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

PERAPOST

PERAKENDENİN EN DOĞRU, EN HIZLI POSTASI



MARKETTE ÇOCUKLARA GÖZ HAKKI REYONU

Afyonkarahisar'da faaliyet gösteren Mevsim marketlere giden çocuklar kendileri için hazırlanan 'göz hakkı' reyonları ile karşılaşıyor, ücretsiz olarak istedikleri meyveleri buradan alıp tüketebiliyor ■ Sayfa 17



Sinan Öncel

Pandemi döneminde zorunlu nedenlerle kapalı kalınan günler ve erken kapanma nedeniyle kaybedilen saatlerden kira alınmaması için beklenen yasal düzenleme üzerinde hazırlık yapıldığı belirtildi.

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Sinan Öncel, "Borçlar Kanunu'nda bir değişiklikle pandemi ve benzeri olağanüstü durumlarda kira muafiyeti getiren bir düzenleme üzerinde çalışıldığını biliyoruz" dedi.

■ Sayfa 11

Kira muafiyeti TARTIŞMAYI SONLANDIRIR

1. çeyrek cirosu 1.5 milyar TL

Teknosa, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 39.4'lük büyüme ile 1,5 milyar TL ciroya ve 2.4 milyon TL net kâra ulaştı. ■ Sayfa 9

Esnafla büyük dayanışma

CarrefourSA, bayilik sistemi ile küçük esnafla birlikte hareket ediyor. 2020 yılını 25 bayi ile bitiren CarrefourSA'nın hedefi 100 bayiye ulaşmak. ■ Sayfa 7

Kadınlara dev destek

KAGİDER Kadın Girişimci Geliştirme ve Hızlandırma Programı, Migros'un iş birliğinde bu yıl ikinci kez gerçekleştirildi. ■ Sayfa 13

Gıdada taklite dikkat çekiyor

Metro Türkiye, yıl boyunca aralıksız sürdürdüğü analiz çalışmalarını Ramazan'da da yineleyerek en çok tüketilen ürünlerde öncelikli olarak tamamladı. ■ Sayfa 3

Sürdürülebilir tişört üretti

Moda perakendesinin lider markası Damat Tween, 'daha yaşanabilir bir dünya' vurgusuyla 35 yıllık tişörtlerini sürdürülebilir kumaştan yeniden üretti. ■ Sayfa 5

KADIN İÇİN TEKNOLOJİ,

HEPİMİZ İÇİN DAYANIŞMA.

Şiddet gören ve sesini duyurabileceği teknolojiye erişimi kısıtlı olan kadınları ihtiyaç duydukları teknolojiyle buluşturmak amacıyla, kullanmadığınız akıllı telefonları topluyor, kontrol ve bakımlarını yaparak kadınlara ulaştırıyoruz.

Siz de kullanmadığınız telefonlarınızı bağışlamak için Teknosa mağazalarına getirin ya da telefonlarınızın evinizden teslim alınması için Teknosa çağrı merkezini (0850 222 55 99) arayın, dayanışmaya destek olun!



TÜRKİYE KADIN DERNEKLERİ FEDERASYONU

SABANCI VAKFI

TEKNOSA KADIN İÇİN TEKNOLOJİ

Gıdada taklit ve tağşişe dikkat çekiyor

Metro Türkiye, insan sağlığını tehdit eden hileli ürünleri tespit etmek amacıyla yıl boyunca aralıksız sürdürdüğü analiz çalışmalarını Ramazan'da da yineleyerek en çok tüketilen ürünlerde öncelikli olarak tamamladı

Hileli gıda üretenlerin sıklıkla başvurduğu yöntemlerden olan taklit ve tağşiş, ürünlerin besin değerini ortadan kaldırırken tüketicilerin sağlığı ve bütçeleri için ciddi bir sorun da teşkil ediyor. Gıda ürünlerinde taklit ve tağşişe karşı uzun yıllardır mücadele eden ve bu konunun önemine dikkat çeken Metro Türkiye, insan sağlığını tehdit eden hileli ürünleri tespit etmek amacıyla yıl boyunca aralıksız sürdürdüğü analiz çalışmalarını Ramazan'da da yineleyerek en çok tüketilen ürünlerde öncelikli olarak tamamladı. Bu kapsamda 17 ürün grubu, 137 ürün çeşidinde toplam 274 üründe 84 parametreye göre analizler yapıldı ve sadece sonuçları uygun, sağlıklı ve güvenilir ürünler raflardaki yerini aldı. Analize giden bu ürünler içerisinde Ramazan'da en çok tüketilen sucuk, köfte, sosis, salam gibi et ürünlerinden peynir, yoğurt, tereyağı, süt ürünlerinden bal, zeytinyağı, tahin, pekmez, kahve, çay gibi daha birçok gıda ürünü yer alıyor.

Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından kamuoyu ile paylaşılan sonuçlara göre 2014 yılından 2020 yılına kadar toplam 3.142 ürün ile ilgili taklit ve tağşiş tespit edildi. Bakanlık verilerine göre gıdada en çok taklit ve tağşiş ise et ve et ürünleri, bitkisel yağ, margarin ve süt ve ürünlerinde yapıldı.


Deniz Alkaç

'BİLGİYLE DE BESLİYORUZ'

Konuyla ilgili açıklamada bulunan Metro Türkiye Satın Almadan Sorumlu Yönetim Kurulu Üyesi Deniz Alkaç, "Metro Türkiye olarak her zaman tüm analizlerden geçmiş güvenilir gıdalar sunmak konusunda büyük hassasiyet gösteriyoruz. Yüzde 100 gıda güvenliği hedefiyle 30 yılda 189 bin analiz gerçekleştirdik. Analiz çalışmalarımız kapsamında Ramazan ayında da en çok tüketilen ürünlerde analiz çalışmalarını öncelikli olarak tamamladık. Tüketicilerin gönül rahatlığı ile alışveriş yapabilmeleri için et, bal, meyve-sebze gibi tüm gıda ürünlerinde analizlerimiz yıl boyunca da devam edecek. Gıda güvenliğinde taklit ve tağşişe karşı mücadele ederken izlenebilirlik konusunda da gerçekleştirdiğimiz ilklerle sektörde öncü oluyoruz. 'Tabağında ne var?' hareketimizle et, balık ve baldan sonra tüm meyve ve sebze ürünlerinde de yüzde 100 izlenebilirlik sağlıyoruz. Müşterilerimize 'Gıdaların izini sür, bilgiyle beslen!' diyerek tabaklarında ne olduğunu şeffaflıkla öğrenebilecekleri çözümler sunuyor, bu konuda da konunun uzmanları ile birlikte toplum genelinde farkındalığı artırmayı amaçlıyoruz."

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

Damat Tween'den sürdürülebilir tişörtler

Moda perakendesinin lider markası Damat Tween, 'daha yaşanabilir bir dünya' vurgusuyla 35 yıllık tişörtlerini sürdürülebilir kumaştan yeniden üretti





Dünya moda perakendesinin lider markalarından Damat Tween, sürdürülebilir moda anlayışını 35. kuruluş yıldönümü şerefine öncü bir adımla vurguluyor. Damat Tween, sürdürülebilir moda anlayışını, 35 yıl önce ürettiği tişörtleri geri dönüşümden elde edilen kumaşlardan yeniden üreterek dikkat çekiyor. Sınırlı sayıda üretilen "sürdürülebilir" tişörtler, Damat Tween mağazalarında ve damattween.com sitesinden satışa sunuldu.

2025 yılı hedefi

Orka Holding Yönetim Kurulu Başkanı Süleyman Orakçıoğlu, konuyla ilgili yaptığı açıklamasında; "Tükettiğimiz doğal kaynakları sürdürülebilir kılarak gelecek nesillere daha temiz bir dünya bırakmayı, hem global bir marka hem de insan olmanın bir sorumluluğu olarak görüyoruz. Bu tişörtlerle hem 35 yıllık köklü geçmişimizi kutluyor hem de 2025 yılında koleksiyonlarımızın yüzde 80'ini sürdürülebilir kumaşlardan üretme hedefimizi vurguluyoruz. Tüm sektörler olarak birlik olduğumuzda, geç kalmadan dünyayı daha yaşanılabilir kılmamız mümkün olacak."

Tüketici güvende olmak istiyor

KPMG'nin 16 ülkede 18 binden fazla kişiyle görüşerek yaptığı 'Ben, Hayatım, Cüzdanım' başlıklı büyük tüketici araştırmasına göre, araştırmaya katılan tüketicilerin yüzde 92'si kendisinin ve ailesinin güvende olmasına büyük önem veriyor. Tüketici, hizmet/ürün aldığı şirketlerin de güven beklentilerine yanıt vermesini ve destekleyici olmasını bekliyor

KPMG'nin bu yıl üçüncüsünü gerçekleştirdiği 'Ben, Hayatım, Cüzdanım Araştırması' tüketicinin dünyasındaki değişimin izini sürüyor. KPMG'nin bu yıl 16 ülkede, 18 binden fazla tüketiciyle görüşerek yaptığı araştırma yarının müşterisine ve değişen müşteri davranışlarına odaklanıyor. Araştırmayı değerlendiren KPMG Türkiye Perakende ve Tüketici Ürünleri Sektör Lideri Gökhan Kaçmaz, "2020'den itibaren Covid-19'un yıkıcı etkisi işletmeleri, pazarları, sektörleri, müşterileri, çalışanları paydaşlarıyla ilişkilerinde değişime zorladı. Çalışma ortamı değişti. İş yapma modelleri değişti. Yüz yüze etkileşim azaldı, hayat dijitalde akmaya başladı. Yaşlılar ilk kez dijital kanalları kullanırken gençlerin dijital alandaki varlıkları arttı. Bağlam ve içerik dijitalleşti. İşletmeler değişen tüketiciye hizmet vermek için bağlılık modellerini sürekli geliştirmek zorunda. Temel yol gösterici ise müşteri ihtiyaçları. Eskiden kalma içgörülerle hareket etmek çok tehlikeli. Müşteri ihtiyaçlarını anlamak için veri analizinden makine öğrenimine birçok yeni teknolojiyi kullanmak gerekiyor" dedi.

Araştırmadan çıkan bazı başlıklar şöyle:

■ Araştırmaya katılanların yüzde 73'ü salgınla, yüzde 81'i ekonomik durgunlukla ve yüzde 61'i sağlıkla ilgili endişe duyuyor.


Gökhan Kaçmaz

■ Dünyadaki belirsizlik devam ettikçe tüketiciler de o kadar fazla alternatif çözümlerle günlük yaşamlarını güvence altına almak istiyorlar. İşletmelerin de bu değişime ayak uydurmasını ve destekleyici olmasını bekliyorlar.

■ Online kanallara radikal ve hızlı geçiş, güvenlik ihtiyacının doğrudan bir sonucu olarak karşımıza çıkıyor. Tüketici güven endişesini en çok yaşadığı bu dönemde hizmet aldığı şirketin güvenlik ihtiyaçlarını da karşılamasını bekliyor.

■ Tüketicilerin yüzde 55'inin bir şirketten en büyük beklentileri kişisel verilerinin korunması ve yüzde 47'si ise bu verilerin satılmamasını istiyor.

■ Tüketicilerin yüzde 26'sı siber tehditlerden büyük ölçüde endişe duyuyor.

■ Katılımcıların yüzde 76'sı e-ticaret ve online alışverişi çok önemli ve önemli olarak değerlendiriyor. Yüzde 62'si uygulamalar için aynı şeyi düşünüyor. Yüzde 92'si ailesinin ve kendisinin güvende olmasına büyük önem veriyor.

Telefonn mu cüzdan mı?

■ Tüketicilerin yüzde 40'ı telefonlarını kaybetmektense cüzdanlarını kaybetmeyi tercih ediyor.

■ Katılımcıların yüzde 44'ü Covid-19 öncesine göre daha fazla ve daha farklı teknolojilerden yararlandığını söylüyor.

■ Tüketicilerin yüzde 80'i kendi değerleri ve inançlarıyla örtüşen markalardan alışveriş yapmayı tercih ediyor.

■ Tüketicilerin yüzde 37'sinin önceliği sürdürülebilir ürünler.

■ Tüketicilerin yüzde 90'ı kazandığını topluma geri veren, etik kuruluşlara daha fazla ödeme yapmaya istekli.

■ Belirsizlik, bir kısım tüketiciyi birikim yapmaya yöneltmiş. Araştırmaya katılanların yüzde 49'u daha fazla para biriktirmeye başladığını belirtiyor.

Sensibio H2O

CİLDİN İÇİN ÖNCELİK HASSAS TEMİZLİK



%99
Tek bir pamukla makyajı temizler. (1)

%95
Cildin doğal florasını korur. (2)

%78
Cildi, çevre kirliliğinden kaynaklanan ağır metallerden arındırır. (3)

Eda Ece
OYUNCU

(1) Sensibio H2O'nun makyaj çıkarma gücünün değerlendirilmesi, Dermscan 2017
(2) Sensibio H2O'nun cildin mikrobiyom çeşitliliğini koruyucu etkisinin in vivo testi ile değerlendirilmesi, CIREC 2020
(3) Sensibio H2O'nun ciltten ağır metalleri temizleme gücünün değerlendirilmesi, 20 kadın gönüllü, COMPLIFE GROUP 2018

BİYOLOJİDEN GÜÇ ALAN DERMATOLOJİ

İLHAM KAYNAĞI · NAOS ·

ECZANELERDE SATILIR

www.bioderma.com.tr
www.naosstars.com

/biodermatorkiye /biodermatr /biodermatorkiye

BIODERMA
LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE

Küçük esnafla büyük dayanışma



CarrefourSA gelişimin bir parçası olmak ve kendi başarı hikâyesini yazmak isteyen esnaflar için başlattığı bayilik sistemi dikkat çekiyor. 2020 yılını 25 bayi ile bitiren CarrefourSA'nın hedefi bu yıl sonu itibarıyla 100 bayiye ulaşmak

Sabancı Holding ve Carrefour Grup iştiraki CarrefourSA, geçen sene duyurduğu küçük esnafa destek veren "Bayilik" sistemine büyük oranda talep aldı. Sürdürülebilir bir gelişime sahip olan CarrefourSAile modern ticaretin ve gelişimin bir parçası olmak ve kendi başarı hikâyesini yazmak isteyen esnafın başvuruları değerlendirilerek bugüne kadar toplam 25 bayi, kapılarını müşterilerine açtı.

CarrefourSA Genel Müdür Kutay Kartallıoğlu, ulaşılan başarıya dair şu değerlendirmelerde bulundu: "Sahip olduğumuz güçlü marka imajını, modern ve doğru ticaretin nasıl yapılması gerektiğine dair bilgi birikimimizi, çalıştığımız binlerce tedarikçimizden kaynaklanan gücümüzü, yıllardır yatırım yaptığımız tedarik zinciri ve dijital bilgi işlem avantajlarımızı esnafımızın hizmetine sunuyoruz. Bayilik sistemi Avrupa'da son derece yaygın bir sistem ve bireysel girişimcilere, esnafa rekabet edebilme gücü sağlıyor. Sabancı'nın yıllardır farklı endüstrilerde başarıyla yürütmüş olduğu bayilik modellerine dair bilgi birikimiyle zenginleştirdiğimiz bu sistemle esnafımızla birlikte büyümenin kapısını açıyoruz. Henüz yeni olmasına rağmen büyük bir ilgiyle karşılaştığımız Bayilik sisteminde 25 bayiye ulaşmış olmanın gururunu yaşıyoruz."



Kutay Kartallıoğlu

'Müşteri sayısı arttı'


Emre Tura

İstanbul Beylikdüzü'nde 10 aydır CarrefourSA bayisi olarak faaliyet gösteren Emre Tura, şunları söyledi: "CarrefourSA olarak faaliyet göstermek, öncelikle zorlu piyasa şartlarında rekabet edebilmek için büyük bir avantaj sağlıyor. Tercih edilme oranını arttırıyor. Bunun yanı sıra ürünlerin tek seferde temin edilebilmesi, stok yönetimi, mal kabul sistemi, süreçlerin takibinin tek bir yerden sağlanabilmesi operasyonu kolaylaştırıyor" diye konuştu.

'Şans yakaladım'


Aykol Hasanoğlu

Tekirdağ Şarköy'de 6 aydır CarrefourSA bayiliği yapan Aykol Hasanoğlu da sisteme ilişkin olarak; "CarrefourSA'nın bayilik verdiğini öğrendiğim zaman hemen başvurumu yaptım. CarrefourSA markasının verdiği güven, doğru bir işe yatırım yaptığımı gösteriyor. CarrefourSA gibi bir markanın iş ortağı olduğum için gurur duyuyorum. Bayilik sistemi sayesinde büyük bir yapının parçası olma şansı yakaladım" dedi.

Tüketimin seyrini fenomenler belirliyor!

Pandeminin de etkisi ile fiziksel alışverişin yerini sanal alışverişe bıraktığını belirten uzmanlar, sosyal medya fenomenleri tarafından paylaşılan tavsiyelerin alışverişlerde etkili olduğuna dikkat çekiyor

Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Reklamcılık Bölümü Dr. Öğretim Üyesi Nihal Toros, son yıllarda geleneksel pazarlamanın yerini alan dijital pazarlama yöntemleri ile ilgili değerlendirmelerde bulundu. Dijital pazarlamayı 'markaların çevrimiçi ortamda ürün ya da hizmetlerini tanıtmalarına imkân veren pazarlama süreci' olarak tanımlayan Dr. Öğretim Üyesi Nihal Toros, "İnternetin hayatımıza girmesiyle birlikte, geleneksel pazarlama yöntemleri önemini kaybetti ve bu yeni pazarlama kanalı hem markaların hem de tüketicilerin dikkatini çekmeye başladı. Geleneksel pazarlamanın tüketici ile kurduğu tek yönlü iletişimin aksine dijital pazarlamada çift yönlü iletişim devreye giriyor. İletişim sürecinin vazgeçilmez unsuru olan geribildirim, markalara hedef kitlelerini tanıma fırsatı sağlarken aynı zamanda ürün ya da hizmetlerin de değişikliğe gitmelerine de imkân tanıyor" dedi.

Dijital pazarlama stratejileri denildiğinde akla öncelikle sosyal medya ağlarının geldiğini belirten Dr. Öğretim Üyesi Toros, "Marka farkındalığını artırmak ve satışa destek olmak için Facebook, YouTube, Instagram ve Twitter gibi mecralar ve bu mecralarda sunulan içerikler ön plana çıkıyor. 2018 yılında yayınlanan bir rapora göre markaların en çok tercih ettiği sosyal medya platformları arasında Instagram yüzde 65 ile ilk sırayı, YouTube yüzde 30 ile ikinci sırayı alıyor. Tam da bu noktada influencer marketing/fenomen pazarlaması devreye giriyor. Fenomen pazarlaması, sosyal medya mecralarında belirli bir takipçi sayısına ulaşmış kişilerin ürün ya da marka ile ilgili deneyimlerini paylaştıkları bir pazarlama yöntemi olarak öne çıkıyor" diye konuştu.

Tavsiye gücü

Ağızdan ağıza pazarlamanın önemi nin zaten bilindiğini ifade eden Toros, "Tüketicilerin herhangi bir ürün ya da hizmetle ilgili olumlu deneyimlerini 5 kişiyle, memnuniyetsizliklerini ise 9 kişiyle paylaştıklarını düşünürsek tavsiyenin gücünü bir kez daha görmüş oluruz. Fenomen pazarlamasının hedef kitlelerini etkileme gücüne sahip içerik üreticiler vasıtasıyla ürün ya da hizmetleri ile ilgili bilgi ve yorum paylaşımına imkân veren bir yöntem olduğunu söyleyebiliriz. Like Public & Big Cat Research tarafından 2018 yılında yapılan Türkiye Influencer Marketing araştırması; Türkiye'deki Instagram kullanıcılarının yüzde 51'inin Instagram fenomenlerinin, YouTube kullanıcılarının da yüzde 26'sının bu alandaki fenomenlerin tavsiyeleri doğrultusunda ürün satın aldıklarını gösterdi" dedi.



Nihal Toros


güven taşır
GKN
KARGO
KURUMSAL
KARGO
FİRMASI MI
ARIYORSUN?
GKN KARGO
GÜVEN TAŞIR
GKN
KARGO
/gknkargo
www.gknkargo.com



Teknosa ilk çeyrekte 1.5 milyar TL ciroya ulaştı

Teknosa, 2021 yılının ilk çeyreğinde de istikrarlı büyümesini sürdürdü. Teknosa, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 39.4'lük büyüme ile 1,5 milyar TL ciroya ve 2.4 milyon TL net kâra ulaştı

Türkiye teknoloji perakendeciliğinin ve e-ticaretin öncü markası Teknosa, 'Yeni Neslin Teknosa'sı dönüşüm programına ve müşteri deneyimine yaptığı yatırımlar ile büyümesini sürdürüyor. Pandemiye rağmen 2020 yılında ciro ve net kârlılıkta rekor kıran Teknosa, 2021 yılı ilk çeyrekte de başarılı finansal sonuçlar elde etti ve son 7 yılın en yüksek ilk çeyrek karını açıkladı. Teknosa, ilk çeyrekte hafta sonu sokağa çıkma yasakları nedeniyle mağazaları yaklaşık 23 gün kapalı kalmasına rağmen, cirosunu geçtiğimiz yılın aynı döneminin yüzde 39,4 üzerinde gerçekleştirerek 1,5 milyar TL'ye, net kârını da 33,3 milyon TL iyileşme ile 2,4 milyon TL'ye çıkardı. Başarı grafiğini istikrarlı bir biçimde yükselten Teknosa, çoklu kanal deneyiminin önemli bir unsuru olarak yatırımlarını sürdürdüğü e-ticarette de yüzde 80'lik büyüme ile 202,4 milyon TL ciroya ulaştı.

Veriye dayalı sistem

Şirketin ilk çeyrek sonuçlarını değerlendiren Teknosa Genel Müdürü Bülent Gürcan, şunları söyledi:

"Geçen yıl başlayan evde yaşama bağlı satın alma trendi bu yılın ilk çeyreğinde de devam etti. Biz de her an, her yerde müşterilerimizin artan teknoloji ihtiyaçlarını karşılamak, keyifli bir alışveriş ve kapsamlı deneyim ortamı sunmak amacıyla aksiyonlar aldık. Çalışmalarımızı yapay zekâ algoritmalarından yararlanarak, akıllı, geleceği tahmin eden veriye dayalı bir sistem ile yönetiyoruz. Veriye dayalı iş modelimiz sayesinde müşterilerimizin beklentilerini hızlı anlama ve buna uygun özel hizmet ve öneri sunma konusunda hızlı hareket edebiliyoruz. Operasyonel mükemmellik adına süreçlerimizi müşteri odaklı şekilde iyileştirmeye devam edeceğiz."


Bülent Gürcan

"Pazaryeri modelini hayata geçiriyoruz"

2021 yılını yatırım ve atılım yılı ilan ettiklerini vurgulayan Bülent Gürcan, Teknosa bünyesinde pazaryeri oluşturulacağını da Teknosa Yönetim Kurulu'nca alınan kararla çok yeni duyurduklarını paylaştı ve şöyle devam etti:

"Türkiye'de sektördeki öncülüğümüzü yeni bir iş modeli ile pekiştiriyoruz. Teknosa bünyesinde, teknolojiyi odağına alan eşsiz bir pazaryeri modelini hayata geçireceğiz. Oluşturacağımız pazaryeri ile müşterilerimizin karşısına daha güçlü ürün yelpazesiyle çıkmayı, değişen müşteri ihtiyaçlarına en hızlı ve uygun şekilde cevap vermeyi ve hızlı büyüyen e-ticareti çoklu kanal stratejimizin odağına koyarak müşterilerimize ve tüm paydaşlarımıza en iyi değeri sunmayı hedefliyoruz. 2021 yılının son çeyreğinde pazaryerimizin ilk fazını tüketicilerimizle buluşturmayı planlıyoruz."

Carrefour SA

Biz her ne kadar doğrusunu yapsak da
Ramazan'da sizin doğrularınız bir başka.

Ramazan'da doğruca CarrefourSA'ya!





DOĞRUSU
CarrefourSA'da



Reklam filmimiz için doğruca **tıklayın.**

Carrefour SA .com
ONLINE MARKET

SA



KİRA MUAFİYETİ tartışmayı sonlandırır

Hükümetin pandemi ya da benzeri olağanüstü durumlarda kapalı kaldıkları süre boyunca işletmelere kira muafiyeti sağlayacak yasal düzenlemesi konusunda hazırlık yaptığı belirtilirken, perakende sektörü hazırlığı sevinçle karşıladı

Kira konusunun perakende sektörünün halen karşı karşıya bulunduğu en önemli sorun olduğunun altını çizen Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Sinan Öncel, pandemi ya da benzeri olağanüstü durumlarda kapalı kaldıkları süre boyunca işletmelere kira muafiyeti sağlayacak yasal düzenlemenin bir an önce tamamlanarak yürürlüğe girmesini beklediklerini söyledi. Sinan Öncel, pandeminin perakendecileri ve mülk sahiplerini daha önce deneyimlemedikleri bir durumla karşı karşıya bıraktığına dikkat çekti.

'Mağduriyeti giderecek'

İlk kez karşılaşılan sorunun çözümü için tarafların genel olarak iyi niyet çerçevesinde çözümler üreterek bugüne kadar gelebildiklerini anlatan Öncel, şöyle devam etti:

"Tüm iyi niyetli yaklaşımlara rağmen tarafların referans alabilecekleri belli standartlar bulunmadığı için yer yer haksızlıklar oluştu. Hiç arzu etmediğimiz halde mülk sahipleri ve perakendeciler arasında ihtilaflar yaşanmaya başladı. Aylık çözüm formülleri üretmekten hem çok yorulduk hem de dayanacak gücümüz kalmadı. Pandemi döneminde zorunlu nedenlerle kapalı kalınan günler ve erken kapanma nedeniyle kaybedilen saatlerden kira alınmaması için yasal bir düzenleme



Sinan Öncel

gerektiğini her fırsatta dile getiriyorduk. Perakendecinin bu haklı ve acil talebinin Ankara'da karşılık bulmasından büyük mutluluk duyduk. Borçlar Kanunu'nunda değişiklikle pandemi ve benzeri olağanüstü durumlarda kapalı kalınan süreler için işletmelere kira muafiyeti getiren bir düzenleme üzerinde çalışıldığını biliyoruz. Tüm üye markalarımızda büyük sevinç yaratan ve mülk sahiplerinin de alamadıkları bedelleri vergilerinden mahsup edebilmelerine imkân sağlayacağına inandığımız düzenlemenin en kısa zamanda yürürlüğe girmesini bekliyor, emeği geçen herkese şimdiden teşekkür ediyoruz."



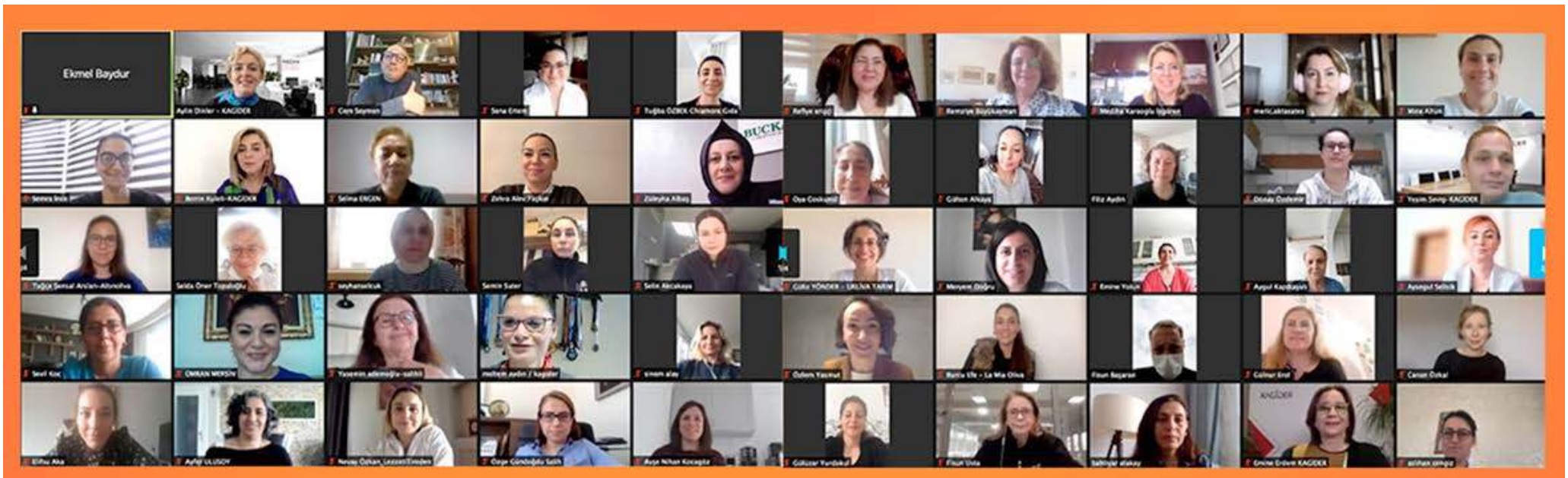
'SEKTÖRE NEFES ALDIRDI'

31 Mart'ta sona eren Kısa çalışma Ödeneği'nin (KÇÖ) Haziran sonuna kadar uzatılmasını da değerlendiren Sinan Öncel, kararın perakende sektörüne nefes aldıran bir gelişme olduğunu söyledi.

PERAPOST
İmtiyaz Sahibi
Emel Türk Ada
Reklam Grup Başkanı
Elçin Gocay
Grafik Tasarım
Ebru Aksu

Adres: Akasya evleri, Kent etabı B2 Blok, Kat 2, Daire16 Acıbadem, Üsküdar, İstanbul


D'S
damat
Smokin
D'S damat'tan
alınır.
dsdamat.com



Kadın girişimcilere DEV DESTEK





KAGİDER Kadın Girişimci Geliştirme ve Hızlandırma Programı, Migros'un iş birliğinde bu yıl ikinci kez gerçekleştirildi. 72 kadının dâhil olduğu süreç sonunda belirlenecek 15 kadın girişimciye bir yıl boyunca mentorluk desteği verilecek. Kampa katılan tüm kadın girişimciler kalite standartlarını sağlamaları halinde Migros'un tedarikçisi olacaklar

Tarım sektöründe faaliyet gösteren kadın girişimcilere destek vermek amacıyla KAGİDER (Türkiye Kadın Girişimciler Derneği) ve Migros iş birliğiyle hayata geçirilen 'Tarımda Kadın Girişimci Geliştirme ve Hızlandırma Programı' kampının ikincisi gerçekleştirildi. Tarım sektöründeki faaliyetlerini en az bir, en çok 3 yıldır sürdürmekte olan 72 kadın girişimcinin katıldığı online kamp iki gün boyunca sürdü. Tarım sektöründen uzmanlar ve başarılı girişimcilerle, Migros'un pazarlama yöneticilerinin konuşmacı olarak katıldığı toplantılarda sektör tüm boyutlarıyla ele alındı. Kadın girişimcilerin büyümelerine ve güçlenmelerine yardımcı olacak bilgiler verilirken, programda eğitim gören kadın üreticilerin Migros standartlarında yaptıkları tüm üretimler Migros mağazalarında müşterilerle buluşacak.

Programın açılış konuşmaları KAGİDER Başkanı Emine Erdem, Migros Ticaret A.Ş. İcra Kurulu Üyesi Ekmel Nuri Baydur, T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı Dış İlişkiler Genel Müdürü Aylin Çağlayan Özcan ve KAGİDER Başkanı Yardımcısı Berrin Kuleli tarafından yapıldı.


Ekmel Nuri Baydur

'Kalkınmamız artar'

KAGİDER Başkanı Emine Erdem, yaptığı açılış konuşmasında tarımın kalkınmamıza yaptığı katkıyı artırabilmek için sektördeki kadın ağırlığının artırılması gerektiğini vurguladı:



"Tarım sektöründe istihdamın yarıya yakınını kadınlar oluşturmakta. Dünyada da tarımsal üretimin niceliksel ve niteliksel gelişiminde kadınların önemi artmakta. Tarımsal alanda kadınların güçlendirilmesi tarımsal alanda ve ekonomide büyük katkı sağlayacak. Tarımsal alanda kadınların karar verme sürecine katılabilmeleri, karar alma ve uygulama becerisini kazanmaları açısından kadın çiftçilere yönelik eğitim faaliyetleri önem taşımakta. Özelikle üretim ve pazarlama yetkinliklerinin geliştirilmesi, kişisel gelişim, kaynaklara erişim ve kaynakları kullanabilme becerisi yanında toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin azaltılması açısından eğitimlerin önemi büyük. Sektördeki kadın ağırlığını artırmamız, özellikle de kadın girişimciliğini yaygınlaştırmamız gerekiyor. Ancak bu şekilde Türkiye'de tarımın yarattığı katma değer ve bu sektörün kalkınmamıza yaptığı katkı artabilir."

'Ciromuzun %77'si tarıma dayalı'

Migros Ticaret A.Ş. İcra Kurulu Üyesi Ekmel Nuri Baydur ise konuşmasında, kadın girişimcilerin desteklenmesini, iyi tarım uygulamaları ve sürdürülebilirliğin yaygınlaştırılmasını önemsediklerini belirtti: "Ciromuzun ise yüzde 77'si tarıma dayalı. Migros & KAGİDER iş birliğinde 2. yılımızı geride bırakırken, kadınlarımızın büyük emeklerle ürettikleri ürünlerin hak ettikleri değeri görmesi için eğitim ve danışmanlık vereceğiz. Programda eğitim gören kadın üreticilerimizin Migros standartlarında yaptıkları tüm üretimleri de mağazalarımızda müşterilerimizle buluşturacağız. KAGİDER ile uzun seneler boyunca kadın girişimi konusunda çok önemli adımlar atacağımıza inanıyorum."

TABAĞINDA NE VAR?

Metro'daki sebze ve meyvelerin, **tarladan rafa kadar** tüm hayat hikayesini öğrenmek artık çok kolay. **QR kodu okut,** denetim raporlarından organik ürün sertifikalarına, besin değerlerinden yetiştiren çiftçisine kadar **gıdaların izini sür, bilgiyle beslen.**



TABAĞINDA NE VAR?

METRO UYGULAMASINI İNDİRİN

Available on the App Store | GET IT ON Google Play

METRO

İŞİN MUTFAĞINDA

IT yatırımları gücüne güç katacak



Perapost instagram canlı yayınında konuşan GKN Kargo Yönetim Kurulu Başkanı Gökhan Akyürek, özellikle pandemi döneminin kargo/taşımacılık sektörüne hızlı bir büyüme ivmesi sağladığını belirtirken, bu büyümeyi güçlü IT yatırımları ile sağlamlaştıracaklarını söyledi

Kurumsal kargo ve kurumsaldan bireysele taşımacılıkta dikkat çeken GKN Kargo, 2021 planlarını da hızla devreye almayı sürdürüyor. GKN Kargo Yönetim Kurulu Başkanı Gökhan Akyürek, son iki yılda güçlü referanslarının da sayesinde oldukça önemli oranlarda büyüdüklerine dikkat çekerken, "Şu anda Türkiye'nin 9 ilinde kendi aktarma merkezlerimiz mevcut. 40 şehre kendimiz dağıtım yapıyoruz. 2021 yılı sonuna kadar en az 4 aktarma merkezi daha açıp 50-55 şehre kendimiz ulaşabilmek istiyoruz. Bu da, 150-200 arası istihdam ve 20-25 araç yatırımı daha demek. Önümüzü görerek gidiyoruz. Sektör çok hızlı büyüyor. Online takip tarafında istenilen hizmeti sunmak çok değerli. Altyapımızı, IT yatırımlarımızı artırıyoruz. Bu yıl için en önemli yatırımlardan biri de bu olacak. Pek çok sektörün en büyük firmaları ile çalışıyoruz. Özellikle moda ve perakende sektörünün en büyükleri ile çalışıp dağıtımlarını yapıyor olmak bizleri çok mutlu ediyor" dedi.


Gökhan Akyürek



Dijital doping

Kurumsal firmadan kurumsala ve kurumsal firmadan bireysele de hizmet verdiklerini hatırlatan Akyürek, henüz bireyselden alıp bireysele teslim etme sistemleri üzerinde çalışmadıklarını söyledi. Akyürek, "Kolay bir operasyon değil, çok büyük operasyon lazım. Ama üç yıl sonrası için düşünmüyor değiliz" diye konuştu. Koronavirüs pandemisinin sektörü hiç beklemedikleri kadar büyüttüğüne vurgu yapan Gökhan Akyürek, şunları söyledi:

"Dijital dünyanın önemini bir kez daha gördük. Kısıtlamalar artarken, insanlar e-ticarete yönlendi. E ticaret bizim tarafımıza yüzde 230 gibi net büyüme getirdi. Zamanında teslimatla önemli bir de güven oluşturduk. İstanbul içinde aynı gün içinde teslimat yapıyoruz. İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa gibi 600 kilometreye kadar illerimizde ertesi gün teslimat sağlıyoruz."

5 kriterde mükemmel şirket

"Become Index" Analitik Hizmetler Araştırması, pandemi döneminde hayata geçen uzaktan çalışma modeline dair iç görüleri, yöntemleri, riskleri, gelişmiş güvenliği ve müşteri deneyimlerini ortaya koydu

Ödeme teknolojileri lideri Mastercard ile Harvard Business Review tarafından gerçekleştirilen "Become Index" Analitik Hizmetler Araştırması'nın ikinci sayısı yayınlandı. Pandemi döneminde hayata geçen uzaktan çalışma modelini inceleyen "Become Index" araştırmasında, yöneticilerin yarısından fazlası (%53), çalıştıkları kuruluşların inovasyona yüksek öncelik verdiğini belirtti. Ankete katılan işletmelerin yarısına yakını (%42), inovasyon bütçelerini artırdığını söyledi. Böylece, şirketler, çalışanlarını ve müşterilerini güvende tutarken, onlarla bağlantı kurmanın yeni yolları üzerinde çalıştı.

Become Index, ikinci sayısında, en yenilikçi şirketlerin özelliklerini belirlemek için dünya çapında çeşitli sektörlerden 1.800'den fazla iş lideri ve 10.000'den fazla tüketiciyle bir anket çalışması yürüttü. Sonuçlara göre, mükemmelleşmek isteyen şirketler, günümüz risklerini ve tüketici taleplerini ele almak adına 5 temel alana odaklanmalı:

- Değer veren markalar: Araştırmalar, tüketicilerin %71'inin, müşterilerine ve çalışanlarına değer veren markalardan satın alma olasılıklarının daha yüksek olduğunu ortaya koyuyor.
- Uzaktan çalışmanın engelleri: Yöneticilerin üçte birinden fazlası (%38), uzaktan çalışmanın şirketlerin büyümesinde zorluk faktörü olduğunu belirtiyor.


Michael Miebach

- İnovasyon yatırımları: Katılımcıların yarısından fazlası (%63) belirsiz ekonomiyi, neredeyse yarısı (%46) ise gelir kaybını, inovasyonun önündeki zorluk gösteriyor.
- Güvenlik ve veri gizliliği: Şirketlerin önceliklerinde, üçüncü sırada yer alan 'güvenlik' tüketiciler için çok önemli. Ancak kuruluşların sadece %37'si, müşteri deneyimini iyileştirmede veri gizliliği ve siber güvenlik yatırımları planlıyor.
- Kişiselleştirilmiş deneyimler: Tüketicilerin üçte birinden fazlası (%36), daha kaliteli bir hizmet deneyimi alabileceğine inanırsa daha fazla kişisel bilgi paylaşıyor.

İnovasyonun önemi

Mastercard Yönetim Kurulu Başkanı Michael Miebach konuyla ilgili, "Bu rapor, insanların gerçek eylemleri talep ettiğini gösteriyor. Pandemi, dünyayı değiştirdi. Artık insanların sadece konuşmak konusunda sabrı daha az. Araştırma bulgularında gördüğümüz üzere birçok işletme beklentiyi karşılamakta yeterli değil ve bunun için daha çok çalışmaları gerekiyor" diyor.

Harvard Business Review Analytic Services Genel Müdürü Alex Clemente konuyla ilgili, "Dünya, pandeminin gölgesinden çıkmaya devam ederken, inovasyonun hızı ve temposu yeni fırsatların yanı sıra birtakım zorlukları da beraberinde getirdi. Pek çok kuruluş hızlı, çevik olabileceklerini; onları bekleyen gelecek zorluklarda daha güçlü durabileceklerini kanıtladı. Ancak tüm işletmeler 'inovasyon' konusunu yeniden değerlendirmeli" dedi.

KÄRCHER



WOW! YENİDEN MÜKEMMEL.

İlk App-Bağlantılı Basınçlı Yıkama Makinelerimizi keşfedin.

Kärcher Smart Control serisi ile tanışın. K2 Power Control'den K7 Smart Control'e kadar ürün gamında bulunan tüm Smart Control ve Power Control cihazlar ile aplikasyona bağlanabilirsiniz. Parmaklarınızın ucundaki uygulama danışmanına başvurabilir, akıllı telefonunuz üzerinden temizlikte ustalaşabilirsiniz!
Detaylı bilgi için: **www.karcher.com.tr**

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

Pegasus uluslararası seyahati kolaylaştırdı

Pegasus Hava Yolları, misafirlerin COVID-19 testi gibi yurt dışı seyahatlerde gerekli sağlık belgelerini dijital olarak saklamasına ve yönetmesine olanak tanıyan IATA Travel Pass uygulaması için Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği (IATA) ile sözleşme imzaladı

Türkiye'nin dijital hava yolu Pegasus, Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği'nin (IATA) geliştirdiği ve misafirlerin COVID-19 testi gibi yurt dışı seyahatlerde gerekli sağlık belgelerini dijital olarak saklamasına ve yönetmesine olanak tanıyan IATA Travel Pass uygulaması için sözleşme imzaladı. IATA Travel Pass uygulamasını Türkiye'de pilot olarak başlatan ilk hava yolu olan Pegasus, misafirlerinin pandemi döneminde değişkenlik gösteren yurt dışı ülke giriş koşulları konusunda daha hızlı ve daha güvenli bir seyahat süreci deneyimlemesini hedefliyor. Test yapılacak merkezlerin bilgileri, test sonuçları ve uçuş bilgileri dijital ortamda uygulama üzerinde yönetilebiliyor.

Sistem nasıl işliyor?

Sağlık bilgilerinin doğrulanmasını tek bir uygulamada birleştiren IATA Travel Pass uygulaması, misafirlerin COVID-19 pandemisine bağlı olarak değişkenlik gösteren ülke giriş koşullarını karşıladıklarını güvenli ve kolay bir şekilde doğrulamalarını sağlıyor.

IATA Travel Pass kullanan misafirler, uygulama kapsamında öncelikle kendi cep telefonlarında pasaportlarının güvenli bir dijital versiyonunu oluşturuyor ve ardından uçuş bilgilerini sisteme girerek gidecekleri ülkenin giriş için belirlediği sağlık koşullarını öğrenebiliyor. Test yaptırması gereken misafirler, uygulama üzerinden onaylı tıp merkezlerinin kaydına erişebiliyor, uygulama aracılığıyla sonuçları güvenli bir şekilde alabiliyor. Misafirler, COVID-19 testlerini uygulamaya yükleyip bu bilgileri oluşturdukları dijital pasaportla eşleştirdiklerinde, uygulama gidilecek ülkeye göre sonuçları kontrol ediyor ve aksi bir durum olmadığı takdirde misafirin telefonuna seyahate uygunluk sertifikası gönderiyor. Böylece misafirler havaalanında bu uygunluk sertifikasını göstererek veya öncesinde hava yoluyla dijital ortamda paylaşarak güvenle seyahatlerine devam edebiliyor.



Yeni uygulamalar yolda

IATA Travel Pass'in Türkiye'deki ilk uygulayıcısı olan Pegasus Hava Yolları, bu entegrasyonun hayata geçirilmesinde, dünyanın en büyük hava yolu yazılım teknoloji sağlayıcılarından olan Hitit ile birlikte çalışıyor. Pegasus Hava Yolları önümüzdeki dönem hayata geçirmeyi planladığı farklı uygulamalarla da ülkeler arası uçuşun önündeki sağlık şartı bariyerini kolaylaştırarak, misafirlerinin seyahatlerini en sağlıklı ve güvenli şekilde gerçekleştirmelerini sağlamayı hedefliyor.

Markette çocuklara göz hakkı reyonu

Afyonkarahisar'da faaliyet gösteren Mevsim marketlere giden çocuklar kendileri için hazırlanan 'göz hakkı' reyonları ile karşılaşıyor, ücretsiz olarak istedikleri meyveleri buradan alıp tüketebiliyor



Türkiye'nin çeşitli şehirlerinde 'çocuklara göz hakkı' reyonu oluşturulan marketler sosyal medyanın birkaç gündür gündemini oluşturuyor. Market ve manavlara gelen çocuklar, burada yıkanmış ve tüketilmeye hazır meyveleri para ödemeden 'göz hakkı' olarak tüketebiliyor. Uygulamayı başlatan market ve manavlar ise bölge sakinleri tarafından takdirle karşılanıyor. Bu örneklerden biri de Afyonkarahisar'da çok sayıda şubesi olan market oldu. Göz hakkı reyonunda elma, armut, portakal, kivi, muz gibi çeşitli meyveler çocuklar için hazırlandı.

Uygulamaya ilk defa Ramazan ayında başlayan pek çok market ve manav, bundan sonra da 'çocukların mutluluğunu' görmek için reyonları sürdüreceklerini belirtiyor. Bu sayede çocuklar çeşitli mevsimlerde istedikleri meyveleri markette gördüklerinde de yiyebilecek. Çeşitli sosyal medya platformlarından bu reyonlara yönelik yapılan güzel paylaşımlar ardından pek çok şehirde de göz hakkı reyonu açıldığı görüldü.



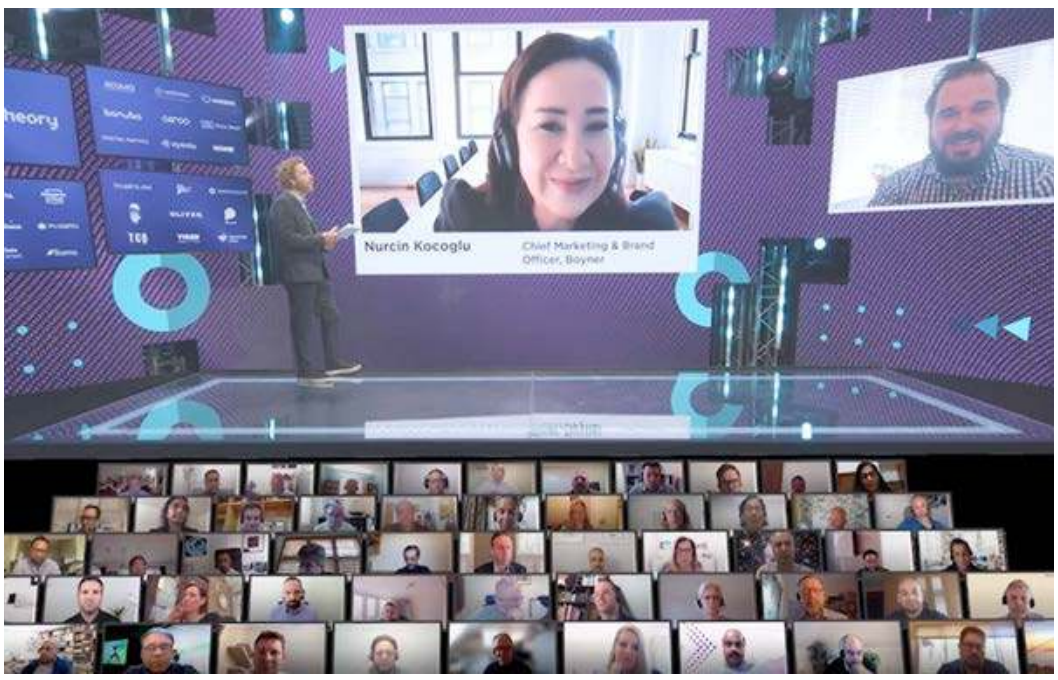
Çeviklik ve esneklik öne çıkacak

Nurçin Koçoğlu, CMO Digital Summit'te 'Veriden Beslenen Akışkan Deneyimi' anlattı. Koçoğlu, çeviklik ve esnekliğin gelecek yıllarda sektör ve kuruluşları için önemine dikkat çekti


Nurçin Koçoğlu

Küresel etkinlik, araştırma ve teknoloji hizmetleri şirketi GDS Group'un CMO Digital Summit, bu yıl "The Evolution of the Marketing Skillset" başlığı altında 19-21 Nisan tarihleri arasında online olarak gerçekleşti. Avrupa'nın farklı ülkelerinden 50'ye yakın pazarlama profesyonelinin katıldığı CMO Digital Summit'te Türkiye'den sadece Boyner Büyük Mağazacılık Pazarlama ve Marka Yönetimi Genel Müdür Yardımcısı Nurçin Koçoğlu yer aldı. 3 gün süren etkinliğin panel, yuvarlak masa toplantıları ve atölyelerinde, pazarlamanın geleceğine yönelik fikir alışverişi yapıldı.

CMO Digital Summit etkinliklerine davetli olarak katılan 50 CMO'dan biri olan Koçoğlu zirvede ayrıca "Fluid Experiences Data" başlığı altında bir sunum yaptı. Koçoğlu, sunumunda veri ile desteklenen akışkan deneyimlerden, omni-channel bakış açısından bahsetti. Aynı zamanda çeviklik ve esnekliğin



önümüzdeki yıllarda tüm sektör ve kuruluşlar için de önemine değinerek Türkiye'den örnekler paylaştı.

Öngörüler konuşuldu

Avrupa'nın önde gelen şirketlerinden 50'e yakın pazarlama liderinin yer aldığı etkinlikte üç gün boyunca; gelişen müşteri davranışları ve ortaya çıkan iş trendlerine, salgın nedeniyle e-ticarete geçişin hızlanmasına, müşteri sadakatinde karşı karşıya kalınan kritik zorluklara, veri teknolojileri ve sektörün geleceğine, yeniden şekillenen liderlik yetkinliklerine dair öngörüler konuşuldu.

GDS Group, dünya çapında düzenlediği B2B zirveleri ve etkinlikleri ile gerçek dünyadaki iş zorluklarına çözümler bulmak için toplulukları bir araya getiriyor. Sunduğu teknoloji hizmetleri sayesinde kuruluşların dijital devrimden yararlanması için bağlantı çözümleri sağlıyor.

Çalışanların yüzde 81'i ofisin yolunu unuttu



Harvard Üniversitesi tarafından yapılan araştırmaya göre, çalışanların yüzde 81'i ya ofise geri dönmek istemiyor ya da esnek bir çalışma programı tercih ediyor. Yüzde 27'si tam zamanlı olarak uzaktan çalışmak istiyor



Harvard Üniversitesi tarafından gerçekleştirilen ve 1.500 çalışının dahil olduğu araştırmaya göre, katılımcıların yüzde 81'i ofise dönmek istemiyor. Katılımcıların yüzde 27'si tam zamanlı olarak uzaktan çalışmak istiyor. Araştırmaya göre, ofise iki ya da üç gün gitmek isteyenlerin oranı yüzde 61.

Katılımcıların sadece yüzde 18'i tam zamanlı çalışmayı benimseyerek ofise dönmek istiyor. Çalışanların yüzde 51'i aşı olmadan ofise gitmek istemediğini ifade ederken, yüzde 71'i aşılama sürecinin tamamen biteceği güne kadar ofise dönme konusunda tereddütlü olduğunu ifade ediyor.

Yüzde 33'ü verimli çalışıyor

Araştırma sonuçları, verimlilik ve iş sürekliliği için ofiste çalışmanın zorunluluk olmadığını kanıtlar nitelikte. Evden çalışan profesyonellerin yüzde 98'inin işini koruduğunun belirlendiği araştırmada, her üç katılımcıdan biri hem iş performansının hem de iş kalitesinin bir önceki yıla göre daha iyi olduğunu düşünüyor. Uzaktan çalışma eğilimi yaygınlaştıkça dijital



uygulamalara rağbet artıyor. Kurumsal ve bireysel hayatı kolaylaştıran, yasal geçerli işlem yapma avantajı sunan e-imza bu uygulamaların başında geliyor. Elektronik ve mobil imza altyapısı ile imza süreçlerini kolaylaştıran LetSign ve İmzala-Gönder platformları, pandemi döneminde en çok rağbet gören çözümlerden. E-GÜVEN tarafından 5070 Sayılı Elektronik İmza Kanunu'na uygun şekilde geliştirilen LetSign, dosyalara zaman damgası eklenerek imzalama işleminin yasal geçerlilik kazanmasını sağlıyor.

NİSAN AYININ ATAMA HABERLERİ

DEV ŞİRKETLERDE GÖREV DEĞİŞİKLİĞİ

Airbus Türkiye Başkanı Simon Ward oldu



Airbus Türkiye Başkanı olarak atanan Simon Ward, 1 Nisan itibariyle görevine başladı. Türkiye'de Airbus stratejilerinin geliştirilmesi ve uygulanmasından, şirketin yerel varlığını genişletmekten, yeni büyüme ve verimlilik fırsatları yaratmaktan sorumlu olacak. Şirket çapında iş faaliyetlerini koordine ederken hükümet ilişkilerini yönetecek. Simon Ward, Airbus Avrupa Bölgesi Başkanı Wouter van Wersch'e rapor verecek.

Ward, 20 yıldan uzun süredir Airbus bünyesinde çalışıyor.

Hopi'de üst düzey atama



2015 yılında kullanıcısıyla buluşan ve bugün Türkiye'de her 8 kişiden birinin üye olduğu Hopi'de önemli bir bayrak değişimi yaşandı. Boyner Grup'un Hopi'yi müşteri ihtiyaçlarını 360 derece karşılayacak bir "SuperApp"e dönüştürme vizyonuna Yalın Özcan liderlik edecek. Nisan 2021 itibariyle Hopi CEO'su olarak görevine başlayan Yalın Özcan, Hopi üyelerinin alım gücünü katlayan özgün iş modelinin geliştirilmesine ve Hopi'nin Fintek alanındaki liderlik vizyonuna odaklanacak. Özcan, Hopi'deki ataması öncesinde Türkiye'de Vodafone grubunda çeşitli görevlerde bulundu.

Fakir Hausgeräte'ye Yeni CMO



Zümrüt Tamer, 1 Mart 2021 tarihi itibariyle Fakir Hausgeräte CMO'su olarak göreve başladı. Sektörün deneyimli ismi Tamer, Fakir Hausgeräte'nin pazarlama ve marka yönetimi süreçlerine, müşteri kanallarının yönetilmesine liderlik ederken dijital dönüşüm süreçlerini de yönetecek.

Marka iletişimi, müşteri iç görüsü ve pazar dinamiklerinin yönetimi ile stratejik planlama konularında uzman olan Zümrüt Tamer; yeni bir yapılanma içerisinde olan markanın yönetimi ile birlikte sektöre de taze bir soluk getirmek için görevine başladı.

KFC Türkiye'de İK Direktörlüğüne atama



30 yılı aşkın süredir Türkiye'de faaliyet gösteren; 30 ildeki 149 restoranında, 3000'den fazla çalışanı ile misafirlerine hizmet veren KFC Türkiye'nin yeni İnsan Kaynakları Direktörü Ümmühan Pandır oldu.

Üst yönetim tarafından gerçekleştirilen atama ile 1 Mart tarihi itibariyle görevine başlayan Pandır, KFC Türkiye'nin tüm insan kaynakları fonksiyonlarını yönetecek.

Pandır, KFC Türkiye'ye katılmadan önce uzun yıllar Domino's Pizza'da Eğitim ve Gelişim Müdürü olarak görev almıştır.

Magdeburger Sigorta'da iki atama





Magdeburger Sigorta, stratejik iş hedeflerine ulaşma yolunda artan müşteri potansiyelini doğru ve etkin şekilde yönetmek, aynı zamanda hasar anında müşteri ihtiyaçlarına hızla yanıt veren şirket konumunu güçlendirmek amacıyla yeni bir Genel Müdür Yardımcılığı pozisyonu oluşturdu. Hasar ve Hukuktan Sorumlu Genel Müdür Yardımcılığı pozisyonuna Alpaslan Tanrıver atanırken; İlkay Demirel, Teknik ve Bilgi Teknolojileri Departmanlarından Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı olarak atandı.

Angel Effect'in Başkanı Akar oldu



2019 yılının Ekim ayında melek yatırım platformu olarak kurulan Angel Effect Genel Kurul toplantısını gerçekleştirdi. Genel Kurul'da Yönetim Kurulu Başkanı Onicorn Teknoloji CEO'su Gökhan Akar olurken, Yönetim Kurulu Başkan Vekilliği'ne ise Mentoro Kurucu Ortağı ve Platform Direktörü Başak Tulga Önen getirildi. Yönetim Kurulu Üyeleri ise Angel Effect Kurucu Ortağı & Startup Mentoru Cem Önce ve Figopara Kurucu Ortağı ve CEO'su Koray Bahar oldu.

Gökhan Akar, "Yıl sonuna kadar yatırım yaptığımız şirket sayısını en az 12'ye çıkarmayı hedefliyoruz" dedi.

Nestlé Türkiye yönetiminde isim değişikliği



Nestlé Türkiye Genel Müdürlüğü görevini iki yıldır başarıyla yürüten ve Mart 2021 itibarıyla emekliye ayrılan Ansgar Bornemann, koltuğunu Yasser Abdul Malak'a devretti.

1 Nisan 2021 itibarıyla yeni görevine başlayan Yasser Abdul Malak, Nestlé'nin İsviçre'deki merkezinde Avrupa, Orta Doğu ve Kuzey Afrika Bölgesi Sütlü İçecekler İş Birimi Liderliğini yürütüyordu.

Küresel bakış açısı ve yönetim uzmanlığı ile görevi süresince önemli başarılara imza atan Yasser Abdul Malak, bundan böyle Nestlé Türkiye'nin yönetiminden sorumlu olacak.

Üst yönetimde iki önemli değişiklik


Jerome Briet


Sandeep Walia

Marriott International, Sandeep Walia'nın Orta Doğu'nun Operasyonlardan Sorumlu Başkanı ve Jerome Briet'in Avrupa, Orta Doğu ve Afrika'nın Geliştirmeden Sorumlu Başkanı olarak atandığını duyurdu. Walia, Marriott International'ın Orta Doğu''nun yanı sıra, Mısır ve Türkiye'deki 146 otelden sorumlu olarak 10 ülkede 21 otel markasını temsil edecek. Jerome Briet, EMEA'daki büyüme yönünü ve pazar konumunu desteklemekten sorumlu olarak şirketin küresel vizyonuna katkıda bulunacak.

SabancıDx'e yeni genel müdür



Türkiye'nin dijital dönüşümüne liderlik etme ve yazılımın gücüyle dünyaya açılma vizyonuyla faaliyet gösteren SabancıDx'in Genel Müdürlüğüne Doğuş Kuran atandı. Bilişim sektöründe 20 yılın üzerinde deneyime sahip olan Doğuş Kuran, yeni görevine 1 Nisan 2021 itibariyle başladı.

Kuran, siber güvenlik, IoT ve yapay zeka gibi yeni nesil teknolojiler ışığında geleceğe değer katacak ürün ve hizmetler sunan 240 kişilik tecrübeli ve nitelikli bir ekibi yönetecek.

Cildimiz mevsim değişikliğine hazır mı?



Bahara merhaba dediğimiz bu dönemlerde mevsim değişikliği; farklılaşan iklim koşulları, pandeminin ruhumuzda ve cildimizde bıraktığı etkilerden dolayı geçiş döneminde cilt bakım rutinlerimizi ihmal etmeyelim.

Bu dönemde hafif, kolay emilen, cildi ölü derilerden arındıran, güneşin ortaya çıkmasıyla birlikte SPF derecesi yüksek olan ürünler kullanmayı İhmal etmeyelim. Mayıs ayına yenilenmiş bir ciltle, umutla, sağlıkla girelim.

Bu ay yeni çıkan ürün önerilerimi ve röportajlarımı keyifle okumanız dileğiyle…

Kozmetikte yüksek standardı koruyor

Kozmetik sektörünün güçlü büyüyen markası 4A Kozmetik, tüketicilere yüksek standartta, kaliteli ve etkili ürünleri sunmaya devam ederken, pandemi sürecinde de yatırımlarına ara vermedi. Markayı, kurucusu Ali Niyazi Çelikkol anlatıyor...

PERAPOST KOZMETİK


Ali Niyazi Çelikkol

■ Firmanızın kuruluş hikayesini ve mevcut durumda büyüklüğünü anlatır mısınız?

Türkiye'de Selektif Kozmetik sektöründe Christian Dior ve Estee Lauder firmalarında üst düzey yöneticilik yaptıktan sonra kendi işimi kurmaya karar verdim ve 2008 yılında İstanbul Balmumcu'da 4A Kozmetik San. ve Tic. AŞ.'yi kurdum. Bugüne kadar da dünyaca ünlü birçok kozmetik markasının Türkiye Distribütörlüğünü sektörde 30 yıllık tecrübemle başarıyla sürdürmeye devam ediyoruz.

■ Ürünlerinizden bahseder misiniz?

Şu anda Türkiye pazarına Avrupa Ülkeleri ve Amerika Birleşik Devletleri'nden ithal ettiğimiz 12 markamız var. Firmamızın önde gelen markaları arasında cilt bakımı konusunda teknolojisi ve etkinliği ile adını duyurmuş olan İsviçre'nin ünlü markası Valmont Cosmetics ve yeni piyasaya sunduğu Storie Veneziane isimli Niş parfümleri yer alıyor.



Selektif Parfüm markalarımız Inter Parfums USA grubunda yer alan, oldukça popüler tekstil markalarının parfümleri diyebiliriz: Özellikle Abercrombie Fitch ve Guess parfümleri bugünlerde çok talep görüyor. Cerruti 1881 parfümlerini de bunların yanına dahil edebiliriz.



Kozmetik sektöründe diğer kategorilere nazaran daha yeni bir alan olan Niş parfüm tarafında Herve Gambs, Korloff ve Dunhill parfümleri ile İtalyan marka Trussardi'nin parfümleri Türkiye'de vesilemiz ile buluşuyor. Kardeş firmamız AC Kozmetik tarafından da sevilen marka Laura Biagiotti parfümlerinin de ithalatını yapıyoruz.

■ Gelecek dönemlere ilişkin gelişmeleri paylaşır mısınız?

4A Kozmetik ve kardeş firmamız AC Kozmetik 2021 yılında da yatırımlarını ve ilerlemesini sürdürüyor. Yakın zamanda bünyemize yine premium bir Cilt Bakımı, bir Saç Bakım Markası ile Graff Mücevher Markasının Niş Parfümlerini katıyor olacağız.

■ Tüketicinin ürünlerinizi tercih etmesinde başlıca etkenler nelerdir?

Markalarımızın özellikle talep edilmesinin birincil nedeni yüksek standartlarda, en iyi teknoloji ve içeriklerle çalışılan, güvenilir, oldukça etkin ürünler olması. Ve tabii ki yine aynı kaliteli çizgide tüketiciye ulaştırılması.

■ Ürünlere nerelerden ulaşılabilir?

Sevil Parfümeri, Beymen, Boyner, Galeries LaFayette, Brandroom, Guess Mağazaları, Kağan Parfümeri bunların başında gelenler… Bunların yanı sıra Valmont, güzellik enstitüleri ve spa merkezlerinde de bakım uygulamalarının yapıldığı bir markamız.

Sıkı bir cilt için estetiğe değil, FOREO BEAR'a ihtiyacınız var!



İsveçli güzellik teknoloji markası FOREO, geliştirdiği microcurrent (mikro akım) teknolojili yüz sıkışlaştırma cihazıyla cildinizi güzelleştiren bakımı yaparak estetiğe ihtiyaç duymamanızı sağlıyor. BEAR, evinizde profesyonel bakımın kapılarını açıyor!

FOREO'nun microcurrent (mikro akım) cihazı BEAR, yüz ve boyun bölgesindeki 69 kası şok içermeyen Anti-Shock System™'i ve T-Sonic™ titreşimleriyle çalıştırarak cilde sıkı ve parlak bir görünüm veriyor. Yaşlanma karşıtı bakımı sayesinde estetiğe ihtiyaç duymadan istenilen parlaklıkta ve sıkılıkta cilde ulaşılabiliyor.

Metabolizmanızı hızlandırın

Yazı fit karşılamak isteyenlere en kuvvetli destek Zade Vital'den geliyor. Evde geçirilen hareketsiz zamanlar, istenmeyen kilolara neden oldu. Aspir yağı yüksek miktarda çoklu doymamış yağ asidi olan Konjuge Linoleik Asit (CLA) içeriyor. CLA, yağların vücutta depolanmasını sağlayan enzim üzerinde etki göstererek vücut yağlarının azalmasını kolaylaştırıyor.



Zade Vital Aspir Yağı aynı zamanda spor performansının artırmasını destekliyor.



Zade Vital Aspir Yağı, kilo kontrolünde önemli bir rol oynayarak metabolizmayı hızlandırmaya olumlu katkı sağlıyor.

Vegan oje serisini duyurdu



Tüketici farkındalığı hızla artarken, doğaya saygılı markalar da ürün gamlarını genişletiyor. Mara Ailesi de yepyeni bir serisinin heyecanını yaşadığını duyurdu. %85 bitkisel bazlı içeriklerden oluşan %100 Vegan bir seri olan Love Naturally Vegan Oje Serisi, ilhanımı doğadan alan 6 rengi ile veganların ve vegan kozmetik ürünler tercih edenlerin vazgeçilmezi olacak. Hem de vegan ürün kullanımında bir farkındalık yaratacak.

%100 doğal güzellik



Bilinçli tüketicilerin son yıllarda giderek daha çok tercih ettiği doğal ve egzotik ürünlerin en önemli merkezlerinden Bali'nin 20 yıllık deneyimli markası Sensatia Botanicals, artık Türkiye'de... Ünlü markanın cilt bakım ürünlerinden saç ve vücut ürünlerine kadar geniş ürün yelpazesiyle %100 bitkisel, doğal ve gezegen dostu kozmetik ürünleri, "temiz güzellik" arayan tüketicileri memnun edecek. Sensatia Botanicals, paraben, sülfat, silicon, ftalat içermeyen tamamen doğal ürünleriyle dünyada "temiz güzellik" isteyen, cilt sağlığına önem veren tüketiciler tarafından tercih ediliyor.

Temiz ürün etkili bakım



Kızının rahatsızlığı nedeniyle 'temiz' ürün arayışıyla 'Rosece' markasını kuran Nurgül Dirlik, yüzde 100 doğal kaynaklı saç ve cilt bakımı ürünleriyle aynı zamanda etkili çözümler sunuyor. Hikayesini kendisinden dinliyoruz...

PERAPOST KOZMETİK



Yasemin Savaş

■ Markanızın kısaca hikayesini ve geldiği noktada yatırımlarınız ile büyüklüğünüzü anlatır mısınız?

Rosece'nin yolculuğu, kızım Gülce'nin bebekliğinden itibaren mücadele ettiği Atopik Dermatit rahatsızlığı sebebiyle piyasada temiz içerikli ürünlerin arayışına girmem sonucu kendi ürünlerimizi formüle etmem ile başladı aslında. Profesyonel kariyerimde uzun yıllar dermatoloji - alerji ve sağlık alanında yöneticilik yaptım. Üniversite eğitimim biyoloji ve botanik ana bilim dalı üzerine. Rosece, kurulduğu 2015 yılından bu yana her cilt tipinin ihtiyacına yönelik saç ve cilt bakım ürünlerinden oluşan geniş ürün yelpazesi sunuyor.



■ En çok hangi ürünleriniz tercih ediliyor?

Bünyemizde yer alan saç, cilt ve vücut bakımı kategorilerinde 70'den fazla ürün seçeneğiyle, doğal kozmetik piyasasındaki en geniş ürün gamına sahip olan markalardan biriyiz ve aslında her müşterimizin ihtiyacına göre farklı bir favorisi oluyor diyebiliriz. Fakat en genel anlamda sanıyorum kuşburnu çekirdeği yağımız en sevilen ürünümüz. Katı saç kremimiz keratin bar, doğal deodorantlarımız ve prebiyotikli serimiz de en çok ilgi çeken diğer ürünler arasında.

■ Ürünleriniz doğal mı? Yapımında nelere dikkat ediyorsunuz?

Formüllerimiz %100 doğal kaynaklı ve ekolojik dengeyi bozmayan içeriklere sahip. Organik sertifika kuruluşları tarafından onaylanan hammaddeler kullanıyoruz. Çocuklarımıza bıraktığımız dünyamızın da 'geleceğimiz' olduğu bilinciyle, doğaya, toprağa, suya ve tüm canlılara duyarlı bir marka olarak yolumuza devam ediyoruz. Bu anlamda yalnızca bitmiş ürünlerin değil içeriklerinin de hayvanlar üzerinde test edilmiyor olması, %100 doğal kaynaklı veya organik olması, ambalajlarımızın tamamının geri dönüşümlü malzemelerden üretilmesi gibi ilkelerimiz bulunuyor.

■ Satış noktalarınız nereleridir? Ürünlerinize nerelerden ulaşabiliriz?

İnternet sitemiz Rosece.com adresi üzerinden ulaşabileceğiniz online mağazamız dışında Türkiye'nin önde gelen online alışveriş siteleri ile niş, marka kalitemizle örtüşen satış noktalarında bulunmaktayız. Bunun dışında yurtdışında yurt dışında da distribütörlerimiz bulunmakta.

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

Tüketici gözüyle baktığım zaman; özellikle günlük olarak kullandığım ve direkt cildimle temas edecek bir marka tercihimde sanıyorum en öne çıkan özellik temiz ve doğal içerik olur. Günümüzde artık herhangi bir bilgiye ulaşmak çok kolay. Dolayısıyla bir markanın oluşum süreci, değerleri, söylemlerinin ne kadar arkasında durabildiği gibi konularda şeffaf olduğumuz için doğaya, suya, toprağa ve canlılara olan duyarlılığımızı tüketici de farkında.

■ Pandemi dönemi ürün tercihlerine/taleplere nasıl yansıyor?

Pandemi süreci ile birlikte gelişen doğa ve öz bilinci bizim Rosece olarak zaten marka değerlerimiz adına olmazsa olmazlarımızdı. Bu anlamda yollarımızın yeni kesiştiği yeni bir kitle de oldu. Temiz, %100 doğal ve etkin içerik arayışında olup, cildine hak ettiği değeri veren ürünleri kullanırken vicdani olarak da rahat olmak isteyen tüketiciye hizmet veriyoruz. Dolayısıyla pandeminin bize hatırlattığı, doğanın bir parçası olduğumuz gerçeği bu anlamda bizi marka olarak olumlu etkiledi. Aynı zamanda online satışın çok hızlı bir biçimde günlük hayatımıza yerleşmesi ile sanal mağazamızda büyük bir talep artışı oldu.

Sephora'da artık yaz geldi



Yazın gelişini rengarenk dünyasıyla kutlayan Sephora Collection, güzellik tutkunlarının hayal ettiği ürün çeşitliliği ve kaliteden fazlasını sunuyor. 52 renk çeşidiyle yazın eğlencesini tırnaklara taşıyor. Doğanın binbir rengini gözlerle buluşturan far paletleri renk seçenekleri ve kalitesi ile ışıltılı bir güzelliğe davet ediyor. Sephora Collection, güzellik tutkunlarına cilde nefes aldıran hem de doğal bir görünüm kazandırıyor. Ürünler Sephora mağazaları, mobil uygulaması ve sephora.com.tr'de sevenlerinin beğenisine sunuluyor.



Göz çevresi için SPF'ye dikkat



Göz çevresi derisi daha ince olduğu için daha hızlı hasara uğrayıp yaşlanma belirtilerini yüzümüzde ilk belli eden bölgedir. Yaklaşık 15 senedir Türkiye'de Murad'ın en çok satan ürünleri arasında yer alan meşhur göz çevresi kremi Murad Essential-C Eye Cream göz çevresini sadece güneş ışınlarının hasarına karşı korumakla kalmıyor, C Vitamini ile cildin savunmasını artırıyor, ince çizgilerin görünümünü azaltmayı destekliyor. Formülündeki Kafein dolaşımı harekete geçirerek göz altlarındaki ödemin atılmasına yardımcı oluyor.

Su gibi güzellik için Watsons Micellar Su!



Yüz, göz ve dudaklarda kullanıma uygun olan Watsons Micellar Makyaj Temizleme Suyu, cildinizdeki makyajı etkili bir şekilde çıkarır ve cildinizi arındırır. Ciltte yarattığı temizlik ve rahatlık hissi ile tek ürünle etkili sonuç elde etmenizi sağlar. Kullandıktan sonra durulama gerektirmez. Tüm cilt tipleri için uygundur. Dermatolojik ve oftalmolojik olarak test edilmiştir. Alkol, paraben, parfüm içermez.

Annenize mükemmel bir armağan



COSMED Cosmeceuticals'ın 11. yılına özel hazırladığı güzellik ve bakım kutusuyla annenize lekesiz, pırıl pırıl bir cilt armağan edebilirsiniz. Özel kutuda; hem güvenilir hem de temiz içerikli birbirinden özel 11 ürün var.

Cilde C vitamini desteği



C-Firma Day Serum, güçlü bir antioksidan kompleksi olarak temel besinler ve meyve enzimleriyle dolu süper güçlü bir C vitamini günlük serumu sunuyor. Hepsi birlikte çalışarak cildin görünümünü sıkılaştıran ve parlatan içeriği, aynı zamanda erken yaşlanma belirtilerini iyileştirir.

C vitamini serumu, daha parlak, daha sıkı ve daha pürüzsüz görünen bir teni ortaya çıkarmak için güçlü bir antioksidan kompleksi ile doludur. Kabak ferment özü ve sodyum hiyalüronik çapraz polimer ile yoğun bir şekilde formüle edilen C-FirmaTM güçlü bir şekilde nemlendirdiği için yüzeydeki ölü deri hücrelerinin enzimatik olarak çözülmesine yardımcı olur.

Yeni Dacia Sandero showroomlarda



Şubat ayında Türkiye'de satışa sunulan yeni Sandero Stepway'in ardından, yeni Sandero modeli de Türkiye'nin dört bir yanına yayılmış Dacia bayilerindeki yerini aldı

Geçtiğimiz Şubat ayında ülkemizde boy gösteren ve büyük bir ilgi gören yeni Dacia Sandero Stepway'in ardından, yeni Sandero da showroomlarda görücüye çıktı. Nisan ayında sınırlı sayıdaki Yeni Sandero 160 bin TL liste fiyatı yerine 152 bin 900 TL'lik avantajlı başlangıç fiyatıyla satışa sunuluyor. Dacia'nın tamamen yenilenen B-HB modeli, bir önceki nesline göre aralarında X-Tronic şanzıman, kör nokta uyarı sistemi, kablosuz Apple Car Play ve elektrikli park freninin de bulunduğu birçok yeniliği de beraberinde getiriyor. Renault Grubu'nun CMF-B platformunda üretilen model, estetik, teknoloji, konfor ve güvenlik anlamında çıtayı daha da yukarı taşıyor.





PERAPOST OTOMOTİV

Marka kimliğine yakışır

Tamamen yeniden tasarlanan Yeni Sandero, atletik ve iddialı bir yorumla eski nesline kıyasla çok daha modern bir görünüme kavuştu. Ön tarafta logo dışında tüm detayların değiştiği Sandero, yeni marka kimliğini tanımlayan Y şeklindeki ışık imzalı LED farlar ve krom görünümlü ön ızgara ile fark yaratıyor. İç mekânda ise direksiyon haricinde tüm öğeler değişirken, derinlik ayarlı ve elektrik takviyeli hale gelen direksiyon daha yüksek bir sürüş konforu vadediyor.

İlk kez sunduğu X-Tronic şanzımanla yeni Sandero, sınıfının en ulaşılabilir otomatik vites seçeneğini getiriyor. Euro 6D-Full standardına uygun motorlardan 90 beygir güce sahip turbo beslemeli 1.0 litre TCe, 6 ileri manuel ya da X-Tronic şanzımanla sunuluyor. Turbo beslemeli 100 beygir gücündeki ECO-G LPG motor seçeneğine ise 6 ileri manuel şanzımanla sahip olunabiliyor.



'Yılın En İyi Tasarıma Sahip Aracı' oldu

Borusan Otomotiv'in Türkiye temsilcisi olduğu Land Rover, özgün tasarımı ve tüm yol koşullarıyla başa çıkan arazi kabiliyetine sahip modeli Yeni Land Rover Defender ile otomotiv dünyasının en prestijli ödülleri arasında yer alan ve 24 ülkeden 90'ı aşkın otomotiv gazetecisi tarafından belirlenen World Car Awards'ın 17'ncisinde, "Dünyada Yılın En İyi Tasarıma Sahip Aracı" seçildi.

70 yılı aşkın süredir Land Rover'ın öncü ruhuna sadık kalan ve 21. yüzyıl macerasını yeniden tanımlayan Yeni Land Rover Defender, geçmişe dair izler taşıyan yepyeni tasarımını, modern dokunuşlarla tamamlıyor. Yepyeni teknolojilerle geliştirilen, arazi özellikleriyle geçmişin izlerine sadık kalan ve aynı zamanda şehir kullanımı için de benzersiz özellikler sunan Yeni Land Rover Defender, Land Rover'ın Ekstrem Test prosedürlerine dayanabilecek şekilde tasarlanan D7x mimarisi üzerinden yükseliyor.





PERAPOST TEKNOLOJİ

İş istasyonu pazarında zirvede


Ümit Yeşiltaş

IDC rakamlarına göre, Dell Technologies Türkiye'de iş istasyonu pazar payını yüzde 49,1'e çıkararak zirvedeki yerini sağlamlaştırdı



Dünyanın en kapsamlı bilgisayar portföyüne sahip Dell Technologies, son dönemde hızla büyüyen pazarda yüksek performans istenen ürünlerde elde ettiği başarıyı açıkladı. IDC'nin Türkiye için hazırladığı pazar raporuna göre, Dell Precision iş istasyonları 2020 son çeyreğini yüzde 49,1'lik pazar payı ile zirvede tamamladı.

Yoğun grafik işleme, veri analizi ve CAD modelleme gibi zorlu iş yüklerinin üstesinden gelmek için tasarlanmış Precision iş istasyonları, uzaktan çalışma ihtiyaçlarını da karşılayacak şekilde mobil portföyü ile fark yaratıyor.

'Kullanıcıların yanındayız'

Dell Technologies Son Kullanıcı Çözümleri Ülke Satış Müdürü Ümit Yeşiltaş, "Bilgisayar, çalışma şeklimizi yeniden tasarlama sürecinde daha üretken olmak için duyulan ihtiyaçların merkezinde yer alıyor. Yeni normalde gerek duyulan yüksek GPU ihtiyacını karşılamak için ideal bulunan iş istasyonlarına ilgi hem özel hem de kamu sektöründe artıyor. Biz de Dell Technologies olarak yeni normalde tüm kullanıcıların yanında olmaya devam ediyoruz" dedi. Dell Optimizer ile profesyonel kullanıcıların yapay zeka tabanlı bir desteğe de sahip olduklarını vurgulayan Yeşiltaş, Precision serisinin yanı sıra Latitude ve OptiPlex cihazlarda da yer alan bu teknolojinin faydalarını şöyle sıraladı:

- Yerleşik yazılım, her bir kişinin nasıl çalıştığını öğreniyor ve en önemli görevlere odaklanmalarına yardımcı olmak için davranışlarına uyum sağlıyor.
- Genel uygulama performansını artırmak için perde arkasında çalışırken, daha hızlı oturum açma ve güvenli kilitleme özeliklerini otomatik olarak sağlıyor.
- Günümüzde en çok kullandığımız görüntülü konuşmalarda etraf seslerini ortadan kaldırıyor ve konferans görüşmelerindeki arka plan gürültüsünü azaltıyor
- Pil çalışma süresini optimize ederek uzatıyor, beklenmedik güç kayıplarının önüne geçiyor.

Çoklu görev özelliği ile sınırları aşın!







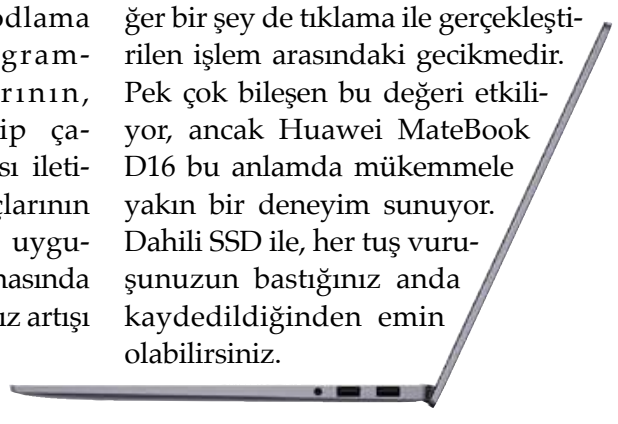
En yüksek verimliliği elde etmek ve iyi performans sağlamak, odaklanmayı sürdürme yeteneği, mesleki beceriler ve gelişme arzusu gibi birçok faktörün sonucunda gerçekleşir. AMD Ryzen 4000 H-Serisi İşlemcilerden güç alan en yeni Huawei MateBook D16 dizüstü bilgisayarın, her türlü profesyonel zorlukla nasıl kolayca başa çıkmanıza yardımcı olduğunu deneyimleyin.

Akıllı ama güçlü çözümler hakkında konuşurken, Huawei MateBook D 16'ya daha yakından bakmak gerekiyor. Bilgisayarınızın görevin ortasında teklemeye başladığı hiç başınıza geldi mi? Bunun nedeni RAM ve CPU önbellek kapasitesinin aşılması. Yeni MateBook ve AMD Ryzen 4000 H serisi işlemcide bunun olmayacağından emin olabilirsiniz. Bu güçlü işlemci, bir NVMe PCIe SSD ile birleştirildiğinde, kodlama programlarının, ekip çalışması iletişim araçlarının veya grafik uygulamaların çalışmasında dikkate değer bir hız artışı sağlar.





Sizi rahatsız edebilecek diğer bir şey de tıklama ile gerçekleştirilen işlem arasındaki gecikmedir. Pek çok bileşen bu değeri etkiliyor, ancak Huawei MateBook D16 bu anlamda mükemmele yakın bir deneyim sunuyor. Dahili SSD ile, her tuş vuruşunuzun bastığınız anda kaydedildiğinden emin olabilirsiniz.



PEGASUS SELF SERVİS İLE
HİÇBİR YERE DOKUNMADAN;



1

flypgs.com veya Pegasus Mobil uygulamasından biletinizi alın.



2

Online check-in yapın, biniş kartınızı kendiniz oluşturun.



3

Express Bagaj ile bagajınızı teslim edin.



4

Çipli kimlik ya da pasaportunuz ile kontrollerden temassız geçin.

TEMASI SIFIRA İNDİRİN, SAĞLIKLI UÇUN!

PEGASUS
SAĞLIKLI UÇUŞLAR