www.perapost.com AYLIK DİJİTAL PERAKENDE GAZETESİ 1 HAZİRAN 2021

PERAPOST

PERAKENDENİN EN DOĞRU, EN HIZLI POSTASI

Pandemiye rağmen AVM'den vazgeçmedik!

JLL Türkiye, 2021 ilk çeyreğine ilişkin Türkiye'nin Makroekonomik ve Gayrimenkul Piyasası Verileri Raporu'nu açıkladı. Raporda, AVM yatırımlarının devam ettiği görüldü. ■ Sayfa 15





Perakende sektörü, uzun bir aradan sonra Perakende Günleri 2021'de bir araya geldi. Soysal'ın düzenlediği ve bu yıl 20'nci yılını kutlayan Perakende Günleri 2021, "Dijital Dünya" temasıyla sektörü buluşturdu.

Soysal'ın Kurucusu Suat Soysal, alışveriş alışkanlıkları ve beklentilerin hızla değiştiğine dikkat çekerken, "Müşterisini dinleyen ve buna uygun şekilde sürekli gelişen şirketler bu sürecin kazananları olacak" dedi.

■ Sayfa 11

Suat Soysal

Müşteri odaklı dönüşüm ŞİRKETLERE KAZANDIRACAK

Temassız, hızlı alışveriş

Metro Türkiye, 'Metro Fast' yatırımını büyütmeyi sürdürüyor. Çözümü kullanıp tekrar tercih edenlerin oranı ise yüzde 70'e çıktı. ■ Sayfa 3

Migros'un TARO'su

Türk mühendisler tarafından geliştirilen robot destekli ürün toplama asistanı TARO, yoğun talep artışına karşı büyük bir hız kazandırıyor. ■ Sayfa 7

Yeni sadakat programı

Teknoloji perakendeciliğinin ve e-ticaretin öncü markası Teknosa, yeni sadakat programı TeknoClub'ı müşterilerinin hizmetine sundu. ■ Sayfa 9

Sürdürülebilir destek

CarrefourSA, Türkiye'de tarımın sürdürülebilirliği adına yerli üreticiyi ve yerli tohum kullanımını destekliyor; gıda güvenliğini sağlıyor ■ Sayfa 19

Babalar Günü'ne özel

Kiğılı, Babalar Günü için özel hediye seçenekleri sunduğunu duyururken, İlkbahar/Yaz sezonu ürünleri ve birbirinden farklı hediye seçenekleri hazırlandı. ■ Sayfa 22



Teknosa Mağazaları teknosa.com 0850 222 55 99

instagram.com/teknosa facebook.com/teknosa twitter.com/teknosa

TEKNOSA

1-16 Haziran 2021 tarihleri arasında TeknoClub programına üye olan müşteriler 16.06.2021 tarihine kadar 2.500 TL üzeri ilk alışverişlerinde geçerli 100 TL indirim kazanacaktır. Dyson markalı ürünler, HardDiskler ve Dijital kartlar kampanya kapsamı dışındadır. Kampanya diğer kampanyalarla birleşemez. Teknosa İç ve Dış Tic. A.Ş kampanya koşullarında değişiklik yapma hakkını saklı tutar.
Detaylı bilgi: https://www.teknosa.com/kampanyalar/TeknoClub-Lansman-Kampanyasi/TeknoClub-Lansman-Kampanyasi, 0850 222 55 99

Temassız, hızlı ve kolay alışverişin merkezi oldu

Metro Türkiye, koronavirüs salgınından önce başlattığı ve temassız, kolay alışveriş sağlayan 'Metro Fast' yatırımını büyütmeyi sürdürüyor. Çözümü kullanıp tekrar tercih edenlerin oranı ise yüzde 70'e çıktı

Tüketicinin pandemi döneminde öncelikli tercihi olan ve bu süreçten sonra alışkanlıklarından biri olması beklenen temassız ve hızlı alışveriş konusunda Metro Türkiye, yatırımlarını güçlendirmeyi sürdürüyor. Metro Türkiye CEO'su Sinem Türüng, "Pandemiden önce pilot çalışmalarını başlatmış olduğumuz Metro Fast çözümümüzü de 100 milyon TL'den fazla yatırım kararıyla yılsonuna kadar 20 mağazamızda daha bu çözümümüzü müşterilerimiz ile buluşturacağız. Metro Fast çözümümüzü hayata geçirdiğimiz geçen yılın ekim ayından bu yana bir kez kullanıp tekrar tercih edenlerin oranı yüzde 70'e kadar çıkıyor. Bu oran da sunduğumuz çözümün ne denli yerinde bir uygulama olduğunu da kanıtlar nitelikte. Bu çözümümüz sayesinde müşterilerimiz kasa bandına temas etmeden sepetlerini saniyeler içerisinde Metro Fast kasalarından doğrulatıp, ödeme noktasında da QR kod ile temassız bir biçimde ödeme yapabiliyor. Diğer yandan "sıra asistanları" konseptiyle dijital çözümleri kullanma noktasında çekinceleri olan ya da tercih etmeyen müşterilerimize de yardımcı oluyoruz" dedi.


Sinem Türüng

Tedbirden taviz yok

Pandemi döneminde ağırlık verdikleri bir diğer uygulamalarının ise izlenebilirlik çözümleri olduğunu anlatan Türüng, yıllardır gıda konusundaki bu çalışmalarını büyütmeye devam ettiklerini söyledi.

Sinem Türüng, diğer yandan Kovid-19'un beraberinde getirdiği hijyen önlemlerinin artık kalıcı hale geldiği bir dönemde olunduğunu vurgularken, tüm süreçlerinde en üst seviyede hijyen ve hijyen denetimi sağladıklarını hatırlattı. Türüng, salgın tedbirlerinin büyük hassasiyetle takip edildiğini ifade etti.

Yaza özel

Sinem Türüng, yaz aylarında en önemli iş ortakları olan HORECA (otel, restoran ve kafe) müşterilerine yönelik çalışmalarının devam edeceğini kaydederken, "İşletmelere yönelik hem geniş ürün yelpazemizle hem de ödeme kolaylıklarıyla sektörün yanında olmaya devam edeceğiz. 30 Haziran'a kadar ticari kartlarla yapılacak alışverişler için 6 taksitle ödeme imkânı sağlıyoruz. Yaz sezonunda HORECA'da beklediğimiz hareketliliği desteklemek için 5 ayrı şehirde 10 mağazamız ile bu pilot çözümü müşterilerimize ulaştırmayı hedefliyoruz" dedi.





Carrefour SA



Doğrusu CarrefourSA'da,
Doğruca CarrefourSA'ya!



Doğru ürün, doğru koşullarda üretilir,
uzmanların denetiminden geçirilir.

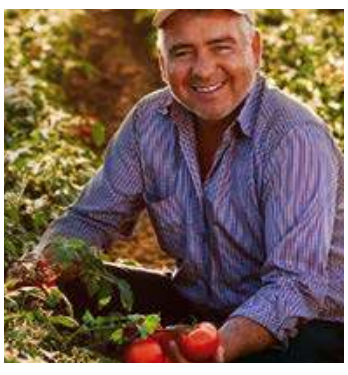
Doğru üretici, dünyayı da düşünür,
kaliteden taviz vermeden, sürdürülebilirlik için çalışır.

Doğru hizmet, güler yüzlüdür, müşteri memnuniyeti için
uyum içerisinde çalışmaktır.

Doğru fiyat, kaliteli ürünlere herkesin ulaşabilmesini sağlar,
doğru beslenmeyi herkes için mümkün kılar.



Doğru ürün, doğru üretici, doğru hizmet,
doğru fiyatlarla buluşunca;
Doğrusu CarrefourSA'da, Doğruca CarrefourSA'ya!











DOĞRUSU CarrefourSA'da

Reklam filmimiz için doğruca tıklayınız.

İlkbahar-Yaz Koleksiyonu ile göz kamaştırıyor



Zamansız ama bir o kadar da dinamik parçalarla dikkatleri üzerine çeken People by Fabrika'nın yeni sezon trendlerini yansıtan ilkbahar-yaz koleksiyonu stilin adresi Morhipo'da

Modayı takip eden kadınların ve erkeklerin vazgeçilmez markası haline gelen People By Fabrika ilkbahar-yaz koleksiyonuyla yine göz dolduruyor. Bu sezon rahat kalıp ve modellere daha fazla yer veren koleksiyon genç, aktif, şehirli kadın ve erkeklere konforlu bir sezon vadediyor.

Klasik görünümlü tasarımlardan ziyade daha genç, modern ve aktif bir stil sunan People By Fabrika'nın ilkbahar-yaz koleksiyonu zamansız, dinamik ve tarz parçalarla kombinlerinize enerji katmaya geliyor.

Kilit parçası olacak

People by Fabrika koleksiyonunda yer alan ilkbaharın vazgeçilmezleri trikolar, gömlekler ve sweatshirt'ler; yaz aylarının vazgeçilmezi baskılı tişörtler, renkli şort ve pantolonlar gardıropların kilit parçası olmaya aday. Yeni sezonun kilit parçalarından mini ve süper mini elbiseler kadınların stiline feminen bir hava katıyor. Daha rahat bir tarz benimseyenler için biker taytlar, oversize tişörtlerle mükemmel bir alternatif olarak yer alıyor.

Hem rahat hem de zamansız bir görünüm tercih edenler için People By Fabrika'nın modern dokunuşuyla marin stil kurtarıcınız olurken, sweatshirt'ler ve tulumlar bu sezonun öne çıkan parçaları arasında yer alıyor.

Rahat, çabasız ve spontan bir görünüm sunan erkek koleksiyonunda ise oversize kalıplar, denim şortlar, baskılı tişört ve sweatshirtler öne çıkıyor. Daha modern ve genç görünüm sunan koleksiyon



gardıroplardaki vazgeçilmez parçalar arasında yer almaya geliyor.

People By Fabrika'nın sezon trendlerini yansıtan 2021 İlkbahar-Yaz koleksiyonunu keşfetmek için morhipo.com'u ziyaret edebilirsiniz.





Doğal tarım sağlıklı gıda

Hero Baby Türkiye Pazarlama Direktörü Şirin Işık, 'İklim Pozitif 2030' küresel vizyonları ile 2030 yılına kadar doğanın sunduklarını doğaya geri kazandırmayı hedeflediklerini belirtti. Markanın doğal tarımı destekleyen pek çok projesi öne çıkıyor



135 yılı geride bırakan gıda üreticisi İsviçreli Hero Baby, sürdürülebilirlik vizyonu ile sektörde fark yaratmaya devam ediyor. Bebeklerin sağlıklı gelişiminin yanında ekolojik sisteme de katkı sağlamak amacıyla pek çok farklı projeyi hayata geçirmeye devam ettiklerini anlatan Hero Baby Türkiye Pazarlama Direktörü Şirin Işık, "Doğal tarım konusu ise sürdürülebilirlik vizyonumuzun neredeyse en değerli kaynaklarından biri... Küresel boyutta İklim Pozitif 2030 vizyonumuzla birlikte, sürdürülebilir kaynak yönetimi, doğa dostu üretim ve doğal olarak sağlıklı gıda başlıkları çerçevesinde 2030 yılına kadar doğanın bize sunduklarını doğaya geri kazandırmayı hedefliyoruz" dedi.

'Birlikte çalışıyoruz'

Bu kapsamda özellikle doğal kaynakların sürdürülebilirliği için her zaman çiftçilerin yanında olmaya özen gösterdiklerini vurgulayan Işık, her yıl çiftçilere eğitimler vererek, onları arılı ve doğal tarım uygulamalarına teşvik etmeye çalıştıklarını söyledi. Işık, şunları anlattı:

"Bu yolda uzun yıllar emin adımlar attık ve her sene bu çalışmalarımızı sürdürmeye gayret ediyoruz. Bu çalışmalarımız kapsamında çiftçilerimizin bebek gıdasına uygun meyve, sebze ve tahıl yetiştirmelerini sağlayacak doğal savunma yöntemleri topraklardan en doğru verimi almalarını sağlayacak yöntemler ve doğanın sürdürülebilir kılınması için damla sulama, doğru gübre kullanımı gibi teknikleri çiftçilerimize aktarıyor ve bu teorik bilgilerin pratiğinin en doğru



Şirin Işık

şekilde uygulanması için onlarla birlikte çalışıyoruz. Arılı ve doğal tarım uygulamaları sayesinde, arıcılar ve meyve üreticilerini ortak bir platformda bütünleştirerek bebeklerin doğru mamalarla buluşmasını sağladık, sağlamaya devam ediyoruz. Ülkemizde 300'ün üzerinde olan anlaşmalı çiftçimiz var ve onlarla birlikte doğal tarım konusunda pek çok çalışmaya imza atıyoruz."

10 milyon arı!

Yıllardır sürdürdükleri projelerle ekolojik dengeyi koruma altına alarak, doğanın iyiliğini koruyan çalışmaların bir parçası olduklarına dikkat çeken Şirin Işık, "6 yıl boyunca sürdürdüğümüz "Bu Bahçede Arı Var!" projemizin ardından geçtiğimiz yıl yine üniversite iş birliğiyle mega kentlerdeki arıların popülasyonuna katkı sağlamak, çocukların şehir hayatında dalından meyve ve sebze tüketmesi için "Arı Evim Geleceğim" projesini hayata geçirdik. Soframıza gelen 100 temel gıda ürününün 71'i arıların yaptığı tozlaşma sayesinde elde ediliyor. İnsan yaşantısının devam edebilmesi için arıların yaşantısının devam edebilmesi çok önemli. Bu süreçte doğada yalnız yaşayan arılar olarak bildiğimiz soliter arılar devreye giriyor. Projedeki ana hedefimiz; 5 yıl gibi sürede 50 milyon yeni arıyı doğaya kazandırmak. Geçen yıl İstanbul bölgesine 37 arı evi yerleştirerek eko sisteme değer kattık. Bu yılın ortasında ise yaklaşık 10 milyon yeni arıyı şehir hayatına kazandırmayı hedefliyoruz" diye konuştu.

SUWEN

Seni Anlatan Renkler

Suwen'de!



suwen.com.tr

Migros'un TARO'su siparişi 5 kat hızlı hazırlıyor

Migros ve Asis Otomasyon'daki Türk mühendisler tarafından geliştirilen robot destekli ürün toplama asistanı TARO, yoğun talep artışına yanıt olarak ürün siparişlerinin hazırlanmasına büyük bir hız kazandırıyor



Mustafa Bartın



Migros, e-sipariş toplamada büyük önem taşıyan robotik teknolojiler konusunda dünyada alanında ilk olan yeni bir uygulamaya imza attı. Migros'da kullanılmaya başlanan, tamamen Migros ve Asis Otomasyon'daki Türk mühendisler tarafından geliştirilen robot destekli ürün toplama asistanı TARO, yoğun talep artışına yanıt olarak ürün siparişlerinin hazırlanmasına büyük bir hız kazandırıyor. Migros Ticaret A.Ş. E-Ticaret ve Perakende Operasyonları İcra Kurulu Üyesi Mustafa Bartın, "Bugünün perakendesinin ötesinde ve gelecekte de dünya perakendesinin yönünü etkileyecek teknolojik bir gelişmeye öncülük ediyoruz. Uluslararası perakendede hem fiziksel mağazacılık hem de e-ticarette sahip olduğumuz bilgi birikimiyle dünya perakendesine yeni bir teknoloji kazandırıyoruz. Mağaza depolarımızda kullanıma aldığımız robot destekli ürün toplama asistanı TARO ile hızımıza hız kattık, online siparişlerdeki ürün toplama hızımız 5 katına çıktı. Migros Sanal Market ekibinin yönlendirmeleri ile Türk mühendisleri tarafından geliştirilen robot, perakende sektöründe teknolojik anlamda gelinen son nokta. Migros perakende sektöründe bir ilki daha gerçekleştirdi" dedi.

"Hızımıza hız kattık"

Müşterilerin artık tek tıkla her ürünü evinden sipariş verebilmenin kolaylığını yaşadığını anlatan Mustafa Bartın, "Hem offline hem de online taraftaki alışverişlerde, kalite kadar hıza da önem verdiklerini biliyoruz. Biz de öncü ve inovatif uygulamalarımızla müşterilerimize hem kusursuz hem de çağın ötesinde bir deneyim yaşatmak için yatırımlarımızı sürdürüyoruz. Geleceğin teknolojisi TARO, çalışanlarımızın en büyük yardımcısı olacak. Yılsonuna kadar Migros Sanal Market siparişlerinin yüzde 50'sini TARO ile hazırlıyor olacağız" diye konuştu.

Kärcher 'yaza merhaba' kampanyası başlattı

Kärcher, hayalleri süsleyen bahçeler için zengin seçenekleri ile 'yaza merhaba' kampanyasına başladığını duyurdu. Kärcher'in 30 Haziran'a kadar sürecek 'yaza merhaba' fırsatı ile yüzde 20 avantajlı fiyatlarla www.kaercher.com'da olacak





Havaların ısınmasıyla birlikte bahçelerde geçirilen zaman arttı. Kärcher, hayalleri süsleyen bahçeler için zengin seçenekleri ile 'yaza merhaba' kampanyasına başladığını duyurdu.

Kärcher'in 30 Haziran'a kadar sürecek 'yaza merhaba' fırsatı ile yüzde 20 avantajlı fiyatlarla www.kaercher.com'da olacak.

Maksimum düzeyde su tasarrufu

Akıllı sulama sistemleri ile su tasarrufunu maksimize edebileceğiniz her türlü bahçe ekipmanını da "yaza merhaba" fırsatında bulabileceksiniz.

Otomatik sulama aparatlarından yağmurlama sistemine, püskürtme tabancalarından fıskiyelere, sulama pompaları, su sayaçları ile hortum bağlantı ve depolama aparatlarına kadar tüm ihtiyaçlarınıza cevap veren Kärcher bahçe sulama cihazları ile bu yaz bahçenizin keyfini doyasıya çıkaracaksınız.



Alman teknolojisiyle üretilmiş dayanıklı, kullanımı kolay ve bahçeler için ideal çözümler sunan Kärcher'in tüm bahçe sulama ürünleri www.kaercher.com'da bir tık kadar yakınınızda.




FORTINI
189,99TL
5TH AVENUE
159,99TL
DEICHMANN

Teknosa, yeni sadakat programını başlattı

Türkiye teknoloji perakendeciliğinin ve e-ticaretin öncü markası Teknosa, yeni sadakat programı TeknoClub'ı müşterilerinin hizmetine sundu



Teknosa, yeni sadakat programı TeknoClub'ı tüketicilerin hizmetine sundu. Programa üye olanları sürpriz hediyeler ve özel ayrıcalıkların yanı sıra harcadıkça daha çok indirim kazanma imkanı beklediği duyuruldu.

Sabancı Holding iştiraklerinden Teknosa, "Herkes için Teknoloji" misyonuyla değişen müşteri ihtiyaçlarına yönelik öncü adımlar atmaya devam ediyor. Son olarak yeni sadakat programı TeknoClub'ı hayata geçiren Şirket, üyelerine ayrıcalıklarla dolu yeni bir dünyanın kapısını açıyor.

Müşteriler, alışveriş seviyesine göre TeknoPlus, TeknoPro ve TeknoElit üyeliklerine dahil olarak, TeknoClub avantajlarından yararlanabilecek.

TeknoClub'a üye olanlar avantajlı kampanyalar, doğum gününe özel ve 3'üncü parti markalarda geçerli indirimlerin yanı sıra ücretsiz kargo, çağrı merkezi ve servis hizmetlerinde öncelikler, sürpriz hediyeler ve ayrıcalıklara sahip olacak.

16 Haziran'a kadar indirim

TeknoClub üyeleri, harcamaları oranında bir üst üyeliğe geçerek, daha çok avantajdan faydalanabilecek. Ayrıca lansmana özel 1-16 Haziran tarihlerinde TeknoClub'a üye olan herkes 2500 TL ve üzeri ilk alışverişlerinde 100 TL indirim kazanacak.

TeknoClub üyeliğiyle kazanılan tüm indirimler, Teknosa mağazalarında, teknosa.com'da ve mobil uygulamada yapılacak alışverişlerde geçerli olacak. TeknoClub'a, Teknosa'nın web sitesi, mağazaları, mobil uygulamaları ya da SMS üzerinden üye olmak mümkün.

Vestel, Güney Koreli Daewoo ile lisans anlaşması imzaladı

Türkiye'de ürettiği son teknolojileri dünyanın 157 ülkesine ulaştıran Vestel, ihracata yönelik stratejik yeni bir iş birliğine daha da imza attı. Vestel, Posco International Corporation'ın sahibi olduğu Daewoo markası ile beyaz eşya ve TV üretimi ve satışı için 10 yıllık bir lisans anlaşması imzaladı.

Bu ürünlerin Avrupa başta olmak üzere Rusya ve Türki Cumhuriyetler'i de kapsayan 50'ye yakın ülkeye ihraç edecek olan Vestel, hem Avrupa'da hem de Asya pazarlarındaki güçlü konumunu daha da yukarıya taşıyacak.

Vestel, Posco International ile imzaladığı lisans anlaşmasıyla stratejik iş birliklerine bir yenisini daha ekledi. Vestel, Posco International Corporation'ın sahibi olduğu Daewoo markası ile beyaz eşya ve TV üretimi ve satışı için 10 yıllık bir lisans imzaladı



Rekabet avantajı artıyor

Uluslararası markalarla yaptıkları iş birlikleriyle hem başarı çıtalarını istikrarlı bir şekilde yükselttiklerini hem de Türkiye'nin adını dünya pazarlarında duyurduklarını söyleyen Vestel CEO'su Turan Erdoğan, "Vestel'in üretim ve ihracattaki gücünü destekleyen stratejik pazarlara yönelik iş birliklerimizle, rekabetteki avantajımızı artırmaya odaklandık. Faaliyet gösterdiğimiz sektörlere yön veren teknoloji üretimimiz, ürün ve hizmetlerimiz ile dünyanın dört bir yanına ulaşıyor, ülkemizin adını gururla 157 ülkeye taşıyoruz. Elektrik-elektronik sektörünün 23 yıldır ihracat şampiyonu olarak, dış pazarlardaki gücümüzü ve rekabet avantajımızı artıracak tüm fırsatları yakından takip ediyoruz" dedi.

Erdoğan, son olarak, Güney Koreli POSCO INTERNATIONAL Corporation şirketinin sahibi olduğu Daewoo ile stratejik bir marka lisans anlaşması imzaladıklarına dikkat çekerken, "Bu anlaşma ile ihracat pazarlarındaki gücümüze güç katacağız. Avrupa başta olmak üzere Rusya ve Türki Cumhuriyetler'deki pazar payımızı artıracağız. Bu ve benzer adımlarımızla hedef pazarlarımıza daha da yaklaşıyor, ülke ekonomimize sunduğumuz katkının kapsamını genişletiyoruz" açıklamasında bulundu.

MiGROS
Kadın Akademisi

Migros Kadın Akademisi Başladı!
Hedef 1 Milyon Kadın!

Eğitimlerimiz

- İYİ TARIM
- PROFESYONEL HAYAT
- SAĞLIK
- KİŞİSEL FARKINDALIK
- AİLE



Detaylı bilgi için
migrostv.migros.com.tr/kadin-akademisi
adresini ziyaret edebilirsiniz.

MiGROS TV

Değişimi yakalayan şirketler kazanacak



Perakende Günleri 2021'de sektörü buluşturan Soysal'ın Kurucusu Suat Soysal, "Müşteriye odaklanan, müşterisini dinleyen ve buna uygun şekilde ürün ve hizmetleri sürekli olarak geliştirip dönüştüren şirketler bu sürecin kazananları olacak" dedi

Perakende sektörü, uzun bir aradan sonra Perakende Günleri 2021'de bir araya geldi. Soysal'ın düzenlediği ve bu yıl 20'nci yılını kutlayan Perakende Günleri 2021, Haliç Kongre Merkezi'nde "Dijital Dünya" temasıyla sektörü buluşturdu. Perakende Günleri 2021'de 40 farklı oturumda yabancı ve yerli 50'den fazla uzman ve üst düzey yönetici katılımcılara seslendi. Dijital dünyanın gelişimine paralel teknoloji firmalarının ağırlığının gözlendiği Perakende Günleri 2021'in fuar alanında zorlu bir süreçten geçen AVM yatırımcıları da yeni projeleriyle boy gösterdi.


Suat Soysal

Değişimi yakalamak çok önemli

150'yi aşkın sponsor ve fuar katılımcısının yer aldığı Perakende Günleri'nin sektöre güç vermeye devam ettiğini söyleyen Soysal Kurucusu Suat Soysal, sektörün bir araya gelmeyi, görüş paylaşmayı, ortak kararlar almayı çok özlediğini, bu çerçevede verimli bir etkinliğe imza attıklarını söyledi. Pandemi sürecinden en çok etkilenen sektörlerin başında perakendenin geldiğini kaydeden Soysal, şöyle devam etti:

"Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de daha önce deneyimlemediğimiz bir dönemden geçiyoruz. Bu süreçten en çok etkilenen sektörlerin başında da perakende sektörü geliyor. Krizin etkilerini en aza indirebilmek için hızlı aksiyon almak, süreci doğru analiz etmek, değişime uyum sağlamak ve sürdürülebilir yapılar kurmak çok önemli. Alışveriş alışkanlıkları ve beklentiler hızla değişiyor. Müşteriye odaklanan, müşterisini dinleyen ve buna uygun şekilde ürün ve hizmetleri sürekli olarak geliştirip dönüştüren şirketler bu sürecin kazananları olacak."

İlk kez aynı oturumda buluştular

Perakende Günleri 2021'de yerli ve yabancı konuşmacılar katılımcılara seslendi. Bu seneki yabancı konuşmacılar arasında Fütürist Peter Hinssen, Sinolog ve Girişimci Pascal Coppens ve Çin İstanbul Başkonsolosu Cui Wei yer aldı.

Başkanlar Oturumu'na BMD Başkanı Sinan Öncel, AYD Başkanı Prof. Dr. Hüseyin Altaş, Vestel Genel Müdürü Ergün Güler, Akinon CEO'su Tolga Tatari, Tüm Restoranlar ve Turizmciler Derneği (TÜRES) Başkanı Ramazan Bingöl, MediaMarkt Türkiye CEO'su Yenal Gökyıldırım ve Zincir Mağazalar Derneği Yönetim Kurulu Başkanı Serhan Tınastepe katılırken TÜSİAD ve MÜSİAD'ın Başkanları da aynı oturumda bir araya gelerek bir ilke imza attılar.

PERAPOST
İmtiyaz Sahibi
Emel Türk Ada
Genel Yayın Yönetmeni
Necla Dalan
Reklam Grup Başkanı
Elçin Gocay
Grafik Tasarım
Ebru Aksu
Adres: Akasya evleri, Kent etabı B2 Blok, Kat 2, Daire16 Acıbadem, Üsküdar, İstanbul

METRO FAST

Hız Kazandırır

KOLAYLIK VE HIZIYLA ALIŞVERİŞİN BÖYLESİ METRO'DA!

Sıra beklemeden ve ürünleri sepetinizden çıkarmadan kasadan hızlıca geçmek için Metro Fast ile şimdi tanışın!



Available on the App Store

GET IT ON Google Play

METRO

İŞİN MUTFAĞINDA

Yaza iddialı deri koleksiyonu ile girdi







Deichman, yaz ayları için yeni koleksiyonunu hazırladı. Buna göre, hem şık, hem de konforlu seçenekler tüketicilere sunuldu

Güneşin sıcak yüzünü gösterdiği yaz sezonuna Deichmann, şık, konforlu, renkli ve iddialı bir deri koleksiyonu ile giriyor... Sportif, abiye, şık, genç, yaşlı… Stiliniz ve yaşınız ne olursa olsun, kombininizi, Deichmann'ın deri ayakkabı modelleri ile tamamlayabilir, derinin sağlamlığı ve rahatlığını ayaklarınızda hissedebilirsiniz.



Kadınlar için, 5th Avenue ve Easy Street markalarının sandaletten loafera birçok deri modeli sunulurken, stil sahibi erkekler için ise; Franco Fortini, Claudio Conti ve Borelli'nin hem casual spor hem de klasik tarzdaki modelleri bu çok özel koleksiyonda yerini alıyor.

Yeni mağazasını açtı

Sezonun en trend deri ayakkabı modellerini keşfetmek için deichmann.com ve seçili Deichmann mağazalarını ziyaret edebilirsiniz.

Avrupa'nın en büyük ayakkabı perakendecisi Deichmann, yeni mağazasını İstanbul, Nev Çarşı Üsküdar Avm'de açtı. Deichmann, her yaş grubu ve her tarza uygun ayakkabı, marka spor, aksesuar, çanta ve daha birçok ürün modellerini, toplam 399 m2'lik yeni mağazasında müşterileriyle buluşturdu.

Marka spor ayakkabılarının sergilendiği mağaza içerisindeki özel bölümde; tarz, trend ve ayrıca rahatlığından ödün vermeyen stil sahibi müşterilerin markajına girecek.

Uçuş ağı 44 ülkeye ulaştı

Pegasus Hava Yolları, uçuş ağını büyütmeyi sürdürüyor. Pegasus bu kapsamda Ukrayna'da 6. uçuş noktasına ve Kazakistan'ın en büyük üçüncü kentine uçuşlara başlıyor



Her geçen gün uçuş noktalarının sayısını artırmaya devam Pegasus Hava Yolları, İstanbul Sabiha Gökçen'den Kherson'a ve Çimkent'e uçuşlarına başlıyor. Türkiye'nin dijital hava yolu Pegasus, her geçen gün uçuş noktalarının sayısını artırmaya devam ediyor. Pegasus'un Ukrayna'daki 6. uçuş noktası olan Kherson'a seferleri 3 Haziran itibarıyla başlıyor. İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanı'ndan Kherson Uluslararası Havalimanı'na haftanın iki günü düzenlenen seferler Perşembe ve Pazar günleri gerçekleştiriliyor. Yeni hattın biletleri 54,99 USD'den başlayan fiyatlarla satışa sunuluyor.

Pegasus'un bir diğer yeni yurt dışı uçuş noktası ise Kazakistan'ın 3. büyük şehri olan Çimkent oldu. 23 Mayıs'tan itibaren başlayan ve Pazar günleri gerçekleştirilen seferler 124,99 USD'den başlayan fiyatlarla satışa sunuluyor.

Pegasus'un uçuş ağı yeni hatlarıyla birlikte 80'i yurt dışında olmak üzere 44 ülkede toplam 116 noktaya ulaştı.

KÄRCHER



WOW! YENİDEN MÜKEMMEL.

Buharlı Temizlik Makinelerimizi keşfedin.

Yaklaşık 100°C buhar gücüyle virüs ve bakterilerle savaşın! Makineler doğru kullanıldığında, evlerde yaygın olarak görülen bakterileri %99,99* oranında öldürür. Kärcher Buharlı Temizlik Makineleri ile kimyasal kullanmadan maksimum temizlik ve hijyen sağlayabilirsiniz. Detaylı bilgi için: www.karcher.com.tr

Müşteri Hizmetleri Destek Hattı: 0850 288 30 00
Mail Adresi: info@tr.kaercher.com

*Testler Kärcher buharlı temizlik makineleri ile yapılan eksiksiz temizlik ile sert yüzeylerdeki bakterilerin (Staphylococcus aureus, Pseudomonas aeruginosa) %99,99'unu yok ettiğini göstermektedir.

JLL Türkiye, 2021 ilk çeyreğine ilişkin Türkiye'nin Makroekonomik ve Gayrimenkul Piyasası Verileri Raporu'nu açıkladı. Raporda, AVM yatırımlarının devam ettiği görüldü



Pandemiye rağmen AVM'den vazgeçmedik!

Ticari gayrimenkul alanında finansal ve profesyonel hizmetler veren ve yatırım yönetimi danışmanlığı sunan JLL Türkiye'nin raporuna göre, 2021 yılının ilk çeyreğinde pandemi tedbirlerine rağmen, AVM, perakende ve lojistik pazarları 2020 yılının ilk çeyreğine kıyasla artış gösterirken, pandemiden en fazla etkilenen sektörün turizm olduğu gözlemleniyor.

Rapora göre Türkiye'deki toplam AVM sayısı 447 olarak görülürken, 29 AVM'nin inşaatının devam etmesi de göz önünde bulundurulduğunda, 2023 yılı sonunda toplam AVM sayısının 476'ye yükselmesi bekleniyor.





OFİS İNŞAATLARI BAŞLADI

Yılın ilk çeyreği itibarıyla mevcut A sınıfı ofis arzı 5,6 milyon metrekare seviyesinde sabit kalırken, inşaat halindeki yeni projelerin 1,8 milyon metrekareye ulaştığı gözlemlendi.

2021'in ilk çeyreğinde 5,6 milyon metrekare olan ofis alanlarının, 2023 yılı sonunda 7,4 milyon metrekareyi aşması bekleniyor.



LOJİSTİKTE DOLULUK ARTTI

JLL Türkiye'nin 2021 yılının ilk çeyreğini değerlendirdiği Türkiye'nin Makroekonomik ve Gayrimenkul Piyasası Verileri Raporu'nda, İstanbul ve Kocaeli alt pazarlarını kapsayan Marmara Bölgesi'ndeki toplam lojistik arzının 2021 ilk çeyreği itibarıyla 10,42 milyon metrekareye ulaştığı görülüyor.

Pandeminin etkisiyle perakendecilerin çevrimiçi satış kanallarına yaptığı yatırımların da etkisiyle, 2021 yılının ilk çeyreğinde 24 bin metrekare lojistik kiralama işlemi gerçekleşerek, lojistik pazarındaki genel boşluk oranı yüzde 12 seviyesiyle dikkat çekiyor. Pandemi nedenli kısıtlama kararlarıyla birlikte ortaya çıkan kayda değer talebi karşılamak için, perakende lojistik süreçlerini iyileştiren marketlerin etkisiyle kent lojistiği kavramının gündeme geldiği de 2021 yılı beklentileri arasında yer alıyor.

Smokin D'S damat'tan alınır!

D'S damat

dsdamat.com

dsdamatonline

Google Play 'DEN ALİN

App Store'dan İndirin

Hemen indir!

Ev giyim kategorisi hızlı büyüdü

Suwen Genel Müdürü Ali Bolluk, pandemi döneminde iç giyim sektöründe de online büyümeye dikkat çekerken, bu süreçte özellikle ev giyim kategorilerinin öne çıktığı bilgisini verdi

Pandeminin getirdiği tüm olumsuzluklara rağmen 2020 yılında, kendi işlettikleri perakende mağazalara gelen ziyaretçi sayısının yaklaşık 4 milyona ulaştığını belirten Suwen Genel Müdürü Ali Bolluk, online tarafta ise yüksek oranlarda büyüme elde ettiklerini söyledi.

Bolluk, "2020 yılında pandemi dolayısıyla mağazalarımız yaklaşık 80 gün kapalı kaldı ancak buna rağmen net satış gelirlerimizi %31, yurtiçi mağaza sayısını 19, toplam satış alanımızı %35 ve FAVÖK seviyesini %35 artırdık" dedi.

Hem şık hem rahat

Ali Bolluk, tüketicilerin bu dönemde alışkanlıkları değişirken, iç giyim sektörünün de online alışverişlerde ön sıralarda yer aldığını anlatırken, "Bu dönemde alışveriş tercihleri ev giyim, iç giyim ve hamile/lohusa gibi özel ihtiyaç kategorilerine yöneldi. Bu süreçte en çok tercih edilen ürün grupları, her yaş ve ihtiyaca uygun seçeneklerimizle pijama, gecelik, sabahlık gibi ev giyim kategorisinde oldu. Evden çalışma sisteminin pandemi sırasında ve sonrasında yaygınlaşması, kadınları salon giyimi modellerine yönlendirdi. Uyku giyimi dışında salon giyimi olarak adlandırdığımız ürün gruplarımızla kadınlar, kendilerini hem şık hem de rahat hissettikleri için bu kategorideki ürünlerimizi daha fazla tercih ettiler. Aynı zamanda iç giyim kategorimizde şık ve dantelli ürünlerimiz de tercih edilen ürün gruplarımız arasında yer aldı" diye konuştu.


Ali Bolluk

Yatırıma güç

Bolluk, halka arz kararlarıyla ilgili yaptığı açıklamada ise, "İzahname onayı için Sermaye Piyasası Kurulu'na (SPK) başvurduk. SPK ve Borsa İstanbul'un onaylarına bağlı olarak halka arzın 2021 yılının ilk yarısında tamamlanacağını düşünüyoruz. Halka arz sürecinde elde ettiğimiz sermayeyi ağırlıklı olarak yatırımlarımızın ve işletme sermayemizin finansmanında ve finansal borçlarımızın azaltılarak finansal yapımızın daha da güçlendirilmesi yönünde kullanmayı planlıyoruz" dedi.

Yüzde 90'ı kadın

Net satış gelirlerinin 2020 yılında 149,6 milyon TL olarak gerçekleştiğini belirten Bolluk, "Aralık 2020 itibarıyla 573 çalışanımız bulunuyor. Toplam çalışanların yaklaşık %90'ı kadınlardan oluşuyor. Kadın yöneticilerimizin oranı da %24."Women for Women" yaklaşımı ile hareket ediyoruz. Bu çerçevede, Pembe İzler Kadın Kanserleri Derneği ve Türk Eğitim Vakfı ile iş birliği yaparak kadın sağlığı ve genç kız eğitim eşitliği ile ilgili gerçekleştirdiği projelere destek veriyoruz. 2020 yılı sonu itibariyle, 2019'a kıyasla 7 kat büyüyen e-ticaret kanalımızın net satışlarının %41'i Suwen'in kendi internet sitesinden, %59'u da Türkiye'nin önde gelen e-ticaret pazaryeri platformları üzerinden gerçekleştiriyoruz" dedi.

Türk start-up'lar katlanarak büyüyor

KPMG Türkiye, 212 iş birliği ile hazırladığı 2021 yılının ilk çeyreğine ilişkin 'Türkiye Start-up Yatırımları Raporu'nu açıkladı. Pandeminin olumsuz etkilerine rağmen Türkiye'de start-up yatırımları ciddi anlamda artış gösterdi





KPMG Türkiye, 212 iş birliği ile 'Türkiye Start-up Yatırımları Raporu'nun üçüncüsünü açıkladı. Girişim ekosisteminin 2021 yılının ilk çeyreğindeki performansını ortaya koyan rapora göre Türkiye girişim ekosistemi bu çeyrekte, 508.5 milyon yatırım hacmine sahip 60 işlemle, 2020 yılındaki toplam yatırım tutarının 3,5 katından fazlasına erişerek tüm zamanların en yüksek yatırım miktarına ulaştı. Getir, iki farklı işlemde elde ettiği 428 milyon dolarlık yatırım ile toplam hacmin yüzde 84'ünü oluşturdu.

KPMG Türkiye Birleşme ve Satın Alma Danışmanlığı Lideri Gökhan Kaçmaz, pandemiyle artan dijital platformlara ilginin devam ettiğini söyledi. Kaçmaz, "Türkiye yatırım ve start-up ekosistemi, geçen yıl tarihinin en yüksek yatırım faaliyetine tanık olmuştu. 2021'in ilk üç ayındaki işlemlerle yeni rekorlar kırıldı. İlk çeyrekteki yatırımlar girişim ekosisteminin büyümeye devam edeceğini gösteriyor. Başlangıç seviyesi işlemleri işlem adedi bazında çoğunluğu oluştursa da, Getir'in son turda aldığı toplam 300 milyon dolarlık yatırım, geç dönem VC yatırımlarında da Türk girişimlere ilgiyi teyit etmesi açısından önemli" dedi.

Oyun popülerliği sürüyor

■ Getir, Ocak 2021'de Cranckstart Vakfı önderliğindeki B Serisi turunda 128 milyon dolar ve Mart 2021'de dünyaca ünlü Sequoia Capital ve Tiger Global Management liderliğindeki C Serisi'nde 300 milyon dolar topladı. Toplam 428 milyon dolarlık bu iki işlem, Türkiye'deki girişim yatırımlarının yüzde 84'ünü oluşturdu. 2,6 milyar dolar değerlemeye ulaşan Getir, en çok yatırım yapılan Türk şirketi ünvanını alarak unicorn oldu.

■ 2021'in ilk çeyreğinde en fazla yatırım çeken ana Getir işlemlerinin de etkisiyle teslimat & lojistik olurken, en çok işlemin gerçekleştiği dikeyler ise oyun, fintech, medya ve SaaS (hizmet olarak yazılım) oldu.

■ İlk çeyrekte gerçekleşen 10 işlemden 3'ü oyun sektöründe yapıldı. Dream Games, Şubat 2021'de İngiltere ve ABD merkezli kurumsal yatırımcılardan gelen 50 milyon dolarlık Seri A yatırımı topladı.

■ Bu çeyrekte gerçekleşen en büyük satın alma işlemi medya şirketi BluTV'nin %35,09'luk hissenin, Discovery Communications Europe tarafından 20 milyon dolara alınması oldu.

■ Türkiye, işlem hacmi büyüklüğü açısından Avrupa'da 10., MENA (Orta Doğu ve Kuzey Afrika) bölgesinde ise 2. sırada yer aldı. Ayrıca İstanbul, işlem hacmi büyüklüğüne göre Avrupa şehirleri arasında 7. sırada yer aldı.

KURUMSAL KARGO FİRMASI MI ARIYORSUN?



/gknkargo | www.gknkargo.com

Çiftçiye ve üretime sürdürülebilir destek



Sabancı Holding ve Carrefour Grup iştiraki CarrefourSA, Türkiye'de tarımın sürdürülebilirliği adına yerli üreticiyi ve yerli tohum kullanımını destekliyor



Kutay Kartallıoğlu

CarrefourSA, tarımın sürdürülebilirliğini, gıda güvenliğini desteklemeye durmadan devam ediyor. Bu kapsamda CarrefourSA'nın tarım alanındaki destek ve faaliyetlerini değerlendiren CarrefourSA CEO'su Kutay Kartallıoğlu, şunları dile getirdi: "Yerli üreticilerimizi desteklemek, ülkemizin mirası yerli tohumlarımızın kullanımını yaygınlaştırmak amacıyla başta Tarım ve Orman Bakanlığı olmak üzere Tarım İşletmeleri Genel Müdürlüğü (TİGEM) ve Tarımsal Araştırmalar ve Politikalar Genel Müdürlüğü (TAGEM) iş birliğimiz çerçevesinde faaliyetlerimiz sürüyor. Bursa ve Balıkesir'de yerli tohum üreticileriyle olan çalışmalarımız sonucunda fideler, toprakla buluşurken yaz aylarında reyonlara gelecek ürünlerin devamlılığı adına Antalya'nın yükseklerinde ekim faaliyetleri gerçekleştirildi. Bu faaliyetler için aile boyu çiftçilikle uğraşanlarla çalışıyoruz. CarrefourSA olarak akredite laboratuvarlarla anlaşmalar yaptık, böylelikle çiftçilerimize ücretsiz toprak analiz desteği de vermeye başladık. Eğitimlerimize de devam edeceğiz, böylelikle hasat dönemlerindeki verimi daha da arttıracağız."

İzlenebilir sistem

"Doğru ürünü doğru üreticiden alarak doğru hizmet ve fiyatla müşterilerine sunmayı amaçlayarak OYAK Gıda, Tarım ve Hayvancılık şirketlerinden HEKTAŞ iş birliğiyle İzlenebilir Gıda Platformu'nu başlattık" diyen Kutay Kartallıoğlu, tüketicilerin reyonlarında yer alan yedi farklı sebze ürününün üzerindeki QR Kod sayesinde o ürünün nerede, nasıl yetiştirildiğini öğrenme fırsatı bulduğunu söyledi. Kartallıoğlu, "Çiftçilerle sözleşmeli alım garantisi modeliyle çalışarak üretim süreçlerini kontrol ediyor, planlı bir şekilde üretim yapılmasını ve hasat gerçekleşmesini sağlıyoruz.Hasat edilen ürünleri, soğuk zinciri bozmadan önce depolarımıza, analiz ve paketleme işlemleri tamamlandıktan sonra da reyonlarımıza getiriyoruz.

CarrefourSA olarak Türkiye'nin birçok bölgesinden binlerce çiftçi ile çalışarak müşterilerimizin her zaman doğru ürünü tüketmelerini sağlıyoruz" dedi.



BABANIZA EN ÇOK KİĞILI YAKIŞIR

Babalar Günü'nüz Kutlu Olsun



KIGILI
1938

Kigiligiyim

Kigili.com

Adil Işık Avrupa'ya e-ticaret ile açılıyor


Zehra Işık

Azerbaycan, Katar, Arabistan ve Dubai'de 44 mağazası olan Adil Işık Group Başkan Yardımcısı ve Tasarım Ekibi Direktörü Zehra Işık, "Avrupa'da ise e-ticaret satışına başlıyoruz. Eylül, ekim aylarında Almanya, Fransa, Holllanda ve İspanya olmak üzere 4 ülkede aynı anda satışa çıkacağız" dedi





Pandemi sürecinde e-ticarette yüzde 200 büyüme yakalayan Adil Işık Group, yurt dışında mağaza açmaya devam ediyor. Azerbaycan, Katar, Arabistan ve Dubai'de toplam 44 mağazası olan grup, bu yıl sonuna kadar Dubai'de 4 mağaza daha açacak.

NECLA DALAN

Katar'da ve Arabistan'da da yeni mağazalar açacaklarını belirten Adil Işık Group Başkan Yardımcısı ve Tasarım Ekibi Direktörü Zehra Işık, "Avrupa'da ise e-ticaret satışına başlıyoruz. Eylül, ekim aylarında Almanya, Fransa, Holllanda ve İspanya olmak üzere 4 ülkede aynı anda satışa çıkacağız. Ama biz mağazacılığı seven bir markayız. O yüzden bu ülkelerde de mutlaka mağaza açmak istiyoruz. Özellikle de Londra'da yer almayı çok istiyoruz" diye konuştu.

Hedef 15 yeni mağaza

Pandemi sürecinde Türkiye'deki kiralar yüzünden bazı mağazalarını kapattıklarını kaydeden Işık, "Kapattığımız mağazalar normal durumda da durumu karşılamayan kangren olma yolunda olan mağazalardı. Ama aynı zamanda olmak istediğimiz yeni yerlerde var ve kısa vadede hedefimiz olan 15 yeni mağaza açmak için emin adımlarla ilerliyoruz" dedi.

2021 yılının ikinci yarısından umutlu olduklarını anlatan Zehra Işık, şöyle konuştu:

"Aşılamanın devam etmesi ile birlikte normalleşmenin de hız kazanacağını düşünüyorum. Şu anda hepimiz bastırılmış dürtülerle yaşıyoruz. Eğlenme dürtüsü, alışveriş yapma dürtülerimiz çok baskın. Kadınlar artık eşofman ve spor ayakkabı giyinmekten sıkıldı. Şık giyinmeyi özledi. Bu süreç bittiğinde 1918 yılında yaşanan İspanyol gribinde olduğu gibi insanların alışverişe daha çok yöneleceğini ve mağazalara hücum edileceğini düşünüyorum. Bence bu kış normalleşme başlar ama 2022'de yeni sezonda bugünleri unutmaya başlarız."

Online alışveriş alışkanlık oldu

"Bulunduğumuz dönem dijitalleşme dönemi diyen Zehra Işık, şu değerlendirmeyi yaptı: "Biz de yatırımlarımızı bu yönde yapıyor, istihdamı gittikçe bu alana kaydırıyoruz. Pandemi dönemine kadar e-ticaretten alışveriş yapan kesim maksimum 35-40 yaşa kadardı. Ama bu dönemle birlikte yaş aralığı daha da yükseldi. Bu dönemde e-ticarette alışveriş yapma alışkanlık oldu. Hafta sonlarının kapalı olduğu dönemlerde online'ın toplam satış içindeki payı yüzde 20'lerken bu rakam yüzde 35'e kadar çıktı. Tabii bu durum mağazacılık anlayışımızda da farklı düşünmeye itti. Eskisi gibi her köşe başında ya da her ilçede mutlaka bir mağazamız olmalı duygusu ve ihtiyacından bizi çıkardı."

Kur artınca yerli markalar tercih edildi

Türk markalarının en büyük dertlerinden birinin belli bir kategorinin üstünden tüketicinin alışverişini yurtdışında yapması olduğuna değinen Zehra Işık, pandemide yurt dışına gidemeyenlerin alışverişi Türkiye'ye kaydırdığını anlattı. Işık, şunları söyledi:

"Geçen yıl Haziran'da mağazalar açıldığında lük grubumuzda özel koleksiyonlarımızda önemli bir artış yaşadık. Ayrıca dolardaki artışın etkisiyle de Türk tüketicilerin bu dönemde yerli markalara kaydığını ve yerli markaları daha fazla tercih etmeye başladığını gördük. Umuyorum bu bilinçle devam ederiz. Online alışverişte ise tüketim değişikliği söz konusu. Mesela mağazalarda dikkat çeken yüksek kalite, couture hissi verene pahalı üretimler, internette yerini uygun fiyatlı ürünlere bırakıyor. Günlük ve doğal kumaşların kullanıldığı ürünlere ilgi her geçen gün daha çok artıyor."

Babalar Günü'ne özel seçkisini hazırladı



Kiğılı, Babalar Günü için özel hediye seçenekleri sunduğunu duyururken, İlkbahar/Yaz sezonu ürünleri ve birbirinden farklı hediye seçenekleri hazırlandı

Yeni sezon ürünlerinde teknolojiyle tasarımı buluşturan Kiğılı, Babalar Günü'nde, şıklığı ve konforu bir arada yaşatan sayısız hediye seçeneği sunuyor. Terletmeyen, ütü gerektirmeyen nanoteknoloji ile doğal kumaş ferahlığı yaşatan ürünler, her yaştan babaya zengin renk ve model skalasıyla da birçok kombin seçeneği yaratıyor.

Teri dışarı atarak hızlı kuruma özelliğine sahip olan gömlekler, rahatlık ve yumuşaklık hissi yaşatırken, hava geçirgenliğinin yüksek olması sebebiyle serin tutma ve daha fazla nefes alabilme özellikleriyle de dikkat çekiyor. Spor şıklığından vazgeçmeyen, tatilde bile stillerinden ödün vermeyerek klasik ve slim fit modellerle şıklığı garantiliyor. Leke tutmaz, ütü istemez materyalleri bir arada barındıran organik liflerin kullanıldığı gömlekler, üstün konfor sağlıyor.

Nefes alan tişörtler

Her mevsimde şıklığı ve rahatlığı bir arada sunan Kiğılı, yaz aylarının kurtarıcı parçalarını fonksiyonel özelliklerle tasarladı. Yüzde yüz pamuk ipliği ile hazırlanan Flora ve Ice Berg tişörtler, teri emerek, kavurucu sıcaklarda bile serin tutuyor. Günlük yaşamın her anında rahatlıkla kullanılabilen tişörtler, beylere ferah bir hava katıyor. Klasik ve slim fit seçeneklerini barındıran modeller, giyim tarzını sadelik üzerine kuranlar için, V yaka düz tişört ve bisiklet yaka düz tişörtler ile sade ve hoş bir görünüm sunuyor.

7/24 online hizmet

Marka, tüm üst düzey hijyen koşullarını sağlayarak mağazalarında hizmet verirken, aynı zamanda online mağazaları kigili.com ve abdullahkigili.com adreslerinden 7/24 hizmet vermeye devam ediyor. Ürünlerin en kısa sürede ulaşabilmesi için tüm siparişleri 1-2 gün içerisinde kargoya teslim ederek ücretsiz kargo hizmeti sağlıyor. Bu süreçte online siparişler, şikayet kaydı gibi tüm işlemlerin takip edilmesi ve her türlü soru için destek.kigili.com.tr adresi 7/24 hizmeti sunuluyor. Yine çağrı merkezi de hizmet vermeyi sürdürüyor.


ecco®

Sportif babalara şık kombinler sunacak

D'S damat, Babalar Günü için sportif ve dinamik çizgileriyle çeşitli hediye seçkileri oluşturdu. Markanın hem fiziki mağazaları, hem internet sitesi, hem de mobil uygulaması üzerinden alışveriş yapılabiliyor

Hayattan keyif almayı seven, sportif, dinamik ve her daim şık babalar için en uygun hediye seçenekleri D'S damat mağazaları, www.dsdamat.com ve D'S damat mobil uygulamasında sizleri bekliyor!



3D efektli kumaşlar ile ketenlerin bir araya geldiği kombinlere eşlik eden renkli polo t-shirtler, renkten korkmayan babalar için en iyi hediye seçeneği olurken, yeni normale adapte olmak için hafifleyen formlar ve doğal görünümlü kumaşlardan şortlar, keten gömlekler ve astarsız, hafif blazer ceketler şıklığı kaybetmek istemeyen babalar için birebir.



Sürdürülebilir hediyeler

Sürdürülebilir olmayan her şeyden hızla uzaklaşan yeni dünya düzenine sıkı sıkıya bağlı babalara kırışmayan, makinede yıkanabilen, fonksiyonel ve bakım zahmetini ortadan kaldıran sürdürülebilir kumaşlar, rejenere pamuk ve elyaflar ile harmanlanan modern kalıplar ve yalın çizgiler en güzel hediye seçeneklerinden olacak.

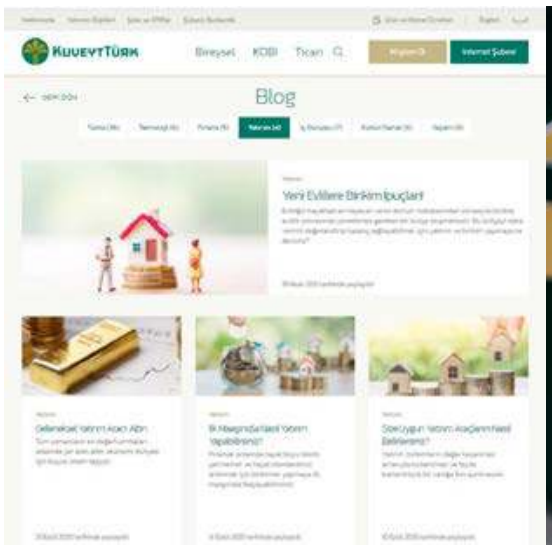






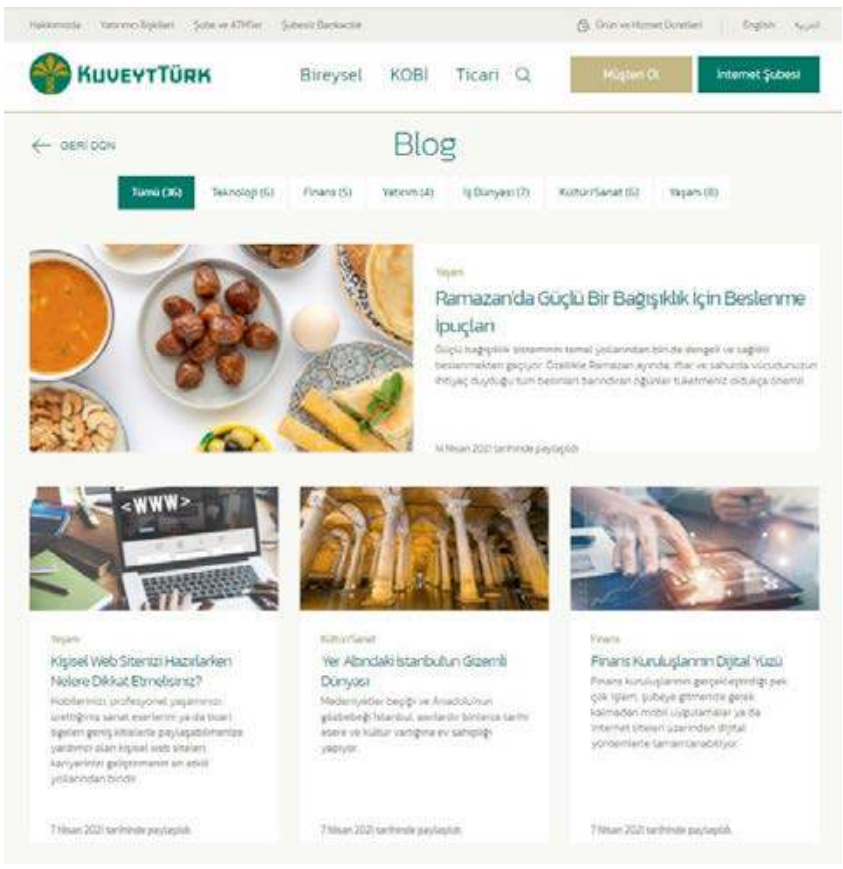


Kuveyt Türk'ün blog sayfası yayında!




Aslan Demir





PERAPOST FİNANS

İnovatif ürün ve hizmetleriyle dikkat çeken Kuveyt Türk, blog sayfasını hizmete sundu. Özenle hazırlanan blog sayfasında, teknoloji, finans, yatırım, iş dünyası, kültür-sanat ve yaşam kategorileri altında farklı içeriklere yer veriliyor.

Teknoloji kategorisinde nesnelerin interneti, siber güvenlik, online eğitim platformları, sosyal medya, dijital bankacılık gibi konularda ziyaretçiler için oldukça faydalı bilgilerin yer aldığı blogda, finans kategorisinde piyasalara dair genel bilgiler, araç finansmanı kullanacaklara tavsiyeler, yeni başlayanlar için borsa, finansal okuryazarlık gibi konularda kapsamlı bilgiler paylaşılıyor.

Ayrıca yatırım kategorisi, iş dünyası, kültür sanat gibi pek çok içerik blogda yer alıyor.



ATM işbirliği devam ediyor

Alternatif Bank'ın ortak ATM kullanımı için İş Bankası'yla devam eden iş birliği çerçevesinde, Alternatif Bank'ın tüm kart kullanıcıları bankacılık işlemlerini kendi banka ATM'lerinin yanı sıra, Türkiye genelinde ve KKTC'de bulunan 6500'den fazla İş Bankası Bankamatik'lerinden 7/24 herhangi bir ücret ödemeden gerçekleştirebiliyorlar.

Anlaşma kapsamında, Alternatif Bank müşterileri ortak ATM'leri, banka ve kredi kartlarıyla TL üzerinden bakiye sorma, para çekme, para yatırma, kredi kartı borç ve limit sorgulama ile borç ödeme işlemlerini işlem sınırı olmadan, herhangi bir komisyon ve masraf ödemeden ücretsiz olarak kullanabiliyorlar.


Murat Dinç

Burgan Bank'tan ilk çeyrekte 51 milyon TL net kâr

İstikrarlı finansal performansını 2021 yılının ilk çeyreğinde de sürdüren Burgan Bank, bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla kârını dört kat artırarak, 51 milyon TL net kâr açıkladı. 355 milyon TL sermaye artışı ile özkaynakları 2,2 milyar TL'ye, konsolide sermaye yeterlilik rasyosu ise yüzde 17,1'e ulaştı.

Ana hissedarından aldığı güç ve müşterilerinin duyduğu güvenle pandemiye rağmen 2021 yılının ilk çeyreğinde sağlıklı bir büyüme yakaladıklarını belirten Burgan Bank Genel Müdürü Murat Dinç, yılın kalanında da büyümelerini koruyarak, Türkiye ekonomisine katkı sağlamaya devam edeceklerini söyledi.

Burgan Bank'ın 355 milyon TL tutarında nakit sermaye artışı sonrası özkaynakları 2,2 milyar TL'ye, sermaye benzeri krediler dahil özkaynakları ise 4,7 milyar TL'ye, sermaye yeterlilik oranı konsolide bazda yüzde 17,1 ve solo bazda yüzde 19,3 gerçekleşerek, sektör ortalamasının üzerindeki büyümesini sürdürdü.

Söz konusu sermaye artışıyla Burgan Bank, sermaye tabanını daha da kuvvetlendirerek, tüm dünyanın ve ülkemizin içinden geçtiği pandemi döneminde bilançosunu güçlendirdi.

Yaz aylarında Retro şenliği!

Ecco, yılın trend ürünlerini sunmaya devam ederken, yaz ayları için retro akımına uygun olarak 80'li yılların klasiğini yeniden hayata döndürdü. Outdoor tarzına ise ilgi devam ediyor

Ecco Türkiye ve Orta Doğu Genel Müdürü Deniz Erda, trendleri belirleyen markanın yeni sezonuna ilişkin çeşitliliğini anlattı. Bu dönemde retro akımına uygun olarak 80'li yılların klasiğini yeniden hayata döndürdüklerini anlatan Erda, "İlk kez 1981 yılında birinci sınıf deriler ile geliştirilmiş, sportif tasarımlı, hafif bir günlük ayakkabı serisi olarak satışına başlanan ECCO SOFT koleksiyonu, 35 yıl sonra SOFT 1 olarak tekrar hayranları ile buluştu ve gördüğü ilgi ile beklentilerimizin üzerine çıktı. Artık markaların başarısı devamlı olarak değişen trendleri üretim modellerine adapte edebilme esneklikleri ölçülüyor" dedi.


Deniz Erda

Çevre duyarlılığı arttı

Mevcutta koronavirüs pandemisi ile gelişen outdoor akımının sürdüğünü anlatan Erda, bu kapsamda her türlü doğa koşulu, off-road macerasında ve günlük şehir yaşamında eşlik eden, dış mekan teknolojisini modern ve sokak tarzı bir estetikle buluşturduklarını; pazarda da rakipsiz oldukları sandalet gruplarıyla trend seçenekler sunduklarını söyledi.

Pandemi sürecinde değişen alışkanlıklara ilişkin bir değerlendirme yapan Deniz Erda, şu bilgileri paylaştı:

"Pandemide şunu keşfettik, bu belli araştırmalarla da kanıtlandı: İnsanlar pandemide biraz daha sürdürülebilirliği, çevreye duyarlılığı, kaliteyi ödüllendirdiler. Fiyattan çok baktıkları nokta sürdürülebilirlik, kalite, teknoloji ve doğaya saygısı oldu. Bunu yapan markalar da pandemidöneminde başarılı oldular. Ecco bunlardan bir tanesiydi. İnsanlar biraz daha outdoor yaşamı keşfettiler, doğaya döndüler. Ofisler kapandı, tabii ki formal ayakkabılar tercih edilmedi, kahverengi erkek ve topuklu kadın ayakkabı satışları düştü ilk başta, sonra toparladı, çünkü belli bir süre sonra insanlar evde oturmaktan, evde çalışmaktan sıkılmaya başladı. Artık eşofmanla bilgisayarın başında oturmak istemediler. O normale dönme özlemiyle, işe gidiş kıyafetlerini giyip ayaklarına da topuklu ayakkabıyı geçirip, evde bilgisayarlarının başına geçti ve psikolojilerini ona hazırlamaya çalıştılar. Şimdi o da normale dönmeye başladı. Bizim Ecco olarak avantajımız ne oldu, hem kadın hem erkek ürün grubunda, formal, outdoor çok geniş bir koleksiyonumuz var."

400 benzin istasyonunda cafe ve market açacak!



Sektörde ilk kez hem kahve hem de sıcak ürünleri akaryakıt istasyonunda sunan bp Türkiye, Wild Bean ve BP Express konseptiyle 5 yıl içinde 400 istasyona ulaşmayı hedefliyor

bp Türkiye, 20 yıldır İngiltere, Avusturalya, Güney Afrika, Çin, Rusya ve Avrupa'nın çeşitli ülkelerinde 5 binden fazla istasyonda hizmet veren Wild Bean Cafe konseptini Türkiye'ye taşıyarak sektörde ilk kez hem kahve hem de sıcak ürünleri akaryakıt istasyonunda ziyaretçilere servis etti. İlk olarak 2019 yılında İstanbul Bostancı istasyonu ile başlayan BP Express ve Wild Bean Cafe konseptinin bu yıl 30 ilde 100'ün üzerinde noktaya, 5 yıl içinde de toplam 400 istasyona ulaşması hedefleniyor.

bp akaryakıt istasyonlarının yeni bir deneyim alanına dönüşüm sürecine ilk olarak 2019 yılında başladıklarını belirten bp Türkiye Akaryakıt Pazarlama Müdürü Seçil Okyay, "Artık tüketiciler, güvenlik ve hijyene çok daha önem veriyor; sağlıklı yaşam konusunda daha hassas; hizmet kalitesi ve dijital servislerle ilgili daha yüksek beklenti içinde. Biz de Wild Bean Cafe ve BP Express ürünlerimizi "Kolay Teslimat" konseptiyle müşterilerimizle buluşturmaya başladık. Sağlıklı atıştırmalıklarımızı ürün gamımıza ekledik. Müşterilerimizin artan kalite beklentilerini de akaryakıt alanında ACTIVE Teknoloji katkılı üstün kaliteli yakıt teknolojimizle karşılıyoruz" dedi.



Seçil Okyay Arda Uncu Eda Gökay

5 ayda 500 bin kahve sattı

Pandemi sürecinin alışveriş yapma alışkanlıklarını değiştirdiğini söyleyen bp Türkiye Franchise Kanalı ve Akaryakıt Dışı Gelirler Müdürü Arda Uncu, bu dönemde istasyonlardan yapılan market ve kahve alışverişinde artış olduğunu belirtti.

Uncu, şöyle konuştu: "İstasyonlarımızda, bu yılın ilk çeyreğinde toplamda 500 bine yakın kahve ve Wild Bean Cafe yiyecek grubu ürünün satışı gerçekleştirerek, geçen yıla kıyasla yüzde 20'lik bir artış sağladık. Latte ve Americano, kahve

çeşitlerimiz arasında en çok tercih edilen ürün olurken, toplam kahve satışı adedimiz, çay satışımızdan yüzde 50 daha fazla. BP Express marketlerinden alışveriş yapan müşteri sayımızdaki artış oranı ise yüzde 50'lerin üzerinde gerçekleşti" diye konuştu.

bp Türkiye Kurumsal İletişim Müdürü Eda Gökay ise global stratejilerinin önemli bir ayağını oluşturan akaryakıt istasyonlarının, günün her saatinde her türlü ihtiyacın karşılanabileceği yaşam alanları haline dönüştürüldüğüne dikkat çekti.

Yaz geldi, enerjimizi artıralım



Yaklaşan yaz günleri ile birlikte güneş kendini iyice göstermeye başladı.

Adım adım normalleşmeye doğru giderken, güneşin içimizi pozitif duygularla, umutlarla doldurmaya başladığını düşünüyorum. Ayrıca yaz yaklaşırken tartıda yüzümüz gülsün diye diyet, detox programlarına başlamak, cildimizi dış faktörlerden korumak için güzellik bakımlarımızı hayatımıza biraz daha fazla katmak sağlıklı ve güzel yaz günlerine hazırlık için çok değerli.

Enerji dolu günler bizi bekler!

Haziran ayı ürün önerilerimle birlikte röportajlarımı keyifle okumanız dileği ile ...

Doğru bilgiye ulaşma hassasiyeti arttı



Cilt bakımında Türkiye'nin değerli markalarından Bioderma, tüketicisini ve cilt tiplerini tanımak için çalışmalarını sürdürüyor. Türkiye'nin cilt haritasını çıkaran markayı Bioderma ve Etat Pur Pazarlama Direktörü Nazlı Malatyalı'dan dinledik



Nazlı Malatyalı

PERAPOST KOZMETİK

■ Reklam ve müşteriye ulaşma konusunda nasıl bir stratejiniz var?

Müşterilerimizin ihtiyaçlarını daha iyi belirleyebilmek onlara geniş ürün gamımızdaki en önemli ürünü sunabilmek adına bir süredir saha araştırmaları ve anketlere hız veriyoruz. Türkiye'de bir ilk olarak, ülkemizin cilt haritasını çıkardık. Cilt problemlerinin illerdeki yansımalarını gördük, kaynağını öğrenmeye çalıştık. Aynı zamanda Atoderm Serisi ile cilt kuruluğuna ilişkin de farkındalık yarattık. Bu yıl da maskenin cilde olan etkisini ölçeklendirebilmek için; farklı yaş ve cinsiyet gruplarından kişilerin yaşadığı, son dönemdeki cilt problemlerini bağımsız anket yoluyla tespit ettik. Bu dönemde tüketicilerimizin de artık ürünlerin etiketlerini okuyup, ciltlerinde oluşan sorunları takip ettiklerini ve kendi cilt endişelerine en uygun ürünü seçme konusunda hassasiyet geliştirdiklerini görüyoruz. Bununda doğru orantılı olarak da ürün içeriklerini ve etkilerini daha transparan paylaştığımız bir stratejiye yöneldik. Cilde verdiğimiz önemle Sensibio H2O için ünlü oyuncu Eda Ece ile anlaştık ve Sensibio H2O'nun reklam filmini çektik. "Cildin için öncelik, hassas temizlik" diyerek cilt temizliğinin önemini vurgulayan bir strateji oluşturduk.

■ Satış noktalarınız nereleridir? Ürünlerinize nerelerden ulaşabiliriz?

Bioderma, dermokozmetik bir marka olduğu için eczane kanallarında satışı gerçekleştiriliyor. Ürünlerimizin bir kısmı cilt endişelerini tedavi destek amaçlı da kullanıldığından dermatologlar tarafından reçetelendiriliyor. Buna ek olarak; cilt uzmanları ve eczacılarımız ürün eğitimleri alarak tüketicilere ürünlerimizi tavsiye ediyor. Ancak pandemiyle birlikte ürünlere ulaşılması zor olabileceği için Bioderma'nın websitesi üzerinden de satın alınabiliyor.

■ Cilt bakımında öncelik hangi ürünlerinizde olmalı?

Bioderma cildin ekosistemine saygı duyan ve cilt sağlığını uzun süreli korumayı hedefleyen ürünler formüle ediyor. Sağlıklı, parıl parıl ışıldayan, pürüzsüz bir cildimizin olmasını hepimiz isteriz. Bunun için de araştırıp en pahalısını almak gerektiğine dair bir algı var. Aslında cilt bakımının en önemli adımı belki de en kolay ve ulaşılabilir olan, cildimizi temizlemek. Hatırı sayılır bir kesim hala cildini sadece suyla yıkıyor veya banyodan banyoya cildine temizleme ürünü kullanıyor. Halbuki cilt, evde de dışarı da farklı farklı kirlere maruz kalıyor. Örneklerin başında gelenler: toz, polen, hava kirliliğinin barındırdığı egzoz dumanı, ağır metaller, temizlik ürünleri kalıntıları... Bioderma olarak "Cilt Kir Seçmez, Su Yetmez, Sensibio H20 yeter!" diyerek cilt temizliğinin altını çizip farkındalık yaratmak istedik. Cildi sabah akşam temizlemek, sağlıklı cilde giden en önemli adım ve bu adım atlandığında, kullandığınız diğer ürünlerin faydası azaldığı gibi gözeneklerde birikerek cilt sağlığınızı bozabiliyor. İkinci adımda ise, cilt tipine veya endişesine uygun cilt bakım kremi kullanmak geliyor. Burada da önemli olan cildininiz ihtiyacını karşılayan içeriklere sahip olması...

NIVEA MEN'den yeni bir deodorant serisi



NIVEA'nın Men Cool Kick Fresh Serisi, kaktüs suyu içeren formülüyle şimdiye kadarki en ferah deodorant deneyimini sunuyor. Terlemeye ve ter kokusuna karşı 48 saate kadar etkili koruma sağlayan seri, yoğun ferahlık hissinin yanı sıra benzersiz kokusuyla da erkeklerin günlük rutininde yerini alıyor.



Kaktüs meyvesini özlerinden elde edilen kaktüs suyu, ferahlatıcı ve nemlendirici etkisiyle cilt bakımında yeni trend olarak öne çıkıyor. Mineraller ve antioksidanlar bakımından zengin olan kaktüs suyu, cildin yenilenme sürecini desteklerken kusursuz bir bakım sağlıyor.

Yaza canlı bir ciltle merhaba



Kadınların vazgeçemediği Sinoz'dan, yaza girerken cildinize taze ve canlı bir görünüm vermesine yardımcı olan iki ürün; Sinoz C Vitaminli Serum ve Sinoz Arındırıcı Kil Maskesi... Ciltteki mat görünümü gidermeye yardımcı olarak cildi bakımlı bir şekilde aydınlatan Sinoz C Vitaminli Serum, yüzünüzdeki renk tonunu eşitleyerek daha canlı bir görünüm sağlıyor. Yaza pürüzsüz bir ciltle girmek için Sinoz Arındırıcı Kil Maskesi, kurtarıcı ürünlerin başında geliyor. Cildin sebum dengelerini kontrol altına almaya yardımcı Sinoz Arındırıcı Kil Maskesi, yüzü fazla yağdan arındırırken, kurtutmuyor ve nem dengesini sağlamaya yardımcı oluyor.



Benefit'in en renkli ve yenileri!

Benefit'in çok sevilen paletleri, en sevilen ve en yeni ürünleriyle sınırlı sayıda tüketiciyle sunuldu. Mat bronz pudra Hoola, göz kamaştıran ışıltıda Cookie, baharın müjdecisi Georgia ve masum pembe Dandelion... Benefit'in çok sevilen bronzer, allık ve aydınlatıcıları şimdi yepyeni ürünlerle buluşuyor!

Yeni Fouroscope paletler, Sephora web sitesi için özel iki seçenek Air Goddess ve Fire Queen ve tüm Sephora mağazaları için Earth Angel ile tüketiciyle buluştu.



Sivilceye karşı tek set!



Propia'nın yağlı ve akne eğilimli ciltlerin günlük kullanımına uygun Sivilce Karşıtı Yüz Yıkama Jeli, Sivilce Karşıtı Günlük Nemlendirici SPF15 ve Sivilce Karşıtı Gece Bakım Kremi ile 3 adımı tek bir sette sunuyor.

Propia Sivilce Karşıtı Bakım Seti etkin formülü ve ProperCare™ patenti sayesinde sebum üretimini düzenliyor. Kış yeşili bitkisinin yapraklarından elde edilen ve doğal bir salisilik asit olan Amiperfect ER ile cildi, gözenekleri tıkayan ölü hücrelerden, yağdan ve kirden derinlemesine arındırıyor. Gücünü alglerden alan Phycosaccaride ACG ile siyah nokta ve sivilce görünümünü azaltmaya yardımcı oluyor.

‘Tüketiciyle aramızda güven bağı var’

Eyüp Sabri Tuncer markası, köklü tarihiyle büyümeye devam ederken, tüketicilerle olan güven bağına dikkat çekiyor. Markanın son iki yıldır yeni yatırımları ve dijital dönüşüm projelerine verdiği ağırlık öne çıkıyor


Pelin Tuncer

1923 yılında kurulan Eyüp Sabri Tuncer markası, köklü tarihi ile koronavirüs pandemisi sürecinde de tüketicinin vazgeçilmezlerinden olmaya devam etti. Markanın hikayesini ve yeni dönem projelerini Pazarlama Direktörü Pelin Tuncer anlattı.



■ Markanız ve yeni dönem yatırımlarınızı anlatır mısınız?

Kurucumuz Eyüp Sabri Bey’in vizyoner yaklaşımı üç kuşaktır devam ediyor. Bu vizyon ile her zaman yenilikçi ve gelişmelere açık olarak tüm süreçlerimizi yönetiyoruz. Son 10 yıldır büyüme yönünde ciddi adımlar atmaya devam ediyoruz. Profesyonel ekibimizle birlikte stratejilerimizi geliştiriyor gelecek yıllarımızı birlikte planlıyoruz. Özellikle son yıllarda ön planda tuttuğumuz yatırımlarımızla otomasyon sistemimizi geliştirmeyi hedefledik ve 2019 yılında 30 milyon liralık yatırım belgemizi aldık. 2020 yılında pandemi süresince de geliştirmelere ve yeni makine yatırımlara devam ettik, dijital dönüşüm projelerimize ağırlık verdik diyebilirim.

■ En çok hangi ürünler tercih ediliyor?

Markamız uzun yıllar kolonya ile özdeşleşti ve kolonyalarımız her zaman çok tercih edilen ürün gruplarımızın başında geldi. Bununla birlikte, özellikle son yıllarda geliştirdiğimiz sıvı sabun, losyon ve diş macunlarımız da yoğun ilgi gören ürünlerimiz arasında yer alıyor.

■ Ürünlerinizden bahseder misiniz?

Şu an kişisel bakım kategorisinde; sabun, losyon, şampuan, duş jeli gibi ürün çeşitlerimize son dönemde diş macunu ürünlerini de ekledik. Ev bakım kategorisinde; yüzey temizleyici, mutfak sabunu, oda kokuları ve dezenfektan ürünlerimiz var. Bu gruplara bebek ürünlerini de ekledik, yeni ürün geliştirmek bizim için uzun soluklu, özen ve zaman isteyen bir süreç. Müşterilerimizin beğenisi her zaman bizi motive ediyor, yeni ürünler geliştirmeye devam ediyoruz.

PERAPOST KOZMETİK

■ Ürünleriniz vegan ve glutensiz, bu alana giriş nedenlerinizi anlatır mısınız?



Müşterimiz ile yakın bir ilişkimiz var, ihtiyaçlarını, taleplerini anlamak için müşteri hizmetleri birimimiz 7/24 çalışıyor. Ayrıca araştırmalar yapıyoruz, 70 ülkeye ihracat yaptığımız için önceliğimiz ülkemiz olmakla birlikte dünyanın yaklaşımı, trendler bizi çok ilgilendiriyor. Kısa sürede vegan konusunu gündemimize alarak Türkiye’de kozmetik ürünlerine ilk defa V-Label sertifikası alan marka olduk. Çölyak rahatsızlığı olan birçok müşterimiz ürünlerimizin gluten içerip içermediği konusunda bizlere danıştığında bizler de bu yönde adımlar atarak gluten içermeyen ürünler geliştirmek konusunda hassasiyet gösterdik. Ayrıca, sektördeki ilklerden olan bir başka çalışmamız da ürünlerimizin üzerinde yer alan Braille Alfabesi’dir.



■ Tüketicinin markanız ürünlerini tercih etmesi için öne çıkan/ayrışan özellikleriniz nelerdir?

İtibar, tutarlılık ve müşteri odaklılık önceliğiniz olursa uzun yıllar varlığınızı sürdürebiliyorsunuz. Uzun yıllara dayanan müşteri ilişkilerinin temelinde ise güven vardır. Bu çok kıymetli bir süreç. Kendiliğinden oluşmuyor, zaman istiyor. Değerlerimize bağlı kalarak her dönem kendimizi yeniliyor ve birlikte dönüşüyoruz.

■ Pandemi dönemi ürün tercihlerine/taleplere nasıl yansıyor?

Pandemi ile vardiyalı çalışma sistemine geçtik ve kolonya üretiminde kapasitemiz yüzde 100 büyüdü. O dönem belli ürün gruplarına olan yoğun talep, 2021 yılında yerini tüm ürün gruplarımızda dengeli bir büyümeye bıraktı.

Güçlü formülünde dünyanın 11’i var!

İş hayatında farklı pozisyonlarda başarılı işlere imza atmış olan kadın girişimciler Esra Gediz ve Nilüfer Yılmaztürk; uzun soluklu yepyeni bir yola çıktılar... Yıllar süren arge ve ciddi laboratuvar çalışmaları sonucunda yepyeni bir markayı hayata geçirmenin heyecanını yaşıyorlar. Estetiği, ışıl ışıl bir cildi merkeze koydular ve LAPENOX doğdu... “Flat-age” çağının konuşulduğu bu dönemde; dünya markaları seviyesinde bir Türk Anti-Age ürünleri yaratmak için yapılan yoğun çalışmalarla ortaya çıkan marka, “yaşsız” bir devrim yaşatıyor. LAPENOX, dünya markalarının tercih ettiği aktiflerden 11’ini güçlü formülü ile bir araya getiriyor.



Hydra Lumina’dan cilde özel bakım



10 yılı aşkın süredir “Dermapolin” markası ile güzellik-bakım ürünleri üreten iki girişimci Hande Canlı ve Sinem Canlı, yeni güzellik markası “Hydra Lumina”yı piyasaya sürdü. Günlük cilt bakım rutinlerinde kullanılacak Hydra Lumina serumlar ve Dermaroller ile cilde uygulanan Hydra Lumina ampuller sayesinde yüz bölgesindeki şikayetleri azaltmak ve engellemek için kullanılıyor.

İsviçre’den özel olarak ithal edilen ve en yenilikçi teknolojilerle üretilen ödüllü “Kar Yosunu Tozu” içeriğine sahip olan “A Plus Antiage Serumu”, cildin gençliğini koruyan mekanizmaları etkinleştirerek, taze ve aydınlık bir görünüm kazandırıyor. Yaşlanma karşıtı “A Plus Serumu”, ciltteki kırışıklıkların açılmasına ve yeni kırışıklık oluşmasına engel oluyor.

Nefes aldıran koruma





Her zaman olduğu gibi, yüz maskenizle bile her gün geniş spektrumlu günlük güneş kremi sürmeyi unutmayın. L’Occitane’ın çalışkan güneş koruyucularıyla tanışmak; kırışıklıklar, sarkmalar ve yaşlılık lekeleri dahil olmak üzere güneşin neden olduğu erken cilt yaşlanmasını önlediği gibi cilde gençliğini geri kazandırır.



Cilt yapılandırıcı serumlar



Cilt bakımında serumlar “altın çağını” yaşıyor. Serumlar cildin nemi muhafaza etmesine yardımcı olmak için nemlendirici bileşenler ile doludur. Yaşlanma belirtilerine karşı cilde destek olan, nem veren ve cildin genel görünümünü düzgünleştiren Anew cilt serumlarını keşfetmeye hazır mısınız? Cilt tipine göre çeşitli Anew serumlar, cildin tüm ihtiyaçlarını karşılıyor. Cildin yapısına göre serumlar, çeşit çeşittir. Kuruluk, nemsizlik, kırışıklık, lekeler, esneklik kaybı gibi farklı cilt ihtiyaçları için farklı serumlar vardır.



MAYIS AYININ ATAMA HABERLERİ

DEV ŞİRKETLERDE GÖREV DEĞİŞİKLİĞİ

Boyner Lojistik Genel Müdür Yardımcısı oldu



Boyner'de üst düzey bir atama gerçekleşti. Anıl Haşimoğlu, Boyner Büyük Mağazacılık Lojistik Genel Müdür Yardımcısı olarak Mayıs itibarıyla göreve başladı.

Haşimoğlu profesyonel kariyerine 2005 yılında Horoz Lojistik'te Lojistik Uzmanı olarak başladı ve sırasıyla Lojistik Hizmetleri Müdürü, Satış Direktörü, Kontrat Lojistik Direktörü ve Lojistik ve İş Geliştirme Direktörü olarak görev aldı. Haşimoğlu, 2017 yılından bu yana FLO'da yurtiçi ve yurtdışı offline ve online süreçlerden sorumlu Lojistik Direktörü olarak görev yapıyordu.

Yeni CEO'su Mustafa Tonguç oldu



Türkiye'de DHL Express'in liderliğini Şubat 2017'de devralan ve DHL Express Türkiye'ye pek çok başarı kazandıran Claus Lassen, bayrağı 1 Mayıs 2021 itibariyle, Satıştan Sorumlu GMY olarak görev yapan Mustafa Tonguç'a devrediyor. DHL'de çalışmaya 1997'de DHL Almanya Operasyonları'nda başlayan Tonguç, ayrıştırma merkezi ve havaalanında operasyonel alandaki görevlerinin yanı sıra müşteri hizmetleri ekibinin yöneticiliğini de yürüttü. Tonguç, ayrıca DHL Express Avrupa'nın Dağıtım Merkezleri ve Havaalanı Performans ve Programlar Genel Direktörü olarak çalıştı.

CEO'luk görevine Dörschuck atandı



D-Marin Yönetim Kurulu, Oliver Dörschuck'un 1 Haziran 2021 tarihi itibarıyla CEO'luk görevine atandığını duyurdu.

Oliver Dörschuck, D-Marin'e katılmadan önce SSP Group bünyesinde görev yaptı. Continental Europe'un CEO'su olduğu dönemde pazarın üstünde büyüme performansı elde etmenin yanı sıra pek çok ihale kazanmak, rakipleri satın almak ve entegre etmek gibi başarılara imza attı.

SSP öncesinde 14 yıl TUI Group'ta çalışan Oliver Dörschuck, üst düzey pozisyonlarda görev aldı.

Panasonic Life Solutions Türkiye'de üst düzey atama



Sektörünün yenilikçi ve lider kuruluşu Panasonic Life Solutions Türkiye'de başkanlık görevine, uzun yıllardır Panasonic bünyesindeki birçok birimde başarılı çalışmalara imza atan Yoshiyuki Kato getirildi. Yoshiyuki Kato, 1991 yılında Matsushita Electric Works LTD şirketinde (Panasonic Corporation) profesyonel iş hayatına adım attı. 30 yıl boyunca Panasonic'e bağlı farklı şirket ve birimlerde görev aldı. Son olarak Professional Lighting Business şirketinin Başkanlık görevini yürüten Yoshiyuki Kato, Nisan ayı itibarıyla Panasonic Life Solutions Türkiye'nin Başkanlık görevini üstlendi.

Fibabanka'da üst düzey transfer



Bankacılık ve finans dünyasının deneyimli ismi Gökhan Ertürk, Fibabanka İcra Kurulu Üyesi, Ekosistem ve Platform Bankacılığı'ndan sorumlu Genel Müdür Yardımcısı olarak banka bünyesinde görev alacak.

Kariyerine 1993 yılında THY A.Ş.'de başlayan Ertürk, İktisat Bankası, Türk Ekonomi Bankası görevlerinin ardından, Akbank KOBİ Bankacılığı Bölüm Başkanlığı, DenizBank Perakende Bankacılık Genel Müdür Yardımcılığı görevlerini yürüttü. Şekerbank'ta Perakende Bankacılık Genel Müdür Yardımcısı olan Ertürk, Türk Holding A.Ş.'de ise Genel Müdür olarak görevini sürdürdü.

Ece Kaşıkcı, Rusya ekibine liderlik edecek



Tüm dünyada yenilikçi ilaçları geliştirerek pazara sunan lider biyofarma şirketi Bristol Myers Squibb'in Türkiye Genel Müdürü Ece Kaşıkcı mevcut sorumluluk bölgesine ek olarak geçici bir süre Rusya ekibine de liderlik edecek.

Ece Kaşıkcı'nın Rusya Geçici Genel Müdürü olarak görev yaptığı bu süreçte BMS Türkiye İş Birimi Direktörü Ayşegül Karzan Bilgiç ve BMS Türkiye Ruhsatlandırma Direktörü Tülfer Aksöyek Sezer "vekil lider" olarak ek sorumluluklarla kurumun Türkiye'deki faaliyetlerinde etkin rol alacaklar.

Vodafone Türkiye'de icra kuruluna atama



Vodafone, "2025'e kadar Türkiye'nin en hızlı büyüyen dijital servisler şirketi olma" hedefi doğrultusunda iş yapış şekillerini güçlendirmeye ve organizasyon yapısını güncellemeye devam ediyor.

Bu kapsamda büyüme odaklı stratejik planları ve ortaklıkları koordine etmek ve toptan satış ticaretinin büyümesini sürdürmek amacıyla Toptan Satış, Strateji ve İş Geliştirme ekiplerini tek çatıda birleştiren Vodafone Türkiye'nin bu yönde oluşturulan yeni İcra Kurulu Başkan Yardımcılığı pozisyonuna, 1 Mayıs 2021 tarihi itibarıyla Levent Gemici atandı.

İcra kuruluna üçüncü kadın yönetici



Borusan Otomotiv Grubu'nda İnsan Kaynakları, İş Sağlığı ve Güvenliği Genel Müdür Yardımcılığı görevine Tuğba Paşalı Karacan getirildi. Karacan, Borusan Otomotiv Grubu çatısı altında İcra Kurulu'nda görev yapan üçüncü kadın yönetici olma özelliğini de taşıyor.

Borusan Otomotiv İcra Kurulu Başkanı Hakan Tiftik, "Çalışan dünyasında sağlık, güvenlik ve refah yönetimini en iyi ve etkin şekilde yöneten şirket haline gelmek en önemli odak alanlarımızdan biri. Bu hedefe giden yolda Tuğba Paşalı Karacan'ın grubumuza büyük katkılar sağlayacağına inanıyorum" dedi.

Edenred Kuzey Avrupa Bölgesi'ne Türk yönetici



Dünyada yemek kartı sektörünü inşa eden Edenred'in global bölge yapılanmasında üst düzey bir atama gerçekleşti. Edenred Kuzey Avrupa Bölgesi Altyapı ve Operasyonlarından Sorumlu Lider pozisyonu için tercih edilen isim Edenred Türkiye'den Göksel Marangoz oldu. Bilişim sistemleri sektöründe 20 yılı aşkın tecrübesi bulunan, Edenred Türkiye'de ise 2019 yılından bu yana CIO (Chief Information Officer) olarak görev yapan Göksel Marangoz, yeni göreviyle Edenred İngiltere, İsveç, Finlandiya, Belçika, Almanya ve Avusturya ülkelerinin teknoloji yönetiminden sorumlu olacak.

Hyundai Tucson dördüncü jenerasyonuna ulaştı



PERAPOST OTOMOTİV

Hyundai Tuscon, 17 yıllık tarihinde 7 milyon adetlik satışla markanın dünya çapında en çok tercih edilen SUV modeli olmasını sağladı. Avrupa'da toplam satış adedi ise 1.4 milyon olarak gerçekleşti





Hyundai Tucson, ilk kez 2004 yılında tanıtıldı ve 2021 yılında da dördüncü jenerasyonuna ulaştı. Dünya çapında 17 yıllık tarihinde 7 milyondan fazla satışla markanın en çok satan SUV modeli oldu. Hyundai Tucson, aralarında Türkiye'nin de bulunduğu Avrupa'da ise 1,4 milyon adet satıldı. Segmentinde benzinli ve dizel motorların haricinde plug-in hibrit, hibrit ve dizel 48 volt hafif hibrit sunan ender bir model.

Sensuous Sportiness tasarım kimliğine göre tasarlanan ve geliştirilmiş ilk Hyundai SUV modeli. "Parametrik Gizli Farlar ve Gündüz Farları", Tucson'a karanlıkta bile kusursuz bir görünüm katıyor. İç mekan, kusursuz kullanıcı deneyimi için doğal olarak akıcı bir düzene sahip. Tucson'da 10,25 inç dijital gösterge ve 10,25 inç dokunmatik multimedya eğlence ekranı bulunuyor. Çoklu havalandırma, üç bölgeli klima kontrolü, ön ve arka ısıtmalı koltuklar gibi konfor özelliği var. Yeni Tucson, 620 litre bagaj hacmine sahip. Bu rakam koltuklar yatırıldığındaysa 1.800 litreye çıkıyor. 7 ileri DCT şanzımanlı, 1,6 litrelik CRDi dizel motor ise 136 PS gücünde. 4x2 ve 4x4 çekiş sistemi var.



Skoda sokak hayvanlarını unutmadı



Koronavirüs salgını ile mücadele kapsamında geçtiğimiz yıl sokaklara çıkan Skoda İyilik Araçları, tam kapanma uygulanan bu dönemde de sokak hayvanlarını unutmadı. 17 Mayıs tarihine kadar uygulanacak sokağa çıkma kısıtlaması döneminde Skoda İyilik Araçları, sokak hayvanları için mama dağıtmaya devam ediyor.

İnsanları sokaklardan uzak tutarak salgının yayılma hızını düşürmeyi hedefleyen bu uygulamada İyilik Araçları, mahalle araları, sahil şeridi, ilçe merkezlerini dolaşarak gördükleri sokak hayvanlarını besliyor. Aynı zamanda mahalle sakinleri tarafından semtlerinde bulunan sahipsiz hayvanları bildirmeleri halinde, Skoda İyilik Araçları en kısa sürede ulaşarak bu hayvanların da beslenmelerini sağlıyor.



BMW Group gelecek hedeflerini açıkladı

Borusan Otomotiv'in Türkiye distribütörlüğünü üstlendiği BMW, BMW Motorrad ve MINI markalarını bünyesinde barındıran BMW Group, dijital ortamda gerçekleştirdiği basın toplantısında CO2 emisyonlarını azaltacak iddialı hedeflerini açıkladı

Premium otomobil üreticisi BMW Group, sera gazlarının azaltılmasına yönelik sürdürülebilir mobilite misyonunun gerekliliklerini yerine getirmeye devam ediyor. Şirket 2030 yılına kadar 200 milyon tonun üzerinde CO2 emisyonunu önleyeceğini duyurdu.

Açıklanan bu hedef, Münih gibi bir milyondan fazla nüfusu olan bir şehrin yıllık CO2 emisyonunun 20 katından daha yüksek bir miktarı ifade ediyor. Hammaddeden üretim süreçlerine kadar her kademede daha fazla geri dönüşüm hedefleyen BMW Group, araçların tüm yaşam döngüsü boyunca bırakacağı karbon ayak izini minimuma indirecek.

Yüzde 50'si elektrikli

Elektrikli mobilite stratejisi çerçevesinde 2013 yılında pazara sunulan tamamen elektrikli BMW i3, yakın dönemde ülkemizde de satışına başlanan MINI ELECTRIC ve BMW iX3'ün yanı sıra BMW Group'un iki yeni modeli BMW iX bu yılın son çeyreğinde ve BMW i4 de 2022 yılı ilk çeyreğinde yollara çıkacak.

2023 yılına kadar BMW Group, mevcut segmentlerindeki modellerinin yaklaşık yüzde 90'ında en az bir tane tamamen elektrikli modele sahip olacak.

2021 ile 2025 arasında tamamen elektrikli model satışlarını, 2020'ye oranla ortalama yüzde 50'nin üzerinde artırmayı amaçlayan BMW Group, 2030 yılında küresel satışlarının en az yüzde 50'sini tamamen elektrikli araçlardan oluşturmayı hedefliyor.

Pizza lahmacun ve döneri geçti, hamburgeri yakaladı

Pandemi sürecinde tüketicinin gözdesi olan pizza; kebap, pide, lahmacun ve döneri geçerek ilk sıradaki hamburgerin tahtını zorlar hale geldi. Little Caesars Türkiye Genel Müdürü Banu Arıduru, "Tüketici tercihlerinin daha önce pizza hamburger, kebap, pide, lahmacun ve dönerin arkasından gelirdi. Şubat ayında yaptırdığımız bir araştırmaya göre bugün teslimat ve restoran olarak baktığımızda pizza ve hamburger eşitlendi" dedi

PERAPOST GURME



NECLA DALAN

Little Caesars Türkiye Genel Müdürü Banu Arıduru, tüketici tercihlerinde pizzanın ilk sıradaki hamburger ile eşitlendiğini söyledi. Tüketici tercihlerinin daha önce pizzanın hamburger, kebap, pide, lahmacun ve dönerin arkasından geldiğini hatırlatan Arıduru, "2020'de toplam yeme-içme pazarı yüzde 10 daralarak 43 milyar TL ciro yaptı. Pizza restaurantları ise eve sipariş ve gel-al'daki artışla yüzde 34'lük bir büyüme göstererek 3 milyar TL ile yılı kapattı. Covid nedeni ile yaşanan kaybı kompanse etme konusunda en başarılı olan restaurant tipinin de pizzacılar olduğunu söyleyebiliriz. Tüketici tercihleri de bunu teyit ediyor. Şubat ayında yaptırdığımız bir araştırmaya göre teslimat ve restoran olarak baktığımızda pizza ve hamburger eşitlendi. Sadece bizim markamız değil tüm pizza kategorisi büyüdü. Little Caesars olarak kalite, servis ve hızımızla fark yarattık. 2020 yılında 5 milyon pizza sattık" diye konuştu.

93 şube ve 1.700 çalışanla hizmet verdiklerini, geçen yıl satışlarda yüzde 29'luk artış yakaladıklarını kaydeden Banu Arıduru, grup bazında ABD ve diğer ülkelerde bu oranın yüzde 10'lar seviyesinde olduğunu söyledi. Bu yılın ilk 5 ayında büyümenin Covid öncesine göre değerlendirdiklerinde yüzde 35'in üzerinde olduğunu vurgulayan Arıduru, bu yıl en az 15 yeni şube açmayı planladıklarını kaydetti. Arıduru, şöyle devam etti:

Damak tadına ürünler büyüttü

"Dijital altyapımız çok güçlü. Pandemi sürecinde çok hızlı kararlar alarak hali hazırdaki yüksek hijyen standartlarımızı pandemiye adapte ettik. Sürecin başından itibaren yönetim, pazarlama ve operasyon alanlarında standart uygulamalarımız yanında yeni uygulamaları da hayata geçirdik. Çalışanlarımız ve franchisee'lerimiz için gerekli önlemlerimizi aldık ve onlara tüm süreçlerde rehberlik ettik. Düzenli yaptığımız online görüşmeler sayesinde saha hakkında bilgi sahibi olduk. Hızlı kararlar alarak uygulamaya geçirdik. Dayanışma ile bu zor dönemi aştık. Ayrıca temassız teslimat yapan marka olduk. Hatta bu uygulamamız globale örnek oldu. Damak tadımıza uygun yeni ürünler çıkardık. Menümüze daha önce eklediğimiz Sezar Et Döner pandeminin en çok tercih edilen ürünlerinden oldu. Bir diğer efsane ürünümüz sucuk ekmek. Pidede pizza ürünümüz çok ilgi gördü. Bu yıl yüzde 35 büyüme öngörüyoruz. Hiç yeni şube açmasak bile 200 milyon TL'lik bir ciroya ulaşacağız."

Hız restoranın içinde, teslimatta 6 dakikalık mesafe sınırı var

Banu Arıduru, teslimatta motorcuların güvenliğine çok önem verdiklerini söyledi. Arıduru, "Hız bizim için restoranın içinde önemli. Motorcularımızın hız yapmasını istemiyoruz. Bu yüzden bölgelerde 6 dakika mesafeye teslimat sınırımız var" dedi.

En çok şube İstanbul'da olduğu için burada çok pizza yendiğini kaydeden Arıduru, şube bazında en çok ciroyu ise Çorlu'nun yaptığını kaydetti.



Banu Arıduru



Espor'a destek veriyor

Son dönemde dijital alana yaptıkları yatırım ve kampanyalarla olumlu geri dönüşler aldıklarını anlatan Banu Arıduru, şöyle konuştu: "Yaptığımız araştırmalarda pizzanın insanları bir araya getiren etkisinin espor ile birleştiğini gördük ve bu alana yatırım yaptık. Zula Süper Lig'in resmi yiyecek sponsoru olduk. 2021'de de dünyanın en büyük espor takımı ünvanını da elinde bulunduran İstanbul Wildcats'in resmi yiyecek sponsoru olduk. Espor'a yatırıma devam edeceğiz."

HUAWEI FreeBuds 4i ile son teknoloji



PERAPOST TEKNOLOJİ

Yıllar boyunca, TWS kulaklık alanında deneyim ve teknoloji geliştiren HUAWEI, kullanıcı deneyimini inovasyonla geliştirmeye devam ederek HUAWEI FreeBuds Serisi'nde birçok ses ürünü sunuyor

Teknolojinin getirdiği rahatlığı daha fazla kullanıcıya sunmak için geliştirilen HUAWEI FreeBuds 4i, aktif gürültü giderme, uzun pil ömrü ve yüksek ses kalitesi gibi serinin temel özelliklerini devralırken, aynı zamanda modaya uygun ve basit bir tasarım sunuyor.

HUAWEI FreeBuds 4i, hızlı Bluetooth kurulumu için Android, iOS veya Windows cihazlarla uyumlu Bluetooth 5.2'ye sahip. Kulaklıkları ilk kez kullanırken, kullanıcıların yalnızca şarj kutusu kapağını açması, gösterge ışığı beyaz renkte yanıp sönene kadar düğmeyi basılı tutması, akıllı telefonun veya tabletin Bluetooth'unu açması ve kulaklığı eşleştirmek için listeden HUAWEI FreeBuds 4i'yi seçmesi yeterli oluyor.





Çeşitli cihazları destekliyor

Android, iOS veya Windows kullanıcıları kullanımı kolay ve verimli bir etkileşimli deneyimin tadını çıkarabiliyorlar. Android kullanıcıları, tüm Android kullanıcıları için bazı daha kullanışlı özellikler sunan "Önceki", "Sonraki" gibi ek işlemler için HUAWEI AI Life uygulamasını da indirebilirler.



HUAWEI FreeBuds 4i, tersine çevrilmiş ses dalgaları oluşturmak için yerleşik akustik bileşenleri ve algoritmaları kullanıyor. Bu teknoloji, HUAWEI FreeBuds 4i'nin sessiz bir ofiste, gürültülü bir kafede veya bir uçakta rahat bir gürültü giderme seviyesi sunmak için gürültüyü aktif olarak engellemesine ve kullanıcının daha sürükleyici bir ses deneyimi elde etmesine olanak tanıyor.

HUAWEI FreeBuds 4i, diğer HUAWEI giyilebilir cihazlarında olduğu gibi uzun pil ömrüne sahip. HUAWEI FreeBuds 4i, ANC kapatıldığında 10 saat kesintisiz müzik çalma veya tam şarjla 6,5 saat sesli arama sunabiliyor. Şarj kutusu ile 22 saate kadar müzik çalma veya 14 saate kadar sesli arama sağlıyor. FreeBuds 4i, 749 TL tavsiye edilen son kullanıcı fiyatıyla HUAWEI Online Mağaza'da satışa sunuluyor.



OPPO hızlı şarjda atağa kalktı

Dünyanın önde gelen lider akıllı ürün markası OPPO, daha hızlı, daha güvenli ve daha rahat bir şarj deneyimi sunmak için hayata geçirdiği kesintisiz inovasyonları ve uygulamalarla, hızlı şarj konusunda sürekli atılımlar yapıyor. En yeni OPPO Reno5'te sunulan 50W hızlı şarj, bu teknolojinin toplumun daha geniş kitleleri için erişilebilir olmasını sağlayan en yeni teknolojik gelişme olarak öne çıkıyor.

OPPO'nun Reno5 modelinde kullandığı 50W hızlı şarj, çok kısa bir şarj süresiyle yeterli bir pil ömrü sağlıyor. Örneğin, pili 31 dakika gibi kısa bir sürede %80'e kadar şarj edebiliyorsunuz. Reno5'in 50W hızlı şarj özelliğine sahip 4310 mAh pili, yalnızca 5 dakikalık şarjla bile 3 saate kadar video oynatmayı destekleyebiliyor. Reno5'in pilini %100'e kadar şarj etmek ise yalnızca 48 dakika sürüyor. Ayrıca Reno5, Süper Güç Tasarruf Modu ile yalnızca %5 pil ile 2,5 saat WhatsApp sohbet süresi veya 38,5 saat bekleme süresi sunuyor.





Milli Futbol Takımları sponsoru oldu

Ülker, Türkiye Futbol Federasyonu'yla imzaladığı anlaşmayla, 5 yıl süreyle Erkek Milli Takımların resmi, Kadın Milli Takımlar ve eMilli Takımlarının da ana sponsorluğunu üstlendi



Ülker, A Milli Futbol Takımı'na 5 yıl süreyle resmi sponsor oldu. Ülker, Erkek Milli Takımlarının resmi sponsorluğunun yanı sıra Kadın Milli ve eMilli takımlarının da ana sponsorluğunu üstlendi. Ülker olarak uzun yıllardır Türk sporuna destek vermeyi, en önemli sorumlulukları arasında gördüklerini söyleyen Yıldız Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ali Ülker, "İstihdam, üretim ve ihracatımızla ülkemizin ekonomisine değer katma çabalarımızın temelinde müreffeh bir toplum hedefine katkı sağlama düşüncesi yer alıyor. Mutlu et mutlu ol felsefesiyle bu hedefe yürürken; ülkemizde spora ve kültür-sanat faaliyetlerine destek vererek aynı zamanda toplumumuzun mutluluğuna katkıda bulunmayı da arzu ediyoruz. Tıpkı Milli Takımımızın futboluyla yaptığı gibi, ürünlerimizle ülkemizi dünyanın dört bir yanında temsil ediyoruz. Onlar her golde ve galibiyette bizleri mutlu ederken, biz de tüketicilerimize her lokmada mutluluk vaat ediyoruz" diye konuştu.

'Desteğimizi büyütüyoruz'

Futbolun sadece bir 'erkek oyunu' olmadığını ve fırsat eşitliği konusunda farkındalık sağlaması açısından, A Milli Kadın Futbol Takımımızın önemli bir rol model teşkil ettiğini söyleyen Ali Ülker, sözlerine şöyle devam etti: "TFF ile yaptığımız bu anlaşma kapsamında Erkek Milli Takımlar resmi sponsorluğunun yanı sıra Kadın Milli Takımlar ve eMilli Takımlarımızın da ana sponsorluğunu üstlenerek desteğimizi daha da büyütüyoruz. Yıldız Holding bünyesinde faaliyetlerini sürdüren Kadın Platformumuz aracılığıyla şirketlerimizde de kadınların iş yaşamına eşit ve etkin katılımını sağlamak için çalışıyor, bu kapsamda, çeşitli projeler yürütüyoruz. Kadınların toplumda, iş yaşamında, sporda, kısacası her alanda etkin şekilde yer almalarını önemsiyoruz. Bu açıdan Kadın Milli Takımlarının ana sponsoru olmaktan da özellikle mutluluk duyuyoruz."

TÜRK FUTBOLUNDA ÇITAYI YÜKSELTTİ

Türkiye Futbol Federasyonu Başkanı Nihat Özdemir de Türk sporuna unutulmaz katkılar sağlayan Ülker'in desteğinin milli takımın uluslararası rekabetteki gücüne güç katacağını söyledi. Özdemir, şöyle konuştu: "Ülker'in sporun yaygınlaşması için yaptığı katkılar ölçülemeyecek kadar değerli. Çünkü sponsorluğun yanında sosyal projelerle sorumluluklar üstlenmek çok önemli. Bu kapsamda Federasyonumuz Ülker ile geçmişte çocukları spor yapmaya teşvik etmek için birçok sportif sosyal projeleri hayata geçirdi ve önemli geri dönüşler aldı. Sadece Futbol Köyü projesiyle 200'e yakın genç ismi milli takımlara ve profesyonel takımlara kazandırdık. Ülker'in sporu seven nesiller yetişmesine verdiği önem, daima Türk futbolunda çıtayı yükseltti. EURO 2020 öncesinde bizlere güç verecek bu anlaşma itici güç olacak ve inşallah Millilerimiz elde edeceği yeni zaferlerle, bizlere bu değerli katkıları yapan Ülker'in "mutlu et mutlu ol" sloganına destek olacak."

6 MİLYON BOLBOLLU OLDUK
BOLBOL KAZANMAYA DEVAM EDİYORUZ!

6 milyon Pegasus BolBollu olduk! Yanımızda olup,
birlikte büyüdüğümüz 6 milyon BolBolluya binlerce teşekkür!
Pegasus BolBol üyeleri BolBol'la kazanmaya devam ediyor. Nasıl mı?

Pegasus'la gerçekleştirdikleri her uçuştan,
Pegasus BolBol Kartlarından, iş birliklerimden ve Pegasus BolBol Shop'tan
alışveriş yaptıkça yine BolPuan kazanıyor!

SEN HALA PEGASUS BOLBOL'A ÜYE OLMADIN MI?

Pegasus BolBol'a hemen üye ol,
biriktirdiğin BolPuanlarla dilediğin yere uç!

