MALL REPORT

AVM VE PERAKENDE DERGİSİ

Yıl: 12 Sayı: 146 NİSAN 2021 Fiyat: 29 TL

PANDEMİ, SATIN ALMA DAVRANIŞLARINI DEĞİŞTİRDİ

DEĞİŞİME UYUM SAĞLAYAN AVM'LER

FRANCHİSE SİSTEMİNİN MARKALAŞMAYA ETKİSİ



DEPOSİTE OUTLET MALL

BURAK AYDOĞAN

Deposite Outlet Mall
AVM Müdürü

SONSUZ İNDİRİMİN ADRESİ

officine BRUGNETTI

VIOLA



PROFESYONEL ESPRESSO MAKİNELERİ

Sede Legale:
Via Favaron,
68 - 20834 Nova
Milanese MB
Sede Produttiva:
Via Polveriera, 37/39
20026 Novate Milanese MI
Tel. +39 02 3546404
info@officinebrugnetti.com

Bowlingo PlayPark

ŞUBELERİMİZ AÇILIYOR!

Eğlence kaldığı yerden devam ediyor...

Birlikte eğlenmek için sizleri bekliyoruz!



www.bowlingo.com.tr

GELİR GİDER DENGESİNİ KURMAYA ÇALIŞIYORUZ



Hüseyin Altaş

Pandemi öncesinde aylık 25 milyar TL'lik ciroya imza atan sektör oyuncularının 2020'de yüzde 40'lık bir kayıpla karşı karşıya kaldığını belirten AYD Başkanı Hüseyin Altaş, "Şu anda mal varlığımızı satarak ilerlemeye çalışıyoruz. Şu anda gelir gider dengesini kurmaya çalışıyor. Ama bir süre sonra bu tıkanacak" dedi.

Perakende sektörünün gündemden düşmeyen ana oyuncusu olan AVM'ler, salgının ekonomik etkisi altında, tamam ya da devam sınırında. Toplam 441 AVM'nin faaliyette olduğu sektörde, özellikle bölgesel olarak sokağa çıkma yasaklarının etkisi ve yeme içme mekanlarındaki kapanma kararları nedeniyle yüzde 40'lık ciro kayıpları yaşanmıştı.

BORÇ 13 MİLYAR DOLAR

Bu dönemde kira indirimleri ve alınmayan kiralarla 9 milyar TL'lik bir gelirden feragat ettiğini açıklayan sektör oyuncularının bankalara olan toplam borcu ise 13 milyar dolar civarında. Tahsil edilemeyen kiralar ve cirodaki erimeler nedeniyle borçlarını ödemekte zorlanan ve mal varlıklarını satarak ayakta kalmaya çalıştığı aktarılan AVM yatırımcıları, borçlar için 1 yıllık faizsiz öteleme isterken, pandemi sonrasında ise sektörde büyük el değiştirmeler bekliyor.

SEKTÖR 2021'DE KÜÇÜLECEK

Sektördeki gelişmeleri ve 2021 beklentilerine ilişkin Sözcü'ye konuşan Alışveriş Merkezleri ve Yatırımcıları Derneği (AYD) Başkanı Hüseyin Altaş, salgın öncesinde aylık 25 milyar TL'lik ciroya imza atan sektör oyuncularının 2020'de yüzde 40'lık bir kayıpla karşı karşıya kaldığına işaret etti. Pek çok yatırımcının farklı alanlardaki kaynaklarını buradaki açığı kapatmak için kullandığını vurgulayan Altaş, "Şu anda mal varlığımızı satarak ilerlemeye çalışıyoruz. AVM yatırımcısının başka işlerden gider gelirleri de var. Şu anda gelir gider dengesini kurmaya çalışıyor. Ama bir süre sonra bu tıkanacak" ifadelerini kullanandı. Altaş, 2021'in de küçülme ile tamamlanacağını dile getirdi. Altaş, perakendeciler tarafından dile getirilen tek seferlik çıkış hakkına ilişkin ise "Çıkma ve çıkarılma hakkını pandemi sürecinde karşılıklı ve 1 defalığına verme taraftarıyım" açıklamasını yaptı.

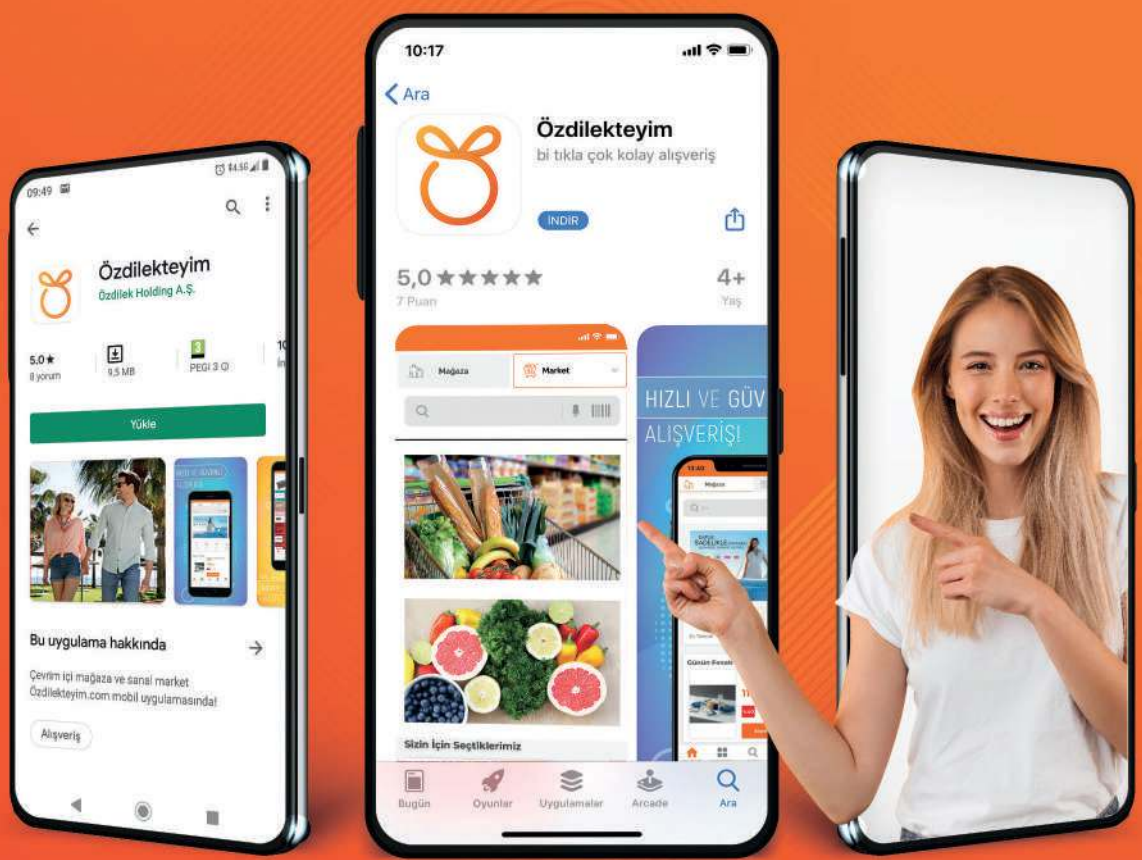
Salgın döneminde önemli bir ciro kaybı yaşanan AVM'lerde yeni dönemde el değiştirmelerin gündeme gelmesi bekleniyor.

AVM'LER 20 YILLIK KİRA DEĞERİ ÜZERİNDEN SATILIR

AVM'lerde yeni yatırım döneminin bittiğini, yatırımların geri dönüşünün 20 yıldan 80 yıla çıktığını anlatan Hüseyin Altaş, bundan sonraki süreçte sektörün el değiştirmeler ile dengeye geleceğini aktardı. Burada yatırım maliyetleri yerine AVM'nin satış değerinin 15-20 yılık kira geliri üzerinden belirlenebileceğini aktaran Altaş, dövizle kiralama yasağın kaldırılmasının psikolojik olarak da yabancı yatırımcıyı çekme açısından önemli olduğuna işaret ederek, "Yabancı gelirse bu dönemde ekonomik ve sosyal olarak yorgun insanlar kârlılığa bakmadan satış yaparak köşesine çekilmeyi düşünür. İşi olmayanlar çıkar artık piyasa da kendini bulur" dedi.

Özdilekteyim.com

Mobil Uygulamayı İndirin Alışveriş Keyfini Katlayın



Google play 'den indirin

App Store 'dan indirin

KÜNYE

MALL REPORT

Demircan Reklam Ajansı Yayıncılık ve Matbaa Hiz. San. Tic. Ltd. Şti Adına

İmtiyaz Sahibi
Metin Tahnal

Genel Yayın Yönetmeni
Turgut Tahnal

Editör
Muhammed Çimen
haber@mallreport.com.tr

Görsel Yönetmen
Çağdaş Albay

Reklam Müdür Yardımcısı
Mehmet Alphayta

Reklam ve Pazarlama Uzmanı
Ümre Bayhan
Burcu Sönmez Kaya
Zeynep Gözüngi

İngiltere Sorumlusu: **Necati Kola**
Hollanda Sorumlusu: **Özkan Erdoğan**

Katkıda Bulunanlar
Birol Şengel, Engin Yıldırım,
Aycan Helvacıoğlu

Finans Direktörü
Özlem Tahnal

Abone
Semiha Kale
abone@demircanmedya.com.tr

Baskı
Yeni Devir Matbaacılık
ve Gazetecilik A.Ş.

Yönetim Merkezi
Beşyol Mahallesi İnönü Caddesi No: 18
Kat: 4/8 Sefaköy - K.Çekmece İstanbul
T: 0212 451 51 60 - 63 F: 0212 451 51 64
info@mallreport.com.tr
www.mallreport.com.tr
www.demircanmedya.com.tr

Yayın Türü
Yerel süreli yayın. Her hakkı saklıdır.
Dergimizde yayımlanan yazı ve fotoğraflardan yayıncının izni alınmadan kaynak belirtmeden tam veya özet alıntı yapılamaz.
Basılan ilanların sorumluluğu ilan verene, makalelerin sorumluluğu yazarlarına aittir.
ISSN 1307 66 47



Genel Yayın Yönetmeni
Turgut Tahnal

EDİTÖR

Sevgili Mall Report okuyucuları, yine kapsamlı bir sayıyla karşınızdayız.

Bu sayımızda AVM ve perakende sektörünün yanı sıra hizmet ve ürün sağlayıcılara da de geniş yer verdik. Bu kapsamda hazırladığımız özel röportajlar ve dosya konularıyla siz okuyucularımızın dikkatini çekeceğimizi düşünüyorum.

Alışveriş merkezleri, bütün dünyayı sarsan pandemi sürecinden en fazla etkilenen sektörlerin başından geldi. Ancak 'yerinde karar' dönemiyle birlikte cumartesi günleri ziyaretçilerine kapılarını açan alışveriş merkezlerinde yaşanan yoğunluk, AVM'lerin 2021 yılına pozitif bakmalarını sağladı. Mall Report olarak Nisan sayımızda, bu değişime uyum sağlamak adına AVM'lerin hayata geçirdikleri yatırımlar ve sürdürebilirliği sağlamak için attıkları adımlar hakkında bilgi sahibi olduk.

Franchise bölümümüzde de markalaşmanın önemine dikkat çektik. Firmaların markalaşma yolculuğuna eşlik eden UFRAD Franchising Derneği Genel Başkanı Doç. Dr. Mustafa Aydın, "Dijital ortam artık hayatımızın bir parçası, bir gereklilik. Markalar, dijital pazarlamanın tüm kanallarını kullanmalılar. Bu yönde ciddi yatırım yapan markalar özellikle daha genç ve dinamik girişimcilere de kolaylıkla erişebildiklerini fark edeceklerdir." tavsiyesinde bulunuyor.

Kapak konuğumuz ise Deposite Outlet Mall. 2017 yılında büyük bir yenilenmeye giden Deposite Outlet Mall, birbirinden değerli markaların outlet mağazalarına ev sahipliği yapıyor. Güçlü marka karmasının ve sınırsız indirimlerinin yanına Lezzet Bahçesi, çocuk oyun parkı Parky, çevre düzenlemesi ve lokasyon avantajını da ekleyen Deposite Outlet Mall, Başakşehir'in yanı sıra tüm İstanbulluların uğrak noktası haline geldi. Bu dönüşümün mimarı Deposite Outlet Mall AVM Müdürü Burak Aydoğan ile yenilenme süreci ve hedefleri hakkında konuştuk.

Keyifli okumalar...


Venezia
nasıl güzel
#görmen
lazım
Dünyaca ünlü markaların outlet mağazaları,
enfes tatları ve festival tadında etkinlikleriyle
rüya gibi bir yer. Tam senlik.
veneziamegaoutlet.com
Adres: Küçükköy, Eski Edirne Asfaltı Metris Kavşağı, İstanbul
/veneziamegaoutlet
/veneziamega
Venezia
MEGA
OUTLET

bu ay

ÖNE ÇIKANLAR

4 / AVM'LER GELİR GİDER DENGESİNİ KURMAYA ÇALIŞIYOR

18 / MISIR'DAKİ AVM, TÜRK ŞİRKETİNE EMANET

22 / KERKÜK'ÜN İLK AVM'Sİ YÜKSELİYOR: MALL OF KIRKUK

36 / FESİH VE TAHLİYE

40 / FİRMALARA A'DAN Z'YE DİJİTAL DÖNÜŞÜM REHBERLİĞİ YAPIYORUZ

54 / MARKALAR, DİJİTAL PAZARLAMANIN TÜM KANALLARINI KULLANMALILAR

74 / GÖNÜL KAHVESİ GLOBAL BİR MARKA İNŞA EDİYOR



AVM'LER, HALA EN DEĞERLİ YATIRIM SINIFI



SINIRSIZ İNDİRİMİN ADRESİ: DEPOSİTE OUTLET MALL



PANDEMİ, SATIN ALMA DAVRANIŞLARINI DEĞİŞTİRDİ



MÜŞTERİLER DIŞ MEKÂNDA YEMEK YEMEYİ İSTİYOR



MARKALARIN BÜYÜME SÜRECİNE EŞLİK EDİYORUZ


ŞANSIN
bununla hiç bir ilgisi yok.
Yatırımlarda şansa güvenmiyoruz,
ve siz de yatırımlarınızı şansa bırakmayın.
Markanızın kalitesini artırmak için
uzman kadromuzla fark yaratacak çözümlerle,
MALLMARTTÜRK
sizi zirveye taşır.
MALL MART TÜRK
MANAGEMENT & LEASING
0216 514 22 06 | www.mallmartturk.com
mallmartturk

Yatırımınız 18 Ayda Geri Döner



Krizde cirosunu ikiye katlayan marka!

Franchise Bilgi Hattı: 0534 797 87 00 0850 302 30 93

hot döner

Dönerin En hot Hali







hotdoner

info@hotdoner.com www.hotdoner.com

BİR OKSİJEN ET KURULUŞUDUR

oksijen et

AVM'LER, PANDEMİYE RAĞMEN EN DEĞERLİ YATIRIM SINIFI



JLL Türkiye, 2020 yıl sonu Türkiye Ticari Gayrimenkul Pazarı Görünümü Araştırma Raporu'nu açıkladı. Yatırım, perakende, ofis ve lojistik sektörünün 2020 yılının son 6 ayı baz sonuç değerlendirildi raporda, özellikle, kurdaki hareketliliğin ve pandemiye yönelik küresel faaliyetlerin sektörlere etkileriyle birlikte 2021 yılı öngörüleri yer alıyor.

Ticari gayrimenkul alanında finansal ve profesyonel hizmetler veren ve Yatırım yönetimi danışmanlığı Sunan JLL Türkiye'nin raporuna göre, 2021 sektöründe sektörlerin yeniden talep görmesi için pandemi tedbirlerinin sona ermesi bekleniyor. Rapora göre toplam AVM sayısı 447 olarak görünürken, Toplam Kiralanabilir Alan (TKA) 13,6 milyon kilometreareye yaklaştı. Alışveriş merkezi arzında önemli bir paya sahip olan İstanbul'un TKA'nın yüzde 37'sine ev değişiminde hesaplandı.

İstanbul'daki A sınıfı ofis arzı 5,6 milyon metrekareye ulaşırken, inşaat halindeki yeni projelerin büyük kısmına - İstanbul Finans Merkezi de etkisiyle - Anadolu Yakası ev dönüş yapıyor. Yılın son çeyreğindeki kiralama işlemlerinde, Merkezi İş Alanı (MİA) 13 bin metrekare ile ikinci pazar olarak görünürken, MİA'daki A sınıfı boşluk oranı yüzde 17,4 etrafında geriledi. E-ticaretin lojistik sektöründeki işlem hacmi yıl sonu hacmi 300 bin metrekare aşarak geçtiğimiz yılı 3'e katladı.

ALIŞVERİŞ MERKEZLERİ EN DEĞERLİ YATIRIM SINIFI

Türkiye Gayrimenkul Yatırım Pazarı Görünümü Araştırma Raporu'na göre, dünya piyasalarıyla benzer şekilde COVID-19 salgını nedeniyle durgun bir dönem geçiren Türkiye'de, alternatif Yatırım kaynaklarının yüksek getiri sunması ve sıkılaşan para politikasının etkisiyle kira getirili mülk arayışındaki yatırımcılarının özel yaz özelliği yazında bekle-gördü stratejisini benimsediği görüldü.

Yatırımlarda güvenilir kiracı ve olası koşullarının artırılması göz önüne alındığında, pandemi tedbirlerinin sona ermesiyle tek ve uzun uzun süreli kiracı mülklerin yeniden ciddi bir talep görmesi bekleniyor. Pandemi çağında e-ticaret sülalinin etkisiyle, lojistik depoların sınıfı olarak çıktığı ve uzun vadeli Yatırımlar için yatırımcı ilgisini ç gözleniyor. Ancak, yatırım yapılabilecek sonuçlarının nedeni olması nedeniyle işlem hacmi beklendiği ölçüde elde edilen sonuçlarından biri olarak ortaya çıkıyor.

2021 yılında aynı ivme ile büyümesi beklenen e-ticaretin de etkisiyle depolama ve lojistik merkezi ihtiyacının artması ise, geliştiricilerin bu alana yoğunlaşmasının öngörüldüğünü gösteriyor. Rapor incelendiğinde, yıl boyunca konut satışlarında artış sonrası, yatırımlarının yeni geliştirme alanları ile İstanbul ve Bodrum gibi oturmuş pazarlarda canlandığı gözleniyor. Bu bağlamda, geliştiricilerin ve Yatırımcıların yeni arsa arayışları ve taleplerinin önemli oranda arttığı ortaya çıkıyor. Perakende sektöründe gözlenen daralmaya rağmen, alışveriş yapmaya hazırlanıyor. İstinye Park ve Palladium Ataşehir gibi yüksek performansa sahip alışveriş merkezlerindeki işlemlerin yanı sıra, özellikle hedef avantajı jel açık ve nüfus yoğunluğu yüksek alışverişlerine yönelik talep ve işlemler de dikkat çekiyor. Pandemi sonrası için yapılan öngörülerde bazı olumsuz saçma olsa da değerli gayrimenkul sınıflarından biri olmaya devam etmek 2021 fırsatlarından biri olarak değerlendiriliyor.

TÜKETİCİ HARCAMALARI 2 KATINA ÇIKTI

2020 üçüncü çeyreğinde salgın tamponlamalarının gevşemesinden sonra, alışveriş merkezlerindeki perakendecilerin ciro rakamlarında kayda değer bir toparlanma görünse de Kasım ve Aralık ayında, yeniden artan kısıtlamalarla birlikte alışveriş merkezi performans kriterlerinde tekrar bir gerileme yaşıyor görülüyor.

Alışveriş merkezi başvurunun harcama ve tutumlarında ciddi bir değişim yaşandığı 2020 oğlum 6 ayı incelendiğinde, tüketicilerin sadece doğrudan alışveriş yapmak ve ihtiyacı karşılamak üzere alışveriş merkezlerine geldiği gözleniyor. Bu da kişi başına düşen harcamanın önceki yılın aynı dönemine göre neredeyse iki katına çıkmasıyla sonuçlara pozitif olarak yansıyor.

Rapora göre, evde daha fazla vakit geçirdiğimiz pandeminin etkisiyle, 2020'nin ikinci yarı sında yükseliş gösteren perakende kategorisi olarak elektronik marketler ön plana çıkıyor. Sinema ve çocuk oyun alanları gibi etkinlik alanlarının ise ciddi bir dönüşüm sürinden geçeceği ve daha esnek ve modüler çözümlerin sunulacağı 2021 yılı için perakende sektöre yönelik öngörüler arasında yer alıyor.

2021'DEN BEKLENTİLERİ DÜŞÜRDÜ

JLL Türkiye'nin 2020 yılının son yarısını değerlendirdiği Türkiye Ticari Gayrimenkul Pazarı Görünümü Araştırma Raporu'na göre, alışveriş merkezlerinin mümkün olan en sağlıklı yatırımcıların yatırımcılarının öncelikli konusuyken, finansal açıdan güçlü Yatırımcıların pandemi dönemini güçlü bir şekilde bırakıp bırakmasını öngörüyor. Ancak, refinansman noktasında elverişli koşullara sahip olmayan Yatırımcıların etkisiyle 2021 yılında kayda değer bir konsolidasyonun söz konusu olabileceği yorumlanıyor.

Perakendecilerin, pandemi nedeniyle ciddi bir oranda gerileyen ciro düzeylerini 2021 yılı kapak kadar, salgın öncesi döneme çıkarmaya odaklandığı bir dönem öngörülüyor. Yüksek ciro beklenen 2020 oğul döneminde, COVID-19 tamponlamalarının yeniden uygulanmaya başlanması 2021 beklentilerinin kayda değer bir şekilde revize edilmesine neden olmasının da konusu söz konusu siro düşüşünün etkisinin - yılın ilk çeyreğinde - başlarına tısılmesiyle karşılık bulması bekleniyor.

Rapora göre, 2021 yılında çoklu satış kanallarıyla entegrasyonu yüksek, mağaza portföyü optimizasyonunu tamamlayan, değişen müşteri taleplerini doğru eden analiz ve değerli ürünler sunan markaların sağlıklı şekilde atlatarak ivme kazanacağı öngörülüyor.

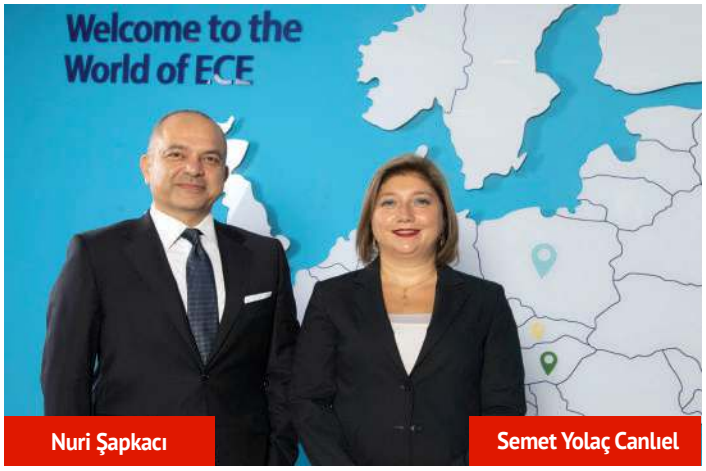
2021 yılı için en önemli beklentiler arasında, alışveriş merkezlerinde alan kullanımı noktasının gözden geçirilmesi ve atıl alanların şehir içi dağıtım merkezi, çalışma alanı, eğitim kurumu ve farklı eğlence konseptleriyle alternatif kullanımların hızlı uyumlandırılması yer alıyor. Salgın sonrası alışveriş merkezlerinin, daha fazla açık alan barındıran ve yeşil alanlarla daha entegre olacak dönüşümüne ağırlık vermesi bekleniyor.

2021'İN OFİS TRENDİ: UYDU OFİS

Uzaktan çalışmanın yeni normal haline gelmesiyle, "uydu ofis" konseptinin 2021 yılının ilk aylarında, özellikle hazır ofislerinde hayata geçirilmesi bekleniyor. 2022 yılında açılması planlanan İstanbul Uluslararası Finans Merkezi'nin de ofis gündemin ilk sıralarında yer alacağı öngörülüyor. Piyasaya eklenecek 1 milyon metrekarenin üzerinde yeni arz ve artması muhtemel boşluk oranı göz önüne alındığında, yeni ofis geliştirme projelerinin ortaya çıkması beklenmiyor.



ECE TÜRKİYE'NİN HEDEFİ CİRODA YÜZDE 30 BÜYÜME



Nuri Şapkacı | Semet Yolaç Canlıel

ECE Türkiye Eş Genel Müdürleri Semet Yolaç Canlıel ve Nuri Şapkacı, ECE Türkiye'nin 2021 beklenti ve hedeflerini paylaştı. Canlıel "Bu yılın son aylarında perakende satış cirolarında salgın öncesi düzeyi yakalamayı hedefliyoruz. Bu, TL bazında bir önceki yıla göre yaklaşık yüzde 30 oranında bir artışa tekabül ediyor. Alınan bu sonuçlar gösteriyor ki portföyümüzün performansı sektör ortalamasının üzerinde." dedi.

ECE Türkiye Eş Genel Müdürleri Semet Yolaç Canlıel ve Nuri Şapkacı, düzenledikleri online basın toplantısında, 2020 yılı değerlendirmesini, sektörün ve ECE Türkiye'nin 2021 beklenti ve hedeflerini paylaştı. Covid-19 salgın sürecinin sektöre yansımalarının da masaya yatırıldığı toplantıda, perakende sektörünün dönüşümüne dair önemli başlıklar da ele alındı.

Salgın sürecinden her sektörün yara aldığını, perakende ve alışveriş merkezi sektörlerinde de bu etkinin güçlü şekilde hissedildiğini söyleyen Canlıel, ECE Türkiye olarak bu süreci en iyi şekilde yönetmek için yoğun bir şekilde çalıştıklarını belirtti. Salgının etkisiyle ECE Türkiye portföyünde 2020 yılında bir önceki yıla göre perakende satış cirolarında ortalama yüzde 24 oranında bir düşüş görüldüğünü ifade eden Canlıel, sözlerine şöyle devam etti: "Ciroları azalan sektörler olduğu gibi artanlar da var. Örneğin, 2020 yılında portföyümüzde tüketici elektroniği branşında yüzde 30, hipermarket branşında ise yüzde 20 oranında bir büyüme yaşadık. Bu yılın son aylarında perakende satış cirolarında salgın öncesi düzeyi yakalamayı hedefliyoruz. Bu, TL bazında bir önceki yıla göre yaklaşık yüzde 30 oranında bir artışa tekabül ediyor. 2020 yılında, müşteri girişlerimizde kapalı kalınan zamanların da etkisiyle bir önceki yıla göre yüzde 40'lık bir düşüş gözlemledik. Tüm bu gelişmelere rağmen, alışveriş merkezlerimizde doluluk oranını yüksek düzeylerde tutmayı başardık: Alışveriş merkezlerimiz, bugün itibari ile ortalama yüzde 98 doluluk oranıyla faaliyet gösteriyor. Alınan bu sonuçlar gösteriyor ki portföyümüzün performansı sektör ortalamasının üzerinde. 2021'in son çeyreğinde başlanmak üzere, yatırımcılarımızla birlikte 20 Milyon TL'lik yenileme yatırımını bütçeledik. Ayrıca, yeni alışveriş merkezlerini yönetim portföyümüze katmak için çalışmalarımız da devam ediyor."

"DİGİTAL MALL'I TÜRKİYE'YE TAŞIYACAĞIZ"

Online perakendenin yükselişine değinen ECE Türkiye Eş Genel Müdürü Nuri Şapkacı ise, ECE globalde son dört yıldır online-offline entegrasyonu konusunda çalışmalar yapıldığını ve geleceğin çok kanallı perakendecilikte olduğunu söyledi. Şapkacı, ECE'nin yüksek ölçekli yatırımla şu an için Almanya'daki alışveriş merkezlerinde uygulamaya aldığı Digital Mall projesinin online ve offline entegrasyonu konusunda çok önemli ve stratejik bir yaklaşım olduğuna dikkat çekti. Şapkacı, şu bilgileri paylaştı: "Digital Mall ile alışveriş merkezindeki ürünler, online olarak görülebiliyor. Böylece müşteriler ilgili ürünün, istediği renk ve bedende alışveriş merkezinde var olduğunu biliyor; ürünü ayırtıyor ve gelip deneyerek satın almayı gerçekleştirebiliyor. Müşterilerimize istedikleri ürünün mevcut olduğu bilgisiyle alışveriş merkezine gelmeleri için motivasyon sağlamış oluyoruz. Bu da sonunda markalarımıza satış olarak geri dönüyor. Biz de bu sistemi önümüzdeki dönemde Türkiye'ye taşımak için planlamalarımıza başladık."

AVM'LERDE
BAHAR HAVASI!

Alışveriş merkezlerinin ısıtma, soğutma ve havalandırma alanındaki tüm ihtiyaçları, **Form**'un profesyonel iklimlendirme hizmetleriyle çözüme kavuşuyor...

LENNOX

Paket Klima



Watergarden

- AVM'lerin tüm iklimlendirme ihtiyaçları için paket sistem çözümüdür.
- Isıtma-soğutma-havalandırma-taze hava tek bir ünite ile sağlanır.
- Özel sensörü sayesinde taze hava oranı, AVM'deki insan sayısına göre otomatik olarak ayarlanır.
- Eurovent ve Ecodesign'a uyumlu paket klimalar artık Lennox lisansıyla Form İzmir fabrikasında üretilmektedir.

CLIMATEMASTER

Su Kaynaklı Isı Pompası



İstinye Park

- Yüksek verimli, doğa dostu ve ilk yatırım-işletme maliyetinden tasarruf edilmesini sağlayan iklimlendirme sistemleridir.
- Türkiye'de ısı pompası ile ısıtma-soğutma yapan AVM'lerin %90'ının tercihidir.
- 20 yılı aşkın süredir, 40.000 adedin üzerinde Climate Master ürünü çalışmaya devam etmektedir.

FORM

Su Kaynaklı Isı Pompası



Çamsan Park AVM

- Gelişmiş merkezi kumanda ve dokunmatik ekran seçeneklerine sahiptir.
- Yüksek enerji verimliliği ve ekonomik işletme maliyeti sağlar.
- Güvenilir operasyon ve geniş çalışma limitleri sunar.

FORM 55 YIL YEARS

www.formgroup.com

AVM'LER PANDEMİDE ÜZERİNE DÜŞEN SORUMLULUĞU YERİNE GETİRDİ



MallMark Yönetim Yardımcı Direktörü Necati Ufuk Toydemir, pandemi döneminde büyük zorluklarla mücadele eden, şifa dağıtabilmek için evlerinden, uykularından fedakarlık eden sağlık çalışanlarından sonra bu süreçte fedakarca ve yüksek görev bilinci ile çalışan alışveriş merkezi çalışanlarının da yürekten alkışlanması gerektiğini belirtti.

AVM sektörünün deneyimli isimlerinden MallMark Yönetim Yardımcı Direktörü Necati Ufuk Toydemir Ufuk Toydemir, sağlık çalışanlarının yanı sıra pandemide alışveriş merkezi bünyesinde sayıları yüzbinleri aşan çalışanların da alkışlanması gerektiğine dikkat çekti. AVM'lerin de pandemi döneminde üzerine düşen tüm sorumlulukları yerine getirdiğine dikkat çeken Toydemir'in açıklamalarından satırbaşları şöyle:

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

"Alışveriş merkezleri yaşanan bu zor dönemde; kamu kurumları tarafından hayata geçirilen tüm tedbirlere uyum sağlayarak, duyarlı olarak ve iletişimi üst düzeyde tutarak salgınla mücadelede üzerine düşen tüm sorumlulukları yerine getirdiler. Önce sağlık ilkesi ile tüm yetkili makamların almış olduğu kararlara ve uyarılara riayet ederek sağlıklı ortamlarda güvenli alışveriş ortamları oluşturulmasında önemli katkılarda bulunmuşlardır."

SAĞLIKLI ORTAMLARDA GÜVENLİ ALIŞVERİŞ

"Gerek alışveriş merkezi yönetimlerinin ekipleri gerekse de perakende markalarının çalışanları tek bir yürek olarak, ortak yaklaşım ile sağlıklı ortamlarda güvenli alışveriş ilkesi üzerine son derece kritik iş birlikleri oluşturdular. Bu zor günlerde görevlerinin başında olan, sektörün bu dönemdeki süreci mümkün olan en iyi şekilde yönetmesine destek veren, motivasyonunu hep üst seviyede tutan, görev bilinci sahibi tüm çalışma arkadaşlarımıza bu dönemdeki fedakarlıkları için teşekkür ediyorum."

BİR ALKIŞ DA AVM ÇALIŞANLARINA

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

THE FRANCHISE COMPANY

İş Modelinizi karlı ve verimli hale getiren,
Ulusal ve Uluslararası Franchise Yönetiminde yanınızda...

Küresel Pazarda **En Tecrübeli** Franchise Şirketi

30 YILLIK TECRÜBE



0212 801 3130

www.franchisecompany.com.tr

www.franchisecompany.co.uk

Türkiye Ofisi: NEF 09 Sultan Selim Mah. Hümeyra Sok. No:7 B Blok Daire:65 Kağıthane/İstanbul

İngiltere Merkez Ofis: 7 Victoria Road, Darlington, County Durham, United Kingdom, DL1 5SN

İngiltere Londra Ofisi: 4 Old Park Lane, Mayfair, London, United Kingdom, W1K 1QW

MISIR'DAKİ AVM, TÜRK ŞİRKETİNE EMANET



Mısır Kahire'nin en büyük alışveriş merkezlerinden biri olan Sun City Mall'ün yönetimi ve yeniden yapılandırma çalışmaları Kurun Danışmanlık'a emanet edildi.

Kahire'nin Heliopolis bölgesinde yer alan Sun City Mall 185 bin metrekare büyüklüğünde ve Kahire Uluslararası Havalimanına yakın bir konumda yer alıyor. Heliopolis Bölgesi, Belçikalı bir mimar tarafından inşa edilen, orta üst gelir seviyesine sahip Mısırlıların ve üst sınıf insanların yaşadığı, Mısır'ın eski bir yerleşim bölgesi konumunda.

Bin 500 araçlık otopark kapasitesi bulunan AVM'de gıda marketi olarak 5 bin metrekarelik büyüklüğünde Carrefour hizmet veriyor. Sun City Mall aynı zamanda, Orta Doğu'nun en büyük sinema kompleksine ev sahipliği yapıyor. Sun City Cineplex Sineması 7 bin 500 metrekare alan üzerinde 12 salonda, en son gişe rekorları kıran sürümleri gösterilen ve 3D gösterimler gibi en son sinema teknolojisini sunan 12 perdeye sahip bulunuyor.

3 bin metrekarelik büyüklüğündeki Fun Kingdom ise çocukların ve gençlerin en popüler eğlence merkezi olarak faaliyet gösteriyor. Sun City Mall'de ayrıca ulusal ve uluslararası pek çok moda markası, yiyecek ve içecek alanları ile keyifli lokanta ve kafeteryalar faaliyet gösteriyor.

TÜRK MARKALARINA ÖNCELİK

Kurun Danışmanlık Kurucusu ve Yönetim Kurulu Başkanı Hakan Kurun, geçen hafta yapılan anlaşma çerçevesinde kilit yönetim kadrosunun, Türkiye'nin tecrübeli yöneticilerinden oluşturulacağını ifade etti. Kurun, "Tarihi ve geleneksel olarak derin ilişkilerimiz bulunan Mısır'ın güçlü pazarı, perakende sektörümüz açısından da oldukça önemli. Uluslararası platformda ülkemizi başarı ile temsil eden markalarımıza da Sun City Mall'de öncelikli olarak yer açmaya çalışacağız" diye konuştu.



AVM SEKTÖRÜ ESKİ CANLILIĞINA TEKRAR KAVUŞACAK

Pandeminin sektöre ve müşteri davranışlarına etkisini konuştuğumuz Venezia Mega Outlet AVM Yönetim Direktörü Oğuz Isıgöllü, "Müşteri deneyimlerindeki geçici değişikliklerin, pandemi süreciyle kısıtlı kalacağını ve pandeminin etkilerinin azalmasıyla birlikte eski alışkanlıklara dönüş olacağını düşünüyorum. Bu durumu kısıtlamaların kontrollü olarak azaltıldığı süreçlerde gördük." dedi.



Oğuz Isıgöllü

Pandemi, müşteri davranışlarını temelden etkiledi. Peki, AVM sektöründe müşteri deneyim ve algısıyla ilgili nasıl bir değişim yaşanıyor?

Pandemi ile birlikte hayatın her alanında olduğu gibi AVM'lerin işleyişlerinde de değişiklikler yaşanıyor. AVM'ler, sosyalleşmenin, kültürel etkinliklerin, eğlencenin ve alışverişin bir arada olduğu yaşam alanları konumundalar. Fakat pandemi sürecinde, ağırlıklı olarak insanların ihtiyaçlarını karşılamak için gittikleri, eğlencenin ve sosyalleşmenin biraz geri planda kaldığı ve alışverişin öne çıktığı şekilde faaliyetlerini sürdürüyorlar. Müşteri deneyimlerindeki geçici değişikliklerin, pandemi süreciyle kısıtlı kalacağını ve pandeminin etkilerinin azalmasıyla birlikte eski alışkanlıklara dönüş olacağını düşünüyorum. Bu durumu kısıtlamaların kontrollü olarak azaltıldığı süreçlerde gördük.

Kontrollü normalleşme sürecinde, Cumartesi günlerinin yeniden açılması ve yiyecek içecek alanlarının faaliyete geçmesi, alışveriş merkezlerine hareketlilik getirdi. Alınan tüm tedbirlere ilave olarak HES kodu sorgulamaları ile ziyaretçilerimiz için daha güvenilir bir ortam sağlanmış oldu. Geçici süreyle evde kalınan ve online yaşanmaya başlanan hayatın, aşı çalışmalarının ilerlemesiyle ve virüs etkilerinin azalmasıyla birlikte eski durumuna hızlı şekilde döneceğini öngörüyorum.

Venezia Mega Outlet'te sürdürülebilirliğe dair uyguladığınız politikalar hakkında bilgi alabilir miyiz?

Sürdürebilirliği her alanda uygulamaya özen gösteriyoruz. Açık konseptli bir alışveriş merkezi olarak, iklimlendirme sistemlerimizin olmayışı ile doğa dostu bir şekilde enerji tasarrufu sağlıyoruz. Aydınlatma çözümlerimizde ve su tüketiminde kontrollü, verimli ve çevre dostu tasarruflu sistemler kullanıyoruz. Özellikle atık yönetimi konusunda çok hassas davranarak, tüm ayrıştırmaların geri dönüşüme katkı sağlayacak şekilde olması için iç süreçlerimizi ve sistemimizi kurmuş durumdayız ve özenli bir şekilde işletmekteyiz.

Hem çekim gücünü kaybetmemek hem de verimliliği artırmak adına teknolojiden nasıl yararlanıyorsunuz?

HES kodu kontrollerinde ve ateş ölçümlerinde kişiler arasındaki mesafenin korunacağı ve doğru ölçümlerin yapılacağı teknolojiler kullanmaya gayret ediyoruz.

AVM içi iletişimde GİK adında mobil bir uygulama kullanıyoruz. Tüm yazışmalar, mağazaların tadilat ve tamirat talepleri gibi süreçlerde kağıttan, zamandan ve iş gücünden tasarruf ediyoruz. Görevli personellerimiz, tabletlerle mağazaların periyodik olarak Covid tedbirleriyle ilgili denetimlerini yapıyorlar Kendipandemi kurulumuzda bu sonuçları değerlendirerek gerekli geri bildirimleri yaparak sürekli iyileşmeyi sağlamaya çalışıyoruz. Ziyaretçilerimizin alışveriş deneyimlerini ve memnuniyet seviyelerini bu sistemle ölçebiliyoruz.

Günümüzde en önemli iletişim mecrası durumuna gelen sosyal medyayı etkin bir şekilde kullanıyoruz. Markalarımızın kampanyalarını, etkinliklerimizi ve yeni markalarımızı AVM içi ve dışındaki reklam mecralarımızda duyuruyoruz. Çok etkin bir konumda olan AVM dışında 7/24 yüz binlerce kişinin görüş alanında olan büyük bir led ekranımız var. Bu ekranı çekim gücü yaratacak içeriklerle aktif ve güncel olarak kullanıyoruz.

PANDEMİYE RAĞMEN YENİ MARKALARI M1 ADANA AVM İLE BULUŞTURDUK



Yalçın Öz

M1 Adana AVM, pandemiye rağmen zengin mağaza zinciri ve kaliteli markaları arasına yenilerini eklemeye devam etti. M1 Adana AVM Müdürü Yalçın Öz, pandeminin sektöre etkilerine ve bu süreçte nasıl bir yol izlediklerine ilişkin sorularımızı cevapladı.

Pandemi, müşteri davranışlarını temelden etkiledi. Peki, AVM sektöründe müşteri deneyimi ve algısıyla ilgili nasıl bir değişim yaşanıyor?

Sektörümüz pandemi sebebiyle kısıtlamalara maruz kalsa da, M1 Adana AVM bu süreci en iyi yönetebilen örneklerden biri oldu. M1 Adana AVM; yatay mimarinin sağladığı ferah yapı, geniş koridorlar, yüksek tavanlar sayesinde havadar, güvenli ve sağlıklı alışveriş ortamı sunuyor. Bu avantajlar yanında açık alanda alışveriş imkanı, pandemi sürecinde bizi ön plana çıkaran en önemli avantajlar oldu. Pandemi sürecinde alınan önlemlerin ciddi, sağlıklı ve düzenli bir şekilde uygulanması AVM'lerimizde kapalı alanlarda yüzde 100 taze hava sağlayan ve 24 saat esasına göre çalıştırılan özel havalandırma sistemi sayesinde AVM içerisinde sürekli yüzde 100 taze hava dolaşımı sağlanması M1 Adana'nın ziyaretçiler tarafından tercih edilebilir olmasını sağladı.

Pandemi birçok sektörü olumsuz yönde etkilerken, M1 Alışveriş Merkezlerimiz doluluk oranlarını bu süreçte en üst düzeyde tutarak ulusal ve uluslararası düzeyde yeni markalara ev sahipliği yapmayı sürdürüyor. 2020 yılı içerisinde pandemi koşullarına rağmen M1 Adana AVM'de Xiaomi, Vicco, Nadide Çanta Bijuteri, Adaser Halı, Bi Tat Tantuni, Bursa İshakbey, Tavuk Dünyası, G-Lingerie, Barrels And Oil, Sevil Parfümeri, Soulmate Coffee, Burger Home, Çiçek Evi, Kumrucu Ebosch's, Minipicco, Mad Parfüm, Pizza Taxi mağazaları kapılarını açarken, Starbucks da M1 Adana'da ikinci şubesini hizmete açtı. M1 Gaziantep AVM'de ise A101, Vestel, Profilo, Tudors, Penti, Happyland ve Emsan yeni mağazalarını açarak tüketicilere hizmet vermeye başladı.

Yönetimini üstlendiğiniz AVM'lerde sürdürülebilirliğe dair uyguladığınız politikalar hakkında bilgi alabilir miyiz?

Alışveriş Merkezlerimiz kurulduğu günden bu yana çevre ve insan sağlığını hep ön planda tutan uygulamaları ile sektöründe örnek bir duruş sergilemiştir. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı tarafından "SIFIR ATIK" belgesi ile ülkemizde hammadde ve doğal kaynakların etkin yönetimi ile sürdürülebilir kalkınma ilkeleri doğrultusunda atık yönetimi süreçlerinde çevre ve insan sağlığının ve tüm kaynakların korunmasında öncü olduğunu tescillemiştir. Kullandığı enerji verimliliği politikaları, aydınlatma projeleri, kuyu suyu kullanımı ve dijital uygulamaları ile sürdürülebilirliği önceliği haline getirmiştir.

Hem çekim gücünü kaybetmemek hem de verimliliği artırmak adına teknolojiden nasıl yararlanıyorsunuz?

AVM'lerimizde dijital dünyanın tüm gereklerini müşterilerimizle buluşturmaya ve mağaza cirolarının artışına büyük destek vermeye devam ediyoruz. Özellikle son yıllarda büyük ilgi gören "AVM MOBİL" uygulaması etkin olarak kullanılmaktadır. Bu uygulama üzerinden on binlerce katılımcıya düzenli olarak ulaşım sağlamaktayız. Düzenlenen hediye çeki kazandıran satış kampanyalarımız ile AVM'lerimize müşteri ve ciro verimliliğini arttıran çalışmalar yapmaktayız. AVM yönetimi ile birlikte tüm mağazalarımızla gerçekleştirilen düzenli işbirlikleri ile süreç içerisinde, özel günlerde çeşitli kampanyalar düzenlemekteyiz. Bu aktivitelerin hedef kitleye duyurulmasında sosyal medyanın gücünü de göz ardı etmeden aktif olarak kullanmaktayız.

M1 ADANA

BARRELS AND OIL · STARBUCKS · minipicco for kids · xiaomi · W.Bestecklkasten SCHAFER

Tavuk Dünyası · SEVİL · vicco · lingerie · NADİDE BİJUTERİ, SAAT & ÇANTA

Bi'tat Tarihini · BURSA İSHAKBEY · abadanspor

M1 GAZİANTEP

A·101 · emsan · happyland · PROFİLO dayanıklı ev aletleri

Penti · TUDORS · VESTEL

Yeni markalar, Yeni dönem Yeni heyecan

*Yepyeni markalarla **M1 Adana ve M1 Gaziantep**'te alışveriş, keyif, lezzet ve mutluluk için yepyeni bir sayfa açıyoruz.*

- Sürekli Taze Hava
- Geniş Koridor ve Yüksek Tavan
- Açık Alanlı Restoran ve Kafeler
- Tek Kat Yatay Mimari
- Açık Otopark

M1 ADANA | M1 ADANA.COM.TR

M1 GAZİANTEP | M1 GAZİANTEP.COM.TR

KERKÜK'ÜN İLK AVM'Sİ YÜKSELİYOR:

MALL OF KIRKUK



Irak'taki Türk toplumunun en önemli kültür bölgelerinden biri olan Kerkük'te yeni bir AVM yükseliyor. Hawkary Group yatırımıyla hayata geçirilen Mall of Kirkuk, kapılarını Ekim 2021 ortasında açmaya hazırlanıyor. AVM'nin kiralama çalışmaları MallMartTürk Danışmanlık ve IZ Development tarafından yürütülüyor.

Mall of Kirkuk, Irak'taki Türk toplumu için de oldukça önemli olan Kerkük'te yükseliyor. Dünyanın en prestijli markaları Kerkük'te ilk defa aynı çatı altında buluşuyor. Seçkin marka karmasına sahip olan Mall of Kirkuk'un yüzde 80'ini kiralanmış durumda. AVM'nin kiralama çalışmalarından bir Türk şirketinin de imzası bulunuyor. Kiralama çalışmaları ve marka karma danışmanlığı MallMartTürk Danışmanlık ve IZ Development tarafından yürütülen Mall of Kirkuk, toplam 30 bin metrekarelik kiralanabilir alana sahip.

Uzun yıllardır medikal ve gayrimenkul sektöründe büyük yatırımlar yapan Hawkary Group, yatırımlarına "Kerkük kadar eşsiz Kerkük'te ilk AVM"yi inşa ederek devam ediyor. Hawkary Group, yaptığı büyük yatırımla sadece Kerkük'ün değil bölgenin en seçkin, en ekonomik ve estetik alışveriş merkezi olacak Mall of Kirkuk'u şehrin ihtiyaç ve taleplerini en doğru şekilde karşılayacak şekilde hayata geçiriyor. Bölgenin her türlü ihtiyacına uygun mimari ile kapılarını açmaya hazırlanan Mall of Kirkuk, Kerkük'ün "ilk" alışveriş merkezi olma özelliğini taşıyor.

TÜRK DEVLERİ, KERKÜK'TE BİR ARADA

Irak'ta ilk kez Mall Of Kirkuk'te mağaza açacak mağazaların yanında Kerkük'te ilk kez mağaza açacak markalar Mall of Kirkuk'te buluşuyor. 6 bin metrekarelik mağazasıyla Carrefour'a ilaveten Lc Waikiki, Defacto, Shopping Shop, FLO, Colin's, Süvari, Hummel, Adidas, İpekyol, Nike, Columbia gibi prestijli markalar Kerkük'te ilk defa yer alacak.

4 bin metrekarelik Smileland ile Kerkük'ün eğlence merkezi haline gelecek Mall of Kirkuk'te Irak'taki AVM'lerde daha önce yer almayan birçok ilk yer alacak.



MALLMARTTURK, PANDEMİDE HIZ KESMEDEN BÜYÜYOR



Mehmet Akalın

Mallmartturk pandemi döneminde, Tedi, Migros, Watsons, Starbucks, Teknosa, E-Bebek, Defacto, Colins, Köfteci Yusuf, FLO gibi yerel ve global markalarla yeni iş birliklerine imza attı. İnsanları ve ilişkileri işin merkezine koyan Mallmartturk, ortaklarıyla, markalarla ve küresel aktörlerle gerçekleştirdiği ekip çalışması sonucunda son 12 aylık dönemde pandemi döneminin tüm zorluklarına karşın Türkiye ve 3 ülkede bulunan AVM'lerinde 38 Türkiye ve 27 yabancı markanın yeni mağazalarını ziyaretçileriyle buluşturdu.

Hem Türkiye'de hem de yurt dışındaki AVM'lerinde yeni iş birliklerine imza atmaya devam ettiklerini belirten Mallmartturk Danışmanlık Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Akalın, "Koronavirüs krizi, alışveriş merkezlerini, hayatta kalabilmeleri ve gelişebilmeleri için olanaklarını iyileştirmek için daha fazla çalışmaya zorlayacak bir tür şok görevi de görebilir. Genel olarak, alışveriş merkezlerinin sayısı inşallah azalmayacak ama küçülürken, olanaklar ve hizmetler açısından büyüyeceğini değerlendiriyorum. Tüketicileri geri çekmek için, alışveriş merkezlerinin eğlence tekliflerini, rekreasyon tekliflerini ve deneyime dayalı alışveriş tekliflerini güçlendirmeleri gerekecek." dedi.

GEÇTİĞİMİZ 12 AYLIK DÖNEMDE BAŞARILI OLDUK

Akalın, şöyle devam etti: "Müşterileri tekrar tekrar geri gelmeye ikna eden olanaklar; çeşitlendirilmiş restoranlar, mağazalarda sanal giyinme odaları ve akıllı aynalar, yüksek teknolojiye göre özelleştirilmiş ürün teklifleri ve AVM'lerin kendi sanal mağazalarını sunmak güçlü teklifler olabilir. Şu anda içinde olduğumuz gibi, ekonomik krizde en çok gözden düşen tüketici ürünleri olan hedonik ürünlerin (giyim, mücevher, sağlık ürünleri ve kozmetik) tekrar tüketicinin talebini bulması yakın gelecekte zor olacak. Ancak, AVM'ler en iyi yaptığı şeyi yaparak işletme, pazarlama ve özendirme kabiliyetini kullanarak tüketiciyi davet edecek. Bu fırtınayı atlatabilen ve hayatta kalabilenler, tüketicilerin yakın gelecekte kendilerini şımartmaya hazır oldukları bir noktaya ulaştığında eskisinden daha iyi fırsatlara sahip olabilirler. Bu dönemde, yaşananlara sakin ve sağduyulu yaklaşmalı, sonuç odaklı hareket edilmeli, modern perakendenin tüm paydaşları ile uzun vadeli iş birlikleri geliştirilmelidir. Geçtiğimiz 12 aylık dönemde bu düşünceler ile başarılı olduk. Türkiye ve 3 ülkede yönetimimizde olan alışveriş merkezlerinde 38 Türkiye markası ve hizmet verdiğimiz ülkelerdeki yerel 27 markayı ziyaretçiler ile buluşturduk."

IRAK'TA ŞUBE AÇILIŞI VE ORTA DOĞU'DA GLOBAL İŞ BİRLİKLERİ

Bu dönemde, Erbil'de açılan Mallmartturk ofisi ile birlikte başta Ortadoğu'da global markaların distribütörleri ile iletişime geçtiklerini, bu sayede hem Türkiye markaları için yeni fırsatlar oluşturduklarını hem de yabancı bir çok markayı yurtdışındaki alışveriş merkezlerine kazandırdıklarını anlatan Akalın, "Starbucks, Migros, Tedi, Watsons, Starbucks, E-Bebek, Us Polo, Kiğılı, Koçtaş, Köfteci Yusuf gibi markalarımız ile Türkiye'deki AVM'lerimizde yeni mağazalar açtık. Ayrıca Defacto, Colin's, Madame Coco, Lc Waikiki gibi bir çok markamızla da yurtdışı projelerimizde kiralama anlaşmaları yaptık." diye konuştu.

"Takım ruhuyla sonsuza kadar büyüyoruz" mottosu ile modern perakendenin bir parçası olan Mallmartturk, pandemiye rağmen sektöründe tüm paydaşları için en iyi tercihler sunmaya devam ediyor. Mallmartturk Danışmanlık Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Akalın, "Geçtiğimiz 12 aylık dönemde yönetimimizde olan alışveriş merkezlerinde 38 Türkiye markası ve hizmet verdiğimiz ülkelerdeki yerel 27 markayı ziyaretçiler ile buluşturduk." dedi.

ESPARK'TAN JEEP KAZANAN TALİHLİ BELLİ OLDU



Eskişehir'in yaşam ve cazibe merkezi Espark Alışveriş Merkezi tarafından gerçekleştirilen otomobil ödüllü çekiliş sonuçlandı. 20 Mart Cumartesi günü noter ve Milli Piyango yetkilileri huzurunda gerçekleşen çekilişle Jeep Compass Longitude 4×2 otomobilin kazananı Özer Ülker oldu.

Eskişehir'in buluşma noktası Espark Alışveriş Merkezi, otomobil ödüllü çekilişi 20 Mart'ta gerçekleştirildi. Noter ve Milli Piyango yetkilileri huzurunda sosyal mesafe kuralına uygun olarak AVM içinde gerçekleştirilen ve canlı yayınla Espark sosyal medya hesaplarından da yayınlanan çekiliş sonucunda, büyük ödül olan Jeep Compass Longitude 4×2 2020 model otomobilin sahibi Özer Ülker oldu. 16 Kasım 2020 – 14 Mart 2021 tarihleri arasında 150 TL ve katları alışverişler yaparak kampanyaya katılanlar arasında gerçekleştiren çekilişte, büyük ödül otomobilin yanı sıra 1 kişi 1 adet; Xiaomi Mi Essential Elektrikli Scooter ve 1 kişi ise Samsung Sm-P610 Tablet'in sahibi oldu.

TEPE EMLAK YATIRIM İDO'NUN TİCARİ ALANLARINI KİRALAYACAK



Organize perakende sektöründe 25 yıldır gerçekleştirdiği projelerle birçok ilke imza atan, deneyimli kadrosuyla alışveriş merkezi yönetimi, kiralama, mimari tasarım, proje yönetimi ve konsept danışmanlığı hizmetlerini başarıyla gerçekleştiren Tepe Emlak Yatırım A.Ş., İstanbul Deniz Otobüsleri'nin (İDO) terminal ve gemilerindeki ticari alanların kiralama hizmetlerini de üstlenerek büyümesini sürdürüyor. 2019 yılında 11 milyon araç taşımacılığı gerçekleştiren ve 35 milyon yolcuyu taşıyan İDO'nun 34 terminali ve gemilerindeki kiralanabilir alanları yolcuların beklentisini karşılayacak şekilde doğru marka karmasıyla buluşturmayı ve ulaşımda İDO'nun tercih edilme gücünü arttırmayı hedeflediklerini söyleyen Tepe Emlak Yatırım Genel Müdürü Deniz Bozan, "Uzman kadromuz ve çeyrek asırlık tecrübemizle portföyümüzü yeni alanlarda da büyütmeyi sürdüreceğiz" dedi.

"İHTİYACA ÖZEL KİRALAMA STRATEJİSİ"

Deniz Bozan, "İDO terminallerindeki ziyaretçi profili ve yolcuların talepleri doğrultusunda şekillendirilecek kiralama stratejileri ile İDO'nun ticari alanlarında konumlandırılacak markaların, müşterilere pozitif alışveriş deneyimi yaşatmaları önceliğimiz olacak; bu sayede marka gücünü ve gelirini artırmayı hedefliyoruz." şeklinde görüşlerini dile getirdi.

İDO Genel Müdürü Murat Orhan iş birliği hakkında şöyle konuştu: "İDO olarak tecrübesiyle gayrimenkul sektörünün önde gelen kuruluşlarından biri olan Tepe Emlak Yatırım ile gerçekleştirdiğimiz iş birliğinden mutluluk duyuyoruz. Yolcularımız için uzun yıllardır verdiğimiz yüksek kalite standartlarındaki hızlı, emniyetli ve konforlu deniz taşımacılığı hizmetimizi terminal ve gemilerimizde daha da yukarıya taşıyacak bu iş birliğinin hayırlı olmasını diliyorum."

BOSS
GÜVENLİK A.Ş.

7 GÜN 24 SAAT

VARLIK SEBEBİMİZ **GÜVENLİĞİNİZ**



yaşamın *her anında*
daima **yanınızdayız**

Tozkoparan Mah. General Alirıza Gürcan Cad.
No:31 A Blok Kat: 4 D.15 Merter, 34173 Güngören / İstanbul
E-posta: info@bossguvenlik.com

0212 220 64 44
bossguvenlik.com

AVM TERASINDA TARIM DENEYİMİ

Kendi meyve ve sebzesini yetiştirmek isteyenler, Akmerkez Üçgen Teras'ta tarım deneyimi yaşayabilecek. 'Terasta Tarım' alanı çarşamba ve cumartesi günleri tüm gönüllülerin ziyaretine açık olacak. Akmerkez, Ek Biç Ye İç iş birliği ile gerçekleştirdiği 'Terasta Tarım' projesiyle 2017'den bu yana misafirlerine kendi meyve ve sebzesini yetiştirmeye dair teknik bilgilerini paylaşma ve deneyimleme fırsatı sunduğunu açıkladı. Projeyle, isteyen herkes 750 metrekarelik teras alanında doğayla buluşarak kendi meyve ve sebzesini üretmeyi öğreniyor. Fide ekimi, kompost hazırlama, bostan düzenleme, tohum ayıklama ve bahçe bakımı ve daha birçok teknik bilginin paylaşıldığı program, çarşamba ve cumartesi günleri 13.00-15.00 saatleri arasında tüm gönüllü misafirlerin ziyaretine açık.

Doğal ve sürdürülebilir gıdaya ulaşmayı ve yetiştirmeyi mümkün kılan proje ile katılımcılar kentsel tarımın püf noktalarını da öğreniyor. Proje ile yıl içinde yetiştirilen 150'den fazla çeşit ve yaklaşık 220 kilogram sebze, meyve ve bitkinin hasadı misafirlerin katılımıyla gerçekleşiyor. Daha sürdürülebilir bir dünya için proje kapsamında, yağmur suları depolanarak arazinin bir kısmını bu su sayesinde sulanıyor. Aynı zamanda serada kışın da üretime devam ediliyor. Burada



tohum topları, kompost yapım atölyesi ve kendini sulayan saksı ile böcek oteli yapım atölyesi gibi birçok etkinlikle misafirlere doğayı sürdürülebilir şekilde işlemesi öğretiliyor.



MARDİAN AVM'DE MİNİMUM TEMAS MAKSİMUM TEDBİR

Mardin'de kapılarını 6 ay önce açarak faaliyete giren Mardian Mall AVM'de uzun bir aradan sonra günlük giriş çıkış sayısı 10 bin misafir bandını aştı. Koronavirüs önlemlerinde 'TSE Korona Virüs Güvenli Hizmet Belgesi' alarak Mardin'in en güvenilir ilk ve tek alışveriş merkezi olan Mardian Mall AVM Yönetimi, düşük riskli şehir gurubunda bulunuluyor olmasına karşın, pandemi hassasiyetini ilk günkü ciddiyetle 'minimum temas, maksimum seviyedeki tedbir'le hizmet vermeye devam ettiklerini kaydettiler.

Mardian Mall AVM Kurucu Ortağı İşadamı Serhat Sinanoğlu, Mardian AVM olarak, Minumum temasla alışverişlerin tamamlanması ve sosyal mesafelerin titizlikle uygulanmasını sağlama konusunda iletme sahipleriyle sürekli diyalog içerisinde olduklarını kaydederek, " AVM'mize gelen misafirlerimiz güvenerek gelip burada rahatlıkla zaman geçirebiliyorlar. Bizler bu tedbirleri kararlılıkla sürdürmeye devam edeceğiz." dedi. Mardian Mall AVM Genel Müdürü Mahmut Yıldızhan, Mart ayındaki yeni normalleşmeden yansımalarla birlikte AVM'ye giriş sayılarında yüzde 70 oranında bir artışın olduğuna dikkat çekti. Yıldızhan, "Ziyaretçi sayılarımızı anlık olarak kontrol ediyor ve buna bağlı olarak dezenfeksiyon planlamamızı yapıyoruz. Hijyen ekiplerimizle tırabzan, asansör, oturma alanları gibi çok temas edilen tüm alanları sürekli olarak dezenfekte ediyoruz. Temas gerektirmeyen, fotoselli tuvaletlerimizin, 24 saat boyunca ozon sistemi ile sterilizasyonunu sağlıyoruz." ifadelerini kullandı.

KERKÜK KADAR EŞSİZ

KERKÜK'TE İLK

Mall of Kırkuk

THE BIGGEST GATHERING PLACE

100 MAĞAZA | **1000 ARAÇ OTOPARK** | **SMILELAND**

30.000 m²'lik kiralanabilir alan , **4.000 m²**'lik eğlence merkezi alanı
4.800 m²'lik restorant-cafe alanı , **6.000 m²** hipermarket.



MALL MART TÜRK
MANAGEMENT & LEASING

mallmartturk

0216 514 22 06 | www.mallmartturk.com

HAWKARY
Pharmaceuticals Co.

AKASYA VE AKBATI'YA YENİLENEBİLİR ENERJİ SERTİFİKASI

Akiş GYO bünyesinde bulunan Akasya ve Akbatı alışveriş merkezleri, yüzde 100 yenilenebilir yeşil enerjiye geçerek I-REC sertifikası aldı. Akasya ve Akbatı'nın, bu sertifika ile yenilenebilir enerji kaynaklarından üretilen elektrik kullanımı belgelenecek. Bu çalışma karbon salınımının azaltılmasına önemli bir katkı sağlarken, sistem sayesinde sürdürebilir yaşama da destek verilecek. Akasya ve Akbatı'da 2021 yılında kullanılacak elektrik tüketimi karşılığı yaklaşık 90.000 ağaç karşılığı karbon azalımı sağlanacağı ve ayrıca, 2031 yılına kadar bu karbon azalımının yaklaşık 1.000.000 ağaca eşdeğer şekilde elde edilmesi öngörülüyor.

RECS International tarafından geliştirilen, üretilen veya tüketilen elektriğin yenilenebilir enerji kaynaklarından üretildiğini belgeleyen uluslararası sertifika sistemi olan I-REC Yenilebilir Enerjisi Sertifikası, Avrupa ve ABD'de yenilenebilir enerji yatırımlarını ve tüketimini yaygınlaştırmak amacı ile yoğun bir şekilde kullanılıyor.

Türkiye'de mevcut senaryoda yenilenebilir enerji sertifikasyonu ulusal (YEK-G) ve uluslararası (I-REC)



düzenlemeler doğrultusunda işlerlik gösteriyor. Türkiye'de yenilenebilir enerji santralleri 2015 yılından bu yana I-REC standardı kapsamında sertifikasyonu denetiminde yürütülüyor. Akasya ve Akbatı alışveriş merkezleri daha önce dünya genelinde 25 ülkede benimsenen bina çevresel değerlendirme sistemi olan BREEAM (Building Research Establishment-Environmental Assessment Method) Sürdürülebilir Bina Sertifikası ve bunun yanısıra Sıfır Atık Belgesi'ni de almaya hak kazanmıştı.



MARMARA PARK BİR KİŞİYİ JEEP SAHİBİ YAPIYOR

Marmara Park, şanslı bir ziyaretçisine Jeep Compass 1.3 hediye ediyor. Otomobil çekilişine katılmak için Marmara Park'ta kampanyaya katılan mağazalardan 200 TL ve katları tutarında alışveriş yaparak fişlerinin kampanya süresi boyunca fotoğrafını "Marmara Park Şansın CEPte" uygulamasına yüklemeleri yeterli oluyor.

Marmara Park Alışveriş Merkezi, ziyaretçilerini büyük bir hediyeyle mutlu etmeye hazırlanıyor. 15 Mart-15 Haziran tarihleri arasında Marmara Park mağazalarından toplam 200 TL ve üzeri alışveriş yapan ve kampanyaya katılanlar arasından bir kişiye Jeep Compass 1.3 hediye ediliyor. Çekilişe katılmak isteyenlerin iOS veya Android işletim sistemli akıllı telefonlarına ücretsiz olarak indirdikleri "Marmara Park Şansın CEPte" uygulamasına girip üye olduktan sonra, 200 TL ve katları tutarındaki alışveriş fişlerinin fotoğrafını yüklemeleri yeterli oluyor.

GEBZE CENTER AVM, 'HAYAL ORTAĞIM' İLE ENGELLERİ KALDIRIYOR



Gebze ve bölge halkı için kıymetli bir yaşam merkezi olan Gebze Center AVM, Turkcell'in görme engellilere yönelik geliştirdiği Hayal Ortağım Uygulaması'nın "Yol Arkadaşım Kapalı Alan Navigasyon" teknolojisini kullanmaya başladı. Uygulama sayesinde engelleri kaldıran Gebze Center AVM'nin görme engelli ziyaretçileri, alışveriş merkezi içerisinde gitmek istediknoktaya sesli anlatımla rahatlıkla ulaşabilecek.

Uyguladığı hijyen kuralları ile pandemi döneminde güvenli ve keyifli bir alışveriş deneyimi sunan Gebze Center AVM, görme engelliler için anlamlı bir uygulamaya imza attı. AVM, Turkcell tarafından hayata geçirilen dünyanın en büyük ve zengin görme engelli platformu Hayal Ortağım'ın "Yol Arkadaşım Kapalı Alan Navigasyon" teknolojisini kullanmaya başladı. Turkcell'in görme engellilerin sosyal hayata eşit ve bağımsız katılmasını sağlamak için hayata geçirdiği Hayal Ortağım içerisinde bulunan Yol Arkadaşım Navigasyon uygulaması kapsamında, Gebze Center AVM'nin içerisindeki belli lokasyonlara vericiler yerleştirildi. Bu vericiler sayesinde cep telefonlarına iletilen sesli bildirimlerle AVM, herkes için engelsiz bir alışveriş deneyimi sunmaya başladı. Uygulama sayesinde Gebze Center AVM'yi ziyaret eden görme engelli misafirler, önünden geçtikleri mağazaların bilgisini Hayal Ortağım Yol Arkadaşım üzerinden sesli olarak alabilecek; AVM içi sesli navigasyon hizmeti sayesinde mağaza, asansör, danışma ve lavabo gibi konumlara rahatlıkla ulaşabilecekler. Tamamen ücretsiz sunulan hizmetten faydalanmak için Apple Store veya Google Play'den Hayal Ortağım mobil uygulamasının indirilmesi ve üye olunması yeterli oluyor. Ardından uygulama içerisindeki, Yol Arkadaşım sekmesi altında Gebze Center AVM'nin seçilmesi ile AVM hakkındaki bilgilere erişim sağlanması yeterli oluyor.

TEKNOLOJİ GÖRME ENGELLİLERİN HAYATLARINI KOLAYLAŞTIRIYOR

AVM'de aktif hale gelen uygulamayı Beyaz Ay Derneği Gebze Şube Başkanı Furkan Uğur Eşitli, Gebze Center'a gelerek deneyimleme fırsatı buldu. Hayal Ortağım Yol Arkadaşım uygulamasını kullanarak Gebze Center'daki pek çok mağazayı ziyaret eden Eşitli, "Görme engellilerin geniş ve kapalı alanlarda hareketleri daha kısıtlı oluyor. Özellikle daha önce gitmedikleri bir yerde sorun daha da büyük bir hale gelebiliyor. Bunu kolaylaştırmak için Gebze Center'ın entegrasyonunu tamamladığı Hayal Ortağım Yol Arkadaşım Projesi'nin bir görme engelli olarak benim için hayatı kolaylaştırdığını söyleyebilirim. Teknolojinin gelişimi ve bunu uygulamaya koyan kurumlarla biz görme engellilerin de hayatının ne kadar kolaylaşabileceğini görüyoruz. Bu sebeple hem bu teknolojiyi geliştiren Turkcell'e hem de Gebze Center AVM'ye bu teknolojiyi uygulamaya aldıkları için şahsım ve görme engelli vatandaşlar adına çok teşekkür ediyorum" dedi.

SORUMLU MARKA ANLAYIŞI

Gebze ve bölge halkı için önemli bir yaşam merkezi olan Gebze Center AVM, sorumlu marka anlayışı ile faaliyetlerini sürdürüyor. Görme engelli vatandaşlar için hayata geçirilen "Hayal Ortağım Yol Arkadaşım" teknolojisinin entegrasyonunu sağlayan AVM, büyük bir sosyal fayda sağlayan bu projenin yaygınlaşmasına da öncülük ediyor. Misafirlerinin sağlığını en büyük önceliği yapan Gebze Center AVM, uygulamaya aldığı hijyen ve güvenlik önlemleriyle de geçtiğimiz günlerde TSE COVID-19 Güvenli Hizmet Belgesi almıştı.



Burak Aydoğan

SONSUZ İNDİRİMİN ADRESİ: DEPOSİTE OUTLET MALL

2017 yılında büyük bir yenilenmeye giden Deposite Outlet Mall, birbirinden değerli markaların outlet mağazalarına ev sahipliği yapıyor. Güçlü marka karmasının ve sınırsız indirimlerinin yanına Lezzet Bahçesi, çocuk oyun parkı Parky, çevre düzenlemesi ve lokasyon avantajını da ekleyen Deposite Outlet Mall, Başakşehir'in yanı sıra tüm İstanbulluların uğrak noktası haline geldi. Bu dönüşümün mimarı Deposite Outlet Mall AVM Müdürü Burak Aydoğan ile yenilenme süreci ve hedefleri hakkında konuştuk.

Deposite'nin yatırımcı tarafı hakkında bilgi alabilir miyiz?

Deposite Outlet Mall, 1974'ten bugüne inşaat sektöründe faaliyet gösteren bir Sinpaş projesidir. Sinpaş'ın iştiraki olan Mülk Gayrimenkul Yatırım tarafından yönetilen Deposite Outlet Mall, Avrupa yakasının gelişim bölgesi olan İkitelli ve Başakşehir'in buluşma noktasında yer almaktadır.

Deposite Outlet Mall gerek Türk mimari unsurlarından izler taşıyan sıra dışı mimarisi ve özgün tarzı, gerekse ulusal ve uluslararası birçok seçkin markası, kafe ve restoranları ile ziyaretçilerine keyifli alışveriş imkanı sunmaktadır.

Mülk Gayrimenkul Yatırım bugün itibariyle Deposite Mall Outlet'ın yanında Flatofis Haliç, Flatofis Kağıthane, İş Modern ve Altınoran Çarşı birkaç örnek olmak üzere toplamda 1.109.066 m²'lik ticari portföyün pazarlama, kiralama, tesis yönetimi, varlık yönetimi ve proje geliştirme işlerini yönetiyor. Yurt dışında ise Almanya Frankfurt'ta yer alan; hava, kara, deniz ve demir yolu ulaşım akslarının merkezinde yer alan, 266.880 m² büyüklüğe sahip dev lojistik, ofis, perakende üssü alanında faaliyet gösteren OSWE projesinin de yönetimini üstlenmiştir.

Peki, Deposite şu an mimari ve konsept olarak nasıl bir yapıya sahip?

Bölgenin ilk karma konseptli projesi olarak öne çıkan Deposite Outlet Mall içersinde ofis ile depo bölümlerinde 117.268 m²'lik bir alanda; ofis, perakende mağazalar, endüstriyel ve sosyal alanları ile hizmet vermektedir. İhtiyaca uygun çözümler üretmek üzere tasarlanan projede her kata rahatlıkla ulaşım imkanı sunarken, endüstriyel depolama ve imalathaneye uygun tasarımıyla, iş dünyasına ayrıcalıklı ve fonksiyonel kullanım alanları ile öne çıkmaktadır. Alışveriş merkezinin konseptini ise 'Yüzde 100 Outlet' terimiyle özetleyebiliriz. Bizde indirim sonsuz. Ziyaretçilerimize, bünyemizde bulunan seçkin markaların kaliteli ürünlerine, yılın 365 günü indirimli fiyatlara ulaşma imkânını sağlıyoruz. Mimarisi ise hızlı, kolay ve ulaşılabilir bir alışveriş deneyimi yaşatmak için özel olarak tasarlandı. Ziyaretçilerimizin herhangi bir ihtiyaçlarında Deposite Outlet Mall'a uğrayıp, "gel, al, git" konseptine uygun olarak rahatça alışverişlerini yapabilmeleri adına 1000 araç kapasiteli bir açık otoparkımız ve 800 araç kapasiteli bir kapalı otoparkımız mevcut. Kısacası, Deposite'de tüm detaylar uygun fiyatlara, kaliteli ve kolay alışveriş yapma imkânını sunmak amacıyla düşünüldü diyebiliriz.

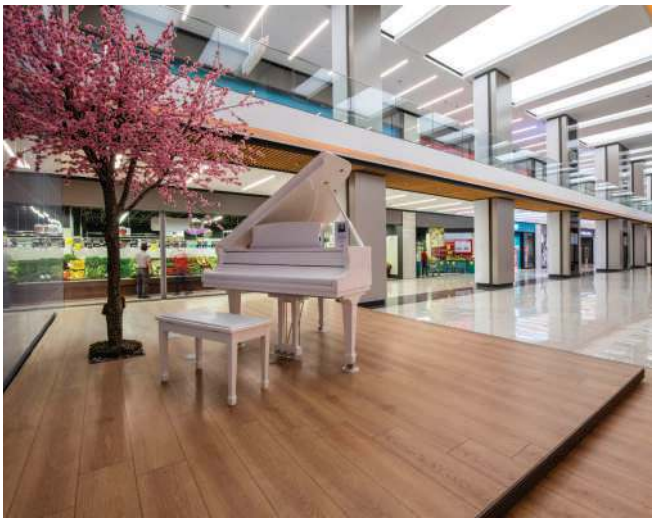


Lokasyon olarak sahip olduğunuz avantajdan bahsedebilir misiniz?

Bulunduğumuz lokasyon, bizim için büyük bir avantaj. Deposite Outlet Mall; İkitelli ve Başakşehir'in buluşma noktasında yer alıyor ve bu bölgedeki ilk outlet alışveriş merkezi. 150 metre ilerimizdeki İkitelli Sanayi Metro durağı artık Mecidiyeköy'e kadar bağlanabiliyor. Üstelik ziyaretçilerimizin metro çıkışından kolaylıkla Deposite Outlet Mall'a ulaşabileceği özel bir metro çıkışı mevcut. Çevre düzenlemesi ve otoparkımız da dâhil olmak üzere Deposite Outlet Mall'a büyük bir yatırım gerçekleştirmiş olduk. Bu yatırımın dönüşünü de şu an alıyoruz.

Deposite Outlet, açılışından bu yana bir dizi değişim yaşadı. Son olarak hayata geçen yenilenme süreci hakkında bilgi alabilir miyiz?

2017'de büyük bir yenilenme operasyonu başlattık. Önceliğimiz, yediden yetmişe tüm ziyaretçilerimizin mutluluğu ve keyifli bir alışveriş deneyimi yaşamaları. Bu bağlamda, 2 bin 700 metrekarelik bir oyun parkı olan Park'yi kurduk.





Bu yenilenme operasyonunda yeni markaları da Deposite çatısı altında buluşturduk. Penti, Türkiye'de ilk outlet tabelasını buraya astı. Yine Puma'nın Türkiye'deki ilk clearance store mağazasına ev sahipliği yapıyoruz. Watsons, Hummel, Loris Parfum, Schafer, Starbucks, Köşkeroğlu, File Market,Avansas LCW Home ve LCW Dream, Deposite'ye kattığımız önemli mağazalar oldu. Bunun yanında; Nike, Kiğılı, Mavi, Boyner, Damat, FLO, B&G Store, Armine, Tefal, Altınyıldız,Toyzshop markalarına da ev sahipliği yapıyoruz. Yakın zamanda Barrels & Oil markası Türkiye'deki ilk outlet mağazasının kapılarını burada açacak. Yeni markalarla ise görüşmelerimiz sürüyor.

ÜCRETSİZ AÇIK HAVA OYUN "PARKY"

Peki, nedir bu Parky?

Parky; şu anda Avrupa Yakası'nın en büyük ücretsiz açık hava oyun parkı. Parky ile birlikte düzenlediğimiz etkinliklerle ailelerin çocuklarını rahatlıkla getirebilecekleri bir alan oluşturmuş olduk. Bu alanda çocuklara çeşitli eğlenceli aktivitelere katılma imkânını sağlamak adına 3 büyük oyun parkurumuz mevcut. Ailelerin araçlarıyla giriş ve çıkışını kolaylaştırmak için özel alanlar tasarlayarak Parky'yi olabildiğince ulaşılabilir kılmaya çalıştık. Maksat, çocuklar ile çeşitli sürprizlerin ve sonsuz eğlencenin arasındaki tüm sınırları kaldırmaktı. Bu yüzden ücretsiz olması bizim için önemli bir unsurdu. Gün boyu alınan hijyen önlemleriyle de ailelerin çocuklarını gönül rahatlığıyla getirebilecekleri sonsuz bir eğlence dünyası diyebiliriz Parky için.

Yeme içme alanlarına yönelik yürüttüğünüz çalışmaları öğrenebilir miyiz?

Yaptığımız dönüşümle AVM'mize güçlü markalar kazandırmıştık. Ancak ziyaretçilerimizin alışveriş aralarında soluklanabilecekleri etkinlik noktaları yoktu. Örneğin kafe alanlarımız bulunmazken, yemek alanlarımız da çok kısıtlıydı. Bu eksikliği gidermek adına 'Lezzet Bahçesi' bölümünü hayata geçirdik. Bu bölüme Starbucks, Köfteci Yusuf, Döner Y, Köşkeroğlu,Mise Coffee gibi markaları getirerek sorunu çözmüş olduk. Ziyaretçilerimize, alışveriş molalarında ferah bir ortamda keyifle vakit geçirebilecekleri bir açık alan oluşturduk. Özellikle içinde bulunduğumuz dönemde, yeme-içme alanlarında temiz havadan faydalanabiliyor olmak önemli bir unsur. Bu alana birkaç tane daha marka yatırımı yapmayı planlıyoruz, böylece sonsuz indirimlerin yanında sonsuz lezzetleri de ziyaretçilerimizle buluştururken daha fazla çeşit sunabilmeyi hedefliyoruz.

Peki, pandemi sürecinden nasıl etkilendiniz?

Pandemi, AVM sektörünü derinden etkiledi. Ancak, biz hayata geçirdiğimiz değişimin meyvelerini bu dönemde topladık. Sahip olduğumuz TSE COVID-19 Güvenli Hizmet Belgesi; ziyaretçilerimizin güvenle ve keyifle alışveriş yapabilmeleri adına gereken tüm önlemleri aldığımızın bir göstergesi.

Geçtiğimiz 3 ay boyunca, pandemiye rağmen Deposite Outlet Mall'da 5 yeni mağaza açılışı gerçekleştirdik. Köşkeroğlu, File Market, Loris Parfum, Avansas, LCW Home, LCW Dream ve son





olarak Barrels And Oil Outlet'i AVM'mize bu sürecin içinde kazandırdık. Şu an kiralanabilir alanlarımızda yüzde 96 doluluk oranına sahibiz. Ekim 2020 ayı en yüksek ciroya ulaştığımız ay oldu. "Yüzde 100 Outlet" olma özelliğimiz sayesinde bu başarıyı yakaladık. Nike'ın AVM'mize çok büyük katkısı var. Nike'ın Türkiye'de 2 tane, Avrupa'da 5 tane olan clearance mağazasından biri burada. İleriki günlerde Barrels & Oil de Türkiye'de ilk outlet mağazasını burada hizmete açacak.

DEPOSİTE OUTLET MALL BURADA HER ŞEY HEM UCUZ HEM BOL

Pandemiye rağmen yakaladığınız bu başarının sırrını öğrenebilir miyiz?

İlk başta belirttiğim gibi "Yüzde 100 Outlet" olma özelliğimiz, ziyaretçi tarafında bizi tercih edilebilir kılıyor. Hatta bu özelliğimiz sayesinde çevre lokasyonlardaki AVM çeşitliliğinin artmasından dahi etkilenmedik. Bizim sloganımız belli; "Gel, al ve git". Yani Deposite Outlet, çabuk gelip çabuk çıkabildiğiniz, hızlı alışveriş yapıp kaliteyi ucuza aldığınıza emin olabildiğiniz bir merkez. Otoparkımıza giriş ile mağazamıza ulaşma aranız da çok pratik. Sekizyüz araçlık kapalı, bin araçlık da açık otoparkımız mevcut. Özetlemek gerekirse, ünlü markalarımızla sonsuz indirimler, kafe ve restoranlarıyla sonsuz lezzetler, rahat otopark girişiyle sonsuz ulaşım kolaylığı ve ücretsiz çocuk açık hava oyun parkı Parky ile sonsuz eğlence Deposite Outlet Mall'da. Yani burada her şey hem ucuz hem de bol.



Pandemi sonrası hedeflerinizden bahsedebilir misiniz?

Deposite Outlet olarak 2017'de başlattığımız dönüşüm sonucu yeni mağazalarımız ile birlikte dış cephemizde büyük bir marka zenginliği oluşturduk. Bu dönüşüm sayesinde 2017 yılından bu yana ciddi bir büyüme gerçekleştirdik. Pandemiye rağmen büyüme hedeflerimizi koruyoruz. Örneğin 14 Şubat Sevgililer Günü bizim için çok verimli geçti. 10, 11 ve 12 Şubat'ta günlük ziyaretçi sayımız ikiye katlandı. Kuyruklar oluştu mağazalarımızın önünde.

Bu süreçte kiracılarınıza ne tür destekler sağladınız?

Pandeminin başlangıcından bu yana kiracılarımıza gereken bütün desteği sağlıyoruz. Onlarla iyi bir iş ortaklığı içinde hareket ediyoruz. Kira desteğimizin dışında AVM'miz içindeki bütün reklam alanlarımızı, lightbox'ları ve TV'leri, bilboardları markalarımıza ücretsiz olarak kullandırdık. Sosyal medyamızdan kiracılarımızı destekledik. Her hafta bir marka için çekiliş yapıyoruz ve ziyaretçilerimize hediyeler veriyoruz.

Garaj Günleri ile de adınızdan söz ettiriyorsunuz. Peki bu etkinlik nasıl geçiyor?

Garaj Günlerini yılda 2 kez gerçekleştiriyoruz. 10 gün boyunca devam eden ve yılın 365 günü indirimli fiyatlara sunulan ürünleri %50-%70 ek indirimle ziyaretçilerimizle buluşturan Garaj Günleri, markalarımız açısından oldukça verimli geçiyor. Pandeminin bitmesiyle birlikte Garaj Günleri'ni hiç bekletmeden düzenleyeceğiz. Garaj Günleri'mizde ziyaretçi sayımızı yaklaşık 3'e katlıyoruz. Markaların ciroları da o ay yüzde 300 artıyor.

ANKARA'NIN 4. NESİL İLK AVM'Sİ: ALTINORAN ÇARŞI

Sinpaş'ın bir başka değerli AVM projesi olan Altınoran Çarşı; "Türkiye'nin Temalı En Büyük Konut Projesi" olan Sinpaş Altınoran'ın meydanında, Ankara Çankaya'nın kalbinde yer alıyor. Ankara'nın geniş kapsamlı 4. nesil ilk AVM'si olan Altınoran Çarşı; 36.950 m² kiralanabilir alanı, geniş terasları ve açık alan peyzaj mimarisi, yürüyüş yolları, animasyon havuzları ve farklı aktiviteleriyle küçük nüfuslu bir şehir görüntüsü sergiliyor. Ziyaretçilerinin her türlü ihtiyacını karşılamak adına Altınoran Çarşı; bünyesinde özel okuldan fitness merkezlerine, alışverişten aile sağlık merkezine kadar kapsamlı imkânlar sunuyor.

Seçkin markalardan alışveriş yapabileceğiniz mağazaları, açık ve büyük teraslı yeme içme alanlarını dünya mutfağından gurme lezzetlerle buluşturan restoranları ve ekstrem spor deneyimleri ile Altınoran Çarşı; 2015 yılından bu yana kaliteli yaşamın, eğlencenin ve sporun merkezi. Kişisel bakım-kozmetikten telekomünikasyona, marketten diş kliniğine, güzellik merkezinden kuaföre, kırtasiyeden pet shop'a kadar birçok seçenekte alışverişin gözde mekânı olarak ününü sürdürmeye devam ediyor.

Altınoran Çarşı'da ziyaretçiler, ferah ve keyifli bir alışveriş deneyimi yaşarlarken aynı zamanda, Türkiye'nin tek şehir içi kayak merkezi olan Snowland'de yılın 365 günü kayak yapmanın keyfini çıkarabiliyorlar. Türkiye'nin tek, Avrupa'nınsa en büyük yapay kayak merkezi Snowland'de; kayak, buz pateni ve snowboard gibi çeşitli aktiviteleri deneyimlemenin yanında, ulaşımın en eğlenceli hali olan teleferikle Altınoran Çarşı'nın vadi manzaralı terasına ulaşarak doğayla iç içe dakikalar geçirebilirsiniz.

Altınoran Çarşı Extremeland Macera Parkı'ysa adrenalin tutkunlarının bir diğer uğrak mekânı. Güç, denge, cesaret ve eğlence temalı birbirinden zevkli parkurlarla maceraperestler, dayanıklılıklarını test ederken aynı zamanda uçma hissi yaşatan şeffaf yürüyüş yolu Skywalk'ta heyecan dolu bir yürüyüşün tadını çıkarabiliyorlar.

Altınoran Çarşı'nın 4.000 m²'lik bir alanda konumlandırılan spor kompleksi, ziyaretçilerine yüzme dâhil dilekleri her dalda spor yapabilmenin ayrıcalığını sunuyor. Dinlenmek istediğinizde ise Starbucks, Mado, Özsüt, Good Beef, Sampi, Nunchi Coffee ve Simitçi Dünyası'nın lezzetleri sizleri bekliyor.

YENİ NESİL ÇALIŞMA ORTAMI: ALTINORAN ÇARŞI WOOP POINT

Sinpaş Holding güvencesiyle Mülk Gayrimenkul Yatırım tarafından İstanbul'dan sonra ilk kez Ankara Altınoran Çarşı'da faaliyete geçen Woop Point; yeni nesil ofis konseptiyle çalışma hayatına ve ofis yaşamına farklı bir bakış açısı getiriyor. Yeni nesil hazır ofis ve toplantı odalarının adresi olan Woop Point; müşterilerine sunduğu Hazır Ofis, Toplantı Odaları, Sanal Ofis ve Co-working Alanları ile masrafları en aza indirgeyerek çalışanlara ekonomik ve keyifli bir çalışma ortamı sunuyor.



Sinpaş Holding Ankara Ticari Alanlar Müdürü Özkan Güven

PİNO

Burger Pizza Tava

1978'den günümüze değişmeyen lezzet ve hizmet kalitesi



pino.com.tr

FESİH ve TAHLİYE

Uygulamada sıklıkla birbirine karıştırılan iki kavramı ele alacağız bu makalede: "Fesih" ve "tahliye". İlk bakışta bu terimlerin karıştırılması bir makale konusu olacak kadar önemli görünmeyebilir. Maalesef durum göründüğü gibi değil. Bu iki terimin karıştırılması birçok hak kayıplarına yol açıyor. Bu yüzden konuyu genişçe ele alma ihtiyacı hissettik. Elimizden geldiğince yalın bir anlatım sunmayı amaçlıyoruz, ancak konu çok teknik ve detaya ilişkin olduğu için bazen yalın anlatımdan uzaklaşmamızın mazur görüleceğini düşünüyoruz.

Fesih, kelime anlamı olarak "bozmak" demektir. Tahliye ise, kelime anlamı olarak "boşaltmak" demektir. Kelime anlamlarına bakınca, bir sözleşmenin bozulabileceği ve bir taşınmazın boşaltılabileceği hemen anlaşılabilir. Bu hızlı kavrayış taşınmaz kiralarında tahliye kavramının fesih kavramıyla özdeşleştirilmesine ve birbiri yerine kullanılmasına neden olmaktadır. Öyle ki, kanun koyucu bile feshi kastettiği yerde tahliye, tahliyeyi kastettiği yerde fesih kelimesini kullanabilmektedir. Yargı kararlarında fesih ve tahliye kavramlarındaki karışıklık daha vahimdir.

Bir kira sözleşmesi usulüne uygun olarak feshedildiğinde, kiracı ile kiraya veren arasındaki kira sözleşmesi de sona erer. Başka bir deyişle taraflar arasındaki kira ilişkisi ortadan kalkmış olur. Bununla birlikte daha önce kira ilişkisinden doğan borçlar hukuki hayatlarına devam ederler. Kira sözleşmesi sona ererken doğan en önemli borçlardan biri de kiralananı iade(geri verme) borcudur. Ancak kira sözleşmesi sona ermiş olmasına rağmen kiracı, kiralanandan çıkmak istemezse ve çıkmamakta diretirse, kiraya veren onu bizzat çıkartamaz. İhkak-ı hak(kendiliğinden hak alma) yasaktır. Kiraya verenin yasal yollara başvurarak kiracıyı tahliye ettirmesi gerekir. Bunu yapabilmek için de kiracının tahliyesine hükmedilmiş bir mahkeme kararı olması gerekir.

Dikkat edilirse, fesih taraflardan birinin haklı ve usulüne uygun irade beyanını karşı tarafa ulaştırması ile gerçekleşiyor. Oysa tahliye için bir mahkeme kararına ihtiyaç duyuluyor. 6098 sayılı Türk Borçlar Kanunda "tahliye borcu" şeklinde bir terim bulunmamaktadır. TBK m. 334 "kiralananın geri verilmesi" başlığı altında şu hükme yer vermiştir: "Kiracı kiralananı ne durumda teslim almışsa, kira sözleşmesinin bitiminde o durumda geri vermekle yükümlüdür". Görüldüğü üzere, kanuni tabir "geri verme borcu" şeklinde ifade ediliyor. Fesih, kira sözleşmesini bitiren bir hukuki işlem olduğuna göre, fesih durumunda kiralananı geri verme borcu doğmuş oluyor. O halde, kira sözleşmesi kanuna uygun olarak feshedilmişse ve bu konuda bir itiraz bulunmuyorsa neden tahliye davası açmak gerekli olsun? Direkt olarak icra takibine geçilmesi gerekmez mi?

Bu sorunun cevabı da maalesef yukarıdaki paragrafta ortaya konulan akıl yürütmesi kadar kolay olmuyor. Çünkü konuyu karmaşık hale getiren ikinci bir nokta daha var: Tahliye sebeplerinin sınırlılığı ilkesi. Bilindiği üzere kanun koyucu konut ve işyeri kiralarında kiracıyı korumayı amaçlıyor. Bu nedenle bir takım sınırlamalar getiriyor. Bu sınırlamalardan



Av. Pelin Baruh

biri de kira sözleşmesinde "tahliye nedenlerinin sınırlı olması". Buna göre, tahliye nedenleri sadece şahsi ihtiyaç, kanunen bakmakla yükümlü olduğu yakın akrabalarının ihtiyaçları, tahliye taahhüdü, bir kira yılı içinde iki haklı ihtar ve on yıllık uzama süresinin dolması olarak kabaca sayılabilir. Bu haller dışında kira sözleşmesinde başka tahliye nedenleri öngörülmesi geçersizdir. Bu nedenle konut ve çatılı işyeri kiralarında tahliye nedenleri sınırlıdır.

Diğer yandan bir de Kanun'da düzenlenmiş fesih sebepleri vardır. Kiralananın sonradan ayıplı hale gelmesi, kiracının temerrüdü, özenle kullanma ve komşulara saygı gösterme borcuna aykırılık, haklı(önemli) nedenle fesih, kiracının iflası ve kiracının ölümü Kanunda sayılan fesih sebepleridir. Görüldüğü gibi "fesih sebepleri" ile "tahliye sebepleri" birbirinden farklıdır. Konut ve çatılı işyeri kiralarında fesih sebeplerinin sınırlı olup olmadığı Kanun'da açıkça belirtilmemiştir. Ancak konut ve çatılı işyeri kiralarında

tahliye sebeplerinin sınırlılığı ilkesinden yola çıkarak fesih sebeplerinin de sınırlı olduğu kabul edilmektedir.

Şimdi "fesih sebepleri" ile "tahliye sebepleri" uygulamada birbirine karıştırılmaktadır. Fesih sebeplerinden biri söz konusu olduğunda da tahliye davası açılması gerektiği sanılmakta, tahliye davalarında da yanlış olarak "fesih" terimi kullanılmaktadır. Halbuki bu iki arasında çok önemli bir fark vardır. Bir fesih sebebi ile kira sözleşmesinin sona ermesinde, fesih beyanının karşı tarafa ulaştığı an esastır. Fesih beyanın karşı tarafa ulaşıp yasal süresi dolduğunda artık kira sözleşmesi sona ermiş ve kiracı da orada "işgalci" konumuna Yargıtay'ın tabiriyle "fuzuli şağil" konumuna düşmüş olur. Fuzuli şağile karşı başvurulacak yollar daha fazladır ve artık kira bedeli yerine ecrimisil talep edilir. Ecrimisil ise, en azı emsal kira bedelleri üzerinden olmak üzere başka zararları da kapsayabilecek bir tazminat türüdür. Oysa kira bedeli önceden belirlenmiş zamanla da emsal bedellerin altında kalmış olan bir bedeldir.

Bir tahliye sebebi ile kira sözleşmesinin sona ermesinde ise karşı tarafa gönderilen beyan(ihtar) kira sözleşmesinin sona ermesine yol açmaz. Aksine bir tahliye davası açılması gerekir. Mahkeme tahliye kararı verirse, ancak karar kesinleştiğinde kira sözleşmesi sona ermiş olur. Tahliye davasının da en azından birkaç yıl süreceği göz önüne alınırsa "fesih" gibi hemen kira sözleşmesini sona erdiren bir yöntem ile ne kadar farklı olduğu anlaşılır.

Uygulamada fesih sebeplerinden kaynaklanan durumlarda da "tahliye davası" açılmakta, gerek dilekçelerde gerekse kararlarda "fesih" yerine "tahliye" ve "tahliye" yerine "fesih" kavramı özensiz bir şekilde kullanılmaktadır. Sonuçta bir çok hak kaybı yaşanmakta ve bir çok hukuki imkan heba edilmektedir. Kanunların iyi uygulanması ile kötü uygulanması arasındaki farkın en belirgin şekilde görüldüğü örneklerden biri budur.

Bu karışıklık, akdin feshiyle birlikte İcra ve İflas Kanunu m. 272 ve devamı maddelerinde düzenlenen kiralananın ilamsız tahliyesi gibi büyük bir imkanın kullanımını engellemektedir. Halbuki Prof. Dr. Erol CANSEL, hasılat kiralarına ilişkin kıymetli çalışmasında açıkça akdin feshinden sonra kiraya verenin İİK m. 272 ve devamı hükümlerine istinaden icra dairesinden kiracının tahliyesini talep edebileceğini ifade etmektedir [Bakınız: Erol CANSEL, Türk Hukukunda Hasılat Kirası, Ankara 1953, s. 145]. Yine aynı konuda Prof. Dr. Haluk BURCUOĞLU da birçok Yargıtay kararından örnekler vererek tahliye davasının net bir şekilde ayırt edilebilmesi için "geri verme(iade) davası" teriminin kullanılması gerektiğini yazmasına rağmen sorun devam etmektedir [Bakınız: Haluk BURCUOĞLU, Uygulama ve Öğretiden Örneklerle Özel Hukukta Quo Vadis(nereye), İstanbul 2016]. Öyle görünüyor ki, sorun geniş bir hukukçu kitlesi tarafından anlaşılıp ısrarla dile getirilmedikçe çözülmeyecek!



YENİ KUŞAK, BAĞIMSIZ ÇALIŞACAĞI İŞ MODELLERİ İSTİYOR



Yeni teknolojilerin bağımsız girişimleri çok daha kolay hale getirmesiyle birlikte dünyada ve Türkiye'de kendi işini kurmak isteyen kişi sayısı giderek artıyor. Esnek çalışma saatleri, maksimum verimlilik ve kendi işinde çalışmanın verdiği motivasyon, çoğu kişiyi farklı iş modellerine yönlendiriyor.

Pandemi süreciyle iş yapış şekillerinin giderek hız kazandığı bir süreçte artık iş dünyasının kavramları da değişiyor. Gig ekonomi, freelancer gibi adını sıkça duyduğumuz bu kavramlara bir yenisi daha ekleniyor; "Marka Elçileri". Yeni çalışma modellerinin gelişmesiyle işini 'patron' gibi yapan profesyonelleri bir araya getirerek Türkiye'de tüketici destek hizmetleri alanında ilk olan yeni nesil çalışma platformunu hizmete açan Champs Kurucu Yönetici Mahir Tüzün, Teknoloji alt yapılı müşteri hizmetleri sektöründe kendi işinin patronu olma anlayışının giderek arttığını belirtti. Tüzün, Gig iş modeli ile uzaktan patron gibi çalışan profesyonellerin müşteri temsilciliği kavramının yetkin marka elçisi unvanına evrilme sürecinin ise hızlandığını vurguladı.

YENİ KUŞAK, KENDİ İŞİNİN PATRONU OLMAK İSTİYOR

Dünyadaki dinamiklere bağlı olarak bireysel girişimcilik hareketlerinin giderek arttığını ifade eden Champs Kurucu Yönetici Mahir Tüzün; "Teknoloji, iş yapma biçimimizde devrim yaratmaya devam ediyor. Artık hepimiz daha esnek koşullarda, iş/özel yaşam dengesinin sağlandığı çalışma koşullarının ve çalışılacak projenin çalışan tarafından seçilebildiği bir iş yaşamı istiyoruz. Bunun yanı sıra artık işletmeler de hem fikren hem de teknolojik olarak belli başlı hizmetleri işin uzmanlarına "uzaktan" yaptırmayı amaçlıyor. Bu noktada özellikle de Y ve Z kuşaklarının iş dünyasındaki hakimiyeti ciddi oranda hissediliyor. Bağımsız çalışma, kendi sınırlarını kendi belirleme, fiziksel sınırlara bağlı kalmama gibi kuşak özellikleri, kendi işinin patronu olmak isteyen kişi popülasyonunu arttırıyor." dedi.

PANDEMİ, BU SÜRECİ 10 YIL HIZLANDIRDI

Kendi işinin patronu olma fikrinin temelini oluşturan Gig (bağımsız çalışma) modelinin pandemiyle birlikte daha da yaygınlaştığına dikkat çeken Tüzün, şöyle konuştu: "Girişimciliğin yükselen değer olduğu bugünlerde teknolojinin sağladığı olanaklarla halihazırda bir kurum ya da şirkette yaptığımız işi, koşullarını sizin belirlediğiniz biçimde kendi işinizin patronu olarak yapabilir hale gelmiş durumdayız. Özellikle de pandemi süreci iş yapma biçimlerinin dijitale evrilmesini en az 10 yıl hızlandırdı. Pandemi koşullarının hızlandırdığı dönüşümlerden birisi de iletişim merkezlerinin can damarı olan müşteri temsilcilerinin iş yapma biçimlerinde ve çalışma koşullarında oldu. Gig bu ekosistemde ciddi bir rüzgar yarattı diyebiliriz."

Tüzün, sözlerini şöyle noktaladı: "Kendi işinin patronu olma yaklaşımıyla hayat bulan Champs, tüm çalışanların kendi yetkinliklerine ve tercihlerine göre projelerde görev alabilmesini, çalışma saatlerini ve koşullarını özgürce belirleyebilmesini ve en önemlisi de ürettiklerinin tam karşılığını alabilmelerini sağlıyor. Bu noktada Champs olarak kendi işinin patronu olma motivasyonuyla kolektif bir çalışma anlayışı yaratıyoruz."


Süleyman Orakçıoğlu

Damat, Tween, D'S Damat'ın sahibi ve Orka Holding'in Yönetim Kurulu Başkanı Süleyman Orakçıoğlu, "Geri dönüşüme, sürdürülebilir geleceğe çok odaklıyız. Elli pet şişeden bir takım elbise üretiyoruz. Üretim standartlarında daha az kaynak kullanımı sağlıyoruz." dedi.

50 PET ŞİŞEDEN BİR TAKIM ELBİSE ÜRETİYORUZ

Damat, Tween, D'S Damat'ın sahibi ve Orka Holding'in Yönetim Kurulu Başkanı Süleyman Orakçıoğlu, salgının gölgesinde geçen iş yaşamı ve şirketlerinin gelecek planları hakkında bilgiler verdi. Türkiye'de geçen yıl başlayan COVID-19 salgını nedeniyle 2020'de 75 gün mağazaları açamadıklarını ifade eden Orakçıoğlu, hazirandan itibaren yavaş yavaş yüzde 50 kapasiteyle çalışmaya devam ettiklerini söyledi. Temmuzdan itibaren ekime kadar hedeflere doğru gitmeye başladıklarını aktaran Orakçıoğlu, "Uzun süredir hafta sonu kapalıyız, hafta içi de kısıtlı. Olumsuz etkiliyor bu tabi. Aralık ayından itibaren başladı bu durum. Ama her şeye rağmen gemiyi yüzdürüyoruz." diye konuştu.

2020'de özellikle sektör itibarıyla yüzde 30'luk bir daralma olduğunu anımsatan Orakçıoğlu, "Bunun baz etkisiyle 2021'in daha iyi olacağını düşünüyoruz. Bu yılın en stresli başlangıcı ilk üç ay olacak. Nisan, Mayıs, Haziran itibarıyla ertelenmiş talep nedeniyle 2020'ye göre en az yüzde 20 daha iyi olacaktır." değerlendirmesini yaptı.

YURT DIŞINDA 180 MAĞAZA İLE HİZMET VERİYOR

Süleyman Orakçıoğlu, Orka Holding olarak sektörün bir mozaiği gibi olduklarını ifade ederek, sektörde sadece üretim, sadece ihracat, sadece perakende, marka ve tasarım gibi alanlarda yoğunlaşan markaların bulunduğunu hatırlattı. Orakçıoğlu, Orka Holding'in ise hem yurt içi hem yurt dışında üretim, ihracat, perakende ve tasarım alanlarında faaliyette bulunduğunu söyledi. Erkek giyimde markalı ihracatta lider olduklarını belirten Orakçıoğlu, yurt dışında 500'e yakın, yurt içinde ise üretim dahil 2 bin 500'e yakın çalışanlarının bulunduğunu ifade ederek, 180 tanesi yurt dışında olmak üzere 400'e yakın mağazalarının bulunduğunu kaydetti.

GERİ DÖNÜŞÜM EN ÖNEMLİ GÜNDEM OLACAK

Orka Holding Yönetim Kurulu Başkanı Süleyman Orakçıoğlu, salgından sonra insanların satın alma tercihlerinin sürdürülebilirlik ve doğaya saygı nedeniyle farklı hassasiyetler kazandığını ifade ederek, sözlerini şöyle tamamladı: "İnsanlar sadece ürün değil topluma katkı istiyor. Sağlık ve hijyene olan ihtiyaç da artıyor. Ürünün değerini iyi anlatmamız lazım. İnsanların en fazla gülmeye ve umuda ihtiyacı var. Biz mesela geri dönüşüme, sürdürülebilir geleceğe çok odaklıyız. 50 pet şişeden bir takım elbise üretiyoruz. Üretim standartlarında daha az kaynak kullanımı sağlıyoruz. Doğa dostu ve sürdürülebilir tasarımlarımızı Sonbahar-Kış 2020 koleksiyonu ile beğenilere sunmuştuk örneğin. Doğaya bırakılan pet şişelerin toplanarak eritilmesi ile üretilen yeni nesil ipliklerimizle, takım elbiselere, yeleklere, ceketlere ve pantolonlara hayat vermiştik. Çevreye duyarlılık ve geri dönüşüm önümüzdeki dönemde en önemli gündem olacak ve biz de tüm markalarımızla geleceğin duyarlı müşterisine ve onların yeni nesil beklentilerine cevap vermeye hazırlanıyoruz."

FİRMALARA A'DAN Z'YE

DİJİTAL DÖNÜŞÜM REHBERLİĞİ YAPIYORUZ

Pandemi, her firma için dijital dönüşümü zorunlu kıldı. Dijital dönüşümün sağladığı avantajlardan bahsedebilir misiniz?

Dijital dönüşümün ne kadar gerekli olduğunu biz firmalara anlatmaya çalışırken, COVİD 19 pandemisi başladı ve teknoloji firmalarının uzun zamandır hep beraber yapamadığını bu salgın adeta tek başına gerçekleştirdi. Dijital dönüşüm, sadece ana odağında insanın olduğu teknoloji dönüşümü değil, iş yapma şeklinin dönüşümüdür ve önemli olan dijital dönüşüme nasıl hazırlandığınızdır. Hazırlık aşaması olmadan panikle dönüşüm çalışması yapmak, dönüşmemekten daha zararlıdır.

Dijital dönüşümün başarıya etkisi kârlılık, farklılaşma ve hız olarak karşımıza çıkıyor. Şirketler dijital dönüşüm ile; müşteri beklentilerini daha iyi karşılayarak yenilikçi ürün ve hizmetler sunmayı ve böylece rekabette farklılaşmayı; iş süreçlerini iyileştirmeyi; maliyetlerini düşürüp gelirlerini artırmayı sağlamayı hedefler. Logo Yazılım Dijital Dönüşüm Hizmetleri olarak müşterilerimize uygun danışmanlık hizmetleri sunarak onların dijital dönüşümünü de sağlayacağımız çözümler sunuyoruz.

Dijital dönüşüm sadece teknolojik yatırımlar olarak mı görülmeli? Firmalar, dijital dönüşüm konusunda nelere dikkat etmeli?

Şirketlerin dijital dönüşümü nasıl tanımladığı önemli, sadece teknolojik dönüşüm değil iş yapma şeklinin dönüşümü olduğu, odağında insanın bulunduğu ve sürekli adaptasyon gerektiren bir süreç olduğu unutulmamalı. Dijital dönüşüm nesnelerin interneti, bulut bilişim, büyük veri ve analitik, robotik süreç otomasyonu gibi Endüstri 4.0 teknolojileri üretim sektörünü yeniden yapılandırıyor. Kurumlar her türlü iş süreçlerini elektronik ortama taşımak için yatırım yaparken, ihtiyaçlarını doğru analiz edecek ve yenilikçi iş çözümleri sunacak bir desteğe ihtiyaç duyuyor. Dijital dönüşüm sürecinin iyi bir danışman firma önderliğinde yürütülmesi de önemli. Biz, Logo Dijital Dönüşüm Hizmetleri olarak firmalara A'dan Z'ye dijital dönüşüm rehberliği yapıyoruz.



Süheyla Özgül

Logo Dijital Dönüşüm Genel Müdürü Süheyla Özgül ile dijital dönüşüm danışmanlığı hakkında konuştuk. Dijital dönüşümün bir teknoloji satın alma değil dijital kültür dönüşümü olduğunu belirten Özgül, "Dijital dönüşüm sürecinin iyi bir danışman firma önderliğinde yürütülmesi önemli. Biz, Logo Dijital Dönüşüm Hizmetleri olarak firmalara A'dan Z'ye dijital dönüşüm rehberliği yapıyoruz." dedi.

Peki, dijital dönüşüm danışmanlığı hizmeti firmalara dijitalleşme sürecinde nasıl bir katkı sağlıyor?

Dijital dönüşüm danışmanlığı, sürecin bir bütün olarak görülmesini, gerçek ihtiyacın saptanmasını ve gerekli entegre çözümlerin bir arada sunulmasını sağlıyor, hız ve zaman kazandırıyor. Müşterimizle el ele omuz omuza dijitalleşme yolunda yürüyor ve onları olabilecek en iyi sonuca ulaştırıyoruz. İhtiyaçlarını ürünlerimizle karşılıyoruz, gerekirse özel yazılım geliştiriyoruz. Türkiye'de dijitalleşme konusunda sahada en çok karşılaştığımız zorluklar arasında; firmaların danışmanlık almadan süreci yönetmeye çalışmaları, yönetimin değişime yeterince inanmaması, çalışanların değişime olan direnci, yeni yetkinlikleri benimseyememesi, süreçlerin tarifsiz olması ve siber

tehditler bulunuyor. Bu bağlamda dijital dönüşümün bir teknoloji satın alma değil dijital kültür dönüşümü olduğunu anlamak birçok zorluğun aşılmasındaki en temel noktalardan biri.

Logo Yazılım olarak dijital danışmanlık ve destek hizmetleriniz hakkında bilgi alabilir miyiz?

Logo olarak; Dijital dönüşüm danışmanlığı hizmeti ile başlayan bu süreçte e-arşiv, e-fatura, e-defter, e-irsaliye içeren ERP başta olmak üzere; İnsan kaynakları, İş akışı platformu, B2B, CRM, Bütçe, Proje yönetimi, İnşaat Çözümleri, Müstahsil çözümleri, Depo çözümleri, Veri Toplama, Banka entegrasyon çözümleri, İş zekası, İş ve işçi sağlığı güvenlik çözümleri ve özel yazılım geliştirme hizmetleriyle müşterilerin dijital dönüşüm yolculuğuna rehberlik ediyoruz. Dijital dönüşüm konusuna ilgi duyan kişilere daha kolay erişmeyi sağlamak için dijitaldonusum.com web sitesi hayata geçirildi.

Şirketlerin entegrasyon ve süreç verimini artırabilmek için RPA (Robotic Process Automation) konusunda geliştirme ve destek faaliyeti yürütüyoruz.

ÇOK ULUSLU ORTAK PROJELERDE YER ALIYORUZ

Ayrıca ERP alanına özel Bulut Bilişim Altyapısı olan Logo PaaS ile dijitalleşmeyi ve buluta geçişi destekliyoruz. Büyüyen verinin işlenebilmesi ve anlamlandırılabilmesi için logo.us kapsamında makine öğrenmesi destekli ERP/Analitik süreçlerini gerçekleştiriyoruz. Türkçe doğal dil işleme desteği ve akıllı ajanlar ile hem kendi kurumsal süreçlerimizi hem de paydaşlarımızın süreçlerini makine öğrenmesi destekli hale getiriyoruz. Bugün Dijital Dönüşüm Hizmetleri Birimi, Türkiye ve Hindistan'daki ekiplerle iş birliği yaparak çok uluslu ortak projelerde yer alan; müşterilerine dijital dönüşüm rehberliği yapan, Logo ürünlerinin sahada en iyi uygulamalarını gerçekleştirerek büyük ve başarılı projelere imza atan çevik bir organizasyon olarak Logo Grubun içinde önemli bir rol üstlenmiş durumda.

Müşterilerinizin özel ihtiyaçlarını belirlerken nasıl bir yol izliyorsunuz? Proje sonrası hangi destek hizmetlerini sunuyorsunuz?

Logo Dijital Dönüşüm Hizmetleri olarak firmalara A'dan Z'ye dijital dönüşüm rehberliği yapıyoruz. Geçtiğimiz aylarda geçekleştirdiğimiz DOST (Dijital Olgunluk Seviye Tespit) anketini tüm sektöre fayda yaratmak için ücretsiz olarak sitemiz üzerinden herkesin erişimine sunduk. Anket firmaların kendilerini dijitalleşme yolunda nerede olduklarını fark etmelerini sağlıyor. Dijital ihtiyaçlarını ortaya çıkartarak entegre bir çözüm oluşturmak için de istedikleri takdirde danışmanlık hizmeti teklifi sunuyoruz. İhtiyaçları doğrultusunda müşterimize uygun entegre çalışacak çözümler oluşturuyoruz. Sunduğumuz çözüm sadece Logo Yazılım ürünlerinden oluşmayabiliyor. Firmanın dijital dönüşümünü başarıyla tamamlamak ana hedefimiz. Dijital dönüşüm yolculuğuna birlikte başladığımız firmalar ile projeler fazlar halinde sürüyor. Hayata geçen projenin sonrasında destek hizmetlerimizle hizmet vermeye devam ediyoruz.

Rakamlar ile ifade edersek, Türkiye'de şirketlerin dijitalleşmesi hangi aşamada?

TÜBİSAD'ın yayınladığı Türkiye Dijital Dönüşüm Endeksi, firmaların dijital dönüşümü açısından olgunluk seviyesini ölçüyor ve dünyadaki diğer ülkelerle karşılaştırıyor. 2010-2020 yılındaki son araştırmaya göre Türkiye'deki firmaların dijital dönüşüm endeksi sayısı 5 üzerinden 3.06, 2019 yılında da 2.94'idi. 100 ila 500 çalışanı olan 14 bin 250 civarındaki firma ile yapılan MTS'in Nisan 2020 araştırmasında ise bu işletmelerin yüzde 63'ünün önümüzdeki sene IT bütçesi olarak 250 bin lira ve altı rakam ayırdığını görüyoruz.

Logo Yazılım olarak bu gerçeği kabul ederek hareket ediyoruz, çözümlerimizi bu doğrultuda geliştiriyoruz ve firmalara bu gerçekler ile yaklaşıyoruz. Alacak çok yolumuz olsa da süreç içerisinde görüyoruz ki bu iş ortaklığına açık ve bizimle yol almak isteyen de çok fazla firma var.



Advertorial



NielsenIQ'nun 2021 yılında gerçekleştirdiği "Pandemi Döneminde Tüketici Davranışlarını Anlamak" başlıklı araştırmaya, Türkiye'deki tüketicilerin yüzde 75'inin son 6 ay içinde davranış biçimlerini değiştirdiklerini gösteriyor. Bu oran global ölçekte ise yüzde 66 seviyesinde.

PANDEMİ, SATIN ALMA DAVRANIŞLARINI DEĞİŞTİRDİ

Covid-19 pandemisi dünyanın dört bir yanında tüketicilerin satın alma davranışları, neyi nasıl satın aldıkları üzerinde benzersiz bir etki yaptı. NielsenIQ'nun 2021 yılında gerçekleştirdiği "Pandemi Döneminde Tüketici Davranışlarını Anlamak" başlıklı araştırmanın sonuçları, Türkiye'deki tüketicilerin artık daha tedbirli olduklarını ve satın alma alışkanlıklarını bugünün dünyasının yeni ekonomik koşullarına göre değiştirdiklerini işaret ediyor. Tüketicilerin yarısının gelirleri konusunda kendilerini güvende hissettiklerini ortaya koyan araştırma, Türkiye'deki tüketicilerin yüzde 75'inin son 6 ay içinde davranış biçimlerini değiştirdiklerini gösteriyor. Bu oran global ölçekte ise yüzde 66 seviyesinde.

BUGÜNÜN TÜKETİCİSİ FARKLI

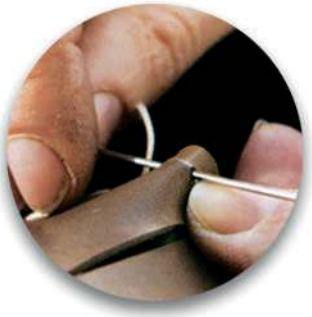
NielsenIQ'nun araştırmasına göre, Türkiye'deki tüketicilerin büyük bir kısmı, bütçelerini yönetmek için farklı davranışlar geliştiriyor. Tüketicilerin %45'i markadan bağımsız promosyonlara göre ürün tercih ediyor ve %44'ü ise tasarruf etmek için aktif olarak market markalı ürün arayışı içerisinde. Bununla birlikte, tüketicilerin neredeyse yarısı (yüzde 48) marka sadakatini koruyor ve tercih ettiği markayı satın almaya devam edeceğini ifade ediyor.

TÜKETİCİLER, KALİTELİ VE HESAPLI ÜRÜN İSTİYOR

Hızlı tüketim ürünlerinde, kalite ve değer hala tüketiciler tarafından yüksek talep görüyor. Türkiye'deki tüketicilerin %74'ü yüksek kalitedeki ürünlere daha fazla ödemeye razı durumda ve %88'i "kaliteli" ve "hesaplı" ürün yelpazesinin genişlemesini istiyor. Bu sonuçlar, Türkiye'deki hızlı tüketim ürünleri markaları için orta vadede büyük bir potansiyel fırsatını işaret ediyor.

TÜKETİCİ HARCAMALARI YENİDEN ŞEKİLLENECEK

NielsenIQ Tüketici Araştırmaları Direktörü Filiz Öztürk, "Covid-19 ile başlayan süreç hem Türkiye'de hem de global ölçekte hanelerin satın alım gücü üzerinde benzersiz bir etki yaptı." dedi. Filiz Öztürk, şöyle konuştu: "Tüketiciler 2021'de harcamalarını yeniden şekillendirecekler, bu yeni davranış biçimlerini anlamak ise marka ve perakendecilere bu dönemde büyüme sağlayacak. Üretici firmalar ve perakendeciler, bu dönüşüm içindeki tüketici davranışlarının farkında olmalı, çünkü bugünün tüketicisi dün bildiklerinden çok farklı. Tüketiciler ürünlerin en önemli özelliklerini tartıp biçmeye eğilimli olduğu için, artık ürünler çok daha yoğun bir inceleme altında."



% 100

Hand Made



EST. 1931

CLUB

HANDCRAFTED SHOES

GETİR, 300 MİLYON DOLARLIK YENİ BİR YATIRIM ALDI

Getir, 2.6 milyar dolar değerleme ile 300 milyon dolarlık yeni bir yatırım aldı. Getir'in kurucusu Nazım Salur, şirketin artık bir 'unicorn' olduğunu açıkladı. 1 milyar dolar üzeri değerlemesi olan şirketler 'unicorn' olarak adlandırılıyor. Türkiye'de Getir'den önce oyun firması Peak Games 'unicorn' olduğunu açıklamıştı.



Nazım Salur

Dünyada ilk kez ortalama 10 dakikada market ürünleri teslimat modelini 2015 yılında başlatan Getir, aldığı 300 milyon dolarlık yeni yatırımla 2,6 milyar dolarlık değerlemeye ulaşarak sadece 5,5 yıl gibi kısa bir sürede Unicorn olma başarısını gösterdi. "Beş harf iki heceli" Getir kelimesini tüm dünyaya sevdirmeyi hedefleyen Getir, Londra'nın yanı sıra yakın zamanda Almanya, Fransa ve Hollanda'da hizmete başlamaya hazırlanıyor.

Daha önce dünyada yapılmamış 10 dakikada market ürünleri teslimat modeli fikri ile kurulan teknolojik girişim Getir, geçtiğimiz Ocak ayında ikinci yatırım turunu 128 milyon dolarla tamamlamıştı. Yalnızca iki ay içinde üçüncü turu da tamamlayan Getir, yerli ve yabancı fonlardan 300 milyon dolar değerinde yeni yatırım alarak değerlemesini 2,6 milyar dolara çıkardı. Getir, 5,5 yıl kadar kısa bir sürede Unicorn olan ilk Türk şirketi oldu.

2 AYDA 2 YATIRIM TURU TAMAMLANDI

İki ay içinde iki tur tamamlayan Getir'de üçüncü turun liderliğini yeni yatırımcılardan Silikon Vadisi merkezli Sequoia Capital ve mevcut fonlardan New York merkezli Tiger Global üstlendi. Daha önceki tura katılan 8 fondan 7 tanesi de bu son tura katıldılar.

Getir Kurucusu Nazım Salur, şöyle konuştu: "Dünyada ilk kez ortalama 10 dakikada market ürünleri teslimat modelini Getir ile 2015 yılında başlattık. İş modelimize olan yoğun ilgi nedeniyle geçtiğimiz turun üzerinden henüz 2 ay geçmeden bir tur daha yatırım alma imkanı doğdu. Biz de bunu değerlendirerek 300 milyon dolarlık yeni kaynak yaratarak yurt dışı pazarlarda daha hızlı büyümeye odaklanacağız. Aldığımız bu yatırımla 2,6 milyar dolar değerlemeye ulaşarak Türkiye'nin Unicorn'u olmanın mutluluğunu yaşıyoruz. Önümüzdeki aylarda Almanya, Fransa ve Hollanda'da da Getir operasyonlarını başlatacağız. Pandeminin kontrol altına alınmasını takiben Brezilya'da da bu iki heceli Türkçe kelimeyi sevdirmeyi arzuluyoruz. Getir'in Unicorn olmasında en önemli katkıyı veren bayilerimizin saha çalışanları olan kurye ve depo görevlilerine kıdeme dayalı olarak dağıtılmak üzere, 25 milyon TL'yi bayilerimiz kanalıyla paylaşacağımızı da belirtmek isterim."

3 HEDEF: ALMANYA, FRANSA, HOLLANDA

Türkiye'nin Unicorn'u Getir, hizmet verdiği ülke sayısını 5'e çıkarmayı hedefliyor. İkinci turda alınan yatırımın ardından Ocak ayı sonunda Londra'ya hızlı bir giriş yapan Getir'in hedefleri arasında Almanya, Fransa ve Hollanda da var. Yeni ülkelerde 2021'in ilk yarısında hizmete başlamayı planlayan Getir, güçlü ekipler oluşturmak için iş başvurularını almaya başladı.

2021'E DAMGA VURACAK E-TİCARET TRENDLERİ



Cenk Çiğdemli

E-ticaretin tüm dünyada hızla büyümesi, sektöre ilişkin farklı dinamiklerin ortaya çıkmasına neden oldu. TOBB E-ticaret Meclisi Üyesi, Ticimax E-ticaret Sistemleri Kurucusu Cenk Çiğdemli, 2021 yılında sıkça konu başlıklarına taşınacak e-ticaret trendlerini aktardı. İşte 2021'e damga vuracak 5 e-ticaret trendi:

OYUN İÇİ PAZARLAMA: 2020'de dijital oyun harcamaları online harcamalar içinde en çok artış gösteren kategorilerden biri oldu. Bu hızlı yükseliş markaların gözünü oyunlara çevirmiş durumda. 2021'in başı çeken trendlerinden birinin oyun içi pazarlama olacağını düşünüyorum. Markalar bu dünyayı potansiyel müşterilerine temas etmek için daha fazla kullanacaklar. Ünlü markaların giysileri ile avatar giydirme gibi farklı ve yeni pazarlama modelleri yükselişe geçecek.

BULUT MUTFAK: Covid-19 pandemisiyle beraber sadece paket teslim için çalışan restoran konseptine alıştık. Fakat bu konsept pandemiden sonra da kalıcı olacak gibi görünüyor. Tüm dünyada bulut mutfak konsepti rağbet gören bir trend olarak öne çıkmaya başladı. Oturma yerlerinin olmadığı, küçük metrekarelerle kiralanan mutfaklar, ünlü restoranların lezzetlerini her semte taşımayı mümkün kılıyor. Bu konseptin 2021'de giderek yaygınlaşacağını tahmin ediyorum.

DEPO VE LOJİSTİKTE YAPAY ZEKA: Türkiye'de her yıl yüzde 30-35 arası bir büyüme gösteren e-ticaret sektörü 2020'de pandeminin etkisiyle yüzde 60 büyüme gösterdi. Bu hızlı büyüme depo ve lojistik alanında ciddi bir hareketlenmeye neden oldu. Yapay zeka kullanan, yeni nesil depo ve lojistik yazılımları kullanılmaya başlandı. 2021'de hem depolamada hem de teslimat aşamasında yenilikçi yapay zeka uygulamalarının başı çeken trendlerden biri olacağını düşünüyorum.

CANLI YAYIN SATIŞLARI: Bağlantı kalitesinin artması ile canlı yayınların artık e-ticarette de kullanımı yaygınlaşacaktır. Yavaş yavaş yaygınlaşmaya da başladı aslında. Satıcılar kendi e-ticaret sitesinde canlı yayın yaparak ürünlerini satabiliyor. Özellikle hızlı tüketim malzemeleri kategorisinde çok etkili bir yöntem olacaktır. Canlı yayın satışları her kategoride kullanılabilir ancak hızlı tüketim ürünleri kategorisinde, ürün deneme yapan influencer deneyimi ile birleştirilerek e-ticarete farklı bir boyut getirebilir.

2. EL TİCARET: 2. el ürün pazarı ve bu alanda hizmet veren online pazaryerleri son birkaç yılda zaten yükselişteydi. Pandemiyle beraber globalde sürdürülebilirlik ve tasarruf konularında bir farkındalık oluştu. Global ekonomik kriz de bunu tetikledi açıkçası. Küresel raporlarda 2. el pazarın toplam değerinin 2 yıl içinde 65 milyar dolara ulaşacağı öngörülüyor. Özellikle Z kuşağı, iklim krizi ve fazla tüketimin dünya üzerinde yarattığı ağırlığın farkında ve bu konuda çok hassas. Tüm bu nedenler 2021'de 2. el satış yapan pazaryerlerinin daha da büyüyeceğini göstermekte.



E-TİCARETTE FMCG'NİN YÜKSELİŞİ



Alkaş tarafından düzenlenen; FutureCommerce360 Konferansı yedinci yayınıyla, üyelerin etkinliklerini ve profesyonel ağlarını tek bir platform üzerinden yönetmeyi sağlayan Digital Network Alkaş'ta gerçekleştirildi. FMCG sektörünün (Hızlı Tüketim Ürünleri) masaya yatırıldığı oturumlarda katılımcılar önemli paylaşımlarda bulundu.

ALKAŞ GENEL MÜDÜRÜ YONCA AKÖZER: F360 Konferansı'nda e-ticaretin başka bir yönünü ele alarak güncel, vizyonel ve uluslararası bilgileri sizlere iletmeye çalışıyoruz. İş yapış şeklimizin değiştiği günlerde "E-ticaretin hızı kalıcı mı olacak?" sorusunu artık sormuyoruz. Pandemi ile geçen bir yılın ardından kalıcılığı artık herkes tarafından biliniyor. Her geçen gün yeni iş modelleri, yeni markalar, yeni mecralar hayatımıza giriyor. Digital Network Alkaş platformunda hedefimiz; farklı sektörlerin birbirlerinden bilgi alması, iş birlikleri ve iş görüşmeleri yapabilmeleri ve yenilikleri takip edebilecekleri bir platform oluşturmak. Perakende sektörünün can damarı olan FMCG Sektörü'nün e-ticaretteki tırmanışını izlemek ve bu tırmanışta Digital Network Alkaş üyeleri arasında farklı sektörlerin deneyimlerinden yararlandığını görmek ve bir ortak akla hizmet etmekten dolayı mutluyuz.

TÜBİSAD YÖNETİM KURULU BAŞKANI K. ERMAN KARACA: FMCG Sektörü'nün giderek artan oranda e-ticaretin içerisine entegre olmasıyla birlikte yaşamlarımız ve iş yapış şekillerimizin yaşadığı olağanüstü değişimle farklı bir boyuta taşınacak gibi görünüyor. Bu yakınsamayı güçlendiren hiç kuşkusuz pandeminin getirdiği zorunlu kısıtlamalar oldu. Kısıtlamalar bizi, 2020'nin ilk aylarından itibaren ofislerimizden ve fiziksel alışveriş kavramından uzaklaştırmış durumda. Bu dönemde ev için hızlı tüketim ürünlerinde özellikle daha uzun süreli dayanabilen, stoklanabilen ve büyük paketli tüketim ürünlere olan talebimiz artarken yurtdışı ürünler, otomotiv, ev ve mobilya gibi alışverişlerimizde keskin bir düşüş gözlemlendi.

NİELSENIQ TÜRKİYE GENEL MÜDÜRÜ DİDEM ŞEKEREL ERDOĞAN: Pandemi ile birlikte hızlı tüketim ürünleri pazarında gözlemlenen büyümenin aynı şekilde devam ettiğini söyleyebiliriz. 2021 yılının ilk 2 ayında ülkemizde hızlı tüketim ürünlerindeki ciro büyümesi yüzde 24 olarak gerçekleşti. Öte yandan gerek Avrupa'da gerek Türkiye'de pandemi ile birlikte e-ticaretin uçuşa geçtiğini görüyoruz. E-ticaret, 2021'in ilk 2 ayında da rekor kırmaya devam ediyor. Geçtiğimiz yılı hızlı tüketim ürünlerinde yüzde 118 büyüme ile kapatan e-ticaret, 2021'in ilk 2 aylık döneminde de yüzde 151 büyüme ortaya koydu. Bu da e-ticaretin ülkemizdeki etkisini ve önemini sürdüreceği anlamına geliyor.

MİGROS TİCARET A.Ş E-TİCARET OPERASYON BAŞKANI MURAT İLGİN: Migros e-ticarette 6 katlık bir büyüme gerçekleştirdi. Ticari kaygılar dışında

sorumluluk bilincimiz önemliydi. Türkiye pazarından 2020 yılında e-ticarette yüzde 10 pay aldık. 2019'da 200 mağazamız vardı. 2020 yılında ise 800'e çıkardık. 4.000'den fazla personel istihdam ettik. 10 Mart günü ilk vakalar çıktığında bu kararlarımızın çoğunu vermişti. Bu kadar büyük montanlar için bunlar çok hızlı kararlardı. 60 yaş üzerine ücretsiz teslimat uygulamasını yaptık, gölge mağazaları başlattık ve online trafik için hizmete geçirdik. Bu konuda dünyada ilkiz. Robotik yatırımlar yaptık. Geriye dönüp baktığımızda topluma karşı olan sorumluluklarımızı gerçekleştirmenin gururunu duyuyoruz.



ECZACIBAŞI TÜKETİM ÜRÜNLERİ E-TİCARET BAŞKANI DİDEM BODUR: E-ticarete zaten yatırım yapıyorduk ancak pandemiyle bu yatırım oldukça hızlandı ve çoğaldı. İnsan kaynağımızı bu vesileyle iki katına çıkardığımız bir dönem içerisindeyiz. Klasik iş modellerini yeni organizasyon yapımızla daha hızlı "bypass" ediyoruz ve tüketici ihtiyaçlarına daha hızlı dönebiliyoruz. Organizasyon yapımızın en önemli süreci insan kaynağımızın dijital yetkinliklerini artırmak oldu. E-ticaretteki pandemi ile beraber daha bütünsel yakınlaşmaya başladık. Yani tüm kanallarımıza bu değişimi nasıl yansıtırız diye bakıyoruz. Bu noktada tüm satış kanallarımıza bu trendi dahil etmeyi planlıyoruz.

BALPARMAK PAZARLAMA DİREKTÖRÜ HAKAN ŞIPKAN: Sadece ülkemizde değil global çapta tüm herkes etkilendi. Yeni gelişmeler doğrultusunda tüketiciler davranış şekillerini değiştirdi. Balparmak olarak değişen ve gelişen dünyada biz zaten tüketici alışkanlıklarını yakından takip ediyorduk. Buna göre biz zaten bal ve ürünlerinin tüketiminin artacağını öngörüyorduk. 2019 yılında biz kendi online satış platformumuzu oluşturmuştuk. Oranlarda bir süre boyunca düşüş yaşandı. Pandemi dönemi öncesi e-ticaret yapımız mevcut olduğundan dolayı bu süreç bize avantaj kazandırmış oldu.

BİZİM TOPTAN PAZARLAMA & CRM DİREKTÖRÜ RAŞİT ÇEBİ: Sektör oyuncularının en öncelikli amacı deneyimi iyileştirmek, deneyim iyileştiği ölçüde kullanıcının da kalıcı olduğu görülüyor. Daha iyi bir satın alma, kargo deneyimi olduğu sürece kullanıcılar dijital satın almaya sadık kalıyor. Firmamızın müşteriyi tanıma, farklı alışveriş yaptırma gibi ciddi bir CRM gücü var. Ticari müşteriyi tanıma yetkinliğimizi bireysel müşteriye açıldığında kullanmaya başladık. Offline daki CRM verimizi online ile eşleştirmeye başladık. Önümüzdeki süreçte müşterisini daha iyi tanıyan, alışkanlıklarını, marka tercihleri ile daha iyi bilen pazar yerleri fmcg firmalarına avantaj sunmaya devam edecek. Doğru müşteriye doğru zamanda doğru teklifi sunmak gerekiyor.

UNİLEVER E-TİCARET DİREKTÖRÜ AKSEL KONFİNO: Yıllardır geleneksel bir ticaret ortamında offline ticaretini sürdüren bir şirketiz. Dijitalleşen dünyayla beraber, hem daha iyi servis verebilmek hem de daha "nokta bazlı hedefleme" yapabileceğimiz pazarlama aktivitelerini devreye sokabilmek adına yaklaşık 3 senedir pazara giriş yöntemimizi dijitalleştirmek üzerine çalışıyoruz. 2020 yılı içerisinde Unishop'la beraber çalışan bir satış platformu oluşturduk. Böylelikle Unilever'in desteklediği iki model oluştu. Pandemiyle beraber iki model de beklentimizin çok üstünde bir taleple karşılaştı.









MÜŞTERİLERİMİZİN HAYATINA KALİTE VE HIZ KATIYORUZ



Migros Ticaret A.Ş, hem offline hem de online kanallarda müşterilerin hayatına kalite ve hız katmak için çalışıyor. Her kitleden müşterinin taleplerini de dikkate alan Migros'un uyguladığı strateji hakkında bilgi aldık.

Pandemi, müşteri davranışlarını temelden etkiledi. Market sektöründe müşteri deneyimi ve algısıyla ilgili nasıl bir değişim yaşandı?

Pandemi dönemi ile birlikte genel tüketici profilinde bir değişim olduğunu söyleyebiliriz. Yaşanılan sağlık kaygısından ötürü, şeffaflık, güvenilir gıda ve güvenilir ambalaj gibi konularda çok daha duyarlı bir tutum sergileniyor. Sağlık ve şeffaflık başlıklarının yanı sıra pandemi, dijitalleşme sürecini de 5 sene ileri götürdü ve e-ticarette kat etmeyi hedeflediğimiz yolu daha hızlı adımlarla yürümüş olduk. Tüketici artık tek tıkla her türlü ürünü evinden sipariş verebilir hale gelirken, bunun kolaylığı ve rahatlığını yaşıyor. Hem offline, hem de online tarafta müşteriler kalite ve hız odaklı olarak hareket ediyorlar.

Migros olarak müşterilerinin hayatını kolaylaştıracak ne tür teknolojik çözümler üretiyorsunuz?

Migros olarak, mağazalarımızın yanı sıra Migros Sanal Market, Taze Direkt, Macro Online ve Migros Hemen gibi birçok farklı kanaldan müşterilerimizin ihtiyaçlarını farklı kanallardan karşılarken, yenilikçi vizyonumuzla perakende sektörüne yön veren yeni hizmetler hayata geçiriyoruz.

Migros Mobil'de yer alan MKolay özelliği ile müşterilerimiz mağaza alışverişleri esnasında kendi mobil cihazlarından barkodlarını okuttukları ürünleri direkt olarak alışveriş torbalarına atıyor ve ürünleri kasadan tekrar geçirmeden Jet Kasa'lardan ödeme yapabiliyorlar. Bu uygulama sayesinde müşterilerimiz 30 saniyede kasada işlemini tamamlayıp çıkabiliyor. Mağazalarımızın önünde bulunan 7/24 self servis mağazamızla ise müşterilerimizin hayatlarına hız kazandırmayı ve hayatlarını kolaylaştırmayı hedefliyoruz.

MONEYPAY HEM HIZLI HEM GÜVENLİ

Yakın zamanda müşterilerimizin hızlı, kolay ve güvenli şekilde finansal işlemlerini gerçekleştirebilecekleri MoneyPay mobil uygulamamızı devreye aldık. Ücretsiz olarak kullanıma sunulan uygulamamız üzerinden dijital cüzdana tanımlanan kredi kartı ile havale/EFT yöntemiyle ya da Migros ve Macrocenter kasalarından uygulamaya bakiye yüklenebiliyor, ayrıca kişiye özel olarak tanımlanan hazır limitleri ile yapılan alışverişlerin ödemesini daha sonra gerçekleştirebilme imkanı sunuyoruz.

Ayrıca dünyada alanında ilk olan robot destekli ürün toplama asistanı olan TARO sistemini mağaza depolarımızda kullanmaya başladık. Yoğun talep artışına yanıt olarak ürün siparişlerinin hazırlanmasına büyük bir hız kazandıran sistem ile online siparişlerdeki ürün toplama hızımız 5 katına çıktı.

Öte yandan perakende sektöründe bir ilke imza atarak, meyve ve sebze ürünlerinin tedarikçinden müşteriye sunulana kadar olan süreci şeffaf bir şekilde erişme imkanı sunan meyve sebzede blockchain uygulamasını hayata geçirdik.

Her kuşak farklı bir müşteri deneyimi istiyor. Böyle bir süreçte müşteri sadakatini nasıl sağlıyorsunuz?

Migros olarak farklı kuşaklara ulaşmak için öncelikle iç ekibimizi gözlemliyoruz. Her kitleden müşterinin taleplerini anlamak daha kolay bir hale geliyor. Her yaş grubuna uygun farklı stratejiler geliştiriyoruz. Çoklu kanal stratejimiz çalışmalarımızı uygularken her kitleye ulaşmamızda en etkin yol oluyor.

PAŞABAHÇE, İLK DENEYİM MAĞAZASINI AÇTI

Paşabahçe Mağazaları, alışveriş keyfine keyif katan, müşteri deneyimini bambaşka bir noktaya taşıyacak ilk deneyim mağazasını İstanbul Erenköy'de, Bağdat Caddesi'nde hizmete açtı. Paşabahçe Mağazaları'nın, Türkiye'deki mağazacılık anlayışına yepyeni bir soluk getiren ve dijital yeniliklerle geliştirilen deneyim mağazasında ürünler, ilham verici trend alanlarında sunularak müşterilerin kolaylıkla seçim yapabilmesine imkan sağlanıyor.

Paşabahçe Mağazaları Erenköy'de her katta konumlandırılan zengin içeriğe sahip interaktif dijital ekranlar sayesinde müşteriler, ürünler ve koleksiyonlar arasında kolaylıkla seçim yapabiliyor, aradıkları ürünün nerede olduğunu kolayca bulabiliyor ve satın alma sürecini mobil cihazları üzerinden QR kod okutarak elinde hiçbir ürün veya sepet taşımadan kasaya giderek tamamlayabiliyor. Mobil uygulamanın sunduğu önemli bir diğer özellik ise mağazada veya evinizde ne zaman isterseniz kullanabileceğiniz Hediye Bulma Sihirbazı.

Hediye denince akla gelen ilk marka olan Paşabahçe Mağazaları, hediye seçmekte zorlananlar için hem mobil uygulamadan hem de Erenköy mağazasındaki interaktif ekranlar üzerinden kullanabileceğiniz bir çözüm sunuyor. Hediye almak isteyeceğiniz kişinin cinsiyetine, hobilerine ve kişisel zevklerine ve hatta hediye bütçenize en uygun hediye seçeneklerini sizin yerinize seçip, öneren bu uygulamayı kullanmak kullanıcı dostu arayüzü sayesinde oldukça kolay ve eğlenceli oluyor.



TAVUK DÜNYASI'NDAN 3 YENİ RESTORAN BİRDEN

Tavuk Dünyası, Karaman, Adana ve Mersin'de açılışını gerçekleştirdiği 3 restoranıyla birlikte lezzet noktaları haritasındaki restoran sayısını 224'ye çıkardı. 2020 yılında Türkiye'nin 11 şehrinde 16 yeni restoran açan Tavuk Dünyası, 2021 restoran yatırımları kapsamında ise Park Karaman AVM, Adana M1 AVM ve Mersin Marina AVM'deki restoranlarını açarak konuklarını ağırlamaya başladı. Tavuk Dünyası Mersin AVM restoranı aynı zamanda Şeften İste paket servis hizmeti de sunuyor. Lezzetseverler Tavuk Dünyası'nın tüm restoranlarında sunulan gel-al servisinden de yararlanabiliyorlar.



Tavuk Dünyası CEO'su Volkan Mumcu, Karaman, Adana ve Mersin'de kapılarını konuklarına açan yeni restoranlarıyla ilgili olarak şunları söyledi: "Kurulduğumuz günden bu yana, tüm çalışmalarımızı hep daha fazla sayıda misafirimize akılalmaz lezzetlerimizi sunma motivasyonu ve heyecanıyla yapıyoruz. Bu motivasyonumuzu değişen koşullarda da asla kaybetmiyor ve büyüme planlarımız dahilinde yeni yatırımlarımızı sürdürüyoruz. Markamıza duyduğu güvenle çalışmalarını kesintisiz şekilde sürdüren tüm yatırımcılarımıza ve bizlerden ilgilerini eksik etmeyen konuklarımıza ise ayrıca teşekkür ediyorum. Tavuk Dünyası ailesi olarak bu yıl da büyümeye ve daha çok sayıda misafirimizi ağırlamaya devam edeceğiz."

Tavuk Dünyası, AVM restoranlarının sayısını 165'e Türkiye'deki toplam restoran sayısını ise 50'den fazla şehirde 224'ye taşımış oldu.

TEK TIKLA YÜZLERCE RENGİ GÜVENLE DENE





Flormar; müşteri odaklı global vizyonu ile makyaj severlerin ihtiyaçlarına cevap veren, ürünlere dokunmadan güvenli makyaj ve alışveriş deneyimi sunan yeni projesi ile yine sektöründe fark yaratmaya devam ediyor. Renkli kozmetik pazarındaki 50 yılı aşkın tecrübesiyle, 110 ülkede varlığını gösteren ve dünya çapında her yıl ortalama 100 milyon kadına ulaşan Flormar, gücünü renk ve çeşitlilikten alan dünyasını, yeni teknoloji atılımı olan arttırılmış gerçeklik uygulaması Flormar Sanal Makyaj ile daha da zenginleştiriyor. Pandemiyle beraber değişen tüketim dinamiklerini ve dijitalleşmenin etkisiyle müşterilerinin değişen ihtiyaçlarını dikkate alan, doğru analiz eden Flormar, arttırılmış gerçeklik konusunda başarıları ile bilinen Türk teknoloji girişimi PulpoAR ile hayata geçirdiği Flormar Sanal Makyaj deneyimi sayesinde güvenli – temassız makyaj deneyimi sunuyor ve bu deneyimi daha renkli, daha inovatif, daha güvenli hale getiriyor.

www.flormar.com.tr, Flormar APP, mağazalarda yer alan QR kodu okutarak ve Instagram (@flormarturkiye) hesabında yer alan filtre ikonuna tıklayarak Flormar Sanal Makyaj deneyimine ulaşmak mümkün. Aynı zamanda, İstanbul İstiklal Caddesi'ndeki flagship mağazada yer alan Akıllı Ayna (Smart Mirror) ayna ekranına dokunmadan telefonla kumanda edilebiliyor. Akıllı Ayna ile temassız, güvenli ve eğlenceli alışveriş imkanı sunan Flormar makyaj severlere "omnichannel" bir deneyim sunuyor.

MEDİAMARKT MAĞAZA SAYISINI 82'YE ÇIKARDI

Türkiye'de sektöründe açık ara bir numaralı marka olma yolunda yatırımlarına devam eden MediaMarkt, bu doğrultuda ülkedeki mağaza ağını da her geçen gün genişletmeye devam ediyor. Geçtiğimiz haftalarda Antalya'da mağaza açılışı gerçekleştiren MediaMarkt, şimdi de Tekirdağ'a açtığı mağaza ile ülkedeki mağaza sayısını 82'ye yükseltti. MediaMarkt yıl sonuna kadar 90 mağazaya ulaşmayı hedefliyor.

Yıl sonunda 90 mağazaya ulaşmayı hedeflediklerini belirten MediaMarkt Türkiye Operasyondan Sorumlu İcra Kurulu Üyesi Hulusi Acar, tüm yatırım ve çalışmalarını Türkiye'nin en çok tercih edilen çok kanallı elektronik perakendecisi olma vizyonu doğrultusunda gerçekleştirdiklerini belirtti. Acar, şöyle devam etti: "MediaMarkt Türkiye olarak çok kanallı bir perakendeciyiz ve dijital kanallarımıza her geçen yıl



daha fazla yatırım yaparken fiziksel mağazacılık kaslarımızı da güçlendirmeye devam ediyoruz, bu kapsamda ilk günkü heyecanla ülkemize olan yatırımlarımızı sürdürüyoruz. Müşterilerimizi teknolojinin her çeşidi ile bir araya getirmek için fiziksel mağazalarımızda 50 bine varan ürünü tercihlerine sunuyoruz. Üstelik, bu çeşitliliği sadece fiziksel mağazalarımızdan değil online satış kanalımız üzerinden de sağlamak için, 9 binden fazla ürün çeşidini barındıran mediamarkt.com.tr ile sektörümüzde açık ara en çok ürünü tüketicilerimizle buluşturmanın mutluluğunu yaşıyoruz."

İŞLETMELERİN YÜZDE 14'Ü

BULUT BİLİŞİM UYGULAMALARINI KULLANIYOR



Türkiye'de işletmelerin bulut bilişim teknolojilerini kullanma oranının yüzde 14'le sınırlı kaldığı bildirilirken, Torkapp Satış ve Pazarlama Direktörü Eren Çulcuoğlu, "KOBİ'lerin dijital dönüşümü, e-Fatura ve e-Arşiv ile sınırlı kalmamalı." uyarısında bulundu.

2020'nin ilk aylarından bu yana tüm dünyayı etkisi altına alan koronavirüs salgını, pek çok alanda olduğu gibi girişimcilik ekosisteminde de dijital dönüşümü sürdürülebilirliğin temel şartı olarak konumlandırdı. TÜİK verilerine göre, tüm girişimlerin yüzde 99,8'ini KOBİ'lerin oluşturduğu ülkemizde, girişimlerin bilişim teknolojilerini kullanım oranı da uyarıları beraberinde getirdi. Veriler, Türkiye'deki KOBİ'lerin yalnızca yüzde 14'ünün bulut bilişim teknolojilerini kullandığını gösterirken, bu oran küçük ve orta ölçekli işletmelerde yüzde 11,9, büyük ölçekli işletmelerde ise yüzde 22,2 olarak kaydedildi.

Teknoloji çağında KOBİ'lerin varlığını sürdürebilmesi için iş süreçlerini bütünleşik bir altyapıya taşımaları gerektiğine dikkat çeken torkapp.com Satış ve Pazarlama Direktörü Eren Çulcuoğlu, "Teklif, sipariş, stok, üretim emri, e-Fatura ve teslimat gibi adımlar, her ölçekteki şirketin yönetiminde kritik rol oynar. Dijitalleşmeden söz etmek içinse satış sürecini etkileyen tüm bu adımların, satış odaklı iş yönetimi ile uçtan uca yönetilmesi gerekir. Bu noktada KOBİ'lerin dijital dönüşümü, e-Fatura ve e-Arşiv ile sınırlı kalmamalı." dedi.

ÜCRETSİZ E-DÖNÜŞÜM DANIŞMANLIĞI SUNUYOR

KOBİ'lerin girişimcilik ekosistemindeki niceliksel üstünlüğünü niteliksel üstünlüğe dönüştürmek için çalıştıklarını belirten Eren Çulcuoğlu, "TORK, işletmelere bulut tabanlı bir çalışma ekosistemi sunuyor. Şirketler, iş yazılımının yatırım maliyetine katlanmadan, aylık ve yıllık ödemelerle cep telefonu, bilgisayar ya da tablet üzerinden mekândan bağımsız bir şekilde çalışabiliyor. KOBİ Danışmanı sertifikasına sahip ekibimiz ihtiyaçları belirlemede işletmelerle yan yana çalışırken, işletmeyi ilgilendiren tüm konularda ücretsiz servis hizmetleri sunmaya özen gösteriyor. Herhangi bir eğitim ve ek yatırıma ihtiyaç olmadan, sistemli bir iş modeli yaratmak günümüzde artık mümkün. Karmaşık süreçleri analitik düzlemde hata payını en aza indirerek düzenliyor, bu sayede organizasyonel verimlilikte 5 kata kadar iyileşme sağlayabiliyoruz." ifadelerini kullandı.

TİM VE TEB'İN DESTEĞİNİ ALDI

Türkiye İhracatçılar Meclisi ve Türk Ekonomi Bankası (TEB) iş birliğiyle yürütülen TİM-TEB Girişim Evi'nden destek aldıklarına da değinen Eren Çulcuoğlu, şöyle konuştu: "Her ölçekten şirketin e-Dönüşüme yüzde 100 entegre olması için çalışıyoruz. Şirketler için yeni çağın tüm gerekliliklerini göz önünde bulundurarak geliştirdiğimiz yazılımla şirketlerin satış sürecine odaklanıyor; ön muhasebe, CRM, stok, proje yönetimi, iş takibi ve insan kaynakları gibi organizasyonel işlevlerin basitçe yönetilip takip edilmesini sağlıyoruz. Şimdi ise TİM-TEB Girişim Evi tarafından finansman, kamu desteklerine ulaşma, ihracat başlatma ve geliştirme, inovatif ürünleri yurt içi ve dışı platformlara sunma gibi konularda destekleniyoruz. Buradan aldığımız güçle daha fazla KOBİ'nin iş süreçlerini bütünleşik bir altyapıya taşımasına yardımcı olacağız."



TABİAT, IPEKYOL İLE YENİ MEVSİMİ KARŞILIYOR

Uzaktan yansıyan güneşin ışık oyunları ve doğanın yeni mevsime uyanışını simgeleyen onlarca kuş melodisinin keyif veren frekansı... Doğayla diyalog halindeki renklerinden ilham alan Ipekyol İlkbahar-Yaz 2021 Koleksiyonu, yeni sezonun yükselen tasarımlarını sunarak, şehrin sokaklarına ve hatta kumsallara, geceye ve gündüze uyarlanarak yepyeni ufuklara doğru yelkenlerini açıyor. Yeni mevsim ruhunu iyiden iyiye hissettirecek parlak renk kodları ve desenleriyle ön plana çıkan Ipekyol İlkbahar-Yaz 2021 Koleksiyonu'nda, soyut desenlerden ilham alan uçuşan elbiseler ve etekler dekoratif yaz portresini gün yüzüne çıkarıyor. Country stili romantik bir şekilde yansıtan pötikare desenli maksi sarı elbiseler ve vazgeçilmez bir klasik haline gelen puantiye desenli elbiseler, çabasız yaz görünümlerini zarif ve havadar gösteren parçalar arasında yerini alıyor. Sıcacık yeni mevsimin romantik atmosferine eşlik edecek tasarımlar, Ipekyol İlkbahar-Yaz 2021 Koleksiyonu'nda buluşarak sizi dingin sulara doğru davet ediyor.

MACHKA İLE YENİDEN YAZ

Feminen tasarımları eşsiz ince işliğiyle buluşturan Machka İlkbahar-Yaz 2021 Koleksiyonu uzaktan esen hafif meltemlere doğru bir yolculuğa çıkıyor. İlhamını ilkbaharın uyanışı ve yaz mevsiminin renk kombinasyonundan alan koleksiyon seçkisi, güçlü Machka kadınlarının keyifli anlarına eşlik ediyor. Dekoratif fiyonkların ön plana çıktığı koleksiyon seçkisi, Arzum Onan'ın zarif stiliyle buluşuyor. Yaka detayında double size fiyonk detaylı yanık portakal renkli bluz ve ton sür ton etkisi yaratan, feminen bel hattını iki defa saran kemer detaylı kırmızı ceket ve pili detaylı etek ise kusursuz takım kombinizi gözler önüne seriyor. Ayın büyülü ışıltısıyla uyum yakalayan davetlerde ön plana çıkacak, omuz dekolteli ve pili detaylı ekru ceket ve buna eşlik eden havuç kesim pantolon ise tüm ilgileri üzerinize çekiyor. Güneşin tatlı ışıltısını içinde barındıran jakar kumaşlar ise bu kez ceket ve eteklerde buluşarak feminen tarzınızı yansıtıyor.



ZÜHRE İLE BU YAZ SADELİĞİN FARKINI HİSSET

Zühre, "Farkını Hisset" mottosu ile 2021 ilkbahar/Yaz sezonunu açtı. Zühre kadınının fark yaratan, net duruşunu simgeleyen bir koleksiyon hazırladı ve isminin ilhamını da buradan aldı. Güçlü ve net renklerden oluşan yeni koleksiyonu ile sezona merhaba diyen Zühre, zamansız siyah ve asil beyazı buluşturan renklerin yanı sıra canlı renklerle de merhaba dediği mevsimi yansıtıyor. Çizgisinde ise, minimal dokunuşlar, kalitesinden ödün



vermeyen kumaşlar ve zarif işçilik ile farkını hissettiren bu koleksiyon Zühre'nin moda tutkunu kadınlara yaz hediyesi. Stili ile kendinden söz ettiren, özgüveni yüksek, fark yaratan kadınlara ithaf edilen bu koleksiyonda ferah kumaşlar, açık renkler, çizgililer, tunik ve bol pantolonlar ve her zamanki gibi trençkotlar yeni sezon gardırobunun en önemli detayları olarak karşımıza çıkıyor. Tasarımlarında özgür ve yaratıcı çizgilere yer veren Zühre, yeni koleksiyonuyla gardıropları yeni mevsime hazırlıyor.

ESSENTİAL LOOKS, 2021'İ SAÇLARDA RENK YILI İLAN ETTİ

Yeniliğe, ilham almaya ve yaratıcılığa odaklanan Schwarzkopf Professional'ın Essential Looks ekibi, 2021'i renk yılı olarak tanımlayan yeni saç koleksiyonunu yarattı. Royal Glory olarak adlandırılan bu sezonki koleksiyonun içinde ise Magical Whimsy, Back to Classics ve Artful Feeling olmak üzere 3 yeni saç trendi bulunuyor. Essential Looks'un, IGORA ROYAL markası ile birlikte hazırladığı yeni saç trendleri, ilkbahar ve yaz sezonunun çok daha renkli geçeceğini müjdeliyor. Belirlediği trendlerle dünya saç modasının yaratıcısı konumundaki Schwarzkopf Professional'ın dünyanın dört bir yanındaki moda haftalarından ilham alarak geliştirdiği Essential Looks'un yeni ilkbahar yaz koleksiyonu Royal Glory, 2021'e renk katmaya hazır. Rengin dönüştürücü gücünün kullanıldığı koleksiyonda bu sezon Magical Whimsy, Back to Classics ve Artful Feeling trendleri öne çıkıyor. Trendler, Schwarzkopf Professional'ın iddialı saç renklendirme markası IGORA ROYAL ile birlikte efsaneleşiyor.





LEVI'S® MADE & CRAFTED® ERKEK KOLEKSİYONU

Konu sahil yöreleri olunca, güneşli Kaliforniya ve Fransız Rivierası'yla aşık atmak zor! Bu ikisini bir araya getirince sadece en iyi sahil destinasyonuna değil, aynı zamanda Levi's® Made & Crafted® İlkbahar/Yaz 2021 erkek koleksiyonunun ilham kaynağına da ulaşmış olursunuz. Koleksiyon; yelkenli tamirinden esinlenen ustalıklı detaylarla vurgulanmış özgün bir bitiş işlemine odaklanarak, yumuşak, modern bir estetik sunuyor. Levi's® Made & Crafted®'ın premium ürünlerinden, daha geniş bir düz kesim sunan yeni 551®Z Authentic Straight ve daha rahat bir kesime sahip Loose Straight'in de seriye eklenmesiyle 2021 İlkbahar/Yaz sezonunda, daha bol silüetlerin çoğaldığını görmeye devam ediyoruz. Rahat kesimler aynı zamanda; Oversized Type II Trucker, 90'lardan ilham alan geniş bir kesime sahip, sık dokunmuş pamuktan yapılmış düşük omuzlu yeni Short Sleeve Loose Tee ve oversize hoodie'ler gibi üst giyim modellerinde de karşımıza çıkıyor.

GÜNEŞİ SEVENLER KULÜBÜ GURURLA SUNAR

Sokağın özgür ruhu Twist, yeni mevsimin tüm renklerini şimdi Twist Gang ekibi ile sunuyor. İçindeki yükselen enerjiye eşlik edecek, ritimlerine ayak uyduracak ve bir o kadar da sezona adapte olacak cool parçaları sunan Twist İlkbahar-Yaz 2021 Koleksiyonu, biraz romantik ama bir o kadar da asi tarafını ortaya çıkaracak tasarımlarıyla sezonu domine ediyor. Yeni heyecanlara ve yeni maceralara atılmaya hazır "denim on denim" akımı, bu kez oversize görünümüyle karşına çıkıyor.



Jean pantolon ve jean ceket ile uyumu yakalayan bu ikiliye eşlik eden rengarenk sweatshirt'ler ise evde veya dışarıda her an seninle kalmaya niyetli! Hippie stilinin vazgeçilmezi batik desenler, günümüze uyarlanarak kombin alanını genişletiyor ve croped top, straight jean'lerden göz kırpıyor. Güneşin tadını çıkaracak tasarımlar, Twist Gang kadrajından sana uzanarak hayatın renklerini barındıran bir seçki sunuyor.

MARKALAR, DİJİTAL PAZARLAMANIN TÜM KANALLARINI KULLANMALILAR



Doç. Dr. Mustafa Aydın

UFRAD Franchising Derneği Genel Başkanı Doç. Dr. Mustafa Aydın: "Dijital ortam artık hayatımızın bir parçası, bir gereklilik. Markalar, dijital pazarlamanın tüm kanallarını kullanmalılar. Bu yönde ciddi yatırım yapan markalar özellikle daha genç ve dinamik girişimcilere de kolaylıkla erişebildiklerini fark edeceklerdir."

Pandemi, bütün sektörleri derinden etkileyen bir süreç. Franchise sisteminin bu süreçte markalara sağladığı yararlardan bahsedebilir misiniz?

Franchising sistemi, yatırımcıya, marka sahibinin yıllarca kurumsallaşmak için çalıştığı bilgi birikimini kullanarak bulunduğu bölgede fırsat eşitliği yaratma olanağı tanıyor. Franchise sistemi sektörde büyümek isteyen yatırımcılara gerekli sermaye tutarının düşüklüğü, girişimcinin motivasyonu, sistemin standart olması, kabul görmüş bir marka ile daha hızlı kazanç ve kontrol mekanizması gibi faydalar sunmaktadır. Her zaman, franchising ile büyümenin sunduğu fırsatlar tüm girişim fırsatlarından çok daha makul ve mantığa yakındır. 2021 yılı itibari ile salgının seyrinin azalacağını ümit ederek korona virüsün insanların franchising sistemi ile girişimcilik seçeneğini daha fazla değerlendirmesine imkan yaratacağını düşünüyorum. Yeni dönemde gerekli sermaye tutarının düşüklüğü ve birçok bankanın sağladığı kredi imkanları ile franchising pazarlamasının gerilemesinden ziyade ilerleyeceği kanaatindeyim.

Franchising ile büyüyen markalar, bu süreçte rekabette öne çıkma adına pazarlama stratejilerini nasıl belirlemeli?

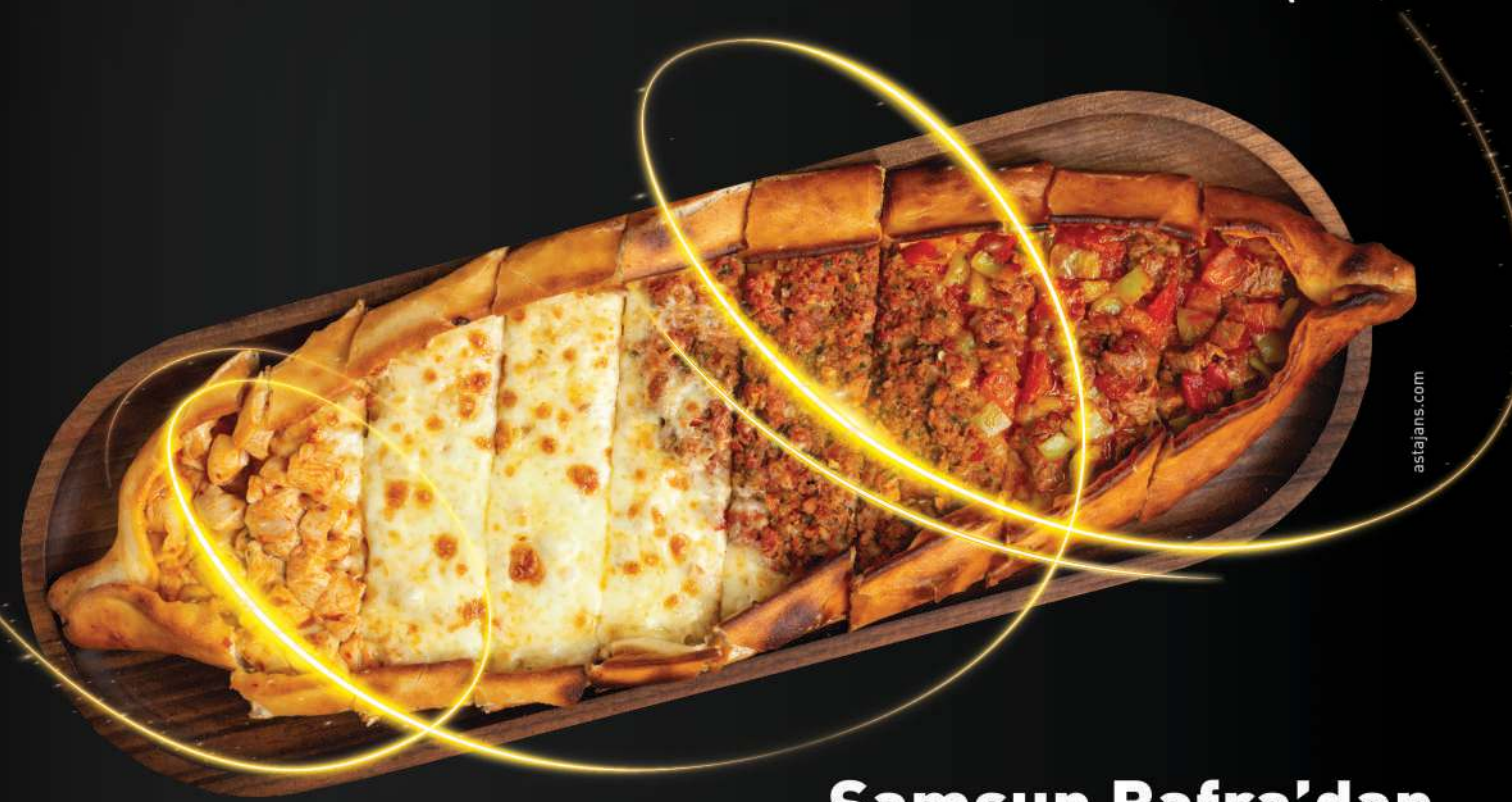
Aslında salgın öncesinde sadece en iyi kalite ve hizmetle yatırımcıları yakalayabilen firmalar artık hız, kalite ve erişebilirlik kanallarını en iyi düzeyde tutmak zorunda. İnsanlar özellikle paket servisin daha da gündeme gelmesiyle sürekli kargo bekler halde ve pek tabii bu hizmeti en hızlı ve en kaliteli yapabilen markalar başarılı olacaktır. Süreç nedeniyle evden çalışma dönemi ile online eğitimler, Zoom toplantıları ve webinarların ne kadar öne çıktığını hep birlikte gözlemlemiş olduk. Daha önceki röportajlarımda da sürekli dile getirdiğim gibi dijital ortam artık hayatımızın bir parçası, bir gereklilik. Markalar, dijital pazarlamanın tüm kanallarını kullanmalılar. Bu yönde ciddi yatırım yapan markalar özellikle daha genç ve dinamik girişimcilere de kolaylıkla erişebildiklerini fark edeceklerdir.

Peki, UFRAD olarak firmalara markalaşma yolunda ne tür katkılar sağlıyorsunuz?

Daha fazla markamızın yurtdışına açılmasını, Turquality ve marka yönetimi programlarına katılmasını istiyor ve destekliyoruz. Ayrıca ülkemizde franchise sistemlerinin en doğru ve sağlıklı şekilde yürütülmesi için de UFRAD Akademi eğitimlerimiz, sertifika programlarımız, webinarlarımız, online Zoom toplantılarımız, bültenlerimiz, faaliyet raporlarımız, sektör temsilcileri ile gerçekleşen toplantılarımıza devam ediyor, Yönetim Kurulu üyesi olduğumuz Avrupa Franchise Federasyonu (EFF) ve ekonomik platformlarda da üye markalarımızı temsil ediyoruz. Dönem başkanı olduğumuz Dünya Franchise Konseyi (WFC) ve Asya Pasifik Franchise Konefedrasyonu (APFC) ve yakın ilişki içerisinde bulunduğumuz sektör temsilcilerimizle de üye markalarımızı temsil etmeye devam edeceğiz.

Nokul®

Bafra Pidesi & Köfte & Kebap



Samsun Bafra'dan
Dünyaya Ün Salmış

Geleneksel Lezzet Bafra Pidesi ve
Karadeniz'in en özel pideleri

Çok Yakında Deposite Outlet Mall
Nokul'da!

Halkalı Cad. No:150 Sefaköy Küçükçekmece / İstanbul
www.nokul.com.tr - bilgi@nokul.com.tr

0 212 540 40 01

/nokulbafrapidesi

YENİ DÖNEMİN FRANCHİSE EKOSİSTEMİNE GETİRDİĞİ TANIM; HİBRİT FRANCHİSE

Özellikle son dönemde hayatımıza giren küresel salgın etkisi ile Ülkemizde ve Dünyada dijitale hızlı bir yönelim gözlemlenmektedir. Hızlı dönüşüm içinde teknolojinin, günlük hayattan sosyal hayatın her alanında hissedildiği bir çağa girilmiştir.

Teknolojiye uyum sağlamak zorunda olan markalar müşterilerine ulaşmak için geleneksel satış yöntemlerinden farklı bir alışveriş sistemini sunmak durumunda kaldılar. Alışverişte ortaya çıkan bu farklılaşma üreticilerin çeşitli alanlarda faaliyet göstermeleri ve satın alma biçimlerindeki değişim de yeni teknolojik gelişmelere açık olmalarına zemin sağladı.

Artık pazarda değişik bir süreç yaşanmakta ve değişime ayak uyduran markalar bir adım öne geçebilmektedir. Franchise ekosistem 'in de ki markalar Pandemi sürecinde teknoloji alt yapılarının güçlendirmeye başladı. Konsept güncelleme, ürün çeşitlendirmesi, hizmet kalemlerini güncellemek gibi birçok yeniliğe ve farklılığa odaklandı. Yeni dönem markalar için Hibrit Franchise tanımının da ekosisteme dahil olmasını sağladı... Hibrit kelime anlamına baktığımız da' iki farklı güç kaynağının bir arada bulunması' olarak bilinmektedir. Hibrit Franchise modeli, Fiziksel satış noktalarının aynı zamanda e ticaret satışları ile desteklenmesidir. Bu model ciroların artışını mümkün kılmaktadır. Özellikle hizmet sektörü ve ürün satışı odaklı Franchise modellerinde satış noktaları artmaya devam ederken teknoloji alt yapısını güncelleyen markalar Hibrit Franchise modeli ile daha da büyümeyi hedeflemektedir.

Daha fazla tüketiciye ulaşabilmek, satış noktası olmayan bölgelere hizmet verebilmek açısından faydalı iş modelini oluşturmaktadır. Yeme içme sektöründe restoranların paket servis alışkanlıklarındaki artışını gözlemlerken, sadece paket servis mantığı ile çalışan hayalet mutfak konseptlerinin de hızla arttığını görmekteyiz. Bununla birlikte katma değerli ürünler ile menüler üreten özellikli restoranlar, tüketicinin evde hazırlayıp tüketebileceği şekilde birçok ürününü paketli hale getirerek satış kanalına sunmaktadırlar. Yöresel ürünler, paketli sebze -meyveler, organik ürünler, glütensiz ürünler vb. birçok ürüne, tüketici daha hızlı ulaşabilmektedir.

Franchise sistemi yeni dönemde de büyümek isteyen markaların en çok tercih edeceği sistem olmakla birlikte yenilikçi iş modelleri gün geçtikçe artmakta ve girişimcinin dikkatini çekmektedir.





AYCAN HELVACIOĞLU
THE FRANCHİSE COMPANY YÖNETİCİ ORTAĞI

28 yıllık önderlik için Türkiye'ye teşekkür ederiz

ÇİĞKÖFTEM

Türkiye'nin İLK
çiğköfte markası

Avrupa'da 6 ülkede
sektör kurucusu

Restoran zinciri olarak
yurt dışında en yüksek şube sayısı



cigkoftem.com.tr | 0 850 550 93 93 | cigkoftem | cigkoftem | cigkoftemTR

HOT DÖNER'DE 2021 HEDEFİ

45 YENİ ŞUBE

Döner sektörünün önde gelen markalarından Hot Döner, pandemiye rağmen büyümeye devam ediyor. Hedefleriyle ilgili sorularımıza cevaplayan Hot Döner Genel Müdürü Ercan Yılmaz, "Şu an ayda 2 ile 3 şube açarak ilerliyoruz. Bu yıl hedefimiz 25 yeni şube açmaktı. Hedefimizi güncelleyerek 45 yeni şube olarak belirledik. Böylelikle 2021 yılını yüzde 80 büyüme ile tamamlamış olacağız." dedi.



Ercan Yılmaz

Türk Mutfağı'nın vazgeçilmezlerinden olan döneri, Hatay usulü sosla buluşturan Hot Döner, hem yurt içinde hem de yurt dışında emin adımlarla yoluna devam ediyor. Şu an 60'ın üzerinde şubesindeki hizmet kalitesi ve evlere paket servisiyle müşterileri memnuniyetini en üst sevide tutan Hot Döner, pandemiye rağmen büyümeye devam ediyor. "Çoğu bayimizde ciromuzu iki katına çıkardık, hatta üç katına çıkardığımız şubelerimiz dahi oldu." diyen Hot Döner Genel Müdürü Ercan Yılmaz ile büyüme hedeflerini konuştuk. Hedeflerinin 2021 yılında 45 yeni şube açmak olduğunu belirten Yılmaz, "Böylelikle 2021 yılını yüzde 80 büyüme ile tamamlamış olacağız." ifadesini kullandı. Yılmaz'ın sorularımıza ilişkin cevapları şöyle:

Türkiye'de döner zincirlerine baktığımızda karşımıza nasıl bir tablo çıkıyor? Sektörde nasıl bir rekabet yaşanıyor?

Döner sektöründe, düşük ürün fiyatları ile satış yaparak sürümden kazanmaya çalışan firmaların yanı sıra, kaliteli ve pahalı ürün satan başka bir kesim daha var. Biz Hot Döner olarak, kendi üretimimiz olan et ve tavuk döneri en kaliteli hali ile son tüketiciye en uygun fiyatla satışa sürdüğümüz için daha farklı bir grupta yer alıyoruz.

Bu rekabette Hot Döner'i farklı kılan hizmetler ve özellikler hakkında neler söylemek istersiniz?

35 yıllık başarılı geçmişiyle et piyasasında son derece itibarlı, kaliteyle özdeşleşmiş Oksijen Et firmasıyla aynı çatı altındayız. Kendimize özel doğal üretim tekniklerimizle, hiçbir katkı maddesi kullanmadan piyasanın en kaliteli, lezzetli ve hijyenik dönerlerini biz üretiyor ve bu tespitimizi tüketicilerimizden yoğun bir şekilde gelen geri bildirimlerle de pekiştiriyoruz.

Şubeleşme konusunda izlediğiniz yöntemler nelerdir ?

Şubeleşme konusunda çok fazla talep oluyor, çok fazla görüşme yapıyoruz, biz de daha detaylı analiz çalışmaları ile bayi adayımızı ve lokasyonu seçiyoruz. Hızlı büyüme amacında değiliz, hedefimiz daha dengeli ve sağlıklı büyümektir. Açtığımız şubelerin 10 yıldan daha uzun ömürlü olmasını sağlayacak şekilde, doğru noktalara doğru kişilerle, yatırımı 18 ayda geri döndürebileceğimiz planlamalar yapıyoruz.







Franchise sistemiyle çalışırken şartlarınız ve kriterleriniz nelerdir?

Finansal yatırım gücünün yeterliliği ve mental olarak sektörümüze uygun olması öncelikli iki koşulumuzdur.

Şubelerinizde ürün ve hizmet standardını nasıl sağlıyorsunuz?

Çok tecrübeli bir saha kadrosuyla çalışıyoruz. Güçlü bir Eğitim ve denetim sistemimiz var. Ürün standartlarını tamamıyla merkez olarak biz sağlıyoruz. Merkezi tedarik ve lojistik sistemiyle çalışıyoruz. Şubelerimiz kendi inisiyatiflerini kullanarak farklı satıcılardan standart dışı ürünler almıyorlar.

Pandemi, yeme içme sektörünü derinden etkiledi. Bu süreci en az hasarla atlatma adına nasıl bir strateji izlediniz?

Hot Döner olarak pandemi sürecini zarar görerek değil, fırsata çevirerek ciddi bir başarı ile sürdürüyoruz. Cirolarımız düşmediği gibi tam aksine yükseliş gösterdi. Biz, pandemi öncesinde paket servis hizmetini başarıyla veren bir firmaydık, şu an paket servis hizmetimizi geliştirmeye devam ediyoruz. Bu dönemde şubelerimizi de yasaların müsaade ettiği çerçevede sürekli açık tuttuk. Kapatan veya paket servis yapamayan çok fazla restoran olduğu için çok farklı bir müşteri kitlesine kendimizi gösterme fırsatını yakaladık. Lezzetimiz ve servis kalitemizi deneyen bu yeni kitleyi elimizde tutmayı başardık. Dolayısıyla eski müşterilerimizin üzerine pandemi döneminde gelenler birleşti ve bizim yeni portföyümüzü oluşturdu. Çoğu bayimizde ciromuzu iki katına çıkardık, hatta üç katına çıkardığımız şubelerimiz dahi oldu.

2021'e ilişkin büyüme hedeflerinizi öğrenebilir miyiz?

Hali hazırda ayda 2 ile 3 şube açarak ilerliyoruz. Bu yıl hedefimiz 25 yeni şube açmaktı, 10 şube Batı Karadeniz ve 10 şube Trakya bölgesine 2 Master Franchise anlaşması yaptık. Hedefimizi güncelleyerek 45 yeni şube olarak belirledik. Böylelikle 2021 yılını yüzde 80 büyüme ile tamamlamış olacağız.



Eşsiz tarifleriyle geleneksel lezzetleri birbirinden özel tatlarla birleştiren Popeyes®, tavuk etinden vazgeçemeyenlere özel, lezzeti de kendisi de dev gibi olan enfes 'XL Sandviç' sunuyor.

POPEYES®'TAN

LEZZETİ DE KENDİSİ DE DEV GİBİ YENİ ÜRÜN:

POPEYES® XL SANDVİÇ



Türkiye'de, hızlı servis restoran zinciri sektörü lideri TAB Gıda bünyesinde hizmet veren Popeyes®, yepyeni lezzetiyle XL doyurmaya devam ediyor. Hem doyurucu menüleriyle hem de lezzetiyle eşsiz anlar yaratan Popeyes®, tavuk etinden vazgeçemeyenlere özel dev fileto eti ile enfes 'XL Sandviç' sunuyor. XL doyuran, yepyeni dev fileto eti, tereyağlı ekmeği, kıtır kıtır turşusu ve mayonezi ile hazırlanan Popeyes® XL Sandviç, lezzet avcılarını bekliyor!

Tavuktan vazgeçemem diyenlerin lezzet durağı Popeyes® ve ürünleriyle ilgili ayrıntılı bilgiye http://www.popeyes.com.tr/ adresinden ulaşabilirsiniz.

TAB GIDA LEZZETLERINE KESINTISIZ ERIŞIM SÜRÜYOR

Öncelikli sorumluluğu çalışanların ve lezzet severlerin sağlığı olan hızlı servis restoran zinciri sektörü lideri TAB Gıda, koronavirüse (COVID-19) karşı önlemlerini en üst düzeyde hayata geçiriyor. İlk günden itibaren #evdek®al hareketini destekleyen ve birçok uygulamayı hayata geçiren TAB Gıda markaları, kademeli normalleşme kararları çerçevesinde düşük, orta ve yüksek riskli gruplu illerde verilen talimatlardaki genel koşullara uygun olarak hizmet veriyor. Tıkla Gelsin® yenilenmiş mobil uygulaması veya www.tiklagelsin.com web sitesi üzerinden, Yemek Sepeti'nin online ve mobil kanallarının yanında, Ara Gelsin sipariş hattı üzerinden güvenli bir şekilde siparişleri alıyor.

Online ve temassız olarak ödemesi yapılabilen ürünler, hijyen kuralları eksiksiz takip edilerek maske ile hazırlanıyor. Hazırlık aşamasında hem görev yapan çalışanların hem de siparişi teslim eden kuryelerin ateşi düzenli olarak ve sipariş yola çıkmadan hemen önce ölçülerek bilgilendirme kağıdına yazıldıktan sonra, ürün güvenli paket haline getiriliyor. Sipariş uygulamaları üzerinden 'Siparişimi Kapıya As' ve 'Temassız Teslimat' seçeneğiyle sosyal mesafe kuralına uyulurken, tüm paket servis siparişlerinde kullanılan 'Güvenli Paket' uygulaması sayesinde, ürünlerin restorandan tamamen kapalı çıkması garanti altına alınarak en sağlıklı şekilde teslimatı gerçekleşiyor.

Alevde ızgara ateşinin kralı Burger King®, birbirinden özel ve yenilikçi lezzetler sunmaya devam ediyor. Sebze proteini kullanılarak hazırlanan BK Planty Whopper® fark atan ve lezzet katan tadı ile lezzet tutkunlarını sevindirecek!

YÜZDE 0 ET, YÜZDE 100 WHOPPER® LEZZETİ:

BK PLANTY WHOPPER®



Her dönem sunduğu farklı yenilik ve sürprizlerle fark yaratan vazgeçilmez lezzetlerin adresi Burger King®, ikonik lezzeti Whopper® ailesini genişletmeye devam ediyor. Alevde ızgara ateşi konseptinin en popüler burgeri olarak Türkiye'de de en sevilerek tüketilen burger çeşitleri arasındaki Whopper®, sebze proteinli eşsiz yeni ürünü ile sevenlerinin beğenisine sunuluyor.

WHOPPER® ŞİMDİ %0 ET SEÇENEĞİYLE

Lezzetini yüzde 100 alevde ızgara ateşinden alan, doyurucu sebze proteininden üretilen BK Planty Whopper®, büyük boy susamlı sandviç ekmeği, salatalık turşusu, ketçap, mayonez, doğranmış marul, domates ve soğandan oluşuyor. Her geçen gün yaygınlaşan, yepyeni lezzete sahip BK Planty Whopper® 200'e yakın Burger King restoranında satışa sunuluyor. Alevde ızgara ateşinin kralı Burger King®, hijyenik koşullarda en sevilen lezzetleri ve kampanyaları ile yanınızda olmaya devam edecek.

TAB GIDA LEZZETLERİNE KESİNTİSİZ ERİŞİM SÜRÜYOR

Öncelikli sorumluluğu çalışanların ve lezzet severlerin sağlığı olan hızlı servis restoran zinciri sektörü lideri TAB Gıda, koronavirüs'e (COVID-19) karşı önlemlerini en üst düzeyde hayata geçiriyor. İlk günden itibaren #evdek®al hareketini destekleyen ve birçok uygulamayı hayata geçiren TAB Gıda markaları, kademeli normalleşme kararları çerçevesinde düşük, orta ve yüksek riskli gruplu illerde verilen talimatlardaki genel koşullara uygun olarak hizmet veriyor. Tıkla Gelsin® yenilenmiş mobil uygulaması veya www.tiklagelsin.com web sitesi üzerinden, Yemek Sepeti'nin online ve mobil kanallarının yanında, Ara Gelsin sipariş hattı üzerinden güvenli bir şekilde siparişleri alıyor. Online ve temassız olarak ödemesi yapılabilen ürünler, hijyen kuralları eksiksiz takip edilerek maske ile hazırlanıyor. Hazırlık aşamasında hem görev yapan çalışanların hem de siparişi teslim eden kuryelerin ateşi düzenli olarak ve sipariş yola çıkmadan hemen önce ölçülerek bilgilendirme kağıdına yazıldıktan sonra, ürün güvenli paket haline getiriliyor. Sipariş uygulamaları üzerinden 'Siparişimi Kapıya As' ve 'Temassız Teslimat' seçeneğiyle sosyal mesafe kuralına uyulurken, tüm paket servis siparişlerinde kullanılan 'Güvenli Paket' uygulaması sayesinde, ürünlerin restorandan tamamen kapalı çıkması garanti altına alınarak en sağlıklı şekilde teslimatı gerçekleşiyor.

FRANCHISE COMPANY, MARKALARIN BÜYÜME SÜRECİNE EŞLİK EDİYOR

The Franchise Company Türkiye, 2013 yılından bu yana markalara Franchise sistem kurma, Franchise satış-pazarlama, Franchise Geliştirme, Master Franchise hizmeti veriyor. The Franchise Company Türkiye Yönetici Ortakları Aycan Helvacıoğlu ve Efrah Ceyhan Atacan ile franchise sistemi ve hizmetleri hakkında konuştuk.



Aycan Helvacıoğlu — Efrah Ceyhan Atacan

Sektörde büyümek isteyen firmalar için markalaşmanın öneminden bahsedebilir misiniz?

Markalaşmak konusunu bir bütün olarak ele almak faydalı olacaktır. İş modelinin doğru bir yapılanma üzerinden kurgulanması, büyüme fırsatlarının belirlenmesi, aynı zamanda marka iletişimin ve pazarlamanın planlanması son derece önemlidir. Markalaşmak hedefi ile başlatılan süreçte izlenecek yol ve yapılacak faaliyetler birbirleriyle tutarlı ve aynı hedefe hizmet edecek şekilde organize edilmelidir. Markalaşmak firmaların büyüme yolculuğuna ivme kazandırmak için önemlidir ve bu alanda yatırım yapmayı gerektirir.

Markaların yayılmak için tercih ettiği sistemlerin başında franchising sistemi geliyor. Franchising ile büyüyen markalar, nasıl bir yol izlemeli?

Evet, Franchising, markasını ve işini büyütmek isteyen firmalar için Türkiye'de ve dünyada en fazla tercih edilen modellerden biri. Çünkü bu sistemde şubeleşme ve pazara yayılma maliyeti daha düşük, yayılma süresi daha hızlı, büyüyen yapı için insan kaynağı ihtiyacı daha düşük ve ayrıca bu sistem gündelik operasyonel yönetimin şubede olduğu, daha fazla müşteri memnuniyeti sağlanabilen ve her iki taraf için de karlı bir iş ortaklığı sunuyor.

Bu noktada akla ilk gelen soru; her iş Franchise olabilir mi? Franchising sisteminde başarının olmazsa olmaz kurallarının başında, franchise'a konu olan işin 'denenmiş, test edilmiş, başarısını kanıtlamış' olması geliyor. İkinci nokta ise tekrar edilebilirlik, yani bu iş, aynı şekilde, özünü değiştirmeden, niteliğini kaybetmeden, farklı şartlar altında ve ortamlarda (sosyo-ekonomik, coğrafi, iklimsel, idari, kültürel) tekrar edebilir mi, aynı başarıya ulaşabilir mi? Diğer bir konu 'yönetilebilirlik'. Büyümeyi nasıl yöneteceğini bilmek, olası riskleri önceden tahmin etmek, önlem almak, büyümeye destek verebilmek, markanın büyüme yolculuğunu başlatmadan önce karar vermesi gereken bir husus.

Son olarak eklemek istediğimiz bir başlık da, 'istikrar ve tutarlılık'. Franchising projesi kısa vadede hızlı sonuçların alınacağı beklentisi ile, heves olarak başlanabilecek bir proje değildir. Önce kararlılık, doğru bir planlama, sonrasında istikrarlı ve tutarlı bir yönetim yaklaşımı gerektirir. Zira bu yolculuk sizi, markanızı, iş ortaklarınızı, çalışanlarınızı, müşterilerinizi, tedarikçilerinizi yani neredeyse tüm paydaşlarınızı etkileyecek bir değişim yolculuğudur ve adımların doğru ya da yanlış atılmış olmasından bağımsız olarak istikrar ve tutarlılık gerektirir.

Bu kapsamda The Franchise Company olarak firmalara hangi hizmetleri veriyorsunuz?

Bizler The Franchise Company Türkiye olarak öncelikle markalarımızın kararlarını netleştirmelerine yardımcı olmak adına, süreç hakkında markalarımızı bilgilendiriyor ve yönlendiriyoruz. Ardından markalarımızla birlikte büyüme sürecini planlıyoruz. Bu çalışma mali ve idari analizler, büyüme senaryolarının oluşturulması ve

gerekli teknik altyapı hazırlıklarının tamamlanması şeklinde ilerliyor. Markanın Franchise altyapısının oluşmasının ardından, pazarlama ve Franchise satışı konusunda markamızla birlikte hareket ediyoruz.

Franchise networkü içerinde oldukça interaktif bir markayız ve bizimle çalışan markalarımızı kendilerine en yüksek faydayı sağlayabilecek, alanında en iyi hizmet ve ürün tedarikçiler ile buluşturuyoruz. Etkin data yönetimimiz ile hem markalarımızı tüm çalışmalarımızdan haberdar ediyoruz hem de pazarlama etkinliğini ölçmek adına fayda / maliyet analizleri yapabilmelerini sağlıyoruz. Özellikle yurt dışına açılmak isteyen markalarımıza öncelikle uygun pazar araştırması sonrası, hedefleri belirleyerek talep yaratabilmek adına çalışmalar yapıyoruz. Yurt dışı Franchise çalışmalarında markanın operasyonunun kurgulanması, rekabet analizi, ülkeye göre Master Franchise fiyatlama politikalarının belirlenmesi hizmet kapsamımızdadır.

Yabancı markaların Türkiye pazarında konumlanması konusundaki hizmetleriniz neler?

Uluslararası çalışan bir Franchise danışmanlık şirketi olduğumuz için, Türkiye pazarında yapılanmak isteyen markaların da doğru yönlendirilmesi konusunda hizmetler sağlıyoruz. Bu noktada da öncelikle markanın pazar uygunluğunu ve yaşayabilirliğini test ediyoruz. Ardından yerel pazardaki B2C ve B2B rekabeti analiz ederek marka için doğru konumlanmayı tespit ediyor ve pazarlama planını oluşturuyoruz. Sonrasında markanın teknik yapısının Türkiye pazarına adapte edilmesi, büyüme ve yönetim planlaması ile altyapı hazırlıklarını tamamlayarak çalışmamızı sürdürüyoruz. Marka ve yatırımcı arasındaki iletişimi koordine eden firma olarak, gerek marka tarafında gerekse yatırımcı tarafında tüm süreç boyunca doğru ve şeffaf bir bilgi akışı temin ediyoruz. Yabancı markaya yatırım kararı veren Türk yatırımcılarımızın alt-Franchise yapılanmasında da desteğimiz devam ediyor.

Pandemi, bütün sektörleri derinden etkileyen bir süreç. Bu dönemde rekabette öne çıkmak adına markalarla pazarlama stratejilerini nasıl belirliyorsunuz?

Pandemi dönemi son 1 yıldır tüm ezberleri değiştirdi, getirdiği pek çok zorluğun yanında, yepyeni fırsatlar da oluşturdu. Pandemi boyunca ve sonrasında oluşan piyasada markayı konumlandırabilmek aslında markanın kriz yönetim kapasitesi ve esnek yönetim yaklaşımına ne kadar hızlı uyum sağlayabildiği ile de ilişkili. Biz bu noktada markalarımıza fırsatları görebilecekleri pencereler sunmak, sektörel değişim ve trendlerden hızlıca haberdar etmek ve uyarlama noktasında destek vermek adına çalışmalarımızı yoğunlaştırdık. Pazarlama süreçlerini markalarımızla birlikte oluşturuyoruz ve yönetiyoruz. Burada önemli olan sektörü ve trendleri doğru okumak, birkaç adım sonrasını planlayabilmek. The Franchise Company olarak bu noktada uluslararası ve ulusal networkümüzü, teknolojiyi ve farklı uzmanlık alanlarındaki bilgi paylaşımlarını etkin olarak kullanıyoruz.

Kendi işini yapmak isteyen genç girişimcilere neler önermek istersiniz?

Eğer sınırlı kaynaklarla bir işe yatırım yapıyorlar ise, öncelikli tavsiyemiz tutkuyla sahiplenebilecekleri bir alanda çalışmaları olur. İster kendi işleri, ister franchise olsun, işi yönetme hevesi, işe olan tutku girişimcilik motivasyonunu her zaman yukarıda tutmalarını sağlayacaktır, Girişimcilik yolculuğunda inişler ve çıkışlar olağandır, dolayısıyla içsel motivasyon istikrar için birincil kaynaktır.

Kendi markalarını oluşturmak isteyen girişimciler için kesinlikle detaylı ve tarafsızca artı ve eksilerin öngörülerek hazırlandığı bir iş planına sahip olmalarını tavsiye ederiz. Pazarı doğru analiz etmek, markanın hedeflerini ve konumunu baştan belirlemek, yatırım ve işletme sermayesini doğru hesaplamak önemli. Franchise alacak yatırımcılara önerilerimiz, yatırım yapacakları markaya ilgi duymaları, markanın merkezi yapılanmasını tanımaları, ödeyecekleri bedeller ve alacakları destekleri sözleşme öncesinde detaylı şekilde öğrenmeleri ve son olarak çalışacakları pazarı tanımaları olacaktır.



JAG CLUB, EVE HİZMET AĞINI TÜRKİYE GENELİNE YAYDI



Kurumsal Pazarlama Sorumlusu Eda Aydın

3 kuşaktır yüzde 100 el yapımı ve kişiye özel tasarım ayakkabılar üreten Jag Club, müşterilerinin ayak ölçülerini ev ve ofis ortamlarına giderek alma hizmetini, pandemi ile birlikte Türkiye geneline yaydı. "Müşterilerimizin kendilerini ayrıcalıklı hissetmeleri için elimizden geleni yapıyoruz." diyen Jag Club Kurumsal Pazarlama Sorumlusu Eda Aydın, hizmetlerini anlattı.

Jag Club, kişiye özel tasarımlarıyla ayakkabı sektöründe fark yaratan markalardan. Jag Club'ın geçmişinden ve gelişiminden söz edebilir misiniz?

Ayakkabı sektöründe faaliyet gösteren firmamız 1931 yılında kurulmuş olup, bugün 3. kuşağın yönetiminde olan, 35 ülkeye ihracat yapan yüzde 100 el yapımı, kalite ve prestijin sembolü JAG CLUB ayakkabı üretmektedir. Jag Club'ın her bir ayakkabı üretimine yıllarını vermiş ustaların elinden çıkan el yapımı ayakkabılarının yurt içinde ve dışında önemli müşteri kitlesine ulaşıyor. Yurt dışında Hong Kong'dan, Japonya'ya ABD'ye kadar uzanan ihracatının yanı sıra İngiltere Kraliçesi II. Elizabeth'in oğlu Galler Prensi Charles'ın düğün ayakkabısı da Jag Club tarafından hazırlandı. Donald Trump, Türkiye'de ise geçmiş tüm siyasi liderlerin yanı sıra Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip Erdoğan ve iş yaşamının önemli isimleri müşterilerimiz arasında yer alıyor.

Jag Club'ı ayrıcalıklı kılan özellikler nelerdir?

Bizim misyonumuz, kalite, prestij ve zenginliğin sembolü haline gelmek. Müşterilerimizin bizden beklentisi kaliteli ve prestijli bir ayakkabı giymek. Bizler de müşterilerimize bunu Jag Club Ayakkabı olarak en iyi şekilde sağlamaya çalışıyoruz. Müşterilerimizin kendilerini ayrıcalıklı hissetmeleri için elimizden geleni yapıyoruz.

Pandemi döneminde müşterilerinize nasıl hizmet sağladınız?

Jag Club, müşterilerinin ayak ölçülerini ev ve ofis ortamlarına giderek alma hizmetini, pandemi ile birlikte Türkiye geneline yaydı. Üçüncü kuşak olarak İstanbul merkezde el yapımı ayakkabı konusunda ihtisaslaşarak, uzmanlıklarımızı farklı bir noktaya taşıdık. "Yüzde 100 el yapımı ayakkabı üretimini kişiselleştirdik. Siparişlerimizi müşterilerimizin bulunduğu ortama giderek alma hizmetimizi daha önce de yapıyorduk. Salgın ile birlikte bu alandaki uygulamalarımızın kapsamını daha da genişlettik. Bir telefonla bize ulaşan müşterilerimizin bulunduğu ortama giderek, ölçülerini bizzat alıp, tarzına uygun olan modelleri götürerek, siparişlerini hazırlayıp, yine bulunduğu ortama teslim ediyoruz. Bu hizmet ağımızı tüm Türkiye'ye dönük geliştirdik.

Sektörde trendler sürekli değişiyor. Bu değişim karşısında nasıl bir strateji izliyorsunuz?

Jag Club ayakkabı olarak modayı, müşteri portföyümüzün beklentisi ile harmanlayarak ürünlerimize yansıtıyoruz. Klasik ayakkabı modasında gelenekselciliğimizi elden bırakmasakta, değişen dünya modası ile trendleri ürünlermizin çizgisiyle birleştiriyoruz.



TATLISES®
GIDA

444 34 63
www.tatlisesgida.com

TATLISES TÜM HIZIYLA ÇİĞ KÖFTE VE LAHMACUN BAYİLİKLERİ VERMEYE DEVAM EDİYOR.



WATERBABİES'İ TÜM TÜRKİYE'DE ULAŞILABİLİR KILMAK İSTİYORUZ



2019 yılında faaliyete başlayan Waterbabies, sertifikalı eğitmenleri eşliğinde bebeklere yüzme eğitimi, su güvenliği, duyu dersleri ve SPA hizmeti veriyor. "Çocuklarla çalışmaktan keyif alacak, profesyonelliğe ve kaliteye önem verecek girişimci adaylarıyla Waterbabies markasını tüm Türkiye'de ulaşılabilir kılmak istiyoruz." diyen Waterbabies Kurucusu Yasemin Doreen Dogurga ile markasının gelişimini ve hedeflerini konuştuk.

Yasemin Hanım, 20 yılı aşkın süredir çocuklarla ilgili farklı alanlarda çalışıyorsunuz. Öncelikle sizleri kısaca tanıyabilir miyiz?

ABD'de okul öncesi çocuk eğitimi üzerinde eğitim aldım ve 25 yıldır çocuklarla aktif çalışmalar yaptım. Şu an Türkiye'nin tek 0-5 yaş bebek yüzme eğitmen eğitmeniyim. Bugüne kadar 70'den fazla kişiye eğitmenlik eğitimi verdim ve bu eğitmenleri bebek yüzme sektörüne kazandırdım. Çocuklar için yüzme eğitimi veren bir merkezin Türkiye franchise sorumlusu olarak 11 ilde şube kurulmasına destek oldum. Ebeveynlerden gelen talepler doğrultusunda yeni havuzlar tasarladım. Şimdi ise 0-5 yaş yüzme eğitmenlerinin eğitmeni ve Waterbabies marka kurucusu olarak çalışmalarımı tutku ile sürdürüyorum.

Peki, Waterbabies'in kuruluş süreci ve konsepti hakkında bilgi alabilir miyiz?

Bir süredir 0-5 yaş bebek ve çocuklara yüzme dersi verdikten sonra, ülkemizde yeni olan bu konu ile ilgili ebeveynlerden farklı talepler doğdu. Girişimci kişiliğe sahip ve kutu dışında düşünmeyi seven biri olarak gelen talepleri amaca yönelik havuzlar tasarladık. 0-3 yaş arası ülkemizde anaokulu öncesi bebek ve çocukların gidebileceği çok fazla merkez olmadığını fark ettik. Merkezimiz sadece yüzme değil, zihinsel gelişim için en önemli olan aylar (0-36 ay) için duyu aktiviteleri (baby sensory) oyun grupları ve anne bebek programlarını da ekleyerek tüm çocukların gelişimine destek olmayı hedef edindik. Waterbabies, sertifikalı eğitmenleri eşliğinde bebeklere yüzme eğitimi, su güvenliği, duyu dersleri ve SPA hizmeti vermektedir.

Waterbabies bünyesinde bayilik veriyor musunuz? Veriyorsanız şartlarınız nelerdir?

Waterbabies olarak Mart 2019'da faaliyete başladık. Hizmetten çok memnun kalan 2 ebeveynimiz 3 ay sonra franchise sahibi olmak için hazırlıklara başladılar. 6 ay içerisinde 3 şubeye sahip olduk. İlk yılımızda bizim gibi bu işe dört elle sarılan, keyifle ve yüksek bir motivasyon ile işlerini yapan bir aileye sahip olduk. Aynı vizyon ve misyonla ilerleyebileceğimiz, çocukların gelişimini destekleyen, onlarla doğru bağı kuracak ve çocuklarla çalışmaktan keyif alacak, profesyonelliğe ve kaliteye önem verecek girişimci adaylarıyla Waterbabies markasını tüm Türkiye'de ulaşılabilir kılmak istiyoruz.

Başarılı bir iş kadını olarak bundan sonraki hedeflerinizi öğrenebilir miyiz?

Waterbabies'i kaliteden ödün vermeden, marka değerini koruyacak girişimcilerle büyümeyi hedefliyorum. Türkiye'deki birçok il aracılığıyla çocukları yüzme eğitimiyle tanıştırmak ve tüm çocuklar için fırsat eşitliği yaratmak en büyük arzum. Bunu yaparken de, erken yaşlarda başlayan duyu ve farkındalık eğitimlerimizle zeki, kendine güvenen bir nesil yetişmesine katkı sağlamayı amaçlıyorum.



TADIYLA SAMSUN SINIRLARINI AŞAN LEZZET: BAFRA PİDESİ



Fatih Aşcı

Samsun'un Bafra ilçesinde yüz yıllardır maharetli ustaların ellerinde yoğrularak şekillenen Bafra Pidesi, adı gibi tadıyla da tüm ülkede üne kavuştu. Nokul Bafra Pidesi&Köfte, meşhur Bafra Pidesi'ni ve Karadenizin en özel pidelerini İstanbul/ Küçükçekmece'de sizlere sunuyor.

Samsun'un Bafra ilçesinde yüz yıllardır maharetli ustaların ellerinde yoğrularak şekillenen Bafra Pidesi, adı gibi tadıyla da tüm ülkede üne kavuştu. "Coğrafi işaret" tesciline de sahip lezzetler arasında yer alan Bafra pidesi, ince hamuru, gevrekliği, pişirilişi, yapılışında kullanılan doğal tereyağı ve peyniri, özel olarak hazırlanan kıymalı harcıyla diğer pidelerden ayrılıyor.

Pide salonlarında müşterilere sunulmasının yanı sıra yöre insanının pazar kahvaltılarının da vazgeçilmezleri arasında yer alan Bafra pidesi, bölgenin yemek kültüründe önemli bir yer tutuyor. Bafra pidesi, düğünlerden cenazelere, askere uğurlama törenlerinden özel davetlere kadar sofralarda yerini alıyor.

İstanbul/Küçükçekmece'de adını Samsun'un Bafra ilçesi ile özdeşleşmiş yüz yıllardır bilinen ve nesilden nesile aktarılarak günümüze kadar ulaşan, kültürel birikimi asırlardır devam eden kuru ve şerbetsiz bir tatlı olan Nokul'dan alan Nokul Bafra Pidesi&Köfte, Bafra'nın dünyaya ün salmış lezzetli ve geleneksel ürünü Bafra Pidesi'ni ve Karadenizin en özel pidelerini sizlere sunuyor.

Türkiye'nin dört bir yanından insanlar bu lezzeti tatmak için buraya geldiğini belirten Nokul Bafra Pidesi&Köfte İşletme Sahibi Fatih Aşcı, "Bafra pidesinin lezzeti ve yöredeki öneminden dolayı ayrı bir yeri var. Buraya gelenler rahatlıkla kendilerini yörede gibi hissedebilirler. Yine Karadenizli hemşerilerimiz Karadeniz pidelerinin tamamını en özel ve lezzetli şekliyle burada bulabiliyorlar. Başakşehir, Bağcılar, Küçükçekmece ve Basın Express çevresinde yenilenen ve restoran konseptleri ile ses getiren bir AVM olan Deposite Outlet Mall ile de görüşmelerimiz tamamlandı. Çok yakında burada açacağımız yeni şubemizle müşterilerimize hizmet vereceğiz. Daha önce birçok gıda markasına franchise alanında danışmanlık yaptım. 2'nci şubeden sonra pide, kebap ve köfte olarak hepsini barındıran farklı bir konsept sunan Nokul Bafra Pidesi&Köfte olarak franchising vermeye başlayacağız." dedi.





SEKTÖRDE İLKLERİN MARKASI ÇİĞKÖFTEM YENİ YATIRIMLARLA BÜYÜYOR


İbrahim AKTAŞ

Türkiye'de ve Avrupa'da çiğköfte sektörüne ilkleri kazandıran Çiğköftem, pandemiye rağmen son dönemde ilave makine, ekipman ve kapasite artışı 10 milyon TL'nin üzerinde yatırım yaparak ürün yelpazesini genişletti. Türkiye'nin 81 ilinin tamamında yer almak ve yurt dışında hizmet verdikleri ülke sayısını 6'dan 10'a çıkarmak istediklerini belirten Çiğköftem Genel Müdürü İbrahim Aktaş, hedeflerini anlattı.

Türkiye'de çiğ köfte sektörü hızla büyüyor. Bu rekabette Çiğköftem'i farklı kılan hizmetler hakkında neler söylemek istersiniz?

1993'te zincir marketler için çiğköfte üreterek faaliyete başlayan EM Group olarak 2005'te Türkiye'nin ilk konsept çiğköfte dükkanını Beşiktaş'ta açtık. Bu adımımızın bugün 15 milyar TL'lik bir sektöre dönüşmesi memnuniyet verici. 28 yıla birçok ilk sığdırıp sektörümüze öncülük ettik. 2009'da Belçika'daki ilk Franchise şubemizi açarak Avrupa'yı çiğköfte ile tanıştırdık. Daha sonra İngiltere, Hollanda, Avusturya, Almanya, Fransa ve Azerbaycan'da şube açtık ve toplamda 7 ülkede çiğköfte sektörünün kurucusuyuz.

Sektöre kazandırdığımız ürün 'ilk'lerine bakarsak ihracat hacmini artırmak ve Türk lezzetlerini dünyaya tanıtmak için 2015'te Türkiye'de ilk kez Vegan-Sebzeli İçli Köfte ürettik ve bu ürünümüz bugün 8 ülkede satışa sunuluyor. İçerdiği yüksek proteinle çok tercih edilen Falafel'i önce geleneksel haliyle, 2020'de ise Türkiye'de bir ilk olarak Humus Dolgulu Falafel şeklinde satışa sunduk. Özetle Çiğköftem tüketici trendleri karşısında çok hızlı aksiyon alan bir firma.

Markalarınızı daha da büyütmek adına nasıl bir strateji izliyorsunuz?

1993'ten beri gelişime önem veren bir marka olarak Çiğköftem'i geleceğe emin adımlarla taşıyoruz. Pandemiye rağmen ilave makine, ekipman ve kapasite artışı için 10 milyon TL'den fazla yatırım yaptık ve yeni ürünler geliştirdik. Kısa vadede hedefimiz Türkiye'nin 81 ilinin tamamında yer almak ve yurt dışında sektör kurucusu olduğumuz ülke sayısını 6'dan 10'a çıkarmak. Bu hedef için örnek bir uygulamamız; sektörün en iddialı kampanyası olan her Cuma yüzde 50 bedava. Tüketicilerimize aldıkları çiğköfte ürününün yarısı kadarını hediye ediyoruz.

TİCARETİN ZAMANI

Türkiye ekonomisinde bizim de tuzumuz olsun diye "Krizin Değil Ticaretin Zamanı" ismiyle bir sosyal sorumluluk projesi başlattık. Proje kapsamında, toplam değeri 2 milyon TL olan ve her şube başına 40 bin TL'yi bulacak temel kurulum ekipmanlarını yatırımcılara bedelsiz olarak vereceğiz. Mayısta girişimcilerimizin dükkanlarını açmaya başlamayı hedefliyoruz.

Peki, ürünlerinizde ve konseptinizde fark yaratan unsurlar neler oluyor?

Müşterilerimizin sıcak bir aile ortamında gibi hissetmelerini istiyoruz. 2021'de konumlandırmamızı yeniledik, mağazalarımıza sıcak, pozitif ve logomuzda olan turuncu rengine ağırlık verdik. 360 derece müşteri memnuniyeti için tüm ekipmanları entegre yapımızla kendimiz üretiyoruz ve böylece sektörden ayrışma avantajımız oluyor. Özellikle yurt dışındaki AVM'ler için premium kalitede işler yapmak zorundasınız. Ekipmanlarımızda CE belgeli ve Avrupa standartlarında malzemeler kullanıyoruz. Tezgah sunum dolaplarında +4 derece soğutucu kullanan çok nadir firmalardan biriyiz, ürün muhafazası için bu çok önemli. Bu özelliklerimiz Çiğköftem'e en zor kapıların açılmasını sağlıyor. Örneğin Avrupa'nın en büyük 3 AVM'sinden biri olan Oberhausen'daki Centro AVM'ye giren ilk Türk markasıyız. Ürünlerimizdeki hassasiyet noktamız ise kendi çocuklarımıza gönül rahatlığıyla yedireceğimiz kalitede ürünleri üretmek, yer aldığımız her öğünün sağlık ve mutluluk verici olması.



Bebekler mutlu, aileler mutlu, Waterbabies ailesi sizlerle mutlu.



memnuniyet!



% 100 memnuniyet garantili Waterbabies ailesine katılın.

0-5 yaş arası bebeklere yönelik, akılcı, keyifli, anlamlı bir iş modeli arıyorsanız Waterbabies konseptini inceleyin.

Özel tasarlanmış havuzlarda bire bir özel ders yöntemiyle bebekler yüzüyor, siz de stressiz, keyifli bir iş sahibi oluyorsunuz.

Dünyada bir ilk olan konsept ile bereketli günlere hazır olun.

Franchise başvuruları için;

0 (533) 614 14 24

franchise@waterbabies.com.tr

/waterbabiestr

waterbabies

waterbabies.com.tr

43 YILLIK BURGERCİ VE PİZZACI PİNO YENİ YATIRIMCILARLA BÜYÜYECEK



Eskişehir ile bütünleşen markalardan Pino Burger, 43 yıldır aynı lezzetiyle damaklarda iz bırakmaya devam ediyor. Pino Burger'in 3'üncü kuşak temsilcisi Murat Gürcüoğlu ile namı tüm Türkiye'ye yayılan markalarının hikayesini ve hedeflerini konuştuk.

Pino Burger'in kuruluşundan kısaca bahseder misiniz?

Pino Burger, temelleri 1978 yılında Fuat Gürcüoğlu tarafından atılan bir işletme. O dönem Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimleri Fakültesi'nde öğretim görevlisi olan Fuat Gürcüoğlu, yurt dışında başlayan hamburger ve pizza akımını fark etmesiyle birlikte 7 metrekarelik ufak ama şirin bir mekan açarak sektöre adım atıyor. Türkiye'de henüz pizza ve hamburgerle ilgili bir girişimin olmadığı bir dönemde açılan Pino, Eskişehir'de büyük bir talep görmeye başlıyor. Müşteri talebinin yoğunluğu üzerine daha geniş mekanlara geçiliyor ve şubeler de ardı ardına açılıyor.

Menülerinizde fark yaratan unsurlar neler oluyor? Malzemeleriniz nereden getiriliyor?

Pino'nun menüsünde yer alana burger ekmekleri ve klasik hamburgerlerde kullandığı Rus salataları günlük üretilmekte ve taze tüketilmektedir. 1978 yılında Fuat Gürcüoğlu ve eşinin evde hazırlayıp uzun yıllar kendi üretimlerine devam ettiği soslar ve burger köfteleri, şu an özel bir tesiste Pino'nun formülüyle Pino için özel üretilmektedir. Bu, tedarik kolaylığının yanı sıra kalitede bir standart sağlamaktadır. Pino'nun pizza hamurları da her gün taze açılmakta ve dondurulmuş ürün kesinlikle kullanılmamaktadır. Türkiye'nin en iyi markalarıyla işbirliği yapan Pino, yılların getirdiği avantaj ile güçlü markalara özel ürünler ürettirebilmektedir.

Markalarınızı büyütmek adına neler yapıyorsunuz?

Çok düşük fiyatlı kampanyalar yapmak yerine tamamen lezzete odaklanarak kalitesi ve lezzetiyle diğer markaların çok önüne geçmiş bir markayız. Faaliyetlerini 43 yıldır sürdürmekte olan Pino, pandemi döneminde yapılan anketler ve yemek tedarik zincirlerinin kurye sistemlerinin vermiş olduğu datalar esas alındığında Eskişehir'de tüm markalar ve tüm sektörlerde paket lideridir.

Franchise şartlarınızdan ve yatırımcılara verdiğiniz desteklerden bahseder misiniz?

Eskişehir'de 2'si franchise olmak üzere 8 şubesiyle faaliyet göstermekte olan Pino, yerel marka olma kimliğini ulusal bir marka olma boyutuna taşımayı hedefliyor. Pino, bütün Türkiye'de master franchise almak isteyen girişimciler için 43 yıllık know-how bilgisi, güçlü tedarik zinciri, tüm yazılım sistemlerinin tek merkezden kontrolü vb. ayrıcalıklar sağlıyor. Pino Burger, 43 yıldır Eskişehir'de uluslararası markalara karşı sağlamış olduğu büyük başarıya dahil olacak girişimcileri ve master franchise alarak büyümek isteyen yatırımcıları bekliyor.



TATLISES GIDA
KALİTE VE GÜVENLE BÜYÜYOR

Franchise sektörüne Tatlıses Çiğ Köfte markasıyla giriş yapan Tatlıses Gıda büyümeye devam ediyor. "Tatlıses olarak en büyük farkımız yeniliği ve teknolojiyi takip eden bir sistematiğe sahip olmamızdır" diyen Tatlıses Gıda Genel Koordinatörü Sezgin Genceldi ile hizmetlerini ve büyüme hedeflerini konuştuk.

Türkiye'de çiğ köfte sektörü hızla büyüyor. Bu rekabette Tatlıses'i farklı kılan hizmetler ve özellikler hakkında neler söylemek istersiniz?

Tatlıses Gıda olarak; 2000'li yılların başından beri hızla büyüme eğrisi gösteren çiğ köfte sektörünün, öncü markalarından olmanın haklı gururunu yaşadığımızı söyleyebilirim. Bu süreci yönetirken, firma olarak en büyük farkımız yeniliği ve teknolojiyi takip eden bir sistematiğe sahip olmamızdır. Vizyonumuz olan kaliteli ve lezzetli ürünleri, sürekliliğini sağlayarak uzun yıllar boyunca müşterilerimize ulaştırmak hedefini emin ve sağlam adımlarla ileriye taşıyoruz.

Peki, ürünlerinizde sizi öne çıkaran unsurlar neler?

Bu konu markamız için oldukça hassas bir konudur. Yönetim kurulu başkanımız Sayın İbrahim Tatlıses'in 'Ben yemediğim hiçbir şeyi, sizlere de yedirmem' ilkesini benimseyerek üretim yaptığımızı söyleyebilirim. Ürünlerimizin içeriğinde kullanılan tüm hammaddeler, yöresine ve aslına uygun yerlerden özenle tedarik edilerek kullanılıyor. Ürünlerimiz; son teknolojiye uygun fabrikamızda, el değmeden üretilerek, son tüketiciye satışa hazır hale geliyor. Ayrıca 2013 yılında merdiven altı üreticilere dur diyebilmek ve halk sağlığını tehdit eden içerikleri engelleyebilmek adına TSE ile ortaklaşa çalışmalarımızın neticesinde çiğ köfte kriterini belirledik. Bu durum bizim için ayrı bir gurur kaynağıdır. Ayrıca ürünlerimiz İTQİ (Uluslararası Tat Ve Kalite Ödülü) belgelerine layık görülmüştür. Kalitemizi aldığımız ödüller ile taçlandırdık.

Markalarınızı daha da büyütmek adına nasıl bir strateji izliyorsunuz?

Lezzetli, sağlıklı ve kaliteli ürünleri müşterilerimiz ile buluşturma sürecinin



Sezgin Genceldi

devamlılığı oldukça önemli. Bu konuda yeterince hassas davranmamız neticesinde, en büyük adımı tamamladığımızı düşünüyoruz. Bu nedenle sektörde bir güven markası imajı taşıdığımızın bilincindeyiz. Ayrıca markamızı büyütmek adına en büyük odak noktamızın gelişim, değişim ve yenilik olduğunu söyleyebilirim. Tüm bu hususlar bir araya geldiğinde ise, başarı ve süreklilik devamında geliyor.

Tatlıses olarak UFRAD'a üyesiniz. UFRAD'ın ve franchising sisteminin büyümenize katkılarından kısaca bahsedebilir misiniz?

Ülkemizde Franchise sisteminin geçmişi maalesef çok uzun yıllara dayanmıyor. Fakat bu duruma rağmen kısa sürede büyük bir gelişim gösterdiği de ortada. Bu iyileşmenin en büyük sebeplerinden biri ise kuşkusuz ki; UFRAD'tır. Franchise veren firmalar ile yatırımcıları bir araya getiren birçok çalışması ve başarısı bulunmaktadır. Firmamız adına söyleyebilirim ki; gerek Türkiye, gerek yurt dışı yatırımcılarına kolaylıkla ulaşmamızı sağlaması ve sistem dâhilinde yönlendirmeler yapması, öncülük etmesi ise bizlere sağladığı katkılardan sadece bir kaçı. Bu konuda emeklerinin büyük olduğunu düşünüyor, teşekkürlerimizi sunuyoruz.

ETİŞLERİ'NDE 2021 HEDEFİ 30 RESTORANA ULAŞMAK

Sektörde büyümek isteyen firmalar için markalaşmanın öneminden bahsedebilir misiniz?

Yeni kurulan ve büyümeyi hedefleyen firmaların, marka olabilmeleri için, kuruluş öncesi ve kuruluş aşamasında, pazar araştırması, insan kaynakları, üretim ve Ar-Ge konularında yatırım yapmaları gerekmektedir. Bu çalışmaları yapan firmalar marka olmak için bir adım öne çıkarlar. Özellikle son pandemi sürecinde ayakta kalan ve süreci en az zarar ile atlatan, marka olan işletmeler, ön plana çıkmaktadır. Özellikle son dönemde doğru markaya, franchise sistemi doğru kurulmuş markalara yatırım yapan yatırımcılar, bu süreci gayet rahat yönettiler.

Peki firma olarak markalaşma konusunda şu an hangi noktadasınız?

Etişleri, Türkiye'nin yeme içme sektörlerindeki önde gelen markalarından Günaydın, Tavuk Dünyası ve Doyuyo'nun kurucuları tarafından kurulan yenilikçi bir konsept. Sloganımız "Çiftliğinden İyi Et". Kendi çiftliğimizden aldığımız etimizi işliyor, lezzetlendiriyor, şubelerimize günlük ve taze olarak dağıtıyoruz. "Zamanın Yatırımı" diye altını çizdiğimiz, sektör tecrübesi çok yüksek ve birikimli, kurucu ortaklarımız ve yönetim ekibimiz ile oluşturduğumuz, franchise sistemimiz ile franchisee'lerimize, karlı, geri dönüşüm süresi ve yatırım maliyetleri makul, doğru lokasyonlarda ve kolay yönetilebilir bir restoran açma imkanı sunuyoruz. Pandemi sürecinin zorluklarına rağmen Nisan ayında 7 franchise noktamızda hizmet vermiş olacağız. Kira ve franchise sözleşmelerini tamamladığımız, inşaat sürecinde olan restoranlarımız ile birlikte haziran ayında restoran sayımız 15 adet olacak. 2021 yılı sonunda ise hedefimiz, 30 restoran sayısına ulaşmak.

Markanızı uluslararası pazarda tanıtmak adına nasıl bir strateji izliyorsunuz?

2021 yılı ocak ayında ilk restoranımızı açtık, ilk hedefimiz doğru lokasyon ve yatırımcılar ile yurtiçinde belli bir noktada olmak.





Erol Işık

2021 hedefleri üzerine sorularımızı cevaplayan Etişleri Genel Müdür Yardımcısı & İş Geliştirme Direktörü Erol Işık, "Kira ve franchise sözleşmelerini tamamladığımız, inşaat sürecinde olan restoranlarımız ile birlikte haziran ayında restoran sayımız 15 adet olacak. 2021 yılı sonunda ise hedefimiz, 30 restoran sayısına ulaşmak." dedi.

Yurtdışı için bu yıl bir planlama yapmadık. Pandemi sürecinin gidişatına göre 2022 ayı ikinci yarısından sonra görüşmelerimizi yapmak istiyoruz.

UFRAD'ın büyümenize sağladığı katkılardan kısaca bahsedebilir misiniz?

Bugüne kadar yönetiminde bulunduğum bütün firmalarda ilk iş olarak Ulusal franchise Derneği'ne (UFRAD) üyelik işlemlerini yapmak olmuştur. Sektörümüzün gelişmesine UFRAD'ın çok önemli katkılar yaptığının bilinci ile çok uzun süredir şahsen de içinde oldum. Ülkemizde franchise sektörünün örgütlü ve kayıtlı bir şekilde büyümesi çok önemli. Bilinçli yatırımcıların UFRAD a üye markalar arasından tercih yapmalarını özellikle öneriyorum ve UFRAD yönetimimize destek ve katkılarından ötürü. Çok teşekkür ediyorum.

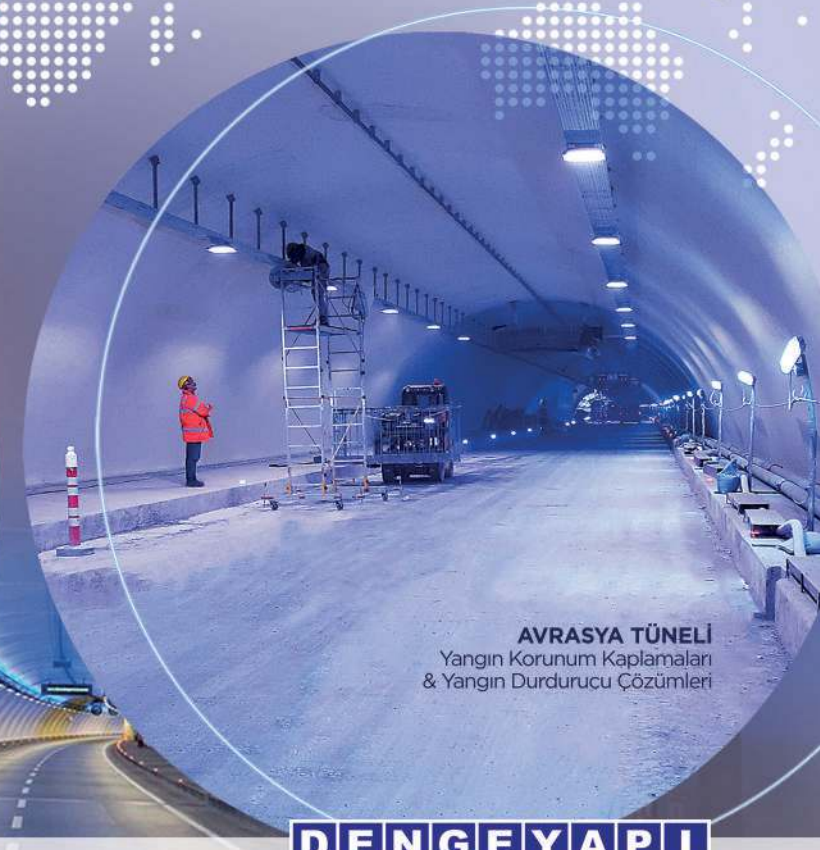
40'TAN FAZLA **ÜLKEDE**

150'YE YAKIN

DEV PROJE



İSTANBUL HAVALİMANI
Yangın Koruma Kaplamaları Projesi



AVRASYA TÜNELİ
Yangın Korunum Kaplamaları
& Yangın Durdurucu Çözümleri

DENGEYAPI
Çevreci ve Sürdürülebilir Sistemler

Geniş Kapsamlı
PASİF YANGIN KORUNUMU
& YANGIN DURDURUCU Çözümleri

›› **dengeyapi**.com.tr | **yangindurdurucu**.com.tr

GÖNÜL KAHVESİ
GLOBAL BİR MARKA İNŞA EDİYOR



Türkiye ve yurt dışında 90'ı aşkın şubesi ile hizmet veren Gönül Kahvesi, global bir marka olma yolunda hızla ilerliyor. Markalaşma süreciyle ilgili sorularımızı cevaplayan Gönül Kahvesi Yönetim Kurulu Üyesi Kemal Yardımcı, "Gönül Kahvesi'nin sağlam temellerinden gelen gücü, sürekli inovatif düşünce yapısıyla birleştirerek geleceğe emin adımlarla ilerliyoruz. 2020 pandemi döneminden itibaren 6 şubemizin açılışını gerçekleştirdik." dedi.

Sektörde büyümek isteyen firmalar için markalaşmanın öneminden bahsedebilir misiniz?

Firmalar ve işletmeler açısından küreselleşme ve küresel faaliyetlerde bulunma günümüz dünyası içinde ayrılmaz bir bütündür. Globalleşmiş dünyanın içerisinde, uluslararası ticaret alanına girmekte rekabet ivmesinin çok sivri olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Sistemde tutunmak ve küresel boyutta büyümek için sadece işletme bilgisinin yeterli olmadığı bunun yanında markalaşma, reklam stratejileri ile tutundurma, güçlü tedarik olanakları, hızlı lojistik sistemleri, toplam kalite yönetimi, bölge bazlı pazarlama stratejileri, stratejik inovasyon yönetimi gibi algoritmaların sağlam bir ticaret zemini ve bunun akabindeki süreci devam ettirmede temel mihenk taşlarıdır. Bu bağlamda, tüm organizasyonların profesyonelce tasarlanmış ve planlanmış bir sistem ile çalışması rakiplerinden bir adım önde başlamasına imkân sağlamaktadır.

Peki firma olarak markalaşma konusunda hangi noktadasınız?

2002 yılında İzmir'de doğan Gönül Kahvesi olarak, şu an 90'ı aşkın şubesi ile hizmet vermekteyiz. 2007 yılı markamızın franchise sistemine geçiş yılıdır. Akılcı kurgulanmış ve sade işleyişi ile riskleri başta yok ederek ilerlediğimiz için, Gönül Kahvesi kendisini sürekli bu sektörde geliştirmekte ve farklılaştırmaktadır. Sağlam temellerinden gelen gücü, sürekli inovatif düşünce yapısıyla birleştirerek geleceğe emin adımlarla ilerliyoruz. 2020 pandemi döneminden itibaren 6 şubemizin açılışını gerçekleştirdik.



AYRICA:

ORİENT BY GÖNÜL KAHVESİ yeni konseptimiz olarak Doğu kültürünün ve Batı kültürünün hem mimari yapıda hem de menüde birbiri ile iç içe kullanıldığı, çok özel mutfağı ve keyifli sohbetlerinize eşlik edecek konforlu ortamı ile sizler için tasarlandı, Hilltown AVM'de tadilat süreci devam etmekte olup çok yakın bir zamanda heyecanla sizlerle buluşmayı bekliyoruz.

Markanızı uluslararası pazarda tanıtmak adına nasıl bir strateji izliyorsunuz?

Gönül Kahvesi olarak Ticaret Bakanlığı bünyesinde dünyanın ilk ve tek devlet destekli markalaşma programı olan TURQUALITY® ye başvurulmuş olup markamızın yurtdışında gelişmesinde büyük ve önemli bir ivme sağlayacağını biliyoruz.

UFRAD'ın büyümenize sağladığı katkılar hakkında kısaca bilgi verebilir misiniz?

UFRAD, ülkemizde Franchise sisteminin gelişmesi için doğru adımları oluşturuyor. Ayrıca franchise veren ile alan arasında istikrarlı ilişkinin sürekliliği için çalışıyor.

HAPPY MOON'S GRUP, SEKTÖRDE YENİ DÖNEMİN KAPILARINI ARALIYOR



Kaliteli restoran anlayışı, zengin menüsü ve erişilebilir fiyat avantajlarıyla ulaşılabilir lüks kavramını restoran ve kafe işletmeciliğine uygulayan Happy Moon's Grup, sektörde yeni bir dönemi başlatacak bir ilke imza attı. Grup, hem müşteri beklentilerine günümüzün dijitalleşme eğilimlerinden yola çıkarak yanıt vermek hem de salgın kapsamında alınan hijyen tedbirlerini en üst seviyeye çıkarmak için "3D Menü" uygulamasını hayata geçirdi.

Türkiye'de bir ilke öncülük eden uygulama ile müşteriler; Happy Moon's Cafe şubelerinde bulunan menülere dokunmadan, telefonları aracılığıyla QR kod okutarak, hiçbir uygulama indirmeye gerek kalmadan anında 3D Menü'ye ulaşabilecekler. Müşteriler siparişini verecekleri ürünü ister 3D modeline bakarak, isterlerse ürünün birebir ölçülerdeki boyutunu artırılmış gerçeklik teknolojisi sayesinde masalarına yansıtarak seçebilecekler.

Ayrıca Happy Moon's Grup, yepyeni bir müşteri deneyimi sunduğu ve misafirlerini markanın bir parçası haline getirmeyi hedeflediği "Menüye Hayat Kat" dijital projesi ile de yine Türkiye'de bir ilke imza atacak. Bu kapsamda Happy Moon's Cafe şubelerine gelen müşterileri menülerde bir sürpriz karşılayacak. Menüler, çok sayıda farklı lezzetin yanı sıra Happy Moon's Cafe konuklarının keyifli anlarına dair fotoğraf ve videolarla adeta hayat bulacak. QR kodları telefonları aracılığıyla okutan müşteriler, Happy Moon's Cafe'de geçirilen eğlenceli anlara tanıklık edecek. Happy Moon's Cafe'de geçirdikleri keyifli anlara dair videoları sosyal medya hesaplarından paylaşan müşterilerden seçilen videolar menülere yüklenecek ve kendi videolarını da menüde izleyebilecek.

3D MENÜ MÜŞTERİLERİN EVLERİNE GELİYOR

Happy Moon's Cafe şubelerine gelen müşteriler, telefonları aracılığıyla QR kod okutarak hiçbir uygulama indirmeye gerek kalmadan 3D Menü'ye ulaşabiliyor. Müşteriler böylece siparişini verecekleri ürünü ister 3D modeline bakarak, isterlerse ürünün birebir ölçülerdeki boyutunu artırılmış gerçeklik teknolojisi sayesinde masalarına yansıtarak seçebiliyor. Müşteriler, tercih ettikleri yemek, tatlı, kahvaltı ya da herhangi bir ürünü masasına gelmişçesine görebildiği gibi, ürünün tüm detaylarına da yakından bakabiliyor. Ve böylece ürünün hangi boyutta geleceği ve içinde neler olacağını önceden görebiliyor. Ayrıca müşteriler, Happy Moon's App'inde yer alan QR kodu okutarak evlerinde de uygulamayı kullanabiliyorlar. 3D Menü'de 150 kalemden fazla ürün tek tek, en ince ayrıntısına kadar yer alıyor.

Konu hakkında açıklamalarda bulunan Happy Moon's Grup Pazarlama Direktörü Tuğba Şen Demirci, şöyle konuştu: "Pandemi döneminde müşterilerimizin ihtiyaçlarına odaklanarak sağlık/hijyen ve deneyimi bir arada nasıl daha efektif hale getiririz diye düşünerek bu menüyü oluşturduk. Günümüzün dijitalleşme eğilimi ve müşteri kitlemizin çoğunluğunu oluşturan gençlerin yeniliklere açık olması, tercih ettikleri markalarda da dijital deneyimler yaşama arzusu bizi bu konuda cesaretlendirdi. Böylece müşterilerin menüye dokunmadan istedikleri ürünü seçtikleri ancak ürün seçerken de zorlanmadıkları, ayrıca seçimini daha bilinçli ve kolay yapabilmesine, siparişini beklerken arkadaşları ile masada eğlenerek vakit geçirmesine imkan sağlayan artırılmış gerçeklik teknolojisini kullandığımız 3D Menümüzü hayata geçirdik."

MÜŞTERİLER DIŞ MEKÂNDA YEMEK YEMEYİ İSTİYOR

Metro Türkiye, pandemide değişen tüketici beklentilerini belirlemek amacıyla araştırma şirketi NielsenIQ ile birlikte 2020 Temmuz, Ağustos, Eylül, Ekim ve 2020 Aralık – 2021 Ocak dönemlerini kapsayan beş fazda bir araştırma gerçekleştirdi. Araştırmaya göre, müşterilerin yüzde 66'sı ise restoranlarda dış mekânda yemek yemeyi istiyor.

Covid-19 sürecinde restoran ve otel müşterilerinin beklentilerindeki değişimi ortaya koyan son araştırmaya göre müşterilerin önem verdiği kriterler dikkate alındığında hijyen ve temiz atmosfere verilen önem yüzde 67 ile ilk sırada yer aldı. Müşteriler kendilerine dışarıda oturma konusunda sunulacak çözümlere önem veriyor. Soğuk havalarda dışarıda otururken ısınma imkânı sunan çözümlere önem veren müşterilerin oranı yüzde 54'ü bulurken, yüzde 66'sı da restoranlarda dış mekânda yemek yemeyi tercih ediyor. Bu da restoranların kapılarını yeniden açarken müşterilerin dış mekân konusunda sağlayacakları imkânları dikkate alacaklarının da bir göstergesi.

Otellerde ise müşterilerin önem verdiği ilk iki konu yüzde 62 ile sağlıklı/hijyenik ortamlar ve yüzde 49 ile uygun fiyatlar olmaya devam etti. 02 Mart 2021 - Türk mutfağını ve değerlerini koruma ve gelecek nesillere aktarma amacıyla çalışmalarına 30 yıldır devam eden Metro Türkiye restoran ve otellere açılış döneminde rehberlik edecek önemli bir çalışma daha yaptı.

Araştırma şirketi NielsenIQ'ya yaptırılan "Horeca Müşterileri Davranışlar ve Beklentiler" çalışmasında, restoran ve otel müşterilerinin Kovid-19 sürecindeki davranış ve beklentilerindeki değişimler mercek altına alındı. Metro Türkiye bu araştırma ile pandemi ve mutfağa dönüş sürecinde işletmelere müşterilerinin beklentilerini doğru bir şekilde anlamalarını sağlamayı ve bu konularda aksiyon alabilmeleri için yol göstermeyi amaçladı.

Restoran ve otel müşterilerinin beklentilerini ve ihtiyaçlarını da tespit eden araştırma, 2020 Temmuz, Ağustos, Eylül, Ekim ve 2020 Aralık – 2021 Ocak dönemlerini kapsayan beş fazda gerçekleştirildi. Araştırmaya Ankara, İstanbul ve İzmir olmak üzere 3 şehirde restoran ve otellerin sunduğu hizmetlerden faydalanan 3.073 kişi katıldı. Rapordan öne çıkan sonuçlar ise şu şekilde oldu:

MÜŞTERİLER DIŞARIDA OTURMAYA ÖNEM VERİYOR

• Restoranlarda müşterilerin önem verdiği kriterler: Hijyen ve temiz atmosfere verilen önem yüzde 71'den yüzde 67'e az bir oranda gerilemesine rağmen hala ilk sıradaki yerini koruyor. Müşteriler kendilerine dışarıda oturma



Sinem Türüng

konusunda sunulacak çözümlere de önem veriyor. Örneğin kışın dışarıda otururken ısınma imkânı veren çözümlere önem veren müşterilerin oranı yüzde 54'ü buluyor. Müşterilerin yüzde 66'sı ise restoranlarda dış mekânda yemek yemeyi istiyor.

• Paket ve Gel-Al Servis: Geçen yılın kasım ayından itibaren restoranlarda paket ve gel-al servisinin zorunlu hale gelmesi ile bu hizmetlere talep artış gösterdi. Katılımcıların yüzde 42'si Kovid-19 önceki dönemle kıyaslandığında paket servisi daha sık kullandığını belirtti. Kasım ve aralık aylarında paket servis hizmetinden yararlananların oranı yüzde 85'e kadar yükselirken, uygulama üzerinden sipariş verenlerin oranı yüzde 78, doğrudan restoranlardan sipariş verenlerin oranı ise yüzde 60 oldu. Eve yemek söyleme sıklığı arttı ve haftada 2-3 gün eve yemek siparişi verildiği iletildi. Benzer şekilde gel-al servis kullananların oranı yüzde 62'ye çıkarken gel-al servis kullanma sıklığı da haftada 2-3 gün aralığında gerçekleşti.

• Paket ve Gel-Al Servisinde En Önemli Kriterler: Paket servisinde müşterilerin en önem verdiği iki kriter sırasıyla sağlıklı ve hijyenik bir ortamın olması ile servis, lezzet, fiyat dengesi oldu. Diğer yandan gel-al servisinde Kovid-19 önlemleri ve sağlıklı/hijyenik bir ortamın olması ilk iki kriter olarak öne çıktı. Müşteriler, gel-al servis için restoranlara gittiğinde hijyenik bir alanda bekleme yapmayı ve bu süre zarfında da restoranın aldığı hijyen önlemlerini görmek istiyor.

• Restoranlarda Fiyat Beklentileri: Katılımcıların yüzde 87'si gibi büyük çoğunluğu menüdeki fiyatlarda yükseliş



beklentisine sahip. Müşteriler menülerde fiyat artışı olması durumunda daha uygun fiyatlı alternatifleri seçmeye eğilimli. Fiyat artış durumunda bu şekilde seçim yapacaklarını söyleyenlerin oranı yüzde 26'dan yüzde 37'ye kadar yükseldi.

"RESTORANLAR İÇİN ÖZEL ÜRÜN VE HİZMETLER SUNUYORUZ"

Yaptıkları araştırmayla ilgili değerlendirmede bulunan Metro Türkiye CEO'su Sinem Türüng, şunları söyledi: "30 yıldır otel, restoran ve kafe işletmelerinin önemli iş ortaklarından biri olarak Kovid-19 salgınında da sektöre destek olacak çalışmalarımıza devam ediyoruz. Pandemi ile birlikte bugüne kadar işletmelere 10 milyon TL değerinde destek olmanın yanı sıra, mutfağa dönüşte işletmeleri yönlendirici bilgi ve kılavuzlarımızı sunmaya devam ediyoruz. Geçtiğimiz yıl yine NielsenIQ iş birliği ile gerçekleştirdiğimiz ve Kovid-19 öncesi ile Kovid-19 dönemini karşılaştırarak sektöre sunduğumuz araştırmanın ardından bu kez Kovid-19 süreci içerisinde müşterilerin beklentilerinde yaşanan değişimi dikkate alarak bir araştırma gerçekleştirdik. Bu araştırmamızda tüketici taleplerini ve beklentilerine dair sektörü çok yakından ilgilendiren yeme-içme sektöründeki işletmelere katkı sağlayacağını düşündüğümüz önemli sonuçlar elde ettik."

Bu sonuçlara dayanarak açılış döneminde işletmelere ihtiyaçları olan ürün ve hizmetleri uygun fiyatlarla ve finansal çözümlerle sunmaya odaklandıklarını söyleyen Türüng, şöyle devam etti: "Restoranların kapılarını açmalarıyla birlikte yine araştırmanın gösterdiği gibi dış mekân ve sosyal mesafe uygulamalarına da talebin artacağını düşünüyoruz. Biz de bu kapsamda paket servis ürünlerinden, dezenfeksiyon çözümlerine; iç/dış mimari çözümlerinden hijyen setlerine kadar birçok çözümü bir arada sunuyoruz. Hijyen setlerini yüzde 50'ye varan indirimlerle sunuyor, profesyonel dezenfeksiyon hizmetini de iş ortağımız ile birlikte işletmelere uygun fiyatlarla sağlıyoruz. Gastronometro websitesi üzerinden de Gıda Güvenliği Derneği sertifikalı hijyen eğitimlerini vermeyi de sürdürüyoruz. Buna ek olarak restoran müşterilerimizin akıllı telefon ya da tablet ortamında sipariş verebilmelerini mümkün hale getiren Dijital Menü çözümümüzü 2021 yılı Haziran ayına kadar ücretsiz kullanıma sunuyoruz."

BURSA'DAN DÜNYAYA AÇILAN KEBAP EVİ


Bahadır Altaş

Meşhur Bursa Kebabı'nı en lezzetli haliyle tüketicilere sunmak üzere kurulan restoran zinciri Bursa Kebap Evi, bugün 100'e yakın Türkiye şubesi ve 20'e yakın yurt dışı şubesi ile globale açılmış bir marka. Bursa Kebap Evi Genel Müdür Yardımcısı Bahadır Altaş ile markalaşma süreci hakkında konuştuk.

Sektörde büyümek isteyen firmalar için markalaşmanın öneminden bahsedebilir misiniz?

Markalaşma, günümüz ekonomi sistemi içerisinde rekabet kavramının somutlaşmış biçimidir. Markalaşma, tüketicinin tekrarlanan satın alma davranışları, satış rakamlarının artması ve firmanın rekabete karşı direnç göstermesine yardımcı olur. Yiyecek sektörü de en çok rekabet olan sektörlerden biridir. Bu yüzden bizim için markalaşma önemlidir.

Peki firma olarak markalaşma konusunda şu an hangi noktadasınız?

100'e yakın Türkiye şubesi ve 20'e yakın yurt dışı şubesi ile markamızı global dünya piyasasına açmış bulunmaktayız. Bu bağlamda Avrupa'nın en prestijli ödülü olan ITQI Üstün lezzet ödülü alarak Türkiye'de de bu ödüle sahip ilk ve tek İskender restoran zinciri olmanın gururunu yaşamaktayız. Birleşik Arap Emirlikleri'nde 5 adet, Almanya'da 2 adet, İran'da 2 adet, Irak'ta 1 adet şubelerimiz bulunmaktadır. Bununla beraber Kanada, ABD, Pakistan, Belarus, Azerbeycan ve Fransa ile olan görüşmelerimiz devam etmektedir.

Markanızı uluslararası pazarda tanıtmak adına nasıl bir strateji izliyorsunuz?

Markamızla birlikte ürünlerin çeşitliliğini ve gelişimini dikkate alıyoruz. Pazarlar arasındaki gelişmişlik farkını da göz önünde bulundurarak tüketiciler tarafından memnuniyeti sağlamaya çalışıyoruz. Uluslararası Pazar için gerek yurt içi gerek yurt dışında kiralama ve yönetim şirketleri ile irtibat halindeyiz.

UFRAD'ın büyümenize sağladığı katkılardan kısaca bahsedebilir misiniz?

Türkiye'de Franchising sisteminin tek temsilcisi olan UFRAD ile uluslararası statüye sahip markalarla işbirliği içinde olabiliyor bu sayede markamızın tanınmasında büyük fayda görüyoruz. UFRAD olarak güçlü markaların bünyesinde bulunması ile ortak menfaatlerimiz doğrultusunda hareket etme şansımız oluyor ve güç birliği yapabiliyoruz. Bilgi alışverişinde bulunmak ve ortak gruplarda kısa zamanda haberleşerek hızlı bir şekilde aksiyon alma şansımız oluyor.





ÇATI PLATFORM

TEK MERKEZDE **KONTROL VE İZLEME**

Marka bağımsız tüm zayıf akım sistemlerinizi kontrol edip senaryo yazabileceğiniz ÇATI PLATFORM ile tanışın

www.catiyazilim.com

ID: ADMIN
ŞİFRE: m123M123

TAM KONTROL !

ONVIF, SDK, MODBUS, BACnet ve OPC desteği ile tüm zayıf akım sistemlerinizi Varnost Çatı Platform üzerinden kontrol edebilir. Cihazlarınızı vaziyet planına işleyebilir ve birbirleri arasına senaryolara bağlayabilirsiniz.

- CCTV Sistemlerinin izleme ve kontrolleri
- Geçiş Kontrol Sistemlerinin izleme ve kontrolleri
- PDKS, Ziyaretçi Takip ve Yemekhane sistemleri kontrolleri
- Yangın algılama ve Kontrol sistemlerinin izleme ve kontrolleri
- Acil anons ve Profesyonel Ses sistemlerinin izleme ve kontrolleri
- Full Entegrasyon ile tüm sistemler arası senaryo oluşturma
- Grafik Pano Ekranı

İLETİŞİM

(0212) 220 92 20

KAĞITHANE / İSTANBUL

FORM'UN YERLİ ÜRETİM LENNOX PAKET KLİMALARI VEGA CADDE AVM'DE

Form Endüstri Ürünleri, başarılı iş birlikleri, yerli üretime verdiği değer ve geniş ürün gamıyla projelere değer katan iklimlendirme çözümleri sunmaya devam ediyor. Dünyanın en büyük iklimlendirme oyuncularından Lennox ile yaptığı anlaşma ile lisanslı paket klimaları Türkiye'deki fabrikasında üreten Form, VEGA Cadde AVM'nin iklimlendirme ihtiyacını yerli Lennox paket klimalarla karşılıyor.





Form, güçlü sektör tecrübesi, başarılı iş birlikleri ve yerli üretime verdiği değer ile farklı nitelikteki projelerin ihtiyaçlarına en uygun iklimlendirme çözümlerini sunuyor. Form'un Lennox ile yaptığı lisanslı yerli üretim anlaşması, Lennox'un tarihinde ilk ve tek olma özelliği taşıyor.

Son olarak Ankara kent yaşamının yeni talep ve beklentilerine yanıt verebilmek üzere yenilikçi bir konseptle tasarlanan VEGA Cadde AVM de iklimlendirme çözümünde Form'u tercih etti. Ofis, home-ofis ve AVM karması ile Nata Holding güvencesiyle arz edilen VEGA Cadde AVM, başkentin yeni ticaret ve yaşam alanı olmayı hedefliyor. VEGA Cadde AVM'nin kapalı alanlarının iklimlendirme ve taze hava ihtiyacı, toplamda 1,240 kW kapasiteli dokuz adet Lennox yerli üretim hava soğutmalı paket klima ile sağlanıyor.

İKLİMLENDİRME SİSTEMLERİNDE 55 YILLIK TECRÜBE

1965 yılında kurulan Form Şirketler Grubu, grup bünyesinde yer alan 4 bağımsız firmasıyla merkezi, bireysel iklimlendirme ve endüstriyel uygulamalar alanında, yaşam kalitesini arttıracak cihazların üretim, satış ve satış sonrası faaliyetlerini sürdürmekte; rezidanslardan otellere, okullardan hastanelere her tür bina, iş merkezi, fabrika ve alışveriş merkezleri için iklimlendirme sistem çözümleri sunmaktadır.

Form Şirketler Grubu'nun merkez ofisi Maslak İstanbul'dadır. Ankara, Antalya, Adana, İzmir ve Bursa'da bölge müdürlükleri bulunmaktadır. Klima faaliyetlerinde merkezi klima sistemleri, VRF, split ve multi split klima cihazları temin eden Form Şirketler Grubu, aynı zamanda yerli imalat olarak günışığı aydınlatma sistemleri, doğal havalandırma-duman tahliye üniteleri, evaporatif soğutucular, fancoiller, ısı pompaları ve imzalanan lisans anlaşması kapsamında Lennox marka paket klimalar üretmektedir. Form Şirketler Grubu hakkında daha fazla bilgi www.formgroup.com internet adresinden temin edilebilir.

PRO-TEK®
HİJYEN

'PERSONEL HAVA DUŞU VE HİJYEN KORİDORU'





İŞLETMENİZİN İHTİYACINA EN UYGUN ÇÖZÜMLERLE TÜRKİYE ÇAPINDA YÜZLERCE REFERANSIMIZLA HİJYENDE KALİTE İLE BULUŞMA NOKTANIZ OLMAYA DEVAM EDİYORUZ.

- İşletmenize özel projelendirme
- Personel Hava duşu ile entegrasyon

Merkez : 0 232 449 29 89 / İZMİR Şube : 0 224 361 62 12 / BURSA

www.protekhijyen.com.tr

ÖZEL GÜVENLİK GÖREVLİLERİNE YIPRANMA PAYI VERİLMELİ

GÜSOD Başkanı Levent Güler, para ve değerli eşya naklinin özel güvenlik sektörünün en riskli alanlarından birisi olduğunu belirterek, "Bu faaliyetin icrasında sürekli tehditlere açık olarak görev yapan özel güvenlik görevlilerinin özlük haklarında yapılacak iyileştirmelerin yanı sıra fiili hizmet zammı ve vazife malullüğü gibi konularda belirli adımların atılmasını talep ediyoruz." dedi.



Levent Güler

Para ve değerli eşya nakli özel güvenlik sektörünün en riskli alanlarının başında geliyor. Para ve değerli eşya taşımacılığının en çok bankalar ile perakende ve kuyumculuk sektörü alanında faaliyet gösteren şirketler tarafından kullanıldığını belirten GÜSOD Başkanı Levent Güler, "Para ve değerli eşya nakli gerçekleştiren firmalar sürekli olarak saldırı riski ile karşı karşıya. Bu kapsamda en başta gelen önlemin, saldırı öncesi alınan aksiyonlar olduğunu söyleyebiliriz. Bu önlemleri sıralamak gerekirse; her senaryo özelinde gerçekçi simülasyonların uygulanması, o anki şartlara ve duruma göre analitik düşünme ve soğukkanlı kalabilme kabiliyetinin özel güvenlik görevlilerine kazandırılması ve tüm personelin sürekli eğitilmesi olarak özetleyebiliriz. Sektörün bu alanında çalışan özel güvenlik görevlileri; para ve değerli eşya taşıma güvenliği, risk algısı, risk farkındalığı, tehdit-soygun ve kaza sırasında davranış şekilleri ve ileri sürüş gibi oldukça kapsamlı eğitimler alıyorlar." dedi.

PANDEMİDE GÜVENLİ TESLİMAT ÖNE ÇIKTI

Pandemi döneminin tüm zorluklarına rağmen para ve değerli eşya taşımacılığı alanındaki hizmetlerin kesintisiz olarak sürdürüldüğünü vurgulayan Levent Güler, "Pandemi sürecinde Anadolu'da kuyumculuk sektöründe faaliyet gösteren esnafının İstanbul'a gelememesi nedeniyle taşıma işlemleri bu alanda faaliyet gösteren özel güvenlik şirketleri tarafından karşılandı. Ayrıca yine bu dönemde gerek kısıtlamalar sebebiyle ve gerekse evlerinden çıkma konusunda tereddüt edenlerin çoğunlukta olması nedenleriyle tüm ihtiyaçların e-ticaret üzerinden karşıladığını gördük. Bu husus değerli mamül sınıfına giren mücevher, altın takı ve yatırım amaçlı alınan altınların online satışlarında güvenli teslimatı öne çıkardı. Sektörümüzün; bu konuda oluşan talepleri başarılı ve güvenli şekilde yerine getirdiğini söyleyebilirim." ifadelerini kullandı.

ÖZLÜK HAKLARINDA İYİLEŞTİRME ŞART

Özel güvenlik görevlilerinin en büyük sorunlarının başında ise iş sürecinde karşılaşılan yoğun riskten dolayı 'mesleki yıpranma' geliyor. Yüksek risk altında icra edilen görevlerin, personelin hem fiziki hem de zihinsel anlamda olumsuz etkilere maruz kalmasına sebep olduğunun altını çizen Güler, sözlerini şöyle noktaladı: "Bu olumsuz etkilerini azaltmak amacıyla para ve değerli eşya taşımacılığında görev yapan özel güvenlik görevlilerine yasa kapsamında yapılabilecek yeni düzenlemeler ile özlük haklarında bazı iyileştirmelerin yapılabileceğine inanıyoruz. Yapılabilecek bu iyileştirmeler arasındakilerin en önemlileri özel güvenlik görevlilerine fiili hizmet zammı ve vazife malullüğünün verilebilmesidir. Bu konunun tüm sektör üzerinde çok önemli etkilerinin olacağını ve büyük bir motivasyon sağlayacağını değerlendiriyoruz."



LOOMİS, DİJİTAL YATIRIMLARINA HIZ KESMEDEN DEVAM EDİYOR

Nakit ve değerli mal taşıma sektörünün önde gelen şirketlerinden Loomis Türkiye, teknolojiye yaptığı yatırımlar ile müşteri için güvenilir bir iş ortağı olmaya devam ediyor. Loomis Türkiye COO A. Oğuz Tüzün'den pandemi dönemindeki hizmetleri ve dijital yatırımları hakkında bilgi aldık.



Pandemi dönemi, nakit ve kıymetli mal taşıma sektörünü nasıl şekillendirdi? Bu dönemde çözümleriniz neler oldu?

Pandemi ile birlikte, servis ve tedarikçi altyapısında oluşan sıkıntılar, iptal edilen uçuşlar gibi lojistik sorunlar yaşandı. Ancak hızlı aksiyon alarak bu sorunları çözümledik ve müşterilerimize kesintisiz hizmet vermeyi sürdürdük. Bu süreçte ilk olarak yurtiçi uçuş iptallerinde Karayolu Değerli Kargo Ağımızı devreye aldık. Servis kalitemizi bozmadan gerekli bütün emniyet güvenlik tedbirlerini yeni duruma göre revize ettik. Kuyumculuk sektöründe Anadolu esnafının İstanbul'a gelememesi nedeni ile taşımalarını karayolu zırhlı ağımızla gerçekleştirdik. Bu da şube ağımızın büyüklüğü sayesinde hızlı ve güvenilir olarak gerçekleştirildi. E-ticaret çok ciddi boyutlara ulaştı. Özellikle değerli mamül sınıfına giren mücevher, altın takı ve çeşitli yatırım altınlarının online satışlarında güvenli teslimat önem teşkil etti. Mikro Kargo servisimiz ile artan e-ticaret taleplerini güvenilir bir şekilde giderdik.

Bu süreçte dijitalleşme de hız kazandı. Yaşanan teknolojik gelişmeler, risk yönetimi stratejinizi nasıl etkiliyor?

Bugün Türkiye'de her ay yapılan 350 binin üzerinde değerli toplamayı, iletişim ve görüntülü haberleşme sistemlerimizin de katkısıyla canlı olarak 24 saat izleyebiliyor ve operasyonel risklerimizi kontrol altında tutuyoruz. Teknoloji yardımıyla tüm paketlerimizi temassız olarak teslim ediyor, araç sürüş performanslarımızı saniye bazlı takip edip, raporlayabiliyoruz. Hizmet süreçlerimizde el terminali kullanımı, zırhlı araçlarda canlı video aktarımı, taşınabilir panik butonları, her adımda görüntülü kayıtların alınması, sipariş ve mutabakat süreçlerinin kağıtsız ortamda özel sistemler üzerinden işletilmesini ve anlık takibin uçtan uca verimli yönetimini gerçekleştiriyoruz.

Pandemi ile hayatımıza giren hijyen ve sosyal mesafe gibi çalışanların uyması gereken kuralların takibinde dahi uzaktan denetim sistemimiz ile teknolojiden yararlanıyoruz. Güçlü Loomis IT altyapısı sayesinde hepsi birbirine entegre olarak gerçekleştirilen tüm bu çalışmalar ile müşterilerimiz için güvenilir bir iş ortağı olmaya devam ediyoruz. İşin perakende tarafında ise daha az insan kaynağı, esnek zaman planı, verimli nakit tahsilat süreci, online mutabakat olanaklarını sunan ve muhasebede insan hatasını ortadan kaldıran akıllı kasa "SafePoint" hizmetimiz yer almakta. SafePoint modeline göre dolar, euro ya da pound dahil sekiz farklı döviz türünü tanıyabiliyor ve işlem yapabiliyor.

Türkiye'de rekabet gücünüzü arttırma adına neler yapıyorsunuz? Proje ve yatırım hedefleriniz neler?

Özellikle gıda perakendecilerinin ilgi gösterdiği SafePoint akıllı kasa yatırımlarımıza devam edeceğiz. SafePoint ile perakende sektörüne zamandan ve maliyetten tasarruf sağlayan basit ve etkin bir para işleme çözümü sunuyoruz. Bankayı adeta mağazanın içine getiriyoruz. Mikro kargoya ağırlık vereceğiz. Özellikle e-ticaret şirketlerinin bu konuda taleplerinin artacağını düşünüyoruz. Öte yandan dijital ödeme noktaları için pilot çalışmalara başladık. Yeni dijital ödeme çözümümüz Loomis Pay'i, dünyayla paralel Türkiye'de kullanıma sunmak için altyapı çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

HYBRICOOL İLE TAZE HAVAYI DOĞAL OLARAK SOĞUTUYORUZ



AiolosAir Genel Müdürü Ozan Atasoy, merkezi sistem uygulamaları için geliştirdikleri Hybri Cool IEC cihazlarının özelliklerini anlattı.

Doğa insana konfor içinde yaşaması için tüm enerji kaynaklarını verir. Ancak, enerji kaynakları sınırsız değildir. Sürdürülebilir uygarlık, yenilikçi ürünlerle doğal kaynaklarla elde edilebilir. İnovasyonun kendisi de doğada gizlidir. Hava, Su, Toprak ve Ateş. Doğanın dört elementi sürekli olarak birbirlerinden enerji alıyor. Yaprak döken bir ağaç bir günde yaklaşık 500 litre su buharlaştırır, bu yaklaşık 10-15 split klimaya karşılık gelir.

BUHARLAŞMA

Evaporatif soğutma dünyada bilinen en eski soğutma yöntemidir, hatta Antik çağda bile bir soğutma yöntemi olarak kullanılmıştır. Bu soğutma tekniği herhangi bir sıvının buharlaşması sonucu bulunduğu yüzeyden ısı çekmesi prensibine dayanır. Evaporatif soğutmanın iki farklı yöntemi vardır;

Doğrudan Evaporatif Soğutma (DEC), tek bir hava akımının içinde suyun buharlaşarak havanın duyulur ısısının alınması yöntemi ile uygulanır. Çok yaygın bir uygulama olmakla beraber kuru iklim şartlarında etkin sonuç alınabilir. Nem oranının belli bir değerin üzerinde olduğu iklim şartlarında besleme havasını (ortam havasını) nemlendirdiği için istenilen konforu tam olarak sağlayamaz.

Endirekt Evaporatif Soğutma (IEC), iki hava akımı birbirine karışmadan yapılan evaporatif soğutma sistemidir. Birbirine temas eden iki yüzeyin bir tarafından nemlendirilmiş ve evaporatif olarak soğutulmuş hava, diğer tarafından ise nem ile teması olmayan besleme havası (ortam havası) geçer. Bu sayede evaporasyon enerjisinden maksimumda faydalanılırken ortam havasının konforunu olumsuz etkileyecek nemlendirme etkisi önlenmiş olur. Bu yöntem özellikle taze havanın ortam havası sıcaklık değerine kadar soğutulması istenilen sistemlerde çok yüksek enerji verimliliği sağlar.

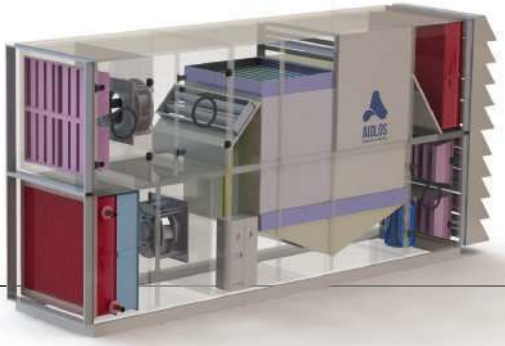
Endirekt Evaporatif Soğutma IEC çok yüksek enerji verimliliği ile karakterize edilir.

HYBRICOOL

Bu doğal rol modelden esinlenerek, Aiolos Air HybriCool Endirekt Evaporatif Soğutmalı Klima Ünitesini geliştirdi (IEC). Yenilikçi tasarımımız sayesinde, EC fanlı, yüksek verimli ısı eşanjörleri ve IoT teknolojilerini doğadan gelen bu basit soğutma prensibinin bir araya getirmek için uygulayarak, HybriCool IEC ünitesi çok yüksek enerjiyi verimliliğine doğal olarak ulaşmaktadır.

IoT tabanlı web uygulama ile web üzerinden yönetilebilen otomasyon sistemi ile HybriCool IEC ünitesi, en iyi ve verimli çalışma noktasını tespit ederek enerjinin en etkin kullanılmasını garanti eder. Cihazın çalışması görselleştirilerek çalışmanın uzaktan izlenmesinin yanında, herhangibir PC, tablet veya akıllı telefondan cihazın kontrolü, anlık veri paylaşımı ve çalışma performansının 13 aylık geçmiş kaydını görüntülemek mümkündür.

HybriCool Endirekt Evaporatif Soğutma Ünitesi dönüş havasını nemlendirerek evaporasyon enerjisi ile yaş termometre sıcaklıklarına kadar soğutur. Bu soğutulmuş hava çok yüksek verimli adyabatik modül içerisinde taze havanın ısısını alarak dönüş havasının altında sıcaklıklarda soğutulmuş taze hava elde edilmesini sağlar. Taze hava ihtiyacının yüksek olduğu binalarda taze hava ihtiyacından kaynaklanan soğutma yükünü doğal olarak alır. İlave soğutma yükü ihtiyacı olduğunda cihaz içinde yer alan kompresör sistemi ile veya harici bir kondenser veya chiller vasıtasıyla iç yüklerden kaynaklanan soğutma ihtiyacı karşılanır. 1 kW başına elde edilen soğutma enerjisi bu sayede 9 kW'ları geçebilmektedir. Sezonsal enerji verimliliği değerleri de bu soğutma prensibi sayesinde çok yüksek değerlere ulaşabilmektedir.



AKILLI TEKNOLOJİLERLE
AVM'LERDE GÜVENLİ ORTAMLAR YARATIYORUZ

AVM'lerde yaşanan güvenlik riskleri nelerdir?

Yoğun insan trafiğine sahip olan alışveriş merkezleri yangın, hırsızlık ve toplumsal olaylar gibi çeşitli risklerle karşı karşıya kalıyor. Son bir yıldır COVID-19 pandemisiyle virüs bulaşma riski de AVM'ler için en önemli sorunlardan biri haline geldi. AVM'lerin bünyesinde bulunan satış alanlarını, çalışanlarını ve ziyaretçilerini her türlü tehdide karşı koruması ve önleyici tedbirleri alarak geniş ve kapsamlı bir güvenlik ağı oluşturması gerekiyor. Alınan güvenlik önlemlerinin müşteri deneyimini olumsuz etkilemeden, insanların kendilerini güvende hissetmelerini sağlaması önemli. Bu nedenle, insanlı güvenlikle birlikte teknolojinin ön planda olduğu elektronik güvenlik çözümleri, alışveriş merkezi güvenliğinde çok büyük önem taşıyor.

Peki, bu risklere anında müdahale etmek amacıyla geliştirdiğiniz güvenlik sistemleri hakkında bilgi alabilir miyiz? Güvenlik dışında bu sistemlerin ilave faydaları nelerdir?

Güvenlik teknolojileri yapay zeka ve nesnelerin interneti ekseninde çok hızlı bir gelişim gösteriyor. Akıllı güvenlik kameraları, video analiz yazılımları, biyometrik teknolojiler, yangın algılama teknolojileri güvenliğin temel taşları haline geldi. Günümüzde en çok yatırım yapılan teknolojilerin başında video izleme çözümleri geliyor. Kameralar tarafından toplanan veriler, yeni nesil akıllı yazılımlarla anlamlı bilgiye dönüştürülüyor.



Güvenlik teknolojileri alanında, farklı sektörlere yönelik geliştirdiği çözümlerle öne çıkan Sensormatic, alışveriş merkezlerinin ihtiyacına da yeni nesil çözümler üretiyor. AVM'lerde güvenli ve sağlıklı ortamlar yarattıklarını belirten Sensormatic Pazarlama Direktörü Pelin Yelkencioğlu'dan güvenlik teknolojileri hakkında bilgi aldık.

Kameralar tarafından kaydedilen görüntüler üzerinde anlık analizler gerçekleştirilebiliyor. İnsan trafiğinin yoğun olduğu alanlarda kaydedilen görüntüler üzerinde yapılan derin analizlerle unutulan çantalar ya da ailesinden ayrı kalan bir çocuk hızlıca tespit edilebiliyor. Aynı alandaki farklı kameraların aldığı görüntüler içinde arama yapılarak çantayı bırakan kişinin nereden geldiği, ne zaman bıraktığı ve sonrasında nereye gittiği tıpkı bir film şeridi gibi an be an izlenebiliyor ya da kaybolan çocuğun yeri tespit edilebiliyor. Yüksek çözünürlüklü görüntü kalitesine sahip video izleme teknolojileriyle geçiş kontrol, yangın algılama ve alarm sistemlerinin entegre çalışmaları sağlanabiliyor.

ACİL DURUM VE DANIŞMA KİOSKUYLA HIZLI MÜDAHALE

Acil durum ve danışma kioskuysa üzerinde yer alan hareketli kamerayla AVM'de olup biteni kontrol edebiliyor. 'Sanal Devriye' hizmetiyle ortam kontrol altına alınıyor ve böylece güvenlik görevlisinin konuya en doğru şekilde müdahalesi sağlanıyor. Sensormatic Yoğunluk Ölçüm Çözümü, gerçek zamanlı analiz yeteneği sayesinde, bir alandaki kişi sayısının anlık olarak takip edilebilmesini sağlıyor. AVM'de yemek alanlarına, tuvaletlere veya ortak kullanım alanlarına konumlandırılan ekrana, içeride kaç kişi olduğu, sosyal mesafe kurallarına göre içeriye kaç kişinin girebileceği ve yaklaşık bekleme süresi görsel olarak yansıtılabiliyor. Ateş ölçer termal kameralarımız da AVM girişlerinde ısı ölçümü yapıyor, yüksek ateşe sahip kişileri tespit edip sesli ve görsel uyarı veriyor. Bu sayede AVM içinde sağlıklı ortamlar yaratılmış oluyor.

VARNOST, DEĞİŞEN GÜVENLİK İHTİYAÇLARINA İNOVATİF ÇÖZÜMLER SUNUYOR


Yasemin Gölgeli

Geçiş kontrol sistemleriyle başladığı yolculuğuna yangın algılama ve kontrol sistemlerinden acil anons sistemlerine, kamera sistemlerinden plaka tanıma sistemlerine kadar birçok güvenlik hizmeti ekleyen Varnost, inovatif çözümleriyle sektörde fark yaratıyor. Yerli ve milli teknoloji üretimini kendilerine ilke edindiklerini belirten Varnost Genel Koordinatörü Yasemin Gölgeli, son teknoloji çözümlerini anlattı.

Varnost olarak güvenlik önlemlerini en üst seviyeye getirmek amacıyla sunduğunuz son teknoloji çözümleriniz nelerdir?

Son teknoloji çözümlerimiz donanım tarafında özellikle dijital ve TCP/IP tabanlı ürünler ile sağlanmakta iken, yazılım tarafında yüksek güvenlikli çatı yazılım platformu tarafından sağlanmaktadır. Çözüm stratejimiz projenin ihtiyacına göre değişkenlik göstermektedir. Fakat bazı göze çarpan özelliklerden bahsedecek olursak;

Sınır güvenliğinde son teknoloji uzun menzilli termal ve lazer kameralar, normal güvenlik izlemelerinde yüksek çözünürlüklü CCTV kameraları, geçiş kontrol sistemlerinde sert dış ortam koşullarına dayanıklı yüz tanıma, parmak izi okuma, kare kod okuyucu ve kart okuyucu-şifre paneli gibi ürünlerle birlikte, kendi markamız olan son derece yüksek kaliteli malzemeden yapılan buton ve kilitlerimiz gibi öne çıkan ürünlerimiz bulunmakta. Aynı şekilde interaktif teknoloji yangın algılama ve kontrol sistemleri, IP tabanlı ve Analog seslendirme ve acil anons sistemleri ile birlikte, her türlü otel, AVM ve kültür merkezi vb. toplantı ve konferans salonu içeren projelerde profesyonel sahne ses ve ışık sistemleri hizmetlerimiz mevcuttur.

Bugün yerli piyasaya sunduğumuz en büyük hizmet olan ve yukarıdaki sistemlerin tamamını birbiriyle tek bir platform üzerinde entegre olarak kontrol eden ve çalıştıran, sistemlerin birbiriyle olan entegrasyonlarını mümkün kılan marka bağımsız yüzde 100 yerli Çatı Platform yazılımımız yine aynı şekilde pazara sunduğumuz üst teknoloji hizmetlerden birisidir.

Bahsetmiş olduğunuz yüzde 100 yerli Çatı Yazılım Platformu hizmetiniz ile ilgili bilgi verebilir misiniz?

Bir işletme içerisinde bulunan personeller her zaman kolay sistem kullanımına öncelik verirler. Bu bağlamda kurulumu yapılmış olan sistemlerin her biri marka veya protokol bazlı olarak farklı bir yönetim platformuna sahiptir. Bu durum, bina güvenliğini sağlayacak ekipler açısından istenmeyen bir durumdur. Bahsettiğimiz marka ya da protokollere bağlı kalma zorunluluğunu ortadan kaldıran çatı yazılım platformumuz sayesinde, bina içerisinde herhangi bir noktadan sabit iş istasyonu veya mobil cihazlar kullanmak suretiyle sisteme müdahale edilebilmekte olup, bu yönetim süreci tüm sistemler için geçerli hale getirebilmektedir. Örneğin; platforma bağlandığımız zaman hem yangın algılama hem geçiş kontrol sistemi, hem CCTV hem de Acil Anons Sistemini aynı anda kontrol edebilmekteyiz.

Acil anons sistemleriniz ile yangın algılama ve kontrol sistemlerinizin özelliklerinden bahseder misiniz?

Acil Anons Sistemlerimizi projeye göre belirliyoruz. En göze çarpan özelliklerimiz, dijital, TCP/IP tabanlı, EN-64 sertifikasına sahip olan ürünlerimiz ile birlikte yazılım tarafında olan gücümüzdür. Son yaptığımız AR&GE sürecinde zone kontrol ünitelerinde muazzem bir kontak akım kapasitesi oluşturduk. Gerek analog, gerek dijital sistemlerde mesafelerin bizim için hiçbir önemi bulunmamaktadır. Yangın algılama sistemlerimiz ise intelligent ve interaktif olarak iki gruba ayrılmakta olup, exproof ürünler, hava örnekleme, gaz algılama vb. gibi, standart yangın algılamanın da ötesinde özel projeleri yapabilmemizi sağlayan saha ve merkez ekipmanlarına sahiptir. Uzun çevrim mesafeleri ve büyük loop kapasiteleri ile birçok büyük ölçekli projeyi rahatlıkla devreye alabilmekteyiz.

BOSS ÖZEL GÜVENLİĞİN

TEKNOLOJİK CİHAZLARI İLE KALİTELİ GÜVENLİK HİZMETİ

Boss Güvenlik'in kuruluş süreci ve hizmetleri hakkında bilgi verir misiniz?

Özel güvenlik sektöründe 18 yıllık bilgi ve birikimimiz var ve daha önce aynı firmada operasyon müdürü olarak çalıştığımız arkadaşımla beraber kendi güvenlik şirketimizi kurmak, sektörde yıllarca çeşitli yönetim kademelerinde biriktirmiş olduğumuz bilgi ve birikimlerimizle sektöre yönelik farklı bir hizmet anlayışı getirmek amacıyla 7 yıl önce Boss Güvenlik şirketini kurmaya karar verdik. Hizmet verdiğimiz alanlar; ağırlıklı olarak siteler, iş merkezleri, AVM güvenliği, hastane, okul, şantiye güvenliğidir.

Sektörde çok sayıda firma benzer hizmetleri veriyor. Boss Güvenlik'i diğer firmalardan farklı kılan özelliklerden bahsedebilir misiniz?

Farkındalık yaratmak amacıyla kurduğumuz firmamızda önceliğimiz; çalışan personelin her türlü kanuni hakkının korunarak, huzurlu ve mutlu şekilde işini yapması, aidiyet duygusunun kazandırılarak uzun yıllar bizimle çalışması, müşterilerimize sunmuş olduğumuz hizmet için fiyat/performans kriterine en uygun şekilde en iyi hizmeti alarak memnun kalması, şeffaf ve gerçekçi bir şekilde verilen hizmeti görmesi, denetleyebilmesi, her türlü istek ve şikayetlerine en kısa zamanda çözüm odaklı cevap verilmesi şirket politikamızdır. Bizim için en önemli referans budur.


Sedat Honça

Sürdürülebilir ve koşulsuz müşteri memnuniyetini ilke edinen Boss Özel Güvenlik A.Ş, son teknoloji cihazları kullanarak en kaliteli ve başarılı güvenlik hizmetleri sunuyor. "Sektöre farkındalık yaratmak, kaliteli hizmet sunmak ve öncü şirketlerden olmak istiyorsanız teknolojiyi takip ve aktif olarak kullanmak zorundasınız." diyen Boss Güvenlik Genel Müdür Sedat Honça ile hizmetlerini konuştuk.

Pandemi döneminde AVM güvenliği de büyük önem kazandı. Peki, AVM güvenliği hizmeti verirken dikkat ettiğiniz hususlar nelerdir?

Öncelikle belirtmek isterim ki gerek AVM gerekse diğer projelerde bizim ilk önceliğimiz çalışan personelin müşteri ve projeye uyumu, şirketi ve çalıştığı projeyi en iyi şekilde temsil edecek şekilde bilgi birikim ve kişilikte olmasıdır. AVM'de çalışan tüm personelin her noktada çalışacak şekilde yetiştirilmesi için sürekli eğitimler verilmekte ve personeller dönüşümlü olarak her bölgede çalışmaktadırlar. Hayatımızın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiş olan AVM'lerde dikkat ettiğimiz en önemli hususlardan biri hırsızlık. Bu olayı önlemek için tüm personelimize daha önce hırsızlık şüphelisi şahısların fotoğrafları gösterilmekte, devriye personellerinin şüpheli görülen şahısları takip ve kontrol altında tutması ve müşterilerimizin hırsızlık olayına karşı dikkatli ve tedbirli olması konusunda uyarılmasıdır.

Hizmetlerinizde teknolojiden nasıl yararlanıyorsunuz?

Drone ile projeleri ve personel faaliyetlerini güvenlik sektöründe ülkemizde ilk kullanan kişilerden biri olarak şunu söyleyebilirim ki; sürekli gelişen ve büyüyen güvenlik sektöründe teknolojik gelişmeleri takip ve gerek yazılım gerekse kullanmış olduğumuz ekipmanların gelişen teknolojiyle uyumlu olması olmazsa olmazlarımızdan. Bunu yaparken de amacımız hızlı, ekonomik ve daha kaliteli hizmet sunmak... Şayet farkındalık yaratmak, kaliteli hizmet sunmak, sektörde öncü şirketlerden olmak istiyorsanız teknolojiyi takip ve aktif olarak kullanmak zorundasınız.



5 KITADA EN PRESTİJLİ PROJELER DENGE YAPI ÇÖZÜMLERİYLE GÜVENDE


Zafer Ülkü

Denge Yapı, 30 yıldır yangın güvenlik sektörüne sunduğu çözümlerle global pazarda adından söz ettiriyor. 5 kıtada 43 ülkede en prestijli projelerde yer alan Denge Yapı, anahtar teslimi projeler gerçekleştiriyor. Denge Yapı Genel Müdürü Zafer Ülkü'den hizmetleri hakkında bilgi aldık.

Denge Yapı'nın kuruluş süreci ve hizmetleri hakkında bilgi verir misiniz?

Denge Yapı uzun yıllar yurtdışı projeler tecrübesi üzerine 1997 yılında Türkiye'de yangın güvenliği konusunda faaliyet göstermek üzere kurulmuş, yaklaşık 30 yıllık bir firmadır. Ülkemizde ve yurt dışı pazarlarımızda mühendislik hizmetleri dahil, teknik uygulama dahil, üretim, ürün tedariği hizmetlerimizle birlikte anahtar teslimi projeler gerçekleştirmekteyiz. Endüstride yaptığımız çözüm ortaklığı anlaşmaları ile de ihracat hedefli birçok yapısal, elektrik ve mekanik aksamda içeriğinde mühendislik hizmetlerimiz ve ürünlerimizle destek olmaktayız. An itibariyle 5 kıtada bayrak dalgalandırmış bir firmayız. Ana çalışma konumuz pasif yangın korunumudur.

Pasif Yangın Korunumu nedir?

Bildiğiniz gibi, yapılarda yangın güvenliğini sağlamak için tüm mühendislik disiplinlerinin geliştirip, insalığın hizmetine sunduğu çözümler mevcuttur. Bunların başlıcaları, yangın söndürme sistemleri, algılama sistemleri, duman uzaklaştırma gibi bir cihaz veya ekipmanla yapılan, mekanik ve/veya elektronik sitemlerdir. Bu tür sistemler, enerji ve muhtelif cihazlar gerektirir ve ciddi mühendislik çalışmaları ile oluşturur. Tüm bu hizmetleri Aktif Yangın Korunum hizmetleri olarak isimleririz.

Pasif Yangın Korunumu ise, bir cihaz veya hareketli ekipmana ve genel olarak bakım onarım gerektirmeden, yapıların yangın riskini azaltıp, olası yangının yayılımını engelleyip ve geciktirerek, yangın sonrası ortaya çıkacak zararları minimize etmeye yarayan tüm yapısal detay ve tasarım diyebiliriz. Örnek olarak sizin de hitap ettiğiniz AVM sektörünü düşünürsek, yapı içerisinde yangına dayanımlı olması gereken, duvarlar, tesisatların geçtiği şaftlar gibi içinde yaşarken pek göremediğimiz, sahnenin arkasında kalan, ama hizmetlerin sunulmasını sağlayan birçok bileşen vardır. Bunlarda yangın yayılımı, alev ve dumanın yayılımını engelleyen özel esnek izolasyon malzemeleri vardır. Dünyada genel geçer ismi ile, (firestop) Türkçemizde Yangın Durdurucu dediğimiz mastik, yastık, kelepçe, plakalar, vb. gibi ürünler vardır. Amacı, yapıdaki yangın zararlarının delik ve boşluklardan geçip yayılmasını geciktirerek engellemek. Uluslararası akredite laboratuvarlarda yapılmış yangın testleri ile belgelendirilerek tesisatlarda yangın dayanımı hedefli yalıtımlar yapılır. Kısaca yangın durdurucular ile bu hizmetleri sağlayarak güvenli yapı hedefleriz.

ANAHTAR TESLİMİ PROJELER

Burada, hemen fırsat gelmişken belirtelim, 30 yıllık sürecimizde, sektörümüze örnek olup, Türkiye'ye birçok yabancı firmanın ürünlerinin girmesini bir nevi teşvik etmiş olduk. Ancak, çeşitlilik ve farklılıkları zenginlik olarak adlandırsak bile, bazen farklıyım demek için komik söylemler ileri sürebiliyoruz. Buna gerek yok. Son birkaç yılda, piyasamızdan şöyle talepler alıyoruz. Pasif Yangın Durdurucu (PYD) malzeme ihtiyacımız var gibi. Bu geniş pazarlama ağını kullanarak bir şeyler yapmak isteyenlerin dikkatsizce verdiği bir zarardır. Pasif Yangın Durdurucu diye bir şey yoktur. Böyle bir terim olabilmesi için, pasif olan şeyin aktifinin de olması gerekir. Ama yok. O yüzden tüm dünyada kullanılan hali ile yangın durdurucu demek yeterlidir. Bunun dışında yine gelişen yapı üretim teknolojileri ile daha hızlı ve geniş açıklıklı, deprem güvenli yapılar elde etmek için tercih edilen çelik yapılar vardır. Çeliğin yangın dayanımı, gerekli tasarım önlemleri alınmayınca biraz dezavantajlıdır. Farklı

tekniklerle, üzerine yaptığımız yangın koruma kaplamaları ile, bu riski ortadan kaldıran çözümlerimiz vardır. Tabi bu konular ve ürünler çok geniş bir yelpazede sunulmakla birlikte, ciddi mühendislik hizmetleri gerektirir. Biz burada firma olarak, Amerika veya Avrupa'daki gibi direkt son kullanıcıya bir ürün teslimatı gerçekleştirmiyoruz. Mühendislik hizmeti ile birlikte ürünleri, yerinde anahtar teslimi uygulamalı olarak, tam amacına uygun halde teslim ediyoruz. Böylece test edilmiş detayları, yorumsuz olarak uygulanmasını temin ediyoruz. Sonuç olarak bir hizmeti temin eden yapımızla, aslında biz ürün satmıyoruz. Çözüm geliştiriyoruz. O yüzden size ürünlerimiz göstermememiz, yerinde tespitler yaparak detaylarınızı çözerek hizmeti sağlamamız gerekiyor.

Kaç ülkede hangi projeleri üstlendiniz?

Şu an 5 kıtada bayrak dalgalandırmış bir firmayız. Orta Asya'dan, Uzakdoğu'ya, Güney Amerika'dan, Avrupa'ya hatta Okyanusya bölgesindeki ülkelere Türkiye üzerinden hizmet ve ürünlerimizi ulaştırdık. Burada ülkeleri saymak çok yer kaplar, Türkiye haricinde 43 ülkeye ulaşan bir listemiz var. İlgilenenler web sitelerimizden güncellendikçe bu bilgilere ulaşabilir.

Avrasya Tüneli'nin yangın koruma kaplamasını sağladınız. Kısaca bu projeden bahsedebilir misiniz?

Betonarme yapılarda pasif yangın korunumu konusunda örnek olan bir projedir Avrasya tünelleri. Denge Yapı olarak içinde olmaktan gurur duyduğumuz, müteahhidi, kontrolü dahil uluslararası yeni nesil mühendisliğin örneklerinden sayılacak dev bir takımın ortaya çıkardığı, projenin kıtalararası bir bağlantı olması biraz diğer özelliklerini gölgede bıraktı ama, dünyada bir çok mühendislik probleminin çözümünde örnek olan, ilklerin başarı ile hayata geçirildiği bir projedir bizim için. İçeriğinde bulunmaktan çok keyif aldığımız, gurur duyduğumuz bir projedir. Bizim katkımız, dünyanın en ince ve hafif refrakter nitelikli kaplamasını, uluslararası bir takım çalışması ile geliştirip, yine uluslararası bir akredite laboratuarlar ile o tünelin parçaları üzerinde, yangın testleri yaparak belgelendirip, tasarım, test ve uygulama aşamaları ile en büyük proje olması dışında, en hızlı uygulanan proje unvanına da sahiptir. Orada ortaya çıkan know-how bugün 4 kıtaya yayılmış ve insanlığın hizmetine sunulmuştur. Kısaca biz o projede, tüm pasif yangın korunum hizmetlerini, yani yangın durdurucu uygulamaları dahil, yangın korunum kaplamalarını (Fireproofing) hayata geçirdik.

2020'yi nasıl kapattınız? 2021 hedefleriniz neler?

2020, pandemi ve küresel yatırım krizlerinin yaşandığı zor bir yıldı. Sadece Türkiye'de değil an itibariyle dört farklı kıtada çalıştığımız için sanırım net bir şekilde söyleyebilirim. Tüm dünyada zor bir yıl olarak tarihteki yerini aldı. Biz firma bazında büyüme yönelimimizi sürdürdük. Ama hesapta olmayan bu pandemi nedeniyle, büyüsek bile bu öngördüğümüz seviye değildi. Geliştirilen aşı sayesinde, kısa sürede ülkemizdeki aşılanma oranını arttırırsak, oluşan ekonomik hasarı tespit edip, telafi imkanlarını ortaya çıkarabileceğimize inanıyoruz. Gelişmelerin o yönde gitmesinden dolayı ümitliyiz.





AVRASYA TÜNELİ

SWAT GÜVENLİK SEKTÖRE YENİ BİR BAKIŞ VE FARKLILIK GETİRDİ



Ahmet Soysal

Özel güvenlik hizmetleri alanında geniş bir hizmet yelpazesi olan SWAT Güvenlik, her sektör için çözüm sunmaya devam ediyor. Hizmetleri ve personel eğitimleri üzerine sorularımızı cevaplayan SWAT Güvenlik Yönetim Kurulu Başkanımız Ahmet Soysal, "Hedefimiz, Türkiye'deki hizmet sektörüne tamamen yeni bir bakış ve farklılık getirerek, hizmetlerimizi verimli ve güvenilir bir şekilde yerine getirdiğimiz konusunda güvence vermektir." dedi.

SWAT Güvenlik'i yakından tanıyabilir miyiz? Müşterilerinizin ihtiyaçlarına ne tür çözümler üretiyorsunuz?

2013 yılı Avcılar İstanbul 'da Uluslararası Taktik ve Güvenlik Araştırma Enstitüsü'nü oluşturan bir dünya markası olarak özel güvenlik ve elektronik güvenlik sistemleri konularında deneyimli uzman kadromuz ile; Fiziki Güvenlik, Elektronik Güvenlik ve Eğitim alanlarında samimi bir dost, özel bir kuvvet ve çözüm ortağı olarak kaliteli hizmetimizden ödün vermeden ve doğruluk ilkesinden ayrılmayarak alanımızda hizmet vermekteyiz.

SWAT Güvenlik'in esas hedefi Türkiye'deki hizmet sektörüne tamamen yeni bir bakış ve farklılık getirerek, hizmetlerimizi verimli ve güvenilir bir şekilde yerine getirdiğimiz konusunda güvence vermektir. Yapı taşlarımızı oluştururken de; değişime uyum sağlayarak ve hep birlikte hareket edebilme kabiliyetlerimizi sürekli gündemimizde tutarak varlığımızın bunca yıl dimdik ayakta kalması için hergün daha fazla çalışmaya özen gösteriyoruz.

Peki iş ve alışveriş merkezlerine hangi hizmetleri veriyorsunuz? Buralarda acil durum yönetimini nasıl sağlıyorsunuz?

Fiziki ve Elektronik Güvenlik hizmetleri vermekteyiz. Acil durum yönetimi içinse; personellerimizi işe başlatmadan önce göreve başlayacakları yer hususunda bilgilendirme Oryantasyon eğitimi verilmektedir. Verilen eğitimlerimizde, 'Şirketin disiplin yönetmeliği, Kılık kıyafet yönetmeliği, Vizyon-misyon politikası, İlk yardım eğitimi, Yangın eğitimi, Şirketin temel ilkeleri, Eğitim-disiplin-görevde dürüstlük' vb. konular anlatılarak personellerimizi proje için yetiştirerek ve 7/24 CCTV odalarından yapılan takip sayesinde müdahalelerimiz en kısa sürede gerçekleşerek sektöre hizmet sağlamaktayız.

Özel güvenlik hizmetlerinde nitelikli personel çok önemli. Personellerinize verdiğiniz eğitimlerden bahseder misiniz?

Eğitimli uzman kadromuz tarafınca verilen eğitimlerimizde, ilk işe alım sürecinden başlamak üzere güvenlik bilincini mücadele edebilecek seviyeye getirerek görev yaptıkları yerde can ve mal kaybına, sabotaj ve hırsızlık teşebbüsüne mahal vermeden 5188 sayılı Özel Güvenlik Kanununa bağlı olarak genel kolluk kuvvetlerine yardımcı olabilmek maksadı ile yasalarda verilen özel güvenlik ve koruma görevlerini yapabilecek; akademik bilgiye, hukukun üstünlüğüne inanmış insan haklarına saygılı çağdaş ve dinamik düşünce sistemini benimseyen, gelişen teknolojilere uyum sağlayabilecek uzman ve personeller yetiştirmekteyiz.

Hizmetlerinizde teknolojiden hangi oranda yararlanıyorsunuz?

Sektördeki bütün teknolojik ve akademik bilgi gelişimini profesyonel kadromuz ile takip ediyoruz. Sektörümüzde kullanılan son teknoloji kamera sistemleri, elektronik güvenlik, devriye tur kontrol kalemi, yaya giriş turnike sistemleri, X-Ray cihazı, kapı detektörü gibi cihazları kullanıyoruz.

Son olarak eklemek istedikleriniz neler?

Yaşadığımız bu zorlu süreçte COVİD 19 döneminde her gün gece gündüz demeden, insanların arasında cansiperane bir şekilde çalışan türlü zorluklara, hastalık bulaşma riskine rağmen canlarını ortaya koyup emek veren tüm özel güvenlik görevlisi çalışma arkadaşlarımıza çok teşekkür eder, görevlerinde başarılar dilerim. Başarılı olmak istiyorsanız, yaptığınız işi bilin, yaptığınız işi sevin, yaptığınız işe inanın. Güvenliğiniz için çalıştığımızı bilin o bizlere yeter.

2-3 HAZİRAN

RETAIL DAYS 2021 PERAKENDE GÜNLERİ

HALİÇ KONGRE MERKEZİ

20. Yıl

2-3 HAZİRAN 2021
HALİÇ KONGRE MERKEZİ



2-3 HAZİRAN 2021

ANA SPONSORLAR

AKINON VESTEL

HALİÇ KONGRE MERKEZİ

SOYSAL

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

ISI GERİ KAZANIMI SİSTEMLERİ HEM ÇEVRECİ HEM TASARRUFLU



Doğu İklimlendirme İş Geliştirme Mühendisi Mehmet Enes Ersöz'den ısı geri kazanımı sistemleri hakkında bilgi aldık. Isı geri kazanımı sistemlerinin daha çevreci olmasının yanı sıra büyük enerji verimliliği sağladığının altını çizen Ersöz, Doğu İklimlendirme olarak sundukları çözümleri anlattı.

İklimlendirme sistemlerinde taze havanın önemi hakkında bilgi verebilir misiniz?

İçinde bulunduğumuz pandemi sürecinde havalandırma sistemlerinin sağlıklı bir şeklide kurulması ve çalıştırılmasının önemi net bir şekilde anlaşıldı. Kapalı bir alanda özellikle havalandırma sisteminin zayıf olduğu mahallerde virüslerin ortama yayılma hızı çok yüksek olmaktadır. Hava sirkülasyonunun olmadığı, aynı havanın tekrar tekrar şartlandırılıp ortama verilmesi sonucunda hava içerisinde bulunan virüs, bakteri, küf gibi kirleticiler hızla çoğalmakta ve ortam içerisinde bulunan kişilerin konforunu olumsuz etkilemenin yanında çok daha büyük sonuçlar doğurarak sağlıklarını tehlikeye atmaktadır.

Özet olarak, taze havaya gerekli önemin verilmediği veya yetersiz kaldığı kapalı ortamlarda virüs yayılımı artmakta ve bunun önüne geçilebilmesi için havalandırma tesisatının büyük önem arz ettiği açıkça ortadadır. Fakat inşaat yatırımı esnasında maliyetleri düşürmek için havalandırma sistemlerine gerekli önem verilmemektedir. Yasa ve yönetmelikler noktasında hastane gibi zorunluluk teşkil eden binalar hariç diğer genel amaçlı yapılarda havalandırma projesi zorunluluğu olmaması da bir diğer etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Ulusal ve uluslararası kaynaklar tarafından yayınlanan pandemi ile ilgili önlemler kısmında yazılı olarak havalandırmanın önemi anlatılsa da icraata geçildiğini düşünmüyoruz. Bu konuda MMO altında çalışan Teknik Kurulun yaptığı çalışmaların bir an evvel

uygulamaya geçirilmesinin büyük önem taşıdığını düşünüyoruz.

İklimlendirme sistemlerinde ısı geri kazanımının önemi hakkında ne düşünüyorsunuz?

Kapalı ortamlarda insan sağlığı ve konforu için havalandırma yapılması yani, kirlenen havanın dışarı atılarak yerine filtre edilmiş ve şartlandırılmış taze hava alınması gerekmektedir. Havalandırma sistemleri sayesinde atılan ve alınan havanın kontrol edilmesi ile iç basınç kontrolü sağlanırken, kontrolsüz sızıntı havası ile gelen kirlilik ve ısı yükleri de önlenir.

Havalandırma yapılması durumunda şartlandırılmış iç havanın dışarıya atılması, dış ortama atılan hava miktarı kadar iç ortama taze hava alınması gerekmektedir. İç ortama alınan havanın ise mahale girmeden önce konfor şartlarına getirilmesi gerekir. Bu durum ise dış hava yükünü ortaya çıkarır. Küçümsenemeyecek seviyelerde olan bu ısı yükünü karşılayacak enerji miktarının yüksek olması, havalandırma yapılmamasının ya da eksik miktarda havalandırma yapılmasının en önemli mazeretidir. Bu durumun çözümü ise Isı Geri Kazanımı uygulamasıdır.

Egzoz havası ile atılan ısının, kullanılan geri kazanım tekniğine göre, yüzde 30 ile yüzde 85 arasındaki bir kısmı ekonomik olarak geri kazanılabilir. Bu, taze havanın konfor şartlarına getirilmesi için gereken ısı yükünün aynı oranda azaltılması demektir. Yaygın olarak kullanılan ısı geri kazanım tekniklerinde ideal verimlilik aralığı, seçilen uygulama tekniğinin cinsine de bağlı olarak, yüzde 45 ile yüzde 75 arasında değerlendirilmelidir.

Avrupa Birliği Enerji politikalarında yapılan düzenlemelerin getirdiği şartlar arasında yer alan CO2 emisyonlarının yüzde 20 azaltılması maddesi sonucu, Isı Geri Kazanım Sistemlerinin önemi tüm dünyada bir kez daha vurgulanmıştır.



Doğu İklimlendirme olarak, ürün gamınızda taze hava ve ısı geri kazanımı ihtiyaçlarına yönelik ürünlere yer veriyor musunuz?

Doğu iklimlendirme olarak, cihaz grubu ürünlerimizin büyük bir kısmını Taze Hava ve Isı Geri Kazanımı ihtiyaçlarına yönelik ürünler oluşturuyor. Okuyucularımıza bu ürünlerimizin bir kısmından bahsedecek olursak; Çatı Tipi Paket Klima Ünitelerimiz (Rooftop) ve Ters Akışlı Isı Geri Kazanım Cihazlarımızdan ilerleyebiliriz.

Çatı Tipi Paket Klima Ünitelerimiz, mahallerin ısıtma, soğutma ihtiyacına göre 8 farklı modelde ve 30-180 kW kapasite aralığında üretilmektedir. ERP 2021 regülasyonuna tam uyumlu, en az yüzde 73 ısıl verimliliğe sahip, tamburlu ısı/enerji geri kazanım eşanjörü ile taze hava ve dönüş havası arasında atık ısının geri kazanımını sağlayarak yüksek enerji verimliliklerine ulaşan ünitelerimiz, yüzde 0-100 taze hava oranlarında çalışma imkanı sunmaktadır.

Ters akışlı Isı Geri Kazanım Cihazlarımız, ortamın havalandırılması esnasında egzoz ve besleme havası arasında ısı transferi gerçekleştirerek taze havanın istenilen konfor şartlarına getirilmesi için ihtiyaç duyulan ısı yükünün büyük bir kısmını dış ortama atılan kirli havadan geri kazanır. Özel olarak tasarlanmış ters akışlı ısı geri kazanım eşanjörü sayesinde atık ısını geri kazanımında yüzde 90'a varan verim elde edilmektedir.





TÜRKİYE'NİN HER YERİNE PERSONEL TEMİNİ SAĞLIYORUZ



İbrahim Akcil

Özak Şirketler Grubu, 15 yıllık bir tecrübeyle özel güvenlik, profesyonel ve temizlik hizmetleri ile apartman ve site yönetimi alanlarından müşterilerinin ihtiyaçlarına özel çözümler sunuyor. Türkiye'nin her yerine personel temini sağladıklarını belirten Özak Şirketler Grubu Yönetim Kurulu Başkanı İbrahim Akcil ile hizmetlerini konuştuk.

Özak Şirketler Grubu kuruluşu hakkında bilgi alabilir miyiz?

Özak Şirketler Grubu olarak şirketimizin temelleri bundan 14 yıl önce atılmıştır. 2007 yılında Saros Özel Güvenlik Firması ile ortaklaşa olarak özel güvenlik sektöründe faaliyetimize başlamış bulunmaktayız. 2017 yılına geldiğimizde ise Saros Özel Güvenlik Firması ile ortaklığımızı sonlandırarak Akçiller Özak Özel Güvenlik Hizmetleri Limited Şirketi ismi ile sektörde faaliyetlerimize devam etmekteyiz. Profesyonel olarak site-apartman yönetimi, her türlü personel temini, temizlik ve özel güvenlik sektörlerinde faaliyetlerimizi devam ettirmekteyiz.

Hizmetlerinizden bahsedebilir misiniz?

Profesyonel site ve apartman yönetimi, site apartman işyeri temizliği ve temizlik ürünleri satışı, özel güvenlik hizmetleri sektörlerinde hizmet vermekteyiz. Farkımız yılların tecrübesi olmasıdır.

Peki, özel güvenlik hizmetini profesyonel bir şirketten almak firmalara ne tür avantajlar sağlar?

Son zamanlarda bazı şirket, toplu konut siteleri ve fabrika gibi yerlerin, özel güvenlik hizmetlerini kendi imkanları ile ve kendi bünyelerinde gerçekleştirmeye çalıştıklarını görmekteyiz. Ancak kendi imkanları dahilinde özel güvenlik personeli sağlamanın bir çok dezavantajı bulunmaktadır. Bu dezavantajların ortadan kaldırılması ve işin daha profesyonelce yapılması adına söz konusu yerlerin özel güvenlik şirketi aracılığı ile personel tedarik etmeleri gerektiği hususu ortaya çıkmaktadır. Özel Güvenlik Şirketi ile çalışmak, insan kaynakları açısından temini ve yönetilmesi zor olan, ayrıca İç İşleri Bakanlığı tarafından sertifika sahibi olunması zorunluluğu bulunan personelleri bulma ve çalıştırma konforunu sağlar. Asıl işveren bu zor, yorucu ve cezai müeyyideleri içeren işle uğraşmak zorunda kalmaz. Ayrıca Özel Güvenlik Şirketi ile çalışmak ciddi bir vergisel avantaj sağlar.

Gelecek döneme ilişkin büyüme hedefinizi öğrenebilir miyiz?

Özel güvenlik sektöründe uzun zamandan beri faaliyetlerimizi sürdürmekteyiz. Uzun zamandan beri bu sektörde faaliyet göstermemiz bize tecrübe kazandırmıştır. İzmir, Muğla, Bursa, Çanakkale, İstanbul illerinde faaliyet göstermekte olup Türkiye'nin birçok iline daha hizmet vermeyi hedeflemekteyiz.

2-3 HAZİRAN

RETAIL DAYS 2021 PERAKENDE GÜNLERİ

HALİÇ KONGRE MERKEZİ

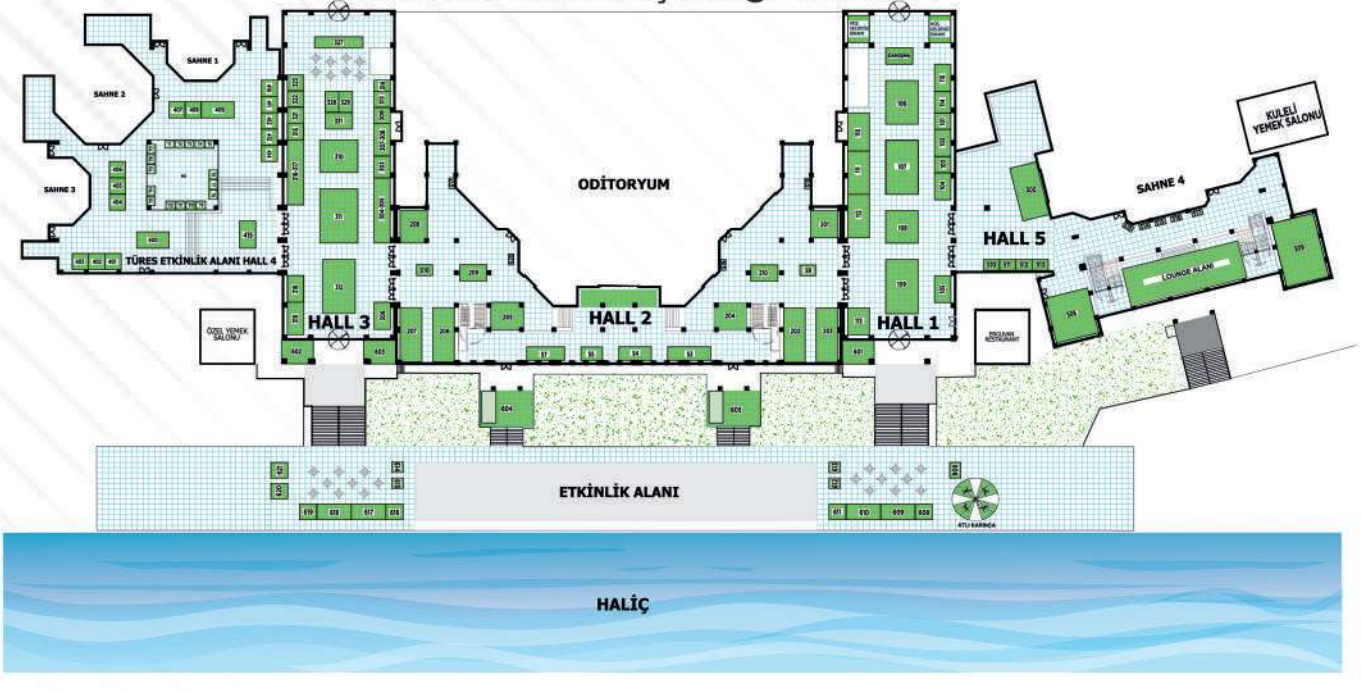
20. Yıl

2-3 HAZİRAN'DA PERAKENDE GÜNLERİ DENEYİMİ

. Perakendenin En Büyük Buluşması'na katılın
. Temiz hava ile havalandırılmış fuar alanının keyfini çıkarın
. Açık alandaki kafe'lerde oturun, etkinliklere katılın
. Konferans oturumlarını rahat oturma düzeniyle izleyin
. Sahilin ve güneşin tadını çıkarın

PG ETKİNLİK PLANI

2-3 Haziran 2021 Haliç Kongre Merkezi



2-3 HAZİRAN 2021

ANA SPONSORLAR

AKINON VESTEL

SOYSAL

HALİÇ KONGRE MERKEZİ

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

ZKTECO, GELECEĞİN GÜVENLİK TEKNOLOJİLERİNE LİDERLİK EDİYOR

Güvenlik yönetim çözümleri hakkında bilgi aldığımız ZKTeco Türkiye Pazarlama Stratejisti Buğra Kocatürk, "1000'den fazla Ar-Ge çalışanımız ile akıllı güvenlik sistemlerinde son teknolojik ürünleri ve algoritmaları üretiyor ve bunları her türlü işletme ve kurumun etkin bir şekilde güvenlik yönetimini sağlayabilmesi için yazılımlarımıza entegre ediyoruz." dedi.



Buğra Kocatürk

ZKTeco olarak güvenlik önlemlerini en üst seviyeye getirmek amacıyla sunduğunuz son teknoloji çözümleriniz nelerdir?

Pandemi süreciyle beraber koronavirüs de çözüm sunulması gereken bir güvenlik problemi haline geldi. Bu bağlamda ZKTeco, ürettiği akıllı güvenlik teknolojilerini pandemi yönetim sürecine entegre hale getirdi. Pandemi döneminin başından itibaren Güvenlik Sistemleri Cihazlarımıza Vücut Isısı & Maske Tespiti yapabilen yüz tanıma terminalleri ekledik. Tüm kurum ve işletmelerce yönetimi zor olan pandemi sürecinde, güvenlik ve giriş-çıkış kontrollerini etkin bir şekilde yönetebilmek amacıyla Vücut Isısı & Maske Tespiti yapan yüz tanıma terminallerimizi kullanıcıların hizmetine sunduk. İşletme ve kurumların pandemi dönemindeki tüm ihtiyaçlarını karşılayabilmek açısından cihazlarımızı kolay arayüzlü yazılımlarımızla entegre hale getirerek, pandemi sürecini onlar için kolay yönetilebilir bir hale getirdik.

Ürünlerinizin avantajlarından bahsedebilir misiniz?

ZKTeco tarafından geliştirilen son teknoloji ve algoritmalar ile geçiş kontrollerinin sağlandığı yüz & avuç içi & parmak izi doğrulama yapabilen erişim kontrol terminalleri, hem 1 saniyenin altında hızlı tanımlama yapabilirken hem de Visible Light teknolojisi ile +/-30° ve +/- 60° geniş açılı tanıma yapabilmektedir. Buna ek olarak, yine ZKTeco tarafından geliştirilen güvenlik yönetim yazılımları ile beraber maskesiz ve vücut ısısı uygun olmayan bireylerin geçişinin engellenmesi ve raporlanması sağlanabilmektedir. Tüm personel & ziyaretçi takibi ve yönetimi ZKTeco Vücut Isısı & Maske Tespiti cihazları ve yazılımları ile kolaylıkla yapılabilmektedir. ZKTeco geliştirdiği ürün ve yazılımlar ile tüm alışveriş merkezleri, zincir mağazaları, devlet ve eğitim kurumları, şantiye alanları, hastaneler, ticari ofisler ve fabrikalar için üstün bir pandemi güvenlik yönetim çözümü sunmaktadır.

Ar-Ge çalışmalarınız ve yatırım planlarınız hakkında bilgi alabilir miyiz?

1000'den fazla Ar-Ge çalışanımız ile akıllı güvenlik sistemlerinde son teknolojik ürünleri ve algoritmaları üretiyor ve bunları her türlü işletme ve kurumun etkin bir şekilde güvenlik yönetimini sağlayabilmesi için yazılımlarımıza entegre ediyoruz. Buna ek olarak, biyometrik doğrulama teknolojilerini akıllı güvenlik sistemlerimize entegre ederek bu alanda dünyada öncülük yapıyoruz. Yüz, avuç içi, parmak izi, avuç içi damarı ve parmak damarı gibi biyometrik tanımlama metodlarında en gelişmiş algoritmaları üreterek gelecek güvenlik teknolojilerine liderlik ediyoruz. 40'dan fazla yerel ofisimiz ve 100'den fazla ülkede kullanılan cihazlarımız ile tüm kullanıcılarımız için uluslararası bir güvence sunuyoruz.







MALL REPORT DERGİSİNE NASIL ULAŞIRIM?



HAVAALANLARININ BEKLEME SALONLARINDA YERİMİZİ ALDIK.

TURKCELL DERGİLİKTEN OKUYABİLİRSİNİZ.





SEKTÖR FUARLARINDA BİZ DE KATILIYORUZ.

DİJİTALBASIN.COM ADRESİNDEN ULAŞABİLİRSİNİZ.

MALL REPORT E-DERGİ

MALLREPORT.COM.TR WEB SİTESİ E-DERGİ BÖLÜMÜNDEN BİZİ TAKİP EDİN.

www

@mallreport

MARKAMIZA GÜÇ KATACAK YATIRIMCILARLA CİHANGİR KEBAP'I GLOBALE TAŞIYACAĞIZ



Cihangir Usta

Adana kebabına kattığı lezzeti müşterilerinin beğendiği bir konseptle buluşturan Cihangir Kebap markalaşma yolunda emin adımlarla ilerliyor. "Kısa süre içerisinde Adana'da güvenilir bir marka olduk. Artık hem yurt içinde ve hem de yurt dışında bayilikler ile büyümeyi hedefliyoruz." diyen Cihangir Kebap'ın genç ve başarılı kurucusu Cihangir Usta ile hedeflerini konuştuk.

Cihangir Usta, öncelikle sizleri tanıyabilir miyiz?

Aslen Siirtli olup 1986 yılında Manisa'da dünyaya geldim. Kendimi bildiğim andan itibaren de kebapla iç içe oldum. 1995 yılında amcamın yanında Adana'da kebapçı olarak çalışmaya başladım. Çocuk yaşta başladığım kebapçılık, asıl mesleğim oldu. Bulaşıkçı, garson, şef, müdür ve son olarak kendi işletmemin patronu oldum. 18 yıllık tecrübemin ardından 2013 yılında Cihangir Kebap'ı hizmete açtım.

Cihangir Kebap'ı diğer restoranlardan farklı kılan nedir?

Klasik kebapçılardan daha farklı konseptle misafirlerimizi ağırlıyoruz. Sadece et konusundaki uzmanlığımız ile müşterilerimize taze, kaliteli, yiyecek ve içecek sunmakla kalmayıp, dekorasyon ve atmosfer olarak da keyifli deneyimler sunuyoruz. Özel olarak hazırladığımız menülerle nihai amacımız müşteri memnuniyeti oluyor. Cihangir Kebap olarak etlerimizin kesiminden muhafazasına kadar uygun ortamlar oluşturup menülerimizi özenle hazırlayarak konuklarımıza nezih bir mekanda sunmaktayız. Herkesin güvenle geldiği mekanımızda sıcak sohbet, lezzetli yemekler, özel yemek, tatlı ve içecek sunumları müşterilerimizin hizmetinizdeyiz.

Peki, bayilik veriyor musunuz?

Adana dışından gelen misafirlerimizin Cihangir Kebap lezzetlerini kendi bölgelerinde de tatmak istemelerinden dolayı bayilik vererek şubeleşme kararı aldık. Kısa süre içerisinde Adana'da güvenilir bir marka olduk. Artık hem yurt içinde ve hem de yurt dışında bayilikler ile büyümeyi hedefliyoruz. Şubeleşirken de belirli standartlarımız var. Sürekli yenilenme isteğine sahip, çalışkan, müşteri memnuniyeti odaklı hizmet veren, başka işlerle uğraşmayıp sadece Cihangir Kebap bayiliğine yoğunlaşacak kişilerle iş ortaklığı yapmak istiyoruz. "Birlikten Güç Doğar" inanışı ile hareket edecek yatırımcılar arıyoruz.

Bayilik şartlarınızdan bahsedebilir misiniz?

Cihangir Kebap olarak iki farklı konseptimiz var. AVM konseptimiz olan Cihangir Dürümmatik'in bayilik giriş bedeli 150 bin TL. Cadde konseptimiz Cihangir Alakart'ın bayilik giriş bedeli ise 250 bin TL. Ortalama bir şube açılış maliyeti ise şubenin büyüklüğü ve konseptine bağlı olarak 250 bin ila 750 bin TL arasında değişmektedir. Ayrıca her ay brüt ciro üzerinden yüzde 5 royalty bedeli almaktayız. Yatırımın ortalama geri dönüş süresi ise ortalama 20-24 aydır.

Son olarak yatırımcıya sağladığınız destekleri öğrenebilir miyiz?

Lokasyon konusunda işlek ana caddelerde, okul gibi yerlere yakın bölgelerde ve insan yoğunluğunun çok olduğu yerlerde olmasına dikkat ediyoruz. İnşaat, donanım, dekorasyonu bizim onayımız ile işletmeci tamamlıyor. Dükkânların büyüklükleri açılacak yerlere göre 80 m^2 ile 250 m^2 arasında değişim gösteriyor. Cadde Konseptinde Cihangir Kebap lezzetleri servis (kebap-ızgara-fırın) ve dürüm ürünleri (çiğ köfte, tatlı dahil) misafirlere hizmet vermektedir. AVM Konseptimiz ise fast-food şeklinde olup dürüm lezzetleri ve çiğ köfte ile misafirlere hizmet verecektir.



Cihangir KEBAP

Tecrübeden
Gelen
Lezzet

Bir sonraki bayimiz
siz olun!







info@cihangirkebap.com.tr

www.cihangirkebap.com.tr

@cihangir

TAB

TAB GIDA SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

SİZLERLE BÜYÜMEYE DEVAM EDİYORUZ

Türkiye'de **1.200**'den Fazla Restoran

25 Yıllık Tecrübe

300'den Fazla **Franchise** Restoranı

25.000'den Fazla Çalışan

Gıda işletmeciliği konusunda tüm çözümleri kendi bünyesinde sunan iş modeli ile **TAB Gıda,** markalarına yatırım yapmak isteyen girişimcilere avantajlı teslimli işletme fırsatı sunuyor.













TM & © 2021 Burger King Corporation. Tüm hakları saklıdır. Burger King Corporation, Burger King markası ve ambleminin tek hak sahibidir. © 2021 Popeyes Louisiana Kitchen, Inc. All rights reserved. Tüm hakları saklıdır. Popeyes Louisiana Kitchen, Inc., Popeyes® markası ve ambleminin tek hak sahibidir. TM & © 2021 Arby's IP Holder, LLC. Tüm hakları saklıdır. Arby's IP Holder, LLC. Arby's markası ve ambleminin tek hak sahibidir. © 2021 Sbarro, LLC. Tüm hakları saklıdır. Sbarro International, Sbarro markası ve ambleminin tek hak sahibidir. TAB Gıda, Usta Dönerci® markası ve ambleminin tek hak sahibidir. TAB Gıda, Usta Pideci® markası ve ambleminin tek hak sahibidir.