyesinin de artmasıyla birlikte yatırımcı artık hem İstanbul'da hem de başka şehirlerde yatırım yapmaya yönelik. Sonuçta AVM'ler yatırım potansiyeli olan bölgelerde açılıyor ve sonrasında bulunduğu bölgeye değer katıyor."

Doğru bir AVM yatırımlının 'olmazsa olmaz' 3 şartı bulunduğuna dikkati çeken Multi Turkey Yönetim Kurulu Üyesi Belgü, bunları 'proje, mağaza karışımı ve iyi bir yönetim' şeklinde sıraladı. Belgü, alışveriş merkezinin sunduğu güven unsurunun da önemli olduğunu söyledi.

Belgü, birbirini tekrar eden alışveriş merkezleri yerine sektörde yeni konseptler kazandıran yatırımlar gerektiğini vurguladı.

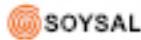
"Tarih hayal kuranları yazar..."

Belgü'nün konuşmasından önce gösterilen "Tarih hayal kuranları yazar" başlıklı film, Perakende Günleri katılımcılarını büyük beğenisini topladı. Hulusi Belgü, "Bundan çeyrek asır önce ülkemizde alışveriş merkezi diye bir yapı, bir sektör yoktu. Sonra birileri çıktı, önce hayal ettiler, sonra hayal ettilerini gerçekleştirmek için çalışılar ve başardılar. Bugün milyarlarca lira ciro yapan, milyarlarca dolarlık yatırım değerine ulaşan, on binlerce kişiye istihdam ve ekmek kapısı sağlayan bir sektörün ilk harçma koydular ve sonra gerisi geldi. Bugün alışveriş merkezi sektörü, Türkiye'nin dördüncü en büyük sektörünü oluşturuyorsa eğer, ülkemizde ilk alışveriş merkezini hayatı geçirenlerin hayal gücü sayesindedir" diye konuştu.



26-27 KASIM NOVEMBER
İSTANBUL, LÜTFİ KIRDAR

**PERAKENDE
GÜNLERİ 14
RETAIL DAYS**





Hulusi Belgü
Multi Turkey Yönetim
Kurulu Üyesi

SEKTÖRÜN KALBİ İKİ GÜN BOYUNCA PERAKENDE GÜNLERİ'NDE ATTı



**PERAKENDE
GÜNLERİ**

Türkiye'nin en önemli perakende buluşması Perakende Günleri 14 ilgi çekici konu ve konuklarıyla, 14. yılında da sektörün nabzını tuttu. Cem Boyner, üç yıldır titizlikle hazırlanan, inovasyonda rehber olacak yeni projeyi Perakende Günleri'nde açıkladı.

Soyal tarafından bu yıl 14.'sü düzenlenen Perakende Günleri, dünyada ve Türkiye'de fikirleri, iş yapış biçimleri ve başanlarıyla sektörde fark yaratın isimleri ağırladı. Lütfi Kardar Kongre ve Sergi Sarayı'nda düzenlenen ikinci gün oturumlarında; 'Çiplak Ayaklar Koleji'nin kurucusu Sanjit Bunker Roy, Konda Genel Müdürü Bekir Ağırda ve Boyner Grup CEO'su ve Yönetim Kurulu Başkanı Cem Boyner konuşmalıyla yer aldı.

Babaanneliğten 'Güneş Enerjisi Mühendisliği'ne...

Geleneksel bilgiler ve birikimin ana akım düşüncesinin bir parçası olması gerekliliğinden yola çıkarak 'Çiplak Ayaklar Koleji'ni kuran Sanjit Bunker Roy yaptığı konuşmada, okulum kuruluş hikayesini ve farklılarını anlattı.

Bu okulum yoksullar için, yoksullar tarafından yapıldığını ve yine onlar tarafından yönetildiğini belirten Sanjit; "225 gece okulumda 700 çocuğum eğitim alındı Çiplak Ayaklar Koleji'ne diploması veya masteri olan kimseyi almadık. Bu okulda 3 yılda bir başbakan seçiliyor ve şu anki başbakan 12 yaşında. Başbakanın bakanları var ve oldukça güçlü bir kadın. Kızlar kendi başbakanlarını seçmek istiyor, erkekler de muhalefet oluyor fakat başbakan olamıyorlar" ifadesinde bulundu.

21. yüzyıl cahillerinin öğrenemeyenler, öğrenciklerini umutamayanlar ve yeniden öğrenemeyenler olduğunu söyleyen Sanjit, neden kadınlar ve neden babaanneler sorusunu cevabı olarak "Kadınlarla erkekler eşit değil, kadınlar daha önde. Erkekler sabırsızlar ve mutlaka bir sertifika istiyorlar. Sonrasında da köyden çıkış iş bulmayı amaçlıyorlar. Bu yüzden erkekleri eğitmek zor oluyor. Biz de sadece kadınları eğitiyoruz. Bugüne kadar yüzlerce kadın eğitti, oular da öğretiklerimizi köylerine götürüp orada kullanıyorlar" dedi.



"Çözümü dışarıda değil sizinizde arayın," ilkesiyle çalışan ve Time Dergisi'nin "Dünya'nın En Etkili 100 İsmi" listesinde yer alan Sanjit; örnek olarak paylaştığı güneş enerjisi projesinden bahsetti. Sanjit; "Güneş enerjisi panelini Afrika'nın çeşitli yerlerine getirmek için dünyamın birçok yerinden babaanneler seçti. Babaannelerimiz okur yazar olmayan 30 - 50 yaş arası ve 6 ay boyunca eğitim alabilecek kadınlardır. Bu babaannelerin bazıları uçağa binmeye bile korkuyorlardı. Babaannelerimiz 6 ay sonra köylerine döndüklerinde kaplan gibiydiler. 6 Ay sonra dönen kadınlar köylerine güneş enerjisi getirdiler ve bu onları değiştirdi. Çiplak Ayaklar Koleji bugün Afrika ve Pasifik ülkelerinde de karşımıza çıkıyor. Toplamda 64 ülkeye giden babaannenin hiçbirini başarısız etmedi. Babaannelerin hepsi güneş enerjisi mühendisi olmayı başardı. 5 yıllık üniversitede gitmiş mühendislerden farklı yok. Teoriyi bilmeseler de biz babaannelerle güneş enerjisini köylere ulaşturduk" şeklinde konuştu.

Türkiye için değil dünya için de ilk ve benzersiz bir uygulama: "HOPI"

Boyner Grup CEO'su ve Yönetim Kurulu Başkanı Cem Boyner, yüksek teknoloji yatırımıyla hayatı geçecek olan "alışverişin yeni icadı" HOPI'yi Perakende Günleri'nde sektör temsilcilerine anlattı. Cem Boyner, HOPI'nin sadece Türkiye için değil dünya için de ilk ve benzersiz bir uygulama olacağını söyledi. Firmaların sadakat kart programlarını tek çatı altında toplayan ve telefonu entegre eden akıllı telefon uygulaması HOPI, yapılan alışveriş alışkanlıklarına ve tercihlere göre kişiye özel teklifler sunacak, fırsatlar ve harcadıkça indirim kazandıracak. Telefonu ücretsiz olarak yüklenen HOPI, Mart 2015'te kullanılma sunulacak.

Cem Boyner, "ilk yıl 80 firma ile işbirliği yapılacak HOPI'nin her firma için açık olacağını" söyledi. 60 yıllık deneyime sahip Boyner'in 15 milyon 74 bin 376 sadakat kart müsterisi bulunduğu belirtti Cem Boyner,

Bunker Roy

Çıplak Ayaklar Koleji'nin kurucusu



"Müşterilerimize SMS ile ulaşmayacağız. Kullanıcı, telefonundaki uygulamayı açarak kendisine sunulan fırsatları, aradıkları için sunulan tekniklerin tümüne aynı platformdan görebilecek" dedi. Boyner, "Kelebek gibi tutmak lazımlı müşteriyi. Onun yaşamını güzelleştirmek için, daha mutlu etmek için varız. Bu bizim üç yıllık rüyamız" diye konuştu.

Konda Genel Müdürü Bekir Ağurdur, konuşmasıyla perakendecilerin tüketicileri daha iyi anlamasını sağlayacak bir toplumsal resim çizdi. Son 30 yılda 27 milyon kişiyi topraklarından göç etmesiyle bu kişilerin bütün yaşayış ve davranış kavramlarının değiştigini belirtten Ağurdur; "Sizler yeni marka ve mağaza planlarken bunu dikkate almalısınız. Her 100 kişiden 22'si yeni bir hayat ve iş için göç ediyor. Artık kuraklık ve yaşayıştan dolayı zorlu göçler başlayacak. 4 milyon kişi Konya ovasında yaşıyor bunun 3 milyonu göç edecek. Bir diğer mesele de dünyadaki metropolleşme... Metropol ve kent birbirinden farklılık gösteriyor. Uşak'ta yaşayanlarla İstanbul'da

yaşayanların alışveriş, davranış kalıpları ve suç istatistikleri bile birbirinden farklı. Önümüzdeki dönemde ise toplam nüfusun yüzde 65'i metropole yapılacak" ifadesinde bulundu.

Y kuşağına da değinen Ağurdur, "Türkiye'de 19 milyon genç var ve 2 milyon Y kuşağı. Buna göre şirket akışını kurgulayamazsınız. Aile hala Türkiye toplumu için en önemli özne ve bir aile için önemli olan çocuğunun eğitimli ve başarılı olması. Dolayısı ile marka ve reklam kampanyaları aile kavramı üzerinden yapılmalıdır" açıklamasında bulundu.

Tüketicilerin A ve B grubu olarak sonut demografisine bakılarak aynıldığımda markaların çok şey kaçırdığının altını çizen Ağurdur; "Türkiye toplumu ağırlıklı birey temelli değil aile temelliidir. Toptancı zihniyetli çözümlerle sonuca ulaşmak mümkün değil. Toplumun farklı kesimlerine göre ürün yaratmak ve bu farklılıklarını bilmek mayımlara basmayı engeller" dedi.



PERAKENDENİN GÜNEŞİ 14'UNCÜ KEZ PARLADI



Perakende sektörünün en prestijli ödülü olarak kabul edilen ve 14 yıldır sektörde ses getiren "Perakende Güneşi Ödülleri" sahiplerini buldu. Perakende Güneşi Ödülleri'nde Yaşam Boyu Başarı Ödülü'ne 'Hamzagil A.Ş. Kurucu Başkanı Aykut Hamzagil' layık görüldü.



Her yıl başarılı ve özgün çalışmalarıyla sektörün gelişimine katkıda bulunan kişi ve kurumlarının ödüllendirildiği sektörün en prestijli ödülleri olan "Perakende Güneşi Ödülleri" 27 Kasım 2014 Perşembe günü Lütfi Kirdar Kongre ve Sergi Sarayı'nda gerçekleşen törende sahiplerini buldu.

"Gratis Özel Ödülü", "Perakendeye Katkı Ödülü", "En Başarlı Profesyonel Yönetici Ödülü", "Genç Liderler Ödülü", "En Başarlı Sosyal Medya Kullanım Ödülü" ve "En Başarılı İnsan Kaynakları Uygulaması Ödülü" Yaşam Boyu Başarı Ödülü kategorilerinin ödüllendirildiği tören, perakende sektörü ve iş dünyasının önde gelen isimlerinin katılımıyla gerçekleşti.

Perakende sektörüne yönelik etkinlikleri ile fark yaratın, katma değer sağlayan ve sektörü aynı çatı altında toplayan Soysal tarafından düzenlenen Perakende Günleri "Perakende Güneşi Ödülleri" ile sona erdi.

Her yıl olduğu gibi sektörden gelen yoğun katılım sonrasında aynı zamanda titiz bir süreçle belirlenen ödüller 7 ayrı kategoride verildi.

Perakende Güneşi Ödülleri'nin en önemli ödüllerinden biri olarak kabul edilen ve sektörde yıllarca hizmet eden başarılı isimlere verilen Yaşam Boyu Başarı Ödülü'ne ise bu yıl Hamzagil A.Ş. Kurucu Başkanı Aykut Hamzagil layık görüldü.

Perakende Güneşi Ödülleri için aday önerisi AYD, BMD, GPD, KMD, MOSDER, MTD, TMD ve TURYİD gibi sektör dernekleri tarafından belirleniyor. Sektörün önde gelen isimlerinden oluşan juri üyeleri adaylar üzerinden değerlendirme yaparak, Perakende Güneşi Ödülü almaya hak kazanan isimleri belirliyor.

Perakende sektörünün en prestijli ödülü olarak kabul edilen "Perakende Güneşi Ödülleri"nin jürisi de sektörün en özel

isimlerinden oluşuyor. Jüride; MOSDER Temsilcisi, INDESIGN Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Güleç, Gratis Yönetim Kurulu Üyesi ve Genel Müdür Bahadır Özbeck, TMD Temsilcisi, Brooks Brothers Genel Müdürü Füsun Kur'an, KMD Temsilcisi, Tepe Home Yönetim Kurulu Başkanı İlhan İl, BMD Temsilcisi, Vakkı CEO'su Jaklin Güner, Next Academy Başkanı Levent Erden, GPD Temsilcisi, Özay Hukuk Bürosu Kurucusu Merter Özay, Finansbank Odeme Sistemleri Direktörü Murat Koraş, AYD Temsilcisi, ECE Türkiye Genel Müdür Yardımcısı Nuri Şapkacı, GAT Group Ortağı ve Yönetim Kurulu Üyesi Nuşin Oral, Multi Turkey Kiralama Direktörü Özge Ülkü, TURYİD Temsilcisi, İstanbul Doors Yönetim Kurulu Üyesi Rıza Büyükuğur, Boyner Holding Başkan Yardımcısı Serdar Sunay, MTD Temsilcisi, Moda Tasarımcısı Simay Bülbül, BÜYEM (Boğaziçi Univ. Yaşam Boyu Eğitim Merkezi) Müdürü Yrd. Doç. Dr. Tamer Atabatur



İKONİK PERAKENDECİ MARK WERTS PERAKENDE GÜNLERİ'NİN KONUĞU OLDU

Perakende Günleri 14'te konuşan American Rag Cie, Industrie Denim, Kurucu ve CEO'su Mark Werts yaşam tarzı perakendeciliğini anlattı.

American Rag Cie, Industrie Denim Kurucusu ve CEO'su Mark Werts, "Neden olsa ikonik perakendeci diyorlar?" "Lifestyle perakendesinin simülansı nasıl tamamılıyor?", "Perakendede 'basitlik' ilkesi nasıl uygulanır?", "Mağazamızın dış görünümü ne kadar surede bir değiştirilmeli?", "Mağazada satacağı ürünlerin seçerken bir numaralı kriteri ne?" ve "Hangi fiyat grubuna hangi oranda yer verilmeli?" gibi soruların cevaplarını katılımcılarla paylaştı.

Yaşam tarzı perakendeciliği yaptıklarının altını çizen Werts; "Yaşam tarzı perakendeciliği, müşteri beklenileri doğrultusunda ortaya çıkan bir yöntem. Müşterimizin talepleri ne olursa olsun bunları düşünüp satıyoruz. Orneğin kadın müşterilerimiz, bir kot pantolon denediklerinde her açıdan üstlerinde nasıl durdurduğunu merak ediyorlar. Biz de pantolonum arkadan duruşumu rahat görebilmeleri için kabinlere kamera yerleştirdik. Böylece hem müşterilerimizin beklenilerini karşıladı hem de medya dahil büyük bir kitlenin ilgisini çektiğim" dedi.

Mark Werts, bütçenin doğru kullanılması ve çalışan mutluluğunun sağlanmasının perakendenin ABC'si olduğuna değindi. Werts, akıllı telefonların perakende sektörünü daha eğlenceli hale getirdiğini belirterek Japoniya'da yaklaşık 20 milyon dolarlık cirolarının online üzerinden geldiğini, ABD'de en hızlı büyütünen mağazalarının online mağazaları olduğunu söyledi.

Bir marka için her olasılığın en iyi şekilde değerlendirilmesi gerektiğini vurgulayan Werts; "Orneğin, biz mağazalarımızda müşterilerimize sıradan poşetler yerine özel tasarıtlarıımız çantalar hediyeye ediyoruz. Hindistan'da bulduğumuz egzotik kadınlar, meyveler ve çiçeklerden oluşan eski bir baskıyı kullandık. Böyle bir çanta kimse de yok. Böylece insanın sahip olmakta mutlu olacağı bir objeyle, markamızı tüketicilerimize sevdirmiyoruz." dedi.

"Biz rahat olmayan modaya karşıyız!"

Defacto, Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı ve Perakende Grup Başkanı İhsan Ateş, 2004 yılında çikılan marka yolculuğunda, hazır giyim sektörünün güçlü iki numarası haline nasıl geldiklerini, şirket kültürü olarak belirledikleri "ekonomik yaşamak"



Mark Werts
American Rag Cie,
Industrie Denim
Kurucu ve CEO'su

ve "basit süreçler" felsefelerini ve çok konuşulan "aykırı" reklamlarını anlattı. Toplumun yüzde 70'inin görünmez olmak istedigine dikkat çeken Ateş, "Biz 10 yıldır tek bir şey söyleyiyoruz 'rahatlık'. DeFacto olarak insanların hem güzel görünmesine hem rahat etmesine; kadınlara güzellik uğrına acı çekmemesini istiyoruz. Ürünler rahat olsun fiyat da cüzdanı rahatlatsın. Hem ürün hem de ekonomik olarak rahat olmayan modaya karşıyız" dedi.

Ateş, "Önümüzdeki yıl 10 yeni ülkeye yatırım yapacağız. Bu yıl 65 yeni mağaza açtık, 2015'te 83 mağaza açma hedefindeyiz. 2024 yılına geldiğimizde 5 kıtada toplamda binin üzerinde offline ve online mağaza açmayı hedefliyoruz" diyerek sözlerine son verdi.

Teknoloji perakendeciliği ile ilgili "Nereye Gidiyoruz?" başlıklı bir konuşuma yapan TeknoSA Genel Müdürü Necil Oyman konuşmasında, perakende sektörünün

geleceği için dijital ve fiziki kanalların hep içinde entegre hizmet imkanı sağlayan iş modeliyle tüketiciye kesintisiz, tutarlı, entegre ve kişiselleştirilmiş bir deneyim sunmanın, yanı "Tek Deneyim" yaşamın önemini vurguladı.

Oyman, "Tüketiciler artık hayatlarında ihtiyaç duydukları her şeye, hem fiziki hem de online tüm meclalardan ulaşabilmek istiyor. Kesintisiz, tutarlı, entegre ve kişiselleştirilmiş bir deneyim bekliyorlar. Öte yandan, birbirlarıyla konuşan cihazlar da yeni bir dönemin kapılarını aralıyor. Tüm bınlarla birlikte, tüketicilerle kurulan birebir iletişim yani sıcak temas ve yakın ilişki hiçbir zaman önemini kaybetmiyor. İnsanlar akıllara ve kalplere birlikte seslenen markaları tercih ediyorlar" dedi.

Bir psikiyatrist ve bir perakendeci aynı sahnede

Bir psikiyatrist profesörü ve bir perakendeciyi aynı sahnede buluşturan 'Doktor bize bir çare!' oturumunda, sektörün deneyimi ismi Ahmet Yanakoğlu sordu, psikiyatrist Prof. Dr. Kerem Doksat yanıtladı. İlkimin oturumunda; perakende sektörünün omzundaki yük ve stres konuşulurken, şizofor kişilik bozukluğundan patronların ruh hallerine kadar bilimsel ama pratigi yönelik ciddi konular eğlenceli bir şekilde ele alındı.

Yöneticilerin çalışlarını tek tek tanımamasının önemine değinen Doksat, iş dünyasında her kişiliğe uygun işler bulunuğunu, önemli olanın doğru insan doğru konuma yerleştirilmek olduğunu vurguladı. Doksat; "İş görüşmesinde güvensizce elimizi sıkıştı, doğru konuma yerleştirildiğimizde yarın en iyi çalışmanız olabilir" dedi.

Yanakoğlu'nun çalışlarını yaka kartı takmak istemediğini söylemesi üzerine, insanlar için mahremiyetlerini korumanın önemine değinen Doksat; "10 çalışandan dördü yaka kartı takmak istemiyor ya da kartlarını çeviriyor, çünkü kişi böylece anonimleşiyor" dedi.

Bir mesaj dünyasında yaşadığımıza dikkat çeken Doksat, her 100 kişiden 30'unda sosyal statü takıntısı olduğunu söyleyerek, iş dünyasında erkeklerin saat, kadınların ise ruj ve oyeyi bir sosyal statü sembolü olarak gördüklerini belirtti.

METRO PROPERTIES, PERAKENDE GÜNLERİ'NDE ÇÖZÜM ORTAKLARINI BİR KOKTEYL'DE BULUŞTURDU



İş ortaklarını tek kaynaktan, uzman kadrosuya hizmet veren ve değer katan METRO PROPERTIES, dünyamızın en büyük ve en önemli uluslararası ticari portföylerinden birine sahip. METRO PROPERTIES, yıllar içinde oluşturduğu know-how'dan birlikte çalıştığı firmalarla da yararlanırmak için atağa geçti. METRO PROPERTIES, dünyamızın en büyük ve en önemli uluslararası ticari portföylerinden birine sahip olup; 31 ülkede, 250 bin çalışanı ve 2.200'ü aşan mağaza sayısıyla hizmet veriyor.

Ayrıca sahip olduğu ve yönetimini yaptığı alışveriş merkezlerinde gerçekleştirdiği yönetim ve kiralama faaliyetlerini, uluslararası deneyimi ve know-how'u ile METRO GROUP dışındaki diğer gayrimenkul geliştirici ve yatırımcılara da sunuyor.

Genç nüfusa sahip dinamik ekonomisiyle Türkiye'nin kendileri için son derece önemli bir pazar olduğunu vurgulayan Metro Properties CEO'su Jean - Cristophe Bretxa şu değerlendirmeyi yaptı: "Türkiye uzun yıllardır gayrimenkul alanında en önemli odak ülkelerimiz arasında yer almaktadır. Dinamik yapısı, büyümeye potansiyeli, ulusal ve uluslararası alanda geniş yatırımcı yelpazesi ile, Türk gayrimenkul pazarı, METRO PROPERTIES için fevkalade büyük bir potansiyel taşımaktadır. 24 yıldır hizmet vermekte olduğumuz Türkiye pazarında olmaktan son derece mutluyuz. Perakende Günleri'ndeki katılım ve fiyatlardaki dinamizm bizim için yeni potansiyelleri işaret ediyor. Mevcut dokuz projemize ek olarak altı yeni projeyi daha yürütüyor olmaktan gurur duyuyoruz. İstanbul'un yanı sıra, ikinci şehirlerde de alışveriş merkezleri alanında muazzam bir dinamizm ve ciddi büyümeye talepleri var. Biz de bu gelişimlere yıllar içinde edindiğimiz know-how'uyla

Perakende Günleri çerçevesinde düzenlenen bu organizasyon için Almanya'dan gelen METRO PROPERTIES CEO'su Jean - Cristophe Bretxa ve METRO PROPERTIES CFO'su Osman Koçak evsahipliğinde gerçekleşen ve sektörü buluşturan Kokteyl'e ilgi büyük oldu.

destek oluyoruz. AVM kurma, yönetme, kiralama gibi alanlardaki uzmanlığımızla bu alana yeni standartlar getirdik. Kalitemizden taviz vermeden, istikrarlı bir büyümeyi içeren stratejimizi değiştirmeden yatırımcılar ile iş ortaklarımıza hizmet vermeye devam edeceğiz."



Osman Koçak
Metro Properties CEO'su



Jean - Cristophe Bretxa
Metro Properties CEO'su



Metro Properties ailesi

SİMİT SARAYI PERAKENDE GÜNLERİ'NE LEZZET KATTI

Geçtiğimiz günlerde New York mağazasını açarak simidi ve geleneksel Türk lezzetlerini okyanus ötesine taşıyan, yurt içi ve yurt dışında 14 ülkede 300'ü aşkın mağazada her gün 8.600 çalışam ile 650 bin kişiyi ağrılanan Simit Sarayı, sektörün en önemli buluşması olan 14. Perakende Günleri'nde lezzetli ikramlarıyla perakendecilerin buluşma noktası oldu.

Bu yıl 26-27 Kasım tarihlerinde Lütfi Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı'nda düzenlenen 14. Perakende Günleri'nde Rumeli Salomu 103 numarada yer alan Simit Sarayı standı ve Vip 2 giriş kapısındaki Simit Sarayı karavanı simit, börek, kurabiye, sandviç, pasta ve dondurma çeşitleri, sıcak ve soğuk içecekler ve Simit Sarayı'nın özel lezzeti Simit Burger ikramları ile iki gün boyunca katılımcılardan yoğun ilgi gördü.

Perakende Günleri'nin sektörün her yıl heyecanla beklediği bir etkinlik olduğunu belirten Simit Sarayı İcra Kurulu Başkanı Abdullah Kavukcu, "Perakende Günleri, her yıl gerçekleştirilen sunum ve paylaşımından bizlere yeni trendleri yakından izleme, aynı zamanda da sektörüm nabzımı

tutma imkanı sunuyor. Bu yıl da iki gün boyunca dünyada ve Türkiye'de perakende dünyasına yön veren isimlerle buluşarak karşılıklı deneyimlerimi paylaşma fırsatı bulacağımıza inanıyorum" dedi.

Dünya markası olma vizyonuyla yurt dışı açılışlarına tüm hızıyla devam ettiğini belirten Abdullah Kavukcu, New York'un ardından Londra'da Oxford Street'te ilk Simit Sarayı mağazasını açarak İngiltere gıda pazarına da girecekleri müjdesini verirken, "Öncelikli hedefimiz Simit Sarayı'nu global bir marka yapabilmek. Şu anda 14 ülkeyeyiz. 2015'te kesinleşen sözleşmelerle göre 17 ülkeye olacağız. Mağazalarımız içinde en çok ciro yapan 10 mağazamızın beşi yurt dışında.

Birinci sırada Mekke Simit Sarayı, ikinci sırada New York Simit Sarayı, ardından ise Amsterdam Simit Sarayı geliyor. Amsterdam'da Dem meydanında doluluk oranı yüzde 98. Önümüzdeki dönemde dünyada onde gelen caddelerde yer almaya devam edeceğiz. New York 5. Cadde'nin ardından Londra'da Oxford Street'de bir mağaza açacağız. Ardından da Paris'te Champs-Elysées'de bir mağaza açmayı hedefliyoruz" dedi.



Abdullah Kavukcu
Simit Sarayı İcra
Kurulu Başkanı



MÜŞTERİ NEREYE GİDİYORSA, BİZ DE ORAYA GİDİYORUZ

TeknoSA Genel Müdürü Necil Oyman, Perakende Günleri'nde teknoloji perakendeciliği ile ilgili "Nereye Gidiyoruz" başlıklı bir konuşuma yaptı. Oyman konuşmasında, perakende sektörünün geleceği için dijital ve fiziki kanalların hepsinde entegre hizmet imkanı sağlayan iş modeliyle tüketiciye kesintisiz, tutarlı, entegre ve kişiselleştirilmiş bir deneyim sunmanın, yanı "Tek Deneyim" yaşamının önemini vurguladı.

Bu yıl 14'üncü gerçekleştiren, uluslararası alanda sayılı organizasyonlardan biri olan Perakende Günleri, hem dünyada hem Türkiye'de sektörde yön veren profesyonellerin katılımı ile gerçekleşti. Yaklaşık 10 yıldır teknoloji tedarikçisi olarak Perakende Günleri'ne destek veren TeknoSA'nın Genel Müdürü Necil Oyman da sektörün dinamikleri ve geleceği üzerine renkli bir sunum gerçekleştirdi.

Necil Oyman "Nereye Gidiyoruz" başlıklı konuşmasında sektörün gelişimini etkileyen dinamikleri, değişen tüketici alışkanlıklarına göre perakende sektörünün yeni yol haritasını ve farklılaşma adımlarını meslek öykülerinden örneklere vererek paylaştı.

Teknolojik ihtiyaçlarını artık 'temel ihtiyaçlar' listesine girdiğini ve insanlara fayda ve değer yaratıcı her şeyin günümüzde daha da önemli hale geldiğini ifade eden Oyman, bu doğrultuda müşterilerinin bekleyenlerinin değiştiğini ve perakende sektörü için yeni fırsatlar doğduğunu belirtti. Oyman konuşmasına şöyle devam etti: "Tüketiciler artık hayatlarında ihtiyaç duyaruları her şeye, hem fiziki hem de online tüm mecralardan ulaşabilmek istiyor. Kesintisiz, tutarlı, entegre ve kişiselleştirilmiş bir deneyim bekliyorlar. Ote yandan, birbirileye konuşan cihazlar da yeni bir dönemin kapılarını aralıyor. Tüm binalarla birlikte, tüketicilerle kurulan birebir iletişim yani sıcak temas ve yakın ilişki hiçbir zaman önemini kaybetmiyor. İnsanlar akıllara ve kalplere birlikte seslenen markaları tercih ediyorlar."

TeknoSA olarak, 81 ilde 300'ün üzerinde mağaza ile tüketicilerine kesintisiz hizmet sunduklarını belirten Oyman, fiziki mağazaların yanı sıra TeknoSA mobil uygulamasının kısa sürede 1 milyon kişi tarafından indirildiğini, bunun da cepte 1 milyon mağaza anlamına geldiğini vurguladı. Mağaza ve dijital kanallarla birlikte, gönüllere yatinum yapmaya ve



Necil Oyman
TeknoSA Genel
Müdürlü

yakınlığa öncelik verdiklerine dikkat çekti. Bunun için saha ziyaretlerinde çalışmalar ve müşterilerden çok beslendiklerini belirten Necil Oyman, kadınlara teknolojiye uzak olmadığını da sahada şahit olduklarını, kadınları teknoloji ile tanıştırmak, yakından şartlı olarak 2007 yılında başlatıkları ve şu ana kadar 54 ilde 14 bine yakın kadına ulaşan "Kadın İçin Teknoloji" projesi ile buna destek verdiklerine deinde.

Teknolojinin verdiği gücü, bugün olduğu gibi yarın da müşteriye değer yaratmak için en etkin ve yetkin şekilde kullanmanın önemine değinen Oyman konuşmasını şu sözlerle noktaladı: "4000 kişilik genç ve dinamik bir ekip ile yaptığımız işin kalıcı olmasını sağlayabilmek için çalışıyoruz. Biz insanlarından, hayatıtan yanayız. Owm için her koşulda, her naktada varız ve her zaman müşterilerimizin yanımızdayız."

TRAKYA CAM PERAKENDE GÜNLERİ'NDE İLERİ TEKNOLOJİYE SAHİP ÜRÜNLERİNİ TANITTI

Sişecam işbirlikçilerinden Trakya Cam, İstanbul Lütfi Kırdar Uluslararası Kongre ve Sergi Sarayı'nda düzenlenen Perakende Günleri 2014'te ziyaretçilere büyük ilgi gördü. Trakya Cam fuarda enerji tasarrufu, güvenlik, gürültü kontrolü ve dekorasyonda şeffaflık unsurlarını taşıyan üstün özellikli yeni cam ürünlerini tanıttı.

Türkiye'nin lider düzcam üreticisi Trakya Cam Sanayi A.Ş., Perakende Günleri 2014 Fuarı'nda sergilediği ileri teknoloji ürünlerile dikkat çekti.

İleri teknolojiyle yeni ürünler geliştiren Trakya Cam, 26-27 Kasım 2014 tarihlerinde İstanbul Lütfi Kırdar Uluslararası Kongre ve Sergi Sarayı'nda düzenlenen Perakende Günleri 2014 Fuarı'nda ziyaretçilere yenilikçi ürünlerini tanıttı.

Fuarda 'enerji verimliliğinde cam', 'cephe kaplamada cam', 'emniyet ve güvenlikte cam' ile 'dekorasyonda cam' ana başlıklar altında yer alan ürünlerini tanıtan Trakya Cam, standında Isıcam Komfor test tüneli

kurarak, ziyaretçilere aynı bir deneyim yaşattı. Etkin enerji tasarrufunun yanı sıra temperlenebilir olması nedeniyle emniyet ihtiyacını da karşılayan yüksek performanslı TRC Coolplus T kaplamalı camları hakkında ziyaretçilere ayrıntılı bilgilerini verildiği stantta ayrıca, TRC Lameks extra clear ile TRC Helio clear ve TRC Helio extra clear ürünlerini de mankenli vitrin uygulamaları ile sergiledi.



FINANSÇI PERAKENDECİNİN YANINDA

Lütfi Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı'nda gerçekleştirilen Perakende Günleri'nin ana sponsorlarından biri bu yıl da CardFinans oldu. 2001 yıldan bu yana Türkiye'deki en büyük iş dünyası organizasyonu olma özelliğini taşıyan etkinliğe son altı yıldır destek veren CardFinans bu sene de ana sponsor olarak yer aldı.

İş dünyasının önde gelen isimlerinin ve sektör temsilcilerinin katıldığı organizasyonun açılış gününde Finansbank Bireysel Bankacılık ve Ödeme Sistemleri Genel Müdür Yardımcısı Erkin Aydin, katılımcıları ilgiyle izlediği bir sunum gerçekleştirdi. Erkin Aydin, perakende ve bankacılık sektörlerini değerlendirdiği "Finansçı perakendecinin yanında" başlıklı sunumunda, finansal bakımdan 2015 yılı yurt içi ve yurt dışı trendlerini; finans sektörünün 2013 ve 2014 yılını; perakendeci-bankacılık ilişkisini anlattı. Erkin Aydin sektör öngörülerinin yanı sıra Türkiye'nin finansörü kimliğiyle, müşterilerine daima klasik bankacılık hizmetlerinden fazlasını sunmayı hedefleyen Finansbank'ın 2014 yılında perakendecilere sunduğu olanaklarını da paylaştı.

Reel Sektörün Can Damarı: Perakende ve Bankacılık

Perakende ve bankacılık sektörünün geçmişten bugüne geliştirdikleri iş ortaklılığı modeli ile reel sektörün can damaları olduğunu ifade eden Erkin Aydin: "Pazarmız değişen dinamikleriyle birlikte iki sektörün birbiriley tam bir iş ortağı olarak hareket etmesi her açıdan büyük önem arz ediyor. Onumuzdeki döneminde perakende bankacılık genelinde en önemli öncelikler verimlilik ve müşteriye sunulan hizmetlerde farklılaşabilme olacak. Kaynakları daha verimli kullanabilmek de çok büyük önem taşımıyor. Bunu için en önemli araç inovasyon. İş yapış şekillerini değiştirek yeni kanalları ve süreçleri kurgulayabilmek maliyet yönetiminde çok önemli bir hale gelecek. Biz Finansbank olarak perakendeci iş ortaklarımıza hayatlarını kolaylaştıracak çözümler üreterek bu ortaklıktı maksimum faydayı sunmaya gayret ediyoruz. Bu vizyon ile hayatı geçirilen kredi kartı taksit sunulandırmamasına karşı, "satış alanında kredilendirme" uygulaması sektörde ilk olarak Finansbank'ın başlattığı bir kampanya oldu." dedi.



CardFinans Sektörün 5. Büyük Kredi Kartı Markası

Finansbank'ın Türkiye'nin finansörü olarak, CardFinans markası ile Perakende Günleri'nin üst üste 6. kez ana sponsorlarından biri olduğunu ifade eden Erkin Aydin, "CardFinans sektörün 5. büyük kredi kartı markasıdır. 2014 yılı itibarıyle CardFinans'ı alışverişlerde daha sık tercih edilen kredi kartı markası olma yolunda yepyeni konumlandırdık. Bunu başarabilmek için Mayıs ayında "Her Alışverişe CardFinans Lazım" sloganıyla 'Hediye Para' programımızı lanset ettiğimiz 2014 yılının ilk 9 ayında, yeniden konumlandırmaya ve Hediye Para ile önemli bir alışveriş cirosu artışı yakaladık. Programımızın başarılı sonuçlarını takip ediyoruz ve 2015 yılında da sektörde bu program aracılığı ile 80 milyon TL'yi aşan katkı yapmayı hedefliyoruz." dedi.

CANDICE SWANEPOEL

HERALD SQUARE MAĞAZASINDA EDİTÖR VE BLOGGERLARLA BULUŞTU



Victoria's Secret meleği Candice Swanepoel'in markanın Herald Square mağazasındaki editör ve bloggerlarla buluştu. Buluşmada bu sezonun gözde hediye seçenekleri içerisinde yer alan Dream Angels, Very Sexy ve Designer koleksiyonlarının yanı sıra Heavenly Lux parfümü de tanıtıldı. Ayrıca Victoria's Secret'in fantazi sütyenleri olarak tasarılanan iki farklı Fantasy Bra da sergilendi.



Candice Swanepoel



SCANDALOUS

OPTIMUM OUTLET 10. YIL DÖNÜMÜNDE GÜLŞEN KONSERİ



Rönesans Gayrimenkul Yatırım'ın ilk Alışveriş Merkezi projesi olarak 29 Ekim 2004'te açılan Ankara Optimum Outlet, o günden bu yana ziyaretçilere sunduğu kaliteli, hesaplı ve kazançlı alışverişin yanı sıra gerçekleştirdiği etkinlikleri ve tüm yıla yayılan organizasyonlarıyla fark yarattı.

Suçuk markaların ürünlerini uygun fiyatlarla buluşturan ve renkli bir sosyal yaşam ortamı sunarak alışveriş keyfine aynalık katan Optimum, yıl dönümü kutlamalarında başarıları dolu 10. yılını geride bırakmanın mutluluğunu yaşadı.

Kutlama Programı Dopdolu

Yıl dönümü kutlamaları, 22 Kasım Cumartesi günü Karnaval Korteji ile başladı. Tam bir bayram havasının yaşandığı Ankara Optimum'da, çocukların sevgilisi maskotlar da miniklerin neşeli bir gün geçirmelerini sağladı. Bu özel gün; indirimler, ikramlar, hediyeler, müzikli gösteriler ve 10. yıla özel "1 Mercedes C180 ve 9 Samsung Ürünu Kampányası" ile renklendi.

Optimum' da Gülsen Konseri

10. yıl dönümü kapsamında, pop müziğin sevilen ismi Gülsen ve ünlü aranjör Ozan Çelakoğlu da 23 Kasım Pazar günü Optimum Outlet'te sahne aldı. Konserde en sevilen parçalarını canlı olarak söyleyen Gülsen, hayranlarına eşsiz bir müzik ziyafeti sundu. Ankara Optimum'un 10. yaşına özel olarak tüm ziyaretçiler için hazırlanan 10 katlı pastayı da sevilen sanatçı Gülsen kesti.





10 yılda 100 Milyon ziyaretçi

Media Markt, Vakko, Mado, Koton, Flo, Tommy Hilfiger, Diesel, Beymen Business, Greyder, Desa, Hotıç, Teknosa, Yataş, GNC, ParkBravo, İpekyol, Defacto, LC Waikiki, Ayakkabı Dünyası, Yves Rocher, Penti, Hotıç, Ramsey, Kip, ADL, Polo Garage, English Home, Madame Coco, Playland, Roll House, Arşar Sineması, Adese gibi ulusal ve uluslararası markalara ait mağazalar ile yılın 365 günü indirimli alışveriş imkan sunan Optimum Outlet, ziyaretçilerini KFC, Mc Donalds, Burger King Özüüt, Starbucks, Kahve Dünyası, Zeynel, HD İskender, Tavuk Dünyası, Hosta gibi markalar da içine alan kafe ve restoranlarıyla Türk ve dünya markalarından tatlarla buluşuyor.

10 yılda sayısız indirim ve hediye kampanyası ile yüzlerce kültürel, sanatsal ve sportif etkinliği başkentlilere sunan Ankara Optimum, sürdürdüğü sosyal sorumluluk projeleriyle de dikkat çekiyor.

Modern mimarisi, geniş ve seçkin alışveriş seçenekleri, kafeleri, restoranları, sineması, eğlence alanları ve 365 güne yayılan etkinlikleri ile her yaştan ve her kesimden insanların sevgisini kazanan Ankara Optimum Outlet, 10 yıl içinde 100 milyon ziyaretçi ağırlayarak mitişi bir rekora da imza attı.



Gülşen ve Ozan Çolakoğlu Ankara Optimum ailesiyle beraber.



ASKIDA KİTAP

HER KİTAP ANADOLU'DA YENİ BİR HAYAT

212
istanbul
power outlet

AVM Partners tarafından yönetilen ve Power Outlet kavramı Türkiye ile ilk kez tanıştırılan 212 İstanbul Power Outlet Etkinlikleri ve sosyal sorumluluk projeleri ile ziyaretçilerinin sosyal hayatlarına pozitif etki etmeye amaçlıyor. 212 İstanbul Power Outlet, bu sosyal sorumluluk projesi ile okuma bilincini artırmayı, Anadolu'da ihtiyacı olan okullara ve çocuklara yüz temel eseri ulaştırmayı hedefliyor. 22 Kasım - 21 Aralık tarihleri arasında gerçekleştirilecek bu sosyal sorumluluk projesi ile okuma bilincini artıralım ve Anadolu'da ihtiyacı olan okullara ve çocuklara binlerce kitap ulaştıralım.

212 İstanbul Power Outlet'te yazarlar kitaplarını imzalıyor, satılan her kitap karşılığında bir kitap Anadolu'daki çocuklara bağışlanıyor. Yazarlar kitaplarını imzalayarak bu sosyal sorumluluk projesine destek oluyor, siz de istediğiniz bir kitabı imzalatarak bu projeye destek olabilirsiniz.

Haydi, sen de bir kitap imzalat, okuma kardeşliğini başlat...

22 Kasım - 21 Aralık tarihleri arasında 212 İstanbul Power Outlet'te gerçekleştirilecek "Askida Kitap" sosyal sorumluluk projesi, birçok ünlü yazar kitapseverler ile buluşturacak. Ünlü yazarlar 212 İstanbul Power Outlet'te avm ziyaretçileri ile buluşup kitaplarını imzalarken, imzalanan her kitap karşılığında yüz temel eserden bir kitap ise Anadolu'daki okullara bağışlanacak. Projenin web sitesi www.askidakitap.com üzerinden okul yetkilileri istedikleri kitapları ve adetlerini seçerek kitap isteğinde bulunabilecekler. Proje sonunda ne kadar çok kitabı imzalansrsa, o kadar çok kitabı Anadolu'daki çocuklara bağışlanacak.

Etkinlik Programı

6 Aralık Cumartesi
Ebru Cündübeyoğlu

7 Aralık Pazar
Uğur Koşar

14 Aralık Pazar
Kahraman Tazeoğlu

20 Aralık Cumartesi
Kemal Siyahhan

21 Aralık Pazar
Yaşar İliksiz

ASKIDA KİTAP

"Her kitap Anadolu'da yeni bir hayat"



**HER HAFTA SONU
SAAT 15:00 'TE
ÜNLÜ BİR YAZAR**

*Her hafta sonu ünlü yazarlar
kitaplarını imzalıyor. Satılan her
kitap karşılığında
yüz temel eserlerden bir kitap
Anadolu'daki çocuklara
bağışlanıyor.*



Ebru CÜNDÜBEYOĞLU
6 Aralık Cumartesi



Uğur KOŞAR
7 Aralık Pazar



Kahraman TAZEÖĞLU
14 Aralık Pazar



Kemal SıYAHHAN
20 Aralık Cumartesi



Yaşar İLİKSİZ
21 Aralık Pazar

*Dетальный Билд
www.askidakitap.com*

444 4 212

www.212istanbul.com
facebook.com/212AVM twitter.com/212istanbulAVM
Atatürk Havalimanı Yolu Mahmutbey Çıkışı

212
istanbul
power outlet



Adriana Lima

2 MİLYON DOLAR
DEĞER BİÇİLEN SÜTYENLER
ILE MOUAWAD TARAFINDAN
VICTORIA'S SECRET
İÇİN TASARLANAN
DREAM ANGELS FANTASY BRA
VE UYUMLU VÜCUT TAKILARI
9 ARALIK 2014 GÜNÜ
CBS TELEVİZYONUNDА
YAYINLANACAK
VICTORIA'S SECRET
DEFİLESİNDE SERGİLENECEK



Victoria's Secret bu yılbaşı döneminde benzersiz iki sütyen sunuyor. Dream Angels Fantasy Bra sütyenler Victoria's Secret için dünyaca ünlü mücevherci Mouawad tarafından özel olarak tasarlandı.

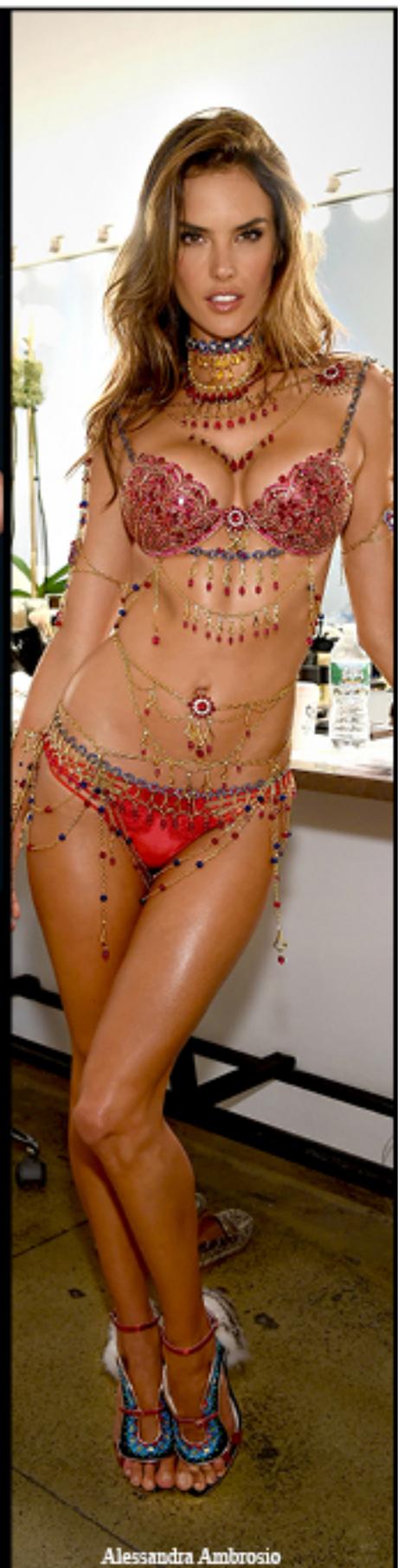


Dream Angels Demi formundan ilham alan ve her bini 2 milyon \$ değer biçilen Dream Angels Fantasy Bra sütyenler, 16.000 adet değerli taşla süslendi. Sütyenlere 18 ayar altınla birleştirilmiş değerli taşlardan oluşan kol, bacak, karnı ve boyun takılan eşlik ediyor.

Sütyen ve vücut takılarının yaratılması 1.380 saatten uzun sürdü. Dream Angels Fantasy Bras sütyenler, 18 ayar altın üzerine elle işlenmiş yakut, elmas, lacivert ve açık mavi safir taşları bezendi. Fantasy Bra bütçenizi aşyorsa, klasik Dream Angels Demi sütyeniniz de harika bir yılbaşı seçeneği olabilir.

En mükemmel renk, boyut ve şekillerdeki değerli taşları bulmak için dünyadan çeşitli yerlerinden 16.000'den fazla taş incelendi. Her eşsiz taş, mücevher ustaları tarafından elle işlendi. Bugüne dek ilk defa iki Victoria's Secret melegi Adriana Lima ve Alessandra Ambrosio, sütyen ve vücut takılarını taşıyacak. Adriana ve Alessandra ayrıca Mouawad tarafından Victoria's Secret için tasarlanan Dream Angels Fantasy Bra ve uyumlu vücut takılarını 9 Aralık günü CBS televizyonunda yayınlanacak 2014 Victoria's Secret Defilesi sırasında sergileyeceler.

Mouawad, 2014 Victoria's Secret Defilesinin resmi mücevhercisidir.



Alessandra Ambrosio

AVM ENDEKSİ – EYLÜL 2014 VE 3. ÇEYREK SONUÇLARI



AYD & AKADEMETRE işbirliği ile

Ahşveriş Merkezi Yatırımcıları Derneği ile Akademetre Research tarafından ortaklaşa oluşturulan AVM Endeksi'nin Eylül ayı ve 2014 yılı 3. çeyrek sonuçları açıklandı. Her ay düzenli olarak yayımlanan verilere göre ciro endeksi 2014 Eylül ayında bir önceki yılın aynı aylıma göre yüzde 26 yükseltrek 171 puana yükseldi.

2014 üçüncü çeyrek sonuçlarına göre ise endeks 2013 yılının aynı dönemi ile karşılaşıldığında yüzde 13 artarak 165 puana yükseldi.

"Teknolojide güçlüklerde rağmen artış"

2014 yıl boyunca alınan iç tüketime yönelik önlemler nedeniyle satış büyümelerinde önemli ölçüde güçlük yaşayan teknoloji kategorisinde de Eylül ayında ciro artışı sağlandı. Taksit sunurlaması ve döviz kurumun yükselmesi gibi nedenlerle ciro artışı diğer sektörlerde göre düşük olan teknolojide, Eylül ayında önceki yılın aynı aylıma göre yüzde 6'lık artış yakalandı.

"Giyimde bayram dopingi"

Eylül ayında en yüksek ciro artışının yaşandığı kalem giyim olurken, bu alanda bir önceki yılın aynı aylıma göre artış oranı yüzde 34 oldu. Bayram etkisiyle birçok kategoride cirolarda önemli yükseliş yaşandı. Ayrıca ayakkabı kategorisindeki ciro artışı ise yüzde 30 olarak gerçekleşti. Giyim kategorisindeki artısta en önemli etkeni bayram tatili oluştururken, tüketiciler açısından sezon geçiği öncesinde bu iki alana ilginin arttığı dikkat çekti. Ekim ayında TÜİK tarafından açıklanan enflasyon verilerine göre en yüksek fiyat artışıın yaşandığı sektör yüzde 9.95 ile giyim ve ayakkabı olmuştu.

"Ayakkabıya ithal vergisi damgası"

Ayakkabı kategorisinde yaşanan ciro artışının en önemli gerekçesini bayram etkisinin yanı sıra ithal ayakkabıya getirilen vergi oluşturdu. Ağustos ayında yürürlüğe giren vergi nedeniyle yükselen ithal ayakkabı fiyatları, bayram öncesi artan taleple birleşince, ciro endeksinde ayakkabı kategorisi yüzde 30'luk artış olarak gösterdi. TÜİK tarafından açıklanan enflasyon rakamlarının içinde giyim ve ayakkabı

kalemde görülen sıçramanın temel nedenini de ithal ayakkabıya uygulanan vergi oluşturmuştu. 10 Ağustos tarihinde yapılan düzenlemeyeyle ithal deri ayakkabıya yüzde 50, suni deri ayakkabıya ise yüzde 30 ek vergi getirilmişti. Ayrıca, ithal edilen deri ayakkabında çift başına ek verginin 5 doların, suni deri ayakkabında ise 3 doların altında olamayacağı karara bağlanmıştı.

"Yiyecekte kuralık etkisi"

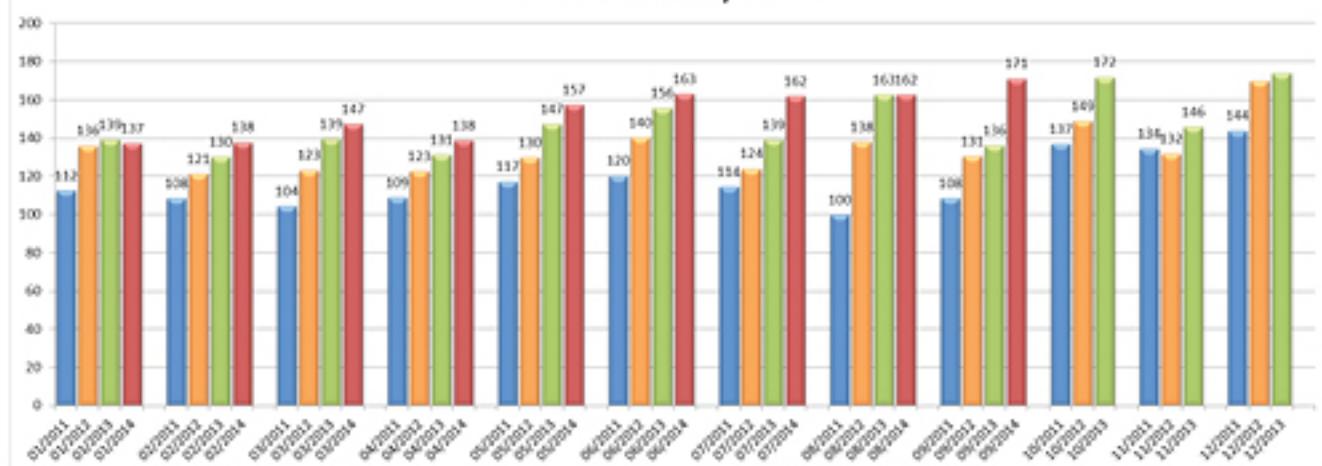
Eylül 2014 ve 3. çeyrek endeks sonuçlarına göre Eylül ayında yiyecek kategorisindeki ciro artışı yüzde 22 oldu. Ciromuz artışında özellikle son 1 yılda ön plana çıkan gıda fiyatlarındaki artış etkili oldu. TÜİK'in Ekim ayı verilerine göre, gıda ve alkolsüz içecek fiyatları geçen yılın aynı aylıma göre yüzde 12.56 artış gösterdi. Alışveriş merkezlerinin içinde önemli yer bulan yiyecek kalemi, TÜİK verilerinde Lokanta ve Oteller kalemiyle de karşılaşılıyor. Bu kalemdede ise Ekim itibarıyla bir önceki yılın aynı aylıma göre artış yüzde 14.34 olarak gerçekleşti. Bir başka deyişle tamında yaşanan kuraklık ve gıda fiyatlarındaki yükselişin önemli bir izdüşümü kendini AVM Ciro Endeksi'nde de gösterdi.

EYLÜL 2014'DE AVM CİRO ENDEKSİ YÜZDE 26'LIK BİR ARTIŞ KAYDETTİ

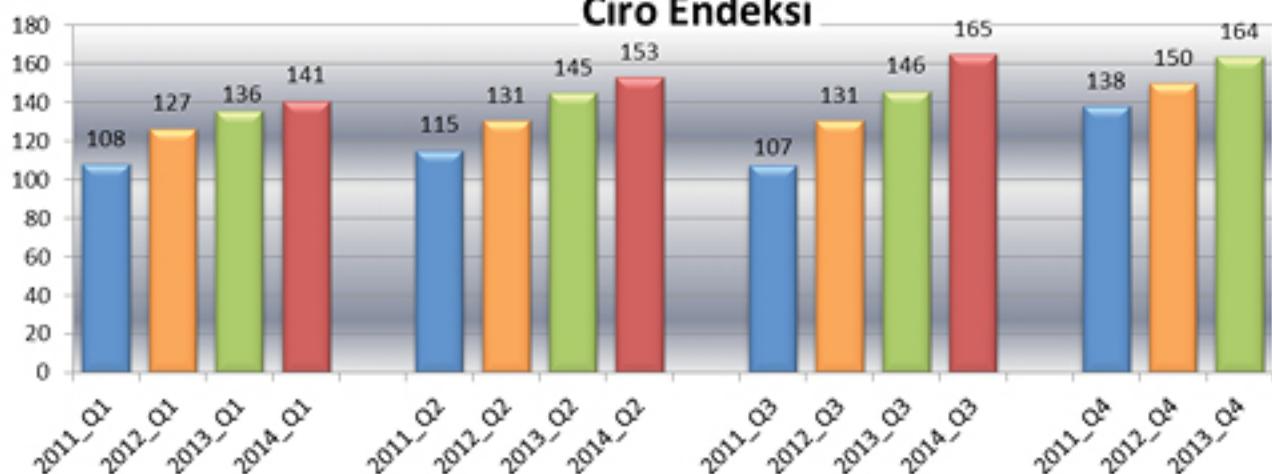
Ahşveriş Merkezi Yatırımcıları Derneği ile Akademetre Research tarafından ortaklaşa oluşturulan AVM Endeksi'nin Eylül ayı ve 2014 yılı 3. çeyrek sonuçları açıklandı. Her ay düzenli olarak yayımlanan verilere göre ciro endeksi 2014 Eylül ayında bir önceki yılın aynı aylıma göre yüzde 26 yükseltrek 171 puana yükseldi.

2014 üçüncü çeyrek sonuçlarına göre ise endeks 2013 yılının aynı dönemi ile karşılaşıldığında yüzde 13 artarak 165 puana yükseldi.

Ciro Endeksi-Türkiye Geneli



Ciro Endeksi



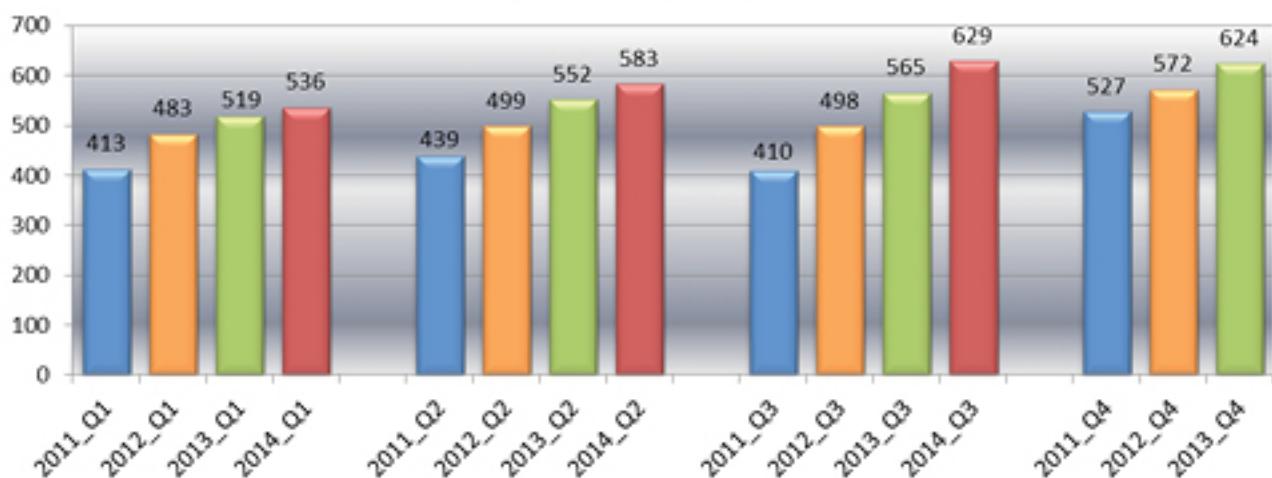
AVM'lerdeki kiralanabilir alan (m²) başına düşen cirolar Eylül 2014'te bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 18 oranında arttı ve verimlilik m² başına 652 TL olarak ölçüldü. Verimlilik, İstanbul'da 735 TL, Anadolu'da ise 596 TL olarak gerçekleşti.

Çeyrek bazlı olarak veriler incelendiğinde ise 2014 yılının üçüncü çeyreğinde m² başına düşen ciro endeksinin 2013 yılının üçüncü çeyreğine göre yüzde 11 artarak 629 TL'ye yükseldiği görülmüştür.

Ciro Verimlilik Endeksi

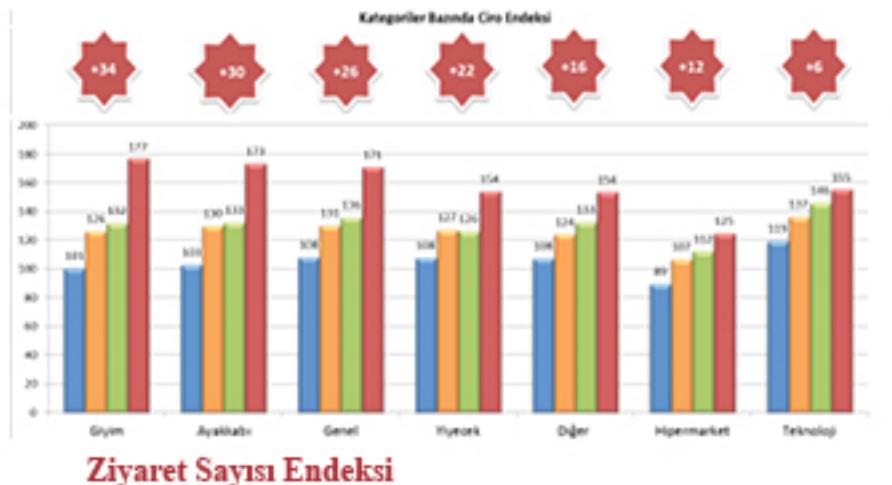


Ciro (TL) / m²



EYLÜL AYINDA EN BÜYÜK CİRO ARTIŞI YÜZDE 34 İLE GİYİM KATEGORİSİNDE GERÇEKLEŞTİ

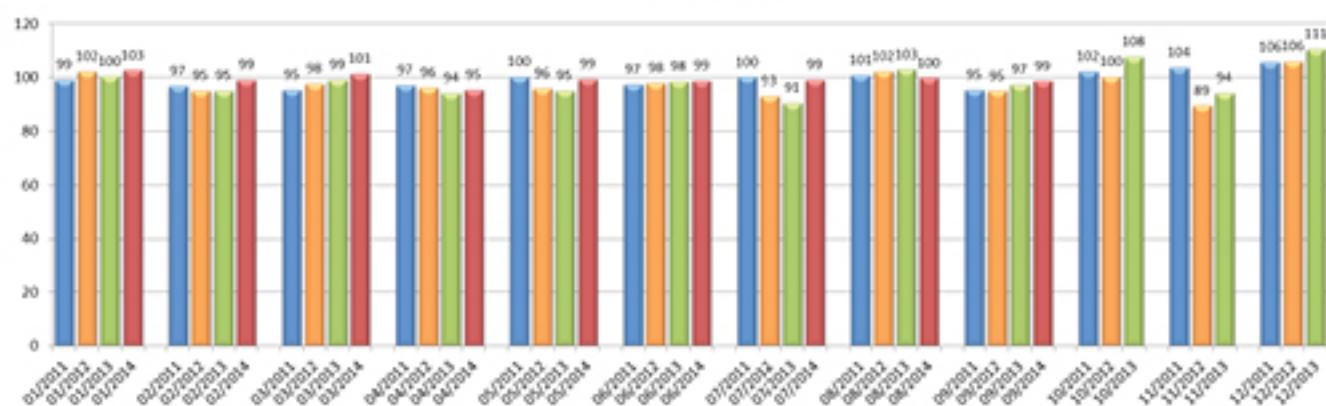
Eylül 2014 döneminde endeks tüm kategorilerde artış kaydetti. Geçtiğimiz yılın Eylül ayı ile karşılaştırıldığında Eylül 2014'te en büyük ciro artışı giyim kategorisinde gerçekleşti. Endeks bu kategoride yüzde 34 arttı. Aynı dönemde ayakkabı cıroları yüzde 30, genel kategorisi cıroları yüzde 26, yiyecek kategorisi cıroları yüzde 22, AVM'lerdeki diğer alanları cıroları yüzde 16, hipermarket cıroları yüzde 12 ve teknoloji cıroları yüzde 6 oranında arttı.



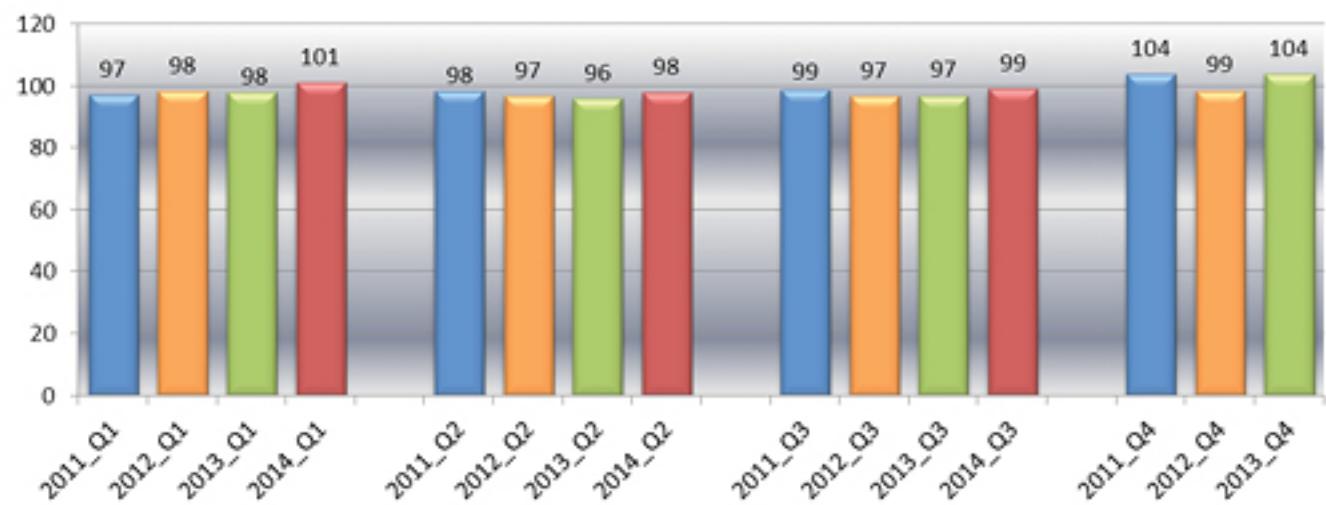
Ziyaret Sayısı Endeksi

Eylül 2014 döneminde ziyaretçi sayısı endeksi bir önceki dönemin aynı aya göre, yüzde 2,1 artarak 99 puana yükselmiştir. 2014 yılının üçüncü çeyreğindeki ziyaret sayısı endeksi ise, bir önceki yılın üçüncü çeyreği ile karşılaştırıldığında yüzde 2,6 lik bir artış göstererek 99 puana yükselmiştir.

Ziyaret Sayısı Endeksi



Ziyaretçi Endeksi



Fox TV Sunucusu, Yazar, Evinizin Oğlu

Murat Güloğlu

Söyleşi ve İmza Günü

14 Aralık Pazar

Saat: 15.30



İSTANBUL • ANKARA • İZMİR • ADANA



OPTIMUM OUTLET

Her Gün İndirim!



www.optimumoutlet.com

[f /optimumoutlet](https://facebook.com/optimumoutlet)

[@optimum_outlet](https://twitter.com/optimum_outlet)

OLIVIUM OUTLET CENTER AYAĞINIZI YERDEN KESECEK



1 Kişiye Muhteşem TOYOTA AURIS

2014'Ü 2015'e Muhteşem Bir Kampanya İle Bağlıyoruz.

17 Kasım 2014 - 09 Şubat 2015 Tarihleri Arasında, Tek Seferde
75 TL ve Üzeri Alışverişlerinizde, Olivium Outlet Danışma
Bankosuna Gelerek Fiş/Faturalarınızı İşletin, Her 75 TL İçin
Bir Çekiliş Kuponu Kazanın. Çok Kupon Çok Şans.

Mili Piyango İdareci Genel Müdürlüğü'nden alınan 13/11/2014 tarihli 52738871-256-01/02/0540_8807 sayılı İzinle, 17/11/2014 - 09/02/2015 tarihleri
arasında İstanbul ilinde bulunan Şirketimizle alt Olivium Outlet Center alışveriş merkezlerinin içinde yer alan tüm mağazalar, restoran ve standlarından
tek seferde 75 TL ve üzeri tutan toplamda (her 75 TL'ye 1 çekiliş hakkı) alışveriş yapıcı fiş/faturalarının Olivium Outlet Center Alışveriş Merkezi
İçerisindeki danışma bankosuna ibraz edip, onaylatan müşterilerin ödemeli çekiliş katılım numarası, adres/telefon, doğum tarihi, adres ve
kampanya katılım bilgilerine bulunduğu bilgişayar pkkas verilecektir. Olivium Outlet Center Alışveriş Merkezi
Adet Toyota Auris 1.33 Life Marka Otomobil için yapılacaktır. Katılımcı tarafından belirtilen bilgilerin doğruluğu, yeterlilik ve İpuçları katılımcının
sorumlu olduğundan, Katılımcılar kampanya süresi boyunca bilgilendirme bilgilerini doğrulayın, yeterlilik ve İpuçları katılımcının
bilgilendirme ve bilgişayar çatısı ibraz etmeni isteyilebilir. Kampanya birlikte arasında alışverişlerini iptal ya
da lale eden katılımcıların çekiliş haklarını iptal edilecektir. Olivium Gay, Yıldız, Hiz, AŞ, AVM İpucunda yer alan mağaza sahipleri ve mağaza
çalışanları, YeniYıl yazısını çekenlerin ve İBB yapımıñ kılıçlıklar kampanyaya katılmaz, Katılım ve kazanım olsalar bile ikramiyeleri verilmez.
İkramiye konu olan eğri ve yarlı Nümeros bedel içinde bulunan KDV+DTV gibi vergilerin düşündüğü vergi ve diğer yasal yükümlülükler tahtı
tarafından ödenir. Çekiliş sonucu 19 Şubat 2015 gününe yayanınmakta olan Aşağıda gazetede, Ayrıca, çekiliş sonucu www.olivium.com.tr
adresinden ilan edilecektir. Çekilişin sona erdi ve yedek tahtıların adreslerine aynı anda tashihîg posta kanalıyla haberlîcâr olacak. Aşırı
tahtı son başvuru tarihi 06 Mart 2015, Yedek tahtı son başvuru tarihi 21 Mart 2015, İkramiyein son teslim edilme tarihi ise 10 Nisan 2015'tir.

Olivium
OUTLET CENTER
ZEYTİNBURNU

EN HESAPLI MODA, OLIVIUM'DA



Olivium
OUTLET CENTER
ZEYTİNBURNU

ABBATE * ADIM KIRTASİYE * ADİDAS * ADİL İŞIK * AİRO İSTANBUL TURZ. * ALTHYILDIZ|BEYMEN, NETWORK, FABRİKA * ALTINBAŞ * ANA.MANTI * ARMAGAN OYUNCAK * ARMINÉ EŞARP * ARMINÉ OUTLET * ASLU BÖREK * ATALAR * ATASUN OPTİK * AVEA * AVVA * BAĞDAT DÖVİZ * BAMBI * BATİK * BEKO * BLUE BALON * BOSCH * BURGER KING * BY GÜLAY * CACHAREL * CARIBOU COFFEE * CARREFOUR EXP. * CENTONE * CENTRO * CEZVE KAHVE DURAĞI * CHOCNINETTE * CINECITY * COBALT * COLIN'S * CONS * CONVERSE * ÇITIR USTA * D&R * DAGİ * D'S DAMAT * DEFACTO * DEICHMANN * DERİNMOD * DESA * DEVELLİOĞLU DÖNER * DIESEL * DICE KAYEK * DRY VISION KURU TEMİZLEME * DUPY * Eczane * EMİR COÇUK * ENGLISH HOME * ESSE * EYSA * FENERİUM * FIX SILVER * FLAŞ OPTİK * FİO * FLORMAR * FUN TIME * GOLD STORE * GOLDEN ROSE * GRATIS * GS STORE * HACI ŞERİF * HAT STANDİ * HATEMOĞLU * HERA BÜLERİ * HD DÖNER * HD İSKENDER * HEDİYELİK EŞYA * HOTIC * ICE POINT * İNCİ * İPEKYOL * JACK&JONES * JOKERLAND * KADIRGALİ KÖFTESİ PIYAZ * KADIRGALİ KURU PILAV * KAFKAS * KANZ * KAPPA * KARACA * KARACA HOME * KAYS ŞAL * KFC * KİĞİLİ * KOTON * KUMPİ * KRC PORSELEN * GIRISTOP * LCW * LEGRAFF * LERA FRESCA * LESCON * LINENS * LITTLE BIG * MANGO * MAVİ * MC DONALD'S * MELISSA * MINİK SÜRÜCÜLER * İDA * NEA PARFÜM * NIKE * OLIVIUM LOSTRA * OLIVIUM BOWLING * OLIVIUM TAKSİ * OSSES ÇİĞRÖFE * OTO YIKAMA * ÖZSÜT * PANCİ * PARK BRAVO * PENTİ * PERSPECTIVE * PIERRE CARDIN * PINIKSWANS * PIZZAHUT * POLARİS * POLO GARAJE * POP&PINK * PUDU * PUMA * ROBERT'S COFFEE * SAAT&SAAT * SABRI ÖZEL * SABUN STANDİ * SAFIR GÜMÜŞ * SALON KUAFÖR * SAMSUNG * SARAR * SARAR WOMAN * SIEMENS * SOLEY * SONY CENTER * SUNSET * SUVARİ * SWATICH * SANS OYUNLARI * SEM AKSESUAR * SİGMEN TERZİ * TAVUK DÜNYASI * TALİMHANE * TEFL * TEKNOSA * TIFFANY * TRNAKCI * TIRTİL * TOSBAA * TURKCELL EXTRA * TÜRK TELEKOM * TWIGY * U.S POLO * VESTEL * VODAFONE * WAFFLE * WATSONS * YARDS * YVES ROCHER



Prof. Dr. Muammer Aksøy Cad. No:30 Zeytinburnu / İst.

Tel: 0212 547 74 53 Faks: 0212 582 06 26

info@olivium.com

www.olivium.com.tr

twitter.com/OliviumOutlet

facebook.com/OliviumOutletCenter



FARKINDALIK STUDYOSU

yaşam organizasyonu

www.fsreklam.com.tr

Adres: Mimar Sinan Mah. Zümrüt Sk. No:24

Kemerburgaz / İSTANBUL

Tel: 0530 218 49 43 - E-Posta: info@fsreklam.com.tr



twitter.com/FSReklam



facebook.com/FarkindalikStudyosu

YILDIZLAR SÖYLÜYOR UZMAN ASTROLOG ANLATIYOR

13 - 20 - 27 Aralık 16.00 - 17.00
ASTROLOG FILİZ ÖZKOL

KİŞİYE ÖZEL
ASTROLOJİ YORUMU



212 KART
SAHİPLERİNE
ÖZEL

13 - 20 - 27 Aralık Cumartesi günleri
212 Pazarı'ndan en yüksek tutarda
alışveriş yapan ilk 20 ziyaretçiye Filiz
Özkol'dan kişiye özel astroloji haritası
yorumu hediye*.



444 4212

www.212istanbul.com

facebook.com/212AVM twitter.com/212istanbulAVM

Atatürk Havalimanı Yolu Mahmutbey Çıkışı

212
istanbul

power outlet

CARA DELEVINGNE TOPSHOP'IN ÖZEL YILBAŞI KAMPANYASINDA YER ALDI



TOPSHOP, Yılbaşı kampanyasında da İngiliz Süper model Cara Delevingne ile çalışmaya devam ediyor. Ünlü fotoğraf sanatçısı Alasdair McLellan tarafından fotoğraflanan ve TOPSHOP Yaratıcı Direktörü Kate Phelan'ın stil danışmanlığını yaptığı kampanya çekimlerinde Cara, birbirinden etkileyici fotoğraflarla yılbaşı özel koleksiyonunu tanıttı. Cara Delevingne aynı zamanda markanın 2014 Sonbahar/Kış koleksiyonun da tanıtımını üstelenmişti.

İlk kez 2010 yılında TOPSHOP ile çalışan Cara, bir KATE MOSS TOPSHOP kampanya videosunda rol aldı. Markayla çalışmaları 2013 İlkbahar/Yaz, Sonbahar/Kış ve 2014 İlkbahar/Yaz sezonlarındaki TOPSHOP UNIQUE defileleriyle devam etti. Cara, meşhur 'Harlem Shake' dansını da TOPSHOP UNIQUE 2013 Sonbahar/Kış defilesinin kulisinde sergiledi; ünlu dans hareketlerini yaparken çekilen video klip, YouTube'da 1,6 milyon kez görüntülenendi. TOPSHOP'ın Londra Moda Haftası'nda Google ile ortak çalışması sırasında TOPSHOP UNIQUE defilesine çantasına gizleme bir 'Google-cam' ile çıkan Cara, podyumdan canlı yayını açtı yaparı ilk model oldu. TOPSHOP, tasarım, müzik, teknoloji ve modellik alanlarındaki yeni yetenekleri geliştirmesi ve desteklemesiyle tanıyor. Onceki TOPSHOP kampanyalarında kariyerlerine hizmet başlamış Rosie Huntington-Whiteley,

Lily Donaldson, Rosie Tapner ve Eliza Cummings'i gördük; Jourdan Dunn ve Karlie Kloss'un yakın arkadaşlığını da bir TOPSHOP kampanya çekimi sırasında başladığı söylüyor. Bir TOPSHOP kampanyasında ilk kez bir model tek başına rol alıyor ve Cara, tüm imajlarda Topshop ruhunu yansıtıyor.

Kampanyanın lausmanı, TOPSHOP TOPMAN markalarının uluslararası büyümeye ve genişleme süreciyle aynı zamana denk geliyor. ABD'de açılacak 5 yeni yerden biri olan 5th Avenue'deki yeni amiral mağaza, Londra'da Oxford Circus'taki 9.300 metrekarelik ikonik mağazanın ardından dünyanın en büyük ikinci TOPSHOP mağazası olacak. Amsterdam'da bir, Hong Kong'da iki yeni mağazanın yanı sıra Miss, Yeni Zelanda ve Panama gibi yeni pazarların eklenmesi markanın sürekli büyütmen kireğinin da bir göstergesi oluyor.



TOPSHOP'ın sahibi Sir Philip Green'ın yorumda bulundu:

"Gerek İngiltere, gerekse dünya genelindeki bu planlar, bir yandan bugüne kadarki en büyük genişleme çalışmalarımızdan biri olurken, diğer yandan da TOPSHOP ve TOPMAN markalarını küresel olarak büyütmeye ne kadar odaklı olduğumuzu gösteriyor. Binlerce çalıştığımız ve sadık müşterilerimiz için bu kadar heyecan verici bir dönemde kampanyamızın odağında Cara gibi muhteşem bir genç İngiliz yıldızın yer olması da çok anlamlı. TOPSHOP için yeni ve sağlam bir ilişkimin daha başlangıcı olacağımı umuyor ve diliyorum."



TOPSHOP'ın Yaratıcı Direktörü Kate Phelan da şunları söyledi:

"Cara, tam anlamıyla bir TOPSHOP kızı. Özgüvenli ve oyuncu bir tarzı var; istediği gibi sofistikte ve şık ya da havalı ve rahat olabiliyor. Her şeye kendi yorumunu katan Cara, TOPSHOP koleksiyonumu da sahipleniyor. Sınırlarını aşan doğal enerjisiyle nefes kesiyor, özgür ruhu ve eğlenceli biri."

TOPSHOP ve Cara hayranları, genç modelin setteki komik ve sırı duş hallerini gösteren kameraları arkası görüntü'lere bayılacak. Cara'nın enerjisi ve zekasıyla kendisini ve TOPSHOP ekibini eğlendirirken, 'tirtül' dansıyla yeteneklerini sergilerken, gitar çalarken ve en cansız nesnelerde sihir ararken çeşitli görüntülerini yapmacı Leigh Johnson tarafından yakalandı. Başrol oyunculüğünün her yerde kullanılabilen seçenekler olarak sunulduğu Sonbahar/Kış koleksiyonu, farklı ve deneyimsiz TOPSHOP stilleri arayanlara da hitap ediyor. Biker montu, Jamie jean, Martha parka gibi TOPSHOP ikonlarına eşlik eden Cara, Londra'da genç kadınlara hayat veriyor.



AVRUPA GAYRİMENKUL ÖDÜLLERİ 2014'TE MULTI TURKEY'E 2 ÖDÜL BİRDEN



Forum Kayseri, Avrupa'daki ticari ve konut alamında yapılan projelerin ödüllendirildiği Avrupa Gayrimenkul Ödülleri (European Property Awards) organizasyonunda En İyi Perakende Geliştirme (Best Retail Development Europe) kategorisinde ödülde değer bulundu. Yerel ve modern çizgilerle dikkat çeken Forum Kapadokya ise aynı organizasyonun Perakende Mimarisi (Retail Architecture Europe) kategorisindeki ödülün sahibi oldu.

Sektörün düzeyde çapında en seçkin organizasyonlarından biri olan Uluslararası Gayrimenkul Ödülleri'nin ilk aşaması olarak düzenlenen Avrupa Gayrimenkul Ödülleri'nde kazananlara takdim edilen ödül logosu, uluslararası ölçekte kabul sağlanmakla birlikte üstün hizmeti simgeliyor.

Forum Kayseri ödüle doymuyor

Aralık 2011'de hizmete giren, 160 bin metrekare inşaat alanı ve 65 bin metrekare kiralabilir alanıyla Anadolu'daki en büyük alışveriş merkezlerinden olan Forum Kayseri, 200'den fazla seçkin markayı

Forum Kayseri ve Forum Kapadokya'ya büyük onur

Forum Kayseri ve Forum Kapadokya, Avrupa genelinde en dikkat çeken projelerin yanı sıra Avrupa Gayrimenkul Ödülleri 2014 organizasyonundan ödülle döndü.

ziyaretçileriyle buluşuyor. Forum Kayseri, daha önce de açılış etkinlikleri kapsamında gerçekleştirdiği 'Forum Kayseri Reklam Yıldızlarını Arıyor' projesiyle ICSC Solal Pazarlama Ödülleri 'Dijital Medya' kategorisinde Juri Özel Ödülü, Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği IPRA tarafından 'Etkinlik Yönetimi' kategorisinde Altın Küre Ödülü ve International Business Awards'ta Altın Stevie Ödülü'ne layık görüldü. 2013 yılında Uluslararası Alışveriş Merkezleri Konseyi (International Council of Shopping Centers-ICSC) tarafından düzenlenen sektörün en önemli ve en prestijli ödülü olan 'Avrupa'nın En İyi Alışveriş Merkezi' ödülü için Büyük Alışveriş Merkezleri kategorisinde finale kaldı.

Forum Kapadokya'nın yerel mimari unsurları modern çizgilerle buluşturan tasarıma ödül

Kasım 2009'dan bu yana misafirlerine hizmet veren Forum Kapadokya ise yerel mimari unsurlar ile modernize edilmiş çizgileri bir arada harmurlamasıyla dikkati çekiyor. Kısa sürede Nevşehir'in en prestijli ve güçlü çekim merkezlerinden biri olmayı başaran Forum Kapadokya'yı tasarlayan Era Mimarlık, Avrupa Gayrimenkul Ödülleri 2014'te Perakende Mimarisi (Retail Architecture Europe) kategorisinde ödülüde değer bulundu.



Hulusi Belgü

Multi Turkey Yönetim Kurulu Üyesi

Belgü: "Ödüller doğru yolda olduğumuzun bir göstergesi"

Multi Turkey Yönetim Kurulu Üyesi Hulusi Belgü, kazanılan ödülüllere ilişkin yaptığı değerlendirmede, "Ülkemizde alışveriş merkezi sektörünün son 10 yılda kaydettiği başarılı performansla çok emlaklı bir izimiz ve yeriniz olduğunu inanıyorum. Yaratığınız birbirinden iddiyalı projeler ve başarılı performansları Avrupa ve dünyada parmakla gösterilen değerler oluşturduk. Türkiye'nin yerel değerlerini uluslararası çizgide yorumlayan projelerimiz, bu nedenle çok seçkin organizasyonlarda ödülüde değer buluyor. Türk alışveriş merkezi sektörünün dünyada hak ettiği dikkat ve ilgiyi çekmesini sağlıyor. Forum Kayseri ve Forum Kapadokya'yu Avrupa Gayrimenkul Ödülleri 2014'te aldıkları ödüller ne kadar doğru yolda olduğumuzun bir göstergesi ve başarımızın teyidiidir" diye konuştu.

Highly Commended

Retail Architecture
Turkey

Forum Kapadokya
by ERA Planning Architecture Consulting Ltd

Rolls-Royce Motor Cars YAMAHA PROPERTY.COM

EN BÜYÜK MUTLUULK,
BU ÖDÜLÜ SİZLERLE PAYLAŞMAK.

Forum Kayseri,登入國際級的範疇中並獲頒
「零售-零售-零售」獎項，這項獎項為
「零售-零售-零售」獎項。

Her zaman en yüksek standartlarda hizmet sunan
kernelerin bir birliği olarak, paylaştığımız
bu ödül, bizlere gurur ve gurur vermektedir.

FORUM KAYSERİ

FORUM KAYSERİ

KURTAR BİZİ ZEYNEP!

AY
BAKAMİYCAM

TAM BİR
MODA
KURBANI

HİÇ YAKIŞMIŞ MI
O KIYAFETİ!

DOST AÇI SÖYLER,
AMA BAZEN YAPAMIYOR İSTE.

MODA VE STİL UZMANI ZEYNEP,
ŞİMDİ SİZİ BU DERTTEN KURTARIYOR,
ARKADAŞINIZA SÖYLEMEK İSTEDİKLERİNİZİ
SİZİN YERİNİZE O SÖYLÜYOR.

HEMEN GİRİN KURTARBİZIZEYNEP.COM'A.
HEM ARKADAŞINIZA HEM MODAYA
İYİLİK OLSUN.



NIELSEN: TÜRKİYE'DE TÜKETİCİ GÜVENİ, 2014'ÜN ÜÇÜNCÜ ÇEYREĞİNDE 6 ENDEKS PUANI YÜKSELEREK 87'YE ULAŞTI

İSTANBUL 03 Kasım 2014 Türkiye'de tüketici güveni, 2014'ün üçüncü çeyreğinde 6 endeks puanı yükselerek 87'yi bulurken global tüketici güveni bir puan artışla 98 puana ulaştı. Bu global puan bir önceki çeyreğe göre bir, sene başına göre iki puanlık bir artış anlamına geliyor. Türkiye'de Üçüncü Çeyrek Tüketici Güven Endeksi'ndeki yükselişin kaynağı, önumüzdeki 12 aylık dönem için iş konusunda (yüzde 29'dan yüzde 36'ya) 7 puanlık artış gösteren olumlu bekleni ve harcama niyetindeki (yüzde 37'den yüzde 39'a) iki puanlık artıktır.

Daha önceki çeyreklerde "ekonomi" Türkiye'deki katılımcıları öncelerindeki altı ay ile ilgili ana endişeleriydi. Nielsen Türkiye Genel Müdürü, Roberto Pedretti, "Ancak 2014'ün üçüncü çeyreğinde "savaş ve terörizm" korkuları anamlı derecede arttı ve savaş, bir önceki çeyreğe göre 11 puanlık anamlı bir artış ile Türk insanları için ana endişelerden biri haline geldi," dedi. Ekonomi katılımcıları en büyük ikinci endişesi ve bunu borç takip ediyor. Bu endişelerde 2014'ün ikinci çeyreğine göre düşüş görüldü.

Türkiye'nin bir durgunluk döneminde olduğuna inanan katılımcıların yüzdesinde anamlı bir değişiklik olmadı ancak oran, 2014'ün üçüncü çeyreğinde yüzde 68'den yüzde 65'e düştü. 2014'ün üçüncü çeyreğinde daha az katılımcı yeni kıyafetler için daha az harcama yaptığı belirtti. Buna yanında ev dışı eğlencede kesinti yüzde dokuz artış gösterdi.

Nielsen'den alınan bilgiye göre, 2014'ün üçüncü çeyreğinde Türkiye'deki erkek katılımcılar kadın katılımcılara göre daha yüksek güven sergilediler. Türk erkeklerinin güven oranı bir önceki çeyreğe göre yedi endeks puanı yükseldi. 2005 yılında başlatılan Nielsen Global Tüketici Güveni ve Harcama Niyeti

Kuzey Amerika ve Avrupa'da savaş ve terörizm korkuları çıkışta; ekonomik endişeler tüm dünyada azalıyor. Türk katılımcılardaki durgunluk hissiyatı azalmaya devam ediyor; iş imkanları ile ilgili olumlu bekleniler ve harcama niyeti artısta.

Araştırma, 60 ülkede internet erişimi olan 30.000'in üzerinde katılımcının yerel iş imkanları, kişisel finansal durumları ile ilgili algılarını ve halihazırda harcama niyetlerini ölçümlemektedir. 100'lük referans çizgisinin üstündeki ve altındaki tüketici güven seviyeleri, sırasıyla iyimserlik ve kötümserlik derecelerini göstermektedir. Elde edilen en son sonuçlar her bölgenin tüketici güveninde bir önceki çeyreğe göre iyileşme gösterdiğinden temkinli bir iyimserlik tablosu çiziyorlar.

İŞ İMKANLARI İLE İLGİLİ BEKLENTİLER KİŞİSEL MADDİ DURUMLA İLGİLİ BEKLENTİLERE GÖRE DAHA HIZLI İYILEŞME KAYDEDİYOR

Global katılımcıların yansımından biraz fazlası (%52) ikinci çeyreğe göre iki puanlık bir artışla iş pazarının öncelerindeki 12 ay içinde iyi veya mükemmel olacağını inandığını belirtti. Bu mütevazi artış son beş yıldır, yani istihdam hissiyatının yıllık ortalaması %31'e düşüğü sene olan 2009'dan bu yana, istikrarlı ufak çıkışlar şeklinde bildiriliyor.

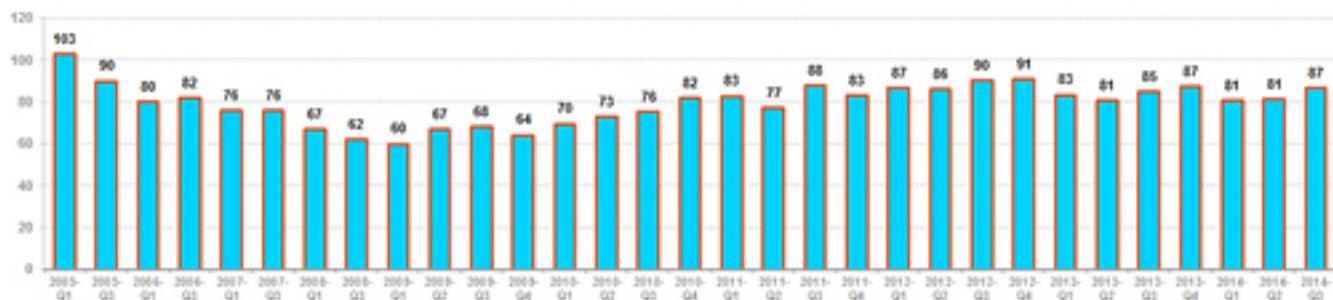
2009'dan bu yana kişisel mali durum ile ilgili algılar daha olumlu bir hal almış olsa da tüketicilerin kişisel mali durum ile ilgili toplam hissiyatında istihdam fırsatları ile ilgili hissiyat kadar anamlı bir iyileşme görülmemi. Global katılımcıların yüzde 57'si kişisel mali durumlarını iyi veya mükemmel olarak değerlendirdi. Bu oran 2009'daki ortalamaya yıllık en düşük oran olan %46'ya göre 11 puanlık bir yükselme. Buna karşılık iş imkanları ile ilgili bekleniler aynı dönemde yüzde 21 puan artış gösterdi.

Dr. Keeley, "Gelişmiş pazarlardaki orta sınıf ile gelişmekte olan pazarlardaki orta sınıfının ekonomik servetleri arasındaki fark daha uzun vadde trendi

oldu," dedi. "ABD ve Batı Avrupa'da orta yapısız olarak zayıflarken dar gelirli kısım büydü. Ayrıca, özellikle Avrupa'da daha yaşlılar ve daha gençler arasında, gençlerin yüksek işsizlik ve eksik istihdam oranları ile karşı karşıya olmalarından ötürü giderek büyütür bir ayrıntı söz konusu. Buna karşılık, orta sınıf gelişmekte olan pazarlarda son on yılda gücü büyütme kaydetti. Yakın zamanda bu trend yavaşlamış olsa da hala devam etmesi beklenebilir. İlerleye yönelik olarak, ülkelerin içindeki ve arasındaki bu eşitsizlıkların ihtiyacı harcamalardaki tüm seviye ve modeller üzerinde büyük bir etki yapması beklenebilir."

İHTİYARI HARCAMA NİYETİ ÇOĞUNLUK İÇİN SABİT SEYREDİYOR

Üçüncü çeyrekte global katılımcıların yansımından fazlasının (%54) kendi ülkelerinin bir durgunluk döneminde olduğuna inandıklarını göz önünde bulundurursak, çoğu kişinin harcama zihniyeti bakımından temkinli duruşunu koruması aklı uygun. Buna uygun olarak üçüncü çeyrekte global ihtiyacı harcama/tasarruf niyeti, artan parayı biriktirmek (%49), emeklilik için tasarruf yapmak (%12) ve tatilde/seyahatte harcamak (%36) konularında görülen marjinal bir puanlık artışlarla çoğu kategoride aynı seviyedeydi. Katılımcıların yaklaşık üçte biri yeni kıyafetlere (%34) ve ev duşı eğlenceye (%31) harcama yapmayı düşünmekte – bu oranlar bir önceki çeyreğe göre herhangi bir değişikliğe işaret etmiyor. Dörtte biri yeni teknolojiye harcama yapmayı (yüzde iki puanlık bir azalma) ve borç/kredi kartı/kredileri ödemeyi (ikinci çeyrek ile aynı seyirde) düşünüyor. Beşte birlik kesim ise evlerini iyileştirmeyi (%22) ve stok/orak fowlara yatırım yapmayı (%20) düşünüyor – her iki alanda da ikinci çeyreğe göre bir puanlık düşüş görüldü.

Nielsen Tüketicili Güven Endeksi: Türkiye**EKONOMİ VE İŞ GÜVENCESİ İLE İLGİLİ ENDİŞELER AZALIRKEN BAŞKA ENDİŞELER ARTIYOR**

Ekonomi ve iş güvencesi tüm dünyadan katılımcılar için başlıca endişe olmaya devam ediyor ancak başka endişelerin artmasıyla bu noktalardaki hissiyat zayıflıyor.

Bir önceki çeyreğe göre üç puanlık bir gerilemeyeyle Avrupa'daki katılımcıların %21'i iş güvencesinin öllerindeki altı ay içindeki en büyük veya ikinci en büyük endişe olduğunu belirtti. Ekonomi ile ilgili endişeler de üçüncü çeyrekte bir yüzde puan düşüşle yüzde 20'ye gerileyerek zayıfladı. Buna aksine, ikinci çeyrekle karşılaşılırlığında, savaşla ilgili kaygılar 8 yüzde puanı artarak %18'e ve terörizm ile ilgili konular 4 yüzde puanı artarak %9'a ulaştılar.

BÖLGESEL ÖZETLER: AVRUPA'DAKI İLERLEME YAVAŞ SEYRETMEMEYE DEVAM EDİYOR

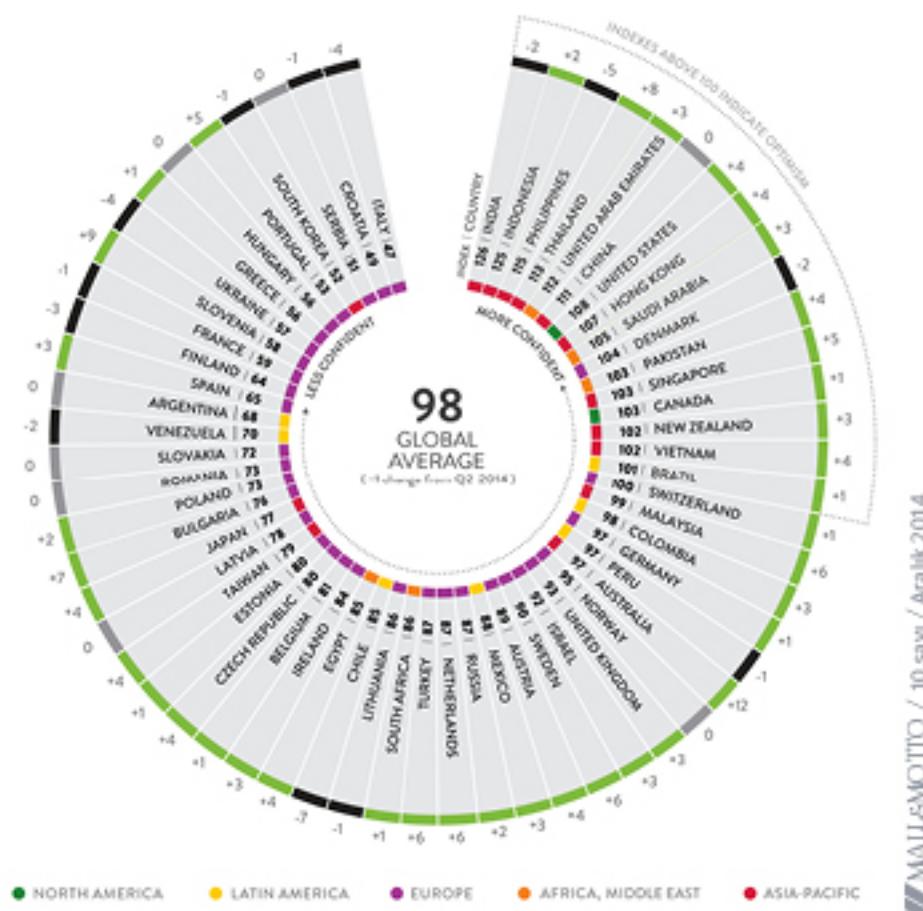
Tüketicili güveni Avrupa'da üçüncü çeyrekte ölçümlenen pazarların %59'unda yükseldi. Bu yükseliş ikiinci çeyrekte pazarların %72'sinde görülmüştü. 32 pazarın 6'sı hiç değişiklik bildirmedi. Bölgenin en büyük ekonomisi olan Almanya bir endeks puanı artışla 97 puanı ulaştı. Bu daha önceki birkaç çeyrekte kaydedilen ufak artışların devamı olarak referans çizgisine yaklaşan bir puan ve bölgenin 76'lık ortalama endeks puanıyla güçlü bir tezat oluşturmaktadır.

TÜKETİCİ GÜVENİ ORTA DOĞU/AFRİKA BÖLGESİNDEN YÜKSELİYOR

Tüketicili güveni üçüncü çeyrekte Orta Doğu/Afrika bölgesinde ölçümlenen beş ülkenin hepsinde arttı. Birleşik Arap Emirlikleri, ikinci çeyreğe göre iki puanlık bir artışla 112 puanı ulaşarak bölgedeki en yüksek endekse sahip oldu. Güven, Suriye Arapistan'da üç puanı artarak 105'e, Pakistan'da dört puanı artarak 103'e, Mısır'da dört puanı artarak 85'e ve Güney Afrika'da bir puanı artarak 86'ya ulaştı.

GLOBAL CONSUMER CONFIDENCE

60 COUNTRIES - 3 - MONTH TREND
Q3-2014 NIELSEN CONSUMER CONFIDENCE INDEX



TÜRKİYE'NİN İLK DESIGNER OUTLET'İ BÜYÜKÇEKMECE'YE GELİYOR

Toskana Vadisi'nin hemen yanında projelendirilen Lüks Designer Outlet Center, 125 milyon dolarlık proje maliyetiyle, dünyanın en seçkin markalarına ev sahipliği yapacak.



Dünyanın önde gelen gayrimenkul geliştirme şirketlerinden biri olan Emaar Properties PJSC'nin ülke iştirakı olan Emaar Türkiye, Toskana Vadisi projesinin hemen yanı başında, Türkiye'nin ilk ve kapsamlı designer outlet'ını inşa ediyor. 125 milyon dolarlık yatırım bedeliyle dikkat çeken proje, Emaar'in Türkiye yatırımlarını artırarak devam edeceğini işaret ediyor.

Emaar Türkiye, Designer Outlet projesi için İtalyan FINGEN'in grup şirketleri RDM, FINGEN Group ve JM Investments ortaklılığıyla çalışıyor. Daha önce Roma, Floransa, Milano, Venedik ve Napoli'de başarılı outlet projeleri geliştiren grup, 2011 yılında Pekin'de açtığı designer outlet ile de Çin'deki yatırımlarına başlayan şirket 2015 yılında hayatı geçireceği Şanghay ve Guangzhou projeleriyle de yatırımlarına devam edecek.

Emaar'in Regional CEO'su Ozan Balaban, "Designer Outlet projemiz halkımıza ve ülkemize lüks perakende deneyimleri sunma kararlığımızı gösteriyor. Toskana Vadisi artık tamamen oturmuş bir proje ve burada yeni projelendirilen designer outlet, hem ev sahiplerinin hem de ziyaretçilerin yaşam tarzına uygun daha fazla seçenekler bulmalarını sağlayacak. Türkiye'de

prestijli markaların outleti konusunda önemli bir boşluk olduğunu da belirten Balaban, projenin bu anlamdaki boşluğu dolduracağınu altı çizerek, "Türkiye Emaar için son derece önemli bir ülke. Bu yeni yatırım, bir kez daha Türkiye'ye yatırım konusunda istikrarımızı da ortaya koymuş olacak" dedi.

RDM CEO'su Jacopo Mazzei de, "Emaar Türkiye ortaklığa yaparak, büyük başarı yakalayan Designer Outlet konseptimizi Türkiye'ye getiriyor olmaktan büyük mutluluk duyuyoruz. Toskana Vadisi, zevk sahibi tüketicilere, lüks perakende deneyimle sunma hedefimize ideal bir ortam sunuyor. Türkiye'de büyütmen ekonomi, lüks markalarla kurduğumuz ilişkiler ve bu merkezleri benzersiz hale getiren özel İtalyan tasarımları sayesinde Türkiye'de olağanüstü bir büyümeye potansiyeli görüyoruz" diye konuştu.

Türkiye'nin ilk designer outleti olan Florentia Village dünyamız dört bir tarafından prestijli markaların bir araya getiriyor. Uluslararası ziyaretçilerin de aynı perakende deneyimi yaşayabilmeleri için İstanbul'da da, markanın tüm dünyada uyguladığı aynı mimarlık ve tasarım konsepti kullanılacak.

FINGEN, Fratini ailesinin özellikle moda, perakendecilik ve gayrimenkul alanlarına odaklanan yatırım şirketi olma özelliğini taşıyor. Şirket iştirakları üzerinden İtalya ve Çin'deki en önemli yatırım oyuncusu olma özelliğine sahip. FINGEN, gayrimenkul geliştirme kuruluşu RDM üzerinden ise tüm outlet yatırımları yönetiyor ve geliştiriyor. Toskana Vadisi'nde merkezi bir konumda yer alan designer outlet, 45 bin metrekarelik brüt kiralana bilir alana sahip, 203 bin metrekarelik bir arazinin üzerinde yer alacak. Projenin inşaatına 2015'in ilk çeyreğinde başlanırken, ilk fazın 2016 yılı Haziran ayında açılması planlanıyor. Projenin geliştirme değeri 125 milyon dolar. Emaar Türkiye ayrıca, 1.000 lüks konutun yanı sıra 44 bin metrekare ofis alanı ve 150 bin metrekarelik kiralana bilir alanyaıyla Türkiye'deki en büyük alışveriş merkezlerinden biri olan Emaar Square Alışveriş Merkezi'ni de için de barınduran Emaar Square projesinin inşaatına devam ediyor.



Bir alışveriş şehri İstanbul

14 milyonun üzerinde nüfusu ve artan gelir seviyesiyle önemli bir perakende potansiyeline sahip olan İstanbul'da, mevcut perakende alanı 2003 sonundaki 0,77 milyon metrekareden 2014'ün biniçi çeyreğinde 3,69 milyon metrekareye yükseldi. Halen üretim hattında olan projeler de dahil edildiğinde toplam perakende alanı 5,01 milyon metrekareye, alışveriş merkezlerinde mevcut toplam kiralabilir alan ise 12,44 milyon metrekareye yükselecek.

İstanbul'un Avrupa Yakası'ndaki nüfus yoğunluğu nedeniyle, perakende pazarında mevcut toplam kiralabilir alanın yüzde 74'ü Avrupa Yakası'nda yer alıyor.

İstanbul, Türkiye'nin gelişen üst-orta sınıfı ve çoğunlukla Körfez ülkeleri, Bağımsız Devletler Topluluğu, Orta Asya'dan gelen kurumsal ve bireysel ziyaretçilerin etkisiyle, Türkiye'nin lüks tüketim pazarının da yüzde 80'ini içindediriyor. Lüks tüketimdeki büyümeye, sektörün tamamındaki satışlarının yansımı üstlenen Türkiye'nin üst orta sınıfı, lokomotif olmayı sürdürmüyor.



Neden Büyüçekmece?

*Dünyada tüm lüks markalar, kent satışına edki etmemesi için büyük outlet merkezlerinin şehir dışında olmasını özellikle tercih ediyor.

*Avrupa Yakası'nın hitap ettiği toplam nüfus 9,2 milyon.

*İstanbul, Türkiye'nin dünyaya açılan kapısı ve ülkeye giren turistlerin dörtte birinden fazlası kentin Avrupa Yakası'ndan giriş yapıyor. Kentin otellerinin yüzde 90'ı da yine Avrupa Yakası'nda bulunuyor.

Avrupa Yakası'nda bulunan Atatürk Havalimanı, 2013 yılında 51 milyonun üzerinde yolcuya hizmet vererek uluslararası yolcu trafiğinde dünyadın en yoğun onuncu havalimanı.

*Büyükekmece lokasyon olarak hem D100 karayoluna hem de TEM otoyoluna en yakın mesafede. Ayrıca araba ile şehir merkezinden ve önde gelen alışveriş caddelerinden 30 dakikalık bir mesafede, erişimi kolay bir bölgede. Dolayısıyla hem Anadolu Yakası'ndan hem de Avrupa Yakası'ndan kolay ulaşılabilir konumda.



Jacopo Mazzei
CEO, RDM-Fingen Group

Ozan Balaban
Emaar Türkiye CEO'su

Avi Alkaş
JLL Türkiye Başkanı

TRUMP'TAN YENİ YIL HEDİYESİ MAĞAZALARDA EKSTRA %20 İNDİRİM!

TRUMP

ALIŞVERİŞ MERKEZİ

Trump Alışveriş Merkezi ilgiyle takip edilen 'indirimin indirimi' kampanyasını bu defa yılbaşı öncesi gerçekleştiriyor. 30 - 31 Aralık'ta Trump mağazalarından alışveriş yapanlar, kasada anında yüzde 20 indirimden faydalananacak. Mağazanın kendi indiriminin üzerine ekstra yüzde 20 indirim Trump'tan ziyaretçilere yeni yıl hediyesi olacak.



Trump Alışveriş Merkezi ziyaretçilere doğrudan fayda sağlayan ve merakla beklenen 'Indirimin Indirimi' kampanyasını bu defa yılbaşı öncesi gerçekleştiriyor. 30 Aralık ve 31 Aralık tarihlerinde uygulanacak kampanya kapsamında Trump Alışveriş Merkezi'nin kampanya katılımcısı mağazalarından alışveriş yapanlar, mağazanın kendi indiriminin yanı sıra ekstra yüzde 20 indirim fırsatından daha yararlanacak. Sadece Trump'taki mağazalara özel olacak 'ekstra yüzde 20 indirim', kasada anında uygulanacak.



HER HEDİYE İLE ÇİFTE MUTLULUK

Bu yılbaşında bir fark yaratın ve alışverişinizi LSV Dükkan'dan yapın. En sağlıklı, doğal ve kaliteli malzemelerle üretilen, onlarca kategorideki yüzlerce ürünle hem sevdiklerinizi mutlu edin hem de bir iyilik yapmış olmanın mutluluğunu yaşayın.

Online alışveriş için:
lsvdukkан.com



www.lsvdukkан.com
LSV DÜKKAN bir LÖSEV kurulugudur.

ÜMIT ZAIM : "BU YIL DÜNYADA DERİ YILI"

Deri dünyasındaki 40'inci yılını kutlayan Derimod, gelecek dönem hedeflerini, stratejilerini ve yenilikçi ürünlerini düzenlediği basın buluşmasında paylaştı. Derimod Yönetim Kurulu Başkanı Ümit Zaim ve Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Sedef Orman'ın ev sahipliğinde gerçekleştirilen toplantıya deri dünyasına ilişkin değerlendirmeler ve Derimod'un yeni dönem büyümeye stratejileri damga vurdu.



Ümit Zaim

Derinin asaletini bugünün trendleri ile bir araya getiren Derimod, 2014 – 2015 Sonbahar – Kış sezonunda hayatı geçirdiği yeniliklerini ve gelecek dönemindeki büyümeye stratejisini paylaştığı bir basın buluşması düzenledi. Derimod Yönetim Kurulu Başkanı Ümit Zaim ve Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Sedef Orman'ın sözcülüğünde gerçekleşen buluşmada, deri sektörü ve Derimod'un gelecek dönemde büyümeye stratejileri paylaşıldı.

Yeni sezonda 3 yenilik birden...

Düzenlenen toplantıda konuşma yapan Ümit Zaim, "Hepinizin bildiği gibi moda sektörü çok hızlı bir değişim süreci içinde. Derimod olarak biz de deri sektöründe başı çekiyor ve bu işleyişe öncülük etmeye çalışıyoruz. Örneğin, dünyada bu yıl bütün ünlü moda markaları ve modacılar 2014-2015 Sonbahar/Kış Sezonu'nu 'deri yılı' ilan ettiler. Biz de bu trende Türkiye'de start veriyoruz ve sezona 3 farklı yenilik ile giriyoruz" şeklinde konuştu. Zaim, Türk deri sektörüne getirdikleri yeniliklerini şöyle açıkladı;

1. Yeni sezona 16 farklı renkte ince deri ile giriyoruz.
2. Derimod'un bir diğer yeniliği ise New York, Paris, Londra ve Milano da akım yaratılan streç deri. Yeni bir teknoloji ile deriyi % 30 esnetebiliyoruz ve streç deriyi her türlü modele kolaylıkla uygulayabiliyoruz. Özellikle streç deri pantolonlar tüm dünyada çok popüler oldu.
3. Bu sezondan diğer büyük projesi ise derinin daha fazla hava geçmesini sağlayan AIR-BREATHE sistemi. AIR-BREATHE sistemi ile üretilen deri ceketler standart deri ceketlerden % 15 daha fazla nefes alıyor ve böylelikle müşterilerimize doğa ile daha çok iç içe olabilecekleri ürünler sunuyoruz. Üzerinizdeki deri ceketin varlığını hissetmiyorsunuz, adeta gönlek giymiş gibii."

"41'inci yılınızda yurduşundaki varlığını güçlendireceğiz..."

Derimod'un gelecek dönem planlarının aktarıldığı toplantıda, 2015 yılının 41'inci yılı olması nedeni ile yurduşundaki varlığı güçlendirmeye yönelik çalışmalara hız verileceği paylaşıldı.

Gelecek yıl içinde, mevcut 95 yurt içi ve 8 yurt dışı mağaza (5 Rusya ve 3 İran) sayısını 115 çıkarmayı hedeflediklerini ifade eden Ümit Zaim, Rusya ve İran'daki mağazalarına yenilerini eklemeyi planladıklarını belirtti.

820 kişilik istihdam sağladıklarını ve gelecek dönemde bu sayının artacağını paylaştı Zaim, 2014 yılını % 22 büyümeye ile 270 milyon TL ile kapatmayı öngördüklerini; 2015 yılı hedeflerinin ise % 20 büyümeye ile 325 milyon TL olduğunu vurguladı. Sektörde yaşanan sorunları da değerlendirdiği toplantıda, 'sunı deri ceketlerin' 'deri ceket' etiketi ile satılmasına dikkat çeken Zaim: "Artık sunı deri ürünlerini bile hakiki deri kokusu ile imal edenler var. Internet ve çığın indirimler hariç bedeli 399 TL'nin altında olan ve deri ceket adı altında satılan ürünler alırken lütfen iki kere dikkatli olun."

İstediği kadar koksun, herkes gerek dokusundan gerekse fiyatından bu ceketlerin hakiki deri olup olmadığı anlayor! Ben buradan bu işi yapanlara sesleniyorum. Lütfen Türk halkın zekâsını sınamayın!" çağrısında bulundu.

Ümit Zaim konuşmasına şöyle devam etti; "Biliyoruz, tekstil ve deri ürünler her zaman bir biri ile kıyaslanmıştır. Yaptığımız anketler deri ceketin, tekstil ceketlerden ortalama 5 kat daha uzun ömürli olduğunu gösteriyor.

Ürünlerimizi müşterilerimize buluştururken kalpten beyne gitmeye çalışıyoruz. Onlara "Uzun süreli bir ilişkimiz olacak. Bana aşık olmaktan korkma" mesajı veriyoruz. Derimod olarak ceketten çok duyguya satılmaya odaklanıyoruz. Tekstil sektöründe Türkiye pazarına her türlü dünya markasunu girmiş olmasına rağmen deri cekette Türkiye'ye girmiş bir deri dünya markası halen yok.

İtalya'nın en büyük deri markası ve 150 kadar mağazası bulunan Conbipel, 3 yıl önce Kanyon'da açtığı deri mağazasını bir sezon sonra kapattı.

40 yıllık sanayici Ümit Zaim olarak, Türkiye'de yabancı markaya deri sattırmam.

Moda, kalite ve fiyat olarak biz kendimize güveniyoruz ve her türlü dünya markası ile de rekabete hazırız."



"Sektörde yeni Türkiye logosunu kullanan ilk marka olacağız!"

Pazarlama ve marka danışmanlarına sorularak yapılan anketlerin sonucunda 'En güçlü küresel Türk marka adayları' arasında hep Derimod'un çıktığını ve bu sonuçlardan mutluluk duyduklarını belirten Zaim; "Biz de bu kapsamında deri sektöründe Türkiye'yi temsil eden güçlü markalarda biri olarak, geçtiğimiz hafta TIM'in toplantısında lans edilen yeni Türkiye logosu 'Discover the Potential'ı ürünlerimizde kullanmaya karar verdik. Bu aynı zamanda sektörde bir ilk olmamız nedeniyle bir gurur vesilesidir" şeklinde konuştu.

Gelecek döneme ilişkin çalışmaların ve mevcut potansiyelleri nedeniyle yabancı firmalardan teklifler geldiğini de paylaşan Zaim, "Yurt dışına açılma operasyonumuz büyümeye sürecine girdiği zaman buna da giydeme alabiliriz" dedi.

MC DONALD'S'TAN EMRAH İLE "BENİM ACIM BANA YETER" KAMPANYASI



Hızlı servis sektörünün lider markası McDonald's, yepyeni bir ürünü daha piyasaya sunmaya hazırlanıyor. McDonald's yeni lezzeti "Acılı Tavuk Klasik" için sevilen sanatçı Emrah ile işbirliği yaptı. "Benim Acım Bana Yeter" kampanyasında Emrah'ın filmlerindeki bildik sahneler esprili bir dille yorumlanıyor. "Acılı Tavuk Klasik", tüm McDonald's restoranlarında ve McDonald's Alo Servis'lerde!

McDonald's yeni ürünü "Acılı Tavuk Klasik" için sanatçı Emrah ile işbirliği yaptı. Ürünün reklam filminde oynayan Emrah'ın da katıldığı tanıtım toplantısı ise 6 Kasım 2014 Mama Shelter Otel'de gerçekleştirildi.

Türkiye McDonald's Genel Müdürü Dilek Dölek Başanır tanıtım toplantısında yaptığı konuşmadada, "McDonald's olarak yenilik her zaman en önemli önceliklerimizden biri oldu. Bir yandan mevcut ürünlerinizi geliştirmeden diğer yandan da yeni ürünlerle tüketicilerinizin bekletilerine yanıt vermeye çalışıyoruz. "Acılı Tavuk Klasik" ürünümüzün reklamlarında Emrah gibi Türkiye'nin sevilen sanatçılardan biriyle işbirliği yapmış olmaktan da ayrıca büyük mutluluk duyuyoruz." dedi.

McDonald's'in yeni kampanya yüzü olan Emrah ise, "Bugüne kadar herhangi bir marka ile bir işbirliğim olmadı. Ama McDonald's her zaman en sevdığım markalardan biri oldu. Teklif geldiğinde hiç tereddütsüz kabul ettim. Reklam filmimin izleyenlere keyif verecek." dedi.

"Benim Acım Bana Yeter" Acılı Tavuk Klasik'in "Benim Acım Bana Yeter" kampanyasının reklam filminde Emrah'ın filmlerindeki bildik sahneler esprili bir dille anlatılıyor.

Türkiye'de Geliştirildi

İçeriği tımuyle Türkiye'de geliştirilen "Acılı Tavuk Klasik", acılı baharatla zenginleştirilmiş duju çitir nefis tavuk eti, taptaze salatası, domatesi ve ağızındaki ateşi söndüren ranch sosıyla Türk tüketicisinin beğenisiine sunuluyor. Acılı Tavuk Klasik, tekli sandviç ve menü seçenekleriyle tüm restoranda ve Alo Servis'lerde tüketicileriyle buluşmaya hazır!

**BENİM ACIM
BANA YETER**

**ACILI
TAVUK
KLASİK**

yeni

**McDonald's.
444 62 62
mcdonalds.com.tr**



I's.

Dilek Dölek Başaran
Türkiye McDonald's Genel Müdürü

Emrah

İÇİMİZDE Kİ İRLANDALILAR HALA YAŞIYOR!



ABD dışında yayınlanan televizyon projelerine verilen Uluslararası Emmy Televizyon Ödülleri, bu yıl 42'nci kez sahiplerini buldu. Bu anamı ödüllü gecesinde aday olmaya layık görülen oyuncularından biri de Türk oyuncumuz Tuba Büyüküstün.

'20 Dakika' dizisinde sergilediği performansıyla finale kalan Büyüküstün, yabancı basın ve Amerika'da yaşayan Türkler'den büyük bir ilgi gördü.

Türkiye'yi ilk defa temsil etmenin heyecanını yaşayan Büyüküstün ödül alamayınca 'eli boş döndü' haberleriyle eleştiri bombardısına tutuldu ve nedense yerden yere vuruldu!

Ağır eleştirilere maruz kalan genç oyuncuya tebrik etmemiz gerekirkene yerden yere vuran, eleştiren tek millet biziz sanırız.

Oysaki 42 yıldır düzenlenen bu organizasyona ilk kez bir isim gönderebildik. Buna sevinmek yerine 'Eli boş döndü' diyerek içten içe sevinen 'İçimizde ki İrlandalıları' hala görüyor olmak ne kadar üzücü...

Neden olmasın?

Oyunculuğu birçok sanatçı ve kişiler tarafından eleştirildi. Bumun üzerine haberler yazıldı, çizildi...

'Güzel kadın ama oyunculuğu iyi değil' denildi...

Tuba Büyüküstün sizce iyi bir oyuncu mu? Bence her geçen gün kendisini geliştiren, biraz daha ileriye gitme yolunda adım atan, merdivenleri sağlam çıkan bir oyuncu... Ki keza saylıklarından daha ileri bir yerlerde ki ödül alamasa bile adamızı yurt dışında taşıyan, buna layık görülen biri...

Fırsat verelim artık birilerine. Önümüz açılmış başarıya giden adımların... Bir gün neden olmasın ödülüne gelmek? Yolu açık olsun...



Şenem Özkardeşler



Alışverişin dayanılmaz cazibesi!

Moda markaları, benzersiz kafe ve restoranları,
eğlence ve sinemalarıyla Palladium siz de baştan çıkaracak.
Gelin, Anadolu yakasının alışveriş ve yaşam küresi Palladium'u keşfedin.

/palladiummall

/palladiumavm

/palladiumataşehir

www.palladium.com.tr


PALLADIUM
ALIŞVERİŞ MERKEZİ | SHOPPING CENTRE
ATAŞEHİR

TOPSHOP/TOPMAN DÜNYADAKİ EN BÜYÜK İKİNCİ AMİRAL MAĞAZASINI NEW YORK'TA FIFTH AVENUE'DA AÇTI!

TOPSHOP/TOPMAN'ın dünya genelindeki en büyük ikinci amiral mağazası New York'un ünlü caddesi Fifth Avenue üzerinde 608 numarada 5 Kasım 2014'te açıldı. Mağaza açılmadan bir gün önce Topshop kurucusu Sir Philip Green ve Lady Green mağazanın açılışını onuruna bir çok ünlü ismin katıldığı bir davet organize etti.

**TOPSHOP
TOPMAN**



Jessie J şarkılarıyla geceye renk kattı.



Sir Philip Green ve Beyoncé Knowles

3.700 metrekarelik yeni amiral mağaza, Fifth Avenue'nun dünyaca tanınmış moda seridinde yer alıyor. Mağaza bu konumıyla New York'un en önemli merkezlerinden Rockefeller Center'a komşu oldu.

Organizasyonda Beyoncé, Care Delevingne, Lionel Richie, Jessie J, Nick Jonas, Max Irons, Brandon Green, Chloe Jade Green, Ciara, Hailee Steinfeld, Naomi Campbell, Amy Sacco, Atlanta de Cadenet, Bella Hadid, Bryanboy, Dao-Yi Chow, Dee & Tommy Hilfiger, Derek Blasberg, DJ Ross One, Eva Chen, Eva Lorenzotti, Hailey Baldwin, Harley Viera Newton, Jacqueline Jablonski, Jen Brill, Jourdan Dunn, Julia Restoin-Roitfeld, Kate Foley, Keegan Singh, Kelly Framel, LA Reid, Laura Love,

Madeleine Poole, Maxwell Osborne, Mia Moretti, Michael Avedon, Natalie Joos, Nicky Hilton, Paris Hilton, Perez Hilton, Peter Som, Poppy Delevingne, Shala Monroque, Sofia Richie, Sophie Auster, Sophie Pera, Vladimir Restoin-Roitfeld, Yolanda Foster, Zana Gugelmann, Zanna Roberts Rassi, Zara Martin gibi isimler geceye katılım gösterdi.

Tarihi eser statüsünde bulunan ve 1931 yılında Henry Goelet tarafından inşa edilen bina, mağaza mimarisinde önemli bir kilometre taşı. Üst katlarda görülen art deco detaylar alt katlarda modern bir stile dönüştürülüyor. Katları birbirine bağlayan kesintisiz pencereler, Amerika'nın ünlü Fifth Avenue mağazalarının vitrin stiline

İngilizleriniksalışverişcaddelerininvitritarzınıkatıyor.

Dört katlı mağazanın üç katında TOPSHOP, alt katında ise TOPMAN yer alıyor. Mağazanın tasarımında kullanılan 4 metre yüksekliğindeki arkadan aydınlatılmış panolar ve tüm katlardaki ortama uyumlu aydınlatma kutuları modaya vurgu yapıyor.

Fifth Avenue'nin moda odaklı müşterileri, her hafta 300'ün üzerinde yeni parçanın sunulduğu mağazada sezonun defile koleksiyonu Unique ve premium sınırlı seri Boutique'ten tasarımcı işbirlikleri ve trendlerin yön verdiği ana koleksiyonlara kadar ikonik İngiliz markasının en iyi koleksiyonlarını bulabilecek.



Lionel Richie



Atlanta De Cadenet



Dee Hilfiger ve Tommy Hilfiger



Sophie Auster



Hailee Steinfeld



Cara Delevingne



Naomi Campbell ve Cara Delevingne



Hailey Baldwin



Poppy Delevingne



Jourdan Dunn



Paris Hilton ve Nicky Hilton

GRAMMY ÖDÜLLÜ DÜNYACA ÜNLÜ KORO ŞEFİ ERIC WHITACRE VE REZONANS'TAN MUHTEŞEM KONSER



ZORLU CENTER
İSTANBUL

Klasik müziğin popüler ismi, koro dünyasının Grammy ödülü yıldızı, dünyaca ünlü koro şefi ve besteci Eric Whitacre, Odeabank sponsorluğunda Zorlu Center PSM'de Türkiye'nin onde gelen korolarından Rezonans ile muhteşem bir konser verdi.



Klasik müziğin dünyaca ünlü yıldızı, bankacılık sektörünün genç ve yenilikçi oyuncusu Eric Whitacre Odeabank ana sponsorluğunda İstanbul'da konser verdi. Grammy ödülü yıldızı, konserde Türkiye'nin onde gelen çağdaş müzik korolarından Rezonans ile aynı sahneyi paylaştı. Eric Whitacre ve Rezonans özellikle çağdaş koro müziğini sevenlere Zorlu Center PSM'de büyüülü bir gece yaşattı.

Katılımcılar Türkçe 'Merhaba İstanbul' diyerek selamlayan ve zaman zaman dinleyicilerini de konsere dahil eden Eric Whitacre sempatisik tavırlarıyla gözülleri fethetti. Türk müziğine övgüler surlayan ünlü koro şefi, repertuarına aldığı 'Divane aşk gibi' adlı parçayla büyük alkış aldı.

Konser, müzik, sanat, medya ve iş dünyasının onde gelen saygın isimlerini biraraya getirdi. Odeabank müşterilerinin de keyifle takip ettiği konsere basın mensupları yoğun ilgi gösterdi. Odeabank'ın sosyal medya üzerinden gerçekleştirdiği yanışma sonucu, klasik müzik hayranı 10 kişi de konseri izleme şansı yakaladı.



Dünyada eserleri en çok satan koro ve orkestra müziği bestecilerinden biri olan, "Choral Superstar" Eric Whitacre, 2012'de "Light&Gold" isimli ilk albümüyle Grammy ödülü aldı. Dünyada birçok müzik festivaline ismi verilen Whitacre, 2009 yılında başlattığı "Sensual Koro" projesiyle dünyadan dört bir yanından koristleri internet üzerinden bir araya getirdi ve koro müziğinde yeni bir dönem başlatın. YouTube'da izlenme rekorları kuran "Virtual Choir" projesi, klasik müzik dünyasında dijital bir inovasyona imza attı. Eric Whitacre ile aynı sahneyi paylaşan Türkiye'nin onde gelen çağdaş müzik korolarından Rezonans, dünyaca ünlü besteciler ve şeflerle gerçekleştirdiği projelerle ismini duyurdu. Disiplinler arası performanslarıyla koro müziğine yenilikçi yaklaşımlar getiren, 3 yıldır hazırladığı bu proje için kadrosunu zenginleştiren ünlü koro, Eric Whitacre ile vereceği konserde 70 kişilik kadrosuyla sahnedeydi.

Koro Kültürü Derneği'nin ev sahipliğini yaptığı proje, Borusan Vakfı tarafından da desteklendi.

ZORLU SONBAHAR FESTİVALİ'NDE KENAN DOĞULU RÜZGARI



ZORLU CENTER
İSTANBUL

Zorlu, 'Sonbahar Festivali' kapsamında renkli ve eğlenceli etkinliklerle misafirlerini ağırlamaya devam ediyor. 7 Kasım Cuma muhteşem bir konser veren ünlü sanatçı Kenan Doğulu, ziyaretçilere unutulmaz bir sonbahar akşamı yaşadı.



İstanbul'a coşku getiren 3 günlük festivale, Türkiye'nin en başarılı sanatlarının ücretsiz konserleri damga vurdu. 7 Kasım Cuma günü muhteşem bir konser veren Kenan Doğulu izleyicilere unutulmaz bir gece yaşadı. 8 Kasım Cumartesi günü rock müziğin içinde gelen gruplarından Mor ve Ötesi, 9 Kasım Pazar günü ise caz müzik denildiğinde ilk akla gelen sanatçılardan Fatih Erkoç ziyaretçilerle buluştu.

AVRUPA'NIN EN BÜYÜK AVM'SI MOSKOVA'DA AÇILDI



Perakende ve gayrimenkul sektöründe ilklerle imza atan Rönesans Holding, Avia Park Alışveriş ve Eğlence Merkezi ile Rusları yeni bir yaşam merkezi anlayışıyla tamştırdı. Moskova'da 24 ay gibi kısa sürede tamamlanan Avia Park AVM, kapsadığı alan bazında Avrupa'nın en büyük alışveriş merkezi olma unvanına sahip.

Rönesans Holding tarafından inşa edilen ve 495 milyon dolarlık bir yatırımla hayata geçirilen Avia Park AVM, 28 Kasım 2014 Cuma günü yapılan törenle açıldı. Törenin Rönesans Holding Başkanı Dr. Erman İlçak, Rönesans Holding Rusya Başkanı Avni Akvardar, Rus yetkililer ve Rönesans Holding yöneticileri katıldı.

Açılış töreninde konuşan Rönesans Holding Rusya Başkanı Avni Akvardar, Moskova ve Rus halkını Avrupa'nın en büyüğü olan alışveriş ve yaşam merkeziyle buluşturmakta duydukları memnuniyeti dile getirerek şunları söyledi:

"21 yılda Rönesans, başta Rusya olmak üzere dünyadın 16 farklı ülkesinde çok sayıda önemli projeye imza atarak küresel ekonominin önemli aktörlerinden biri haline geldi. Artık gayrimenkul, altyapı ve sanayi projelerinde çok önemli bir birikime sahibiz, bu birikimle de söz konusu alanlarda dünya devleriyle yarışıyoruz. Onümüzdeki dönemde yatırımlarımız hem Türkiye'de hem de Rusya'da artarak devam edecek. Gayrimenkul ve perakende sektöründe dünyadın en büyük gruplarından biri olmayı hedefliyoruz. 'İnşaat alanı 492 bin metrekare, toplam kapalı alanı 390 bin metrekare olan 4 katlı Avia Park AVM'ının Moskova'nın en nizip ve merkezi semtlerinden birine kurulu olduğuna işaret eden Akvardar, merkezin 5-6 bin kişiye istihdam olanağı sağlayacağını vurguladı.

Koridorda akvaryum, 17 salonlu sinema

Toplam 235 bin metrekarelik kiralananabilir alanda 550 mağaza, 128 bin metrekarede hipermarket, spor ve sinema gibi kalıcı mekanların bulunduğu Avia Park Moskova, en yeni teknolojiyle donatılmış eğlence tesislerini de içinde barındırıyor. 17 salonlu ziyaretçilerin film seyretmenin keyfine varacakları Rusya'nın en büyük 2 MULTIPLEX sinemasına sahip olan merkez, koridorunda yer alan 6 metre çapında ve 22 metre uzunluğundaki akvaryumuyla ise



Rönesans Holding Rusya Başkanı Avni Akvardar açılışta konuşurken



başta çocuklar olmak üzere herkesi hoş bir sürprizle karşılıyor. Ziyaretçilere bir yaşam merkezinin rahatlığını ve konforunu da yaşatmayı hedefleyen Avia Park bümyesindeki 750 metrekarelik buz pateni salonunda ve 10 bin metrekarelik bir alanda yer alan Rusya'nın ilk ve tek eğlence merkezi Kızılanıya'da çocuklar bir yandan eğlendirirken diğer yandan da eğitilecekler.

Türkler de Avia Park'ta

Projenin tüm tasarımını ve inşaatını gerçekleştiren Rönesans Holding, AVM'nin mobilyalarını da Türkiye'den getirdi. Onde gelen Türk markalarından, Derimod, Cacharel, Polo Assn ve Barbeque da Avrupa'nın en büyük AVM'sinde yerlerini aldılar. Avia Park'ta ayrıca Auchan, Obi, Media Markt, Debenhams, Samsung, Nike, Tommy Hilfiger, Lacoste, Trussardi, Puma, Starbucks, Inditex Grubu ve benzeri dünya devlerinin de mağazaları yer almıyor.



CEYDA GAMZELİ AVM PARTNERS AİLESİNE KATILDI



Ceyda Gamzeli, AVM Partners ailesine katılarak, yönetimini AVM Partners'in yürütmekte olduğu MarkAntalya projesinde Alışveriş Merkezi Müdürü olarak görevi başlattı.



1981 doğumlu olan Ceyda Gamzeli, 13 yıllık kariyerinin başlangıcında, İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Uluslararası İlişkiler Bölümü'nde lisans eğitimini tamamladıktan sonra çeşitli firmalarla kurumsal iletişim alanında yönetici olarak görev yapmıştır. 2007 yılında Kurumsal İletişim Yöneticisi olarak AVM sektörüne adım attığı Samsun Yeşilyurt Alışveriş Merkezi'nde, 2009-2011 yılları arasında Genel Müdür Yardımcılığı, 2011-2013 yılları arasında da Genel Müdürlük görevlerini üstlenmiştir. Ceyda Gamzeli, 2013 yılında Turkmall Real Estate Yurtdışı Operasyonları bünyesine katılarak, Turkmall'ın yönetimini üstlendiği Irak Erbil Mega Mall projesindeki yaklaşık 1 senelik, Alışveriş Merkezi Müdürlüğü deneyiminin ardından, Türkiye'ye dönerek AVM Partners ailesine katılmıştır.



AVM'LER DEĞİŞİYOR

Kent kimliğinden sosyal ve kültürel yapıya kadar hayatımızda birçok alanda köklü değişimlere yol açan AVM'ler kentsel değişime öncülük yapıyor. Bu dönüşüm içerisinde Türkiye'nin pek çok farklı bölgesinde gerçekleştirdikleri projelerle ilklerle imza atan INSIDE AVM Danışmanlık kurucularından Sitare Algan ve Muzaffer Gülöz bu süreçte kent kimliğinin korunmasından yana.

1994'ten itibaren sektörde hizmet veren köklü firmaların alışveriş merkezleri projelerinde profesyonel olarak görev yaparak tecrübeler kazanan INSIDE AVM Danışmanlık ekibi, alışveriş merkezi projesi geliştirmek isteyen gayrimenkul yatırımcılara butik ve özel danışmanlık hizmeti sunuyor. Alışveriş merkezi ve perakende sektöründe proje geliştirmeden fiziibilité ve raporlamaya, kiralama şartlarının oluşturulmasından birebir kiralama görüşmelerinin yürütülmesine ve proje yönetimine kadar birçok alanda kent kimliğine uygun projeler geliştiren INSIDE AVM Danışmanlık kurucularından Sitare Algan sektörün gelişimine yönelik şu bilgileri verdi: "Alışveriş, eğlence ve yaşam anlayışımıza farklılık getiren alışveriş merkezleri kimine göre kenti gittikçe betonlaştırmıyor, kimine göre de doğru lokasyonlarda yapılmarsa ekonomiyi kaybet alma riski istihdamı ciddi katkılara sağıyor. Bu nedenle öncelikle AVM'lerin belki standartlarda yapılması gereklidir. Artık günümüzde alışveriş merkezleri daralan kent yaşamında ihtiyaçlara kolay, zamanında ve kaliteli ulaşım açısından ciddi olanaklar sağlıyor. Buna rağmen ise insanların sosyalleşme için tercih etikleri en önemli mekanlar."

Değişiyoruz

"Türkiye'de AVM kültürü yaşam biçimimizi, alışkanlıklarımızı, şehir dokumuzu hızla değiştiren bir fenomen haline getidi" diyen Muzaffer Gülöz şöyle devam etti: "Hızlı şehirleşmenin ve tüketim ekonomisinin hayatıma soktuğu bu mekanlar, şehirli



Muzaffer Gülöz
INSIDE AVM Danışmanlık kurucusu

Sitare Algan
INSIDE AVM Danışmanlık kurucusu

insanın pek çok şeyi aynı anda bulup daha fazla ve hızlı tüketebilmesi üzerine kurgulamış. Birbirini ardına açılan AVM'ler pek çok parametre aracılığıyla şehrin yeni cazibe merkezleri haline getiyor. Bu süreç aynı zamanda alışveriş merkezlerini

alışveriş yapılan yer anlayışından çıkararak yaşam merkezi haline getirdi. Önceleri belki noktalarda birkaç alışveriş merkezi vardı ve İstanbul'un farklı noktalardanındaki insanlar buralara geliyordu. Şimdi AVM'lerin her yerde yaygınlaşması söz

konusu, herkesin kendi yaşam alanında tercih ettiği AVM'ler oluştu. Alışveriş ve eğlence alışkanlıklarımızda köklü değişimlere yol açan AVM'ler bireyin dönüşümünün duşunda kentsel dönüşüm sürecine ciddi katkıda bulunuyor. Bulundukları bölgelerde köklü kimlik değişimine yol açan AVM'lerin kent kimliğine kalite getirmesi için yatırımlar sürdürülür olmasının gerekliliği. Unutulmamak gereken ki alışveriş etkinliği insanlık tarihi boyunca tophumsallaşma sürecinin en önemli dinamiklerinden biri. Ekonomik, kültürel ve sosyal her türlü etkileşimin temelinde alışveriş etkinliğini varlığına görebiliriz. Gerçekleştirilen her AVM projesi öncekilerden farklı mimari yapı ve özelliklerile de birbirlerinden farklılık gösteriyor."

Sosyalşeyiz

İçerisindeki konfor, güvenlik hissi ve dekorasyonla da insanların lüks anlayışına bambaşa bir boyut kazandıran alışveriş merkezleri eğlence ve yaşamın da yeni adresi olduğuunu vurgulayan Muzaffer Güloz; "Alışveriş merkezleri özellikle son yıllarda hayatımızın vazgeçilmez bir parçası haline geldi. İçerisinde barındırdığı ürün fiyat çeşitliliği ve aktivite alanlarıyla AVM'ler hafta sonu ve tatil günlerini geçirmek için en çok tercih edilen mekanları oluşturuyor. AVM'ler sadece tüketim değil, istihdam açısından da ülkeye büyük fayda sağlıyor. AVM'ler sosyalleşme açısından önemli fırsatlar sunuyor ve insanlar bu tür merkezlerde kendilerini daha güvende, daha rahat ve sosyal hissediyor" ifadesini kullanıyor.

Konut fiyatları da artıyor

AVM'ler çevresel olarak getirdikleri yeniliğin yanında konut fiyatlarında da artışı getiriyor. AVM'lerin bulunduğu bölgelerde konut fiyat artışı normal. Çünkü bu bölgeler zaten belli bir dinamizme sahip ve gelişime açık. Ayrıca bir proje hayatı geçmeden önce detaylı altyapı çalışmalarının da gerçekleştirildiğini söylemek mümkün. AVM'lerin potansiyel gelişim alanlarına inşa edilmesi, dolayısıyla konutlarda fiyat artışı olağan bir gelişme. Yeni yapılan bir AVM'nin etrafında çeşitli yollar, ulaşım ve peyzaj düzenlemeleri yapılması nedeneyle AVM'ler bulundukları semtler için pek çok imkânlar sunuyor. Bu nedenle konut fiyat artışları da normal karşılanıyor.

Bölgelere göre konsept oluşturma INSIDE AVM Danışmanlık AVM'nin komunu, büyüklüğü, kapsama alanındaki müsteri

profil, rekabete göre AVM tipi ve konseptinin belirlenmesi alanlarında hizmet aylıklığını koruyor. AVM tipi, kiralama alanı, müsteri sayısı öngörülerine göre mağaza karışımı ve kiralama şartlarının önerilmesi hizmetleriyle de bir adım öne çıkan INSIDE AVM Danışmanlık binalara bağlı olarak da yatırımdan elde edilecek kira gelirinin öngörülmesi, çevrede yer alan rekabet koşullarına, müsteri profili, harcama potansiyeline göre proje yatırım raporunun hazırlanması alanlarında da kaliteli hizmet veriyor.

"Yanlış projeler ekonomiye zarar veriyor"

Bir AVM projesinin mevcut tüm teknolojilerin en iyisini ve yenisini kullanması veya en lüks dekoratif unsurları barındırmamasının yeterli olmayacağına işaret eden Sitare Algan şöyle devam etti: "Önemli olan AVM'nin bulunduğu bölgeyle kazandığı bütünlük. Dünyaca ünlü markalara ev sahipliği yapması da farklılık getirmez. Önemli olan içinde bulunduğu toplumu, kenti, kültürünü referans olarak mevcut ihtiyaçları karşılama amacının hedeflenmesi. Gelinen noktada mihyet yatırımcılar, arazi sahipleri ve devlet yetkilileri doğru fizibilite çalışmalarını yapmadan, doğru mimari referansları inşa edilmeden ve ciddi maliyetlerle hayatı geçirilmiş bu alışveriş merkezlerinin ekonomiye olan olumsuz etkisini gördü. Kent bir taraftan doğru projeleri destekleyerek yeni buluşmaların hazırlığını yapmak durumundayken öte yandan yeni planlamalarda eski hataların tekrar edilmesine olanak vermeyecek şekilde hazırlanması gerekiyor. Bizlere düşen yatırımcılar, hükümet, perakendeciler ve danışmanlar olarak kenti, kentin dokusunu, kültürünü, yaşamını daha doğru analiz ederek, gelir elde etme hedefinden önce bölge için doğru ve efektive projeler için, uyum içinde çalışmamızıza devam etmek."

Ortak sorun sürdürülebilirlik

Şehir planlamasının ve alışveriş merkezlerinin ortak sorununun sürdürülebilirlik olduğuna işaret eden Sitare Algan; "Şehir planlamada bir yandan ekonomik verimliliğini artırarak devam edecek projelerle toplumsal, kültürel sürdürülebilir detaylı planlama yapılmalıdır. Planlı gelişmenin sağlanabilmesi için mekansal, sosyal, demografik, ekonomik, tarihsel, kültürel ve ekolojik etmenler birlikte değerlendirilmeli, geleceğe yönelik revize edilebilecek hedefler konulmalıdır ve

uygulanmalıdır. Tüm bu hedeflerin içeriğine alışveriş merkezleri sınırlıye kadar alımlıydı. Bugün şehir planlaması yapılmakta ticari alan olarak yapılan her bölgeye çağdaş ve modern standartlarda alışveriş merkezlerinin yapılması sadece inşaat sektörünü ekonomik açıdan desteklemek anlamına geliyor. Alışveriş merkezleri yapıldıkları tarihlerden itibaren 20-50 yıl yaşayabiliyor. Yapılan yatırımlar yüksek değerlerde olduğu için geri dönüşleri tahmin edildiği gibi kısa zamanda gerçekleşmiyor. Uzun ve çaba sarf edilmesi gereken bir yolculuk. Son dönemde yapılan yan yana alışveriş merkezleri ya da belirli bölgelerde yoğun şekilde yapılmış çok sayıda alışveriş merkezi ister istemez 'Bir planlama yok mu?' sorusunu gündeme taşıyor. Alışveriş merkezinin bulunduğu noktada nüfusun gelir seviyesi ve yoğunluğu incelenmeden ardi ardına projelerin yapılmasına bir şekilde izin verilmesi orta ve uzun vadede yatırımların sürdürülür olmasının açısından ciddi sıkıntı yaratıyor. Yatırımlar verimliliğini kaybediyor hatta zarar edilecek hale geliyor. Bu sorunun ortak çözüm noktası sürdürülür olmak ise şehir planlaması yapılmakta şehrin bütünlüğe uygulanan analizlerin alışveriş merkezi sayısının üzerine de kurgulanması gerekiyor" diyor.

Danışmanlık hizmeti önemli

"Ülkemizde AVM yatırımlarının 'popülerleştiği' son yıllarda yatırımcıların fırsatları doğru değerlendirmekten öte sadece kaçırılmamak adına buldukları ilk ortsaya imar şartlarını zorlayarak el verdiği ölçüde, maksimum kiralayabilir alım hedefleyerek yaptıkları projeler problem oluşturuyor" ifadesini kullanan Muzaffer Güloz sözlerini şöyle tamamladı: "Bu projeler gerek yeterli kiralayabilir alanlara sahip olmamaları, gerekse de yapılan itibarıyle modern ticari yapılar haline getiriliyor. Bunu yanında danışmanlık hizmetlerini önemseyen AVM yatırımcıları, kiralamanın ve yönetimin profesyonel bir iş kolu olduğu bilinciyle hemiz proje ve konsept geliştirme aşamasında bizi projeye dahil ediyor ve bu şekilde ekib çalışmasıyla minimum hatayla çalışıyor. Günümüzde kader yapılan yanlış projeler gösterdi ki bir AVM'nin doğru kurgulanması ve işletilebilmesi için kiralama ve yönetim süreçlerinde mutlaka bir danışmanlık hizmeti alınmalı, bilinen doğrularla deneme yapılmalı ullaşılmalıdır. Doğru yönetilemeye bir AVM süreç içinde profesyonel destek alarak işletme körüğünden kurtulup verimli hale getirilebilir. Önemli olan doğru zamanda doğru kararlar alabilmek."

BENİMLE OYNAR MISIN?

CAPITOL

Capitol Alışveriş Merkezi, dünya tarihinde kültür olmuş yüzlerce oyuncağı yeni yıl dekoruna taşıyor. Yeni yıl, Oyuncak Fabrikası dekoru ile karşılayan Capitol, yeni yıl alışverişine özgü "mutluluğu" ikiye katlıyor.



Mutluluk Paylaştıkça Coğalır

Dev formlarda kurşun askerler, masal karakterleri ve birçok oyuncağın yer aldığı renkli bir dünya yaratılan Capitol, sevdiklerimiz ve kendimiz için yapacağımız yeni yıl alışverişine masallardan çıkma bir mutluluk katıyor.

Capitol'um benzersiz yılbaşı dekorasyonu ve birbirinden sık mağaza vitrinleri, yeni yıl için coşkulu bir bekleyiş içerisinde! Yılbaşı gecesi için en sık kıyafetler, hediye seçimi için zengin alternatifler Capitol'de modayı ve trendleri takip eden seçkin ziyaretçilerle buluşturacak.

Modadan, kozmetik, ev tekstili ve teknolojiye kadar birçok markanın ve sürprizlerle dolu fırsatların karşılaşacağı Capitol dünyasına 1 Aralık itibarıyle ulaşabilirsiniz.

Capitol tüm misafirlerini mutlu, heyecanlı ve sürprizlerle dolu dünyasına davet ediyor.



Günde ortalama 2-3 porsiyon kahve tüketerek kahvenin sağlık üzerindeki tüm olumlu etkilerinden faydalananın mümkün. Türk kahvesi, hazır toz, granül kahveler, filtre kahve kısaca tüm kahve çeşitlerini tercih edebilirsiniz.

İpek Ağaca
Uzman Diyetisyen

KAHVE İÇ DEPRESYONDAN KORUN

Depresyon ile günden güne daha sık karşılaşırız. Yoğun iş, okul tempusu, hareketsizlik, bilgisayar başında fazla zaman geçirmeye, yoğun stres ve sağıksız beslenme gibi faktörler, bizi çığımızın hastalığı depresyon'a yaklaştırıyor. Depresyona karşı korunmak için; yaşam kalitesini artırmak, düzenli spor yapmak ve sağlıklı beslenme alışkanlığı kazanmak oldukça önem taşır.

Peki kahve'nin depresyon'a karşı koruyucu olduğunu biliyor musydunuz?

Son yıllarda yapılmış bir çalışmaya göre, günde ortalama 4 kupa kahve içen kişiler, hiç içmemeyenlere oranla % 15 daha az depresyona giriyorlar. Araştırmacılar, kahvenin mutluluk vermesinin nedenini, içindeki güvenilir antioksidanlara bağlıyor. Kahvenin hafif bir antidepressan gibi etki gösterip, serotonin ve dopamin gibi sinirsel salgıların üretimine yardımcı olduğu da düşünülmüştür. Uzman Diyetisyen İpek Ağaca, kahve'nin mutlu hissettirici etkisi bilimsel olarak da üzerinde durulan bir konu olduğunu belirterek kahvenin depresyona karşı etkisini anlattı.



Bazen kokusu bile yetiyor!

Kahve'nin kokusu bile sakinleştirici ve keyif verici özelliğe sahip. Bir başka araştırmada; fareler üzerinde yapılan bir deneye göre, az uyku nedeniyle strese giren fareler, kahvenin kokusuna maruz kaldıklarında, beyinlerinde bu strese bağlı olarak oluşan proteinde de bir değişim yaşanmış. Bazen kahvenin sadece kokusu bile insanların mutlu etmeye yanyor.

Kahve'yi nasıl tercih etmeli?

Günde ortalama 2-3 porsiyon kahve tüketerek kahvenin sağlık üzerindeki tüm olumlu etkilerinden faydalananın mümkün. Türk kahvesi, hazır toz, granül kahveler, filtre kahve; kısaca tüm kahve çeşitlerini tercih edebilirsiniz. Kilo kontrolü için; kahvenizi şekersiz ve şurupsuz tercih etmelisiniz. Kahvenize sütlü ekleyerek tüketebilirsiniz. Bu şekilde hazırladığınız protein kalitesi yüksek, tok tutan ve kaloriyundan zengin 'sütlü katılmış kahve'nizı ara öğünlerde tercih edebilirsiniz. Kahvenin, kan şekerini dengeleme özelliği de bulunduğuundan sağlıklı bir ara öğün alternatifidir.

BİR BESLENME DEHASI "DUKAN"

AKASYA ACIBADEM'DE MERAKLILARIN SORULARINI YANITLADI



Dünyanın pek çok ülkesinde kadın erkek birçok insanı ideal bir kiloya ulaşutan Sağlıklı Yaşam ve Beslenme Uzmanı Dr. Pierre Dukan İstanbul Akasya Acibadem'e gelerek takipçileriyle buluştu. Dengeli beslenmenin ipuçları ve kilo kontrolü konusunda Akasya Acibadem'de tüm soruları yanıtlayan Dr. Dukan, obeziteyi çağın sorunu olarak tanımladı. Dukan diyetinin bir yaşam tarzı olduğunu anlatan Dr. Dukan, fenomen diyetinin üzerinden geçerek sağlıklı beslenmenin formülünün "Sıfır yağ, sıfır şeker ve yulaf kepeği" olduğunu belirtti.

Anadolu yakasının çekim merkezi Akasya Acibadem etkinlikler serisine bir yenisini daha ekleyerek fenomen diyetin sahibi Dr. Pierre Dukan'ı ağırladı.



YILBAŞI ÖNCESİ 1 BEDEN KÜÇÜLÜN

Yeni yıl yaklaşırken hepimiz kendi kendimize sözler verir, dileklerde bulunur ve bazen de değişim kararları alırız. Karanız yeni yıl fit&formda karşılaşmak ve yılbaşı geceşinin yıldızı olmak ise değişim için bir an önce harekete geçin. Uzman Diyetisyen Gamze Şanlı Ak, bu gecenin yıldızı olmamız için size harika ipuçları veriyor. Hem yılbaşı geceşine hazırlamakta nasıl kilo vereceğinizi anlatan Gamze Şanlı Ak, Yılbaşı gecezi de verdığınız kiloları nasıl koruma altına alabileceğinizi açıklıyor.

Yılbaşına Hazırlık

Yılbaşıdan bir hafta önce daha az yağ ve şeker içeren bir beslenme düzeni oluşturup, taze sebze, meyve, baklagil, tohumlar ve yağsız proteine ağırlık verirseniz yılbaşı akşamı için hazırlık yapmış olursunuz. Ön hazırlık ve daha sonra da dengeleme programı yaparak, hem keyifi bir akşam geçirirsiniz hem de yeni yıla fazla kilo ile girmemiş olursunuz.

Yılbaşı Geceşinin Yıldızı Siz Olun

1 haftalık Menü

Kahvaltı

•3 gün: Moso- Süper smoothie

Yeşil Detoks Smoothie Tarifi: 1 avuç ıspanak, 1 adet elma, yarım muz, 1 yemek kaşığı yulaf ezmesi, 1 tatlı kaşığı keten tohumu, 1/2 çay kaşığı zencefil, 1 tatlı kaşığı tarçın, 1 bardak su ile hepsini blenderde karıştırıyoruz.

•2 gün: 4 yemek kaşığı probiyotik yoğurt+ 3 yemek kaşığı yulaf+ 1 dilim ananas+ 1 kivi+ 1 çay kaşığı keten tohumu ve tarçın

•2 gün: 2 yumurta akı ile sebzeli yağsız omlet (içine 1 yemek kaşığı yulaf ilave edilecek)+ 1/2 avokado

Ara

15 adet çiğ badem + yeşil çay

Öğle

•3 gün: Moso-Ödem atıcı çorba (doyana kadar) + 2 adet wasa

Ödem Atıcı Çorba Tarifi: 3 orta boy kabak, 1 yemek kaşığı bulgur, 3 adet kuşkoumaz, 1 demet dereotu, 1 orta boy soğan, 1/2 çay kaşığı zencefil, 1 su bardağı light süt veya 3 adet light karper peynir. Yapılışı: kabak, bulgur, kuşkoumaz, dereotu, soğan 6 bardak su ile pişirin, blenderden geçirin kaynamaya başlayınca yavaş yavaş karıştırarak süti veya peyniri ilave edin ve doyana kadar içilebilir.

•3 gün: 6 yemek kaşığı zeytinyağlı sebze+ 4 yemek kaşığı yoğurt+ 1 dilim esmer ekmek



•1 gün: Kinoa salatası+ 1 bardak ayran+ 1 adet wasa

Kinoa Salatası Tarif: 1/2 su bardağı kinoa, 1/2 avokado, 1 adet orta boy salatalık, 5 adet cherry domates, 1/4 demet maydanoz, 1/4 demet maydanoz, 1/2 limon suyu, 1 tatlı kaşığı zeytinyağı, 1 tatlı kaşığı nar ekşisi, tuz, çekilmiş karabiber. Yapılışı: Kinoa'yı pişirmeden önce 10-15 dakika oda sıcaklığında suda bekletin. Daha sonra orta ateşte yaklaşık 15 dakika taneler yumuşayana kadar pişirin. Üzerine avokadolu ve salatalıklı küp küp kesip ve diğer tüm malzemeleri de ekleyin.

Ara

1 yeşil elma veya ½ nar+ 1 bardak kefir veya probiyotik yoğurt.

Akşam

•3 gün: 200 gram izgara balık+ Yeşil salata (1 tatlı kaşığı yağı, limon, sumak)

•2 gün: Bol domates ve soğanlı mantar sote+ 4 yemek kaşığı yoğurt+ 1 dilim esmer ekmek

•1 gün: Nohutlu Mercimek Salatası+ 1 bardak ayran

Nohutlu Mercimek Salatası Tarif: 1 çay bardağı yeşil mercimek, ½ çay bardağı nohut, yarım demet maydanoz, 1 adet domates, 1 küçük boy kuru soğan, 1 tatlı kaşığı zeytinyağı ve nar ekşisi, limon.

Yapılışı: Yeşil mercimek ve nohut haşlanıp, soğutulur. Üzerine domates, maydanoz ve kuru soğan ince ince doğranarak ilave edilir. Son olarak zeytinyağı, limon, nar ekşisi, bir küçük kapta karıştırılarak, salataya eklenip servis edilir.

•1 gün: 1 tatlı kaşığı yağı ile ıspanak sote+ 1 kase cacık+1 dilim tam buğday ekmeği

Ara

1 dilim ananas veya 1 adet mandalina

***Gün boyu kahve içilmeyecek ve ödem atıcı çay uygulanacaktır.

Ödem Atıcı ve Tok Tutucu Çay Tarifi:

1.5 litre suda, 1 demet maydanoz, 1 tutam misir püskülü, 1 tutam kiraz sapı, 2 dal kabuklu tarçın, ½ ceviz büyüklüğünde taze zencefil (rendelenmiş olmalı), beraber kaynatılıp sizildükten sonra içine 1 adet limon suyu, 6-7 adet taze nane yaprağı, 2-3 adet karamfil eklemelidir.

URYAD RADYO DİNLEYİCİ ÖLÇÜMÜ ARAŞTIRMA RAPORU AÇIKLANDI



RTÜK Başkanı Prof. Dr. Davut Dursun'ın, Türkiye'nin önde gelen medya gruplarına bağlı olan radyoların, bağımsız radyo yöneticilerinin, reklam ve medya dünyasından önemli temsilcilerin katıldığı etkinlikte açılış konuşması URYAD A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı İlhan Uzundurukan gerçekleşti.

Araştırma konuşundaki görüşlerini paylaşmak üzere kürsiye davet edilen RTÜK Başkanı Prof. Dr. Davut Dursun, araştırmaın ve ölçümlemin önemine değinerek yapılan çalışmada duyduğu memnuniyeti dile getirdi. URYAD olarak uzun ve zahmetli bir sürecin ardından sona gelinen noktada araştırma sonuçlarının sektörün gelişmesine katkı sağlayacağına inandıklarını belirten URYAD A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı ve Genel Müdürü Olcay Akay, "URYAD, bu kritik çalışmada dünyadan en saygın araştırma şirketlerinden biri olan Nielsen'in profesyonelliği ile ilerlemeyi uygun gördü. Sektorümüzü güvenilir bilye ihtiyaç duyduğum böyle bir süreçte dünya standartlarında bir sistemle yapılan bu çalışmamız, güvenilirliğiyle kabul ve saygı göreceğine inancımız tam. Tutarlı ve hesap verebilirlik esaslarına uygun olarak yapılan bu araştırma, radyoların reklam yatırımlarından daha fazla faydalananın yanında yürütülen çalışmalara da güç katacaktır" dedi. Nielsen Watch Türkiye Genel Müdürü Erdem Tolou ise URYAD Radyo Dinleyici Ölçümü Araştırması'nın dünya araştırma sektörü standartlarında bir kaliteyle sonuçlandırdıklarına dikkat çekerek, "URYAD A.Ş ile bu önemli araştırmayı gerçekleştirmek üzere geçtiğimiz Şubat ayından itibaren büyük bir özveriyle çalışıyoruz. 6112 sayılı yasa ve ilgili RTÜK yönetmeliğinde (Yayın Hizmetlerinin İzleme ve Dinlenme Oran Ölçümlerinin Yapılmasına ve Denetlenmesine İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik) belirtildiği şekilde çalışmalar bilimsel, tarafsız ve şeffaf olarak yapıldı. Nielsen ve URYAD A.Ş.'nin bu önemli çalışması bundan sonra hem radyo hem de reklam sektörlerine önemli katkılar sağlayacaktır" şeklinde konuştu.

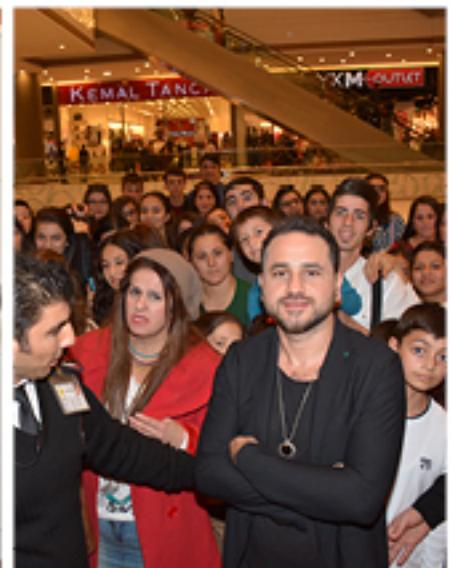
Türkiye'de radyo sektörünün uzun zamandır beklediği URYAD Radyo Dinleyici Ölçümü Araştırması'nın sonuçları, URYAD A.Ş ile Nielsen ev sahipliğinde İstanbul Feriye Lokantası'nda düzenlenen lansman ile açıklandı.

Sıra	Kanal Adı	Cume	Reach%	
			Toplam	Dinleyen
1	Kral FM	853,315	6.07%	14.01%
2	TRT FM	545,893	3.88%	8.96%
3	Power Türk	519,696	3.69%	8.53%
4	Süper FM	352,189	2.50%	5.78%
5	Metro FM	322,152	2.29%	5.29%
6	Radyo Seymen	318,671	2.27%	5.23%
7	Best FM	303,294	2.16%	4.98%
8	SlowTürk	289,043	2.05%	4.75%
9	Show Radyo	244,172	1.74%	4.01%
10	Power FM	244,032	1.73%	4.01%
11	Joy Türk	230,141	1.64%	3.78%
12	Radyo Fenomen - Bölgesel	219,026	1.56%	3.60%
13	Kral Pop	177,901	1.26%	2.92%
14	Radyo 1	132,674	0.94%	2.18%
15	Radyo 7	127,988	0.91%	2.10%
16	Radyo D	112,74	0.80%	1.85%
17	NTV Radyo	111,461	0.79%	1.83%
18	Joy FM - Yerel	99,891	0.71%	1.64%
19	TGRT FM	78,439	0.56%	1.29%
20	Radyo Viva	72,305	0.51%	1.19%
21	Karadeniz FM - Bölgesel	62,996	0.45%	1.03%
22	Radyo Alaturka - Yerel	53,207	0.38%	1.03%
23	Kanal Türk	52,083	0.37%	0.86%
24	Aşk FM - Bölgesel	44,209	0.31%	0.73%
25	Medya FM -Bölgesel	36,957	0.26%	0.61%
26	CNN TÜRK Radyo - Yerel	31,157	0.22%	0.51%
27	Baba Radyo - Bölgesel	30,35	0.22%	0.50%
28	Radyo Spor - Bölgesel	27,955	0.20%	0.46%
29	Radyo Müzik	27,453	0.20%	0.45%
30	Virgin Radio - Yerel	25,011	0.18%	0.41%

OPTIMUM ADANA BORA DURAN'ı AĞIRLADI



29 Kasım Cumartesi günü pop müziğin sevilen isimlerinden Bora Duran Adana'da Optimum Outlet'de hayranları ile bir araya geldi. Öncesinde mini bir konser veren sanatçıya şarkılarda binlerce kişilik Adana Optimum korosu eşlik etti. Yaklaşık iki saat süren imza gününde ise sanatçı sempatik tavırları ile dikkat çekti. Farkındalık Stüdyosunun organize ettiği etkinlikten sonra sanatçı Mersin'de ki konserine hareket etti.



OFİS ŞIKLIĞINI FOREVER NEW İLE YAKALA



Dünyanın farklı şehirlerinden ilham alarak hazırladığı koleksiyonlarıyla modaya yön veren Avustralyalı giyim markası Forever New, 2014-2015 Sırbahar Kış Koleksiyonu ile kadınların ofis şıklığını artıracak kombinleri ile herkesi büyüleyecek. Forever New birbirinden farklı stil sahibi koleksiyonları ile hem rahat hem de sık bir görünüm yakalamanı isteyen kadınların adeta yardımına koşacak.

Zıt renklerin buluştuğu koleksiyon

Sıcak kuş günlerinde genç kadınların içini Snow Blossom koleksiyonu ile ısıtan Forever New, rengarenk koleksiyonu ile ofis ortamını adeta çiçek bahçesine dönüştürecek. Anna detaylarında yer alan sırbaharın göstergesi karışık ve zıt dokular, yeni kapitone desenler, eklemleri motifler, parlak jakarlı ve yumuşak kar çiçeği desenli ipeksi kumaşları ve akıcı drapeleriyle Snow Blossom koleksiyonu bu sezon ofis kadınlarının favorisi olacak.

Soğuk havaların etkisinin her geçen gün arttığı, kalın kıyafetlerin gardıroplarda yerini aldığı bugünden ofis şıklığına önem veren kadınların yardımına Forever New koşuyor. Forever New, koleksiyonları ile ofis kadının hem rahat hem de sık birbirinden renkli alternatifler sunuyor...

Ofisin iddialı ve tarz sahibi kadını

Neon renk cümbüşünü ve pop art baskılı tasarımların kullandığı 1960'lar Londra'sının şıklığını günümüzün stil sahibi kadının ayağına getiren Carnaby Street koleksiyonu ise Forever New kadının iddiasını ortaya koyuyor. 60'lı yıllarda moda dünyasında firtına gibi esen "modernizm" hareketinden etkilenen ikonik koleksiyon, stil sahibi genç kadınlar için yeniden tasarlandı. Forever New kadının cesur renklerdeki çift sıra düğmeli ceketler ile düz pantolonlar ve kontrast renkli lüks kazaklar üzerine giyilen kabamlar ile toplantıların adeta yıldızı olacak.

Rüyalarım şıklığı

Forever New'in göz alıcı koleksiyonu Park Avenue Princess, şehirli kadına kendisini prenses gibi hissetirecek. Forever New kadına kendisini bir rüyada yaşamayı yaşatan koleksiyon, tüm gün sık ve rahat bir stil sunacak.

FOREVER NEW

MALEMOTTO / 10. sayı / Aralık 2014



ANTAKYA PALLADIUM'DA ATİYE RÜZGARI

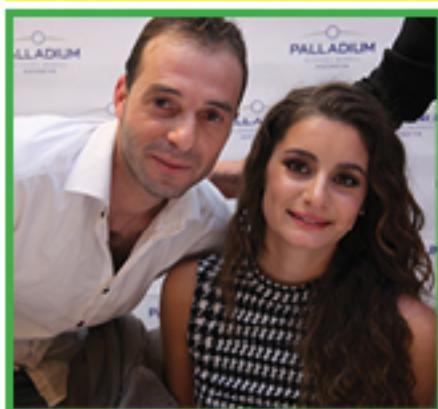
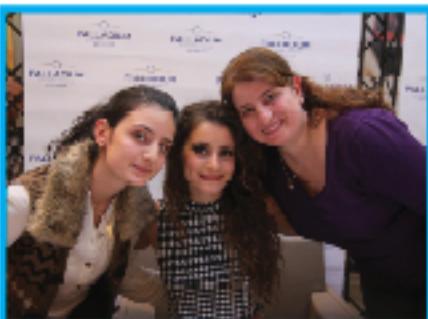


23 Kasım'da Antakya Palladium AVM'de düzenlenen etkinlikte ünlü sanatçı Atiye muhteşem performansı ile hayranlarını coşturdu. Mini konserin hemen ardından hayranlarına imza dağıtan genç sanatçıyla Antakya'lıların ilgisi oldukça yoğundu.



Antakya Palladium Alışveriş Merkezi'nde düzenlenen Atiye imza günü ve mini konser etkinliği beklenenden çok daha yoğun ilgi ile karşılandı. Mükemmel performansı ile Antakya'lıları coşturan Atiye dansıyla izleyicilere keyifli anılar yaşattı. Mini konserinin hemen ardından hayranlarına imza dağıtan Atiye'ye hayranları ile fotoğraf çekilmeyide ihmal etmedi.





DÜNYANIN BİR NUMARALI EĞİTİM EĞLENCE PLATFORMU DISCOVERY MUSEUM İSTANBUL'DA AÇILDI



Discovery Museum, her yaştan çocuğun, keşif ve öğrenme duyularını geliştirecek, iştirahî yapacağı arkadaşlarıyla sosyalleşme yetisini güçlendirecek; öğrenerek eğlence deneyimini birarada sunacak bir platform. Çocukların saatlerce vakit geçirip hiç sıkılmadığı, ailelerce en çok tercih edilen yerden biri olan Discovery Museum, Türkiye'deki ilk şubesini Kasım'da Bahçeşehir Prestij Mall AVM'de açıldı.

Discovery Museum'u farklı kılan en önemli özellik, çocukların burada özgürlük hareket etmesi, her şeyle temas içinde olsabilmesi. Gittikleri birçok ortamda 'dokunuşa' gibi olumsuz komutlar verilip birtakım kurallar çerçevesinde oynamalar beklenirken, Discovery Museum'da çocuklar, tam tersi her şeye dilediklerince dokunabilir, gönüllerince oynayabiliyorlar.

Yaklaşık 1000 metrekarelik alanda kurulan Discovery Museum, birçok oyun alanı, parti odaları, kafe ve mağazadan oluşuyor. Dinazor Keşif ve Kazı Alanı, Kargo Gemisi, Oto Servis/Tamirci, İnşaat Ev, Manav, Başa Bela Balonlar, Tiyatro ve Restaurant gibi, çocukların istediği kadar istediği şeyle oynayabilecekleri eşsiz bir mekan Discovery Museum.

İki genç, kadın girişimci Melda Berk ve Oya Cengiz tarafından Türkiye'ye getirilen Discovery Museum'da oyun alanlarının yanı sıra, kafesinde yemek yenebilcek, parti odalarında doğumgünü gibi etkinlikler düzenlenebilecek, ayrıca müzeye özgü ürünlerin satıldığı mağazadan alışveriş yapabilecek.

Türkiye'nin en kapsamlı, özgün çocuk eğitim, eğlence platformu Discovery Museum ile, çocuklar içlerindeki doğal yaratıcılığı geliştirirken, üretilen bireyler olmaları teşvik edilecek.

Başta Amerika olmak üzere dünyanın birçok ülkesinde oldukça popüler olan Discovery Museum şimdi Türkiye'de! Çocukların yaratıcılığını ve meraklılığını besleyerek sağlıklı gelişimine katkıda bulunan Discovery Museum, ailelerin çocuklarıyla kaliteli zaman geçirmelerini sağlayan çocuk-merkezli bir öğrenme, eğlence ortamı. Konseptinin özgünlüğü sebebiyle de, Türkiye'de eşi bulunmuyor.

Müzeye giriş ücretleri de benzeri birçok yere göre oldukça uygun. Tüm günlük giriş ücreti, anneler için 20 TL, çocuklar için 35 TL.

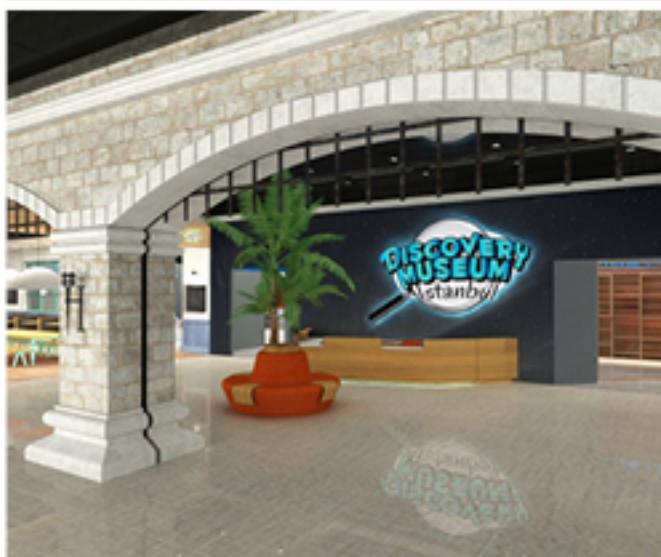
Kurucu ortaklardan Melda Berk, kuruluş hikayelerini şöyle aktarıyor: "2002 yılında İşık Üniversitesi'nden mezun olup 2005'te Finans ve Pazarlama masterimi NYIT'de tamamlayıp Oy Grubu'na Finansal Danışmanlık ve Hukuk şirketinde görevime devam ederken, 2008 yılında Bahçeşehir Üniversitesi'nde Avrupa Birliği İlişkileri ve Hukuk masterimi tamamladım. Bütün bu eğitimlerden sonra iki çocuk annesi olunca iş hayatuma ara verdim. Bu süreçte çocuklarınla kaliteli ve keyifli vakit geçirmek istedim. İstanbul gibi kosmopolit bir şehirde çocuklarıma aşıveriş merkezleri içinde hiçbir eğiticiliği olmayan aktivitelerin yapıldığı yerler dışında götürecek bir yer bulamadığımı fark ettim. Eşimin kuzeni ile çocuklar ile yapılacak aktiviteler hakkında konuşurken, iki yıl önce Amerika seyahatlerimiz sırasında keşfettiğimiz Discovery Museum'un burada olması gerektiği komusunda hemfikir oldum. Ve, bunun için Amerika ile görüşmelere başladık. Şimdi Kasım'da hayalimizi gerçekleştiriyor ve Discovery Museum'u İstanbul'a biz kazandırıyoruz."

Diğer ortak Oya Cengiz ise, kuruluş amaçlarını şöyle anlatıyor: "Marmara Üniversitesi'ndeki eğitimimi tamamsaldıktan sonra Amerika'da reklamcılık ve pazarlama eğitimi aldım. Uzun yıllar birçok farklı yabancı markamın Türkiye temsilciliklerinde görev yaptım. Çocuk sahibi olan tüm kadınlar gibi ben de anne olduktan sonra hep çocuklarınla ilgili bir şeyler yapmayı hayal ettim. Bir anne olarak hissettiğim eksiklik İstanbul'da çocukların eğlenceli keyifli zaman geçirirken aynı zamanda gelişimlerine katkı sağlayacak yerlerin



Melda Berk ve Oya Cengiz
Discovery Museum Kurucu ortakları

cok kısıtlı olmasındı. Buradan yola çıkararak Melda ile Amerika'da birçok eyalette bulunan Discovery Museum ile franchise anlaşmalarını yapmak için görüşmelere başladık ve pilot bölge olarak Bahçeşehir'de başlamaya karar verdik. Amacımız, İstanbul'da tüm anne ve babaların kolaylıkla ulaşabilecekleri noktalarda şubeler açmak."



ZORLU'YA BİRİNCİ YILINDA MARCOM AWARDS'DAN 3 ÖDÜL



Dünyanın en köklü ve saygın pazarlama ve iletişim platformlarından AMCP (Association of Marketing and Communication Professionals Pazarlama ve İletişim Profesyonelleri Derneği) tarafından düzenlenen ve her yıl 6 binden fazla projenin yer aldığı MarCom Awards'dan Zorlu Alışveriş Merkezi'ne 3 ödül geldi.



Uluslararası birçok ödüle layık görülen Zorlu Center, tüm fonksiyonlarıyla ödüller kazanmaya devam ediyor. Zorlu Alışveriş Merkezi açıldığı ilk yılda gerçekleştirdiği 3 proje ile MarCom Awards'da ödüle layık görüldü.

Yanşında Zorlu Alışveriş Merkezi, Disney Prensesleri (Modamın Sıhri) projesiyle; iletişim, halkla ilişkiler ve kurumsal sosyal sorumluluk kategorisinde Platin, 'Yeni Yıl Festivali' projesiyle pazarlama, tanıtım kampanyası ve özel event kategorisinde Gold, 'İlkbahar Festivali' projesi ise yine aynı kategoride Platin ödülün sahibi oldu.

Zorlu Alışveriş Merkezi, 'Disney Prensesleri' projesiyle; anlamlı bir sosyal sorumluluk projesini hayatı geçirmiştir. Ünlü tasarımcılarını hazırladıkları Disney Prenses temali elbiseler, "Bir Dilek Tut Derneği, Make-A-Wish® Türkiye" yararına açık artırmaya ile satışa sunuldu. Elde edilen gelirle hayatı tehlike taşıyan hastalıklarla mücadele eden 25 minijin hayalleri gerçek oldu. Ödülde layık görülen diğer projeler Yeni Yıl ve İlkbahar Festivali ise farklı yaş gruplarına hitap eden konseptli etkinlikleri ve güçlü iletişim çalışmalarıyla öne çıktı.

YENİ BAŞLAYANLAR İÇİN AVM'DE SOSYAL MEDYA KULLANIMI



Mutlu Yeşiltepe
Best FM Genel Yayın Yönetmeni
Program Yapımçısı

1. Adım (Giriş)

"Tm at Marmarapark AVM - Soğukta hafif ışındık, sevdigimle gezip tozmaya geldik." Şeklinde bir check-in yapılır. (Kız arkadaş etiketlenir, simgelerden kalp seçilir. İlk adımı erkek tarafının olması muhtemel bir ilişki kavgasını önleyecektir.)

2. Adım (Alışveriş)

Genç kızlar en az bir adet "Ben buna bayıldımınım" mesajı eşliğinde, çizme veya renkli spor ayakkabı fotoğrafı paylaşmalıdır. Yakın zamanda böyle bir fotoğraf paylaştıysanız geyikli tayıt fotoğrafı çekip "Hala var mı bunları giyen yaaa" yazabilirsiniz.

Not: Erkekler klasik ayakkabı veya takım elbise reyonunda habersizce çekilmiş gibi fotoğraflar paylaşabilir.

3. Adım (Sinema)

Eğer izleyeceğiniz normal bir filmse, film afisinin fotoğrafını çekip "Murat Boz izlemeye geldikkkk..." şeklinde tweet atmanız yeterli olur. (En az dört "k" harfi kullanmalısınız. Buradaki "k" harfi ne kadar çok olursa o kadar eğlenceliyorsun, gençsin, çığlısun havası katar.

Not: İzleyeceğiniz film üç boyutlu ise gözüklerle çekilmiş bir fotoğraf daha iyi olacaktır. Ayrıca film çıkışında kesinlikle fikrinizi belirten bir cümleyi paylaşın. ÖR/ "Ben bu adamı seviyorum yaa."

Sene neredeyse 2015 ve günümüzde alışverişe gitmek istiyorsanız sosyal medyanın inceliklerine hakim olmak zorundasınız. Çok açık söyleyorum üç beş sene sonra insanlar bu kuralları bilmeyeni düğünlerine çağrılmayacak, çay taşırken boşluklarına "muccck" yapacak, Türk filmlerindeki gibi çember kurup kahkahalarla birbirlerine ittirecekler.

Bende sizleri önceden uyarmak için bir rehber hazırladım; aşağıdaki listeyi uygulayarak kolayca topluma uyum sağlayabilirsiniz. Kolay gelsin.



4. Adım (Yemek)

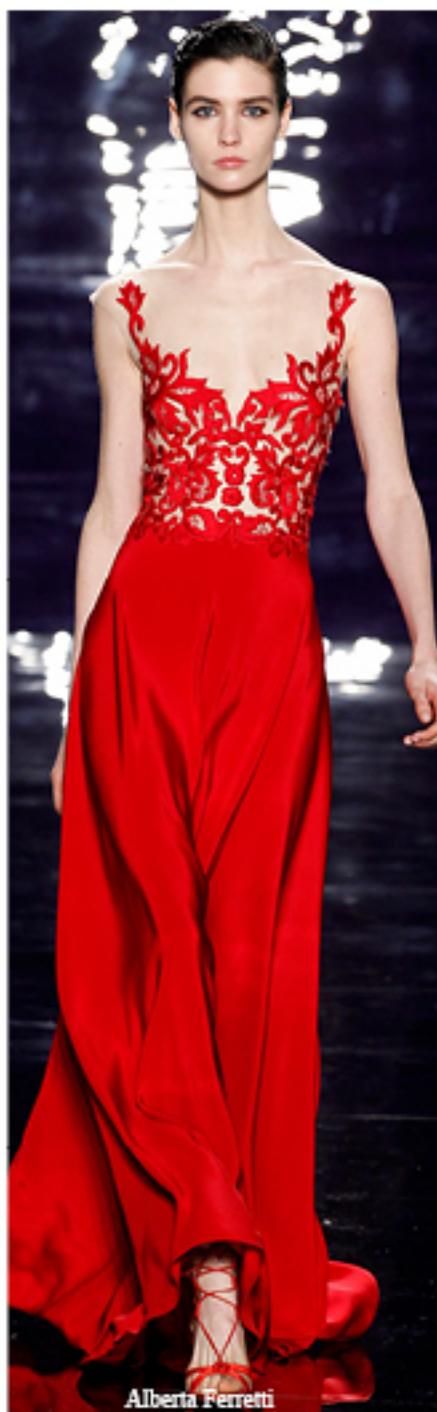
Yemek bölümünde en etkili silahımız Instagram olacaktır. Kadınlar masadaki bütün yemekleri önlere alarak, "Hepsini tek başına yiyeğmuş" gibi pozlar verebilir. (Son dönemde "Spot vaktiiii" gibi paylaşımalar yapmayıza, yalmazca salata fotoğrafı paylaşmanız daha tutarlı olacaktır. Salata fotoğrafını çektiğten sonra lahmacundur, adana dürümdür, tamamdır artık Allah ne verdiyse saldurabilirsiniz.)

5. Adım (Veda)

Eğer bir sosyal medya kullanıcısınız; AVM'de en çok siz eğlennemeli, en çok siz aşık olmalı, en ucuz ürünü siz bulmalısınız. Bu nedenle alışveriş boyunca ara ara kahkaha atıymuş, göz göre bakıymuş, çok poşet taşıyormuş gibi pozlar verip; "Bir günü daha bitirdik" gibi bir paylaşım yapmalısınız.



YILBAŞI GEÇESİNE HARVEY NICHOLS İMZASI



Alberta Ferretti

Birbirinden şık ve çekici tasarımların yer aldığı Harvey Nichols 2014-15 Sonbahar/Kış Abiye Koleksiyonları, zamanlus bir şıklığı temsil eden birbirinden göz alıcı modelleriyle davetlerin en şıkı kadını yaratıyor.

Özel kumaşlar, uçuşan etekler, zarif ve asil dekolteler, elegan işlemeler bu sezon Harvey Nichols'da yer alan abiye koleksiyonlarında öne çıkıyor. Elie Saab, Reem Acra, Alberta Ferretti, Zuhair Murad gibi dünyaca ünlü birçok markanın birbirinden şık alternatifleri dikkat çekiyor.

Bu sezon davetlerde göz kamaştırmak istiyorsanız Harvey Nichols'a mutlaka uğrayın.



Elie Saab



Zuhair Murad

Harvey Nichols Ankara Next Level AVM
Eskişehir Yolu-Dumlupınar Blv Next Level AVM
Ankara Tel : 0312 287 93 12

Harvey Nichols İstanbul Kanyon AVM
Büyükdere Cad. Levent, Kanyon AVM
İstanbul Tel: 0212 319 1100



Alberta Ferretti



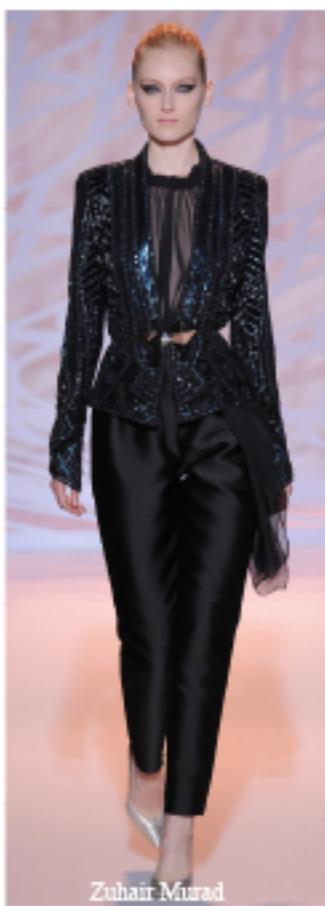
Alberta Ferretti



Alberta Ferretti



Elie Saab



Zuhair Murad



Reem Acra



Elie Saab



Zuhair Murad

SMG'NİN AVM'LERDE REKLAM YAYINI PROJESİ HİZLA BüYÜYOR



Başta AVM ve zincir mağazalar olmak üzere, ticari alanlarda markaya özel ve yasal müzik yayını hizmeti sunan SMG, yeni projesiyle fark yaratmaya devam ediyor. Geliştirdiği özel yazılımla, AVM'lerde ortak alanlarda reklam yayını uygulamasını hayatı geçirilen SMG, bu projeyle AVM'lere ek gelir olanağı sağlarken, ulusal markalara yeni bir reklam mecrası kazandırıyor.

SMG, 2013 yılında başlattığı AVM'lerde ortak alanındaki müzik yayını projesi ile AVM ve reklam sektörünü kazançlı bir alanda buluşturmayı devam ediyor. Şu an müzik yayını hizmetinin devam ettiği ve sistemin kurulu olduğu 85 AVM'den 40 tanesi ile reklam yayını hakları sözleşmesini yapan SMG'nin hedefi, kısa sürede Türkiye'deki tüm AVM'lerde bu uygulamayı yaygınlaştırmak.

Halen 85 AVM'de ve perakende mağazaların tüm şubelerinde müzik yayını hizmeti veren ve yeni mecrası da hızla genişleten SMG'nin kurucu ortakları Moris Alhale ve Güler Alimgil yeni projelerini anlatıyor.

Biraz SMG'den ve verdiği hizmetlerden bahseder misiniz?

Gül Gürer Alimgil: Biz, dünyaya markalarından küçük işletmelere kadar, hizmet verdığımız tüm firmaların müşterileriyle kurumsal kimliği arasında bağ kurmasına yardımcı olacak müzik, bekleme müziği, anons, jingle, entegre ses-görüntü, ekran yönetimi, reklam yayını projeleri konusunda hizmet veriyoruz. AVM'lerde ve perakende sektörümüzdeki zincir mağazalarla hem ziyaretçilerin keyfi vakıt geçirmesi hem de bu sistemi kullanan firmaların yayındıkları müziklerin yasal olması perakende sektörümüzde önemli bir konu. Biz de gerçekleştirdiğimiz dijital müzik iletme platformu ile bu alana özel bir çözüm üretti. En önemli özellikimiz yayıldığımız kendi yazılımımız üzerinden ve tek merkezden yönetilecek yapılması. Ayrıca uzun vadeli ve geriye dönük gerçekçi bir raporlama sistemine sahip olan bu dijital platform, Türkiye'de daha önce uygulanmamış bir müzik iletim şeklidir. Müzik meslek birlüklerinden müzikerlerin dijital olarak iletmesi konusunda ilk yetki alan firma da SMG'dır.



Gül Gürer Alimgil
SMG Kurucu Ortağı

Moris Alhale: 2009'dan beri sektör lideri olarak, ideal ve hesaplı çözümlerle, kendi yazılımımız ve uzman ekibimizi kullanarak alışveriş merkezleri, oteller, perakende satış noktaları, restoranlar, turistik tesisler, ulaşım araçları, ulaştırma noktaları ve sahil merkezleri gibi, oldukça geniş bir yelpazede, müzik, anons ve reklam yayını hizmetleri veriyoruz. SMG'nin özel olarak geliştirdiği müzik iletim metodu sayesinde internet üzerinden streaming metodlarıyla yayın yapıyoruz. Bu özgürlüğümüz ile müşterilerimizin kasa işlemlerine engel olmuyor, internet kotalarını harcamıyor. Farklı sektörlerden, Türkiye'nin en önemli firmaları SMG'nin dijital müzik yayını hizmetinden faydalanyor. Firmaların hedef kitlesi, cinsiyet, yaş gibi verilerini baz alarak müzik direktörlerimiz tarafından hazırlanan müzik listeleri, gün içinde farklı yayın saatlerine göre yayına alınıyor. Lokasyon bazlı yapılan yayınlar ile, firmalarla stok bazlı olarak farklı kampanya anonslarını da duyurabileme imkânı sunuyoruz. Hizmet verdığımız firmaların yer aldığı illere göre, farklı dillerde anons yayımları da aktif olarak yapıyor.

AVM ve mağazalarda müziğin öneminden bahseder misiniz?

Gül Gürer Alimgil: Müziğin önemini çarpıcı bir örnekle açıklamak gereklidir: Araştırmalar gösteriyor ki, AVM ve mağazalarda tüketicilerin davranışları dudukları müzikle ilgili değişebiliyor. Alışveriş ortamında daha uzun süre geçirmek isteyebiliyorlar. Restoranda ya da otelde yemek yerken, ortamın atmosferini iyİ ya da kötü yapan pek çok faktör var, ancak bu konuda yapılan araştırmalar, özellikle müziğin tüketim tercihlerine etkisinde önemli bir yer tuttuğu kanıtlamış durumda. 1999 yılında North Hargreaves ve McKendrick tarafından yapılan araştırma pazarlama alanında müzikimin doğru kullanılmasının satışlarını üzerinde doğrudan etkisine eu iyi örneklerden birisi. Alman ve Fransız şarapları satan bir markette iki hafta boyunca bir gün Alman bir gün geleneksel Fransız şarıkları satınarak tüketiciler üzerindeki etkisi ölçüldüğünde çıktı sonucu çarpıcı: Alman müzikleri çaldığında satılan şarapların yüzde 73'ü Alman şarapları olurken, Fransız müzikleri çaldığında satılan

şeraplarının yüzde 77'sinin Fransız şarabı olduğu görüldü. İlginç olan ise, müşterilere sorulduğunda çalınan müziğin farkında olmadıklarını söylemeleri.

SMG'nin AVM ve zincir mağazalarда gerçekleştirtiği, yeni çalışması olan reklam yarışlarından bahseder misiniz?

Gül Gürer Alımlıgil: Hizmet verdığımız firmalardan aldığımız bilgiler ışığında medya planlama şirketleri ile ortaklaşa çalışarak potansiyel gelir modellerini belirlinzileştirdik. Bu modeller doğrultusunda, aynı müzik yayımında olduğu gibi tüketiciyi rahatsız etmeden uygun teknoloji ve yazılımlarla markaların mesajlarını tüketiciye ulaştırmalarını mümkün hale getiriyoruz. Tüketiciler davranışları ve beklenilerini doğru analiz ederek markalara uygun bir reklam mecrası daha kazandırdık.

Moris Alhale: Yeni çalışmamız olan bu ortak alanlarda sesli reklam yayımı projesini geliştirmeye 3 yıl önce başladık ve geçen seneden beri de reklam yayımlarını gerçekleştiriyoruz. Reklam spotlarını müzik yayımına arasında yerleştiriyoruz. Reklam kırılığı olmaması için gün boyu yayımlanacak reklam sayısı ve saniyesini sınırlı tutuyoruz. Bu sistem ile sektörün artan ihtiyaçlarına uygun bir çözüm üretmeyi hedefledik. Ayrıca müşterilerimizin müzik yayımları arasında alacakları bu reklam spotlarıyla ek gelir elde etmelerine de olumlu yönde etkileyecik mesajları mükemmel bir zamanlama ile sunabiliyoruz.

Ortak alanlarda reklam yayılmasına fikri ilk nasıl ortaya çıktı?

Gül Gürer Alımlıgil: Perakende sektörü çok hızlı büyütün ve ihtiyaçları da bu büyümeye paralel çeşitli bir sektör. SMG olarak kurulduğumuzdan bu yana müşteri

memnuniyeti ve sektörün ihtiyaçlarına uygun çözümler üretmeye odaklıyız. Yalnızca hizmet verdigimiz AVM, otel ve mağazalar için değil perakende sektörümüz hangi alanlarında ne tür ihtiyaçları olduğunu konuşmada sürekli çalışıyoruz ve araştırıyoruz. Ortak alanlarda reklam yayımı fikri de bu çalışmalar sonucunda ortaya çıktı. Reklam, tüketimin alıcıları tercihlerini etkileyen en önemli unsurlardan birisi. Müzik yayımı hizmetimizi sürdürülebilir ve kaliteli bir biçimde devam ettirirken, müzik yayımları arasında reklam yayımı ile hizmet alımımızı genişlettik. Reklam, bugün markaların bilinirliğinin ve müşteri kitlesinin artmasında çok önemli bir araç.

AVM ve mağazalardaki reklam yayımı sektörde nasıl bir etki yaratacak?

Moris Alhale: Eskiye göre daha fazla mecra ile tüketiciye ulaşmak mümkün ve bu mecralar sürekli gelişiyor. Sosyal medyanın da devreye girmesiyle ise inanılmaz bir çeşitliliğe ulaştı. Tüketicile birebir ilişkisinin en görünür olduğu alan olarak AVM'ler zaten müzik yoluya tüketici ile bir iletişim kuruyor. Reklam yayımı ile bu iletişim bir adım daha ileriye taşınmış olacak. Diğer mecralar kışkırtma noktaya getirmek için uğraşırken bizim mecmamız zaten noktaya ulaşmış satın almaya hazır müşteriye yakalayacak. Kampanyaya ve fırsatları duyurmak, satın alma kararını o noktada olumlu yönde etkilemek için önemli bir araç.

Hangi AVM ve mağazalarda müzik, reklam yayımı çalışmalarınız devam ediyor?

Gül Gürer Alımlıgil: Boyner-YKM, Camper, Kışlalı, Derimod gibi yaklaşık 200 perakende markasında ve tüm şubelerinde müzik yayımı hizmeti veriyoruz. Trump AVM, Sapphire Çarşı, Palladium AVM, Forum İstanbul, Marmara Forum, Forum Ankara, Forum



Moris Alhale
SMG Kurucu Ortağı

Bornova, Aqua Florya, Buyaka AVM, Next Level AVM, A Plus Ataköy AVM, Mall of İstanbul gibi toplam 85 AVM'de müzik yayımı hizmet veriyoruz. Reklam yayımlarımız, müzik ve ansos hizmetleri verdigimiz AVM'lerin çoğunda başlıyor. Reklam spotları, sisteminizin kurulu olduğu AVM'lerde, yazılım üzerinden iletişimimiz ansos yayımlarımız gibi kolaylıkla yayına alabilelimekte.

Nasıl geri dönüşler alırsınız, müşterilerinizin ilgisini ve talepleri nasıl?

Gül Gürer Alımlıgil: AVM'ler oldukça ilgi gösteriyor. Türkiye'de temellerini bizim attığımız bu yeni reklam mecrası için çok heyecanlılar. Perakende sektörünün gelişmesinde çok önemli etkileri olan ve sektörün tüm paydaşlarını bir araya getiren Perakende Günləri fuarında hem hizmet verdigimiz müşterilerimiz hem de diğer katılımcılar ile bu heyecan paylaşmaktan memnunuz.

Moris Alhale: Perakende sektörü ekonominin lokomotif sektörlerinden birisi. Tüketicimizin alışkanlıklarının değişmesiyle birlikte sektör dönyada ve ülkemizde çok hızlı büyüyor. Gerek hizmet verdigimiz müşterilerimiz gerekse potansiyel müşterilerimizde gözleminiz, bu büyümeye paralel olarak yeniliklere ve beklenilerini karşılayacak çözümlere açık oldukları. Kullanıcılar bu sistemden oldukça memnun ve başkalarına da gönül rahatlığı ile öneriyorlar. Hali hazırda aldığımız yoğun ilgi ve talebin sektörle buluşduğumuz Perakende Günləri'nde sistemin avantajlarının görülmeye birlikte daha da artmasını bekliyoruz.

OTOWORLD'DE KİRALAMA DÖNEMİ BAŞLADI



2015'in ilk çeyreğinde teslimleri gerçekleşecek Anadolu Yakası'nın "İlk ve Tek" Oto AVM'si Oto World'de, projenin sonuna gelinmesiyle kiralama seçenekleri devreye sokuldu. 365 ticari birimin yer aldığı projede kira bedelleri, ortalama 200 m²'lik bir birimin baz alınmasıyla, 4 Bin ila 5 Bin TL arasında değişiyor.



İstanbul "Tematic" AVM'lerin gündeminde olduğu günümüzde otomobile dair her türlü ihtiyacın karşılanabileceği Oto AVM'lere de ilgi artıyor. Anadolu Yakası'nın "ilk ve tek" Oto AVM'si Oto World'de faaliyete geçmesine sayılı günler kala, gelen talep yoğunluğu da göz önünde tutularak, kiralama modeli de hayatı geçirildi. 25 yıllık inşaat deneyimine sahip Evra Grup ve Has Şirketler Grubu ortaklılığı güvencesinde inşa edilen Oto World Gayrimenkul Genel Müdürü Sermet Yardımcı sundukları yeni imkanla alakalı şu açıklamalarda bulundu: "İçisleri Bakanlığı tarafından 2008 yılında yayınlanan 2008/71 sayılı genelge sonrası şehir içinde faaliyet gösteren oto galericilerine şehir dışına çıkmaları tebliğ edildi. Bu kararla zor durumda kalan galericiler de çözüm yolları aramaya başladı. Biz projemize, özellikle Anadolu Yakası'nda zor durumda kalan galericiler için en uygun çözüm olması maksadıyla başladık. Geçtiğimiz Mart Ayı'nda

bakanlıktan uygulamanın 31 Aralık 2014 tarihine ertelendiği yönünde sevindirici bir açıklama geldi. Bu açıklama sonrası Anadolu Yakası'nda bulunan en az 3 bin 500 galerici ile görüşmelerimiz arttı. Bu görüşmeler esnasında bizim projemizde yer almak isteyen birçok galerici için satın alınan yani sıra kiralama imkanının da önemini hissettiğ ve kiralama modelimizi geliştirdip kendilerine sunduk."

Oto World'ün Avrupa Yakası'ndaki benzerlerinden hem kiralama hem de satın alma rakamları bakımından yüzde 50'den fazla kar sağladığını belirten Yardımcı, sözlerine "İçerisinde 365 iş yeri bulunan toplam 170 Milyon TL'lik yatırım bedeline sahip projemizde, ortalama 200 m²'lik bir iş yerinin kiralama bedeli AVM içerisindeki lokasyonuna göre 4 bin ila 5 bin TL arasında iken, satış fiyatı ise yaklaşık 790 bin ila 1 milyon TL arasındadır." şeklinde devam etti.

Gayrimenkulden Karb Yatırım!

Oto World Gayrimenkul Genel Müdürü Sermet Yardımcı'nın projeye yatırım yapmak isteyenlere yönelik sözleri de oldukça dikkat çekici: "İçerisinde yer alacak hastanesi, üniversitesi, dini merkezleri, otelleri, rezidansları, AVM'leri, kongre ve toplantı salonları ile Anadolu Yakası'nın yeni yaşam alanı olacak Yenicehür, Oto World'ün 'kapı komşusu'. Yenicehür Projesi Oto World'ün rafutun yükselmesi bakımından avantaj sağlarken, Oto World'de burada yaşayanların otomobillerine dair her türlü ihtiyacını karşılayacak bir proje olarak birləşmelerini tamamlıyorlar. Ayrıca Oto World, İstanbul'un en hızla gelişen ilçelerinden Pendik'te, kara- hava- deniz- yer altı gibi tüm ulaşım yolları ile kolaylıkla ulaşılabilen merkezi bir konumda. Tüm bu artılar Oto World'ü benzer bir bedel ile herhangi bir lokasyondaki gayrimenkul yatırımdan da daha karlı kılmıyor. Oto World'e yapılan bir yatırım konut yatırımına oranla, neredeyse yarı yarıya bir süreçle, daha hızlı geri dönüş sağlıyor."

AVENUE BODRUM'DA FILİZ ÖZKOL İLE ASTROLOJİ SOHBETİ



KELOĞLAN MASALLARI MÜZİKALİ TRUMP AVM'DE ÇOCUKLARLA BULUŞUYOR



Masal kahramanı Keloğlan, Trump Alışveriş Merkezi'nde çocukların buluşuyor. Keloğlan Masalları Müzikali, 6-7 Aralık'ta Trump AVM'de ücretsiz olarak sahnelenecek.

TRT Çocuk ekranlarında yayınlanan çizgi filme sadık kalmarak hazırlanan "Keloğlan Masalları Müzikali" özel şarkılar, etkileyici dekoru ve profesyonel dansçılarından oluşan ekibiyle Trump AVM sahnesine konuk oluyor. Çocukların hayal dünyasına renk katan, aynı zamanda anne ve babalarını da ilgi gösterdiği müzikal 6-7 Aralık tarihlerinde sahnelenecek.

Çizgi filimde kullandıkları orijinal sesleri ve ashua uygun hazırladılar, maskot ve kostümleriyle çocukların buluşacak Keloğlan Masalları Müzikali, etkileyici sahne dekoru, neşeli şarkıları, dansları ve hikayesiyle çocuklara umutmayacakları bir gösteri sunacak. Gösteri ücretsiz olarak sahnelenecek ve herkesin katılımasına açık olacak.



YENİ YILDA SEVDİKLERİNİZİN HAYATINA IGOR'LA RENK KATIN

Yeni yılda kendinizi ve sevdiklerinizi İspanyol markası IGOR'la şımartın. Yeni yıla İspanyol markası IGOR'un İspanya'nın eğlenceli hayatından ilham alınarak tasarlanan renkli botlarıyla merhaba deyin.



İspanya'nın ımlı kadın ve çocuk ayakkabı markası IGOR, annelere ve çocuklara özel tasarladığı yağmur botları koleksiyonıyla yeni yıla renkli bir giriş yapmanız için geniş renk skalasındaki tirümleri begenize sunuyor. Yağmurlu kuş günlerinde sevdiklerinize; hem fonksiyonel hem de sık tasarımla dikkat çeken bir hediye sunmak istiyorsanız, IGOR yağmur botları ayak sağlığını destekleyen yapısı ve birbirinden eğlenceli renkleriyle sizlere birbirinden farklı alternatifler sunuyor.

Kadın ve çocuklara özel tasarımlarıyla dikkat çeken IGOR; Latin dünyasının canlı renklerinden ilham alınarak hazırlanan koleksiyonıyla çocukların eğlenceli dünyalarına lütfap ederken, ebeveynlerin sağlığıyla ilgili endişelerini yok ediyor. Anti-kanserejener hammandan üretilen, su geçirmez yapraza sahip ve tabanıkla desteklenen botlar çocukların ayak gelişimlerini olumlu yönde etkilerken, annelerin sezongün moda renklerini gün boyu ayaklarında taşımalarına olanak sağlıyor. IGOR'un birbirinden güzel, şeker renklerinde bolalarına www.markamixi.com ve IGOR satış noktalarından ulaşabilirsiniz.



İLGİNÇ ŞİRKET YASAKLARI ÇALIŞAN PERFORMANSINI DÜŞÜRÜYOR

Hemen her şirketin belli bir kurum kültürü olduğu ve çalışanların bu kültüre ayak uydurmasının bekleniği iş hayatında, bazı kurallar ve yasaklar çalışanın motivasyonunu düşürdüğü gibi iş yapışımı ve verimini de olumsuz etkiliyor. Hugent İş Geliştirme Direktörü Özlem Veryeri Taşkaya ise her kurumun belli kuralları ve yasakları olabilir fakat bu yasakların çalışan performansını düşürmemesi için mantıklı birer açıklamaları olmalı diyor.

Özlem Veryeri
Hugent İş Geliştirme Direktörü



Kahverengi kuyafet, ömür açık ayakkabı ya da renkli oje yasağı gibi bazı şirketlerin kurum kültürlerinde yer alan yasaklar çalışanlar tarafından hem ilginç hem mantıksız bulunuyor. Çalışan performanslarını olumsuz etkileyip motivasyon düşüklüğüne yol açabilen bu gibi şirket yasaklarının mantıklı birer açıklaması olması gereğini vurgulayan Hugent İş Geliştirme Direktörü Özlem Veryeri Taşkaya: "Sosyal medya hesaplarına giriş, kahverengi kuyafet giyiminin yasaklanması, renkli oje, çalışanın masasında yemek yiyememesi, bayanlar için ömür açık topuklu ayakkabı giyiminin yasaklanması gibi yasaklar, karşılaşığınız ilginç yasaklar arasında yer alıyor. Bu tip yasaklar, olduğu zaman motivasyonu ekstra artırmayan fakat

olmadığında düşüren, şirketlerin uyguladığı bir hijyen faktörü diyebiliriz" diyor. Engellemek kimseyi mutlu etmez diyen Özlem Veryeri Taşkaya: "Giyim ve kişisel bakım ile ilgili olan yasakların, çalışanın birinci derece özel tercihi olmasından ötürü doğru olduğunu düşünüyorum. Bankada ya da firmaların satış departmanlarında müşteri ile birebir irtibatta olması gereken pozisyonlarda çalışanlar için de belirli bir tertip ve düzen çerçevesinde her renk oje de sıyrılebilir, top sakal da bırakılabilir diye düşünüyorum. Sosyal medyanı kullanımını cep telefonlarıyla da mümkün olduğundan böyle bir yasak da çok mantıklı değil. İş yerinde kişisinin sosyal hayattan tamamen kopmasını beklemek gündeinde pek mümkün değil, sağlıklı da değil" diyor.

Çalışanlar Üzerinde Fazladan Stres ve Gerginlik Yaratıyor

Engel ve kısıtlama duygusunun, her insan için heves kırıcı duygular olduğu bilinmiyor. İş hayatında karşılaşılan bu tip yasaklar, çalışan performansını olumsuz etkiliyor. Genç nüfusun sosyal medya kullanımındaki aktifliğine değinen Özlem Veryeri Taşkaya: "Çalışanların mevcut mesaileri içerisinde ilgi ve odaklarını dağıtmadan normal iş akış süreçlerine bağlı kalması gerekiyor. Tabii ki kontrol altında tutulmaları gerekiyor. Bu noktada özellikle genç çalışanların sosyal medya kullanımındaki aktiflik söz konusu olduğunda işe girerken kişilerin bu konuda uyarılması ve takip edilmesi gerektiğini düşünüyorum. Bu tür yasaklar, çalışanlar üzerinde fazladan bir stres ve gerginlik yaratıyor. Burada konu yasaklamak değil aşırıya kaçmadan işin dengesini kurabilmek" diyor.

BULVAR 216'DAN MUHTEŞEM ETKİNLİKLER

BULVAR216
HAYATI ÇOK SEVME YERİ

Özak GYO'nun yeni nesil mimariye sahip projesi Bulvar 216 29 Kasım'da birbirinden farklı ve iddialı etkinliklere ev sahipliği yaptı. Ayhan Sicimoğlu Latin All Stars, performansıyla müzik tutkunlarına unutulmaz anılar yaşattı. Anadolu'nun efsanelerle dolu binlerce yıllık yaşamını müziğin ritmi ve dansın adımlarıyla özetleyen Anadolu Ateşi de, Bulvar 216'nın misafirlerine muhteşem bir gösteri sundu.



Gayrimenkul yarımum markası Özak GYO iştiraki ile gerçekleştirilen Ataşehir Bulvar 216, 29 Kasım'da birbirinden farklı etkinliklerle misafirlerini ağırladı. Latin müziğini herkese çok seviren Ayhan Sicimoğlu, Bulvar 216'da müzik tutkunlarına unutulmaz anılar yaşattı. Dünitarya gezerek hayatın lezzet dolu anılarını ve kendisinin gurme yanlarını müziğine ekleyen Ayhan Sicimoğlu, grubu Latin All Stars'la birlikte özgün bir perküsyon performansı sundu. Gece, 93 ülkede 3 binin üzerinde canlı performans ile 35 milyonu aşkın izleyiciye ulaşan Anadolu Ateşi'nin, Ataşehir Bulvar 216'da misafirlerine sunduğu muhteşem bir gösteriyle sona erdi.

"Onu alma beni al"ın Latin yorumunu Sezen Aksu'dan önce dinlediler

Perküsyon ustası Ayhan Sicimoğlu, Bulvar 216'da verdiği konserde Latin müziğin bünüyünü ateşini sahneye taşıdı. Latin ve Türk müziğini harmanladığı parçalarıyla müzikseverlere farklı duygular yaşatan Ayhan Sicimoğlu, "dünitarya başı, müziğin getireceği" mesajını verdi. Sezen Aksu'nun sevilen şarkısı "Onu alma beni al"ı da Latin müziğinin kıvrak melodileriyle yeniden yorumlayan Sicimoğlu, şarkıyı anons ederken, "Bu düzenlemeyi daha Sezen Aksu bile dinlemedi. Ondan önce siz dinliyoruz" dedi.

Ataşehir'in yeni yaşam alanı, doğadan ilham alınarak tasarlandı

Özak GYO Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Akbalık, alanında örnek teşkil eden yeni projeleri Bulvar 216 ile ilgili şunları söyledi: "Doğadan ilham alınarak tasarlanan Ataşehir Bulvar 216, yaşam merkezi olarak yepyeni bir konsepte sahip. Burada komşularımızın bir yandan günlük ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri diğer taraftan da evlerine yakın bir ortamda hem açık hem de kapalı mekanlarımızda keyifli vakit geçirebilecekleri bir alan yaratıktır. Geleceksel AVM man童ının ötesinde tasarladığımız Bulvar 216, kısa sürede Ataşehir halkının yeni yaşam alanı olacaktır".

Yakın dönemde yaşam merkezi yatırımlarına odaklanacaklarını belirten Özak GYO Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Akbalık, Türkiye'nin birçok büyük kentinde Ataşehir Bulvar 216 gibi yeni karma projeler gerçekleştireceklerini belirtti.

Ataşehir Bulvar 216'da birbirinden farklı ve keyifli etkinlikler

Etkinliklerde mutfak aletleri ile perküsyon şovu, ritim grubu performansı, Özgür Şef'ten canlı mutfak şovu, başarılı müzisyen Ayhan Sicimoğlu performansı ve 93 ülkede 3 binin üzerinde performans sergileyen Anadolu Ateşi davul ve dans şovu yerini aldı.

Bir çok farklı ve yeni konsept Bulvar 216'da
Geçmişten günümüze Tad Lokantası(1962), sosyal medyanın dahi çocuğu Ozgür Alaz'ın dahil olduğu ve menüsü Masterchef Murat Bozok danışmanlığında hazırlanan ChopStory, Ordu'nun efsanesi Neli Pide, Tad Lokantası, Ozgür Şef'in çığın burger konsepti Deli Kasap, Ozsüt, Roseva Çikolata, Paşafirin, McDonald's ve McD Cafe, Cambou Cafe, Cold Stone, O'Learys, Osmanlı ve Türk mutfağının çok özel tatlarını sunulacağı Humay restoran, Uzak Doğu mutfağının enfes tatlarını yer alacağı Chinese Express & Sushi Express, Lavazza, Robert's Coffee ile Anadolu'nun ilkleri, boğazın incisi Bebek Balıkçısı, Etiler Harvard Cafe, etin en lezzetli Gelik Restoran, The Hunger restoran ve yarın sıra projenin sürprizlerinden olan Avrupa'nın en büyük hamburger zinciri de Bulvar 216'da yer alacak gurme markalarından sadece birkaçı.

Projede bu gurme yıldızlar ile birlikte; Dore Müzik, D&R, Carrefour Gurmee, Forum Saat, Bayram Bal Elegance Saloon, Doğtaş Exclusive, Dry Hill Kuru Temizleme& Terzi, Fitlab, Gratis, Marin Tobacco, Octo Kids Club, Vatan Bilgisayar, Watsons gibi günlük ihtiyaçların karşılanabileceği mağazalar mevcut.





PRAKTIKER, YAPI MERKETİNİ ŞEHİRİN İÇİNE GETİRİYOR

Alman yapı marketi devi Praktiker'in Türkiye'deki isim haklarını Hollanda merkezli PracticalRetail Holding BV satın aldı. Praktiker yenilemen konseptiyle yapı marketi ve ev geliştirme mağazalarını şehrin içine getiriyor. Praktiker, artık Türkiye'de iki farklı mağaza konseptiyle bulunacak. 300-1000 metrekare arasında büyülükle sahip 'Praktiker Pratik' adıyla yeni bir konsept yaratıyor. Praktiker, 1000 metrekare üzeri metrekarelerde ise 'Praktiker' mağazalarıyla faaliyet gösterecek. 2015 yılında 30 mağaza açmayı planlayan Praktiker, orta vadede 100 mağazaya ulaşmayı hedefliyor.

Praktiker'in Türkiye'deki yeni konsepti, Hollanda merkezli Practical Retail Holding BV şirketinin Başkanı Benjamin Schaller Steiner, Praktiker Türkiye Genel Müdürü Tayfun Külli Practical Retail Holding BV şirketinin Yönetim Kurulu Danışmanı Hasan Yalçın ve Praktiker Türkiye Yönetim Kurulu Danışmanı Levent Tekin'in katılımıyla basın toplantısıyla tanıtıldı.

Benjamin Schaller Steiner, Türkiye'de Praktiker Pratik ile yapı marketi ve ev geliştirme sektörüne yeni bir iş modeli sunduklarını belirterek Türkiye'deki planları söyle anlattı: "Praktiker, Almanya iflas ettiğinden sonra diğer ülkelerde yer alan mağazalarını ve şirketlerini satmak üzere karar aldı. Biz de Türkiye ayağıyla ilgili görüşmelerle başladık ve çalışmalarımızdan sonra Türkiye'deki isim haklarını tamamen Uygulama Yapı Marketleri A.Ş. olarak satın aldık. Halen ABD'de gıda perakendesi alanında yatırımımız bulunuyor. Türkiye'de yapı marketi ve ev geliştirme sektörüyle ilgili 16 milyar dolarlık potansiyeli gözümüzde bulundurarak hızla çalışmalarla başladık. Türkiye'de kalıcı yatırım yapmak ve sürdürülebilir şekilde büyümek amacıyla bulunuyoruz."

Alman yapı marketi devi Praktiker, Türkiye'de yeniden yapılandı. Praktiker, artık Türkiye'de iki mağaza konseptiyle bulunacak. 300-1000 metrekare arasında büyülükle sahip 'Praktiker Pratik' adıyla yeni bir konsept yaratıyor. Praktiker, 1000 ve üzeri metrekarelerde ise 'Praktiker' mağazalarıyla faaliyet gösterecek. Praktiker, Türkiye'de her şehirde mağaza açmayı hedefliyor.

Franchise ile büyüyecek

Steiner, Praktiker'in yapı marketi ve ev geliştirme sektöründe dijitalin en değerli markalar arasında yer aldığına söyledi. Markanın ilk kez Praktiker Pratik ile Türkiye'de küçük metrekareli yapı marketi konseptini hayata geçirereklerini belirtken Steiner, şu açıklamayı yaptı: "Sadece otomobile gidilen ve neredeyse şehir dışında bulunan yapı marketi algısını değiştireceğiz. Şehir içinde ihtiyacı olan herkesin yürüyerek eviyle veya bahçesiyle ilgili her türlü ihtiyacını hızla karşılaşacağı mağazalar yapıyoruz. Türkiye'de kendi mağazalarımızı yanı sıra franchise ile de büyüyeceğiz. 2015 yıl için 30 adet, orta vadede ise 100 adet mağaza sayısına ulaşmayı hedefliyoruz. Hedefimiz her ilimizde ve gelişmiş ilçelerimizde mağazalar açmak. Franchise'larımıza beraber ilk yıl 40 milyon dolarlık yatırım yapacağız. Yaklaşık 200 tedarikçi ile çalışacağız ve tedarikçilerimizin yüzde 80'i yerli olacak."

Erkeğe de kadına da hitap edecek

Praktiker Türkiye, büyüğünü 300-1000 metrekare arasında değişen Praktiker Pratik ve 1000 metrekare ve üzeri metrekarelerde Praktiker mağazaları açacak ve iki farklı mağaza konseptiyle müşterilerine hitap edecek. Praktiker Pratik'ler ev, işyeri ve yaşam mekanlarına özen gösterenlerin her türlü ihtiyacını hızlı şekilde karşılayacak. Praktiker Türkiye Genel Müdürü Tayfun Külli ise Praktiker'in hem erkeklerle

hem de kadınlara hitap eden ürünlerden olacağını ifade etti. Külli, "Praktiker, temel ihtiyaçların tamamının en kısa sürede bulunduğu, müşteriye en yakın konumda yapı marketi olarak rekabette öne geçecektir."

'Akıllı yatırım' fırsatı

Tayfun Külli, Praktiker mağazası açmanın akıllı bir yatırım fırsatı olacağını belirterek, şunları söyledi: "Franchise yatırımcılarımız Praktiker'in kuruluşundan bugüne 35 yıllık sektör bilgi birikimine ve tecrübelere bir günde sahip olacaklar. Sektörde daha önce hiç tanışmadığım olsa bile yatırımımız sisteme dahil olarak Praktiker marka bilinciliği, bilgi birikimi ve tecrübesi ile sektörden birisi olmakla kalınmayacak oyunun öncülerinden birisi olacak. Mağazalar Praktiker uzmanları tarafından en modern şekilde dizayn edilecek; ürün ve ekipmanları temininden, planlamaya, rafaların yerleştirilmesinden, personel eğitimlerine kadar tüm süreçlerde yatırımımızla birlikte olacağız. Mağaza hizmete hazır hale getirildikten sonra da verimli ve karlı olması için desteklerimiz artarak devam edecek. Ünlülerarası satış alma organizasyonumuz gücü ile en kaliteli ürünlerin en uygun fiyatlarla temin etme fırsatına sahip olacak yatırımcılarınıza, kendilerine özel tahsis edilecek uzmanlarımız sektör trendlerini, yeni ürünleri, yeni teknolojik değişiklikleri aktaracak ve güne her an bir adım önde başlamalarını sağlayacaklar."

444 10 98
okyanuskoleji.k12.tr



Okyanus Kolejleri

BAHÇELİEVLER



**İzzettin Çalışlar Cad./celal Nuri Sk No:31,
Bahçelievler Merkez/İstanbul - Avrupa, Türkiye
E-Posta:bahcelievler@okyanuskoleji.k12.tr
Telefon:0 212 643 93 63
Faks:0 212 643 93 73**

KARACA, "CUMHURİYET VİTRİNİ" İLE BİRİNCİLİK ÖDÜLÜ KAZANDI



KARACA

Bursa Kent Meydanı AVM'de düzenlenen "Cumhuriyetimiz 91 Yaşında" konulu Vitrin Yarışması'nda birincilik ödülü Karaca'nın oldu. 100 yıllık geçmişi ile Türkiye'nin en köklü moda markası olan Karaca, birinciliği Büyük Önder Atatürk'ün giyim zevkinden esinlenerek tasarladığı vitrinle kazandı.



Bursa Kent Meydanı AVM ve Yıldırım Bayezid Rotary En Güzel Cumhuriyet Vitrini'ni seçti. Birincilik ödülü, Cumhuriyet tarihini en canlı şahidi 100 yıllık köklü moda markası Karaca'nın oldu. Kent Meydanı Alışveriş Merkezi ve Bursa Yıldırım Bayezid Rotary Kulübü, Cumhuriyetimizin 91. yılında başta Büyük Önder Mustafa Kemal Atatürk olmak üzere Cumhuriyet kahramanlarını şükranla anmak, birlik beraberliği vurgulamak, Cumhuriyet değerlerine vurgu yapmak amacıyla bir Vitrin Yarışması düzenledi. Yarışmanın birincisi Karaca mağazası oldu.

Atatürk'ün giyim zevkinden esinlendi

Yarışmaya katılan mağazalar Cumhuriyeti simgeleyen bayrak, fotoğraf, tablo, resim gibi materyalleri ve Cumhuriyetin 91. Yıl ibareli söz ve ifadeleri kullanarak çeşitli tasarımlar hazırlayarak vitrinlerine uyguladı. Yarışmanın juri üyeliğini Mimar Mithat Kirayoğlu, Uludağ Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Öğretim Üyesi Doç. Dr. Nuri Yavuz ve Mimar Ömer Faruk Özbeyp yapı.

Yarışmaya "Atatürk ve küçük kız" temali vitrin ile katılan Karaca, tasarımında Atatürk'ün giyim zevkinden esinlendi. Vitrin tasarımmına 2007 yılından beri ürettiği Atatürk ile özdeşleşmiş süveter damgasını vurdu. Atatürk'ün o süveter üzerindeyken manevi kızı Ülkü Adatepe ile konuşması sırasında çekilen bir fotoğrafının canlandırıldığı vitrin büyük ilgi gördü.





Spiritiuel Gelişim Danışmanı Gülnur Ünal, okul hayatında ebeveynlere büyük görev düşüğünü belirterek “Çocuklar üzerinde stres yaratmayın ve hep pozitif yanlarına odaklanın. Çocuklarınızı arkadaşlarıyla kıyaslayıp yarıştaymış hissi vermeyin. Onların kendilerine güvenmeleri yönünde telkinlerde bulunun ve ‘Aferin’ sözünü esirgemeyin” uyarısında bulundu.

Gülnur Ünal
Spiritiuel Gelişim Danışmanı

ÇOCUĞUNUZDAN “AFERİN” SÖZÜNÜ ESİRGENMEYİN

Cocuklar, hangi sınıfta olursa olsalar sürekli bir eğitim telaşı ve yanıtı içindeler. İlkokula başladıkları günden itibaren okul ödevleri, özel dersler, haftasonu etkinliğiyle çevrelenen çocuklarda stres, anksiyete, korku içe kapauaklı gibi istemeyen birçok psikolojik rahatsızlıklar ortaya çıkabilir. Okula giderken sineden ayrılmamak için eline sarılmak, sınıfı girerken yüksek sesle ağlamak benzeri dikkat çekmek isteyen harekeder de görülebilir.

Spiritiuel Gelişim Danışmanı Gülnur Ünal, çocukların çok hassas olduklarıını belirterek “Her zaman olumlu telkinlerde bulunun. Çocuğumuzu pozitif yönlerine odaklanın. Pozitif çoğaldıkça negatif eksixe gider” dedi.

İlkokula yeni başlayan çocukların ebeveynlerini daha anlayışlı olmalar gereklığının altını çizen Gülnur Ünal, “Çocuk ilk günden ayrılmak istemediği

icin elimizden geldiğince ilk günlerde yanında olun. Olabildiğince sevgi dolu olun. Kırınlık ve kızgınlığınızı uzatabilmeyin” ifadelerini kullandı. “Sabah çocuğunuza okulu yollarken kucaklayın, öpün ve başarılar dileyin” önerisinde bulunan Ünal, “Tehdit, azar ve kırınlık çocuğumuzu sizden uzaklaşmasına neden olur. Sabah kalkmakta zorlansrsa kızmak yerine severek uyandırın” dedi.

Derslerinden kötü notlar alan çocuklara ebeveynlerin, kesinlikle kızmadması gerekligine vurgu yapan Spiritiuel Gelişim Danışmanı Ünal şöyle devam etti: “Çocuğumuzu ne kodlarsanız, kendisinde bu duygusunun büyümesine neden olursunuz. Orneğin sürekli ‘Tembel, sorunsuz’ dediğinizde, bu sözler davranışlara dönüsür. Kendisine olumlamalarda bulunun. ‘Bir dahakine daha iyi not alırsın’ sözünü söyleyin.

Bilincaltı saf olduğu için, olumlu sözler bilincaltına yerleşecektir. ‘Şumarı’ korkusuya İyi sözlerden ve övgüden kaçınmayın. Çocuğunuza aferin demekte cornert olun.



AQUA FLORYA'NIN SOSYAL SORUMLULUK PROJESİNE GLOBAL ÖDÜL

aqua florya

Alışveriş ve Yaşam Merkezi

Aqua Florya AVM'nin 2013 yılında başlattığı "Çocuklar Gülsün Diye" Derneği ile beraber yürüttüğü sosyal sorumluluk projesi, dünyanın en önemli pazarlama ve iletişim programlarından biri olan uluslararası Marcom Ödülleri'nde kurumsal sosyal sorumluluk kategorisinde Platin ödülüle layık görüldü.



Aqua Florya AVM, dünyadın en büyük şirketlerinin, reklam ve halkla ilişkiler ajansları ile sivil toplum kuruluşlarının başvurduğu, projelerin Uluslararası Pazarlama ve İletişim Profesyonelleri dentrominde, alanının önde gelen uzmanları tarafından değerlendirildiği Marcom Ödülleri'nde platin ödülüne layık görüldü. 2013 yılı Aralık ayında "Çocuklar Gülsün Diye" Derneği işbirliğinde, 2 ay boyunca süren, dernek başkanı Gülbenn Ergen tarafından desteklenen proje kapsamında, Aqua Florya'da 50 TL ve katlarında yılbaşı alışverişini yapan şanslı kişi, AVM ziyaretçilere özel açılışı yapılacak anaokuluna kendisinin ya da sevdiklerinin ismini verme şansına sahip oldu. Anaokulu, Şanlıurfa'nın Harran ilçesine bağlı Akkuş Köyü'nde yapılan törenle eğitime açıldı.

Aqua Florya, yılbaşı alışverişlerinde ziyaretçilere bir ömür boyu yaşayacak, hiç unutmayacakları ve aynı zamanda sosyal sorumluluk değeri taşıyan bir hediye vermek amacıyla yaptığı bu proje ile, ilk global ödülünü de almış oldu.



SON TEKNOLOJİ WEB SİTESİ TASARIMLARI

HTML 5 Teknolojisi

Web siteniz tüm cihazlara uyumlu olacak...

Tasarım yönünden zengin kullanım açısından rahat ve hızlı şekilde ziyaretçilerinize daha kolay gezmeye imkanı sunmaktadır.



Hosting Hizmeti

Sitenizi Garantileye Alın...

Size uygun kota ve trafiklerle sayfanızı istediğiniz gibi bilgi depolayabilir takılmadan ziyaretçileriniz dolabılı maillerini sorunsuz ve limitsız kotalarda yönetebilirsiniz.



Yönetim Paneli

Siteni Baştan Yarat, Tüm Güç Sende Artık...

Web sitenizin içeriğini tüm cihazlardan kontrol edebilir, istediğiniz değişikleri gerçekleştirebilirsiniz.



Sosyal Medya

Mutluluk Paylaşıldığında Değer Kazanır...

Müşterileriniz hikayelerini çevresyle paylaşın kendi profillerinde ve sizin sosyal ağlarınızda her anın bir anısı olsun...



SEO Hizmetleri

Google Dostu Bir Siteniz Var...

-Neden Google'da yokum?
-Öst sralarda olmak için
her defasında reklam mı vermemeliyim?



Google'da ilk sralarda olmanın önemi artık fark edilebilir bir gerçeklik... Bunun için Google ile siteniz arasındaki bağları güçlendirip, arama sonuçlarında sitenizin daha kolay bulunmasını ve üst sralarda yer olmasını sağlamaktır.

İŞİNİZE VE YATIRIMLARINIZA DEĞER KAZANDIRALIM

yazitura
yazılım tasarım hizmetleri

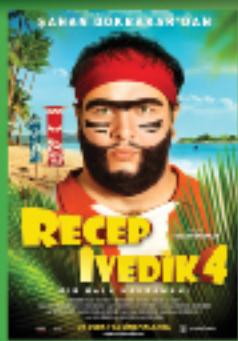
Kurumsal Çözüm Ortağı

www.yazitura.com.tr



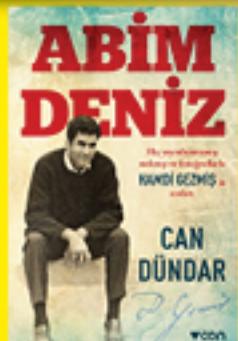
YERLİ MÜZİK

- 1** EBRU GÜNDEŞ
ARAFTAYIM
- 2** UNUTURSAM FİSİLDA
KARMA
- 3** DENİZ SEKİ
İZ
- 4** CEM ADRIAN
SANA BUNLARI HİC BİLMEDİĞİN BİR YERDEN YAZIYORUM
- 5** ATHENA
ALTÜST



YERLİ DVD

- 1** RECEP İVEDİK 4
ŞAHAN GÖKBAKAR - İRFAN KANGI
- 2** MANDIRA FILOZOFLU
RASİM ÖZTEKİN - AYDA AKSEL
- 3** DÜĞÜN DERNEK
MURAT CEMCİR - AHMET KURAL
- 4** F TİPİ FILM
FIRAT TANIŞ - ERKAN CAN
- 5** Bİ KÜÇÜK EYLÜL MESİLESİ
ENGİN AKYUREK - FARAH ZEYNEP ABDULLAH



YERLİ KİTAP

- 1** ABİM DENİZ
CAN DÜNDAR
- 2** HANDAN
AYŞE KULİN
- 3** SAFTİRİK GREG'İN GÜNLÜĞÜ - BENDE BU ŞANS VARKEN
JEFF KINNEY
- 4** ELİF GİBİ SEVMEK-2
HIKMET ANİL ÖZTEKİN
- 5** KÜRK MANTOLU MADONNA
SABAHATTİN ALİ

EN ÇOK SATANLAR : YABANCI



YABANCI MÜZİK

- 1 ONE DIRECTION
FOUR
- 2 LA VIE EN ROSE
KARMA
- 3 PINK FLOYD
ENDLESS RIVER
- 4 KİTAP OKURKEN MÜZİK
KARMA
- 5 FAZIL SAY
SAY PLAYS SAY



YABANCI DVD

- 1 HUNGER GAMES: CATCHING FIRE - AÇLIK OYUNLARI: ATEŞİ YAKALAMAK
JOSH HUTCHERSON - JENNIFER LAWRENCE
- 2 HOW TO TRAIN YOUR DRAGON 2: EJDƏRHANI NASIL EĞİTİRSİN 2
ANIMASYON
- 3 THE WOLF OF WALL STREET - PARA AVCISI
LEONARDO DICAPRIO - JONAH HILL
- 4 THE FAULT IN OUR STARS - AYNİ YILDIZIN ALTINDA
SHAILENE WOODLEY - ANSEL ELGORT
- 5 12 YEARS A SLAVE - 12 YILLIK ESARET
MICHAEL K. WILLIAMS



YABANCI KİTAP

- 1 FIFTY GREAT SHORT STORIES
MILTON CRANE
- 2 ADULTERY
PAULO COELHO
- 3 THE ALCHEMIST
PAULO COELHO
- 4 IT'S NOT HOW GOOD YOU ARE, IT'S HOW GOOD YOU WANT TO BE
PAUL ARDEN
- 5 THE IMAGINARY WORLD OF
KERI SMITH



FİLİZ ÖZKOL İŞ DÜNYASI BURÇ YORUMLARI



KOÇ

Özellikle, yeni bir anlaşmanın eşliğindeyseñiz; şartlar büyük bir olasılıkla sizin işinizde belirleneceñ. Çok yoğun ve sizin lehünüz olan iş aktiviteleri sonucunda kazancınız artacak. Madde olsanızıslıklar nedeniyle şimdije kadar sonuç alamadığınız işler, bu dönemde olması gereken yerde ulaşacak. Bu dönemde inatçı ve taviz vermeyen bir yapı sergileyecoksınız. Kendinizi kanıtamak adına başlatacağınız çalışmaların size kazandıracığı prestij oldukça yüksek olacak. Toplumsal olaylarda etrafınızı kolayca etkileyecoksınız. Bir çok olayı zindirleme bir şekilde kafanızda birleştirecek, kendinizi ifade edecek konuların altına imza atacaðınız.



BOĞA

Para ve Finans evindeki yoğun gezegen hareketleri nedeniyle; Kendi olanaklarınız ve güveninizle finans hareketini hızlandırdırın, karşı tarafın şartlarını göre daha iyi durumda olacaðınız. Yapacaðınız çalışmaların sınırlarını siz belirleyeceñ, siz çaba gösterecoksınız. İçinde bulunduğuñuz ve ilgilenmek zorunda olduğunuz her bir konuya, kendi özel şartlarınıza göre değerlendirerek bir zemine oturacaðınız. Politik davranışları ve karşı düşüncelere karşı takıtlar gelişmeliñsiz. Bu davranışlar içinde tatminsızlık duygusu yaşamak istemiyorsanız, ruhsal sağlığınıza önem vererek, döşünce ekseninizin artı ve eksilerini dengede tutun.



YENGEÇ

Hayal gücündü, istediğiniz koşulları oluşturmaktı kullanıbilirsınız. Pratik davranışlarınızla bir çok kişinin önde geçebilirsınız. Bu nedenle de kişisel ilişkilerinizde rekabet ortamı yaratacaðınız. Aceleci tavırınızın yüzünden zarar görmek istemiyorsanız, dikkat olmalısınız. Sakarlıklar siz konusu. İlişkilerinizde hızlı hareket edecek ve aynı ilk günlerinde yaşadığınız kaosun üzerinden atacaðınız. Uzun süredir almak isteyip, bulamadığınız bir egypti şartlı bir şekilde çok ucuza alabilirsiniz.



İKİZLER

Sessizce çalışarak, kişisel hırslarınız doğrultusunda kendinizi ispat etmeye çalışacaðınız. Sevdığınız işleri yapmaktan zevk alırsınız, birlikte çalıştığınız kişilerden de aynı performansı beklediğiniz için, bazı sorunlara karşılaşabilirsiniz. Titiz çalışmak ve gerekeni en ince ayrıntısına kadar yerine getirmek istiyorsunuz. Tartışmalardan ve güç savaşlarınızdan sakınmali ve kaba kuvvet gösterilerinin size olumsuzluk vereceğini bilmeliñsiz. Sakın olduğunuz zaman para durumunuzu da istediğiniz gibi yönlendirebilecoksınız.



ASLAN

Romantizm ve aşkin kol gezmesi sizlere şarapnır. Bu aşka bırazda mantık olacaktır. Özellikle 9 Aralık'tan sonra çalışma evinizde gerçekleşecek olan bu durum, belki de bir iş aşınızı gündeme getirecektir. Birliğiniz, ortak arkadaş grubunanza yeni tanışacağı kişilerle duygusal bağlar kuracak. Uzun süredir dostluk çerçevesinde yaşanan ilişkiler, aşka dönüştürülür. Bekarlar hayatlarının en mutlu tescilini yaşayacaklar. Bu ay, bilincinizde kişisel özelliklerinizde etkin olacak. Düşünüyor ve yaşama geçtiyorsunuz. Çevrenizde farklı hayatınızla ilgili göreceleriniz, güçlü kişiliğinizle gevenin dikkatlerini üzerinde yoğunlaştıracağınız.



BAŞAK

Ozgürveninizin yardımıyla başarılı bir performans sergileyeceleriniz. Kendi işiniz kurmak istiyorsanız bu dönem oldukça uyundur. Bu dönemin kuracığınız iş karlı bir yatırımı da beraberinde getirecektir. Alle büyüklerinizin uygun görevde bir işi sebebilsen veya aleden gelen bir işi sebebilsiniz. Sizden yaşa büyük bir kişiyle ortaklık kurabilsiniz. Danışmanlık ve yöneticilik yapabilsiniz. Bu dönemde başkıcı duygularınızın da ortaya çıkması bazı hatalara neden olacaktır. Venerus ve Güneş 4. Evinizde size iş kurmanızda ve her konuda allennizden destek almanızda neden olacaktır.



TERAZİ

Yaşama baktır ajanızda ve finans konularındaki zor hedeflere kilitlenmenizi sağlayacak. İstekleriniz konusunda gerçekçi olmalısınız. Satılık, Utopik değil mantıklıdır. Kişiye kişisiz isteklerinizde ilgili konularda da yerde bulunmanız gerekebilir. Size bir katkı getirecek her türlü koşulu defalarca gözden geçirmek zorundasınız. Satırmış, yapacağınız işleri kurallar dahilinde kullanmanız istenir. Eğer, siz ona uysanız; o da sizle istediginiz şartları sunar. Yaptığınız işten eminseniz, size daha fazla deneyim kazandıracak koşullar yaratır. O, doğrultmen bir gezegendir.



AKREP

Ayın ilk haftası Merkür Venerus ve Güneş maddie evinizde ilerliyor. Risklere karşı sizlere uyarmalıyız. (Şans oyuları ilginizi çekicek ve meraklı yönleriniz atala kalkacak.) Amağınızdan fazla uzaklaşmamalı ve kendinize eğlenceli uğraşlar bulmak yerine gerçek dostlarınızla ve arkadaşlarınızla bir araya gelmeliye gelebilirsınız. Siz eğlenceli ortamlar ve sakin yaşamayı birlikte kombine ederek yaşamayı seviyorsunuz. Uzak yollarla ilgili planlarınız ve programlarınızı yaşama geçirileceksiniz. Ostello kazançlarınızda artış sağlayacaksınız.



YAY

Yönetici pozisyonunda iseniz, gevenizle yelenen koordine edecek gerekli titizliği sizinze başarılı bir şekilde yansıtacaksınız. Tüm buntara rağmen, ılgınızda huzursuzluğu yenmek için gaba saflımlı gerekebilir. Paneller ve konferanslara katılabilsiniz. Konuşmacı olarak kendinizi ve fikirlerinizi rahatça tanıtabileceksiniz, entelektüel konularda başarılı bir iletişim sergileyeceleriniz. Bazıları aşınya kaçabilir ve direğine ve israr etme konusunda başkıcı davranışlarınlardır. Eğer bir yerde eleman olarak çalışıyorsanız, müdürlünüz ve amlarınızın gözüne girecek ve kendinizi düzgün davranışlarınızla kabul ettireceksiniz.



OĞLAK

Güvensizlik duygularınız yüzünden başkanlıdan onay bekleyebilirsınız. Hızlı gerçekleştirebilecek idealler peşinde olabilirsiniz. Sizsinde aynı düşüncenin paylaşacak kişilerle birlikte bir grup yapabilsiniz. Finans gezegeniniz Uranüs, alle ve yuva evinizde geri hareketini yapıyor. Maddi konularda yoğun istekleriniz var ve başarıyı bu dikkatiniz sayesinde elde edeceksiniz. Başkalarının fırsatlarıyla kendi arzularınızı birleştireceksiniz. Unutulmuş veya uzun süredir sonucanmayan miras durumları gündeme gelebilir. Anlı kazalara karşı tedbirli olmalısınız.



KOVA

Gevenizle olan paylaşımı grup çalışmalarından çok kendi işliliklerinize ömrük işleri tercih ederken, kendinize ve kişiliğinizde değer vereceksiniz. Sadece kendinize güveniyor, size katkıda bulunmak isteyenler kibarca geri çevrilirsiniz. İsteklerinizle başlama konusunda oldukça kararlısınız. Gerekçiz cesaret gösterilerine kapılmayın. Takdir görnen kişisel şablonlarınız sizlere motive etse bile, tam olarak beklenenlerinizin yanıtını bulamayabilirsiniz. Anlı değişim şartlarına karşı temkinli olmalı, ölübü kaçırmamalısınız.



BALIK

Fiziksel ve ruhsal anlamda kendinizi gügü hıssedeceğiniz bu ay, eğlenceli ve sizlere oynayan yolculukları da gündeme getirecektir. Güçlü kişillerin desteğini üzerinde hissederek ve onlara ilişkilerinizi olumlu tutmayı başaracaksınız. Ayın ilk günlerinde sosyal yıldızlarınız ortaya çıkacak. Yolunda gitmemeyen sosyal ilişkileriniz yön değiştirecek, şimdide kadar fark etmediğiniz detaylar önem kazanacak, ilişkileriniz ve kendinizi sorulayacaksınız. Yanlış dostluklar birterken, akablinde bağlayan yeni dostluklardan çok şey kazanacaksınız.



İSTANBUL

NO	AVM ADI	TOPLAM BEĞENİ
1	City'S Nişantaşı	478.741
2	Forum İstanbul	375.204
3	Marmara Forum	336.745
4	İstanbul Cevahir	271.229
5	Kanyon	231.458
6	Vialand	162.971
7	M1 Meydan Ümraniye	115.352
8	İstinyepark	95.289
9	Brandium Ataşehir	89.459
10	Palladium Ataşehir	86.640
11	Sapphire Çarşı	72.662
13	Viaport Outlet	70.053
12	MarmaraPark	69.563
14	Buyaka	63.832
15	Trump	62.620
16	212 İstanbul Power Outlet	42.557
17	Astoria	37.991
18	Torium	37.983
19	Capitol	39.822
20	Aqua Florya	31.331



ANKARA

NO	AVM ADI	TOPLAM BEĞENİ
1	Forum Ankara Outlet	174.801
2	ANKAmall	138.801
3	Gordion	53.472
4	Kentpark	51.281
5	Taurus	42.986
6	Cepa	37.433
7	Acity Outlet	35.075
8	Anatolium Ankara	30.375
9	Nata Vega Outlet	25.067
10	Next Level	24.498
11	Atlantis	17.262
12	Panora	16.827
13	365 AVM	15.593
14	Gimart Outlet	15.094
15	Bilkent Center	11.380
16	Tepe Prime Avenue	11.032
17	Antares	9.684
18	Arcadium	8.894
19	Kızılay AVM	6.299
20	Armada	4.677

NO	AVM ADI	TOPLAM BEĞENİ
1	Forum Kayseri	124.442
2	Forum Mersin	110.540
3	Espark	103.842
4	Forum Trabzon	103.230
5	Forum Gaziantep	92.194
6	Gebze Center	73.910
7	Prime Mall Gaziantep	69.303
8	Özdilek Bursa	66.132
9	Forum Bornova	65.227
10	Terracity	62.515
11	Özdilek Park Antalya	60.271
12	Konya Kent Plaza	60.271
13	Antalya Migros AVM	55.001
14	Prime Mall İskenderun	50.200
15	Forum Çamlık	43.126
16	Serdivan Park	41.036
17	Forum Aydın	40.918
18	Kule Site AVM	39.166
19	Deepo Outlet Center	38.301
20	Outlet Center İzmit	35.758

DiĞER



İSTANBUL

NO	AVM ADI	TAKİPÇİ
1	City'S Nişantaşı	105.473
2	Kanyon	58.496
3	Buyaka	56.638
4	İstinyepark	10.737
5	Trump	10.678
6	Astoria	9.101
7	Akasya Acıbadem	8.608
8	Sapphire Çarşı	8.395
9	Arena Park	6.502
10	Vialand	4.801
11	Kozzy	4.366
13	Palladium Ataşehir	4.228
12	Marmara Forum	4.215
14	Zorlu Center	3.898
15	Forum İstanbul	3.834
16	Olivium Outlet Center	2.775
17	Capitol	2.758
18	Aqua Florya	2.677
19	212 İstanbul Power Outlet	2.666
20	Akmerkez	2.604



ANKARA

NO	AVM ADI	TAKİPÇİ
1	ANKAmall	6.121
2	Bilkent Center	4.470
3	Kentpark	4.048
4	Tepe Prime Avenue	3.260
5	Gordion	2.016
6	Cepa	1.837
7	Armada	1.799
8	Nata Vega Outlet	1.689
9	365 AVM	1.646
10	Panora	1.592
11	Taurus	1.271
12	Forum Ankara Outlet	1.264
13	Gimart Outlet	1.142
14	Anatolium Ankara	1.011
15	Next Level	970
16	Acity Outlet	875
17	Antares	771
18	Atlantis	683
19	Arcadium	328
20	Park Vera	70

NO	AVM ADI	TAKİPÇİ
1	Forum Kayseri	124.442
2	Forum Mersin	110.540
3	Espark	103.842
4	Forum Trabzon	103.230
5	Forum Gaziantep	92.194
6	Gebze Center	73.910
7	Prime Mall Gaziantep	69.303
8	Özdilek Bursa	66.132
9	Forum Bornova	65.227
10	Terracity	62.515
11	Özdilek Park Antalya	60.271
12	Konya Kent Plaza	60.271
13	Antalya Migros AVM	55.001
14	Prime Mall İskenderun	50.200
15	Forum Çamlık	43.126
16	Serdivan Park	41.036
17	Forum Aydın	40.918
18	Kule Site AVM	39.166
19	Deepo Outlet Center	38.301
20	Outlet Center İzmit	35.758

Diğer



İSTANBUL

NO	AVM ADI	TOPLAM ZİYARETÇİ	TOPLAM ZİYARET
1	İstanbul Cevahir	430.194	1.131.013
2	İstinyepark	312.088	862.140
3	Forum İstanbul	276.701	683.714
4	Marmara Forum	226.951	583.590
5	Viaport Outlet	210.398	431.794
6	Kanyon	198.560	563.569
7	Palladium Ataşehir	186.763	628.061
8	Capacity	177.810	686.073
9	MarmaraPark	173.389	527.667
10	İstanbul Optimum Outlet	172.400	346.280
11	Zorlu Center	168.026	252.295
13	Tepe Nautilus	146.480	328.763
12	Buyaka	134.500	316.537
14	City'S Nişantaşı	133.601	259.143
15	Aqua Florya	132.540	243.927
16	Trump	127.321	235.626
17	Akasya Acıbadem	125.331	159.666
18	Vialand	122.370	208.573
19	CarrefourSA Maltepe Park	118.558	318.811
20	Capitol	114.449	378.378

ANKARA

NO	AVM ADI	TOPLAM ZİYARETÇİ	TOPLAM ZİYARET
1	ANKAmall	230.928	584.825
2	Kentpark	142.890	396.775
3	Cepa	125.484	288.054
4	Armada	109.905	234.751
5	Panora	107.070	382.817
6	Gordion	80.680	269.168
7	Kızılıy AVM	76.471	143.710
8	Ankara Optimum Outlet	75.865	175.253
9	Nata Vega Outlet	74.391	125.018
10	Antares	63.160	200.827
11	Taurus	63.059	110.881
13	Forum Ankara Outlet	60.970	95.670
12	Acity Outlet	55.431	87.299
14	Atlantis	48.769	125.650
15	Next Level	44.834	61.021
16	Tepe Prime Avenue	29.024	68.278
17	365 AVM	24.846	81.747
18	Bilkent Center	21.326	39.010
19	Arcadium	16.945	46.951
20	FTZ AVM	10.610	22.078

DİĞER

NO	AVM ADI	TOPLAM ZİYARETÇİ	TOPLAM ZİYARET
1	Forum Bornova	247.687	762.278
2	İzmir Optimum Outlet	212.062	495.814
3	Korupark AVM	119.538	444.439
4	Forum Mersin	116.682	494.043
5	Espark	115.695	398.919
6	Agora AVM	106.460	427.969
7	MarkAntalya	103.131	237.515
8	Terracity	88.482	332.532
9	Forum Trabzon	85.676	351.001
10	Highway Outlet	79.545	108.159
11	Bursa Kent Meydanı	78.967	278.883
12	Adana Optimum Outlet	78.116	191.691
13	Zafer Plaza	74.202	270.029
14	Antalya Migros AVM	72.815	195.673
15	Forum Çamlık	69.947	336.738
16	Özdilek Park Antalya	69.371	150.083
17	Forum Kayseri	66.017	242.135
18	Outlet Center İzmit	64.351	127.824
19	Anatolium Bursa	63.346	152.418
20	Forum Aydın	59.299	146.968



SOSYAL MEDYA ANALİZİ



facebook.

İSTANBUL

City's Nişantaşı 2.861 yeni beğeni ile genel klasmanda birinci sıradaki yerini korumuştur. Astoria yenilenen konsepti ile 4.205 yeni beğeni alarak bu ay en çok yeni beğeni alan AVM dir. Trump yeni 3.800 beğeni ile Astoria'yı izlemektedir. Ayrıca 3.399 yeni beni alan Capitol'ün de performansı önemlidir. İlk 20 de yer alan sıralamada Astoria 19.sırada 17.sıraya 2 basamak yükselmiştir. Capitol ve Torium birer sıra gerilemiştir.

ANKARA

Ankara'da ise en çok yeni beğeni alan AVM'leri incelersek Gimart outlet ilk sıradada yer almaktadır. 20.sırada 14.sıraya yükselserek ciddi bir performans sergilemiştir. 2.190 yeni beğeni alan 365 AVM'yi 1.729 yeni beğeni ile Next Level takip etmektedir. Forum Ankara'nın açık ara birinciliği bu kulvar da bu ayda devam etmektedir.

DİĞER

Forumların arasında ki performansı ile Espark 3.995 yeni beğeni ile bir üst sıraya yükselmiştir. Gebze Center 13.054 yeni beğeni ile bu ay en çok beğeni alan AVM olmuş ve 3 sıra birden yukarı çıkmıştır. Forum Gaziantep 7.886 yeni beğeni ile dikkatleri toplanmışlardır. Forum Çamlık 5.000 beğeni kaybetmiştir.

twitter

İSTANBUL

Twitter bağlamında genel anlamda takipçi sayıları düşmektedir. 1.965 takipçi kaybına rağmen City'S 1. Sıradaki yerini korumaktadır. Zorlu ise halen beklenen performansı göstermemiştir. Olivium Outlet Center 326 yeni takipçi kazanarak bu ay en fazla takipçi kazanan AVM olmuştur.

ANKARA

En çok yeni takipçiyi 207 kişi ile Tepe Prime Avenue elde etmiştir. Taurus AVM 204 takipçi ile onu izlemekte olup klasmanda 3 sıra yükselmiştir. AnkaMall ise bu kulvarda da birinciliği korumaktadır. Bu alanda bu ay diğer bir performans da yeni açılan Park Vera'nın klasmana girmesidir. Ankara'da yapılan konser etkinlikleri skora yansımamaktadır.

DİĞER

Highway bu ay da bu kulvarda ki açık ara birinciliğini korumaktadır. Olu Kayseri Park takip etmekte olup Kayseri Park'ın performansı çok önemlidir. Bu ay Palladium Antalya ve Forum Bornova en çok yeni takipçi alan AVM'dir. Kütahya Sera AVM başarılı performansı da çok önemlidir.

foursquare

İSTANBUL

İstanbul Cevahir bu ay 13.903 yeni check-in ile en çok yeni check in alan AVM dir. 10.339 yeni check-in ile Akasya omu izlemektedir. CRM noktasında incelersek geçen ay 3,87 ortalamasını bu ay 3,86 olarak gerçekleştiren Capacity önemli bir performans sergilemiştir. Bu ay 3,36 lik performansı ile Palladium Ataşehir 2. En iyi averagesi elde etmiştir.

ANKARA

En çok yeni check-in alan AVM lerin ilk sıradı 7.074 ile AnkaMall ve 5.244 ile Kentpark gelmektedir. CRM noktasında en başarılı performans 3,58 ile bu ay Panora AVM'de dir. Panora'yı 3,34 ile Gordion izlemektedir. Next Level 1,36 oranıyla klasmanda en düşük skoru elde etmiştir.

DİĞER

En fazla yeni check-in noktasında ; Forum Bornova İlk sırada ki yerini korumuştur. Ayrıca bu ay 8.523 yeni check in gerçekleşmiştir. Optimum İzmir 8.048 ve Espark 6.103 yeni check-in sağlamıştır. CRM oranlarının bakarsak Forum Çamlık 4,81 ile birincidir. Forum Mersin 4,23 oranıyla ikinci en iyi skoru elde etmiştir.



ATAKULE'DEN DÜNYA'YI GÖRMEYE HAZIR MISINIZ?

"Kule Size Emanet" sloganı ile yola çıkan Atakule, son bulan geri sayım ile Dünya turu hediyeli kampanyasını başlattı.



Gecmişten geleceğe tüm Ankara'lıların kalbinde yer edilmiş Atakule, bir süre ile yanında dünya turu hediyeli anketine başlıyor. Ankete katılan kullanıcılar hayatındaki tercihlerine göre yarışmaya katılacaklar. www.kulesizeemanet.com adresinden erişilecek anket sorularını cevaplayanlar, bir ayın sonunda çekilişle belirlenecek. Kazanan şanslı yanına alacağı bir kişi ile birlikte, Roma, Los Angeles, Honolulu, Capetown ve Bangkok'ta 12 gece 13 gün boyunca doyasıya eğlenme fırsatı yakalayacak. Roma'dan başlayacak dünya turu Bangkok'ta son bulacak. Havalimanından otel transferine, şehir turundan rehberlik hizmetine kadar her şeyin dahil olduğu tur da kazanan şanslı, Atakule aynaklı ile dünyayı keşfetme imkânına sahip olacak. Atakule'nin hafızalarındaki yerini hatırlatmak ve Atakule severler ile ortak paydada buluşmak amacıyla hazırlanan ankette; yanlış ya da doğru yok. Yalnızca cevap vermeniz yeterli. Soruları cevaplamak sizden, sevdığınız bir kişi ile dünya turu Atakule'den.

22 Ekim tarihinde gerçekleşen basın toplantısı ile geri sayımına başlayan "Kulesizeemanet", 7 Kasım - 7 Aralık tarihleri arasında yanında kalacak anket soruları ile eğlenceli zaman geçirmenizi sağlarken sizi dünya ile buluşturuyor.

