

Perakende®

KDV DAHİL 10 TL

ALİŞVERİŞ KÜLTÜRÜ DERGİSİ

Sayı 44 / Aralık 2017 / Yıl 7

ÇAĞI

Fayda A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı
Ekrem Fidan



**“Fayda A.Ş.
kazanmaktan
çok kazandıran
bir şirkettir”**

1K Kimya A.Ş. CEO’su
Sevginar Baştekin



**Ürünlerimizin
Kalitesine Güveniyoruz
Altına İmzamızı
Atıyoruz**

İnsan Kaynakları Danışmanı
Sibel Zaloğlu



**İlk Kitabı
GÜÇ SENDE’yi
Hangi Duygularla
Yazdığını Anlattı**

Yemekçim Gıda A.Ş. Kurucu Ortağı
Hakan Gümüş:



**Günde
60 Bin Kişiyi
Doyuruyoruz**



İstanbul
PERDER Başkanı
Ramazan Ulu

**Yerli Market Haftasında
Görüşme Rekoru Kırıldı**



Digital Uydu Platformu Sektörü
Filbox ile sadeleşiyor...

Anfaş
FoodProduct®

25. Uluslararası Gıda ve İçecek İhtisas Fuarı
17-20 OCAK 2018

5yıldız

1967'den günümüze

“Ustası”ndan Leziz, Sağlıklı,
Sizlere Özel Tadlar...



www.besyildiz.com.tr



Lezzine bir Doğruluk markasıdır

Peynirinin Âlâ'sı



Kocatepe Mh. 12. Sk. C Blok, No: 474 Mega Center Bayrampaşa / İstanbul
Tel: 0 (212) 640 01 36 - 0 (212) 640 01 37 Faks: 0 (212) 6400136 - 37
Gsm: 0 (533) 669 93 35 fabrika@dogrulukeyzine.com / bilgi@lezzine.com
www.lezzine.com

- Insert
- Broşür • Katalog
- Tasarım
- Baskı ve Dağıtım Hizmetleri



yenice 
Reklam ve Danışmanlık

Yenicem Medya Hizmetleri olarak; Insert, Broşür, Katalog vb. gibi ürünlerin tasarım, Ofset veya Web Ofset baskısı ile dağıtımları konusunda, 2002 yılından itibaren, İstanbul'da ve tüm Türkiye'de faaliyet göstermekteyiz.

Yeniliğe Hep Birlikte...



yenice 
Reklam ve Danışmanlık

İhlamurkuyu Mah. Çanakkale Cad. Kırkpınar Sk. No:10 Ümraniye/ İSTANBUL

 (216) 612 22 12  (216) 612 24 12

www.yenicem.com | info@yeniceajans.com



**YENİNCE
BEŞLER YENİR!**

Nostalji



Fermente Sucuk

Üretici Firma: KARİZMA BEŞLER ET GIDA SAN. ve TİC. A.Ş.
Fabrika: Alipaşa Mahallesi Erkoç Sokak No: 24 Silivri/İstanbul

beslersucuk.com

@beslersucuk

@beslersucuk

Hamzabey Mah.
Danaçayır Cad. No:21
Mustafakemalpaşa
BURSA / TURKEY



www.arslanoglu.com.tr
T: 0224 614 20 74 - 75
GSM: 0532 166 23 11
Fax: 0224 613 28 47
hayati@arslanoglu.com.tr

Tatlının merkezi Mustafakemalpaşa'dan...

Arslanoğlu Tatlıcılık,
Kemalpaşa Tatlısı, Peynir Tatlısı, Şekerpare Tatlısı ve Kalburabastı lezzetini
Türkiye'nin dört bir yanında bulunan satış noktalarıyla
sizlerin beğenisine sunuyor.

Gerçek Tat Gerçek Lezzet





Mangal Keyfi...



www.hizalet.com.tr

GÜNCEL 18



Univera, Perakende
Günleri 2017'de dijital
dönüşümü anlattı

RÖPORTAJ 42



Değer katan projeleri
ile Positive...

MAKALE 40



Teşekkürler
Perakende Çağı,
Ve Perakende Sektörü...

GÜNCEL 24

Hacı
Şirketler
Grubu
Et
Üretiminde
Çiftlikten
Çatala
Entegrasyon



REKLAM İNDEKSİ

5YILDIZ	ÖN K.İçi
PERKON	Arka K. İçi
FILBOX	Arka Kapak
DOĞRULUK	1
YENİCEM AJANS	2
BEŞLER	3
ARSLANOĞLU	4
HIZAL	5
KAYA ÇİFTLİĞİ	7
PROFİLO	9
VESTEL	15
SLEPY	18
SLEPY	19
İPEK SALÇA	23
SEYİDOĞLU	27
SULTAN ET	29
POSİNESS	36
POSİNESS	37
AKTAR GURME	39
İPEK SUCUK	43
AKMAN	47
YAĞMUR	51
ERSO	52
ERSO	53
DERMOKİL	57
POSİFY	60
POSİFY	61
VESTEL	63
FONEX	65
CEYLAN ET	69
ŞİMŞEK	71
YZB	72
YZB	73
FAKİR TİCARET	77
ANFAŞ	79
EMRE AJANS	80

MEDYA®
BLUE
AJANS & TANITIM

Blue Medya Ajans ve Tanıtım Hizmetleri

İmtiyaz Sahibi ve Sorumlu Müdür
Genel Yayın Yönetmeni

M.Çağatay Kayhan

cagatay@perakendecagi.com

Yayın Danışmanı **Haluk Bayar**

Yayın Editörü: **Banu Kaya**

Creatif Director: **Kadir Kepçeoğlu**

Yayın Danışmanı: **Yıldıray Kayhan**

Hukuk Danışmanı:

Av. Selçuk Şahin

Baskı ve Cilt / **Milsan Basım** Tel: (0212) 697 10 00

İletişim: Kocatepe Mah. Mega Center

Kuru Gıda Sitesi C34

Blok No 342 K: 4 Bayrampaşa / İSTANBUL

Tel: +90 212 640 21 22 Fax: +90 212 437 34 65

www.perakendecagi.com

Yerel Süreli Yayındır. Dergimizi Basın Meslek İlkelerine uymayı kabul eder.

Tüm yayın hakları Smart Medya'ya aittir. İsimsiz kullanılamaz.

Tüm reklamların sorumluluğu firmalara, yazılardaki görüşler yazarlarına aittir.



Kaya Çiftliği

Peynir Kalbi



www.kayaciftligi.com.tr
iletisim@kayaciftligi.com.tr



peynirinkalbi



kayaciftligi

444 00 74



çagatay@perakendecagi.com

Sektörün trendlerine genel bakış...

Değerli Perakende Çağı okurları; acısıyla, tatlısıyla bir yılı daha geride bırakıyoruz. 2017 yılını, sektörümüz açısından değerlendirdiğimizde; hareketli bir tabloyla karşılaştığımızı söyleyebilirim...

2018 yılında ise sektörün trendlerinde önemli değişiklikler olacak gibi görünüyor. Kilit noktalardan biri teknolojinin perakende sektörüne yansması...

Teknolojinin gelişimi, perakende sektörünün trendlerini ciddi anlamda etkiliyor ve müşterilere yeni olanaklar sağlayarak, farklı pencereler açıyor. Bu olumlu trendleri; yükselen mobil alışveriş, sunulan müşteri deneyimi, kişiselleştirilen ürünler ve şirket bünyesindeki yetenekleri koruma başlıkları altında toplayabiliriz. Perakende sektöründeki bu gelişim, teknoloji paydasında birleşiyor. Teknoloji penceresinden sektöre bakan şirketler rakipleri karşısında üstünlük sağlıyor... Aynı zamanda, mobil alışveriş de büyümeye devam ediyor ve özellikle akıllı telefonlar perakende alışverişlerinde başrolü kapmak üzere...

Tüm bunların yanı sıra; uzmanlar perakendenin geleceğini "kişiselleştirme" başlığı altında topluyor. Perakendeciler zaten kişiselleştirmenin gücünü keşfetmeye başladı. Geliştirilen son teknolojiler, perakendecilerin zorlayıcı modern tüketicinin beklentilerini karşılayabilmesine ve rakiplere üstünlük sağlamasına olanak tanıyor.

Önemli olan yeteneği yakalamak ve bunu korumak... Özetle; bu dijital devrim, perakende sektörünü benzersiz bir değişime uğrattıyor...

2018 yılı hepimize hayırlı olsun...

M. Çagatay Kayhan



HERKESE, HER KESEYE UYGUN YAZARKASALAR PROFİLO'DA!

14 ülke için geliştirdiği 151 yazarkasa modeli ve uluslararası tecrübesiyle sektör liderlerinden Profilo Ödeme Sistemleri, geliştirdiği yeni nesil yazarkasalar ile esnafımızın yüzünü güldürmeye devam ediyor.

Siz de 869TL'den başlayan fiyatlarla Profilo'ya geçin, rahat edin.

YENİ NESİL
YAZARKASALARA
GEÇİŞ İÇİN
SON TARİH
31 ARALIK 2017*

*Cirosu 150.000TL'den
az olan mükellefler



Yeni Nesil Yazarkasa POS
Profilo S900 ECR

- İster mobil, ister masaüstü
- Dokunmatik renkli ekran
- Ücretsiz iletişim*



Yeni Nesil Masaüstü Yazarkasa
Profilo YK-7200M

- EFT POS'larla uyumlu
- 2 satır kullanıcı, 2 satır müşteri ekranı



Yeni Nesil Masaüstü Yazarkasa
Profilo YK-8200

- EFT POS'larla uyumlu
- 4 satır kullanıcı, 2 satır müşteri ekranı



Yeni Nesil
Bilgisayar Bağlantılı Yazarkasa
Profilo YK-PS300

- EFT POS'larla uyumlu
- Minimum boyut, maksimum yetenek

3 İNÇ YAZICILI
ENDÜSTRİYEL
YAZARKASA

* En az bir banka ile çalışıldığı sürece cihazın kullanım ömrü boyunca "ücretsiz iletişim"

PROFİLO
ÖDEME SİSTEMLERİ

profiloodemesistemleri.com
profiloS900.com
profiloyk.com

0850 222 72 72
R2 R2

Profilo yazarkasalar ve kampanyalarla ilgili 0850 222 72 72 numaradan bilgi alabilirsiniz. 200TL puan kampanyası 30 Aralık 2017 tarihine kadar geçerlidir. Kampanya ve ürünler stoklarla sınırlı olup, Profilo Ödeme Sistemleri herhangi bir anda kampanya süresini, şartlarını, içeriğini değiştirebilir, güncelleyebilir ve kampanyayı sona erdirebilir.

Perakende Günleri'17' ufuk açan oturumlarla sona erdi



Perakende Günleri'17'nin son iki oturumunda Perakende Fütüristi Doug Stephens, Amazon'un sahip olduğu vizyon doğrultusunda hayata geçirdiği projeleri ve Türkiye pazarına girmesi için ülkemizin karşıladığı kriterleri paylaştı.

ken, Prof. Dr. İlber Ortaylı ve Prof. Dr. Deniz Ülke Arıboğan, geçmişten günümüze bu toprakların ticari geçmişini, tüccarlık kavramını ve geleneksel esnaflık kültürünü gündeme taşıdı.

'Alışveriş Dünyasını Sallayan Güç: Amazon' başlıklı konuşması ile ünlü Perakende Fütüristi Doug Stephens Perakende Günleri'17'nin ikinci gününde Amazon'un durdurulamaz gelişimini ve perakende dünyasını değiştiren yeni stratejilerini katılımcılarla paylaştı. Prof. Dr. İlber Ortaylı ve Prof. Dr. Deniz Ülke Arıboğan ise 'Muhteşem İkili' başlıklı oturumda Türkiye, tarih ve düşünce yolculuğuna çıkardı. Geçmişten günümüze tarihsel gelişime, ülkelerin siyasal durumlarının ekonomiye ve dünyaya olan etkilerine ilişkin bilgiler veren Ortaylı ve Arıboğan, katılımcılara yüzyıllardır süregelen tüccarlık serüveninden, Osmanlı İmparatorluğu'nda esnaflığa ve Cumhuriyet tarihinde yaşanan ticari faaliyet ve girişimlere kadar geniş bir yelpazede içerikler aktardı.



Sarelle "Türkiye'nin Süper Markası" seçildi

Uluslararası marka değerlendirme kuruluşu Superbrands'in The Nielsen Company iş birliğiyle yaptığı araştırma sonucunda Sarelle "Türkiye'nin Süper Markası" seçildi. Geçtiğimiz günlerde Hilton İstanbul Bosphorus Hotel'de gerçekleştirilen ödül töreni ile Türkiye'nin süper markalarına ödülleri verildi. Gecenin sunuculuğunu üstlenen ünlü oyuncu Ali Poyrazoğlu, Superbrands seçilen markalara ödülleri takdim ederken Sarelle adına ödülü Sanset Gıda Pazarlama Müdürü Aslı Eren Şengezer aldı.

BrandZone "Yerli Market Haftası Fuarı"na katıldı



Yerli ve yerel tedarikçileri, distribütörleri ve perakendecileri bir araya getiren "Yerli Market Haftası Fuarı" bu yıl üçüncü kez toplandı. Türkiye'deki markalar için fiyat/rekabet araştırma hizmetleri sunan, etkinliğin araştırma sponsoru olan BrandZone da fuardaki yerini aldı.

Fuar, İstanbul merkezli yerli market zincirleri ile tedarikçiler arasında yüzlerce B2B görüşmeye sahne oldu. Basılı ve online fiyat verilerini araştırıp takip eden, en güncel pazar araştırma analizlerini sunan BrandZone, etkinliğin araştırma sponsoru oldu. BrandZone ayrıca 10 No'lu standında tedarikçiler ve perakendecilerle bir araya geldi.

İstanbul PERDER Başkanı Ramazan Ulu: Kararın yeniden gözden geçirilmesini umuyoruz!

Ramazan Ulu, yaptığı açıklamada Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'na bağlı Et ve Süt Kurumu Genel Müdürlüğü'nün yaptığı marketlere ucuz ve uygun fiyattan et satışına ilişkin açıklamasının kendilerinde hayal kırıklığına neden olduğunu bildirdi. Yeni dönemde anlaşma imzalayan iki market zincirinin kıymayı 29, kuşbaşı eti ise 31 liradan satacağını hatırlatan Ulu, sözlerini şöyle sürdürdü:

“İstanbul PERDER çatısı altındaki 45 üyemizin bin 506 marketi bulunuyor. Türkiye genelinde ise 3 bin 500 civarında yerli zincir market yer alıyor. Bizim bu rakamdan mevcut şartlarla ucuz et satma imkânımız yok. Bu durumda hak-sız rekabet ortaya çıkıyor. Müşterilerimiz nezdinde bir dizi olumsuzluklar yaşıyoruz. Bu sadece et satışında ciro kaybına neden olmaz, müşterimizi kaybederiz, bir bakıma geleceğimizi kaybederiz. Bu nedenle, on binlerce çalışanımızı ve bizleri mağdur edecek kararın gözden geçirilmesini umuyoruz.”



İstanbul PERDER Viking Temizlik'i ziyaret etti

İstanbul PERDER Üyeleri, ‘Üretici-Perakendeci Buluşmaları’ kapsamında Viking Temizlik Fabrikası'na ziyaret gerçekleştirdi. İzmir Kemalpaşa'da bulunan fabrikada Viking Temizlik ve Kozmetik Ürünleri İcra Kurulu Başkanı Hayrettin Avcı tarafından karşılanan İstanbul PERDER Üyeleri, üretimle ilgili bölümleri, teknik yöneticilerin konuyla ilgili açıklamalarıyla birlikte inceledi. Fabrika gezisinin ardından İstanbul PERDER Üyeleri'ne Viking Temizlik'in geçmişten bugüne gelişimi ve hedeflerini anlatan sunum gerçekleştirildi.



Kerevitaş ve Besler'in güç birliği resmileşti

Superfresh markasıyla dondurulmuş gıda pazarında açık ara lider olan, aynı zamanda ton balığı ve konserve üretimi de yapan, sektörün büyük oyuncularından Kerevitaş, yağ pazarında Bizim Yağ, Teremyağ, Luna, Yayla

gibi tanınmış, pazar lideri markaları olan, Marsa'yı da bünyesinde bulunduran pazar lideri Besler'i satın alma işlemini resmen tamamladı. Satın alma sonrasında, Türkiye'nin halka açık en büyük ikinci gıda firması olma yolunda

önemli bir adım atan Kerevitaş; güçlü özkaynak ve istikrarlı büyüme trendi ile gıda alanında birçok farklı sahaya yatırım yapabilecek mali güce sahip olurken, sürdürülebilir büyümesini devam ettirmeyi de hedefliyor.

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan: Reel ekonomi dedikodulara değil gerçeklere ve fırsatlara itibar ediyor!



Globalturk Capital tarafından, EMPEA iş birliğinde bu sene 3'üncüsü gerçekleştirilen "Türkiye ve Çevresindeki Özel Sermaye Fonları Yatırımları"

etkinliğinde, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın yatırımcılara mesajı damga vurdu. 65 yıl sonra ilk kez cumhurbaşkanı seviyesinde gerçek-

leştirilen Yunanistan ziyareti sebebiyle etkinliğe katılamayan Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, gönderdiği yazılı mesajda, Türkiye'nin son yıllarda karşı karşıya geldiği türlü engellemeler ve sıkıntılara rağmen, içine kapanmayıp aksine dünyaya daha da açıldığını vurguladı. Erdoğan, etkinliğe katılan yatırımcılara, "Yurtdışındaki bütün olumsuz propagandalara rağmen, sizlerin bugün burada olmasını önemli görüyoruz. Bu tavrınızla, reel ekonominin söylentiler ve dedikodulara değil, gerçeklere ve fırsatlara itibar ettiğinin göstermiş oldunuz." diye seslendi.

Ayakkabı Dünyası'nın 2020 ciro hedefi 637 milyon TL!

Her yaştan tüketiciye birbirinden cazip seçenekler sunan Ayakkabı Dünyası, tüketicilerinden aldığı destek ile büyüme ivmesini sürdürüyor. Bu doğrultuda 2017 yılında 250 milyon TL'ye yaklaşan ciro rakamı elde eden Ayakkabı Dünyası, yıl içerisinde ulaştığı 70 mağaza sayısı ve 750

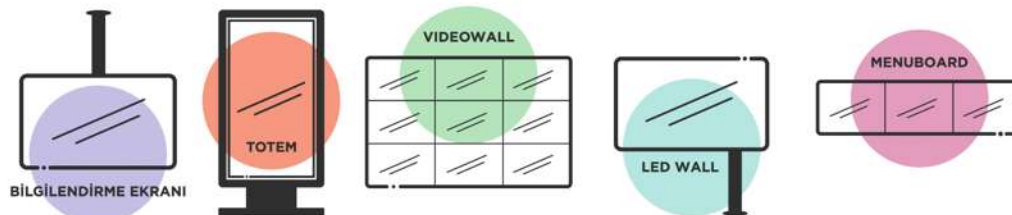
kişilik istihdamı ile dikkat çekiyor. Yeni geliştirdikleri bayilik sistemi ile büyümeye devam edeceklerini belirten Ayakkabı Dünyası Genel Müdürü Uygur Turcan, 2018 yılında 345 milyon TL, 2019 yılında 467 milyon TL, 2020 yılı sonunda ise 637 milyon TL ciroya ulaşmayı amaçladıklarını da aktarıyor.



"Yaşam Senin, Sağlıklı Kal!"

Zengin ürün gamını "Yaşam Senin, Sağlıklı Kal!" söylemi ile sosyal medyaya taşıyan Yayla Bakliyat, etkin içerik ve müşteri yönetimi ile Business Life Dergisi En Sosyal 500 Şirketi araştırmasının sonuçlarına göre Gıda kategorisinde en iyi şirketler arasında yer aldı. Sosyal medya hesapları ile bakliyat, pirinç ve bulgur ürünlerinin sağlık açısından faydalarını işleyen ve 15 dakikada hazırlanan pratik sebzeli bulgur serisi Yayla Gurme Fit ile iletişim yapan şirket, müşteriler tarafından beğenilerek takip ediliyor.

#GURURLAYERLi



 info@vestelteknoloji.com.tr www.vestelteknoloji.com.tr 0212 456 24 27

Sektörün dün, bugün ve yarın masaya yatırıldı

Perakende sektörünün gelişimi için Türkiye genelinde farklı organizasyonlara imza atan Türkiye Perakendeciler Federasyonu'nun (TPF), Trabzon'da Karadeniz PERDER ev sahipliğinde düzenlediği Perakende Konferansı ile sektörün dün, bugün ve yarın masaya

ya yatırıldı. TTSO Başkanı M. Suat Hacısalihoğlu, Trabzon Vali Yardımcısı Nusret Şahin'in konuşmalarıyla açılan etkinlik, 500'e yakın perakendeci, tedarikçi ile STK temsilcisinin yoğun katılımı ile gerçekleşti.

Organizasyonun açılış konuşmasının

da yatırımını Türkiye'ye yapan, önemli oranda istihdam sağlayan, krizlerde ekonominin hareketlenmesine en büyük katkılardan birini sağlayan ve yerel ekonominin can damarlarından biri olan yerel perakendecilerin agresif tutumdan uzak çalışmalarını sürdürdüğünü belirten TPF Başkanı Mustafa Altunbilek, "Son yıllarda sektörümüzde büyük bir rekabet var. Giderek agresifleşen rekabet ortamında yerel zincirler olarak bizler, sektörümüzün önünde engel olan sorunlara çözüm üretmek, çalışanlarımızı donanımlı hale getirmek, sektöre yeni teknolojiler kazandırmak, üreticimizi, tedarikçimizi, iş ortaklarımızı ve marketlerimizde alışveriş yapan müşterilerimize değer yaratmak için zaman mevhumu gözetmeksizin çalışıyoruz" dedi.



Vestel'e "En Yenilikçi Marka" ödülü

Türkiye'nin teknoloji devi Vestel, dünyanın en iyi markalarının yarıştığı Plus X Award'da yılın en yenilikçi markası seçildi. Dünyanın en prestijli yarışmalarından biri olan Plus X Award'da, teknoloji dünyasına kattığı yeniliklerin yanı sıra tasarım alanında da dikkatleri üzerine çeken Vestel, telekomünikasyon ürün grubunda 'En Yenilikçi Marka' ödülüne layık görüldü.

Plus X Award, 14 yılı aşkın süredir düzenleniyor ve her yıl teknoloji, spor ve yaşam alanlarında dünyanın önde gelen markalarını ödüllendiriyor.



Sleepy
"Hep daha iyisi"



Eruslu'dan önemli atama...

Uzun yıllar Colgate Palmolive'de, satış departmanının pek çok kademelerinde başarılı çalışmalara imza atan ve son olarak EGE Bölgede İş Geliştirme Müdürü olarak görev yapan Ertan DİNÇEL; bugüne kadar edindiği deneyim ve tecrübelerini 2017 yılında bebek bezi ve ıslak havlu kategorisinde dikkat çekici büyüme oluşturan, SLEEPY ailesinde Ege Bölge Müdürü olarak işe başladı. Perakende Çağı ekibi olarak kendisine yeni iş hayatında başarılar diliyoruz...

MÜSİAD yurt dışında da büyüyor!

MÜSİAD Yurtdışı Teşkilatlanma Komisyonu ve Komisyon Başkanı İbrahim Uyar'ın koordinasyonunda gerçekleştirilen çalışmalarla global teşkilat ağı, her geçen gün genişliyor. Bu bağlamda Amsterdam Şubesi'nin

ardından Hollanda'nın Den Haag, Utrecht ve Rotterdam şehirlerinde de şube açılışları gerçekleştirildi. Açılış esnasında konuşma yapan MÜSİAD Genel Başkanı Abdurrahman Kaan, "MÜSİAD'ın bugün dünyada bulundu-

ğu ülke ve eriştiği iş insanı sayısı gide-rek artıyor. Bu bir teşkilatlanma başarı-sı; fakat daha da önemlisi, MÜSİAD'ın İstanbul'da küçük bir ofiste başlayan yolculuğunun nerelere vardığının da bir göstergesidir. 1993 yılında yola çıktığımızda dünyanın her noktasına ulaşma hedefimizi bugün gerçekleşt-riyoruz hamdolsun. Bugün MÜSİAD olarak 24 yıldır Avrupa'dayız. Av-rupa'daki ilk şubemizi Almanya'da, açtıktan sonra Hollanda, Danimar-ka, Belçika, İngiltere derken bugün Avrupa'da 11 ülkede 24 noktadayız. Gittiğimiz her ülkede, üyelerimizin ve diğer iş insanların ticari ilişkilerini geliştirmek için etkinlikler düzenliyo-ruz. İş Forumları, İkili iş görüşmeleri ve genel idare kurullarımız bunlardan bazıları." dedi.



Türkiye'nin yükselen markası Şimşek;

Şimşek Bisküvi, Karaman Organize Sanayi Bölgesinde, 1996 Yılında temelleri atılan ve bugün 95 bin metrekaresi kapalı, 40 bin metrekaresi açık olmak üzere toplam 135 bin metrekare alan üzerinde kurulu, ileri teknoloji ile donatılmış modern tesislerinde, 1.500'ü aşkın uzman çalışanı ile Bisküvi, Çikolata, Kek, Gofret, Kraker ve Kruvasan kategorilerinde olmak üzere Yıllık ; Bisküvi'de 27.000 Ton, Gofret' te 8.000 Ton, Kek üretiminde 35.000 Ton, Kraker' de 10.000 Ton, Çikolata' da 25.000 ton, Kruva-san üretiminde 10.000 Ton olmak üzere toplam 115.000 Ton üretim kapasitesiyle, geniş bilgi birikimi ve tecrübesiyle, kaliteden taviz vermeden hem Yurt İçinde hem de Yurt Dı-şında geniş bir tüketici kitlesine hizmet vermektedir. Bisküvi sektörünün son yıllardaki en dikkat çekici firmalarından biri olan Şimşek, 21 Yıllık bu süreçte ciddi bir gelişme ve başarı kaydetti. Değişimin gerekliliği kadar, değişim hızının da çok önemli olduğuna inanarak özellikle, mar-ka ve tutundurma faaliyetleri için Ar-Ge çalışmalarına ve Pazarlama Stratejilerine önemli bir bütçe ayırarak , hem iç pazarda , hem de dış pazarda farklı tatları denemeye, farklı tüketici gruplarına yönelik yenilikçi ürünlerin araştırılması, geliştirilmesi ve üretilmesi hususunda çok önemli yol kat etti. Yenilikçilik, Şimşek markasını farklı ve heyecan verici

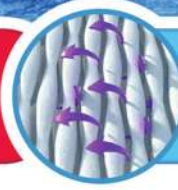


yapan en temel özelliğidir. Bu nedenle Ar-ge departmanı , Şimşek'in büyük önem verdiği ve sürekli yatırım yaptığı alanlardan biridir. Dünya pazarlarını yakından inceleyen Ar-Ge ekibimiz , bu pazarlara uygun yeni lezzetler geliştirmek için sürekli çalışıyor.

TÜRKİYE'NİN
saf suyla dokunmuş
**İLK ve TEK
BEBEK BEZİ**



Renklendirici
İçermeyen
İç Yüzey



Hava Akışı
Sağlayan
Esnek Kulaklar



Doluluk Oranını
Gösteren
Islaklık Göstergesi

Sleepy

"Hep daha iyisi"



www.Sleepy.com.tr



/SleepyOnline



TÜRKİYE'NİN
SAF SU
İle Dokunmuş

ISLAK
BEBEK
HAVLUSU



Sleepy "Hep daha iyisi"



www.Sleepy.com.tr



/SleepyOnline

Univera, Perakende Günleri 2017’de dijital dönüşümü anlattı

29, 30 Kasım tarihlerinde, Lütfi Kırdar Kongre Merkezi’nde gerçekleşen Perakende Günleri Sponsorları arasında Univera da yerini aldı. Standı ziyaret edenlerle Perakendede Dijital Dönüşümü konuştu.

Etkinlik ile ilgili konuşan Univera Ürün Müdürü Emre Çelik: “Artık bilgiye birçok kanaldan ulaşıyoruz. Tabii satın almak istediğimiz ürünlere de her yerden ulaşmak istiyoruz... Tüketici, farklı kanallardan her an alışveriş yapmak istiyor. Firmaların birçoğu çeşitli satış kanalları oluşturdu; fakat alt yapı/sistem projelendirilmeden kurulduğunda, firmalar için kötü sonuçlar doğurabiliyor. Bu zinciri, ürünün bulunduğu depolar-dan, son tüketiciye hatta satış sonrasında servis süreçlerine kadar izlemek ve iyi yönetmek gerekiyor. Müşteride ancak bu şekilde tam memnuniyet sağlanıyor. Univera olarak biz de firmaların bu operasyonları eksiksiz yönetebilmeleri için projeler üretiyoruz. Onlara en iyi hizmeti verebilmeleri için dijital altyapıyı sağlıyoruz.” dedi.



Seyidoğlu Gıda’ya anlamlı ödül

Her yıl Geleneksel olarak düzenlenen Turkomoney Türkiye ve Dünyaya değer katanlar ödül töreninde Seyidoğlu Gıda ödüle layık görüldü. Orman ve Şu İşleri Bakanı Veysel Eroğlu’nun da hazır bulunduğu gecede Seyidoğlu Gıda adına ödülü Genel Müdür Mehmet Göksu aldı.

Helva ve Reçel Başta olmak üzere 400’e yakın ürün çeşidiyle sektörde faaliyet gösteren Seyidoğlu Gıda, ödüle doymuyor.

Ödül töreninde konuşan Seyidoğlu Gıda Genel Müdürü Mehmet Göksu, “Firma olarak gerek yaptığımız

yatırım ve istihdam çalışmaları gerekse de kalitemizle pek çok kurum tarafından ödüle layık görülmüyoruz. Türkiye’nin tamamında ve 30 ülkede Seyidoğlu Gıda ürünleri tüketici tarafından büyük beğeni topluyor.

2017 yılında 10 milyon tl tutarında yatırıma imza attık.

Lezzet ve kalite serüvenimizi ödüle layık gören jüri üyelerine teşekkür ederim.

Bu ödülü markamızı bugünlere taşıyan çalışanlarımız adına alıyorum, hepsine katkılarından dolayı teşekkür ederim” diye konuştu.

Davetsiz misafirlere kapıları kapatın!

Siber dünyada zararlı yazılım sayısı 650 milyon adedi aştı. Sürekli gelişen yetenekleriyle cihazlarımızdaki bilgilerimize, fotoğraflarımıza, paramıza ulaşmaya çalışıyorlar. Tam 30 yıldır dijital saldırılarla mücadele eden antivirüs yazılım kuruluşu ESET, bu yoğun saldırılara cevap veren ve kötü niyetli davetsiz misafirlere kapıyı kapatan yeni bireysel yazılımlarını piyasaya sürdü. Üstelik çığır açan UEFI Koruması ve Akıllı Ev İzleyici özellikleriyle.



Avrupa Türk Perakendeciler Birliği, TPF önderliğinde kuruluş çalışmalarını başlattı

Organize perakendenin en önemli halkası olan yerel zincir marketleri aynı çatı altında buluşturan Türkiye Perakendeciler Federasyonu'nun (TPF) başarılı çalışmaları, Avrupa'daki Türk market sahiplerine de model oldu. 11 ülkeden, 350'yi aşkın marketi temsil eden 35 kurucu üye ile Avrupa Türk Perakendeciler Birliği kuruluşu için çalışmalar başladı. 15 milyar Euro'luk pazarı temsil eden birliğin hedefi, 30 ülkeye yayılarak, 100 üyeye ulaşmak... Danimarka, İsveç, Norveç, İskandinav Ülkeleri, Litvanya, Hollanda, Belçika, Fransa, Avusturya, Almanya ve İngiltere'de 200 metre kareden 6 bin metrekareye kadar 350 market, birlik çatısı altında bir araya geldi.



Büyük ödül Aroma'ya...

Türkiye'nin lezzetli ve vitaminli ürünlerini 5 kıtada 52 ülkeye ulaştıran Aroma, başarılarını ödülle taçlandırdı. Marketing Türkiye'nin düzenlediği İnteraktif Pazarlama Zirvesi 2017'de, Aroma bulunduğu kente değer katan firma ödülüne layık görüldü. Akademetre tarafından yapılan araştırmada, sektöründe en itibarlı ve algısı en yüksek şirketler arasında yer alan Aroma adına ödülü Genel Müdür Sefer Kılınç aldı. Bursa Hilton'da gerçekleştirilen törende bir konuşma yapan Aroma Genel Müdürü Sefer Kılınç, "Bursa topraklarında doğan ve sektörün öncüsü haline gelen Aroma için bu ödül büyük anlam ifade ediyor. Türkiye'deki meyveciliği destekleyen, çiftçinin yanında olan ve ülkemizin ürünlerini dünyayla buluşturan Aroma, Bursa'yla birlikte büyüyor" dedi.

"Gıda israfını önleyerek, kaynakları geri kazanabiliriz!"

Dünyada yılda toplam 4,5 milyar ton gıda üretimi yapıldığını, bunun 1,3 milyar tonunun kayıp ve atık olarak soframıza ulaşmadan israf edildiğini vurgulayan Birol Uluşan, "Dünya nüfusunun 814 milyonu bugün açlıkla mücadele ediyor. Yaklaşık 1,2 milyar insanın ise yoksulluk sınırında yaşadığını düşünecek olursak, bu israfın boyutu daha da belirginleşiyor. Zira bugün verimliliği yüzde 60 artıramazsak bu rakam iki katına çıkarak, yaklaşık 4 milyar insana ulaşacak. Tüketen nüfus, üreten nüfustan çok daha fazla. Mevcut kaynaklar yılda 12 milyar insanı besleyebilecek durumda iken biz israf ederek aç kalıyoruz. 80 ülkede su yok. Artık sıra, kaybettiklerimizden ders almaya geldi. Dünyamızı tüketmekte gösterdiğimiz mahareti, şimdi onu geri kazanmak için gösterme zamanı. Ve bunu ancak, insanoğlu başarabilir. Bu sorumluluk, hepimizin" şeklinde konuştu.



Fora Zeytin'den bir ilk!



Türkiye'nin ve dünyanın tercihi Fora Zeytin; tüketiciyi kaliteli, sağlıklı ve lezzetli ürünleri ile buluştururken, çevre politikaları ile de doğaya uygun üretim gerçekleştiriyor. Çevreci ambalajlar ve

cam ürünleri ile üretim sonrası da çevreci olan Fora Zeytin, doğaya hak ettiği saygıyı gösteriyor. Dünyanın en büyük zeytin işleme tesisi Balıkesir'in Havran ilçesindeki fabrikasında yer alan arıtma

tesisi ile çevrenin temiz kalmasına destek olan Fora Zeytin, yine en büyük yatırımını doğaya yapıyor.

Fora Zeytin'in yüksek kaliteli zeytin ve zeytinyağı ürünlerini ürettiği fabrikasında kullandığı elektrik enerjisini, çatısına yerleştirilen güneş panelleri ile kendisi üretecek.

Ekim ayı itibari ile çalışmaya başlayan sistem ile Fora Zeytin, sınırsız enerji kaynağı olan güneşten faydalana-rak ihtiyacı olan elektrik enerjisini kendi üretiyor. Toplam 4500 m² bir alan üzerine 2.400 adet panelden oluşan enerji üretim tesisi sayesinde, temiz enerjiye geçerek, bir yılda atmosfere 540.000 kg/yıl CO₂ emisyonu salınımını engellemiş oluyor. Bu miktar 400 otomobilin yıllık karbon salınımına denk geliyor.

Snowy Ulu Kardeşler, 32. yıl dönümünü kutluyor

1985 yılında kurulan Snowy Ulu Kardeşler, perakende sektöründe 32. yıl dönümünü kutlamanın gururunu yaşıyor. Perakende sektöründe emin adımlarla büyüyen ve yüzlerce kişiye istihdam sağlayan Snowy Ulu Kardeşler Yönetim Kurulu Üyeleri, 32. yıl dönümü dolayısıyla şu mesajı yayınladı:

"Müşterilerimize 32 yıldır vermek-te olduğumuz hizmetin mutluluğunu ve

gururunu yaşamaktayız. 32 yıl önce çıkmış olduğumuz perakende yolculuğumuza, istikrarlı büyüme stratejimizle devam etmekteyiz.

Değerli müşterilerimizin talep ve isteklerini her zaman ön planda tutmaya devam edeceğiz. 32 yıldan beri bizimle beraber olan değerli müşterilerimize teşekkür ederiz. Nice 32 yılları yaşamak en büyük temennimiz olacaktır."



Şimşek INVITE WAFFLE KEK'e En İyi Tasarım Ödülü



Yenilikçi ürün ve tasarımlarıyla fark yaratan Şimşek, tasarımıyla markalaşmanın yolunu açmayı hedefleyen ve Turquality Programı dahilinde; Ekonomi Bakanlığı, Türkiye İhracatçılar Meclisi ve Endüstriyel Tasarımcılar Meslek Kuruluşu'nun işbirliğinde düzenlenen "DESIGN TURKEY 2017" Endüstriyel Tasarım Yarışmasında dünyaca ünlü yerli ve yabancı tasarımcıların bulunduğu jürinin titiz değerlendirmesi sonucu "İYİ TASARIM ÖDÜLÜ" almaya hak kazandı.



Üstün Lezzet Ödüllü Salça



Saray, yeni ürünleriyle Irak pazarında daha güçleniyor



Türkiye'nin sevilen atıştırmalık markası Saray Bisküvi, Irak pazarındaki gücünü artırmaya devam ediyor. Konuya ilişkin bir değerlendirmede bulunan Saray Bisküvi Yurtdışı Satış Direktörü Kamil Özdağ, şunları söylüyor: "Irak pazarına 1980'lerde girdik, kısa sürede inovatif ve lezzetli ürünlerimiz büyük beğeni kazandı. Bugün Irak'ta pazarın en büyük markaları arasında yer alıyoruz. Chocolips ile uzun yıllardır kategorinin pazar lideriyiz. Iraklı tüketicilerimizden gelen talepler ve geri dönüşlerle pazardaki gücümüze güç katıyoruz. Iraklı tüketiciler çikolatalı atıştırmalıkları, birçok lezzeti bir arada sunan ürünleri çok seviyor. Buradan hareketle klasik çeşidi büyük beğeni toplayan Chcolato serisine çilekli vanilyalı ve fındıklı vanilyalı olmak üzere iki yeni tadı ekledik. Hem Saray'ın Ortadoğu'da en çok satış yaptığı üç üründen biri olan Chcolato'nun yeni çeşitlerinin hem de yine yeni ürünlerimiz arasında yer alan LoveIt Kalp Kekler'in büyük beğeni toplayacağına inanıyoruz."

Mikro Yazılım'da önemli atama!



Mikro Yazılım, büyüyen hedeflerini hayata geçirebilmek ve Bilişim pazarındaki konumunu daha da ileriye taşımak için ekiplerini güçlendiriyor. Bu vizyon doğrultusunda Aysu Senem ÇAVDAR, Ürün Yönetiminden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı olarak Mikro Yazılım'ın üst yönetimine katıldı. Aynı zamanda İcra Kurulu Üyesi olarak da görev alacak olan ÇAVDAR, Bilkent Üniversitesi Bilgisayar Mühendisliği'nde lisans derecesinin ardından yüksek lisansını da Bahçeşehir Üniversitesi'nde işletme alanında tamamlamıştır. İş yaşamına

Cybersoft'ta yazılım mühendisi olarak başlayıp Turkcell'de Yazılım Geliştirme Müdürü ve Ürün Yönetimi Müdürü görevlerinde bulunmuştur. Türk Telekom'da da sırasıyla Ürün Geliştirme Müdürü, Katma Değerli Servisler Müdürü, KOBİ Segment Yönetimi Müdürü ve son olarak da Kamu Segmentinden Sorumlu Grup Müdürü olarak görev almıştır.



Meyve ve sebze ambalaja giriyor, raf ömrü uzuyor!

"Sebze ve Meyvelerin Toptan ve Perakende Ticaretinde Uyulması Gereken Standartlara İlişkin Tebliğ" ile sebze ve meyvelerin ambalaja girecek olması taşıma ve depolama esnasında oluşan 15-20 milyar liralık kaybı önlemek için yapılan bir çalışma. Üretilen meyve ve sebzelerin büyük bir kısmı üretim, dağıtım ve tüketim zincirinde fire veriyor. Meyve sebzedeki bu kaybı önlemek için en önemli kıstas ise ambalaj... Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren yeni tebliğ ile meyve ve sebzelerin taşınması, saklanması ve ambalajlanmasına ilişkin birçok düzenleme geliyor. Fark yaratan ambalaj tasarımlarıyla pek çok ulusal ve uluslararası ödüle sahip olan Tasarist'in Yaratıcı Yönetmeni Musa Çelik, bu düzenleme sayesinde uygun saklama ve taşıma koşullarının oluşturulmasıyla ziyan olabilecek sebze ve meyvelerin azalacağını ve israfın önüne geçilerek maliyetlerin de önemli ölçüde düşebileceğini söylüyor.

Ürün güvenliği için akıllı Checkpoint Çözümleri



Perakende sektörüne müşteri çözümleri sağlamada global bir lider olan Checkpoint Systems, ambalaj kutuların etrafındaki plastik çember üzerine takılarak ürün kayıplarını önleyen yenilikçi StrapLok cihazını perakendecilerin kullanımına sunduğunu duyurdu. StrapLok, hırsızlığı önleyici ve güçlü bir yenilikçi çözümdür. Mağazadaki mevcut kutulardaki plastik çemberlere hızla takılır. Çözüm, plastik çemberin kutuya yakın olduğunu anlamak için diğer üreticiler tarafından kullanılan yakınlık sensörü yerine, plastik çemberdeki gerginliği aktif olarak izlemek için yenilikçi, patentli bir teknoloji kullanıyor. StrapLok, standart

Örümcek (Spiders) ürün koruyuculara alternatif bir üründür. Bu çözüm, kötü niyetli kişiler tarafından plastik çemberin kesildiğinde alarm verirken, paketin mağazadan çıkarılma ihtimaline karşı ikinci bir alarm da etkin hale gelir. Daha önemlisi, gerginliği sürekli olarak izlerken, kutu yüzeyi ile temasın kaybolmasıyla tetiklenen yanlış alarmlar ortadan kaldırılır – böylece alışveriş deneyimi iyileştirilir. StrapLok'un benzersiz kilitleme mekanizması, gevşek plastik çemberleri de sıkıştırma yeteneğine sahiptir. Bu özelliği sayesinde paket üzerindeki plastik çemberlerin yeniden düzeltilmesi için harcanan zamanı azaltır.

Hayat Kimya Nijerya'da pazar lideri oldu

Hayat Kimya, 2015'te bebek bezi markasıyla (Molfix) girdiği Nijerya pazarında 2 yılda yüzde 44 pazar payıyla lider oldu. Hayat Kimya Nijerya Genel Müdürü Hakan Mısıri, şirketin 180 milyonluk genç nüfusu ve ortalama 6 çocuklu aile yapısı ile Nijerya pazarındaki başarılarını şöyle anlattı: "Nijerya'da 13 milyon bebek var ve günde 3 bez kullanılıyor, bu da 8 saatte 1 bez değiştiriliyor demek. Oysa Türkiye'de günde 4-5 bez kullanılıyor, hatta yeni doğanda bu rakam günde 8'e kadar çıkıyor. Nijerya'da hijyen alışkanlıklarını geliştirmek için çok yoğun farkındalık programları ile 450 bini aşkın anneye ulaştık. 9 eyalette 2.200 hastanede 350 bine yakın anneye bebek bakımı bilgilendirmesi yaptık. Nijerya'nın alışlagelmiş açık pazarlarında 100 bin anneye hijyen eğitimi ve bebeklerinin bez değişimini yerinde gerçekleştirdik. Nijerya'da hijyenin ve mutlu bir bebeklik yaşayabilmeleri için, ülke çapında 2 milyon adete yakın bebek bezi dağıttık."



Migros, Grand Stevie Award'u Türkiye'ye getirdi



Migros, özgün ve öncü eğitim platformu Migros Perakende Akademisi ile Türkiye sınırlarını aşarak Amerika'da iş dünyasının en saygın ödülleri olarak gösterilen Stevie'de tam 14 kategoride finale kalan tek şirket olarak bir ilke daha imza attı.

Stevie'de ödül aldığı kategorilerde en çok puanı toplayan Migros, büyük ödül olan Grand

Stevie Award'u ilk kez Türkiye'ye getirdi. Dünyanın en ileri uygulamalarını sergileyen uluslararası 500'ün üzerinde şirketin başvuru yaptığı Stevie Awards for Great Employers'da Migros; altın, gümüş ve bronz ödülleri topladı. Stevie Awards, 22 Eylül'de New York'ta düzenlediği ödül töreninde, 5 altın, 5 gümüş ve 4 bronz ödülü ve en büyük ödül kategorisi olan Grand Stevie Award'u Türkiye'den Migros Perakende Akademisi'ne verdiğini açıkladı.

Perakende sektöründeki gelişmeler masaya yatırıldı

Altunbilekler evsahipliğinde Mirabelle Fırın Mutfak'ta bir araya gelen Ankara PERDER Üyeleri, son dönemde sektördeki değişimleri masaya yatırdı. Gimat Yönetim Kurulu Başkanı Recai Kesimal ve Yönetim Kurulu Üyelerinin de da katıldığı toplantıda Yeni Nesil OKC alımında dikkat edilmesi gereken hususlar, Kırmızı Et satışında yerel zincirler olarak yapılması gerekenler ve Dernek olarak yapılan toplu anlaşmalar üyelere sunuldu.

Hoş geldiniz konuşmasını yapan Türkiye Perakendeciler Başkanı Mustafa Altunbilek, PERDER'lerin sektörde yarattığı ivmeden bahsederek "Birlikten güç doğar,zaman birlik olma zamanı,sektörde yaşanan sıkıntıları ancak bu şekilde düzeltebiliriz" dedi.

Ankara PERDER Başkanı Ahmet Karagöz de organizasyona katılan Üyelerimize ve Gimat Yönetim Kurulu'na teşekkürlerini belitti.



Hacıince Şirketler Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Hacıince: Et üretiminde çiftlikten çatala entegrasyon...

Hacıince Entegre Et, Türkiye de bir ilk kez, "kendi çiftlik üretiminden paketlemeye kadar izlenebilen ve geriye dönük sorgulanabilen ürünler" ile perakende et piyasasına giriyor. Hacıince Şirketler Grubu'nun modern entegre et tesislerini "çiğ et" üretim ve dağıtım anlayışıyla kurduklarının altını çizen Ahmet Hacıince, "Bir başka anlatımla, burada işlenmiş et üretmeyi düşünmüyoruz; eti çiğ ve saf haliyle insanlara sunmak istiyoruz" dedi ve ekledi:

"Hacıince markasıyla ürettiğimiz 'kutulu, darfresh skin vakumlu ve map tabaklı' ürünlerimiz ile perakende çiğ et ürünleri piyasasında önemli bir boşluğu doldurduğumuza inanıyorum."

Hakikat ve Efsane Arasında "Selahaddin Eyyubi"

Selahaddin Eyyubi'nin Haçlı Seferlerinin merkezinde yer alan renkli hayat hikâyesini konu alan bu kitap, aynı zamanda doğuda ve batıda gelişen sosyal, politik ve ekonomik gelişmelere de ışık tutuyor. İslam dünyasının politik parçalanmışlığı yanında Bizans'ın güçten düşmesinin yarattığı siyasal boşluk ve batıda Hristiyanlığa geçişlerin yarattığı heyecan, Papa'nın Haçlı Seferi fikrine zemin hazırlamıştı.

Kitap aynı zamanda Haçlı Seferlerinin en büyüğü olan, ilk defa kralların ve imparatorların bizzat düzenli ordularıyla iştirak ettiği III. Haçlı Seferini merkezine almakta ve bu seferi İslam dünyası adına birleşik ordusuyla karşılayan Selâhaddin Eyyubi'nin yaşadığı amansız zorlukları yazmaktadır.

SELAHADDİN



HAKİKAT VE EFSANE ARASINDA
"SELAHADDİN EYYUBİ"

ALİ GÜLER



Helvalarımız Glikoz-Fruktoz Şurubu içermez



seyidoglugida



@seyidoglugida

SEYİDOĞLU GIDA SAN. ve TİC. A.Ş.
Tel.(0212) 771 19 20 Faks.(0212) 771 39 73
www.seyidoglugida.com.tr

Parex, yerli market zincirlerine desteğini sürdürüyor!

Türkiye’de fabrika ve istihdam yatırımı yaparak büyüyen Parex, yerli market zincirlerine desteğini sürdürüyor. 05-06 Aralık tarihlerinde WOW Convention Center’da gerçekleştirilen Yerli Market Haftası’nda kurumsal sponsor olarak yer aldı.

Markanın başarısında ve tüketiciye ulaşmasında yerel market zincirlerinin önemine değinen Provel A.Ş. Genel Müdürü Atalay Yumurtacıoğlu, “Parex, her yıl olduğu gibi, bu yıl da yerli marketlere destek oluyor. Yerli sermaye ile kurulan ve büyüyen Parex, uluslararası oyuncuların bulunduğu sektörde rekabetten sıynılarak öne geçmeyi başardı. Bu başarıda kuruluşundan bugüne verdikleri destek ve gösterdikleri işbirliği ile yerel marketlerin büyük payı var. Biz de aynı yerli marketlerimiz gibi bu ülkeye, bu ülkenin insanına yatırım yaparak büyüdük. Bir Türk markası olarak pazarı büyütmek, yenilikçi ürünler çıkartmak, tüketiciye kaliteli ürünü fiyat avantajıyla sunmak için yerli marketlerimize destek olmaya devam edeceğiz” dedi.



Kur fırtınası pek çok markanın sonu olabilir!

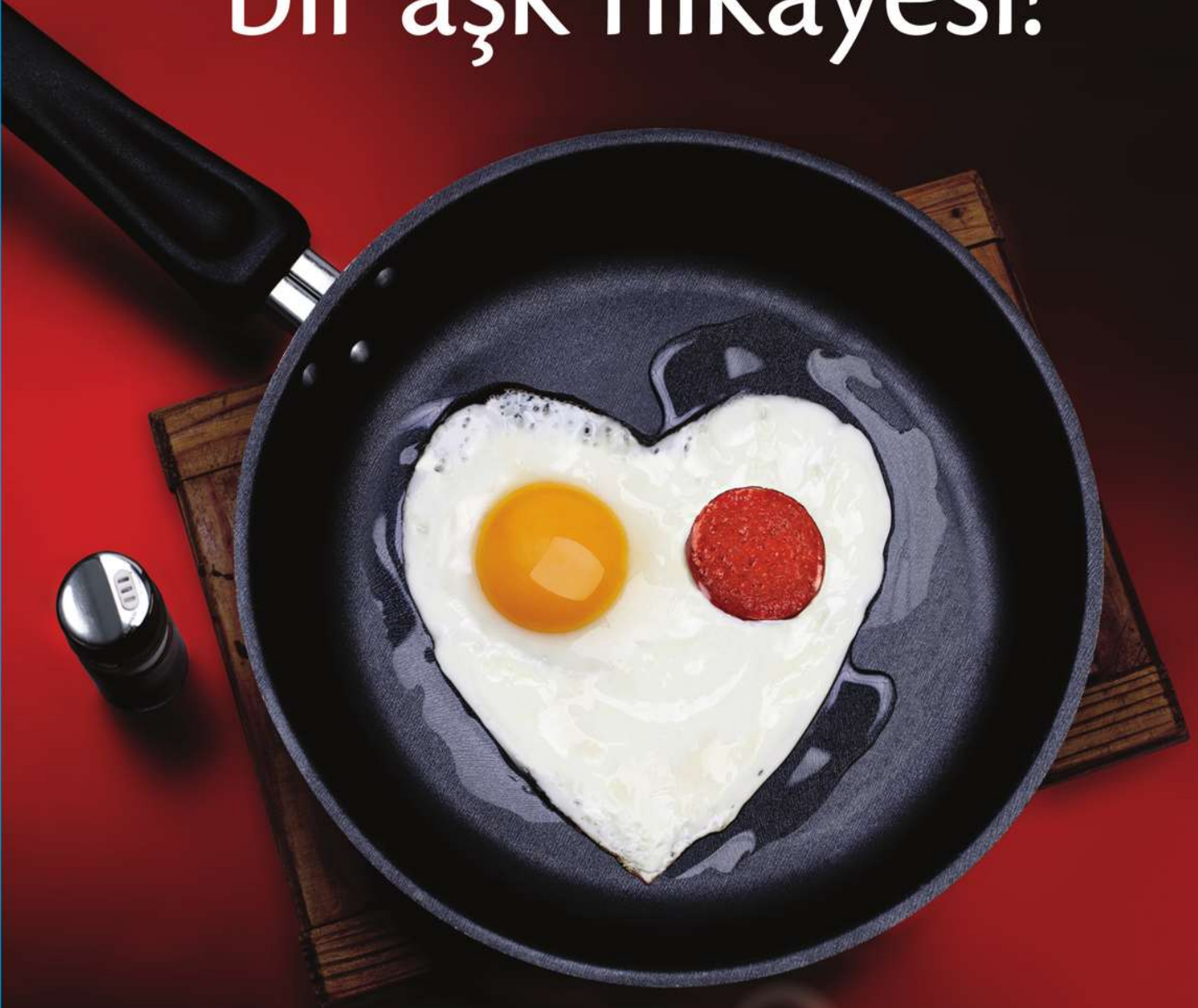
Döviz kurlarının son günlerde rekor üstüne rekor tazelemesi ve doların 4, avronun 4,75 TL’ye dayanması, güncelleyemedikleri eski kontratlar nedeniyle hâlâ günlük kur üzerinden kira ödemesi yapmak zorunda kalan markaları mağaza kapatma ya da kira uyarlama davası açma noktasına getirdi. Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Sinan Öncel, düzenlediği basın toplantısında perakendenin Türkiye için stratejik öneme sahip olduğunu belirterek, kur fırtınasına acil çözüm bulunmaması durumunda faturayı, oluşturması yılları bulan markaların ve çalışanların ödemek zorunda olacağını söyledi. BMD üyesi 412 markanın 380 AVM’de ve caddelerde yaklaşık 70 bin mağazada 400 bine yakın kişiyi istihdam ettiğini hatırlatan Öncel, imalatçılar da hesaba katıldığında sektörün büyük bir ekosistemi beslediğini bildirdi.

Sürdürülebilirlik: Perakendenin Yeni Önceliği

Kategori Mağazacılığı Derneği (KMD), sektörün gündemini takip eden etkinliklerini sürdürmeye devam ediyor. Bu yıl ikincisi düzenlenen “Sürdürülebilirlik Sempozyumu”nda perakende sektörünün gündeminde yeni öncelik olarak belirlenen sürdürülebilirlik alanındaki örnek uygulamalar sektörle paylaşıldı. Gıda Perakendecileri Derneği (GPD) iş birliğinde gerçekleştirilen sempozyumda, perakendenin farklı kategorilerinde yürütülen çevre, enerji, yönetim konularındaki sürdürülebilirlik projelerinin detayları hakkında bilgi aktarıldı. Sempozyumun açılış konuşmasını yapan KMD Yönetim Kurulu Başkanı Yenal Göküldürüm, sürdürülebilirlik kavramının son yıllarda, sosyal sorumlulukla yapılan ve sadece çevreyi korumaya yönelik projelerden daha çok bir iş yapma modeline dönüşmüş olduğunu vurguladı.



Bizimkisi 
bir aşk hikayesi!



f /gurmesultan www.sultanet.com

Sultan

“Sofraların Sultanı”

Digital Uydu Platformu Sektörü **Filbox** ile sadeleşiyor...

“Dünyanı Büyüt” sloganıyla faaliyetlerini sürdüren Filbox; Miya Danışmanlık Ltd.Şti. Stratejik İş Ortaklığı ile hedeflerini büyütüyor...

Miya Danışmanlık Ltd.Şti. Kurucusu Sayın Ali Ersev YILMAZ’ı keyifli röportajlarından ve renkli kişiliğinden tanıyoruz. Öncelikle Filbox Genel Müdürü ve Sektörün duayenlerinden Sayın Aydın ÇAM-

LIBEL’in anlatımından Filbox’ı yakından tanımak isteriz. Filbox’ın farkı nedir? Sektöre yaptığınız yatırım, beklentileriniz, ana hedefiniz ve Miya Danışmanlık Ltd.Şti. ile yollarınızın kesiştiği dönem-

den bahseder misiniz? Sektörü nasıl sadeleştireceksiniz?

Aydın ÇAMLİBEL: Elbette. Filbox Digital Uydu Platformu olarak serüvenimiz 2014 yılında başladı. Benim uzun yıllara



DÜNYANI BÜYÜT

Genel Müdürü
Aydın ÇAMLİBEL



Kurucu
Ali Ersev YILMAZ



dayanan sektör tecrübem doğrultusunda yeni bir solukla işe başlayan Filbox'ın kısa zamanda nihai tüketicisinden çok olumlu geri dönüş alacak ve müşteri memnuniyeti yaratacak bir ürün olduğunu gördüm. Filbox'ın, içinde yer aldığı OFLAZ Medya Grubu uzun yıllardır sinema – tv sektöründe olan ve bu sektörü domine eden bir yapıdadır. OFLAZ Medya Grubu'nun da gücüyle Digital Uydu Platformu arenasında Filbox'ı kısa zamanda beğenilen ve nihai tüketicinin temel ihtiyaçlarına net, sade ve kolay anlaşılabilir şekilde cevap veren hale getirdik. Aslına bakarsanız Türkiye'de bulunan yaklaşık 22 milyon hanenin bir çoğunda içeriğimiz farklı platformlar üzerinden izlenmekte ve ürünümüz nihai tüketici ile buluşmaktadır. Ben sadece bu ürün grubumuzu Filbox Digital Uydu Platformu'nda konsolide edip, çok sade ve ekonomik bir fiyat yapısı ile sektöre sundum. Kısa zamanda aldığımız olumlu geri dönüşlerle birlikte bugün 100 bin üyeye ulaşmış durumdayız. Sektörden temel beklentimiz daha yaygın bir müşteri kitlesine ulaşarak Filbox sadeliğini ve ekonomik fiyat yapısını Türkiye'nin her hanesine hizmet olarak götürmektir. Bu çerçevede yaptığımız çalışmaların yanı sıra Miya ile zincir marketler, ofis marketleri, çok kampüslü okullar, benzin istasyonları vb. kanallarda stratejik bir çalışma yapmayı planladık. Miya'nın kurucusu Ali Bey ve ekibi bu konularda tam da istediğimiz projeleri sağlayıp, görüşmeleri yürüten EKİBİM oldular. Kendisi işinde ehil, birlikte çalışılması keyifli bir insan.

Stratejik iş ortaklığımız kısa zamanda keyifli dostluklara da dönüştü. El birliğiyle Filbox'ı Türkiye Geneline milyonlarca haneye ulaştıracağız.

Ali Bey siz neler ekleyeceksiniz?

Ali Ersev YILMAZ: Sevgili Aydın Abim her şeyi özetledi aslında. Miya olarak sizin de çok iyi bildiğiniz ve tüm röportajlarda belirttiğim üzere sektörlerinde fark yaratan ve vizyonu açık, yüksek hedefleri olan ve daha da önemlisi bu hedeflerinden





asla vazgeçmeyen firmalarla çalışıyoruz. Filbox bu tanımların tamamına fazlasıyla uyuyor. Aydın Bey'in belirttiği üzere, Filbox Digital Uydu Platformu gerek içerik gerekse yayın kalitesi olarak talep ettiği yıllık ücretin çok çok üzerinde bir ürün sunuyor. Bu tespit, müşterilerimizin üyelik yenileme oranındaki %80'lerin üstü oranı da gayet net teyitliyor. Digital Uydu Platformlarındaki fiyat yapısının belirsizliği, uzun yıllara varan taahhütler, uydu alıcısının ve ekipmanlarının Platforma ait olması durumları nihai tüketici üzerinde ciddi sıkıntı ve memnuniyetsizlik yaratıyor. Filbox ile bütün bu sorunlar bir kalemde ortadan kaldırılıyor...

◆ Filbox Digital Uydu Platformunda taahhüt yok.

◆ Uydu alıcısı da nihai tüketiciye ait.

Her Filbox Digital Uydu Alıcısı alan hanemiz Türksat izdüşümünden Şifresiz yayın yapan Ulusal Kanalları izler, isterse buna ilave yıllık 149 tl gibi cüzi bir bedel ödeyerek ilaveten Sinema-Dizi Kanalları, Belgesel ve Eğlence kanalları ve eurosport & fight box gibi kanallarının TAMAMINI izleyebilir. Özellikle Çocuklar için hazırlanmış olan Belgesel kanalı "Da Vinci Learning" farklı öğretim metoduyla hem çocukların belgesel tadında bir kanal izlemelerini ve bununla birlikte öğren-bilmelerini sağlıyor. Ürün yelpazemize baktığınızda hane ihtiyacı olan tüm kanalları barındırıyor. Bu sadeleşme sektörün ihtiyacı olan, gidilecek yön... Tek ödeme, tüm yıl izleme...



Harika. Aydın Bey, Ali Bey'in bahsettiği müşteri memnuniyeti oranı detayında sizin paylaşabileceğinizi de duymak isteriz...

Aydın ÇAMLİBEL: Pek tabii. Ali'nin de bahsettiği gibi Filbox'ın müşteri memnuniyet oranı çok yüksek. Sürekli müşteri kaybeden ve müşterileri ellerinde tutmak için çok çaba sarf eden bir sektörde, %80'lerin üzerindeki bir üyelik yenileme oranı, müşteri memnuniyetinin de en açık göstergesi. Bu alanda benim tespitim de yayın içeriği ve kalitesinin nihai müşteri beklentilerini fazlasıyla karşılaması nedeniyle üyelik yenileme oranımızın %90'ların üzerine çıkacağı yönünde. Biz Miya ile belirlediğimiz kanallarda müşteri portföyümüzü ve Filbox izlenen hane sayısını yükselteceğiz. Üyelik yenileme ise zaten şimdiye kadar Filbox Müşteri Memnuniyetinin oluşturduğu bir oran. Kısacası Filbox ailesine katacağımız her hane içerik ve ödeme şeklinden memnun olma garantisinde olacak.

Hep Filbox yayın kalitesi, içerik ve müşteri memnuniyetinden söz ettik. Biraz daha detaylandırabilir miyiz? Neden Filbox daha kaliteli yayın yapıyor, neden içerik zengin, neden Filbox müşterisi büyük oranda memnun? Rakiplerle mi kıyaslayarak bu sonuçlara geliyorsunuz Aydın Bey?

Aydın ÇAMLİBEL: Aslında Ali de bunun altını çizdi. Yüzde 80'lerin üzerindeki bir üyelik yenileme oranı Filbox müşterisinin Yayın Kalitesi, Yayın İçeriği ve hatta ödeme şekli ve tutarı konularında çok çok memnun olduklarını gösteriyor. Tabii kaliteli yayın kaliteli uydu alıcısıyla alınır. Biz Filbox olarak HUMAX Uydu Alıcısını kullanıyoruz. Bu da yayın kalitemizin nihai tüketicilerimiz tarafından beğenilmesine ve takdir edilmesine yol açıyor. Aynı zamanda yine bahsedildiği gibi içeriğimiz tüm platformların içeriğini birebir kapsıyor ve hatta artısı var. Lig yayınları dışında konuşuyorum tabii bu



paketi.

Özetle; Sinema, Dizi, Belgesel, Spor ve Eğlence kanallarımız çok daha ekonomik. Filbox kullanıcısı uygun bedelle zengin içerik izlediği ve kalite yayın aldığı

için memnun. Siz olmaz mıydınız?

Ben de memnunum zaten... 2 yıldır Filbox'lıyım. Ama bunu röportaj sonrası söyleyecektim. Güzel bilgi paylaşımları

oluyor... Biraz da Türkiye'de FTA diye tabir ettiğiniz uydudan direkt şifresiz yayın izleyen hane ve Digital Platforma sahip Şifreli Kanalları izleyen hane karşılaştırmalarını da paylaşabilir misiniz?



Aydın ÇAMLİBEL: Her hanede birden fazla Platform olabileceğini de belirterek, rakamlar unique olmamakla birlikte 22 milyon hanenin 16 milyonunun FTA dediğimiz şifresiz kanalları uydu alıcılarıyla izlediğini ve 6 milyon kadar da Öde İzle diye tabir ettiğimiz ve Digital Uydu Platformu olarak tanımladığımız kullanıcı mevcut. Bizim temel projemizde Filbox Digital Uydu Platformunun her hanede izlenmesini sağlamak. Filbox olarak hem FTA (sadece uydu alıcısı olarak kullanarak) hem de Filbox Digital Uydu Platformu olarak her iki kategoriye de, yani 22 milyon haneye de uygun ürün üretiyoruz. Belki de altını çizmemiz gereken en önemli konu da bu.

Yani Filbox müşterisi ister sadece FTA yayını, isterse cüzi bir bedel ödeyerek Digital Platform Yayını alıyor. Bu da çok değerli ve farklı bir bilgi notu. Peki 2018 yılı hedefinizi nedir Ali Bey?

Ali Ersev YILMAZ: 2018 yılında öncelikle kısa vadeli hedefimiz; 300 bin üye sayısına ulaşmış, Filbox avantajlarını 300 bin yeni üyemizle paylaşmak. Orta vadede ise 1 milyon üyenin üzerine çıkmayı hedefliyoruz.

Kısa ve Orta vadede gerçekten agresif bir hedef. Ama bu iki güzide firmanın ve siz değerli yöneticilerinin karakterine baktığımda kesin başarılı olacağınızı düşünüyorum... Peki, çok teşekkür ederiz. Ekleyeceğimiz bir şey var mı?

Aydın ÇAMLİBEL: Filbox... Dünyanı Büyüt...

Ali Ersev YILMAZ: Filbox... Öde ve Unut... Sonrada Keyifle İZLE...



Yeni Nesil POS PC ÇÖZÜMLERİ



Perpa Tic. Merk. B Blok Kat:10-11-12 No:1844
Okmeydanı - Şişli / İSTANBUL

MARKET

OTOMASYON ÇÖZÜMLERİ



Tüm Windows Sürümleri ve
Linux İşletim Sistemleri ile uyumlu.

" TÜRKİYE'DE İLK VE TEK
TÜMLEŞİK TASARIM
PROGRAMLANABİLİR KLAVYELİ
DOKUNMATİK POS PC "

PERAKENDE

OTOMASYON ÇÖZÜMLERİ



www.posiness.com



+90 212 210 67 70



/posinesspos



Bahattin Alcan

Yönetim ve Bilişim
Danışmanı

bahattinalcan@gmail.com

Değişime değişmek ile ayak uydurabilmek... (II)

Değerli Perakende Çağı okurları; geçtiğimiz sayıda yer alan “Değişime değişmek ile ayak uydurabilmek” başlıklı makalemin devamı ile karşınızdayım...

Günümüzde kurumlar değil, kurumların zekâları birbirleriyle yarışıyor. Teknik bilimin sürekli gelişmesi, bilgi teknolojileri denilen ürünler, sistemler, hizmetler bir yandan insanlığın öğrenme, bilme gibi merak ihtiyacını giderebilecek sonuçlar/veriler üretirken, bir yandan da, tek başına bir anlamı olmayan bu verilerden bir zekânın üretilmesine çalışılıyor. Ortaya çıkan bu yeni kavrama da iş zekâsı adı verildi.

Oluşan verilerden istihbarat üretmek, istihbarattan anlaşılır bilgiler elde etmek, buradan da karar verici zekâları terfi etmek ayrı yetenekler gerektirse de, biz Türkçede bütün bunlara kestirmeden iş zekâsı, iş aklı deyip geçiveriyoruz. Aslında kurumsal zekâ tabiri daha anlamlı duruyor.

Hangi ifadeyi kullanırsak kullanalım, Teknik Tanımıyla İş Zekâsını teknik açıdan açacak olursak;

Farklı yazılımlardan derlenmiş, çeşitli ortamlarda depolanmış, kurum yöneticisi ve çalışanları tarafından üretilmiş verilerin (bilgilerin), kurumda tutulduğu (depolandığı, saklandığı) yerlerden alınıp, özel metotlar kullanılarak kontrol ve dönüştürme işlemlerine tabi tutulmasıdır. Bu verilerin daha sonra belirli bir amaç veya belirli bir konu yönelimli olarak belirli alanlara yerleştirilmesi ve bu bilgiler üzerinde değişik analizler ile farklı algoritmalar uygulanarak kurum için her düzeyde alınacak kararlarda kullanılacak değerler üretilmesi sürecidir. Karmaşık gözüken bu teknik tanım, iş zekâsını bir yetenekten ziyade bir süreç olarak görüyor. Yani, bu işleri yaparsan zekân artar demek isteniyorlar. Bense, iş zekâsını, içine beyin karıştırılmış bir yetenek olarak tanımlamanın daha uygun olacağını düşünüyorum. Yapılan çalışma aslında sırf süreçle sınırlı olmayıp, bilgiyle, bilgi yönetimiyle ilgili sürecin kendisini de oluşturmada söz sahibi olan anlayış ve uygulamaların da kapsama girdiğini düşünüyorum. Süreçlere bağlı olarak akıllıca planlanan ve uygulanan bir iş zekâsı dönüşümü, çevredeki her türlü değişiklikleri algılamak, yapılan işleri anlamak, kararları bilgiye dayalı hale getirmek, işle ilgili stratejik düzeydeki soruları cevaplandırmak, gelecekle ilgili tahminlerde

bulunmak gibi amaçlara hizmet edecektir. İş zekâsını güçlendirmeye yönelik düzeneklerin, en temel girdisi olan veriler üzerinde gerektiğinde en derin ayrıntılara inilebilmesi, resmin tamamını görmeye yarayacak tarzda ve kavramayı kolaylaştıracak derecede, verileri bütünleştirebilmeyi mümkün kılması beklentimiz olmalıdır. İş zekâsını arttırma iddiasındaki alet, edevat, yazılım, donanım, teşkilat, çözüm her ne ise, bunların hepsi etkili araçlar. Buna itiraz edenimiz de olmaz diye düşünüyorum. Benim itirazım, umarım sizin de öyledir. İşletmenizde bunları etkin kullanacak beyinler yoksa ve bu beyinleri beyinler üstü bir bütünlüğe kavuşturamadıysanız, eğitmediyseniz, kuruluşunuzu, firmanızı çalışanlarınızı, tedarikçilerinizi, satıcılarınızı, müşterilerinizi bir bütün olarak canlı bir organizmaya dönüştüremediyseniz, boşuna beklemeyin. Ne zekânız gelişir ne de aklınız.

Onun için iş zekâsının, alet edevat, sistem, alt yapı, veri ve bilginin kendisi olmadığını bilmemiz gerekiyor. Bir alet olarak bunların bu yönüyle kararların kalitesini ve ihtiyaç duyduğu bilgilerin kalite ve miktarını arttırmaya yönelik “karar destek sistemleri” ile aynı anlama gelmediğini vurgulamak istiyorum. İş zekâsının, karar destek sistemlerinin, bilişim sistemlerinin ötesinde, bireylerde, iş birimlerinde, örgütlerde, firmalarda, kurum ve kuruluşlarda kazanılan, sahip olunan, geliştirilen, bilgi destekli, amaca dönük, kıvrak ve yerinde tepkiler üretebilme becerisi olduğunu bir kere daha vurgulamak istiyorum. Bu beceri de, sadece alet edevatla kazanılmıyor, beyinleri, ekipleri, eldeki bütün kaynakları duyarlı, algılı ve akıllı tepkilere dönüştürme yönünde kullanmayı gerektiriyor.

Kurumların iş zekâsının, kurumdaki yöneticilerin iş zekâlarının toplamından başka bir şey olduğunu, bunun bütün çalışanların iş zekâlarına da ihtiyaç duyduğunu, parlak fikirlerin de uygun ortamlarda geliştiğini, uygun olmayan ortamların nice parlak zekâları körelttiğini bilmemiz gerekiyor. Son söz olarak işletmenizde tüm iş süreçleriniz tasarlanmış, analiz edilmiş, testlerden geçirilmiş, çalışanlarınız müşterileriniz ve tedarikçileriniz ile aynı yöne bakabiliyorsanız, katılımcı bir yönetim sistemi oluşturmuşsanız teknoloji işlerinizi daha hızlı ve hatasız yapmanıza daha fazla katkı sağlayacaktır.

Yüzlerce Çeşit
Birarada

"İthal ve Yöresel Ürünler"



AKTAR *Gurme*

S E R V İ S

www.aktargida.com.tr



“ Fayda A.Ş. kazanmaktan çok kazandıran bir şirkettir”

Özel bir söyleşiyle konuğumuz olan Fayda A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı Ekrem Fidan; “Fayda A.Ş. kazanmaktan çok kazandıran, sermayesi güçlü, ortaklık yapısı güzel bir şirkettir. Evet, Fayda tabii ki kazanıyor ama daha çok kazandırıyor” dedi.



Ekrem Bey, röportajımıza kısaca sizi tanıyarak başlayabilir miyiz? Kariyer yolculuğunuzda bugüne kadar neler yaptınız? Ve sonrasında Fayda A.Ş. ile yollarınız nasıl kesişti?

Yönetim kurulum ve ortaklarım adına, bu röportaj için teşekkür ederim. 1960 yılında Mardin merkezde dünyaya geldim. 1969 yılında ticaret hayatında yer almaya başladım. 1989 yılında Yalova’da kurulan toptancılık, Arçelik bayilikleri ve perakendecilik sektörleri ile atılımlar yaptık. Şu anda FİDANLAR Yalova Alışveriş Merkezleri olarak Yalova’da hizmet vermekteyiz.

FAYDA AŞ’yi 70 Türkiye Perakendeciler Federasyonu üyesi bir araya gelerek, 2008 yılında kurdu. Hem üreticiye hem perakendeciye hem de tüketiciye faydası olan bir şirket. Bu da bizi Fayda’nın içinde bulunmaya iten en büyük neden...

Fayda A.Ş., Türk perakende sektörünü bir çatı altında birleştirmek amacıyla kuruldu ve bugüne dek ülke ekonomimize büyük katkılar sağladı. Peki, bugün gelinen noktayı nasıl değerlendiriyorsunuz?

Fayda A.Ş. kazanmaktan çok kazandıran, sermayesi güçlü, ortaklık yapısı güzel bir şirkettir. Evet, Fayda tabii ki kazanıyor ama daha çok kazandırıyor. Benim ve yönetim kurulumun 3. Dönemi, 3 dönemdir hep kazandırma yoluna gittik. Hedefimiz hep nasıl daha ucuza ve uzun vadeli pazarlama yaparız oldu. Bu da Fayda gücüyle oldu. Berabersek, birsek güçlüyüz; güçlü olan avantajlıdır. Bizim güçlü olmamız ortaklarımızın rekabet gücünü artırıyor. Bu da Fayda’yı daha güçlü yapıyor. Fayda ortağı olan 1079 mağaza ve TPF üyesi olan 3000 üzeri mağazaya satış yapabilmektedir.

2017 yılının sonuna geldik. Peki 2017 yılı Fayda A.Ş. açısından nasıl geçti? Ve 2018 yılındaki hedefleriniz nelerdir?

2017 hedeflerimizin tuttuğu, iyisiyle kötüsüyle geçen bir yıl oldu. Geçmiş yıllarda olduğu gibi, devlet kurumu TMO ile anlaşma yapıldı. Bu anlaşma çerçevesinde, bizim markamız olan Neffis ile TMO markalı pirinç satışına başladık...

2018 yılı ise hedefler koyduğumuz ve ortaklarımıza Fayda sağlayacak anlaşmalar ve alımlar yapacağımız bir yıl. 2018 yılında, marka olmuş üreticilerle masaya oturup pazarlıklarımızı yapacağız. Kendi markalarımız olan Saff ve

Neffis markalarını da ileri taşımak için private label görüşmelerimiz devam edecek...

Bu özel söyleşimizin sonuna gelmişken, okurlarımıza iletmek istediğiniz bir mesaj var mı?

İstikrar en önemli olgu. Eğer işinizi kontrol altında tutamıyorsanız, o iş sizin olmaktan çıkmıştır. İşinize sahip çıkın...



“Fayda büyürse, ortakları da büyür”

Fayda A.Ş. olarak, istikrarlı bir şekilde büyümek ve kazandırmak hedeflerimiz arasında yer almaktadır. Eğer Fayda büyürse, ortakları da büyür. %100 yerel sermayeli bir yapı olan Fayda A.Ş. ve ortaklıkları, bu büyüme ile ülke ekonomisine katkı sağlamaktadır.



Logolu Marketler'de!

Fayda

www.faydaas.com.tr





Sabri Danabaş

Teşekkürler Perakende Çağı, Teşekkürler Perakende Sektörü...

Perakende sektörünün yüksek ivme kazandığı birkaç yıl içerisinde, perakende yayıncılığının sektöre olan katkılarını kulak ardı etmek, gözden kaçırmak bu sektöre yapılan en büyük haksızlıktır. Bu sektörde reklam yönetmeni ve yayın yönetmeni olarak başladığım 19 yıl öncesi, perakende sektörünün bu kadar yol kat etmediği dönemlerdeki çalışmalarım aklıma geliyor. Perakendede üretici, satıcı ve tüketici üçgeninde kendini gösterme çabasında olanların piyasalarda ve iç pazarlarda bir şekilde kendilerini tanıtmaları gerektiği ihtiyacı doğmuştu. Çalışmakta olduğum sektör dergisinde çalan telefonlara yetişemez durumdayken, bir yandan da sektör fuarlarına gitmek için uçaktan inmez duruma gelmiştim.

Bu serzenişimin yanı sıra, büyük bir sevgiyle de çalışmalarımızı ekip olarak sürdürmeye devam ettiriyorduk. Sektör temsilcilerinin reklam ve haber yoğunluklu çalışmalarla dergimiz vasıtasıyla lanse etmek için büyük çabalar sergiliyoruz.

Sevgili perakende dostları bilirsiniz bu sektör her yönüyle gün be gün hareket kazanan bir sektör olma özelliği taşıyor. Rafçısından, pos cihazları satanına, soğutmacısından tedarikçisine kadar uzanan geniş bir yelpazeye sahip. İşte bu yüzden onlarla müşteriden önde bir aile olmuş, ilişkilerimiz dostane çerçevede yürümüştür.

2000'li yılların başlarında, market ve AVM sektörlerinin ilerleyişi yoğun bir biçimdeydi; başarılı ve girişimci üç gençten oluşan ve kardeş kadar sevdiğim bu ekibin Genel Müdürü Yıldırım Kayhan'dan söz etmek isterim. Yıldırım Kayhan çalışmalarındaki inanılmaz azmi, başarılarındaki mütevazı duruşu ve etik iş anlayışıyla örnek gösterilecek nadide insanlardan biri olup, hiçbir zaman başarılarıyla yetinmemiş, yeniliklere imza atmış bir kişilik sahibidir ve girişimcidir. Kayhan'ın yaratıcı yönlerinden biri de şirketinin perakendeye katkı sağlaması için şahsıma yapmış olduğu teklifle hiç düşünmeden evet dedirtecek "Perakende Haber" Dergisi'ni oluşturmamızla birlikte, daha sonraki aşamalarda perakendeciler tarafından ilgiyle takip edilen ve perakende sektörüne armağan ettiği derginin devamı olan "Perakende Çağı Dergisi"dir.

Ofisimde masamın üzerinde bulunan bu dergi gör-

seliyle, içeriğiyle, tasarımıyla, kağıt kalitesiyle, sektöre verdiği önemli mesajlarla takdire şayan bir yayın... Bu arada dergiye son yıllarda ivme kazandıran Genel Yayın Yönetmeni sevgili Çağatay Kayhan'a bu özenli ve hassas çalışmalarından ötürü teşekkürlerimi borç biliyorum. Çağatay'la birlikte 2-3 kişilik kadroyla çıkardığımız "Perakende Haber" dergisinin devamı olan "Perakende Çağı" adlı dergiyi bu günlerde bu duruma getirdiğinden ötürü tebrik ediyorum ve kutluyorum. Perakende Çağı Dergisi sektörde hak ettiği konuma gelmiş sektör yayınlarından biridir. Bu kriterler doğrultusunda vizyonunu daha yukarılara çekerek pek çok başarıya daha imza atacaktır.

Teşekkürler Perakende... Teşekkürler Blue Medya... Teşekkürler Perakende Çağı...





Online Sipariş
www.ahmetipeksucuklari.com

Değer katan projeleri ile Positive...

Positive kurucu ortakları Caner İstı ve Eren Dedeoğlu ile yeni projelerinin yanı sıra, perakende sektörünün dijital dönüşümünü ve click&collect süreçlerini de konuştuk...

Röportajımıza “Positive” hakkında bilgi alarak başlayabilir miyiz? Positive kaç yıldan beri faaliyet gösteriyor?

Positive, markaların dijitalleşme süreçlerini en üst seviyeye çıkartan özelleştirilmiş kullanıcı deneyimi odaklı teknolojik ve inovatif çözümler geliştirmek amacıyla 2005 yılında kuruldu. Geride bıraktığımız 12 yıla, onlarca sektör lideri markaya özel geliştirilmiş yüzlerce proje ve 50’den fazla ödül sığdırdık. Başta perakende olmak üzere, birçok sektörde elde ettiğimiz deneyim ve uzmanlığımız ile merkezinde kullanıcı deneyimi ve çoklu kanal (omni-channel) yaklaşımının bulunduğu yazılım ve tasarım çözümleri sunuyoruz. Özelleştirilmiş e-ticaret ve omni-channel altyapımız ile tasarladığımız mobil uygulamaları ve responsive web sayfalarını hayata geçirerek markaların dijital ekonomiden en verimli şekilde

yararlanmalarını sağlıyoruz.

Müşterilerinize sunduğunuz hizmetler hakkında detaylı bilgi verir misiniz?

Positive olarak, başta perakende olmak üzere, hizmet verdiğimiz farklı sektörlerdeki uzmanlığımız ile merkezinde kullanıcı deneyimi ve çoklu kanal yaklaşımının bulunduğu çözümler sunuyoruz. Dijitalleşme sürecinde markaların karşılaşacağı en zor problemler için bile, uzman danışmanlarımız ile süreçleri tasarlıyor, e-ticaret ve omni-channel platformları ile özelleştirilmiş mobil & responsive & web uygulamaları geliştiriyoruz. Projelerimizi gerçekleştirirken markanın öncelikli ihtiyaçlarını tespit ediyor, e-ticaret konusunda uzman analiz ekibimiz ile süreçleri tasarlıyoruz. Kullanıcı davranışlarını online ve saha araştırmaları ile analiz ediyoruz. Kullanıcı deneyimi ve

tasarım ekibimiz bu analizler doğrultusunda her bir platforma uygun şekilde tasarımları gerçekleştiriyor. Yazılım ekibimiz e-ticaret altyapımızı ve omni-channel uygulamaları hayata geçiriyor... Destek ekibimiz projelerin sürekliliğini ve güncel kalmasını garanti ediyor. Growth ekibimiz de data analizi ve aksiyonlar ile karlılığı ve ciroyu artıran pazarlama otomasyonlarını gerçekleştiriyor. AR-GE merkezimizde yaptığımız çalışmalar ile dijital dönüşüm içinde olan markalarının karşılaşacağı en zor problemleri bile çözüyoruz.

Positive dünyasında, toplamda kaç marka yer alıyor? Söz konusu markalarla gerçekleştirdiğiniz projeleri bizlerle paylaşır mısınız?

Bugüne dek Yapı Market, Gıda Perakendesi, Tekstil, Ayakkabı, Oyuncak,



Bebek Beslenmesi, Sağlık, Güvenlik, İnşaat ve Otomotiv sektörlerinde onlarca başarılı proje gerçekleştirdik. Sektörlerin her birinin ihtiyaçları doğrultusunda, B2C e-ticaret platformları, mobil uygulamalar, depo süreçlerinin optimizasyonu, online siparişin farklı depolardan gönderilebilmesi, instore ordering (mağaza içerisinde kiosk ya da dijital ekranlar ile alışveriş yapabilmek), self-checkout, kasasız ödeme sistemleri, B2B ödeme platformları ve Click&Collect gibi müşteri deneyimini en üst seviyeye çıkaran projeleri hayata geçirdik. Sözü ettiğimiz tüm bu uygulamalar, markaların satışlarını artırmalarına, mağazalarında metrekare verimliliğini optimize etmelerine, maliyetleri düşürürken karlılık ve verimliliklerini yükseltmelerine yardımcı oluyor.

Biraz da, perakende sektörü için click&collect süreçleri; Click&collect'in ciroya ve fiziksel mağazaya katkısı hakkında bilgi verir misiniz?

Click & Collect, "İnternette satın alınan ürünlerin markanın fiziksel mağazasından teslim alınması" olarak tanımlanan yeni ve farklı bir teslimat seçeneği. Müşteri deneyimini artırmaya yardımcı olan bu modeli Positive olarak "Müşteriye zaman, markaya ciro kazandıran yeni teslimat seçeneği" olarak konumlarırken, mağaza ağı ve e-ticaret platformuna sahip tüm perakende markalarına da öneriyoruz.

Dijitalleşen dünyanın yeni teslimat seçeneği olarak adlandırılan Click & Collect ile e-ticaret müşterileri siparişlerini ne zaman ve nereden teslim alabileceklerini kendileri belirleyebiliyorlar. Kullanıcılar online alışverişlerini yapıyor, ardından kargo beklemlerine gerek kalmadan, kendilerine en yakın mağazadan kasada sıra beklemeden, aynı gün siparişlerini teslim alabiliyor, dilerlerse teslimat sırasında anında iade edebiliyor ya da değiştirebiliyorlar... Click & Collect, hem müşterilere hem de perakende markalarına birçok avantaj sağlıyor:

Müşterinin kazanımları...

- **Zamandan tasarruf:** Kasada sıra

beklemeden, mağazaya girip Click & Collect için özel olarak ayrılmış alandan siparişini teslim alıp çıkabilme avantajı sunuyor.

- **Kargo sürecini ortadan kaldırma:**

Kargonun teslim edilmesini beklemeye gerek kalmadan, siparişin aynı gün teslim alınabilmesi ve kargo ücretinin olmaması cazip teklifler olarak öne çıkıyor.

- **Lokasyon özgürlüğü:** Tüketicinin, markanın dilediği herhangi bir mağazasından siparişini teslim alabilmesi tüketiciye lokasyon seçebilme özgürlüğü sağlıyor.

- **Teslim alma zamanı özgürlüğü:**

Tüketici, siparişini teslim alacağı noktayı seçerken, teslim alacağı zaman aralığını da kendisi belirleyebiliyor.

Değişim/iade kolaylığı: Ürünü mağazada deneyerek hemen değiştirebilmek ya da iade talebinde bulunabilmek gibi durumlarda müşteri anında çözüme ulaşıyor.

Markanın kazanımları...

- **Ciro artışı:** Click & Collect, sunduğu pratiklik ve yaşattığı 'esnek teslimat' deneyimi ile tüketicilerin markayı daha çok tercih etmesini sağlıyor.

- **Fiziksel mağazanın satışlarına katkı:**

Mağazaya ürününü teslim almaya gelen tüketici, mağazadan da yeni bir ürün satın alabiliyor. Bir İngiliz perakendecisi, ürünlerini teslim almak için gelen her dört tüketicisinden birisinin mağazadan tamamlayıcı ya da yeni bir ürün satın aldığını belirtiyor.

- **Marka algısı ve prestij:** Tüketiciler, teknolojiyi kullanarak hayatlarını kolaylaştıran markaları seviyor. Tüketici gözündeki bu dijitalleşme ve inovasyon algısı markaya prestij kazandırıyor.

Tüm sektörlerde olduğu gibi, perakende sektöründe de dijital dönüşüm süreci hız kazandı. Bu anlamda, gelen son noktayı ve yapılması gerekenleri sıralar mısınız?

Positive olarak, markaların dijital işleyişi DNA'larına işlemeleri ve hatta DNA'larını dijital olarak yeniden yazmaları

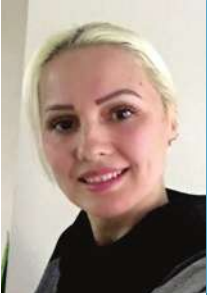
gerektiğine inanıyoruz. Bu dönüşüm hem müşterilerin kullandığı platformlar tarafında hem de markanın back-office uygulamaları tarafında gerçekleşmeli. Projelerimizde oluşturduğumuz kullanıcı deneyimini tüm platformlarda (mobil uygulama, responsive web sayfası, mağaza için satış uygulamaları, self-checkout sistemleri, kiosk uygulamaları) benzer olacak şekilde tasarlıyoruz. Markaların müşterilerini her platformda tanıyabilmesi için gerekli tekkileştirmeyi yapıyor, ürün ve kampanya tekkileştirmesi ile her platformda aynı fiyat ve kampanyayı sunmalarını sağlıyoruz. Tüm bunları yapabilmek için de merkezi veri sistemimiz üzerinden tüm kanalların beslenmesini sağlıyoruz.

Uzun ve kısa vadeli hedefleriniz, planlarınız nelerdir?

Tüm dünyada yaşanan dijital dönüşüm gelişmelerini yakından takip ederken, markalara değer katan projeler geliştirmeye devam etmek başlıca hedefimiz. Perakende deneyimimiz, global perakende dünyasının da ihtiyaçlarını karşılayacak düzeyde. Önümüzdeki dönemde global dijital dönüşüm projelerinde yer almayı planlıyoruz. Aynı zamanda iş zekası ve istatistiksel davranış çözümlerine de odaklandık ve bu konuda projeler geliştiriyoruz.

ÖNEMLİ MESAJ!

Danışmanlığını ve dijitalleşme süreçlerini yönettiğimiz her markaya söylediğimiz gibi, burada da Perakende Çağı okuyucularına altını çizerek iletmek istediğimiz en önemli konu; her markanın kendine özgün dinamikleri ve ihtiyaçları olduğunu merkeze alarak değişim süreçlerini tasarlamaya başlamasıdır. Markanın ihtiyaçlarına göre özelleştirilmiş yazılımlar ile yapılan dijital dönüşümler uzun vadede firmalara esnek oyun alanları sağlacağı gibi, maliyet etkin bir geçiş de yaşatacaktır.



Arzu Tufan

Sistem & Network
Yöneticisi

arzu.tufan@yahoo.com.tr

İşletmelerde stok yönetimi...

Günümüzde farklı alanlarda faaliyet gösteren küçük, orta ve büyük çaplı işletmeler ileriye dönük faaliyet planlarının sürdürülebilirliği ve devamlılığı için kendi bünyelerinde kullanmak ya da satmak üzere ellerinde stok bulundururlar.

“Stok nedir?” sorusunun cevabı teorik olarak; hammadde, yarı mamul ya da varlıklardır. Ya da başka bir deyiş ile Stok=Envanterdir.

Stok yönetiminde birincil öncelik firmaların faaliyet gösterdiği alanlara ait olan hammadde, yardımcı madde, yarı mamul ve mamullerini en uygun maliyet ile zamanında tedarik edilebilmesidir. Bu tedarik sürecinde gelen arz ve talep tahminlerini kullanarak ve de üretimi planlayarak stoklama yapılır.

İşletmelerde stok planlama problemi en sık karşılaşılan sorunlardan bir tanesidir. Bazen bu problemler işin içinden çıkılmaz hal almaktadır.

En sık karşılaşılan stok problemleri şunlardır:

* Tasarım: Faaliyet gösterilen alan ile birlikte nasıl bir stok politikasının oluşturulacağını izleme sürecidir.

* Planlama: Yine ilgili faaliyet koluna ait olan hammadde, yardımcı madde, yarı mamul ve mamullerinin siparişi ile ilgili ne kadar ve hangi oranda sipariş verilmesi sürecidir.

* Kontrol: Yine ilgili faaliyet koluna ait olan ham-

madde, yardımcı madde, yarı mamul ve mamullerinin siparişinin ne zaman ve ihtiyaç duyulan ne kadar bir süre zarfında ya da belirlenen zaman dilimine ait olan planlanan, kontrol mekanizmasında geliştirilen süreçtir.

İşletmelerin, kendi bünyelerinde kullandıkları ve geliştirdikleri yazılımları mevcuttur. Bu yazılımlarda Stok Yönetim Sistemleri bulunmaktadır. Bu sistemler Tek Dönem ve Çok Dönem kapsamaktadır. Kısaca özetlemek gerekirse;

* Tek Dönem: İşletmelerin faaliyet gösterdiği alanlar da yalnızca bir kez stoklanacak ve tüketildikten sonra bir daha asla kullanılmayacak olan ürünleri/malları kapsamaktadır.

* Çok Dönem: İşletmelerin faaliyet gösterdiği alanlar da tüketilen ve yeniden yerine koyulacak adet miktarı kadar stokta tutulacak ürünleri/malları kapsar. Bütün bu işlemler işletmelere faaliyet konularında farklılık göstermekle birlikte stok barındırma maliyeti ile karşı karşıya bırakmıştır.

Bu maliyetleri en minimum düzeye indirmek için yazının içerisinde bahsetmiş olduğum; Stok “Tasarım, Planlama ve Kontrol” süreçlerini en iyi şekilde kurgulanması gerekmektedir. Başarılı bir stok yönetimi Stok = Envanter kavramının net bir şekilde algılamak ve anlamak ile başlar.

Bu sayede ileriye dönük büyüme hedeflerinizi sağlayabilirsiniz.



nàren®

Dalından %100 Sıkma Nar Suyu

Narlarımızı sertifikalı bahçelerimizden
özenle topladık.

En taze halleri ile el değmeden en
son teknolojiğimiz ile sıktık.

Hiçbir katkı ve koruyucu eklemeyen
%100 sıkma nar suyunu gönül rahatlığı
ile içmeniz için şişeledik.

Kansere karşı koruyucu etkisi vardır.

Cildi güzelleştirir, gençleştirici etkisi
vardır.

Damar tıkanıklığını önler. Kalp krizi
riskini azaltır.

Bağışıklık sistemini güçlendirir.



www.naren.com.tr

“Ürünlerimizin kalitesine güveniyoruz ve altına imzamızı atıyoruz”

Bugüne kadar 200’den fazla ürünün formülünü geliştiren 1K Kimya A.Ş. CEO’su Sevginar Baştekin, mucidi olduğu ürünleri ve ayrıcalıklarını bizler için anlattı.

Kısaca kendinizden ve markanızın hikayesinden bahsedebilir misiniz?

Birincilikle kazandığım İstanbul Teknik Üniversitesi Kimya Bölümü’nden 1988 yılında mezun oldum. Profesyonel iş hayatına özel sektörde biyokimya alanında başladım ve kimya sektöründe devam ettim. Bu esnada diagnostik üretimi ile ilgili Almanya’da eğitim gördüm. 2000 yılında Ar-Ge’sini, tasarımlarını ve üretimini kendi yaptığı ürünlerle temizlik sektörüne adım attım. Tasarladığım bir ürünle 2004 yılında

Chicago’da katılmış olduğumuz Private Label (PLMA) fuarında “yenilik ve tasarım birinciliği” ödülü aldım. 2010 yılında 1K Kimya’yı kurdum. “HighGenic” markası ile silikonlu temizleyici, derz temizleyici, evsel leke çıkarıcılar ve leke çıkarma mendilleri gibi birçok “çok amaçlı temizlik ürününü” Türk tüketicisi ile tanıştırdık. HighGenic, kurulduğu yıl Türkiye’nin en büyük market zincirleri olan A101 ve BİM başta olmak üzere, Özdelek gibi pek çok yerel ve ulusal market raflarındaki yerini aldı.

Özgün, yenilikçi, hayatı kolaylaştıran ve tüketicilerin, özellikle de kadınların işini kolaylaştıran ürün tasarımları ile bugüne kadar 200’den fazla ürünün formülünü geliştirdim. “Narsprin ve HighGenic Silikonlu Temizleyici” hayatımda dönüm noktası yaratan iki önemli ürün oldular.

Ürünlerinizden bahsedebilir misiniz?

HighGenic ile bayanların temizlik çilesine son verecek, daha az yorulmalarını ve kendilerine vakit ayırmalarını sağlaya-



cak bir formül geliştirmek için çok uzun zamandır çalışıyorum. Çünkü evin temizliği ve düzeninden sorumlu bir bayan olarak hepimizin yaşadığı sıkıntıları çok iyi biliyorum. Kirleri, tozları, mikropları hayatımızdan temelli çıkaramayız belki ama istediğimiz zaman onları uzaklaştırmanın en yeni metotlarını keşfedebiliriz diye düşündüm. Ve yıllardır üzerinde çalıştığım formülü sonunda buldum. Aslında keşfettiğim “akıllı temizlik” metodu. Akıllı temizlik yani kalıcı ve pratik temizlik. Bunun için de sadece gerektiğinde temizlik yapmak üzere kullanılacak çok amaçlı tek bir ürüne ihtiyaç vardı. HighGenic Silikonlu Temizleyici, kadınların kendine vakit ayırabilmesi için akıllı temizliği öğreten bir formül.

Banyo/mutfak yüzeylerinden cam yüzeylere, çelik, metal, ankastre ürünlerden mobilyalara, kristal ve cam avizelerden araçlara varıncaya kadar çok birçok farklı alanda kullanılabilen Highgenic Silikonlu Temizleyici, uygulandığı tüm yüzeylerde uzun süreli temizlik ve maksimum koruma sağlıyor. Özellikle cam yüzeylerde, yağmur ve su damlalarının kaymasını sağlayarak su lekelerini önüyor. Ayrıca antistatik özelliğiyle de yüzeylerden tozu itiyor ve tozlanmayı geciktiriyor. Böylece daha sık temizlik yapmaya gerek kalmıyor, temizleyicilerden tasarruf ediliyor. Her türlü doğal ahşap ve lake kaplamalı mobilyalarda güvenli kullanım sağlayan Highgenic Silikonlu, cila etkisi yaratan parlaklık özelliğinin yanı sıra oluşturduğu koruyucu tabaka ile yüzeylerin çizilmesini de engelliyor.

Araçlardaki plastik ve vinil yüzeyleri temizleyerek çok daha parlak bir görünüme kavuşturan Highgenic Silikonlu, aynı zamanda tıpkı cam yüzeylerde olduğu gibi araçların kaporta ve dış yüzeyinde de koruyucu bir tabaka oluşturarak çizilmesini önüyor ve araçları güneş ışınlarının zararlı etkilerinden koruyor. Silecek suyunda da rahatça kullanılabilen Highgenic Silikonlu, su ve yağmur damlalarının yüzeyden kolayca akıp gitmesini sağlıyor... Mucidi olduğum ve sektörde yeni bir kategori açtığımız “Silikonlu Temizleyici”den sonra şimdi de “Sirkelim” ile yepyeni bir dönemi başlatıyoruz. Çoğu şeyde olduğu gibi temizlik malzemelerinin de doğal olanını tercih



etmeye başladık. Çünkü içinde çok sayıda kimyasal madde barındıran temizlik malzemeleri cilde temas ettiği hatta solunabildiği için birçok sağlık sorununu da beraberinde getiriyor. HighGenic Sirkelim; boya, koruyucu madde, sentetik parfüm ve petrol türevleri gibi insan sağlığına zararlı hiçbir madde içermeyen çok amaçlı ve organik esanslı yeni nesil bir temizleyici.

HighGenic Sirkelim, tam 13 farklı amaçla kullanılabilir. Mutfakta; evye, tezgah ve kesme tahtalarını temizliyor, hijyen sağlıyor. Buzdolabında oluşan kir ve lekeyi gideriyor, kötü kokuyu emiyor. Fırında yeni oluşan yağ ve kirleri temizliyor. Çaydanlık, çay ve kahve makinelerinde biriken kireç ve tortuları temizliyor. Bulaşık makinesinde parlatici yerine kullanılıyor. Banyo, lavabo, fayans ve klozetlerde kireç, su lekesi ve kirleri temizliyor. Cam ve aynaları temizliyor, ekstra parlaklık veriyor. Yer ve benzeri yüzeyleri temizliyor. Çamaşır makinesinde yumuşatıcı olarak kullanılıyor. Evcil hayvanların yaşadığı mekanları temizleyerek, hijyen sağlıyor ve bu alanlardaki istenmeyen kokuları yok etmeye yardımcı oluyor.

Logonuza baktığımızda sizin yüzünüzü görüyoruz. Hikayesini anlatabilir misiniz?

Farklılaşmak bizim olmazsa olmazımız. O yüzden HighGenic markasını oluştururken ve konumlandırırken, diğer markalardan nasıl ayrışırız sorusundan yola çıktık. Ve başta da belirttiğim gibi temizlik ürünlerinin hedefi kadınlar. Ama ürünleri üreten ve geliştirenler daha çok erkeklerin hegemonyasında, piyasadaki markaların da isimleri hep erkek ve güç çağrıştıran isimlerden oluşuyor. Ben de bir kadın olarak, üstelik Kimyager bir kadın olarak, bir temizlik ürünü “nasıl olmalı”yı sanırım biraz daha iyi biliyorum ve kadınların beklenti ve ihtiyaçlarını daha iyi karşılayabiliyorum. Tabii burada yanlış anlaşılma olmasın, nihai takdir ve seçim her zaman olduğu gibi son tüketicinin yani müşterinin. Sonuç olarak, biz ürettiğimiz ürünlerin arkasında gerçek bir insan, üstelik kadın bir kimyager olduğunun altını çizmek istedik ve benim silüetimin olduğu logoyu oluşturup kullanmaya başladık. Bu konuda çok güzel yorumlar alıyoruz. Logomuzla vermek istediğimiz mesaj; ürünlerimizin kalitesine güveniyoruz ve altına imzamızı atıyoruz.

Gelecek dönem hedefleriniz hakkında bilgi verebilir misiniz?

Öncelikle geliştirmeye ve yeni ürünler yapmaya devam edeceğiz. Yakında hem ambalajı hem de kullanım şekli ile çok farklı bir ürünü daha piyasaya sunacağız. Bu ürünün ambalajını da bizzat kendim tasarladım. Bu sefer kadınlar olarak pek sevmediğimiz üttüğü kolaylaştırmanın formülünü paylaşacağım. Bu yeni ürün planlarının yanı sıra tüm Türkiye’ye yayılımı için farklı satış kanalları da oluşturmak öncelikli hedeflerimiz arasında. Amacımız, her yeni ürünle birlikte daha fazla kadına ulaşmak, daha çok probleme çözüm sunmak.

Ama asıl hayalim yemyeşil bir fabrika ve sadece doğal ekolojik biyolojik kozmetik ve temizlik ürünleri geliştirmek ve üretmek. Yine formülünü kendim geliştirdiğim ekolojik biyolojik oda kokusu TÜBİTAK’tan proje desteği aldı. Henüz üretilmedi. Çünkü bu ürünlerin üretim maliyeti çok yüksek. Satışı da çok yüksek ve Türkiye’de tüketim bu konuda yeteri kadar bilinçli değil, talep az. Ama ileride bunu mutlaka yapmak istiyorum.



Kemal Tanıl

www.inovasyonuzmani.com

Perakendede yol ayrımı...

Temel, yıllar sonra biriktirdiğiyle elden düşme Murat 124 alır. Arabasıyla memleketine giderken araba arızalanır. Yolun kenarına çeker, motor kapağını açar, ne olduğunu anlamaya çalışırken bir Ferrari yanar:

– Hayrola hemşerim, arabanın nesi var? İster-sen senin arabayı benimkine bağlayalım, çekeyim ilk tamirciye kadar.

Temel bu teklife çok sevinir. Ara halatı ile Murat'ı Ferrari'nin arkasına bağlarlar. Ferrari'nin sahibi genç uyarır:

– Ben hız yapmayı çok severim. Eğer farkında olmadan aşırı hız yaparsam, sen selektör yap beni uyar!

Temel: Tamam!

Yola koyulurlar. Bir süre sonra Ferrari gaza basmaya başlar, 60, 80, 100 derken, Murat 124 arkadan selektör yapar.

Ferrari durumu anımsar ve yavaşlar, bir süre sonra Ferrari yeniden gaza basar, 60, 80, 100... Selektör yeniden anımsatır.

Ferrari yavaşlar. Yolda bu şekilde ilerlerken bir Lamborghini Ferrari'ye yaklaşır:

– Kapaşalım mı?

Ferrari yanıtla: Nesine?

– 340 km. ötedeki benzinliğe ikinci varan, ilk varanın deposunu doldurur.

Ferrari hemen onaylar ve yarışa başlarlar. 120, 140, 180, 220...

O arada trafiği denetleyen helikopterdeki görevli polis, genel merkeze bilgi vermektedir:

– Komiserim, şehrin kuzeyindeki yolda trafik güvenliği tehdit altında! 3 araç yarış yapıyor.

Ferrari ile Lamborghini saatte 300 km hızla yan yana gidiyor, arkadan da Murat 124 onları geçmek için 10 dakikadır selektör yapıp yol istiyor!

Önde giden ulusal perakendecileri hesapsız takip edenler market sayılarını katlayarak büyüseler de günün sonunda takla atarak yoldan çıkıyorlar. Zararın en azı sermaye sahibine oluyor. Niye bu kadar yanlış göz göre göre yapılıyor? Sistemden çıkanlar beni etrafımdakiler yakıtı diyor. Bunların da çoğu maalesef gazcı diye adlandırılan yağcılar. Peki nasıl başarılı olabiliriz?

İlk yapılması gereken müşteri davranışını izlemektir. Bu oyunu market lehine değiştiren bir harekettir. Şirketin başarısının en önemli faktörüdür.

Bir sadakat düzeni fikri, bilgisayarlı araştırma çağında; izlenilebilir bir sadakat düzenine çevrilmelidir.

İnsanların neyi satın aldığına dair ham veriler toplan ve onu kârlı bilgilere dönüştürsek, ayrıcalıklı en büyük süpermarket olunabilir. İyi bir gerçek profesyonel yönetici ve iyi bir program, tüm süpermarketlerin iş yapma biçimini kökten değiştirir.

Daha iyi bir perakende için son söz: Küçük adamlarla büyük hedeflere gidilmez...





Değişiminize **değer katan çözümler...**



Bir Yağmur Dizayn olarak çözüm ürettiğimiz alanlar; manav reyonları, dış cephe kompozit kaplama, alüminyum doğrama işleri, discount mağaza kurulumu, ahşap reyonlar, dekoratif ahşap tavanlar, ekmek reyonları, danışma bankoları ve emanet dolapları, bakliyat reyonları, kuruyemiş reyonları, baharat reyonları, bazalar, kolon kaplamaları, market ekipmanları.



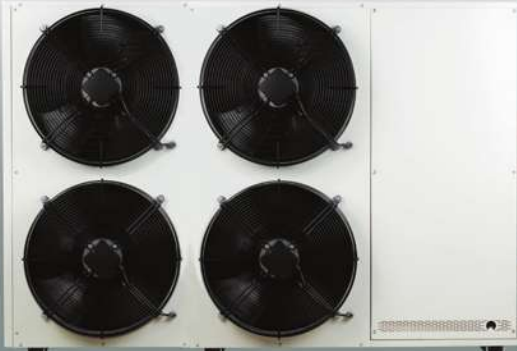
Tüm kurulum aşamalarını güvenilir doğru çözümler üreten **Bir Yağmur Dizayn'a** bırakırsanız size özel anahtar teslimi market-mağaza kurulumu da yapılmaktadır.



**Her zaman
daha iyisi için...**

www.biryagmurdizayn.com

- Şarküteri ve Et Reyonları • Sütük Duvar Reyonları • Sebze & Meyve Duvar Reyonları
- Şişe Soğutucular • Donuk Reyonlar • Balık Reyonları • Taze Teşhir Reyonları
- Unlu Mamülleri Reyonları • Kuruyemiş Reyonları • Soğuk Odalar • Soğutma Grupları



SOĞUTMA SİSTEMLERİNDE KALICI ÇÖZÜMLER



Battal Gazi Mah.Kubbe Cad.B-1
Blok No:44 Sultan Sanayi Sitesi
Sultanbeyli/İSTANBUL

ERSO
Erso End. Soğutma Sis. ve
Market Ekip. San.Tic.Ltd.Şti.
REFRIGERATION

T: 0216 669 05 52 / 0532 387 92 66
www.ersosogutma.com
info@ersosogutma.com

Sibel Zaloğlu ile “GÜÇ SENDE”

Sibel Zaloğlu, 2017 Şubat ayında yayımladığı ilk kitabı GÜÇ SENDE'yi hangi duygularla yazdığını bizler için anlattı.

Sibel Zaloğlu ile “Güç Sende” adlı ilk kitabını ve yazarlık hakkında konuştuk... Zaloğlu, aslında ilk kitabının “Perakendede Neler Oluyor?” adlı kitabı olduğunu, fakat yayımlatmadığını, daha sonraki yıllarda yayımlatacağını söylüyor. Neden şimdi değil dediğimizde, “Sonra” demekle yetiniyor. Sırada yayımlanacak ikinci kitabının olduğunu, üçüncü kitabının da tamamlanma aşamasında olduğunu belirtiyor.

Bize biraz kendinizden söz eder misiniz?

Perakende sektöründe uzun yıllardır İnsan Kaynakları, Eğitim Müdürü, İş Geliştirme ve Planlama Direktörü ve Danışmanı olarak çalışmaya devam ediyorum. Evli ve bir kız çocuğu annesiyim. Tüm bunların yanı sıra; Yaşam Koçluğu yapıyorum. NLP uzmanıyım. Ayrıca oto hipnoz çalışmalarım da bulunuyor.

Çeşitli danışmanlık firmalarında danışman ve eğitim uzmanı olarak aktif görev almaktayım. ISO 9001:2008 Kalite Yönetim Sistemi Tetkikçi ve Baş Tetkikçi, BAŞ DENETÇİ belge sahibiyim. Perakende satış alanında usta öğretici belgem mevcut. İş Sağlığı ve Güvenliği ön lisans mezunuyum. Aston American Üniversitesi İşletme Bölümü mezunu olup, İşletme Birleşik Yüksek Lisans ve Doktoramı yapmaktayım.

Çeşitli sosyal sorumluluk projelerinde çalışmaktayım. Çeşitli sektör dergilerinde editörlük ve genel yayın yönetmenliği tecrübelerim var.

Kişisel gelişim alanında yazdığım ilk kitabım “GÜÇ SENDE” ve yine bu alanda kitaplarımı yazmaya devam ediyorum.

Kitaplarınızı ne kadar sürede yazıyorsunuz? Başka bir deyişle bir kitabın ortaya çıkması ne kadar sürer?

Buna kesin bir yanıt vermem gerçekten zor. Her kitabın kendi süresi var. Bunu belirlemenin, süre vermenin zor olduğuna inanıyorum. Ama kendi açımdan baktığımda, çok uzayan işleri sevmediğim için 6-7 ayı geçmemesi gerektiğini söyleyebilirim.

Yazmaya nasıl başlarsınız?

Konu bulmak bambaşka bir iş. Yazmak istediğiniz konuyu buluyorsunuz ama konu sürekli değişiyor. İlk sayfalar tamamlanmadan siliniyor. Onun için ilk sayfaları yazmak benim üç-dört ayımı aldı. İlk sayfaları yazarken, bir taraftan da çeşitli notlar aldım. Notları eleyerek kitabımı yazmaya devam ettim. Yaklaşık bir ay hiçbir şey yazamadım. Dondum kaldım adeta. Hatta çok sinirlendim. Morali bozuldu. Uzun günlerden sonra, yine çalışma masama oturduğumda satırlar peş peşe dökülmeye başladı. İşte bu büyük bir haz.



Sibel Zaloğlu'nun “GÜÇ SENDE” adlı ilk kişisel gelişim kitabı, 36.Uluslararası İstanbul Kitap Fuarı'nda gerçekleşen imza gününde okurlarıyla buluştu.

GÜÇ SENDE'den biraz bahseder misiniz?

Aslında GÜÇ SENDE bambaşka bir konuyla başlamıştı. Sonra konular değişti, değişti, tüm yazdıklarımı defalarca sildim. En son yaşam koçluğu ve Nlp eğitimlerinden esinlenerek, ortaya kişisel gelişim konulu, özünde yaşam koçluğu yatan bu kitap ortaya çıktı. İnsanları çok seviyorum. Mutsuz ve yaşamdan zevk almayan, yaşama sevinci olamayan insanları etrafımda gördükçe mutsuz oluyorum. Doğduğumuz gibi ölümlle de er geç sonuçlanacak hayatımızda yaşam sınavımızı verirken, diğer insanların da yaşamlarına saygı duyarak, mutlu olarak yaşamalarını sağlamak için, bu kitabımda okuyucularıma içimden geldiği şekilde yaşam koçu olarak yardımcı olmak, destek olmak istedim. İnşallah başarmışumdır. Bir kişinin bile ruhuna dokunabilmek benim için çok önemli.

Yazmak yetenek işi midir? Öğrenilebilir mi?

Bence ilkökul sıralarında oluşan bir tutum, yetenek. İlkokul birinci sınıfta kendi yazdığım 23 Nisan adlı beş kıtalık bir şiirim vardı. Bu şiirle Zonguldak ilinde dereceye girmiştim. Sonrasında okul yıllarımda hep gelişti bu süreç. Türkçe ve edebiyat, özellikle kompozisyon derslerinde oldukça başarılı bir öğrenciydim.

Kısacası "Ağaç yaşken eğilir" atasözüne inanıyorum.

Türkiye'de kitap yayımlamak zor mudur?

Bu soruya cevabım hem kolay, hem zor! Kolay dedim; çünkü o kadar çok işini tam yapmayan yayınevi var ki... Bunlara yanlışlıkla veya bilmeden kapılırsanız kitabınız basılır ama basit, kuralızsız ve okuyucuya bir şey vermeyen bir kitap çıkar karşınıza. Okurlarla buluşmaz, tanıtımınız yapılmaz. Hem kitabınız çıkacak diye uzun tarihler beklersiniz, hem de paranızdan olursunuz...

Zor dedim; çünkü iyi bir yayınevi bulup, kitabınızı yayımlatıp, tanıtımını

yapmak, geniş kitlelere ulaştırmak ve sizi tatmin etmesi çok zordur. Mutlaka iyi bir yayıneviyle çalışmalısınız. Kendiniz de tanıtımı için gerçekten çaba sarfetmelisiniz.

Kısaca kitabın okura ulaşması gerek. Kitabınızın niteliği kadar yayınevine de bağlı. Eğer yayıneviniz üzerine düşeni eksiksiz yaparsa, kitabınız iyi dağıtılıyor, eleştirmenlere gönderiliyor, reklâmı yapılıyor. Yoksa siz ne kadar iyi yazarsanız yazın, okuyucuya ulaşamadıktan sonra, yaptığınızdan bir tek sizin haberiniz oluyor. Bir de yakın çevrenizin. Bu da hele ki yeni yazar için hayal kırıklığı...

Dediğiniz gibi yayınevi çok önemli. Peki, buna nasıl karar vereceğiz?

Birçok yayınevi var. Hepsinin ayrı ayrı tarzları var. Diğer yazılan, basılan, yayımlanan eserlerin yayınevlerine bakın. Araştırın. Tanıtımlara bakın. En önemlisi ne istediğinizden, ne kadar insana, kimlere ulaşmak istediğinizden emin olun. "Kitabınızdan beklentiniz nedir?" Bu sorunun cevabını önce kendinize verin. Sonra yayınevine karar verin.

Kitap yayımlamaktaki amacınız para kazanmak mı?

Yazar olarak bildiğim kadarı ile geçinmek zor. Ben para kazanmayı başlangıç olarak hiç düşünmedim ve uzun yıllarda



düşünmüyorum.

Fakat verilen emek paraya dönüşür, en azından basım maliyetlerini çıkarırsa çok iyi olur. Sonrasında yazmak, üretmek daha çok haz verir bence.

"Kitabımın ön sözü ile bitirelim değerli röportajımızı"

Bazen bizleri yolumuzdan alıkoyan ayağımıza takılan taşları bilerek kabulleniyoruz. Hemen küşüyoruz hayata... Hatta dünya başımıza yıkılıyor sanki. Yada ne yapacağımızı bilemiyoruz. Nasıl yol alacağımızı... Belki de ne istediğimizi hayattan. Bazen yalnız hissediyoruz kendimizi. Gizli bir güç olsa da yardım etse bize, harekete geçirse bizi diye bekliyoruz. Böyle olsa, ne güzel olurdu değil mi?

Belki satırları okudukça bir çoğunuz yaşam yolunda yeni sayfalar açacaksınız. Mutluluk kapılarının aslında çok zor açılmadığını göreceksiniz...

"Güç Sende"yi keyifle okumanız ve yaşamınızda tertemiz, başarı dolu, güzel sayfalar açmanız dileklerle; sevgiyle kalın...





Aziz Kavak

Zirhloğlu
Şirketler Grubu
Kategori Yöneticisi

Değerini veren olursa neden olmasın?

Her geçen gün bu cümleyi daha çok duymaya başladık. Daha fazla dillendirip, bu doğrultuda hareket etmeye başlayarak, duruma alışıp gerçekleri ötelere hale geldik.

Bizi bu düşünceye sürükleyen faktörler neler? Ekonomik faktörler mi, nitelikli eleman yokluğu mu, metal yoğunluğu mu? Yoksa roller aynı ancak oyuncuların farklılaşması mı? Piyasanın daralması yani diğer bir deyimle kıvılcık denizlerde boğulmaya devam mı yoksa mavi okyanuslara açılacak mıyız? Burada sıkışıp kalmışız. Bu durum düşüncelerimizi zorluyor ve sağlıklı düşünmemizi engelliyor olabilir mi? Her yıl, her ay için bir planımız var ama bir türlü gerçekleştiriyoruz mu? Yoksa her şeye bir bahanemiz mi var... Gelin 24 yıl öncesine gidelim, 24 yıl önce bugün perakende dünyasında işe başladığım, ulusal marketlerin Türkiye'ye yeni geldiği döneme...

O zamanda Türkiye'de daha yeni büyük marketlerin açılışları büyük kalabalık ve izdihamlarla gerçekleşiyordu, bu durum bizim toptancılarımızın orta ölçekli marketçilerimizin, bakkallarımızın iştahını kabartıyor, bizde böyle büyük mağazacılık yapsak ne güzel olur düşünceleri bizi adeta zorluyordu.

İmkanlarımızı birleştirerek büyük mağazacılık

sistemine hızlı bir geçiş yaptık. Şube sayılarını artırmaya, daha yüksek cirolar yapmaya ve piyasanın en iyisi olmaya aday olduk. Büyük mağazaların şube sayıları artıkça etrafındaki küçük ölçekli noktalar yok olmaya başladılar. O dönemlerde her köşe başı tutulmaya başlamıştı, her bölgenin kendine has yerel kaptanları iş başındaydı. Merkezi yerlere odaklanıyor, yapılaşmanın dışarı doğru taşıdığına hiç kimse göremiyordu. 2008 yılına gelindiğinde şube açılacak yer kalmamıştı; gemisini kurtaran kaptan olacaktı. Daha sonra kent sel dönüşümün başlaması, yapılaşmanın şehrin merkezinden uzaklaşması, yeni site alanları, hatta yeni şehirler kurulması, adeta merkezi yerlerin içini boşaltıp dışarı taşıdı. Merkezi yerlere yatırım yapanların giderlerinin artması ve kiralalarının yükselmesi, onlardan daha az hizmet alanlarına sahip olan, daha az kişi çalıştıran yeni nesil zincirleri büyütme başladı. Şehrin kabağını kırıp dışarı taşması yeni ticari alanlar yaratırken, şehrin içinde kalan yerler bir bakıma kendi kendileri ile rekabet eder hale geldiler. Yeni şube açmak gittikçe zorlaşmaya başladı. Zaten az olan yerleri son yıllarda fahiş artış gösteren kiralama bedelleri yüzünden kiralamak iyice zorlaştı.

Sermayesi güçlü gruplar tarafından desteklenen ulusal veya discount dediğimiz rakipler rahatlıkla kiralayabiliyor. Bu durum pastadan bizim dışımızda daha fazla pay alan ortağı olması anlamına geliyor. Ancak pasta aynı pasta maalesef. Büyümeyen pasta ve küçülen payımız, her yıl daha fazla artan giderleri karşılamamaya başlıyor. O zaman giderleri azaltmanın yolunu bulmak kalıyor geriye, ama nasıl?

Her zaman olduğu gibi yöneticiler tasarruf etmek için işe, çalışan sayısını azaltmakla başladılar. Çalışan sayısını azaltmak kısa süreli çözüm gibi görünse de maliyetin daha fazla artmasına sebep olduğunu göremiyor bazı yöneticiler veya perakende firmalarının sahipleri. Bugün müşteri mağazanıza girdiğinde hizmet almak istiyor. Hizmeti veren ise ortalarda yok. Oysa bütün işaretler, hizmet alanlarının daha fazla nitelikli çalışana ihtiyaç olduğunu gösteriyor...

YAZININ DEVAMINI

SONRAKİ SAYIMIZDA BULABİLİRSİNİZ...





Çocukların
kullanımı için
uygundur.

- Doğal koruma
- Lekeleri giderir
- Diş eti kanamalarını önler
- Diş minesini güçlendirir
- Ağız içi bakım sağlar
- Yapay tatlandırıcı içermez
- Köpürme yapmaz

DK DENT

**GLUTENSİZ
FLORÜRSÜZ
KÖPÜKSÜZ**

Diş Hekimleri tarafından önerilmektedir.



www.dermokil.com.tr

Yemekçim Gıda A.Ş. Kurucu Ortağı Hakan Gümüş:

Günde 60 bin kişiyi doyuruyoruz!

Günde ortalama 60 bin kişiye yemek hazırladıklarını dile getiren Yemekçim Gıda A.Ş. Kurucu Ortağı Hakan Gümüş, “Amacımız ülkenin en büyük catering firması olmak değil, en iyisi olmaktır” dedi.

Öncelikle bu özel söyleşi için size çok teşekkür ederiz. Röportajımıza “Yemekçim Catering” hakkında detaylı bilgi alarak başlayabilir miyiz?

Yemekçim Gıda A.Ş., 2009 yılı haziran ayında bir aile şirketi olarak kuruldu. Önceleri özel sektörde hazır yemek hizmeti ile başladı. Daha sonraları kamuda hazır yemek hizmeti ile devam etti. Şu anda 4 bölgede 32 proje ile yoluna devam etmektedir. Günde yaklaşık 60.000 kişiyi doyuruyoruz.

Piyasada pek çok catering firması mevcut. Peki, bu catering firmaları arasından sizi öne çıkaran özellikler nelerdir?

En önemli özelliğimiz hijyen ve kaliteli hizmettir. Çünkü hijyen ve kaliteli ham madde

olmadan öne çıkamazsınız. Bunun yanında, kişinin gereksinim duyduğu kalori miktarının gıda mühendisleri tarafından sürekli güncelleyip müşterilerimize sunuyoruz. Örneğin masabaşında çalışan ile ağır

sanayide çalışan müşterilerimiz için farklı menüler sunuyoruz.

“YEMEĞİ GÖRSEL BİR SÖLENE ÇEVİRİYORUZ”

Müşterilerinize sunduğunuz hizmetler ve ayrıcalıklarınız hakkında detaylı bilgi verir misiniz?

Yemekçim A.Ş. olarak; müşterilerimize



her şeyden önce sağlıklı, hijyenik ve kaliteli yemekler sunuyoruz.

Kaliteli hammadde ile yemeği hem doyum hem de görsel bir şölene çeviriyoruz.

Menülerinizi oluştururken hangi kriterlere dikkat ediyorsunuz? Bu noktada olmazsa olmazlarınız nelerdir?

Bizim müşterilerimizin çoğu devlet kurumları ve T.C önde gelen sanayi kuruluşlarıdır. Şirket olarak taşıma yemek hizmeti vermiyoruz. Bunun yerine kurumların kendi mutfağını kullanarak yemek hizmeti veriyoruz.

Biraz da, uzun ve kısa vadeli hedefleriniz hakkında bilgi alabilir miyiz?

Amacımız ülkenin en büyük catering firması olmak değil, en iyisi olmaktır. Bunun yanı sıra; çalıştığımız kurumlarla beraber ülke ekonomisine katkı sağlayıp, istihdam oluşturmak da hedeflerimiz arasında yer almaktadır. Bugün bünyemizde 1500 kişi çalışmaktadır.

“BÜNYEMİZDE 1500 KİŞİ ÇALIŞMAKTADIR”

PERAKENDE ÇAĞI okurlarına iletmek istediğiniz bir mesaj var mı?

Son olarak, okurlarımıza saygı ve hürmetlerimizi sunuyoruz.



AUTOID®

POSSIFY

"Simple, Robust and Reliable"

Possify ile Türkiye pazarına gelen Seuc Autoid kablosuz endüstriyel el terminaleri farklı karmaşık endüstriyel alanlarda kullanım için gerekli olan güçlü tasarıma sahiptir..

Toplamda yarım milyondan fazla kullanıcısı olan Autoid endüstriyel el terminaleri özellikle 100 büyük lojistik, nakliye, kurye firmasında 200.000 kullanıcısı ile sektörde lider durumda



CRUISE 1

- Zarif görünüş · 5.2" IPS · 12.6mm kalınlık; 200g
 - Cortex-A3 8çekirdek-CPU
 - Android5.1 OS, , 2GB/16GB hızlı Hafıza,
 - 1D / 2D barkod, parmak izi, NFC vb.
 - Çift Geniş Ağ (Opsiyonel SIM, SAM) Wi-Fi,
 - TİP C su geçirmez bileşen,
 - Tabanca tutma yeri, çok yuvalı genişletilmiş aksesuarlar
 - 4300mAh pil, 12 saat sürekli çalışır
 - IP 67, 1,5 m beton üzerine düşme.
- Kolay yönetim · SOTI, mobil butler, şifre yetkilendirme



AUTOID Pad (1D\2D\RFID-HF) Ring scanner (1D\2D)

- Ergonomik hafif, kolay sol veya sağ elle çalıştırma;
- 7 "IPS WXGA eldiven veya parmakla dokunarak çalışma
- 2.4G / 5G çift frekanslı anti-parazit ve sorunsuz dolaşım
- IP65 /1.2m düşme

Ring scanner avantajları:

İnsan cildine zarar vermeyen güvenli malzeme ve rahat kullanım.

- 1D \ 2D Günde 10,000.00 kez tarama;
- Bluetooth® 4.0, 20m iletim
- Bluetooth teknolojisi ile gerçek zamanlı yükleme; U-disk veri yükü;
- IP65 5ft./1.5m düşme



WMS: Logistics & Courier

R&D Works: for Industrial Handhelds

2006

Suning.com

2009

Midea MICHELIN

2010

GM amazon

SF Alibaba.com

2011

SAMSUNG Nike

EMS 德邦

2012



AUTOID 9 (1D\2D\RFID-HF)

Android5.1 işletim sistemi

- ISO18000-6C protokolü, Impinj R2000 çözümünü benimser
- Uzun menzilli (6m) ve paritili etiket okuma (100'den fazla etiket)
- 9200mAh pil, 8-10 saat çalışma
- Barkod / NFC / parmak izi / kamera / GPS çoklu veri toplama
- 4G / WIFI / Bluetooth
- IP65 ve 1.2m düşme testi



AUTOID 6L (W) (1D/2D/RFID-HF)

- 3,5 "(640 (H) X480 (W) VGA), 8 kısayol tuşu;
- Dört çekirdekli 1.2GHz.
- Microsoft® Windows® CE 6.0 çift güvenlik, üçlü kolay yönetim tasarımları;
- Güçlü Wi-Fi performansını kesintisiz dolaşım;
- 2.4G / 5G çift bantlı Wi-Fi, anti-parazit özelliği
- 100dB yüksek hoparlör
- IP65 5ft./1.5m düşme testi;
- 1D / 2D Symbol SE4500 / SE955 ve Honeywell 5600



AUTOID 7P (1D/2D)

Ergonomik ve konfor kavrama;

- 45 derece eğik tarama açısı;
- 8 saat sürekli çalışma süresi;
- Symbol SE955, 2D Honeywell5100 / SymbolSE4500;
- Sorunsuz dolaşım teknolojisi ile Wi-Fi
- Özel ROM sistemi tasarımı ile veri kaybı engellemesi



intel SIEMENS

VW H

mr D JARUM

JD OBI

POSSIFY
"Simple, Robust and Reliable"

AUTOID

We are
waiting for YOU

YTO ZTO

2014

2015

2016

2017

Sheraton TMT

PEPPER SAMATOR

G.S. ClicknBuy

Samsun'da fuarlar daha da büyüyecek!



Samsun Gıda Fuarı'na ilişkin bilgilendirme toplantısında konuşan TÜYAP Anadolu Fuarcılık Genel Müdürü Cihat Alagöz, "TÜYAP olarak Samsun'da açtığımız tüm fuarları bir öncekinin katılımcı ve ziyaretçi sayısının üstünde gerçekleştiriyoruz ve bundan büyük mutluluk duyuyoruz" dedi. TÜYAP olarak Samsun'da 2014 yılından buyana çeşitli sektörlerle yönelik fuarlar düzenlediklerini anlatan Alagöz, bu fuarların gerek kent ve gerekse Karadeniz ekonomisi üzerinde büyük etkisi olduğunu söyledi. Samsun'un artık bir fuar kenti olduğunu belirten Alagöz, şöyle konuştu:

"Bu yıl yaptığımız Gıda Fuarı'nda 5 ülkeden 159 yabancı sektör temsilcisini

misafir edeceğiz önceki yıla oranla yüzde 38'lik bir artış söz konusu yine önceki sene 72 olan firma sayısı yüzde 11'lik artışla 80'e ulaştı. Açılan stant sayısı da bir önceki yıla göre yüzde 32 arttı. Gıda Fuarı Samsun'da tuttu ve artık daha büyük hedefler peşindeyiz. Bu artış salt Gıda Fuarı'nda değil, Samsun'da gerçekleştirdiğimiz tüm diğer fuarlarda da net bir biçimde görülüyor".

Toplantıda konuşan Samsun Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Salih Zeki Murzioğlu da bu tür etkinliklerin kent ekonomisine ciddi bir hareketlenme getirme yanında şehrin tanıtımına da büyük destek sağladığını söyledi. Samsun Esnaf Sanatkarlar

Odası Başkanı Eyüp Güler'de fuarların küçük esnaf ile tüccarı buluşturan yapısı ile büyük bir işlev gördüğünü belirtti.

Karadeniz Turistik İşletmeler Derneği (KATİD) Başkanı Murat Toktaş ise turizmin artık deniz, kum ve güneş olmaktan çıktığını söylediği konuşmasında "Olimpiyat şehri, Spor şehri, Tarım şehri ve yakında da Lojistik şehri olarak anılan Samsun'a artık Fuar turizmini de kattık. Artık zengin bir çeşitliliğimiz var. Ve düzenlenen bu fuarlar Samsun'un tanıtımına da ciddi katkı sağlıyor" dedi.

Karadeniz Perder Koordinatörü Bülent Erhan ise konuşmasında "Türkiye Perakendeciler Federasyonu'na (TPF) bağlı Karadeniz Perakendeciler Derneği (PERDER) olarak 1.Samsun Gıda Fuarı'na 200 kişilik katılım sağladık. Bu yılki 2. Gıda fuarımıza yine Rize, Trabzon, Giresun, Ordu, Samsun, Sinop, Amasya, Tokat ve Çorum'daki üyelerimizle beraber, Ekim ayında yapmış olduğumuz Trabzon'daki Karadeniz Perakende Zirvesi'ne TÜYAP Samsun Bölge Müdürümüz Server SEÇER'i davet ettik. Türkiye Perakendeciler Federasyonu (TPF) Başkanı Mustafa Altunbilek'i ve diğer bölgelerimizdeki Dernek Başkanları ile tanıştırmak Samsun'daki fuarımıza katılmalarını ve katılım sağlamalarını istedik. Katılımları ile bizlere güç katacaklarına da eminiz" dedi.

NFV EXCO Dried 2017'de markalaşma ihtiyacı masaya yatırıldı

Sert kabuklu yemiş, kuru meyve, sebze ve kuru yemiş sektörü "Birlikten Kuvvet Doğar" temasıyla düzenlenen NFV EXCO Dried 2017'de, Türkiye'nin tarımsal ürünlerde markalaşmaya olan ihtiyacı masaya yatırıldı. Moderatörlüğünü marka uzmanı Güven Borça'nın üstlendiği "Markalaşma, Rekabet Gücü, Globalleşme" oturumunda Boyhan'ın kurucusu İbrahim Türkhan Türkiye'den Kaliforniya'ya uzanan yolculuğunu, ceviz bahçesi yatırımını; Peyman İcra Kurulu Başkanı ve CEO'su Oğuz Yükselir ise kuruyemiş ve kurutulmuş meyvede markalaşmanın tüketicinin gözünde ürüne kazandırdığı katma değeri paylaştı.



V / *Gurbette Vestel'le
gururlanan küçük bir kızıdan,
154 ülkeye ihracat.*



— 19 YILDAN BU YANA —
GURURLA İHRACAT ŞAMPİYONU!

Kendim için
ülkem için
geleceğimiz için
Gururla

Gökçe Deniz Koç
Vestel Dış Ticaret Uzmanı

25.FoodProduct'ta geri sayım başladı!

Gıda sektörünün yükselen fuarı 25.FoodProduct'ta son 1 aya girildi. Sektörün dev firmalarının, yurt içinde 81 il, yurt dışında 20'nün üzerinde hedef ülkeden profesyonel ziyaretçi ve alım heyeti ile bir araya geleceği organizasyonda %90 doluluk oranına ulaşıldı.



HOTEL EQUIPMENT İLE EŞ ZAMANLI

Bu yıl 25.FoodProduct; turizm sektörünün önde gelen organizasyonu 29.HotelEquipment-Uluslararası Konaklama ve Ağırlama Ekipmanları İhtisas Fuarı ile eş zamanlı olarak gerçekleştirilecek. Önceki yıllarda alan yetersizliği nedeniyle farklı tarihlerde gerçekleştirilen fuarlar, bu yıl yüzde yüz büyüyerek 20.000 metrekareden 40.000 metrekare kapalı, 20.000 metrekare açık olmak üzere toplam 60.000 metrekarelik alana ulaşan Antalya Expo Center sayesinde tek çatı altında gerçekleştirilecek. Katılımcı ve ziyaretçi profilleri

benzerlik gösteren fuarlar, sektörün talebi doğrultusunda 17-20 Ocak 2018 tarihlerinde eş zamanlı olarak kapılarını açacak. Fuara katılan sektör profesyonelleri; konaklama, ağırlama ve gıda sektörüne dair tüm paydaşlara, ikili iş görüşmelerine, etkinliklere, konferanslara eş zamanlı olarak ulaşabilecek.

YENİ HEDEF PAZARLARA ÇALIŞMALAR TAM GAZ

25.FoodProduct'ta BAİB-Batı Akdeniz İhracatçılar Birliği, BAKA-Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı, DEİK-Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu, ATSO-Antalya Ticaret ve Sanayi Odası

ve ANFAŞ'ın yurt dışındaki acente iş birlikleriyle; Almanya, Balkanlar (Arnavutluk, Bosna-Hersek, Hırvatistan, Karadağ, Kosova, Makedonya, Sırbistan), Birleşik Arap Emirlikleri, Brezilya, Bulgaristan, Çin, Filistin, Hindistan, İran, Katar, K.İrak, Kırgızistan, Kosova, Kuveyt, Letonya, Mısır, Özbekistan, Suudi Arabistan, Tayland, Tunus, Umman ve Yemen'den profesyonel ziyaretçi ve alım heyetleri getirilecek.

81 İLDEN PROFESYONEL ALIM HEYETİ HAZIR

Yurt dışı çalışmalarının yanı sıra yurt

içinde Ekonomi Bakanlığı, TOBB – Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ve Antalya Ticaret Borsası aracılığıyla hedef illerdeki ticaret ve sanayi odalarından, Türkiye Lokantacılar ve Pastacılar Federasyonu, GİMAT - Gıda ve İhtiyaç Maddeleri Ankara Toptancılar Derneği, TAFED – Türkiye Aşçılar Federasyonu, ANFAŞ'ın yapmış olduğu anlaşmalar ile 25 hedef ilde yaptığı gerçekleştirdiği basın ve sektör toplantıları aracılığıyla; 81 ilden gıda toptancıları, kurumsal satın almacılar, otel ve restoran zincirleri, şef ve aşçılar, sektörel ziyaretçi heyetlerler getirilecek.

%90 DOLULUK ORANI

Çalışmaların, katılımcıların yüzünü güldürdüğünü söyleyen Anfaş Genel Müdürü Murat Özer, "Fuar sırasında yaptığımız satışlarda, katılımcıların yarısından fazlası, 2018'deki organizasyonda yerini aldı. Bu ay itibarı ile FoodProduct fuarlarımızda yüzde 90 oranında doluluğa ulaşmış durumdayız. Fuar alanımızda son 7 ada hala satışta. Gıda sektörüne dair ihracatı ve büyümeyi hedefleyen tüm firmalarımızı fuara katılımcı olmaya davet ediyoruz" dedi.

DEV ETKİNLİKLER

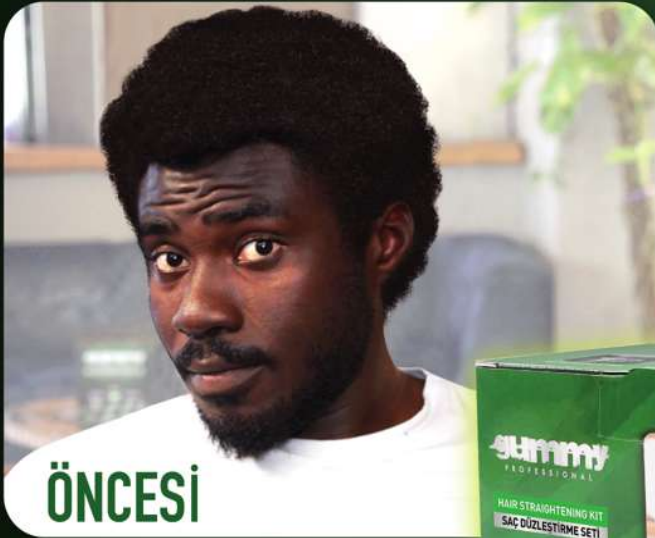
Fuar kapsamında düzenlenecek etkinlikler sayesinde katılımcılar, en etkili tanıtım imkanına ulaşma fırsatı yakalayacak. 25.FoodProduct kapsamında TAFED-Türkiye Aşçılar Federasyonu iş birliğiyle Sanayi Sempozyumu, Ustaya Danış Masası ve çok sayıda etkinlik gerçekleştirilecek. FoodProduct'a özel organize edilecek Sanayi Sempozyumu ve Ustaya Danış Masası ile katılımcı firmalar; mevcut ve yeni çıkan ürünlerini üst düzey şeflerle buluşturacak.

gummy

PROFESSIONAL

HAIR STRAIGHTENING KIT

SAÇ DÜZLEŞTİRME SETİ



ÖNCESİ



SONRASI



Saçları düzleştirip şekillendirerek yumuşak, pürüzsüz sonuçlar elde edilmesini sağlar.

UYGULAMA
VIDEOSU



PRODUCER / ÜRETİCİ FİRMA : İTİMAT LÜKS HRD. SAN. VE TİC. A.Ş. Karadeniz mh. M.Akif cd. 1117/1 Sk. No:8 Gaziosmanpaşa / İSTANBUL - TURKEY

Perakende sektörü, yapısı itibari ile dinamizmi yüksek, çok parametrelili ve aynı çizgide durmayan yaşayan bir organizma gibidir. Bu yüzden firmaların dijitalleşme süreçlerinin en üst seviyede yaşandığı zamanımızda, perakende sektörü için en önemli problem, teknolojik ve inovatif gelişmelerin kendine has dinamikleri olan perakende sektörüne tam anlamıyla uygun olamaması. Artık tamamen perakendeye göre geliştirilmiş ve sunulan her hizmetin sektördeki bir ihtiyaca karşılık geldiği bir platform var! Perakende Rehberi...

Perakende Rehberi ile Yerel perakendecilikte dijital dönüşüm başlıyor!

Perakende Rehberi kapalı devre hizmet sunan online raporlama, tedarik, süreç analiz ve yönetim sistemidir diyebiliriz. Sistem 2 ana temelde hizmet sunar:

1.si içinde bulundurduğu firmalar ile piyasa verisi oluşturma ve bu veri ile her firmanın 'Kendisi vs. Piyasa' şeklinde kıyaslama imkanı sunması (Fiyat Endeksi, Kategori Top N ürünleri, Neleri Satmalıyım analizi vs.)...

2.si firmaların şirket yönetiminde ihtiyaç duydukları ve her firmanın kendince çözüm üretmeye çalıştığı meselelere gün-

müz teknolojileri ile desteklenmiş inovatif fikirler içeren kolay, hızlı, ölçeklenebilir sektörel çözümler sunması...

**Bu iki temelde projeyi
ayrıştıran noktalar hakkında
biraz daha detay verecek olursak;**

1. olarak piyasa verileri, insan faktörü arada olmaksızın tam entegre çalışan ve en heyecan verici özelliği olarak ANLIK

GÜNCELLENEN ONLINE veriler olması. Ekranınızı her açtığınızda tamamen reel ve güncel piyasa verileriyle kendinizi kıyaslayabildiğinizi bir düşünün!

Burada firmalar "Kendisi" ve "Piyasa" şeklinde (rakip perakendeci markası görmeden) piyasa şartlarına göre neler satması gerektiğini, kategori, marka, ürün seviyelerine varana kadar ne kadar pahalı ve ucuz olduklarını, piyasanın maximum, minimum, ağırlıklı ortalama fiyatlarının ne olduğunu, piyasanın trend ürünleri vs. görebilirler.

TREND ÜRÜNLER (TOP 50)

Top 50 Ürünün Cirosunun Piyasa Cirosuna Oranı: 311,82					
NO	ÜRÜN ADI	KATEGORİSİ	ORT. PIYASA FİYATI	KAÇ DEFA BİRİNCİ OLDU	TOP 50 CIROYA ORANI
1	BIRYAG AYIÇİÇEK YAĞI 5LT	AYIÇİÇEK YAĞI	28,81 TL	19	
2	SUTAS TAZE KAŞAR 700GR	KAŞAR PEYNİRLER	16,22 TL	22	
3	CAYKUR CAY RİZE TURIST 1 KG	DÖKME ÇAYLAR	24,13 TL	3	
4	MEHMET EFENDİ TÜRK KAHVESİ 100 GR	TÜRK KAHVESİ	4,17 TL	31	
5	CAYKUR TIRYAKI 1000 GR	DÖKME ÇAYLAR	25,22 TL	11	
6	TORKU TOZ SEKER 5KG	ŞEKER TATLANDIRICI	19,08 TL	28	
7	COSKUN YUM.30 LU L	YUMURTALAR	14,97 TL	8	
8	ÜLKER MİNİ HOBBY 100 LÜ	ÇİKOLATA	8 TL	3	
9	KNORR BULYON TAVUK 24 LU 240GR	BULYONLAR	4,99 TL	28	
10	OFÇAY 1000 GR ÇAMLIÇA FİLİZ	DÖKME ÇAYLAR	26,37 TL	3	
11	YUDUM AYIÇİÇEK YAĞI 5LT	AYIÇİÇEK YAĞI	30,21 TL	1	
12	YUDUM AYIÇİÇEK YAĞI 41.25LT	AYIÇİÇEK YAĞI	26,71 TL	10	
13	SEK TAZE KAŞAR 700GR	KAŞAR PEYNİRLER	15,73 TL	9	
14	SEK SUT TAM YAĞLI 1LT	UHT SÜT	2,78 TL	16	
15	ARIEL 6KG DIĞ ESİNTİSİ	TOZ DETERJANLAR	25,78 TL	16	
16	NUTELLA 750 GR	KREM ÇİKOLATA EZME	14,72 TL	23	
17	TORKU AYIÇİÇEK YAĞI 5LT	AYIÇİÇEK YAĞI	28,87 TL	0	
18	BALKUPU KUP SEKER 1KG	ŞEKER TATLANDIRICI	4,14 TL	2	
19	SANA MARG.PK.6250GR	MARGARİN	10,53 TL	1	
20	CAYKUR FİLİZ 1000GR	DÖKME ÇAYLAR	27,06 TL	5	
21	TORKU SUT TAM YAĞLI 1LT	UHT SÜT	3,31 TL	9	
22	SÜTAŞ SÜZME PEYNİR 500 GR	SÜZME PEYNİRLER	7,53 TL	30	
23	KNORR CORBA KREMLİ TAVUK	ÇORBALAR	1,79 TL	1	

ŞU AN BURADASINIZ > Raporlar > Aylık Marka Payları Kıyasla - Kategori

AYLIK MARKA PAYLARI KIYASLA - KATEGORİ

RAPORAKILAMASI

SEÇİLEN KATEGORİ: 04.02.03 KEK



2. olarak firma içi dinamikleri rahatlatan bir çok çözüm sunuyor olması. Bunlardan bazıları ise; Satın Alma Yönetimi, İnsert Yönetimi, Mağaza Stok Talep Yönetimi, Bozuk Stok Yönetimi, Mağaza İhtiyaç Dağılım Yönetimi ve daha bir çok çözüm... Tüm bu hizmetler mekan bağımsız şekilde online ekranlar ve mobil uygulama üzerinden, ihtiyacınız olan analizlere anında ulaşarak ve bir kaç tıklama ile kolayca kullanılmakta.... Buradaki esas ayrıcalık verimlilik esas alınarak sistem üzerinden şirketinizin mağaza ve kategori

sevelerinde sınırlarını belirleyebilir ve bu sınırların aşımını denetleyebilir ve raporlayabilirsiniz. Ayrıca tedarikçilerinizde sizinle olan süreçlerinizi yönetebilmek adına, onlara ait özel ekranlar sunulmakta ve prestijiniz artırılarak, kurumsal bir hafıza oluşturulmakta. Sadece 2017 yılında, Perakende Rehberi üzerinden yönetilen ciro 1.079.132.057,33 ve ilgili yılda bu sistem üzerinden verilen siparişlerin toplam tutarı 139.911.508,94. Günümüzde hızla gelişen piyasa ve rekabet ortamında temel sıkıntı stoklama, fiyatlama ve konumlan-

dırma gibi hayati parametreleri belirlerken, müşteri alışkanlıklarını ve bu alışkanlıklardaki davranış değişikliklerini güncel olarak, kolay kıyaslanabilir şekilde görememek ve buna uygun stratejiyi zamanında üretmemek. Geçmişin doğrusu, bugünün yanlış olabilir. Bu yüzden yarının kararları sadece düne göre değil bugüne görede verilmeli. Perakende rehberi, her geçen gün faktöriyel şekilde büyüyen ve anlık güncellenen yapısı ile ihtiyacınız olan her veriyi ihtiyacınız olan anda kolayca önünüze sererek, size bu ekosistemin kapılarını açıyor.



Ciro Analizi

Burada çalıştığınız firmalardaki size ait ürünlerin son 2 aylık satış durumunu kıyaslamak şeklinde görüyorsunuz. Son 4 haftada bir önceki 4 haftaya göre Toplam Büyüme Oranı: %0,45

● Tarih Aralığı: 10.11.2017 - 07.12.2017 / Toplam Ciro: 504.196,25 TL

■ Tarih Aralığı: 13.10.2017 - 09.11.2017 / Toplam Ciro: 550.746,13 TL

⚠ DİKKAT: Raporlamayan ürünler mevcut

TÜM MARKETLER

TÜM KATEGORİLER



Hadim yeni mağazasını Yenişehir’de açtı

Hadim Alışveriş Merkezleri, 37.mağazasını Bursa’nın Yenişehir ilçesinde Yenigün Mahallesi’nde açtı. Yenişehir Protokol üyeleri, Hadim AVM Yönetim Kurulu ve Yenişehir halkının katılımı ile gerçekleşen açılışta konuşan Hadim Alışveriş Merkezleri Genel Müdür Vekili Coşkun Baştürk, Yenigün Mahallesi’ne şube açmaktan dolayı mutlu olduklarını ifade ederek, müşterilerine 1999 yılından bu yana gıda ve perakende sektöründe hizmet verdiklerini söyledi.

Kaliteli hizmet anlayışıyla yüz binlerce müşterisiyle güvenilir ulusal marka olma hedefine doğru hızla ilerlediklerini aktaran Coşkun Baştürk “Hadim alışveriş merkezleri her noktada hizmet standardı sağlayarak müşterilerine en iyi hizmeti en kaliteli şekilde veriyor. Her yıl müşteri memnuniyeti ve hizmet kalitesini ön planda tutarak yatırımlarına devam eden Hadim Alışveriş Merkezleri 2017 yılı itibarıyla 18.yılına kutluyor. Yeni şubemizin mahallemize hayırlı olmasını temenni ederek, açılışımıza katılarak bizleri onurlandıran protokol üyelerimize ve Yenişehir Halkımıza teşekkür ediyorum” diye konuştu.



“Semt Mağazacılığı” devi Kale Market’in 8. şubesi hizmete girdi

Ünye’de “Semt Mağazacılığı” adıyla hareket eden Kale Market 10 yılda 8. Şube ile bölgede dikkatleri üzerine çekti. Gölevi Mahallesi’nde 8. şubesini açan Kale Market yoğun ilgiyle karşılaştı. Açılış törenine Ünye Belediye Bşk. Yrd. Erhan Eren, AKP İlçe Başkanı Arif Ergün, Karadeniz Perder Başkanı Osman Kalafat ve Yönetim Kurulu Üyeleri Apaydın Market, Haşım Halk Pazarı; Eski Ünye Belediye Başkanı Ahmet Arpacıoğlu, Ünye Kent Konseyi Başkanı Musa Özgür Kiroğlu, İŞKUR Hizmet Merkezi Müdürü Recep Özcan, sivil toplum kuruluşu temsilcileri ve daire amirleri katıldı.

Altunbilekler, Çayyolu şubesi müşterileriyle buluştu

Altunbilekler, Dünya perakendeciliğine damga vuran mimarisiyle dikkat çeken mağazayı devralarak hizmet kalitesini en üst düzeye taşıyacak görkemli bir yatırıma imza attı. 14 Kasım’da Altunbilekler Çayyolu şubesi olarak kapılarını açan mağazada, yeniden planlanan üretim alanlarıyla ve çalışanlarla hem sektörde hem de müşteri nezdinde fark yaratılması hedefleniyor. Açılış etkinlikleri kapsamında; ATO Başkanı Gürsel Baran ve Çankaya Kaymakamı Kadir Çakır’ın katılımıyla, Altunbilekler’in iş ortaklarının üst düzey yöneticileri ve firma sahipleri için bir mağaza tanıtım etkinliği düzenlendi. Tanıtım etkinliğine katılan konuklar, canlı trio müzik ve birbirinden lezzetli ikramlar eşliğinde keyifli saatler geçirdiler. Tanıtım etkinliği sırasında, Altunbilekler yönetimince, mağaza gezisi düzenlendi ve konuklara mağazanın gıda perakendeciliğinde nasıl bir fırsata dönüştürüleceği ile ilgili bilgi aktarıldı.





- Yahya Kemal Mah Turin İş Merkezi No 4/32 Kağıthane İstanbul
T: 0212 295 20 23 Fax : 0212 295 63 36
- Kocatepe Mh. Mega Center Kuru Gıda Sit.
A Blok No:1271 T: 0850 420 19 07
ceylantil.com.tr ceylan@ceylantil.com.tr

Dilimli Et Dünyası



Tekzen 129. mağazasını Trabzon Cevahir AVM’de açtı

Türkiye’nin yüzde 100 yerli sermayeli ve en yaygın ev güzelleştirme perakendecisi Tekzen, bu yılın son mağazasını Trabzon Cevahir AVM’de açtı.

2017 yılında 15 yeni mağaza açarak yılı 55 ilde toplam 129 mağaza ile kapadıklarını ifade eden Tekzen Genel Müdürü Onur Mertoğlu, açılış töreninde yaptığı konuşmada; “Trabzon ilimizde 2. Tekzen mağazasını açtık. Yeni mağazamız ile Trabzon halkına binlerce çeşit ürünü aynı çatı altında sunuyoruz. Biz yüzde 100 yerli sermayeli bir şirketiz. Tedarikçilerimizi de yerli üreticilerden seçmeye çalışıyoruz. Ülkemize yatırım yapmaya ara vermeden devam ediyoruz. Şirketimiz her yıl yüzde 24 bandında büyüyor. 2017 yılında da önemli bir büyüme imesi yakaladık. İstanbul, Ankara, İzmir, Çanakkale, Bolu, Nevşehir, Sakarya, Erzurum, Konya, Kahramanmaraş, Samsun ve İzmit illerinde toplam 15 yeni mağazanın açılışını yaptık. Daha fazla tüketiciye ulaşmaya çalışıyoruz. Yeni yatırımlar yapmaya devam ediyoruz. Verdiğimiz ürün ve hizmetlerde farklılaşmaya çalışıyoruz. Gerek çalışanlarımız gerekse iş ortaklarımızın büyük emekleri ile hedeflerimize ulaşmaya devam ediyoruz. 2017 yılı iş sonuçlarımız da arzu ettiğimiz seviyelerde oldu. “Her ilde bir Tekzen” hedefiyle büyümeye, mağazalarımızı Türkiye’nin her noktasına taşımaya devam edeceğiz” dedi.



SHOW Market’in 22. şubesi hizmete açıldı

SHOW Market, 22. şubesini Zeytinburnu Gökaltı’da açtı. SHOW Market Yönetiminin katılımıyla gerçekleştirilen açılışa, bölge halkının da ilgisi yoğundu.

Açılışta konuşan SHOW Market Yönetim Kurulu Başkanı Yakup Taş, “Zeytinburnu’nda 5 şubeyle hizmetlerimize devam ediyoruz. Krizleri fırsata ve istihdama çevirmeye devam edeceğiz. Yeni bir konseptle açtığımız 22. şubemiz, Zeytinburnu halkına hayırlı olsun” dedi.

Zeytinburnu Gökaltı Şubesi, 450 metrekare alanda, 3 kasa ve 22 personelle hizmet vermeye başladı.

“Peynirin Kalbi” Kaya Çiftliği yeni şubesini açtı

“Peynirin Kalbi” Kaya Çiftliği, yeni şubesini Darıca Osmangazi Mahallesinde hizmete açtı. Bir mühendislik firması tarafından projelendirilen ilk mağaza, asma katı ile birlikte, toplamda 240 metrekaRELİK bir kullanım alanına sahip...

Yoğun bir katılımı faaliyetlerine başlayan mağaza, Danca Hayvanat Bahçesi’nin alt caddesinde yer alıyor.



Lezzeti bol, keyfi bol:

invite BallCake

YENİ

Kek severleri heyecanlandıran
iki farklı lezzet.
Deneyin, **Invite Ball Cake** ile
yeniliğin tadını çıkarın.



www.simsek.com.tr

şimşek

eller yukarı

ÇEVREN SARILDI

yerel

zincirler
buluşuyor

**11-12 Nisan
2018**

Haliç Kongre Merkezi



Çevreyi saran ve 800 yılda yok olan naylon poşetlere karşıyız!

TPF, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'nın 'sıfır atık' projesini desteklediğini ve Yerel Zincirler Buluşuyor organizasyonu kapsamında yapılacak olan yarışmada seçilecek olan tasarım bez çantaları kullanarak, bu geçişi kolaylaştıracağını duyurdu. Bu sene onuncusu düzenlenecek olan YZB 2018'de bu büyük hareketi merkeze alarak, hem on yılın en iyilerine yer vereceğiz; hem de tüm katılımcıları çevrelerini genişletirken çevre için de iyi bir şeyler yapmaya davet edeceğiz.

YZB ON'da buluşalım.

yzb.com.tr
pazarlama@yzb.com.tr
0 212 266 81 82

@yzbonline
#YZB2018
#EnİyilerONda



GLQBUS
FUAR VE KONGRE YÖNETİMİ

Yerli Market Haftası Fuarı'nda 3000'in üzerinde B2B ile görüşme rekoru kırıldı!

İstanbul PERDER'in Pin Grup işbirliği ile düzenlediği Yerli Market Haftası Fuarı'nda 3000'in üzerinde B2B ile görüşme rekoru kırıldı.



İstanbul PERDER Başkanı Ramazan Ulu, Yerli Market Haftası Fuarı'nda yerli zincir marketler ile Anadolu'daki küçük ve orta ölçekli tedarikçileri bir araya getirmeyi hedeflediklerini hatırlattı.

Bu yıl üçüncüsünü düzenledikleri fuarın tahminlerinin üzerinde ilgi ile karşılaştığını bildiren Ulu, şunları söyledi:

“Biz ülkemizin yerel firmalarının güçlenmesine, ürettiklerinin bizim kanalımızla İstanbul'daki tüketiciye ulaşmasına katkı sunmak istiyoruz. Yerli Market Haftası'nı da bu hedef doğrultusunda planladık ve üç yılda çok önemli mesafe aldığımızı görmekten büyük bir mutluluk duyuyoruz. Bu yıl fuara 70 firmamız katılım sağladı. Özellikle yerli firmalarımızın fuara ilgisi her geçen yıl daha da artıyor. 2 bin

civarında B2B görüşme bekliyorduk; yoğun katılım ve ilgi ile sayı yüzde 50 artışla 3 binin üzerine çıktı. Sadece bu sonuç bile bize Yerli Market Haftası Fuarı'nın çok önemli bir boşluğu doldurduğunu gösteriyor.

Fuardaki yoğun görüşme trafiğinin yaratacağı işbirliği fırsatlarının hem Anadolu'daki üreticimiz hem bizlerin hem de İstanbul'daki tüketicilerimiz için çok önemli katkıları olacağına inanıyorum.”

İstanbul PERDER Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Cemal Özen ise, yerli marketlerin Türkiye genelinde 3 bin 738 şube ile hizmet verdiğini bildirdi. Söz konusu marketlerin 1509'unun İstanbul PERDER çatısı altında faaliyetlerini sürdürdüğünü anlatan Özen, sözlerine şöyle devam etti:

“Bugün itibarıyla Türkiye'de her

1000 kişiden biri yerli marketlerde çalışıyor. Rakip formatlara göre mağaza sayımızın daha az olmasına rağmen istihdama katkımız çok daha fazla. Bizim en büyük beklentimiz adil bir rekabet ortamının sağlanması. Örneğin; raflarımızda birçok farklı ürüne yer verdiğimiz tedarik ortaklarımızdan aynı ürünün aynı gramaajını bizlere de rakiplerimizle aynı fiyattan satabilme imkânını sağlama-larını talep ediyoruz.

Öte yandan, sektörümüz ile ilgili mevzuat değişiklikleri konusunda derneğimizin ve üyelerimizin de görüşlerinin alınmasını ve hassasiyetlerimize kulak verilmesini istiyoruz.

Taleplerimizin karşılık bulması durumunda büyüyen ve gelişen Türkiye ekonomisine katkımızın artarak sürdürülebilirliğini sağlayabiliriz.”







Pınar'dan “Yüksek Proteinli Yoğurt”

Türkiye’de yeni kategorilerin kurucusu Pınar; hareketli yaşam tarzına sahip ve doğru beslenmeye önem verenlerin uzun süredir arayışta olduğu yepyeni bir ürünü, “Pınar Protein – Yüksek Proteinli Yoğurt”u, tüketicilerin beğenisine sundu. Pınar Protein Yoğurt “Sade” ve gerçek meyve püresi içeren, “Muzlu-Yulaflı” seçenekleri ile tüketicilerle buluşuyor. Laktozsuz olma özelliği ile sindirime de destek olan ürün, güçlü protein içeriği ile önemli bir ihtiyacın tamamlayıcısı olacak. 180 gr’lık tekli, kaşıklı ambalajda satışa sunulan Pınar Protein Yoğurt’un “Sade” çeşidinde 16 gr, “Muzlu – Yulaflı” çeşidinde ise 14 gr protein bulunuyor. Pınar Protein Ailesi’nin yeni üyesi Pınar Protein Yoğurt; doğru beslenmeyi amaçlayan, ara öğünlerde yiyecek sağlıklı, keyifli, tok tutan bir alternatif arayan ve hayatında spora yer veren herkesin vazgeçilmezi olacak.



Dardanel’den pratik ve zahmetsiz Çıtır Sardalya

Türkiye’nin balık uzmanı Dardanel, balık keyfini zahmetsizce yaşamanızı sağlayan dondurulmuş balık çeşitlerinden Çıtır Sardalya’yı sofralara dahil ediyor. Temizlenmiş ve çıtır çıtır kaplanmış şekilde pişmeye hazır halde satışa sunulan Dardanel Çıtır Sardalya, damak tadına göre kızartılarak ya da fırında pişirilerek tüketilebiliyor.

Dardanel fabrikasının da bulunduğu Çanakkale Boğazi’nin zamanında avlanan ünlü Gelibolu sardalyalarını lezzetine lezzet ekleyen özel karışımla harmanlayan Dardanel, kılksız ve zahmetsiz balık ziyafeti sunuyor. Omega 3 ve protein bakımından zengin sardalyaların 100 gr’ında yaklaşık 12 gr. protein bulunuyor. Haftada en az iki kez tüketilmesi önerilen balık, Dardanel Çıtır Sardalya ile temizlemesi ya da ayıklaması uzun süren zahmetli bir işlem olmaktan kurtuluyor.

Komili Gurme Zeytinyağı raflara geliyor

Tabiatın mucizesi zeytinyağını 1870’li yıllardan bu yana sofralara ulaştıran Komili, Kasım ayındaki ilk zeytin hasadında toplanan yüksek kalite Ayvalık zeytinlerinden üretilen Komili Gurme Erken Hasat-Filtresiz Zeytinyağını rafa çıkarıyor.

Komili Gurme Zeytinyağı için, özenle toplanan Ayvalık’ın seçkin zeytinleri sıkıldı. Filtrelenmediği için ağaçtaki zeytinin meyvemsi kokusunu, eşsiz lezzetini; içindeki zeytin taneciklerini hem tadarak hem görerek tüketicisine hissettirecek.

Komili Gurme seçkin damaklar için sadece 20.000 adet üretildi. Zeytinliklerin taze çimen kokusunu hala üzerinde taşıyan Komili Gurme, Komili’nin ‘ikonik’ şişesinde, özel kapağıyla Kasım ayında şişelenip, Aralık başında tüketicisiyle buluşacak.



FAKİR TİCARET

Kocatepe Mh. Gümrük İskelesi Cd. Mega Center A Blok No: 89/1077
Bayrampaşa / İSTANBUL
Gsm: 0532 335 05 66 fakirgida@gmail.com

PEYNİRİN SANCAKTARI



Dermokil'le güzel yıllar

Yeni yıla nasıl girerseniz tüm seneniz öyle geçer! Dermokil bakım setlerinden ilham alın ve tüm yıl güzel görünün. Yeni yıla pırıl pırıl bir ciltle girin!

Dermokil yeni yıla özel birbirinden avantajlı setleriyle, hem güzelliğinize güzellik katacaksınız hem de enerji dolu hissedeceksiniz.

Dermokil'in nemlendirici, anti-aging, saç bakımı, bebek bakımı ve maske setleriyle de yeni yılda yine en güzel siz olacaksınız...

Dermokil kil içerikli doğal bakım ürünleri ile cildiniz ve saçlarınız hiç olmadığı kadar kusursuz ve göz alıcı olacak...



Star Wars 'Son Jedi' temalı Vivident ürünleri kazandırıyor

Star Wars karakter görsellerinin yer aldığı Vivident Xylit Yeşil Nane şişe kapaklarındaki şifreyle çekilişe katılan bir kişi, çift kişilik Star Wars temalı San Francisco gezisi ve yüzlerce tarihli birbirinden farklı hediyeler kazanma fırsatı yakalayacak. 28 Şubat 2018'e kadar sürecektir kampanyada, promosyonlu Vivident Xylit Yeşil Nane şişe kapaklarındaki şifrelerle; 1 çift 4 gece 5 günlük San Francisco gezisiyle limuzin eşliğinde Peraluma'daki Rancho Obi-Wan Müzesi, dünyanın en büyük Planetarium'u ve Presidio'daki Lucas Film genel merkezinin de dahil olduğu San Francisco VIP turunu kazanacak.

6 Mart 2018'de tarihli belirleneceği kampanyaya katılım için Vivident Star Wars temalı şişelerin kapaklarından çıkan şifreyi 3915'e veya www.vividnet.com.tr/ kampanya adresine göndermek yeterli.



Cam Temizleyici'de yeni dönem...

Viking Temizlik, keşfetme merakıyla çıktığı yolda, yenilikçi bakış açısı ile hayatınızı kolaylaştıracak ve temizliği keyifli hale getirecek bir ürüne daha imza attı. Üstelik istediğiniz her şeyi tek bir şişeye sığdırarak...

Viking Cam Temizleyici, geliştirilmiş üstün formülü ile kullanıldığı yüzeylerde kirlere karşı etkili bir koruma kalkanı oluşturarak, kirlenmeyi geciktiriyor ve iş yükünüzü azaltıyor. Silikonlu yapısı ve antistatik özelliği sayesinde yüzeylerde bir film tabakası yaratan Viking Cam Temizleyici, su ve kirlerin hızlı ve kolayca akmasını sağlarken, kireç lekelerinin yüzeylere tutunmasına engel oluyor.

'Cila parlaklığı' teknolojiyle temizlik alışkanlıklarınızı değiştiren Viking, kirlenmeyi geciktirmenin yanı sıra sağladığı eşsiz parlaklık ile göz alıcı bir etki bırakmayı başarıyor. Ayrıca dünyaca ünlü parfümörler tarafından geliştirilen esansları ile iki farklı koku (Cool ve Dream) seçeneği sunan Viking, temizliğe büyüleyici bir dokunuş yapmayı ihmal etmiyor.



**17-20
OCAK
2018**

**ANFAŞ'ın
Büyüyen Alanında
HotelEquipment®
Fuarı ile EŞ ZAMANLI**

25 - yilinda

ANTALYA EXPO CENTER

The logo features a central globe on a white plate, flanked by a fork and a spoon. This is set against a large orange circle, which is further enclosed by concentric blue and white rings. The text '25 - yilinda' is written in white on an orange diagonal banner on the left, and 'ANTALYA EXPO CENTER' is written in red on a white curved banner on the right.



ANFAS
Antalya Fuarcilık İletişim ve Yatırım A.Ş.

1998'den beri

Türkiye'nin Insertcisi



✓ Tasarlıyoruz

✓ Onaylatıyoruz

✓ Basıyoruz

✓ Teslim Ediyoruz

✓ İsterseniz dağıtımını yapıyoruz

ÜSTELİK
MAĞAZA ANONSU
+ VIDEO INSERT
HEDİYE!



www.insertci.com
info@insertci.com



0216 442 39 39
0543 771 92 98

insertci.com



Bildiğiniz Marka Artık Yeni Nesil Yazar Kasa

Ücretsiz Delious Ön Ofis Yazılımı



80 mm Dahili Printer



12,1" Dokunmatik LCD



Alıştığınız Mekanik Tuş Takımı



EFT-POS Bağlantısı



LCD Müşteri Ekranı



IPT-360 PICO



www.perkon.com.tr
0 216 340 88 10
okc@perkon.com.tr



Türkiye'nin HD Uydu Platformu



DÜNYANI BÜYÜT

**Tüm ulusal ve premium kanallar,
1000'lerce film, dizi, belgesel, spor, müzik, çocuk**

**Uydu Alıcısı
Senin**

**Taahhüt
Yok**

**Aylık Sürpriz
Fatura Yok**

sinema **tv** HD

sinema **2** HD

sinema **tv** HD
AİLE

sinema **tv** HD
AKSIYON

sinema **tv** HD
1001

DiZi **tv** HD

EUROSPORT **1** HD

D HD

Discovery **SHOWCASE** HD

SCI DISCOVERY
SCIENCE

ANIMAL
PLANET HD

4
HISTORY

N
NATURE

E
EXPLORE

TRACE
URBAN HD

RTL

FIGHT
BOX HD

Da Vinci
LEARNING
HD

English
Club
TV HD