

BİZDEN HABERLER

KOÇ TOPLULUĞU'NUN AYLIK DERGİSİ

Eylül 2005

Sayı 330

Ferrari ve Maserati'nin Türkiye Temsilcisi
FerMas, Showroom'unu Törenle Açtı

Efsanelerin adresi Tofaş



*Sevgi Gönül'ü
saygıyla
anıyoruz*

TURQUALITY

A hand is holding a smartphone. The screen of the phone displays the word "SARAR" in a large, white, bold, sans-serif font. The background of the phone's screen is dark and blurry, showing what appears to be a person's face in profile. The hand holding the phone is visible at the top left corner.

SARAR

İçindekiler

Küresel Vizyon

4

• **Devlet Bakanı**
Beşir Atalay, sosyal yardım kavramının doğrudan yardımıyla değil, istihdam yaratılarak amacına ulaşabileceğini vurguladı. Atalay, bu anlamda hem 60 bin çalışanıyla en büyük istihdamı yaratan, hem de bayi ağıyla yeni iş olanaklarına kapı açan Koç Topluluğu'nun, Türk ekonomisindeki önemli yerini anlattı.

• **1 Mayıs'ta Ford Otosan Genel Müdür Başyardımcısı** olarak Türkiye'ye gelen Michael Flewitt, Koç ile ortak oldukları Ford Otosan'la, Türkiye'nin Ford'un en önemli üretim merkezi olduğunu söyledi.

İçimizden Biri

28

• **Canan Ülker Avrupa'nın En İyi Satış Temsilcisi** seçildi.

Kültürel Vizyon

32

• **Sinema dünyasının tartışılmaz büyük oyuncularından biri olan ve enerjisiyle beyazperdede farklılığını gösteren Şener Şen, senaryonun büyümesini ve ekip çalışmasının önemini anlattı.**

Hayata Dair

38

• **VKV Amerikan Hastanesi'nin "palyaço doktorları", basta çocuklara bayatlarında eğlenceye, gülmeye, neşeye de yer olduğunu batırıyor.**

Sosyal Sorumluluk

40

• **Aygaz'ın "Dikkatli Çocuklar Kampanyası" iki ödül birden aldı.**

Koç Topluluğu yine gündemi belirledi...



Koç Topluluğu'nun üretim, ihracat hacmi, yarattığı istihdam ile ekonomideki yeri yalnızca Türkiye ile sınırlı değil. Finans dünyasının saygın dergileri arasında yer alan Fortune'in Temmuz'da açıkladığı geleneksel "Küresel 500" listesine Türkiye'den tek giren şirket Koç Holding oldu. Geçen sayıda ayrıntılı işlediğimiz bu önemli gösterge "Bizden Haberler" in bu sayısında da çok özel bir röportajda kendisini gösteriyor. Ford Company'de uzun yıllar çalıştıktan sonra 1 Mayıs'da Ford Otosan Genel Müdür Başyardımcısı olan **Michael Flewitt**, Koç Topluluğu ile ortaklığın Ford Company'ye neler kazandırdığını anlatıyor. 1928'de **Vehbi Koç**'un Ford bayiliğini almasıyla başlayan ortaklık şu anda Ford için çok önemli bir noktaya tımanmış durumda. Flewitt, Ford Otosan'ın, Ford Company'nin dünyadaki en önemli üretim merkezi olduğunu vurguluyor.

İstihdamda Koç vurgusu

Devlet Bakanı **Beşir Atalay**, Türkiye ekonomisinin en büyük sorunu olan işsizliği ve yoksulluğu Bizden Haberler'e değerlendirdi. Atalay, yoksulluğa karşı iş yaratılmasının önemini vurgularken, Koç Topluluğu'nun 60 bin çalışanı ile en çok istihdam sağlayan özel sektör grubu olduğunu belirtti.

Turizmde Formula 1 rüzgârı

Elbette 19-21 Ağustos arasında düzenlenen Formula 1 Türkiye Grand Prix'si, dünyada gözlerin İstanbul'a çevrilmesine neden oldu. Efsane araçlar Ferrari ve Maserati'nin, Türkiye distribütörü **FerMas** da showroom'unu 18 Ağustos'ta Kuruçeşme'de açtı. Formula-1 Türkiye Grand Prix'ye, **Tofaş, Koç Allianz, Iveco, BOS** ve **Divan** şirketlerimiz de imzalarını attılar. Grand Prix'de BMW Williams'a destek veren

Koç Allianz'ın Murahhas Aza'sı **Kemal Olgaç**, dergimizin konuyla ilgili sorularını yanıtladı. Divan ise 100 bin kişilik bu dev organizasyonun catering hizmetini vererek bir ilke imza attı. Bu başarının ardındaki gerçekleri de Divan Genel Müdürü **Kamil Berk** anlattı.

Mercan Rakı piyasaya çıkıyor

Ağustos'da Koç Topluluğu açısından bir başka heyecan daha yaşandı. Alkollü içki pazarına bu ay başında piyasaya çıkacak olan Mercan Rakı ile giren Tarış-Tat ortaklığı da yoğun bir çalışmaya imindeydi. Kasım ayında da Fasil Rakı'yı piyasaya çıkaracak olan tecrübeli ortaklık, yeni ürün çalışmalarını sürdürüyor.

Anne ve babalar mutlaka okuyun

Bu sayımızda ekonominin biraz dışında, ancak okunması gereken iki önemli röportaj daha var. Çocuk edebiyatının önde gelen isimlerinden **Yalvaç Ural**, büyüme çağındaki yeni neslin nasıl kitap okumaktan uzaklaştığının altını çiziyor. Yalvaç Ural'ın anlattıklarını anne ve babaların mutlaka okumasını öneriyoruz. Ve Türk sinemasının en önemli isimlerinden biri, bir enerji simgesi **Şener Şen** röportajı...

Sevgi Gönül'ü saygıyla anıyoruz

Hayatını kültür ve edebiyata adayan Koç Ailesi'nin biricik üyesi **Sevgi Gönül'ü** iki yıl önce 12 Eylül 2003'te kaybettik. Kültür ve sanata adanmış yaşamıyla, "süprizleriyle" simge haline gelen Sevgi Gönül'ü, ağabeyi **Rahmi M. Koç** ve ablası **Semahat Arsel**'in cümleleriyle anıyoruz. Sevgi Hanım, belleklerimizde olacak... Ruhu şad olsun. ☺

Hasan Bengü

Koç Holding Kurumsal İletişim ve Dış İlişkiler Başkanı

BİZDEN HABERLER

KOÇ HOLDİNG A.Ş.
AYLIK YAYIN ORGANİ

Yönetim Yeri: Bizden Haberler

Nakkaştepe, Azizbey Sok. No: 1

81207 Kuzguncuk-İstanbul

Tel: (0 216) 531 03 86

Faks: (0 216) 343 15 37

İnternet: <http://www.koc.com.tr>

e-mail: bizdenhaberler@koc.com.tr

Yayın Türü: Yerel Süreli

Eylül 2005 Sayı: 330

Sahibi: Koç Holding A.Ş. adına F. Bülend Özaydınlı

Genel Yayın Yönetmeni: Hasan Bengü

Yayın Direktörü: Oya Ünlü Kızıl

Sorumlu Yönetmen: Fatma Nur Halil

Editör: Esra Yener **Sanat Yönetmeni:** Murat Kaspar

Yayın Kurulu: Şeref Oğuz, Şeniz Akan, Ülkü S. Osmanoglu,

Arın Dörtok, Kadriye Çalışkan

Yapımcı: Kesişim Yayıncılık ve İletişim Hizmetleri Ltd. Şti.

Tel: (0 212) 337 51 99

Renk Ayrımı ve Baskı: Çalı Grafik Matbaacılık A.Ş.

Dereboyu Cad. Özgür Sok. Çalı Binası Halkalı-İstanbul

Tel: (0 212) 696 52 27 (pbx)

Bu dergideki yazı ve resimler kaynak belirtmek suretiyle kullanılabilir.

bizden

Devlet Bakanı Beşir Atalay sosyal yardımları ve istihdamı karşılaştırdı:

“Koç Topluluğu ülke ekonomisinin merkezinde”

Sosyal yardımda en büyük başarının muhtaç kişileri “iş sahibi” yapmak olduğunu vurgulayan Devlet Bakanı Atalay, “Koç Grubu 60 bin çalışanıyla Türkiye’de en büyük istihdamı sağlayan özel sektör grubudur” dedi

Türkiye, 2.5 milyonu aşan işsiz sayısı ve artan yoksulluk oranıyla mücadele etmeye çalışıyor. Türkiye nüfusunun yüzde 10 düzeyinde bir kesiminin, yani 7 milyon kişinin yoksulluk sınırı altında yaşadığı düşünülürse, ekonomi politikalarında da öncelik yoksulluğun ve işsizliğin azaltılması projelerine yöneliyor. “Sosyal Yardımlaşma Fonu”ndan sorumlu olan Devlet Bakanı **Beşir Atalay**, işsizlik ve yoksullukla mücadelede en önde gelen isimlerden biri. Hem muhtaç kişilere yardımdan, hem okuyamayan çocukların eğitimini sağlamaktan, hem de iş yaratacak projeleri, programları hazırlamaktan sorumlu olan Devlet Bakanı Beşir Atalay ile sosyal yardım kavramını konuştuk. Sosyal yardım doğrudan yapılan gelir ödemesi mi olmalı, yoksa iş yaratarak yoksulluğun uzun vadede önlenmesi mi hedeflenmeli? Avrupa Birliği’nde de artık sosyal yardımın istihdam karşılığında yapıldığını vurgulayan Devlet Bakanı Sayın Beşir Atalay, sorularımızı çok net yanıtladı ve özel sektör kuruluşlarına da sitemde bulundu: “Büyük gruplar Sosyal Yardımlaşma Fonu’na bağışta bulunmuyor; ancak bu fon sayesinde yardımlar doğru yerlere ulaşacaktır.”

Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışmayı Teşvik Fonu ne zaman kuruldu? 2005 yılı tahmini geliri nedir? İlk altı aylık geliri ne seviyede oldu?

Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışmayı Teşvik Fonu, 1986’da kuruldu. 2005 yılında fonun gelirlerinin 1 milyon YTL’yi aşması hedeflenmektedir. İlk altı aylık



dönemde gerçekleşen gelir toplamı 675 bin 519 YTL’dir. Bir büyük Topluluğun dergisi ile söyleşi olduğu için, fonun geliri ile ilgili olarak önemli bir görüşümü de paylaşmak isterim. Fon’un kaynakları içinde, kanunda “bağış ve yardımlar”dan söz edilmektedir. Ancak bu kaynaktan fon geliri çok sınırlıdır. Bilindiği gibi, birçok şirket, topluluk, hayırsever vatandaş sosyal amaçlı harcamalar yapmaktadır. Şirketler bu amaçla yıllık bütçelerine pay koymaktadır. Ancak, harcamaların bir kısmı ya çok mevzii kalmakta veya hedefine tam ulaşmamaktadır. Çünkü, bu özel çalışması gereken bir alandır. Bu özel katkılar, sosyal yardım amaçlı harcamalar fon kaynaklarına eklense çok daha verimli sonuçlar alınabilir. Küçük yardım veya bağış bütçeleri bile daha fazla hedefine ulaşabilir.

Bu gelirler nasıl kullanılıyor?

Bu gelirler, ülkemizde herhangi bir sosyal güvenlik kurumuna tabi olmayan ihtiyaç sahibi vatandaşlarımızın temel ihtiyaçlarını (yakacak, gıda, giyim, eğitim, sağlık gibi) karşılamakta, özürli vatandaşlarımızın yardımcı araç ve gereçleri (sakat arabası, protez, ortez vb.) ile eğitim ve rehabilitasyon giderlerine katkı sağlamakta, kırsal ve kentsel alanlarda yaşayan vatandaşlarımızın gelirlerini artırmak ve sürekli bir işe sahip olmalarına yönelik projelere destek vermek amacıyla kullanılmaktadır.

Doğu ve Güney Doğu Anadolu bölgele-
rindeki sosyal yardımlaşma ve dayanış-
ma vakıflarına yüzde 50 oranında daha fazla pay aktarılmaktadır.

Üzerinde önemle durduğumuz bir nokta; sosyal yardımları daha hedefli kılmak, geçici yardımlardan ziyade, kalıcı, istih-

dama ve üretime katıcı fonksiyonunu artırmaktır. İhtiyaç sahibi fakat iş yapabilir olan vatandaşlarımızın bir iş yapmasını teşvik etmek, buna katkı sağlamaktır. Bu yönde geliştirilen ve uygulanan projeler, sosyal yardım formatları var.

DİE'nin son verilerine göre Türkiye'de 136 bin kişi günlük 1 dolardan az gelirle yaşıyor. Rakamlar endişe verici boyutta. Bu tablo "sosyal yardım" anlayışı ile iyileştirilebilir mi?

Hassas bir konuya değindiniz. Yılların biriktirdiği gelir dağılımı bozukluğu, işsizlik, yoksullaşma olgusunu sadece sosyal yardım politikası ile çözmek mümkün değildir. Yoksulluk bu genel kalkınma ile önlenecektir.

Sosyal yardımlar, mevcut durumda geçimini sağlayamayan vatandaşlarımızı çaresiz ve yalnız bırakmayan, durumlarını iyileştiren, iş sahibi yapmaya teşvik eden bir mekanizmadır ve devletin görevidir.

DİE'nin Haziran ayında açıkladığı verilere göre Türkiye'de şu anda 2 milyon 594 bin işsiz var. İşsizlik öncelikli konularınız arasında mı?

Şu anda işsizlik konusu ülkemizin en önemli sorunudur; hükümetimiz de böyle görmekte ve işsizliği azaltmak için büyük çaba harcamaktadır. Yılların biriktirdiği işsizliğin kısa sürede çözümlenmesinin mümkün olmadığı da bilinmektedir. Ülkemizde her yıl yaklaşık 650 bin kişi işgücüne katılmaktadır; yani, iş arar duruma gelmektedir. Bu oranda istihdam alanı üretilmezse her yıl işsiz kesime eklenmeler olmaktadır.

Çözüm arayışları hangi temel noktalarda yoğunlaşıyor?

İşsizliğin azaltılması, istihdamın artırılması özel sektörün geliştirilmesi, desteklenmesi, teşvik edilmesi ile sağlanacaktır. Yatırımın, ticaretin, ihracatın canlanması ile bu alan genişleyecektir. Hükümetimizin uyguladığı yatırım teşvikleri bu yönde etkili olmuştur. Esnafa sağlanan krediler, tarım destekleri de bu yönde önemli uygulamalardır.

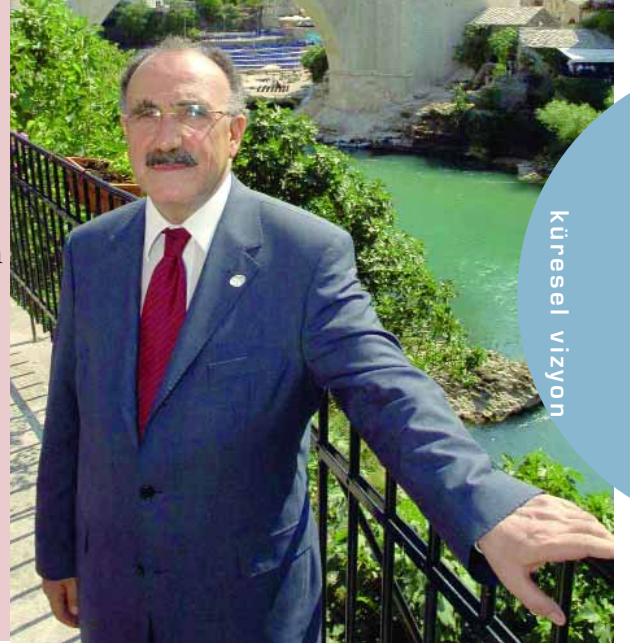
Sosyal yardımlaşma konusunda AB ülkelerindeki durumu özetleyebilir misiniz?

Avrupa Birliği ülkelerinde yapılan sosyal yardımlar karşılığında devlet

vatandaştan istihdama aktif olarak katılmasını, kendini eğitim ve mesleki yönden geliştirmesini talep etmektedir. Burada amaç, yoksul kesimlerin her şeyi devletten beklemesinin önüne geçmek, gerekli istihdam ve eğitim imkânlarını oluşturarak vatandaşların kendi ayakları üzerinde durmasını sağlamaktır. Bunun yanında, çalışmayacak durumda olan yaşlılar, özür-lüler ve bakıma muhtaç çocuğu olan kadınlar gibi yoksul vatandaşlara karşılıksız sosyal yardımlar devam etmektedir. AB ülkelerinde sosyal yardımlar vatandaşlara bir sorumluluk yüklemekte, kendi ayakları üzerlerinde durmasını hedeflemektedir.



Avrupa Birliği'nde sosyal yardım istihdam karşılığında sağlanıyor. Yani temel hedef istihdam yaratılması. Bu nedenle öncelikle özel sektörün yeni iş sahası yaratabilmesi için teşvik edilmesi sağlanmalı



küresel vizyon

Hükümetinizin bir üyesi gözüyle, Koç Topluluğu'nun dışarıdan bir değerlendirmesini almayı arzu ederiz. Sizce Koç Topluluğu Türk ekonomisinin neresinde duruyor?

Kısaca cevap vermek gerekirse Koç Topluluğu'nun ülke ekonomisinin merkezinde durduğunu söyleyebilirim. Aslında, Türkiye'nin sanayileşme serüveni ile Koç Topluluğu'nunki paralel gitmektedir. Üretim açısından bakıldığında, Türkiye'nin en çok üretim yapan 10 firmasından beşi Koç Topluluğu'na aittir. Bu üretimi gerçekleştirebilmek için Koç Topluluğu 60 bini aşkın insanı istihdam etmektedir ki, bu rakamla ülkemizin en çok istihdam gerçekleştiren özel sektör kuru-

mu olma unvanına sahip olmaktadır. Günümüzde ülkemizin en önemli sorunlarından olan istihdama yaptığı katkı takdire şayandır. Ayrıca Koç Topluluğu'nun ülke ekonomisi açısından önemli olmasının bir diğer nedeni de gerçekleştirdiği ihracattır. Tek başına ülke ihracatının yüzde 16'sını gerçekleştiren Koç Topluluğu, ekonomimize bu yönde de büyük destek sağlamaktadır.

Genelde ülkemizdeki bayi sistemi, özelde Koç Topluluğu bayileri ile ilgili bugüne kadar edindiğiniz gözlemleri değerlendirebilir misiniz?

Bayilik sistemi sosyal açıdan da önemli bir işlev görmektedir. Elinde kısıtlı sermaye olanakları olan girişimcilerin gü-

venli bir biçimde ticaret yapabilmelerini kolaylaştırdığı için, hem kaynak israfını azaltmakta, hem de daha çok sayıda insanın müteşebbis olmasına olanak tanımaktadır. Tabii ana firmanın yaptığı istihdamın yanı sıra bayilik sisteminin yarattığı istihdam olanakları da altı çizilmesi gereken bir diğer husustur.

Tüm bu nedenlerle Türkiye'de bayilik sisteminin gelişmesine ve kurumsallaşmasına önemli katkılarda bulunmuş Koç Topluluğu'nun ve bayilerinin hizmetlerini takdirle karşıladığımı belirtmek istiyorum. Bence Koç Topluluğu'nun sahip olduğu en önemli varlıklardan biri ülkenin dört bir yanına yayılmış bayi ağıdır. ☺☺

Ford en büyük çıkışı Koç'la yakalıyor...

Ford Otosan Genel Müdür Başyardımcısı Michael Flewitt, Ford Company ile Koç ortaklığındaki Ford Otosan'ın başarısını iki cümle ile özetledi: Türkiye'de bu kadar başarılı olmamızın nedeni Koç Topluluğu. Ford dünya çapında bir şirket ama dünyanın başka yerlerine göre Türkiye'deki ortaklıkla büyük bir başarı kazandık

küresel vizyon

19 yaşında stajyer olarak girdiği Ford Company'de otomobil imalatında başladığı çalışma yaşamını, şirketin sağladığı olanaklarla tekniker, mühendis, ardından da uluslararası alanda önemli bir yönetici olarak sürdüren **Michael Flewitt**, Ford Otosan Genel Müdür Başyardımcısı olarak geldiği Türkiye'yi ve bu noktaya gelen kariyerinin öyküsünü anlattı. Ancak Flewitt, röportajının en başında, neden Türkiye'nin Ford Company için önemli olduğunu da vurguladı. Çünkü Türkiye, Koç Topluluğu ile kurulan Ford Otosan'la, şirketin dünyadaki diğer ülkelerine göre en büyük başarıyı sağladığı ülke oldu. Flewitt, kariyeri, otomobil tutkusu ve Ford Company için Türkiye'nin önemi konusunda sorularımızı yanıtladı.

Sorularımıza önce Ford Otosan'ın mevcut durumu ve geleceğine yönelik kısa bir değerlendirme olarak başlayabilir miyiz?

Ford Otosan çok köklü bir şirket. Ford Motor Company ve Koç Holding'in ilişkisi 1928 yılında rahmetli Vehbi Koç Bey'in Ford'un distribütörlüğünü almasıyla başladı. İşler devamlı büyüdü ve ısrarlı çalışmalar ve kazanılan başarılar hisselerin eşitlenmesine kadar geldi. Otosan olarak 46 yıllık faaliyet tarihimiz boyunca pek çok dönüm noktası yaşanmıştı. Ancak

bunların en önemlisi 1997 yılında şirket ortakları Ford ve Koç Holding'in hisselerini eşitlemelerinin ardından gelen ihracata dönük yeni ürün ve üretim yatırımları karandır. Bu karar şirketimizin; Transit, Transit Connect ve Cargo ticari araçları ile Kocaeli Fabrikası ve İnönü Fabrikası'yla bugünkü lider konumuna gelmesini sağlayan en önemli atılım oldu.

Ford Otosan olarak bir aracın sıfırdan üretime tüm tasarım aşamalarını yapabilir konumdayız. Şu anda üretmekte olduğumuz Transit ve Transit Connect'in geliştirilmesi için Avrupa ile ortak mühendislik çalışmaları yapıyoruz. Ford Cargo ve motoru Ecotorq ise yüzde yüz Türk mühendislerinin eseri.

Türkiye potansiyeli oldukça yüksek olan bir pazar. Ford Otosan ise üstün mühendislik yeteneklerine, dev bir satış ve pazarlama gücüne sahip şirket haline geldi. Şu anda piyasa payı açısından değerlendirildiğinde Avrupa'daki en iyi piyasa ve gelişmeyi sürdürüyoruz.

Biz de kendi işimizi geliştireceğiz. Kısa ve orta dönemdeki amacımız şu anda teslim aldığımız ticari araç üretimini arttırmak, bu süre içinde yeni iş olanaklarını da tabii ki bakıyor olacağız. Detay bilgi veremesem de size neden yeni yatırımlar yapılacağını söyleyebilirim. Ford tarafından baktığınızda, Avrupa'nın doymuş ve fazla





Michael Flewitt

**“Dürüstlük...
Üst düzey yönetici
iseniz ve şirkette bir
problem varsa,
üstünü kapatmamanız
gerekir. Şirketin içinde,
her konuda tam bir
şeffaflık ve dürüstlük
olmalı.”**



gelişmeyen pazarları yanında, Türkiye pazarının, genç nüfusun ve stabil bir ekonomi ile artan araç satışlarının vaat ettiği boyut çok önemli. Tabii bir de ortağımızın Koç olması da çok önemli. Dünyanın pek çok yerine kıyasla Türkiye’de daha başarılı olduk, bunun en önemli nedeni Koç’la olan sıcak ve güvene dayalı bir ilişki kurmuş olmamız ve Koç ailesinin Türkiye’deki etkinliği.

Ford Motor Company Kaynak Departmanı stajyeri olarak iş hayatına başladığınızda kaç yaşındaydınız? Üniversiteyi bitirmiş miydiniz? O yılları anlatır mısınız?

İşe başladığımda 19 veya 20 yaşındaydım. İlk işim Ford Escort’ları imal ettiğimiz Harewood fabrikasında idi. Ford Escort’lar ürettiyorduk... On sekiz ay bu işi yaptıktan sonra şirketin en kritik bölümlerinde fiilen çalıştım, fiziksel olarak araba imalatında bulundum, bu çok önemli. Bunu asla unutmayacağım. Yönetici olsam da olmasam da fabrika hayatına ve otomobil imal eden insanlara bakış açımı etkileyecek. Bu benim için çok eğitici oldu. Orada Ford’da bir mühendis olarak eğitim görme fırsatı yarattım. Bu eğitimi tamamladım ve Harewood’a şef mühendis olarak döndüm, burada işler benim için iyi gitti. Kariyerime bir araba imalat elemanı, bizim verdiğimiz isimle üretim operatörü olarak başladım. Şu anda bulunduğum noktadan çok memnunum. Ford’un çok büyük bir şirket olduğunu biliyorum ve gelecekte bana sağlayacağı imkânlar için de heyecanlanıyorum.

Genç bir stajyer olarak Ford’un kapısından girdiğinizde hayaliniz/hedefiniz neydi?

Açık söylemek gerekirse Ford’a girerken ne gibi hayallerim olduğunu hatırlamıyorum. Arabaları her zaman tutkuyla sevmişimdir. Benim hobim yeni arabalar değil, eski arabalardır. Arabalarla ilgilenmeye ne zaman başladığımı hatırlamıyorum, ama ilk arabamı aldığımda 17 yaşındaydım. Onarılması gereken, çok çok eski, üstü açılabilen bir Triumph’dı. Çok ucuz bir araba değildi. Hep otomotiv sanayinde bir şirkete, bana kariyer imkânları sunacak bir şirkete girmek istemişimdir. Küçük bir şirket olmamalıydı bu. Bana kariyer yapabilecek eğitimi verecek bir şirket olmalıydı. İstedğim şey, ömür boyu ayrılmayacağım bir şirkete girmekti.



Michael Flewitt Kimdir?

1962'de İngiltere'de doğan Michael Flewitt, 1987'de H.N.C. Üretim ve Makine Mühendisliği Bölümünü tamamladı. 1992'de Salford Üniversitesi Yönetim Çalışmaları ve 1996'da yine aynı üniversitede Proje Yönetimi konusunda yüksek lisans yapan Flewitt, okuduğu bu dönemde çalışma hayatına 1983'de Ford Motor Company Kaynak Departmanı stajyeri olarak başladı ve aynı bölümde departman müdürlüğüne kadar yükseldi. 1995'de geçtiği Rolls-Royce Motor Cars'da, Üretim Direktörü, 1998'de de Autonova'da Yönetim Direktörü olarak kariyerine devam eden Flewitt, 2000'de TWR Group Limited'de Üretim ve Operasyon Grup Direktörü oldu. Ağustos 2003'de Ford Avrupa'da Üretim Kalite Direktörü olarak görevine başladı. Flewitt, 1 Mayıs 2005'den bu yana Ford Otosan'da Genel Müdür Başyardımcısı olarak çalışıyor.

Her yöneticinin "başarıya ulaştırıcı kuralı" vardır. Sizin kuralınız ne?

Dürüstlük. Dürüstlükten kastettiğim doğru veya yanlış kavramı değil. Bunu bazen şeffaflık diye adlandırıyoruz. İnsanların şirkette neler olup bittiğini bilmesi gerçekten önemli. Çalışanlar bir resim gibi hissettikleri bir şeyin içinde yer almıyorlar. Resmin gerisinde çalışanlar kendi işlerini yapıyorlar. Çalışanların gerçeği görebilmeleri son derece önemli. Üst düzey yönetici iseniz ve şirkette bir problem varsa, üstünü kapatmamanız gerekir. İnsanlar benim duymak istediklerimi düşünerek konuşmamalı, her şeyi güzel görünecek şekilde hazırlamamalı ve problemleri kendileri çözmeye çalışmamalı. Şirketin içinde, her konuda tam bir şeffaflık ve dürüstlük olmalı. Ford Otosan'da 8-9 bin kişi çalışıyor. Bu 9 bin kişinin hepsi şirkete katkıda bulunmak için ne yapmaları gerektiğini bilse ve çalışmaya istekli olarak gelse, olağanüstü başarılı bir şirket oluruz. Yöneticinin görevi, çalışanların görevlerinin ne olduğunu bilmelerini ve bunu istekli olarak yapmalarını sağlamaktır. Yönetici olarak görevlerinizin yansıdan çoğu insanları çalışma hayatında motive etmek, cesaret vermek ve yönlendirmektir.

İşlerden bunalıp "Yeter artık, gidip domates yetiştirip balık tutmak istiyorum" noktasına geldiğiniz olur mu? Böyle anlardan nasıl kurtulursunuz?

Çok yoğun çalışıyorum. Beni gerçekten dinlendiren şeylerden biri İngiltere'deki evim. Burada olduğum, Türkiye'de bulunduğum sürece, hep orayı düşünüyorum. İngiltere'de sabahları erken kalkarım, köpeklerimi alarak çiftlik içinde yür-

rüyüş yaparım, eve gelirim. Biri beni cep telefonumdan aramadığı sürece, rahatça dinlenebilir ve hayatın tadını çıkarabilirim. Evimin olduğu köyde sadece 80 kişi yaşıyor, İstanbul ise 16 milyon kişinin yaşadığı büyük bir metropol. Bana göre tam bir rahatlamayı sağlayan şey de iki hayatın birbirinden bu derece farklı olması zaten...

Bugün kariyerinin henüz başında olanlara neler önerirsiniz?

İnsanların ihtiyacı olan şey açık fikirli ve esnek olmak. Yapmaktan hoşlandığınız şeylerle şirketinizin sizden beklediği şeyler arasında bir denge bulmanız gereklidir. Bu işte en belirgin olan şeylerden biri değişim hızıdır. Şimdi yeniden üretim operatörlüğü işine geri dönsen, bu işin 20 yıl önce yaptığım işten tamamen farklı olduğunu göreceğim. Bir şirkete girerken, ne olmak istediğinizi ve ne yapacağınızı kesinlikle bildiğinizi ve bunların değişmeyeceğini sanarak girmeyin. Çünkü mutlaka değişecektir. Ne yapmak istediğiniz, hayalleriniz, hoşlandığınız şeyler ve işin gerekleri arasında bir denge bulmak zorunda kalacaksınız. Çünkü yapmaktan hoşlandığınız şeylerle işin gerekleri birbirine uymuyorsa, çözüm bulmak

çok zor olur. Birçok insanın işinde mutsuz olmasının sebebi budur. Bu dengeyi kurmak çok önemli.

Türkiye'ye daha önce gelmiş miydiniz? Bu ülkede yaşamayı nasıl değerlendiriyorsunuz?

İnsanların konukseverliği müthiş. Açık söylemek gerekirse, Avrupa'daki birçok yerden çok daha fazla. Birçok kişi bana Türkiye'de yerleşmenin zor olacağını, çünkü İngiltere'den çok farklı bir ülke olduğunu söylemişti; cevabım "hayır". Buraya yerleşmek çok kolay, çünkü herkes size bir şekilde yardımcı oluyor. Buradaki insanlar çok samimi, konuksever ve yardımcı. Bir önceki aşamada insanların nasıl çok çalıştıklarını görüyor ve takdir ediyorsunuz. İnsanların motivasyonu çok yüksek. Bazı başka Avrupa ülkelerinde insanlar hayatta doyunluğa ulaşmışlar ve çok fazla çalışmıyorlar. Burada insanların kendilerini geliştirmek, hayat tarzlarını geliştirmek, işlerini ve ülkelerini geliştirmek için inanılmaz derecede çok çalıştıklarını gördüm, bundan gerçekten ders alınması gerekir. Burada herkes gün boyu uzun saatler çalışıyor. Bu gerçekten çok etkileyici. ☺

■ Kadriye Çalışkan

Otokoç



Otokoç'tan size özel Ford fırsatı

Yeni Ford Focus'ta
29.000* YTL'den
başlayan fiyatlar...

Ayrıca %20 servis indirimi
ve avantajlı kasko fırsatı...

STATU NEWTON 21

* Yeni Ford Focus Hatchback 1.6i Trend Opak için geçerlidir.

Kampanya Koç Topluluğu şirketlerinde çalışanlar ve onların birinci derece akrabaları (eş, çocuk, anne, baba, kardeş) için geçerlidir. Kampanya, satışın gerçekleştiği dönemde yürürlükte bulunan pazarlama programlarıyla birlikte uygulanabilir. Her personel 1 yıl içinde en fazla 2 araç için indirimden yararlanabilir. Belirtilen fiyat Ağustos ayı için geçerlidir, Eylül ayında fiyatlar değişebilir.

www.otokoc.com.tr

Türkiye'nin Çağdaş Hizmet Noktaları: İstanbul İstinye 212 229 95 55 Dolapdere 212 235 41 40 Mecidiyeköy 212 217 62 39 Ankara 312 287 35 50 İzmir 232 462 62 62 Adana 322 441 17 17 Tarsus 324 622 42 42 Samsun 362 266 61 12 Antalya 242 340 26 85 Alanya 242 515 13 80 Konya 332 237 39 95 Eskişehir 222 227 74 37 Kütahya 274 224 59 00

Otokoç Otomotiv Ticaret ve Sanayi A.Ş. bir Koç Holding kuruluşudur.



Otokoç
Açık-Hat
444 3 300

Ferrari ve Maserati'nin Türkiye adresi Kuruçeşme

18 Ağustos'ta ünlü Formula 1 pilotu Schumacher'in de katılımıyla, efsanevi markalar Ferrari ve Maserati'nin Türkiye temsilciliğini üstlenen Koç Topluluğu'na ait FerMas Oto'nun showroom açılışı Kuruçeşme'de yapıldı...

Ferrari ve Maserati Türkiye Distribütörlüğü görevini üstlenen FerMas Oto Ticaret A.Ş. şirket merkezini ve showroomunu Kuruçeşme'de açtı.

Kuruçeşme sahilinde yaklaşık 800 m2 kapalı ve 200 metrekare açık alan üzerine kurulu olan bu merkezde, dünyanın en itibarlı markaları Ferrari ve Maserati ilgililerin beğenisine sunulacak. Showroom'un yanısıra motorsporları, Ferrari Club bölümü, özel hobi alanı ve cafe gibi sosyal alanların da yer aldığı tesis, İstanbul'un en dikkat çekici köşelerinden biri olmaya şimdiden aday.

Temmuz'da resmen Ferrari ve Maserati Türkiye Temsilciliğini üstlenen FerMas Oto Ticaret A.Ş., kısa sürede hizmete hazırladığı yeni merkezini, İtalya ve Türkiye'den gelen üst düzey yöneticilerin katılımıyla düzenlediği görkemli basın toplantısıyla hizmete açtı. Ferrari Genel Direktörü ve Ferrari Formula1 Takım Kaptanı **Jean Todt**, Maserati Yönetim Kurulu Üyesi ve Tofaş CEO'su **Alfredo Altavilla** ve FerMas Genel Müdürü **Orhan Ülgür**'ün ev sahipliğini yaptığı basın toplantısına Formula 1 pilotu, **Schumacher** de katıldı.

Beş yıl arka arkaya şampiyon olarak dünyanın en çok taraftarı olan ve en sevilen yarış takımlarından biri sıfatına sahip Ferrari'nin tüm Formula 1 faaliyetlerinden sorumlu ismi Jean Todt, Türkiye pazarının Ferrari markası için önemine dikkat çekerek şöyle konuştu: "Türkiye, her alanda Avrupa'nın önemli merkezlerinden biri olma yolunda adımlar atıyor. Bu sene Formula 1 yarışlarına ilk kez ev sahipliği yapması da bunun en belirgin örneklerinden biri. Tüm dünyada Formula 1 ile paralel yürüyen Ferrari sempatisinin Türkiye'de de oldukça büyük yankı bulduğuna inanıyorum. Ticari anlamda da bu yeni açılan tesisimiz ve güven üzerine kurulan ilişkimiz sayesinde markamıza olan sevginin faydasını göreceğimize eminiz."

Maserati Yönetim Kurulu Üyesi ve Tofaş CEO'su Alfredo Altavilla da Maserati markasının temsil ettiği değerlerin üzerinde durarak "Kullanılan otomobilde kendine özgü farklılıklar arayan, herkes gibi olmamayı tercih eden kullanıcıların dünyadaki en önemli adreslerinden biri Maserati. Bu markanın Türkiye'de çok sayıda kullanıcı tarafından tercih edileceğinden hiç şüphe duymuyoruz. Maserati'nin sportif ve elit imajı Türk kullanıcılarının beğenisi ile örtüşüyor" dedi.

Tasarımı İtalyan ve Türk mimarlarının ortak çalışması ile yapılan tesis, dünyanın en iddialı showroamlarından biri olma özelliğine de sahip. 🏁





İstanbul'dan Formula 1 geçti...

Formula 1 Türkiye Grand Prix'si 19-21 Ağustos tarihlerinde İstanbul Park'ta gerçekleştirildi... Başarılı organizasyon, hazırlanan pist, 203 ülkede canlı yayınlar ve 200 bin izleyiciyle kazanan Türkiye oldu...

Çok konuşuldu, çok yazıldı, çok tartışıldı. "Türkiye'ye gelir" dendi, "burada yapılması imkansız" da. Ama bir gerçek var ki, o da Türkiye Grand Prix'si büyük bir başarıyla gerçekleştirildi ve Türkiye'ye uluslararası platformda büyük artılar kazandırdı.

Yarışın yapıldığı 21 Ağustos Pazar günü bütün nefesler tutuldu desek yeridir. Çünkü İstanbul Park Pisti'ni dolduran on binlerce Formula 1 tutkunu, İstanbul Grand Prix'sini izlemek üzere geldikleri İstanbul Park'ta tarihi bir güne tanıklık edecekdilerdi.

Üç günde yaklaşık 200 bin izleyicinin yanına yakını yurtdışından gelen yabancı F1 tutkunlarıydı. Basın tribününde, yabancı medya kuruluşlarına mensup yüzlerce gazeteci yerini almıştı. İstanbul tam anlamıyla dünya gündeminin birinci sırasına oturmuştu.

Formula 1'in patronu Bernie Ecclestone, İstanbul Grand Prix'si ile ilgili olarak şu cümleleri sarf ederken gerçekten de yarışın ne kadar büyük bir olay olduğunun altını çiziyordu: "Olimpiyatlardan ve Dünya Kupası'ndan sonra en büyük aktivite olan Formül 1 projesi Türkiye'nin imajını yükseltip, Avrupa'daki prestijini ve ismini daha yükseklerle çekecektir."

Gerçekten de tribünleri dolduran on binlerin yanı sıra 203 ülke televizyonunda 2.2 milyar kişi ekranları başında İstanbul'u izliyordu. Formula 1'de beklenen anın, 58 turluk unutulmaz anın startı verildiğinde **Alonso** ve **Fisichella**'nın ilk sırada start alan **Raikkönen**'i geride bırakmak için yaptıkları muhteşem ataklar izlendi. Ancak "Buz Adam" lakabını boşuna almadığını ispat etmek için mücadele eden Raikkönen, bu ataklara muhteşem bir şekilde karşı koydu.

İlk tur biterken gözler üçpilotun üzerindeydi. "Buz adam" özellikle virajlardaki muhteşem pilotajıyla yarışa damgasını vuruyordu. Ferrari'nin efsane pilotu "**Schumacher**" ise 19. sırada başladığı yarışın ilk turunda tam sekiz aracı geride bırakarak 11. sıraya yükseliyordu. Herkes "Schumi"den bir mucize bekliyordu. İlk turlardaki pilotajı da bu mucizenin gerçekleşebileceğini gösteriyordu. Ferrari'nin diğer pilotu **Rubens Barrichello** ise Schumacher'in hemen önünde yer alarak yarış 10. sırada sürdürüyordu. Bu sıralama 14. tura kadar sürdü. Bu tura Schumacher, tur bindirdiği **Marc Webber**'in hemen

önünde girdi. 12. viraja girildiğinde beklenmeyen bir şey oldu ve Schumacher, tur bindirdiği Webber'in darbesiyle spin attı. Daha sonra pite giren Schumacher aracından çıkarken, efsane için bu yarışın bittiğini piste kurulan dev ekranlar binlerce Ferrari taraftarına duyuruyordu. "Schumi" korkulu sekizinci viraja takılmamış ama Williams pilotu Marc Webber'e takılmıştı.

Finişi toplam 1 saat 24.34 ile "Buz Adam" Kimi Raikkönen en ön sırada tamamladı. Raikkönen'i 18.609 saniye farkla Fernando Alonso izlerken, **Juan Pablo Montoya** da üçüncü sırada yer aldı. Ferrari takımından Rubens Barrichello ise yarış 10. sırada tamamladı.

Geride kalanlar

Üç günlük muhteşem şölen, 58 turluk yarışla geride kalırken, İstanbul Grand Prix'sinin tek galibi kuşku yok ki Türkiye'ydi. Kelimenin tam anlamıyla muhteşem bir organizasyona imza atılmıştı. Lale motifinden esinlenilerek yaratılan kupa Raikkönen'in ellerinde yükselirken, gerek takımlar gerekse izleyiciler Türkiye'nin mükemmel bir organizasyona imza attığı fikrinde birleşiyorlardı. Organizasyonel başarının yanı sıra maddi olarak da büyük kazanımlar elde edildi. Toplam 14.5 milyon dolarlık tribün geliri bugüne dek ülkemizde bir spor karşılaşmasında elde edilen en büyük hasılat olarak tarihe geçiyordu. Bu rakam kısa bir süre önce yine İstanbul'da gerçekleştirilen Şampiyonlar Ligi final maçı gelirinin iki katına eşitti. Diğer yandan birkaç saat boyunca tüm dünya televizyonlarında yarışların ve İstanbul'un gösterilmesinin değeri ise yaklaşık olarak 2.5 milyar doları buluyor. Kuşku yok ki üç gün süren bu muhteşem şölen ile Türkiye spor tarihinin en büyük organizasyonuna imza atıldı. Yurtdışından pek çok övgü gelirken, galiba en anlamlı yorumu İspanya'nın en önemli spor gazetelerinden biri olan El Mundo Deportivo yaptı: "Türkiye diğer ülkelerin F1 pistlerine dudak uçurtacak cinsten bir organizasyon yaptı. 'Türkiye az gelişmiş' diyenler, gelip hem ülkeyi hem de mükemmel bir pist kazandıran Türk halkını tanıdılar. Türkiye'nin hiçbir Batı ülkesinden farkı yok. Teşekkürler Türk halkına." 🙏

■ **Burak Tezcan**

Koç Allianz Genel Müdürü Kemal Olgaç Formula 1'i şöyle özetliyor:

“Hız, imaj, tutku ve dev bir ekonomi”

Türkiye, Formula 1 Türkiye Grand Prix'sinden tam not aldı. Koç Topluluğu şirketleri Koç Allianz, Tofaş, BOS, İveco ve Divan'ın da parçası olduğu bu büyük organizasyon için Koç Allianz Genel Müdürü Kemal Olgaç, Türkiye'de bu kadar çok Formula 1 tutkunu olduğuna inanmadığını belirtiyor. Koç Allianz'ın verdiği 90 bilet için 35 bin kişi, şirketin kurduğu www.kocallianzf1.com web sayfasında kıyasıya yarışmış...

Çok konuşuldu, çok yazıldı, çok tartışıldı. “Türkiye'ye gelir” denildi, “Burada yapılması imkânsız” da. Ama bir gerçek var ki, o da, Türkiye Grand Prix'sinin büyük bir başarıyla gerçekleştirildiği ve Türkiye'ye uluslararası platformda büyük artılar kazandırdığı. Bu dev organizasyonun ön sıralarında Koç Topluluğu şirketleri Koç Allianz, İveco, Tofaş, Divan ve BOS yer aldı. Hatta Divan, 100 bin kişilik bu organizasyonun tüm yiyecek-icecek hizmetini eksiksiz yürüttü.

Koç Allianz, Murahhas Azası ve Genel Müdürü **M. Kemal Olgaç** da, BMW Williams'a destek oldukları Formula 1 Türkiye Grand Prix'si için “Dev bir ekonomik yarış” değerlendirmesini yapıyor.

Olgaç, uluslararası finans devi ortakları, Allianz'ın BMW'ye sponsor tek olması nedeniyle Türkiye Grand Prix'sinde sponsor olarak bulunduklarını belirtiyor. İlk aşamada bu tutkuyu ve imajı yeterince anlayamadığı Formula 1 için, şimdi görüşlerinin çok değiştiğini vurgulayan Olgaç, yarışı şu cümleyle tanımlıyor: “Hız, imaj, tutku ve dev bir ekonomi.”

Koç Allianz, Türkiye Grand Prix'si çerçevesinde, önce internet sitesinde, Formula 1 ile ilgili güncel haberlerden takımların ve pilotların durumlarına, özel röportajlardan teknik detaylara kadar birçok bilgiye yer veren www.kocallianzf1.com adresini kurdu. Bu adreste internet üzerinden düzenlenen, “Puan Prix” adlı yarışmayı kazananlar kategori-



lerine göre tişörtler, şapka, mouse pad, f1 yarış otomobili maketi ve biletle ödülendirildi. Yanıtları en doğru ve çok bilen 90 şanslı yarışmacı Formula 1 İstanbul Grand Prix'sini izleme fırsatı elde etti. Koç Allianz, 19–21 Ağustos tarihleri arasında düzenlenen Grand Prix'de çok önemli bir misafir de ağırladı. BMW Williams Takımı'nın sahibi ve tam bir For-

mula 1 efsanesi olan Sir **Frank Williams** onuruna **Rahmi M. Koç Müzesi**'nde Koç Allianz tarafından verilen kokteyl için **Rahmi Koç Müzesi Erdoğan Gönül Galerisi**, Formula 1 pisti gibi dekore edildi.

Tüm bu görkemli organizasyonu Koç Allianz Murahhas Azası ve Genel Müdürü Kemal Olgaç'la konuştuk.

**İsterseniz konuya önce Formula 1 tutkusuy-
la başlayalım. Siz de Formula 1 tutkunların-
dan mısınız? Türk halkı sizce bu yarış izli-
yor mu?**

İtiraf etmeliyim, ben Formula 1 konusunda çok bilgi sahibi değildim. Formula 1 Türkiye Grand Prix'si yapılabildiye kadar da Türkiye'de ilgilenen bu kadar büyük bir kitle olduğunu düşünmemiştim. Ancak Koç Allianz internet sitesinde, 90 kişiye f1 için bilet ödüllü verilecek bir yarışma düzenledik. Site 78 bin 34 kişi tarafından ziyaret edildi, ana sayfa 27 milyon 415 bin 970 kere izlendi ve yaklaşık 35 bin kişi bu biletler için yarıştı. Düşünebiliyor musunuz? Hatta haker'lar bile web sitesinde yarış kırmaya, bilet kazanmaya çalıştılar. O zaman Türkiye'de bu büyüklükte bir Formula 1 tutkusu olduğunu fark ettim. 100 bin kişi her türlü sıkıntıya katlanıp yarış izlemeye geldi. Dünyanın önde gelen işadamları buradaydı. Yani Formula 1 yalnızca yarış değil, bir tutku ve imaj ayrıca. Zaten ortağımız Allianz da "performans" imajı nedeniyle Formula 1'de BMW'nin sponsoru...

Sizce Formula – 1 Türkiye Grand Prix'i organizasyonu nasıldı?

"Birçok insan saatlerce yolda kaldı. Trafik kilitlendi" filan diye tartışmalar çıktı. Ancak bence 100 bin insan birkaç saat içinde bir lokasyona gitmesi için bu sıkışıklık her ülkede ve şehirde olur. Ben Formula 1 efsanesi olan Sir Frank Williams'la da pisti konuştum. Kendisi de pist ve organizasyonun muhteşem olduğunu söyledi. Williams yalnızca pisti ve organizasyonu değil İstanbul'u da çok övdü. İstanbul'a hayran kaldığından bahsetti. Williams bu kadar görkemli bir şehir beklemediğini de vurguladı. Galiba biz burada pisti ve yarışın organizasyonunu çok iyi yaptık ama Türkiye'nin tanıtımını iyi yapamadık. Bundan sonraki yarışta özel olarak Türkiye ve İstanbul tanıtım organizasyonu hazırlanmalı. Bu büyük bir tanıtım projesi olmalı.

Gerçekten, yurtdışından binlerce insan geldi. Yurtdışından yarış izlemeye gelenler arasında sizin de misafiriniz olan çok önemli işadamları vardı. NATO Zirvesi'nde bile İstanbul dünyada bu kadar çok kişinin gözlerinin çevrildiği bir şehir olmamıştı herhalde?



BOS Shell-Ferrari ekibinin yanındaydı

Türkiye'de ilk kez düzenlenen Formula 1 Grand Prix'sine katılan Shell-Ferrari takımının analiz cihazlarında kullandığı Sıvı Azot, BOS tarafından karşılandı. Türkiye'de kalitesinden emin oldukları bir firma aradıklarını belirten takım yetkilileri, BOS'u verdiği güven ve sahip olduğu kalite belgeleri nedeni ile tercih ettiklerini belirtti. 1950 yılında ilk olarak İngiltere'de düzenlenen Formula 1, başladığı dönemden günümüze kadar büyük ilgi görmeyi başardı. İngiltere'de Silverstone Pisti'nde 13 Mayıs 1950'de start alan Formula 1'de ilk yarış Alfa Romeo ile yarışan Nino Farina ilk sırada tamamladı. Yarışların tarihinde ilk birinciliği elde eden Alfa Romeo pilotu **Nino Farina** aynı zamanda Formula 1 tarihinin de ilk şampiyonu oldu.



Iveco filo müşterilerini Formula 1'e götürdü

Ferrari ekibinin resmi taşıyıcısı Iveco filo müşterilerini İstanbul Park'ta gerçekleştiren Formula 1 yarışlarına götürdü. Konuklar, 20-21 Ağustos tarihlerinde gerçekleştirilen sıralama turları ve yarışları VIP tribününden izlediler. Ev sahipliğini Iveco adına Genel Müdür **Murat Selek**'in gerçekleştirdiği hafta sonu etkinliğinde, konuklar Türkiye'de ilk defa gerçekleştirilen yarışların heyecanına ortak oldular.



Galiba öyle. Binlerce kişi yarış izlemek için saatlerce yollarda beklemeye razı oldular. Hatta İstanbul'da helikopter bulamadık. Çok önemli misafirlerim vardı. Trafikte bir saat sıkışınca helikopter istedim. Bana, "Ancak 1.5 saat sonra ve yalnızca dört kişiyi alabilecek bir helikopter bulabiliriz" dediler. Bu

bile gelen kişilerin düzeyini, önemini gösteriyor. Bu anlamda yalnızca pist ve yarış değil, aslında İstanbul adına bir organizasyon bu. Bu nedenle de önümüzdeki yedi yıl boyunca yapılacak Türkiye Grand Prix'lerinde artık Türkiye ve İstanbul tanıtılmalı. Bu çok büyük bir fırsat. ☺



Dev organizasyonda Divan imzası

Formula 1 Türkiye Grand Prix'sinin perde arkasında, 200 bin kişiye catering hizmeti veren Divan vardı. Divan Genel Müdürü Kamil Berk, 450 personelle gece-gündüz çok başarılı bir catering hizmeti sağladıklarını vurguladı...

■ İstanbul Grand Prix'sinde catering hizmeti verilmesi nasıl gerçekleşti?

Bu işe talip olanlar arasında bizden başka firmalar da vardı. Ancak tüm talipliler arasında gerek prezantasyon, gerekse kurumsal kimliğimizle, Formula 1 yönetimi tarafından çok beğenildik. Belirlenen şartlar vardı. Bunun yanında tüm operasyonun şekli F1 yönetimi tarafından şekillendirildi. Bütün bu saptanan koşulları yerine getirerek bu işi gerçekleştirdik. Diğer yandan üç gün boyunca toplam 450'ye yakın personel ile hizmet verdik ve bu personelin tamamını kendi bünyemizden sağladık. Bunu Türkiye'de bu süreler içerisinde ve bu hızla yapabilecek başka bir yiyecek içecek firmasının olduğunu zannetmiyorum.

F1'de üç günde toplam 200 bine yakın kişiye hizmet verildi. Bu çok önemli bir rakam.

Bu elbette bizim için çok çok önemli bir projeydi. Bizim de bu boyutlardaki ilk tecrübemizdi. Biz zaten bu işe talip

olurken şirkete yeni bir ufuk kazandırmayı amaçlıyorduk. Büyük bir operasyona girmek birinci önceliğimizdi; zira yiyecek içecek alanında ciddi bir büyüme kat ediyoruz. Bu da çok önemli bir yiyecek içecek operasyonu. Farklı bir hat ama olaya sadece büfe satışları olarak bakmamak lazım. Kuruçeşme Ziyafet Ekibi'miz de üç gün boyunca VIP kulelerinin hizmetini sağladı. Hem yapabileceğimizi göstermek, hem de fark-

lı bir tecrübe elde edebilmeyi çok istiyorduk. Sadece yönetici arkadaşlarımız değil, tüm çalışanlar gerçekten çok büyük bir özveriyle çalıştılar. Görevdeki arkadaşlarımız iki, üç gün boyunca neredeyse uykusuz çalıştılar.

Divan, organizasyon boyunca toplam kaç noktada hizmet verdi?

VIP kuleleri de dahil olmak üzere toplam 28 noktada hizmet verdik. Büfe büfe bakıldığında ise büfe sayımız 24. Ancak tüm büfeler son gün aktif hale geldi. Her gün büfe sayısı artırıldı. Toplam 450 personel ile çalışıldı ve bu sayının içinde dışarıdan personel yoktu.

Yaşanan zorluklar oldu mu?

Elbette ilk olmanın yarattığı kimi zorluklar var. Ancak bunların hepsinin üstesinden son derece esnek bir biçimde gelmeyi başardık. Öğrendiğimiz ve kendi açımızdan önümüzdeki yıl tekrar





edilmesini istemediğimiz kimi tecrübelerimiz oldu. Bunlardan bir tanesi lojistik ile ilgili. Operasyonun olduğu gündüz saatlerinde kimi kısıtlamalar ortaya çıkıyor. Bu da ürün tedarikinde hazırlıklı olmamıza rağmen kimi zorlukları beraberinde getiriyor. İkincisi kuyruklarla ilgili kimi sıkıntılar oldu. Kuyrukta bekleme süresini azaltmak için arkadaşlarla çözümler getirmeye çalıştık. Açıkçası onbinlerce insana hizmet verilen bir ortamda kuyruk olması son derece normal. Yapmamız gereken bekleme sürelerini minimize edebilmek. Büfe sayısı hergün planlandığı bir biçimde arttı; hatta son gün plan ötesi arttı. Ancak yine de önümüzdeki yıl için planımız ihtisaslaşmış büfeler oluşturmak. Yani soğuk içecek büfesini ayrı, sıcak içecek büfesini ayrı tutmak. Yurtdışındaki uygulamalar da zaten bu şekilde. Bizim için en kritik nokta bekleme süresini azaltmak.

Üç gün boyunca toplam ne kadar gıda tüketildi?

Yaklaşık olarak 200 bin kişiye hizmet verildi. Bu sürede toplam 4 ton hamburger, 2 ton köfte, 1 ton sosis, 18 bin litre bira, 42 bin adet su, 35 bin litre içecek tüketildi.

Toplam 200 bin kişiden bahsediliyor. Bunun yaklaşık yarısı da yurtdışından. Bu açıdan bakıldığında önümüzdeki yıllarda mönüde bir değişikliğe gidilmesi düşünülüyor mu?

Bizim için önemli olan yemeğin lezzetli verilmesinden öte sağlıklı verilmesi. Öylesine sıcak bir ortamda sağlık büyük önem taşıyor. Gıda zehirlenmesi bizim için çok kritik bir nokta. Lezzet



Divan Genel Müdürü Kamil Berk (sağda) bu dev organizasyondaki başarıda en büyük paylardan birinin de Yiyecek ve İçecekten Sorumlu Burak Atay'a ait olduğunu belirtti.

ve müşteri tatmini daha sonraki kritik noktalarımız. Mönüleri kuyrukta bekleme süresini daha da azaltacak biçimde şekillendirmemiz gerekiyor. Bu açıdan bakıldığında örneğin döner gibi bize özgü lezzetleri orada sunmamız pek de olası gözüküyor. Açıkçası yabancıların bu kadar çok olması bizi şaşırttı. Onlarla birebir yaptığımız görüşmelerde büfelerden son derece memnun olduklarını söylediler.

Kurulan büfelerin yanı sıra VIP kulelerinde de servis verildi. Biraz da oradaki faaliyetlerden bahsedebilir misiniz?

Bir tanesinde yoğun olarak devlet protokolünün ağırlıkta olduğu her iki kulede hizmet verdik. Sabah kahvaltıda başlanarak öğle yemeğine kadar hizmet verdik. Burada ilk kez Divan'ın yaptırdığı "tır mutfak" hizmet verdi. Yemekler oradan servis edildi. Davetlilerin gün boyunca bütün yiyecek içecek ser-

visleri Divan tarafından büyük bir başarıyla sağlandı. Orada da son derece olumlu tepkiler aldık.

Önümüzdeki dönemde de İstanbul Park'ta çok önemli etkinlikler var. Divan bu etkinliklere de talip olacak mı?

Elbette. Bu konudaki çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Zira F1 organizasyonu ile çok fazla bir tecrübe kazandık. Son gün 110 bin kişiye satış yapabilmek, hizmet üretebilmek, lojistiğini sağlayabilmek tecrübesini kazandık. Bu bizim için yepyeni bir fırsat. Bunu sadece motorsporları olarak görmemek lazım. Servis yelpazemizi genişletmeye çalıştığımız bir dönemde, bu bizim için tam anlamıyla yeni bir alan. Ciddi bir altyapımız ve insan gücümüz var. Bu gücümüzü farklı bir alanda kullandık ve bunu yapabileceğimizi gösterdik. Her şeyin ötesinde bu çalışma bize müthiş bir özgüven kazandırdı. ☺

Tariş – Tat “Mercan Rakı”yla start aldı

Tariş–Tat ortaklığı bu ay piyasaya çıkardığı “Mercan Rakı” ile alkollü içecek pazarına adım attı... Kasımda “Fasıl Rakı” ile sürecektek üretim yeni markalarla büyüyecek devam edecek

Alkollü içeceklerin özel sektör tarafından üretilmesine izin veren yasanın ardından Tariş–Tat ortaklığı Manisa Alaşehir’de kurdukları büyük fabrika ile üretim yapmaya başladı. Alkollü içki üretimine ilk olarak rakı ile başlayan grup, Eylül başında piyasaya çıkardığı ilk markası “Mercan Rakı”yı tüketicinin beğenisine sundu... Mercan Rakı’yı Kasım ayında “Fasıl Rakı” izleyecek. Ortaklık yeni markalarla sektörde büyüyecek ilerleyecek...

Tariş-Tat Yönetim Kurulu Başkanı **Ömer Bozer**, yaptığı açıklamada, yüksek kalite ve geleneksel tat için başından beri uzman bir ekiple çalıştıklarını,

bugüne kadar gerçekleştirdikleri tüm fabrika tadımlarında Mercan Rakı’nın istedikleri performansı yakaladığını belirtti.

“Mercan Rakı” için degüstatörlerin ana son kokusu zengin, damakta yoğun, içimi tok ve yoğun içimli rakı yorumunu yaptıklarını kaydeden Bozer, “Fasıl

Rakı”da daha yumuşak bir içime yöneleceklerini belirtti. Ömer Bozer, pazara giriş öncesinde pazarda yaşanan gelişmeleri çok yakından takip ettiklerini, kalite çitasının yükseltilmesi gereken noktalara ve tüketici tatminini zenginleştirecek konulara odaklandıklarını vurgulayarak, “Bu gözlemlerimizin stratejimize önemli katkısı oldu. Pazara ye-

TARİŞTAT

Tariş-Tat ortaklığı

Ege Bölgesi’nde 65 yerleşim biriminde 106 tarım satış kooperatifi, 127 bin 900’ü aşkın üretici ortağı ile Türkiye’nin ilk ve en büyük kooperatif kuruluşu olan Tariş’in üretimdeki uzmanlığı, Koç Grubu şirketlerinden Tat’ın pazarlama alanındaki köklü uzmanlığı ile buluştu. Ortaklık sürecinde, öncelikle Manisa Alaşehir’deki tesis, rakı üretimi için hazır hale getirildi. “Mercan Rakı” ve “Fasıl Rakı”, 18 milyon dolar yatırım yapılarak, yıllık 5 milyon/lt kapasiteli ve kapasite artırımı için gerekli altyapısı tamamlanan bu tesiste üretilecektir. Tariş-Tat ortaklığının planları arasında, ek bir yatırım yaparak votka ve şarap üretmek de bulunuyor.

Tesisin yatırım çalışmaları devam ederken bir yandan da pazarlama ve satış faaliyetleri yürütüldü. Pazarlama stratejisi olarak “tüketici ile birlikte çalışmak” tercih edildi. Bu strateji doğrultusunda; marka konumlandırması, şişe ve kapak tasarımı ve kategoriler ile ilgili çalışmaların her aşamasında tüketici araştırmalarından yararlanıldı. Yürütülen tüm çalışmaların ve gerçekleştirilen her türlü üretimin hedefi, rakı dünyasını-kültürünü yansıtacak sonuçlar yaratmak oldu. Gelişen noktada, Mercan ve Fasıl; rakı dünyasını yansıtan, tüketiciler tarafından onaylanan markalar oldu. İki markanın da ortak ve en güçlü özeliği, tüketicilerce yaratılmış olmalıdır.



ni giren isim olarak bir anlamda pazar-daki en üst toplam deneyime sahip oyuncu konumuna geldik" dedi.

Sahte rakıya karşı önlem

"Mercan" ve "Fasıl Rakı"da sahte rakı üretimine karşı oluşturulan güvenlik önlemleri çerçevesinde, tek kullanımlık şişelerde takliden önlenmesine yönelik özel bir işaret bulundurulacak. Kapakların içinde özel cam bilye bulundurulacak yeniden dolum imkansız hale getirilecek. Tariş-Tat için özel olarak geliştirilen kapak ek güvenlik sistemi, 2,5 trilyon liralık yatırımla gerçekleştirildi. Bu sayede de piyasadaki en yüksek güvenliğe sahip kapaklar Tariş-Tat markalarında kullanılmaktadır.

Gurulardan tam not

"Mercan Rakı" rakı severlerden önce Türkiye'nin rakı gurularının beğenisine sunuldu. Uzmanlar, "Mercan Rakı"nın içim tadı olarak geleneksel rakı kriterlerine uygunluğunu, özel degüstasyon yöntemleri ile değerlendirdi. Profesyonel anlamda bağımsız rakı uzmanların-

"Mercan Rakı"yı keyifle için

"Mercan Rakı"nın tadımı için buluşan degüstatör komitesinde; Tekel'in eski üst düzey yöneticileri Recai Dıblan, Osman Akçakoca, Muhittin Karavelioğlu, Tefik Yeldan, degüstatör Melek Koçkar ve "Adabı ile Rakı ve Çilinger Sofrası" kitabının yazarı yiyecek içecek danışmanı-degüstatör Vefa Zat yer aldı. Tadım çalışmasına dair dikkat çeken noktalar şunlar:

- Rakı tadımında; tuzu alınmış yağlı beyaz peynir küpleri, küp halinde kesilmiş bekletilmiş ekmek, sarı leblebi ve beyaz sakız leblebi kullanılıyor.
- Rakı tadımı; görünüm, koku, tat ve yorum aşamalarından oluşuyor. Yorum aşamasında, rakının karakteristik yapısı ve tadım özellikleri tespit ediliyor.
- Rakı tadımı sırasında, birinci adımda rakı sek olarak tadılıyor, ikinci adımda ise bire bir oranında suyla tadım yapılıyor. Bu tadım 'içim tadımı', 'içim tadı' olarak adlandırılıyor.
- Tadım için en uygun zaman 10.30 -11.30 gibi sabah saatleri. Bu zaman dilimi, duyuşsal algıların en üst düzeyde olduğu nokta olarak ifade ediliyor.
- Tadım yapacak kişinin ağızda daha önceden kalmış belirgin bir tat olmaması gerekiyor. Tadım öncesinde sigara içmek, acılı, sarımsaklı, soğanlı, aşırı baharatlı gıdalar yemek içkinin tadını algılamayı güçleştiriyor.
- Tadımdan önce parfüm ve kokulu benzer maddelerin kullanılmaması gerekiyor. Kokulu el sabunları, kremler, parfümler, içkinin kokusunun yanlış algılanmasına neden olabiliyor. Bu durum sadece kokulu ürün kullanan tadımcıyı değil, diğer tadımcıları da etkileyebiliyor.
- Tadım yapılacak ortamın doğal ışıkla (ya da doğal ışığa en yakın şekilde) aydınlatılmış olması önemli. Karanlık, loş bir yerde içkinin renk skalası ve berraklığı yeterince görülemeyebiliyor.
- Tadım masasının, tadım uzmanlarına yetecek büyüklükte olması ve masada beyaz örtü kullanılması gerekiyor. Masada, tadılacak her içki için bir kadeh, bir de su bardağı bulunması gerekirken tadımcının tattığı içkiyi içmeyip, tüküreceği için içi talaş doldurulmuş küçük kovaların da hazır bulunması gerekiyor.
- Tadım ortamının sesiz ve her türlü gürültüden arındırılmış olması gerekiyor.

ca rakı tadımı, sektörde ilk kez Tariş-Tat tarafından gerçekleştirildi. Bu tadım sonucunda da, görünüm, tat ve koku alanındaki değerlendirmeler sonucunda "Mercan Rakı" içim tadı olarak uzmanlardan tam not aldı. Degüstasyon çalışmasında Tariş-Tat ortaklığı ve markalar hakkında da bilgi veren Bozer şu açıklamalarda bulundu: "Tariş'in 14 kooperatifinde, 20 bini aşkın ortağı ile üzüm ve üretimdeki tartışmasız üstünlüğünün, Tat'ın hızlı tüketim maddelerindeki pazarlama uzmanlığı ile buluştuğu ilk günden itibaren, kalite kavramı ortaklığımızın temel değerlerinden oldu. İç değerlendirmelerimizde, hedeflenen performansı yakala-

yan "Mercan Rakı"yı bir de uzman damakların beğenisine sunmak istedik. Uzmanlar da geleneksel rakı standartlarında bir tat yarattığımızda hemfikir oldular ve rakımıza tam not verdiler." Rakı tutkunları ile Eylül başında buluşan "Mercan Rakı"yı, Kasım'da "Fasıl Rakı"nın izleyeceğini açıklayan Bozer, "Degüstatörlerimizin yorumları 'anason kokusu zengin, damakta yoğun, içimi tok ve yoğun içimli rakı' biçiminde oldu. Fasıl Rakı'da daha yumuşak bir içime yöneleceğiz. İki markamızla da, geleneksel rakı kültürünün köklü değerlerine sahip çıkarak, rakı kadar değerli olan, rakı adabına da sahip çıkacağız" dedi. " 



Anahtar teslim bilişim paketi

KoçSistem önderliğinde, bilgi teknolojilerinde alanlarında lider sekiz firma “Platform 360”ı kurarak, kurumlara bütün teknoloji ihtiyaçlarını karşılayacak “anahtar teslim” bilişim hizmeti paketi sunuyor...

ayın gündemi

KoçSistem'in önderliğinde, bilişim teknolojisi sektöründe farklı alanlarda, öncü olan sekiz şirket, son yılların en önemli stratejik hizmetine imza attı. Sekiz şirketin işbirliği ile kurulan “Platform 360”, kurumsal müşterilerin tüm teknoloji ihtiyaçlarını ‘anahtar teslim’ karşılamayı hedefliyor... Bin kişilik genç ve yetenekli beyin gücünün çalışacağı “Platform 360”, dünyada da birleşerek çalışan en kalabalık bilgi teknolojisi uzmanları ekibi olma açısından da önemli. “Platform 360”, 6-11 Eylül tarihleri arasında İstanbul'da yapılacak Bilişim Zirvesi'nde “Stratejik Yol Haritası ve Vizyon Oluşturma” seminerine sponsor oldu. Seminerin gündemi; “Platform 360”la hedeflenen işbirliği. KoçSistem Genel Müdür yardımcıları **Barış Öztok** ve **Cihan Esassolak** konu hakkındaki sorularımızı yanıtladı.

Eylül ayının gelenekselleşen CeBIT Bilişim Fuarı ve Zirvesi'ne KoçSistem olarak bir seminerin sponsoru olarak katılıyorsunuz. Bildiğimiz kadarıyla “Platform 360” olarak zirvede sunum yapacaksınız...

Barış Öztok: Eylül, Türkiye'de artık bilişim sektörünün oldukça ön plana

çıktığı bir aydır; hem zirve hem de fuar açısından. Bilişim sektörü için bir bilişim etkinliği çok önemli. Zirve tarafı, bilgilerimizi, teknolojideki yeni gelişmeleri tazelediğimiz, fikirlerimizi tazelediğimiz, yeni fikirleri değerlendirdiğimiz bir süreç. Fuar tarafına ise ne yazık ki, Türkiye'de bilişim sektöründeki karar vericiler çok fazla katılmıyorlar. Katılsalar bile ağırlıklı son kullanıcıya yönelik bir tutum sergiliyorlar. Dolayısıyla; özellikle bilişimin forum etkinliği, bir anlamda karar vericilerin geldiği ve kendi dünyalarında bilişimin yerini sorguladıkları bir etkinlik olarak düşünülüyor. Biz de burada “Stratejik Yol Haritası ve Vizyon Oluşturma” seminerine sponsor olduk. Ancak yalnızca KoçSistem olarak değil, sekiz teknoloji şirketinin kurumsal hizmet vermek üzere kurduğu “Platform 360” olarak sponsoruz seminere.

“Platform 360”ın hedefi, kurumsal müşterilere paket olarak teknoloji hizmeti vermek değil mi? Amacınız ve sistemin nasıl işleyeceğini anlatır mısınız?

Cihan Esassolak: Evet “Platform 360”a katılan şirketlerin her biri ayrı

bir alanda veya birbirini tamamlayan alanlarda kurumsal olarak şirketlere ve iş dünyasına teknolojik altyapı kurmak ve teknolojiyi getirmek üzerine kurulu. Buradaki şirketler, belli konuda uzmanlaşmış, yüzde yüz yerli sermayeli, kendi konularında önder firmalar. Örnek vermek gerekirse, platformu oluşturan üç tane kurumsal kaynak planlaması şirketi var. Bunlardan bir tanesi Netsis, bir tanesi Soft, bir tanesi de Obase. Bunlardan, Netsis orta boy işletmelerde, Soft turistik ve taşımacılık sektöründe, Obase de perakende sektöründe pazar lideri. Örneğin bu firmalar bir şirketin kurumsal kaynak planlamasını yaptıktan sonra sahadaki ekiplerinizin otomasyonu gündeme geliyor. İş ortaklığıyla bağlantılar gündeme geliyor, müşterilerle daha sıkı işbirliği, kurumsal ya da bireysel müşterilerle daha sıkı işbirliği yapacağımız platformlar gündeme geliyor. İnfotech, Mobilera ve Prizma da bu tarafta bu ihtiyaçları tamamlıyor.

KoçSistem'in bu oluşumdaki yeri ne?

Barış Öztok: KoçSistem bütün bu yapı içerisinde, tüm teknoloji bileşenlerinin sağlanmasındaki çatı görevini

üstleniyor. Alt yapıların kurulması ve bunların üstünde, bu çözümlerin, bununla ilgili gerekli platformun sağlanması, alt yapının kurulması, bunun işletilmesi ve yönetilmesi olarak düşünün. Yani KoçSistem'in sağladığı hizmetler olmadan bu şirketler kendi başlarına bir yere kadar gelebiliyorlar. Bu kurulan sistemin kurulmasını ve yaşıtılmasını da KoçSistem sağlıyor. Tabi bunlar başka firmalardan parça parça alınarak da yapılabilir. Buradaki işbirliği ile biz, müşteriye anahtar teslim bilişim sektörü hizmet paketi sağlıyoruz. Sektörün ihtiyacı olan çözümü tüm alanlarda tek bir platformla onlara kuruyoruz.

Cihan Esassolak: Artık herkes çözüm arıyor. Yani bir yazılım ya da donanım, güvenlik, şudur budur değil. Bütünsellik, çözüm istiyor. Çünkü mağazasındaki kasasının onun müşteriye çıkışını falan; geriye döndüğünüz zaman, o malın teminine kadar giden o süreçteki tüm gelişimleri izlemek istiyor. Deposuna aldığı, deposuna giren çıkan, stok sayımı, varlığı-yokluğu, müşteriye ne sattığı. Adam yurtdışından mal ithal ediyor. Türkiye'nin içirisinden alıyor. Bunu hangi koşullarda nasıl yapıyor? Şimdi bunu kimin için alıyor; müşterisi için alıyor. Satabilecek mi? Ben bütün bunlara baktığım zaman; şimdi bu yazılımla mı yürüyor? Donanımla yürüyor; network ile yürüyor ve iş bilmekle yürüyor. İşte KoçSistem'in alan olarak girdiği yer bura-

sı. Bu firmalar kendi alanlarında uzmanlar fakat bu uzmanlıkların birleştirmesi gerekir.

Burada öncelikli olarak hedef kitleniz ne tür şirketler?

Barış Öztok: Türkiye'nin şirketlerini iki temel kategoriye ayırırsak, kurumsal büyük firmalar; bunlar Avrupa ölçeğine göre firmalar yani ilk büyük 500 şirket ve ikinci 500; daha sonra daha küçük şirketler geliyor; yani küçük ve orta boy ölçekli olanlar. Şimdi, Platform'un hedefleri arasında bu iki gruba da hizmet vermek var. Büyük şirketlerde parça parça verilen hizmetlerin tek bir proje halinde yapılmasını sağlayacak bir yaklaşım getiriyoruz. Dolayısıyla büyük şirketler doğal müşteri adayları. Platform'daki şirketlerin portföyünde, Türkiye'deki ilk 500 büyük firmanın 450'si zaten var. Ama bu işbirliğiyle birlikte, hizmetlerin son kullanıcıya kadar hızlanması söz konusu. Yani bu parçaları birleştirmek iki sene süreceğine, altı veya üç ayda bitecek. Temel yaklaşımlarından bir tanesi bu.

Otomotiv yan sanayiinde mesela. Binin üstünde firma var. Bunları adresleyen bir çözüm geliştiriyoruz. Perakende sektöründe 800 bin orta ve küçük boy işletme var; yani bakıldığında, küçük butiğinden, marketine kadar. Bunun belki de ilk yüzde 10'luk kısmını hedefliyoruz; yani içinde üç-dört tane veya en azından iki tane kasası olan, belirli iş hacmi olan. Lojistik sektöründe binin üstünde firma var. Bunun belki ortasında kalan 200-300 firmayı kastediyoruz

Anladığım kadarıyla buradaki hedef kitle ilk 500'e giren büyük sanayi kollarına iş yapan, yan sanayi firmaları...

Cihan Esassolak: Kesin-



Barış Öztok

“

Bizde 560 civarında çalışan var. Çalışan sayısı, diğer firmaların toplamıyla bine çıkıyor. Yani, yarısını KoçSistem çalışanları oluşturuyor. Ama diğer firma çalışanlarıyla oluşan bu bin kişi de kendi konularında uzman diye düşünürseniz çok büyük bir rakam, sektörde olmayan bir rakam. Yani uluslararası pazarda çok ciddi değer ifade eden bir rakam. Bin kişilik bir teknoloji grubu. Uyumlu çalışan, birbirini tamamlayan, birbirinin eksikliklerini kapatan, yani insan kaynakları açısından da yaratılan bir sinerji.

”

likle. Büyük şirketler, uluslararası rekabet işte Avrupa Birliği ihracatının artması baskısı yani içerdeki rekabetin yurtdışına taşınması, artık onların iş ortaklarının da verimliliğini sorgular hale getirdi. Yani sizin kendi işletmenizin sınırları içerisinde verimlilik sağlamanız, dışarda rekabet etmenize yetmiyor. İş ortaklarınızın da sizin gibi rekabetçi olması gerekiyor. Rekabeti de şu anda teknoloji ile sağlayabiliyorsunuz. Yani bunun içinde lojistiği var, satın alması var, üretimi var. Bütün bunları sağlayabilmek için de en büyük yaptırıcı güç teknoloji, bilişim teknolojileri. Dolayısıyla o firmalardan yola çıkıp daha küçüklere doğru da gitmek gerekiyor; Türkiye'nin potansiyelini daha harekete geçirmek için. İşin ikinci boyutuna yani yurtiçinden yurtdışına bakarsak, teknolojik hizmet ihraç etmek istiyoruz.

Bu platformla teknoloji ihracatından nasıl bir sonuç hedefliyorsunuz?

Barış Öztok: Türkiye'nin bilişim teknolojilerine yapabileceği yatırım, ayılabileceği kaynak belli. Biz kaynakları kıt bir ülkeyiz. Ama bizim üretiminizin gidebileceği potansiyel pazarlar var. Bu şirketlerin hepsi bunu yapmış durumda. KoçSistem de yapmış durumda. Bizim "Platform 360" ile birlikte, bu yurtdışı faaliyetlerinde belli bir noktada kontrol etme şansımız oldu. ☞

“

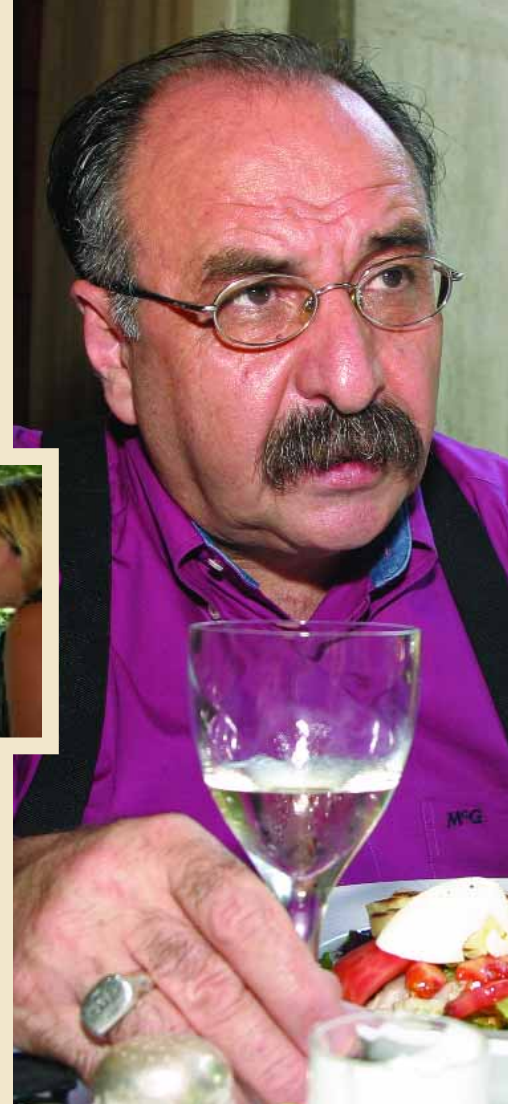
Bilişim ihracatı gelişmekte olan ülkeler için büyük bir fırsat. Mesela İrlanda, Avrupa Birliği içindeki en düşük gelir seviyesindeki bir ülke iken, bilgi teknolojilerini ihraç ederek kendi gelir düzeyini artırmış bir ülkedir. Bugün Hindistan milyar dolarlar düzeyinde bilişim ihracatı yapan bir ülke. İsrail aynı şekilde. Ve bunu başlatmak beyinsel sermayeyi gerektirir. Türkiye bunun için çok elverişli. Üniversite mezunu, iyi eğitim almış çok sayıda kalifiye insanımız var.

”



Cihan Esassolak

Çocuk edebiyatının şövalyesi



Çocuk edebiyatının ve dergiciliğinin duayenlerinden Yalvaç Ural, çocukların duygu ve düşüncelerini hiç hesapsız anlatmalarına bayılıyor. Polonya'nın "Şövalyelik Nişanı" verdiği Ural, minik okuyucularının "Son şiirin berbattı" türünden notlarla kendisine ilettikleri eleştirilerdeki samimiyete hayran

Çocuk edebiyatı ve çocuk dergileri konusunda Türkiye'nin pek çok ülkeyi geride bıraktığını öğrendiğimizde açıkçası biraz şaşırдық. Çocuk yazının da duayen bir isim olan Milliyet gazetesi yazarlarından, Miço Dergisi Yayın Yönetmeni ve yazar **Yalvaç Ural**'la bu konuyu ve "zamane çocuklarını", onların teknolojiyle, edebiyatla ilişkilerini mutlaka konuşmalıyız diye düşündük. Ne de olsa 75'i basılan 100 çocuk kitabının yazarı ile konuşuyoruz... Yakında TRT'de, Türk kültürüne damgasını vurmuş tarihi kişilikleri konu alan çizgi dizisi de başlayacak Yalvaç Ural'la Taksim Divan Lokantası'nda buluştuğumuzda bizim aklımızda onlarca soru; onunkinde yeni çizgi diziler, kitaplar vardı. Biz sorduk o anlattı; o anlattı biz dinledik.. Velhasıl İstanbul'un orta yerinde, Divan Lokantası'nın insanı şehrin karmaşasından

kurtaran konforunda tatlı tatlı sohbet ettik; dünya tatlısı bu "hoşsohbet ve şampiyon" edebiyatçıyla. Sakın bunun suya sabuna dokunmayan bir sohbet olduğunu sanmayın ama. Bugüne pek çok dile çevrilmiş 75 kitabı bulunan Yalvaç Ural edebiyat, çocuk ve pazarlama dünyası hakkında zehir zemberek açıklamalarda da bulundu...

100 çocuk kitabı

Milliyet Çocuk, çocuk dergiciliğinde bir tür efsaneydi. Siz Milliyet Çocuk'la ne zaman tanıştınız?

Milliyet Çocuk dergisiyle tanışınca dünya görüşüm tamamen değişti, 1978 yılıydı. O dönemden sonra yetişkin şiirleri yazmadım bir daha mesela. Haftalık bir dergiydi ve her hafta bir dünya klasığı yayınlıyorduk. Pek çok dünya klasığını ben de Milliyet Çocuk'un o zamanki okurları ile birlikte çizgi roman okuyarak öğrendim. O zaman

Milliyet Çocuk okuyan, şimdi çocukları olanlarla karşılaşıyorum. Milliyet Çocuk'la yetişmiş olan bugün 30-45 yaş arası bir çok insan, Türkiye'deki en bilinçli anne babalardır. Çocuk dergisinin, çocuğa okuma alışkanlığı kazandırmasındaki önemini bu anne babalar bilirler.

Dünya klasikleri sanki okuma listelerinden çıktı...

Evet, bugün çocuklar dünya klasiklerini okumasın gibi bir yaklaşım var. Artık bunlar bayatladı diye düşünenler var. Tamam, okumasın ama sen de sadece Harry Potter okutarak çocuğu öldürmeye çalışıyorsun.

Türkiye çocuk edebiyatında önde

Harry Potter'ın ne suçu var?

Yazarlar kitapları satılsın diye yazıyor. Bugün çocukları kuşatan ürünlerin yüzde 80'i yan ürünleri satmak için planlanmış ürün-



Yalvaç Ural Kimdir?

■ Yalvaç Ural 1945 yılında Konya'da doğdu. Anne ve babasının memuriyeti nedeniyle ilk öğrenimini yedi ayrı okulda tamamladı.

■ Televizyonlar için animasyon diziler yaptı. TRT için 62 bölümlük Evliya Çelebi'nin Gezi-leri "Az Gittik Uz Gittik", 27 bölümlük "Sihirli Pabuçlar", 26 bölümlük "Tekir Noktalama İşaretlerini Öğretiyor" TRT'de yayınlanan animasyon dizileri.

■ Yeni yayın dönemi içinse Türk kültüründe etkili 10 ismin yer alacağı animasyon dizi hazırlıyor. Senaryosunu yazdığı ve kendi sunduğu 32 bölümlük "Sarı Trampet" adlı bir dizi de geçtiğimiz dönemlerde Kanal D'de yayınlanmıştı.

■ Yalvaç Ural yurtdışı ve yurtiçinde pek çok ödül aldı. 1980 Milliyet Sanat Dergisi Oyun Yarışması Ödülü, 1983 Abdi İpekçi Dostluk ve Barış Ödülü Yarışması'nda "Şiir Başarı Ödülü" ve kendisinin en çok önemseydiği, Polonya Uluslararası Gülümseme Nişanı ve Şövalyelik Ödülü dışında daha pek çok ödül alan yazar, uluslararası platformlarda "Çocuk Edebiyatı ve Şiirinin Şampiyonu" olarak tanınıyor.

"Kütüphane kurmak için yatılı bölge okullarını gezmiştik. Bir mezraya kitap götürdük, Türkçeyi düzgün konuşamayan bir çocuk bize Harry Potter'ı sordu. Şimdi sen kendi kültürünü öğretmeden evrensel kültürün içine taşıyorsun. Tabanı boş, toplumuna yabancı insanlar çıkıyor ortaya"

şimdi eve kadar taşıdık. Üstelik de stres unsurlarıyla dolu bir oyunla çocuğunu ekran başında bırakıp, çocuğum bilgisayarla eğleniyor diye mutlu olan aileler var.

Ama çocuklar teknolojiye çok yakınlar, bunun sınırlarını olabir mi?

Anne, baba ve çocuk arasında bu kadar kuşak farkı hiç olmadı. Bilgisayarın düşmesini açamayan anne babanın sekiz yaşındaki çocuğu, internetten şarkılar, oyunlar indiriyor. Japonlar "başparmak kuşağı" diyorlar. Cep telefonuyla mesajlaşan, uzakta kumanda elinden düşmeyen velet sürüsü... Bilgi çağından yararlanamayıp da sadece teknoloji kullanan çocuk olurlarsa, konfeksiyonda çalışıp çok iyi dikiş makinesi kullanan kadınlara dönerler.

Çocukların okumasını şiddetle önereceğiniz kitaplar hangileri?

Önerdiğim tek şey sözlük. Karapınar İlkokulu'ndayken öğretmen bize birer tane sözlük verdi. Arkadaşım dedi ki "Burda konu yok, kahraman yok". Öğretmenimiz, "Bunu okuyacaksınız ki ne denli kıt akıllı kargalar olduğunuzu anlayacaksınız" diye cevap vermişti. "Bilmediğiniz sözcüklerin yanına nokta koyun" diye de tembihlemişti. Okuma bittiğinde sözlük baştan aşağı noktayla doluydu.

Çocuklarla yakın olmak sizi nasıl etkiliyor?

Tamamen, saf, dürüst bir hayatın içindeyim. Mesela çocuk yazdığım bir şiiri beğenmemişse, mail gönderiyor; "Son şiirin berbat olmuş, kafiyesi bile yok" diye. ☺

■ **Handan Bayındır**

ler olarak ortaya çıkıyor. Harry Potter, dünyanın en güzel yazılmış eseri olabilir. Önemli olan eserin dünya ve çocuk dünyasına ne amaçla sunulduğu. Çalı süpürgesi yapmışlar plastikten, üzerine Harry Potter yazmışlar; tuvalet ve bahçe süpürmeye yarayan süpürgeyi adam 250 milyon liraya satıyor. Kütüphane kurmak için yatılı bölge okullarını gezmiştik. Bir mezraya kitap götürdük, Türkçeyi düzgün konuşamayan bir çocuk bize Harry Potter'ı sordu. Şimdi sen kendi kültürünü öğretmeden evrensel kültürün içine taşıyorsun. Tabanı boş, toplumuna yabancı insanlar çıkıyor ortaya.

Dünyada çocuk edebiyatının durumu nedir?

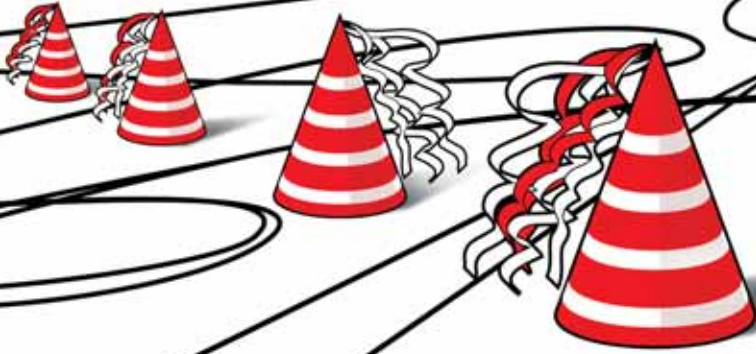
Çocuk kitabı dedikleri şeyler şiddet unsuru içeren kahramanlarla dolu. ABD'de bir tek dergi var, onun dışında çocuk edebiyatı içeren bir dergi yok. Sadece Tommiks'leri

çocuk kitabı olarak kabul ediyorlar. Avrupa'da da çocuk edebiyatı yoktur, çocuk kitapları vardır. Bol resimli, metnin önemli olmadığı görsel kitaplar... Halbuki Türkiye'ye baktığınızda, ben Türkiye'de çıkan tam 41 çocuk dergisinde görev yaptım. Bu kadar çocuk dergisine sahip çok az ülke var.

Peki bilgisayar meselesi ne olacak? Çocuklar bilgisayarın başından ayrılmıyor. Kitap okumuyorlar. Teknolojiye mi yeniliyor kitap?

Geçtiğimiz günlerde Çin'de bir çocuk, bilgisayarın karşısında kendisini geren bir oyun oynarken kaskatı kesildi ve kalbi durdu. Bunlar eskiden yoktu. Hatırlıyorum eskiden tilt salonları vardı Beyoğlu'nda.. Ben lise öğrencisiydim, 18 yaşında olmadığım için almazlardı beni oraya. Yaşı, boyu büyük olanlar girerlerdi. Böyle yasaklar vardı. Diyecğim şu ki, bu tür oyunları

FIAT





Fiat Panda Ateş yolunu kendi çizer.

- Dualogic akıllı vites (hem manuel hem otomatik) • 6 hava yastığı • ABS + EBD • ESP (Elektronik stabilite programı) • ASR (Patinaj önleme sistemi)
- MSR (Fren torku düzenleyici) • Hillholder • Otomatik klima + Polen filtresi • Park sensörü • Yol bilgisayarı • Elektrikli ön camlar • Skydome (Elektrikli cam tavan)
- Radyo-CD çalar, direksiyondan kumandalı müzik sistemi • Kızaklı, öne ve arkaya hareket edebilen ve asimetrik katlanabilen arka koltuklar

*Sevgi Gönül'ü
12 Eylül 2003'te kaybettik*



Sevgi Gönül'ü saygıyla anıyoruz

Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi Sevgi Gönül'ün aramızdan ayrılışının üzerinden iki yıl geçti. Hayatını kültüre ve sanata adayan Sevgi Gönül, 12 Eylül 2003'te hayata gözlerini yumdu. Sevgi ve saygıyla anıyoruz...

Koç Ailesi'nin, kendisini sanata ve kültüre adayan, değişim ve yeniliklerin, öğrenmenin önderliğini yapan **Sevgi Gönül**'ün aramızdan ayrıldığı 12 Eylül 2003'ten bu yana iki yıl geçti. Aslında Sevgi Gönül'ü en iyi anlatan cümleler onun kardeşlerinin kaleminden, kendisinin yazılarından oluşan kitapta yer aldı. Ölümünden kısa bir süre sonra yayınlanan **"Sevgi'nin Diviti"** adlı kitabın girişinde, ablası **Semahat Arsel** şöyle sesleniyordu kardeşine:

"Sevgi'ciğim, çocukluğundan beri bizlerden değışiktin. Daha otonom, daha cesurdun. Ben seni egzantrik, sen de beni fazla klasik bulurdun. Gene de çok iyi anlaşıyor, gönülden sevişirdik. Pırl pırl bir kişiliğin vardı. Her yönü ayrı parlayan prizmalara benzetirdim seni. İçin neyse dışın da oydu. Her güzelliğe, sanata, müziğe hevesin çocukluğundan beri mevcuttu. Elin becerikliydi. Kaliteye meraklıydın. Kaliteli insanlara bayılır, eşyanın en kalitelisini alır, kaliteli iş yapmaya çalışırdın. Yeniliklere daima açık, öğrenmeye araştırmaya meraklıydın. Nitekim, son nefesine kadar ömrün, öğrenmekle ve olayları incelemekle geçti..."

Annesi adına Vehbi Koç Vakfı Sadberk Hanım Müzesi'ni kuran, Sevgi Gönül, Geyre Vakfı'nın Aydın'da bulunan tarihi Afrodisias kentinin kazı çalışmaları için düzenlediği organizasyonlarla da kültür tarihimize izini bıraktı.

1993'te bir dönem ANAP'a üye oldu. Türk Nümanistik Der-

neği Başkanlığı, Beşiktaş Belediyesi Encümen Üyeliği görevlerini üstlendi.

16 Kasım 2001'de Koç Üniversitesi'nde Sevgi Gönül Oditoryumunu açtı. 2001'in Haziran ayından itibaren Hürriyet Gazetesi'nde "Sevgi'nin Diviti" başlıklı köşe yazılarına başladı... Bu yazıların sonucunda ise kendisinden iki ay önce hayata veda eden sevgili eşi **Erdoğan Gönül**'e sesleniyordu... "Dodo keşke hayatta olsaydı ve bu yazımı okuyabilseydi" başlıklı yazısında hem eşine, hem de yazılarına veda etti...

Kardeşi Sevgi Gönül için **Rahmi M. Koç'un** kaleme aldığı cümleler ise bu dolu hayatı özetliyordu:

"Ailemizin bazı geleneklerini sen değışime uğrattın. Partiye girdin, belediye meclisi üyesi oldun, gazetede yazı yazmaya başladın. O kadar güzel içini döküyor ve samimi yazıyordun ki, okurların her hafta yazını merakla ve heyecanla bekliyorlardı. Diğer taraftan sahl gününden itibaren, gelecek pazar neler yazacağının stresini yaşadığını biliyorum. Evvel Allah, mevzu bakımından hiç sıkıntı çekmedin..."

12 Eylül 2003'te henüz 65 yaşındayken kaybettiğimiz Sevgi Gönül'ün bugünü geleceğe taşıyacak olan koleksiyonu Vehbi Koç Vakfı Sadberk Hanım Müzesi'nde yaşıyor... Hayatını kültür ve sanata ayıran Sevgi Gönül'ü sevgi ve saygıyla anıyoruz... 

Tofaş Yüreğir Ana Bayii Mıcılar Otomotiv Yönetim Kurulu Başkanı Faruk Mıcı:

Tofaş ve Fiat güven ve sorumluluk getiriyor

Tofaş-Fiat Adana Yüreğir Ana Bayii Mıcılar Otomotiv Yönetim Kurulu Başkanı Faruk Mıcı, Tofaş ismi ve Fiat markasının yarattığı güven ve kalite imajının önemini vurguluyor. Tofaş-Fiat bayii olmanın sloganını şöyle özetliyor Mıcı: "Güven, hizmet, kalite, samimiyet ve dostluk."



Adana'nın Yüreğir ilçesinde Nisan'dan bu yana Tofaş ana bayii olarak hizmet veren Mıcılar Otomotiv Yönetim Kurulu Başkanı **Faruk Mıcı**, bölgede müşterilerle güvene dayalı, hizmetin ve dostluğun üzerine kurulu bir hizmet anlayışı geliştirdiklerini vurguluyor. Mıcı'ya göre, bölgede sektörün önde gelen isimlerinden biri olmalarının en önemli nedeni, Tofaş kalitesi ile Fiat markasının sağladığı o güven duygusu. Mıcı, "Türkiye'nin önde gelen otomotiv devi Tofaş-Fiat ailesinin bir ferdi olmanın getirdiği güç sanırım kelimelerle ifade edilemez" diyor.

Ne zamandır Tofaş bayisi olarak çalışıyorsunuz? Bayi olduğunuzdan bu yana şirketle ilişkilerinizde nasıl gelişmeler yaşadınız?

1993 yılı Mayıs ayında Tofaş Ana Bayii Tormak A.Ş.'nin yetkili satıcısı olarak Adana'nın Kadiri ilçesinde faaliyete başladık. Kadiri o yıllarda Adana iline bağ-

lıydı. 14 Nisan 2005 de, zaten bu ilişkinin gelmiş olduğu noktadır. Önceleri her ne kadar direkt bayi olmasak da yaptığımız başarılı çalışmaların Tofaş tarafından takdiri ile istikrarımız, performansımız, güvenirliliğimizin neticesinde bugün buradayız. Yani bir ana bayiye bağlı iken Nisan'dan bu yana Yüreğir'de ana bayi olarak hizmet veriyoruz.

Tofaş bayii olarak rakiplerinize göre hangi avantajlara sahipsiniz?

Burada en büyük avantajımız taşıdığımız Tofaş ismi ve sattığımız Fiat markası. En geniş ürün gamı, en uygun fiyat politikası, en cazip kredi imkânları, her an en iyi fiyatta takas olanağı, filo satışlarına uygulanan özel imkânlar, yaygın servis ağı ve satış sonrası hizmetimiz, rakiplerimizden olan başlıca farklılıklarımız.

Markamızın imajı da bu noktada çok önemli. Uzun garanti süreci ve ucuz servis maliyeti önemli etkenler. Dolayısı ile tüketici gözünde markamızı çok iyi bir konuma taşıyor. Satış aşamasında müşterilerimize karşılaştırmalı servis maliyetlerini, yedek parça ve işçilik ücretlerini, ek olarak da markamıza özel uzatılmış garanti hizmetimizi sunarak tüketicinin kafasında herhangi bir soru işareti bırakmıyoruz.

Çalışma ilkeleriniz ve prensipleriniz neler?

Koşulsuz ve sonsuz dürüstlük; müşteri memnuniyeti tek ilkimizdir. Bu doğrultuda müşterilerimiz bizimle uzun vadeli, dostluğa ve güvene dayalı bir ilişki içerisinde olduklarının bilincindedirler. Bunu başarmış olmak hem bana hem de ekibime huzur ve mutluluk sağlıyor.



Koç Topluluğu tüketiciye en yakın topluluk olma hedefini ön planda bulunduruyor. Bu anlamda bir Tofaş bayii olarak nasıl çalışmalar yapıyorsunuz?

Aynı zincirin, Koç Topluluğu'na bağlı Tofaş-Fiat ailesinin halkası olmamızdan dolayı, bulunduğumuz bölgede markamızı ve Topluluğumuzu en iyi şekilde temsil etmek, tüketiciye en kaliteli hizmeti sunabilmek, onların sorunlarına samimi şekilde yaklaşmak ve elimizden gelen en kısa sürede çözüme ulaştırmak, bize her zaman yakın olduklarını hissettirmek bu halkanın gerekliliğidir.

Tofaş ailesinden olmak nasıl bir duygu; nasıl bir güç getiriyor size?

Karşılıklı özgüven ve bizim markamızın arkasında durma sebebimiz, hangi duyguları hissettiğimizin açık bir belirtisidir. 40 yıllık ticari birikimin ve dürüstlükten ödün vermemiş ismimizin yanı sıra, Türkiye'nin önde gelen otomotiv devi Tofaş-Fiat ailesinin bir ferdi olmanın getirdiği güç, kelimelerle ifade edilemez.

Tofaş-Fiat'taki son gelişmeleri takip etmenin ve bayilerin birbirleriyle bağlantı içinde olmasının ne kadar önemli olduğunun altını çizen Faruk Mıcı, kocbayii.com'un bayilerle iletişim açısından önemini vurguluyor

Müşteri memnuniyeti ve satış konusunda nasıl bir strateji izliyorsunuz?

Zaten günümüzde, hizmet sektöründe mutlu müşteri demek iş demektir, satış demektir. Hizmeti iyi veren, güler yüz, samimiyet ve güveni sağlayan bir işletme iseniz artık düşünecek fazla bir şey yoktur demektir.

kocbayii.com sitesini kullanıyor musunuz? Nasıl buluyorsunuz?

Böyle bir sitenin oluşturulmasının hepimiz için çok faydalı olduğu kanaatindeyim. Tüm yeniliklerden haberdar olmak ve güncel haberlere ulaşmak için sıklıkla siteden yararlanıyorum. Ayrıca herkesin bu siteye üye olmalarını öneriyorum. 



Faruk Mıcı müşterileriyle uzun vadeli, dostluğa ve güvene dayalı bir ilişki kurduklarını, Tofaş isminin getirdiği sorumluluğa dikkat ettiklerini söylüyor.

5 bin metrekarelik bayi

Adana'daki iki ana bayiden biri olan Tofaş-Fiat Yüreğir Ana Bayii Mıcılar Otomotiv A.Ş., 5 bin metrekarelik bir alan üzerinde hizmet veriyor. Sıfır kilometre araç satışı dışında, ikinci el ve "rent a car" hizmeti de veren Mıcılar Otomotiv'de, showrom, yedek parça satış, servis ikinci el satış, kaporta-boya, sigorta bölümleri de bulunuyor.

Yıllık satış rakamı 1300 ile 1500 araç arasında olan Mıcılar Otomotiv bölgenin eski şirketlerinden biri. 1980'li yıllarda Lassa-Briston bayii olan Mıcılar Oto Yönetim Kurulu Başkanı Faruk Mıcı, 1993 yılında Tofaş bayii olarak hizmet vermeye başlamış. Bayi olarak alanını ve hizmetlerini büyüten Faruk Mıcı bu yıl Nisan ayında yeni tesisi ve hizmet verdiği bölümlerin kalitesiyle, ana bayii haline gelmiş. Tofaş'ın ana bayii olma kriterleri ise oldukça uzun: "Müşteri memnuniyeti seviyesi, satış performansı, güçlü sermaye, itibar, vizyon, kârlılık, yönetim anlayışı, etik ve ticari değerlere uyum, Tofaş prensiplerine uyum, ikinci jenerasyon ve bayiliğin sürdürülmesi. Tofaş, ana bayi olma kriteri arasında iyi bir "iş ortağı olma" maddesini de ön planda tutuyor.

Fiat Adana'nın gözdesi

Adana'da yılda yaklaşık 3 bin adet Fiat marka araç satılıyor. Tofaş-Fiat için Adana nüfus artış oranı ve gelir seviyesinin yüksek olması nedeniyle oldukça önemli bir satış noktası. Tofaş'tan alınan bilgiye göre, Adana'da satış oranı her yıl istikrarlı biçimde artıyor. Tofaş yetkilileri, Adana için "Pazar payımızın yüksek olduğu, Türkiye'deki kalelerimizden biri" tanımını yapıyor.

Adana'da Tofaş-Fiat'ın iki ana bayii var. Biri Seyhan İlçesi'nde Birmot Oto, diğeri de Yüreğir İlçesi'ndeki Mıcılar Otomotiv A.Ş.

Avrupa'nın en iyisi yine Ford Otosan'dan

Ford Otosan iki yıl üst üste Avrupa'da birincilik aldı...

Çanakkale Arslanlar Ford Plaza'dan Canan Ülker ile ikinci kez, Avrupa'nın En İyi Satış Temsilcisi Yarışması'nda birincilik Ford Otosan'a geldi...



Canan Ülker, Ford Avrupa Satış Pazarlama ve Satış Sonrası'ndan sorumlu Başkan Yardımcısı Geoff Polites (solda)'ten ödülü olan yeni Focus'un anahtarını, Ford Otosan Satış Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı Aykut Özüner ile (sağda) birlikte teslim alırken.

Ford'un Avrupa çapında düzenlediği En İyi Satış Temsilcisi Yarışması'nı bu yıl da Ford Otosan'dan bir isim kazandı. Çanakkale Arslanlar Ford Plaza'da çalışan **Canan Ülker** 21 Avrupa ülkesinin temsilcileri arasından sıyrılarak birinci oldu. 1978 doğumlu Canan Ülker, 2001 yılından bu yana Ford Otosan'da Satış Temsilcisi olarak çalışıyor. Ülker, yarışmanın hem Türkiye hem de Avrupa ayakları ile Ford Otosan'da çalışmanın ve Koç ailesinden olmanın ne anlama geldiğine ilişkin sorularımızı yanıtladı.

Ford Avrupa tarafından düzenlenen "En İyi Satış Temsilcisi" yarışmasında birinci oldunuz. Öncelikle bize yarışma süreci hakkında bilgi verebilir misiniz?

En İyi Satış Temsilcisi yarışması, iki aşamada gerçekleştirildi. İlk aşamada, yeni Ford Focus'un ürün özellikleriyle ilgili bir sınava tabi tutulduk ve bir sonraki aşamaya geçebilmek için yeterli puanı toplamaya çalıştık. Bu aşama sonunda, 21 satış danışmanı arasından üç satış danışmanı, ikinci aşamaya geçmeye hak kazandı. İkinci aşamada satış da-

nışmanlarının bayiye gelen bir müşteriye yeni Ford Focus'u nasıl tanıttığını bir araç başında canlandırmamızı istediler. Hepimiz, önceden hazırladığımız beş adımda araç sunumlarımızı jüri üyelerine sunduk.

Canan Ülker, 21 Avrupa ülkesinin katıldığı bu yarışmayı iki yıl üst üste Türkiye'nin kazanmasının bir rastlantı olmadığını düşündüğünü belirtiyor. Bu Ford Otosan'ın verdiği eğitimle başarıyor

Siz bu yarışmaya nasıl katıldınız?

Bu yıl ikincisi düzenlenen bu yarışmaya, yeni Focus ürün eğitimine katılan satış danışmanları arasında yapılan sınav sonrasında 100 üzerinden 85 ve da-

ha fazla puan alanlar katıldı. "2004 Gizli Müşteri Araştırması" sonuçları ve eğitim durumlarına göre belirlenen ilk 20 kişi arasına da girerek Türkiye elemelerine katılmaya hak kazandım.

Türkiye'den yarışmaya kaç kişi katıldı? Kriterler nelerdi?

Türkiye elemelerine 20 kişi katılmaya hak kazandı. Daha sonra o 20 kişi, Showrooma gelen müşterilere yeni Focus'u nasıl tanıttıklarını jüriye beş adımda sundu. Her katılımcı, yeni Ford Focus'un beş temel özelliğini, müşteriye sunduğu fayda ile birlikte dört dakikayı geçmeyecek bir sunumla anlattı.

Yarışmanın Türkiye ayağında birinci olduktan sonra geçen sürede neler yaşadınız? Finale nasıl hazırlandınız?

Açıkçası çok heyecanlandım. Çünkü beni çok zor bir görev bekliyordu. Türkiye'yi temsil edecektim. Üstelik geçen sene Almanya'da yapılan yarışmayı da

Türkiye'den katılan **Derya Altınyurt** kazandığı için kendimi çok şanslı hissetmiyordum. İkinci kez Türkiye'nin seçilmeyeceğini düşünüyordum. Ford Otosan Eğitim ve Pazarlama Departmanı'nın destekleri ve yönlendirmeleriyle iyi hazırlandım. Amacım eleme usulü ile yapılacak olan yazılı sınavdan sunuma, yani finale kalmaktı.

İstanbul'da yapılan finalde neler yaşandı? Sizden bu süreci de dinleyebilir miyiz?

UEFA Şampiyonlar Ligi final maçı İstanbul'da oynandığı için yarışma da İstanbul'da yapıldı. 21 Avrupa ülkesinin temsilcileri Otokoç İstinye'de öncelikle eleme usulüyle yazılı sınava alındı. Sınavda yeni Focus'un özellikleri ve rakipleriyle farklarını içeren sorular soruldu. Her aşamada elenen ülkeler oldu. Belçika, İsveç ve Türkiye finale kaldı. Sonra üç ülkenin satış danışmanları olarak yeni Focus'un beş adımda sunumunu yaptık. Jüri üyeleri değerlendirdi ve biz ikinci kez birinciliğin ülkemizde kalmasını sağladık.

Birinci olduğunuzu öğrendiğinizde neler hissettiniz? Duygularınızı bizimle paylaşır mısınız?

Çok mutlu oldum tabii ki. Geçen sene de Türkiye'nin kazandığı ve bu yıl yarışmanın da Türkiye'de yapılması ve ikinci kez yarışmayı bizim kazanmamız çok onur verici bir duygu.

İyi bir satış danışmanı olmanın ve bu sektörde satış yapmanın sırrı nedir?

Ürün özelliklerini iyi bilmek gerekiyor. Çünkü sattığınız ürünün özelliklerini, rakiplerine göre artılarını biliyorsanız ürününüze güvenirsiniz. Ürününüze öncelikle siz güvenmelisiniz ve inanalısınız ki onu iyi sunabilesiniz. Müşterinizin beklentilerine ve ihtiyaçlarına cevap verecek özellikleri, ona sağlayacağı faydayı ön plana çıkararak araç sunumu yapmak sizi satışa bir adım yaklaştırıyor. Showrooma gelen ya da ziyaretine gittiğiniz müşterilerinize ilk günkü heyecanınızı kaybetmeden pozitif bir tutum içerisinde hitap etmek çok önemli.

Kısacası doğru tutum sergilenmeli. Yüksek meblağlarda ödeme yapacak olan müşteriniz sizden ilgi, bilgi, gü-



ven ve kaliteli hizmet bekliyor. Müşteriniz sizi satıcı olarak değil danışmanı olarak görmeli ki beklentilerini dile getirsin. O markaya olan güveni nedeniyle aracın fiyatı rakiplerine göre yüksek de olsa belli bir değer için verdiğini bilecektir. Satış aşamasının ardından, satış sonrası hizmetlerinizle de yanınızda olduğunuzu bilmelidir. İlk te-

FORD OTOSAN

Bu yıl ikincisi düzenlenen yarışmanın Türkiye ayağına, yapılan sınav sonrasında 100 üzerinden 85 ve daha fazla puan alan kişiler arasından, 2004 Gizli Müşteri Araştırma sonuçları ve eğitim durumlarına göre belirlenen ilk 20 kişi katıldı

maştan başlayıp satış sonrasında da devam etmesi gereken güler yüz, bilgi ve ilgi çok önemli.

Müşterinizi iyi tanıdınız, onun için en uygun aracı önerdiniz, test sürüşünü gerçekleştirdiniz müşteriniz size hayır cevabı veriyorsa; ben hayır cevabının

nedenine bakmaya çalışıyorum. Onun için yapabileceğim bir şeyin olup olmadığını soruyorum eğer düşünmek istiyorsa belli bir süre sonra tekrar arayarak yeni öneriler getiriyorum. Kendisi almasa da gösterdiğiniz ilgiden ve yaklaşımdan kendisini borçlu hissettiği için çevresine öneriyor ve size yeni müşteriler getiriyor.

Bu konuda eğitim aldınız mı? Katıldığınız kurslar ya da seminerler var mı?

İletişim ve beden dili, psikoloji, satış teknikleri ile ilgili kitaplar okuyorum. Ford Otosan'da "Satış Okulu" adı altında ürün eğitimi, potansiyel müşteri geliştirme ve satış teknikleriyle ilgili eğitim aldım. Güncel otomobil dergilerini takip ediyorum.

Ford bayii çalışanı, dolayısıyla Koç Topluluğu'nun bir üyesi olmak nasıl bir duygu?

Onur verici bir duygu; ve 21 Avrupa ülkesinin katıldığı bu yarışmayı iki yıl üst üste Türkiye'nin kazanmasının bir rastlantı olmadığını düşünüyorum. Ford Otosan'ın her alanda çalışanların eğitimine kendilerini geliştirmesine önem verdiği ortada. Özellikle Ford Otosan Pazarlama ve Eğitim Departmanı olmak üzere yarışmaya hazırlanmamda emeği geçen bayim Arslanlar Otomotiv Genel Müdürü **İlyas Arslan**'a ve Satış Müdürü **Aydın Uygun**'a teşekkürlerimi bir borç bilirim. 🙏



KoçAilem üyeleri ralli heyecanı yaşadı

iletişim

Koç Topluluğu şirketlerinin bütün çalışanlarının katılabildiği KoçAilem Programı çerçevesinde gerçekleştirilen hediye çekilişinde, “Fiat ve Volkan Işık ile Ralliye İlk Adım” eğitimi kazanan Topluluk çalışanları, rallinin heyecan ve hız dünyasını tattı, yeni bir deneyimin heyecanını yaşadı

KoçAilem Programı çerçevesinde hediye çekilişinde kazanan 30 kişiden 17’si 22-24 Temmuz’da İzmit Körfez Pisti’nde “Fiat ve Volkan Işık’la Ralliye İlk Adım” eğitimine katıldı. Talihlilerden bazıları, Fiat Motorsporları Takımı’nın Pilotu **Volkan Işık**’dan ders almanın mutluluğunu yaşarken, bazıları da “Ders almaya devam” diyenler arasına katıldı. Topluluk çalışanlarını bir araya getirerek farklı deneyimler yaşatan KoçAilem Programı’nın çok yararlı olduğu konusunda hemfikir olan çalışanların, Ralli eğitimiyle ilgili düşünceleri ise şöyle:

Can Atacan

DemirDöküm Bursa/Mali İşler

KoçAilem çekilişinde birçok hediye arasında ralli eğitimi kazanmak, oto-

mobilleri çok sevdiğim için aslında isabet oldu. Ben çok uzun yıllardır araba kullanıyorum ama bu eğitimden sonra “hiç kullanmıyordum” dedim. Bu nedenle çok faydalı olduğunu düşünüyorum. Otomobile yüzde 100 hâkim olabileceğimi gördüm. Volkan Işık’ı yıllardır takip ediyorum; eğitimi ondan olmak da ayrı bir mutluluk oldu benim için. Dersler yorucu olmasına rağmen çok keyifli geçti. Çok mutlu ve memnun dönüyorum. Bu ilk adım eğitiminin ardından ikinci, üçüncü adım eğitimlerin verileceğini öğrendim. Bu eğitimlere ilk başvuracak olanlardan biri ben olacağım çünkü tadı damağımda kaldı diyebilirim. KoçAilem çok fayda-



lı. Bütün Koç çalışanlarının Koç ürünlerini alırken böyle küçük hediyelere sahip olması, Topluluğa bağlılığın artması açısından yararlı.

Nesrin Şahin

Koçbank İstanbul/Hukuk İşleri-Avukat

Bu hediye bana çıkması gerçekten büyük isabet oldu. Çok istiyordum ve devam etmeyi düşünüyorum. Bu eğitimi almadan asla öğrenemeyeceğimiz şeyleri öğrendik. Profesyonellerden eğitim almak da çok zevkliydi. İkinci gün aldığımız pratik eğitim çok keyifliydi. Ben dokuz yıldır araba kullanıyorum. Yanlış alışkanlıklarım olduğunu gördüm. Eğitim sırasında, eğitmenler





Volkan Işık

sayesinde bunları değiştirmeye başladım. Normal hayatımda da çok hızlı araba kullanırım. Ufak tefek çok da kaza yaptım ama artık daha bilinçli bir kullanıcı olacağımı düşünüyorum. Ayrıca ben eğitimlere devam etmeyi ve co-pilot olmayı düşünüyorum. Hayatımda çok farklı bir pencere açıldığını söyleyebilirim. Organizasyonu düzenleyenlere çok teşekkür ederim. KoçAilem'in de geç kalınmış bir proje olduğunu düşünüyorum. Ama güzel bir başlangıç. Çünkü Topluluk içinde çok sayıda şirket ve binlerce personel var. Bu güzel projeye bütün Koç çalışanları, bütün şirketlerden avantajlar kazanıyor.

Bayram Ali Asrak

Otokar/Sakarya

KoçAilem çekilişi sayesinde bu eğitimi almak çok güzel. Eğitimler çok zevkli geçti. Burada doğru araba kullanmayı öğrendik. Bazı teknikler öğrendik. Volkan Işık'tan eğitim almak çok güzel. Onun kullandığı otomobile bindim. Tek kelimeyle müthişti.



Ali Cihan Tiranova

Arçelik/Çayırova

Hediye listesine baktığımda, aralarında en çok kazanmak istediğim hediye bu eğitimdi. Kendimi ayrıca şanslı hissediyorum. Eğitimler gayet iyiydi, sürüş teknikleri oldukça bilinçlendirici. 1990 yılından beri otomobil kullanıyorum. Bilmediğim, yanlış yaptığım şeyler olduğunu gördüm. Bundan sonra araba kullanırken bu öğrendiklerimi mutlaka uygulayacağım. Volkan Işık'ı da televizyonlardan takip ediyordum. Daha önce tanışma fırsatım olmamıştı. Kendisinden ders almak da çok heyecan vericiydi. KoçAilem projesi de çalışanlara sağladığı avantajlar açısından çok önemli ve geç bile kalındığını düşünüyorum. 15 yıldır Arçelik'te çalışıyorum. Geç de olsa projenin başlamış olması güzel.



Oral Akaylar

Ford Otosan / İzmit

Koç Topluluğu'nun KoçAilem projesi aracılığı ile "Volkan Işık ile Ralliye İlk Adım Eğitimi"ni kazanmış olmak beni çok sevindirdi. Gözüm bu hediye kalmıştı. Ford fabrikasının düzenlemiş olduğu bir eğitim vardı. Gidememiş, çok kıskanmışım. Atmosfer çok iyi, çok keyifli. Teorik eğitimler çok bilgilendiriciydi. Çok fazla test yapma fırsatı



tı bulduk ve gerçek bir ralli yaşamak çok heyecan verici. Volkan Işık'la birlikte yaptığımız sürüş çok keyifliydi. Motor sporlarından da çok hoşlanıyorum. Benim için çok güzel bir hafta sonu oldu. Eğitimlere devam etmek istiyorum. KoçAilem'e çok teşekkür ediyorum. Bu tür sosyal aktivitelerin devamını diliyorum.

Recep Tomak

Migros / İstanbul

18 yıldır Migros'ta çalışıyorum. F1 meraklısı olarak bu eğitime katılmış olmaktan dolayı çok mutluyum. Volkan Işık'ı daha önce rallilerden tanıyordum. Aynı otomobilde bulunmak çok güzel bir duyguydu. Hediyesi kazandığımı öğrenince havaya zıpladım. Değişik hediyeler vardı ama benim gözüm bu hediyeyleydi. Çok güzel bir hafta sonu geçirdim. Uzun yıllardır araba kullanıyorum ama birçok eksikimin olduğunu öğrendim. Öğrendiklerimi kesinlikle uygulayacağım. Co-pilot olmak için de müracaatta bulunacağım.



Sinan Salıcı

Aygaz/Adana

KoçAilem çekilişi ile buradayım. Koç şirketlerinin bu aileye sahip çıkması çok güzel. Aslında böyle bir şey hep vardı ama ismi yoktu. Şimdi her sektör çalışanlara bir ayrıcalık sunuyor. Personel olarak bu bizi mutlu ediyor. Bu çekilişin şanslılarından biri de ben oldum. Bu hediye nin bana çıkmasına çok sevindim. Otomobil sporlarına ilgin var. Kendi kendime kullanmaya çalışıyordum ama bilmediğim bir sürü teknik var. Bundan sonra dışarıda çok daha sağlıklı araç kullanacağımı düşünüyorum. Ben satış ekibinde çalıştığım için de günün büyük bir kısmı sahadayım. Benim için bu yönüyle de çok önemli bir eğitim oldu. Böyle bir organizasyona Adana'dan gelip katılmak normal şartlarda çok zor. Bu anlamda da bir fırsat oldu. Değerlendirmiş olmaktan çok mutluyum. 🏁



Türk Sineması
enerjisini O'ndan alıyor:

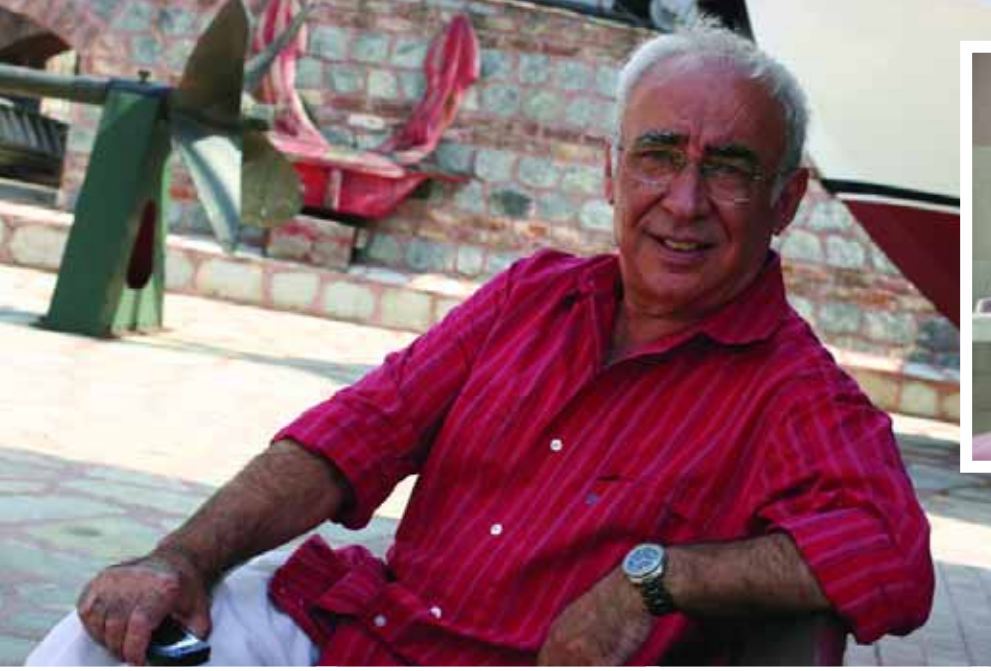
Şener Şen

Bazı insanlar vardır, sadece isimleri bile çok şey anlatır. Bazı oyuncular vardır kimliğine büründüğü karakterlerle bütünleşip akıllara kazınır. Hem isimleri hem de canlandığı karakterlerle hafızalarda yer edinenler ise parmakla sayılacak kadar azdır. İşte bu tartışılmaz isimlerden biri olan Şener Şen, şimdilerde Aygaz'ın enerjisini yansıtan reklamlarla evlerimize konuk oluyor

Bu sayımızda, Türk insanının sevgi ve saygısını kazanan, mütevazı kişiliği ile öne çıkan, adı yaptığı işlerle anılan usta oyuncu **Şener Şen** ile hayata ve sinemaya dair keyifli bir söyleşi yaptık. Bir süredir Aygaz'ın reklam filminde duvarlardan geçebilen, bir anda ortadan kaybolup başka bir yerde ortaya çıkabilen ve Aygaz'ın enerjisini yansıtan görünmez bir karakter olarak televizyon ekranından bizlere merhaba diyen Şener Şen, yer aldığı çalışmalardan söz ederken mütevazılığı elden bırakmıyor. "Filmlerimi seyrettiren öncelikle senaryonun büyüüdür" diyen Şen, ekip ruhuna gönülden inanıyor ve kendi tabiriyle, sette, kendisini yönetme ne teslim ediyor.

Sizin filmlerinizi her defasında, daha önce hiç izlenmemiş gibi keyifle izleniyor. Bu işin tılsımını nerede? Siz de mi; yönetmenle aranızda kurulan dil birliğinde mi?

Benim inandığım birtakım kurallar var. Filmlerimi seyrettiren öncelikle senaryonun büyüüdür. O senaryoya uygun ki-



Son dönemde evlerimize Aygaz reklamlarıyla konuk olan Şener Şen, "Yönetmen sette tek hâkimdir, tek adamdır. Bu konuda ben de disiplinliyimdir, yönetmene teslim olurum." diyor.



şilerin bir araya gelmesi, iyi yönetmen, iyi oyuncular, iyi yapımcı. Bunlar çok önemli ama en çözölemeyen, en zor şey senaryo. Senaryo yolun başı. Bahsettiğiniz filmlerin çoğu Arzu Film kaynaklıdır. Arzu Film'e özgü, **Ertem Eğilmez**'den kaynaklanan, **Sadık Şendil**, **Yavuz Turgul**'dan kaynaklanan, yazı grubundan kaynaklanan bir sihir var. Başka türlü açıklanamıyor. Bir sıcaklık var bu senaryolarda. Halkın ortalamasına iyi gelen bir anlatış biçimi var.

"Hababam Sınıfı", "Tosun Paşa" neredeyse herkesin en az üç kez izlediği filmlerdir. Ya da "Eşkıya"yı izleyip sizden etkilenmemiş olan bir kişi yoktur herhalde... "Gönül Yarası"ndaki öğretmenle belleklere yerleştiniz. Bu sevgi sizi nasıl etkiliyor, hayatınıza yön veriyor mu?

Yaptığımız, inandığımız şeylerin karşılık görmesi çok hoş, çok sevindirici. Emeklerin boşa gitmediğini gösterir. Bazı şeylere inanırsınız da sizden başka inanan olmaz, karşılık görmez. Sinema da öyle tuhaf bir şeydir. Bireysel bir sanat değildir. Birçok öğenin bir araya gelmesi ile



yapılan çok kolektif bir iştir. En önemli unsur seyircidir. Seyirciler tarafından da onaylanması gerekir. Bu bakımdan biz yaptığımız işlerin, yüzde olarak oranlar-sak çoğunluğundan mutluyuz. Bütün

bunların yaşamınızı anlamlandıran bir değeri tabii ki oluyor. Yaptığımız şeylerin boşa gitmediğini anlıyoruz.

Bütün Türkiye dizilere kilitlenmiş, onlarla yaşıyor gidiyoruz. Niçin Şener Şen'i bir dizide seyretemiyoruz? Üstelik, onca diziye rağmen "İkinci Bahar"ın tadı hâlâ damağımızdayken...

Sinemadaki seçicilik diziler için de geçerli. İyi bir proje, iyi bir senaryo bizi hareket ettirebilir ama şimdiye kadar öyle bir şey olmadı. Doğrusu dizilerin bu kadar yoğun olduğu bir dönemde, ki haki-katen bir dizi enflasyonu var, sistem gereği bazı diziler iki üç bölümden sonra yayından kaldırılıyor. Bu azıllık rekabet ortamında birbirleriyle mücadele ediyorlar. Tabii böyle bir ortamda rekabet kaçınılmaz ama böyle bir arenanın içine atlamak doğrusu bana çok hoş gelmiyor. Kanalların da belli bir politikası olmalı. Reyting denen o anlamadığımız şeyler etkili olmamalı, kaliteli güzel şeyler devam etmeli. "İkinci Bahar", hakikaten güzel bir çalışma oldu ve biz onu tadında, zamanında fazla uzatmadan bitirdik.

Şener Şen

Şener Şen, Aygaz Reklamı için “Dev bir buluşma” diyor... Usta oyuncuya göre, hem Koç Topluluğu, hem Aygaz, hem de Şener Şen açısından güçlü bir uyum var bu reklamlarda. Şener Şen, bir yıl boyunca sürece “enerji”yi vurgulayan Aygaz reklamlarında, izleyicileri çok daha hoş sürprizlerin beklediğini söylüyor...

zevklerimizin peşinden gidiyoruz. Bugüne kadar çok yanılmadık. Bize iyi gelen şeyler halka da genellikle iyi geliyor.

Yavuz Turgul’la çalışma nedenlerinizi açıklarken “Ekip ruhuna inanırım” diyorsunuz. Bu “Ekip ruhuna inanma” hali Şener Şen’in yeni yönetmenlere, senaristlere bakışını sınırlandırıyor mu? Tanımadığınız birinden gelen senaryoyu okur musunuz mesela?

Tabii ki okuyorum. Benim için sıralamada birinci olan senaryodur. Beni heyecanlandırıyorsa dikkat ederim. Tabii yönetmen de çok önemli. Çünkü ben işbirliğine, işbölümüne de çok inanırım. Yönetmen sette tek hâkimdir, tek adamdır. Bu nedenle bütün sanatsal tartışmaların ve her türlü yorumun önceden halledilmesi lazımdır. Bu konuda ben de disiplinliyimdir, yönetmene teslim olurum. Bu söz epeyce sorumluluk yüklü. Yönetmene de güvenmem lazım. Bir yemekte ya da karşılıklı bir araya gelişte de bu güven sağlanabilir. Ona inanmam lazım. Benim için önemli olan bu.

Sinemada senaryo titizliğinizin biliniyor. Reklam filmine bakılırsa aynı titizlik orada da devam ediyor. Aygaz reklamı için yaptığınız çalışmadan memnun kaldınız mı? Çekim öncesi, çekim sırası ve sonrası duygularınızı öğrenebilir miyiz?

Reklam filmi ile ilgili olarak iki dev buluştu diyebiliriz. Köklü bir kurumla kendi ilkeleriyle hareket eden bir oyuncunun birleşmesi oldu. Bence çok da hoş oldu. İşe yaklaşımdaki ciddiyet, işi önemseme, işe kendimizi verme konularında çok ortak noktamız oldu. Başarı tabii ki bizi çok ilgilendiriyor. Hoş bir birliktelik oldu; hem Koç, hem Aygaz grubu, hem de benim açımdan. En zor kısmı bu ilk filmle gerçekleştirmiş olduk. Bir yıl sürece olan bir kampanya. Daha hoş ve güzel şeyler olacak.

Koç ürünleriyle ilişkiniz bu filmle mi başladı, yoksa günlük hayatınızda Koç ürünlerinin zaten yeri var mı?

Türkiye’de yaşayıp da Koç ürünleri ile karşılaşmamak mümkün değil. Her köşe başında bir Koç bayii görüyorsunuz. Herkesin evinde, işinde mutlaka bu ürünlerden biri vardır. Tabii ki ben de Koç ürünlerini kullanıyorum. ☺☺

■ **Kadriye Çalışkan**

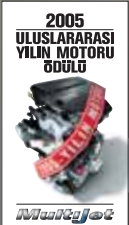
Çünkü önceden tespit etmiştik. Talep gelince kimse dayanamıyor ve iş uzuyor ve sihri kayboluyor.

Son filminiz “Gönül Yarası”na kadar aradan sekiz yıl geçti. Sekiz yıl boyunca neler yaptınız? Nereleri gördünüz, hangi sesleri dinlediniz, kimleri, neleri çok sevdiniz, nelerden nefret ettiniz, hangi yolculuktan sevinçle döndünüz ve sizi şaşırtan şeyler nelerdi?

Başkalarının yaptıklarını takip etmeye çalışıyorum ama aslanan benim ya da bizim ekibin ne yapmak istediği. Biz oraya odaklanmış durumdayız. Bizi mutlu eden projelerin peşinden gidiyoruz ama şu anda ortada somut bir şey yok. Başarı hepimizi ilgilendiriyor. Başarılı olayları takip etmeye çalışıyoruz. Seyirci ile kurulan iletişimi anlamaya çalışıyoruz. En bilinmeyen şey, sinemanın hâlâ bir sır oluşu. Aksi halde her filmde on ikiden vurulurdu. Dünyanın en büyük sektörlerinden biri sinema ama maalesef sırrı çözülmemiyor. O kadar filmin arasında, bakıyorsunuz dünyanın en iyi starları, birçok para harcanmış ve sonuçta yine ortada bir fiyasko var. Onun için başarıyla ilgili her şey bizi ilgilendiriyor. Ama kendi doğrularımızın, bildiklerimizin ve estetik

"Uyumlu bir beden
ve coşku dolu
bir kalp. Bu sadece
İtalyan olabilir."

Evet o gerçek bir İtalyan. Tüm özellikleriyle sıra dışı.
Fiat Idea, yeni Active ve Dynamic versiyonlarıyla, Dualogic otomatik vitesiyle ve sınıfında
"2005 Yılı'nın En İyi Motoru" seçilen Multijet dizel motoruyla şimdi daha kıskırtıcı.



Çağrı Merkezi: 444 22 55 www.fiat.com.tr

Fiat Idea

Kışkırtıcı Idea. İtalyan stili.

FIAT

Koç



Mimar Sinan'ın en pahalı imzası Kemerburgaz'da

Focus'la yola çıktığımızda rotamız bir sahil kasabasıydı. CNBC-e'nin tanınan yüzü Gülay Avşar, "Siz İstanbul'da suyun öyküsünü biliyor musunuz; peki ya Mimar Sinan'ın en pahalı eserini?" diye sordu ve rotayı belirledi: Kemerburgaz

Bu ay Ford ile yola çıkarken yanımızda **Gülay Avşar** vardı. CNBC-e televizyonu Programlar Koordinatörü ve "Piyasa Ekranı"nın beş yıldır editörlüğünü ve sunuculuğunu üstlenen Avşar, bu aydan itibaren kanalın "Son Baskı" programını devralıyor. Avşar'a yolculuk için pek çok öneri getiriyoruz. Hiçbirini beğenmiyor, "Kemerburgaz'daki su kemerleri var ya, onları Mimar Sinan yapmış. Hadi gidip onlara bakalım" diyor. Ford Focus'un rotasını Sarıyer'den Kemerburgaz'a doğru çevirdiğimizde Gülay Avşar, bize şimdiye kadar çok da farkında olmadığımız İstanbul'da suyun tarihini, su kemerlerinin hikayesini anlatıyor. Anlattık-

ları, bir şehri gezerken önceliğim tarihi eserleri değildir" diyen biri için bizi epey şaşırtıyor.

Kanuni Sultan Süleyman, İstanbul'un giderek artan su ihtiyacını karşılanması için **Mimar Sinan**'dan, Belgrat ormanlarının suyunun İstanbul'a taşınmasını istemiş. Mimar Sinan bu iş için altın dolu keseleri uc uca dizecek kadar çok para gerektiğini söylemiş. Kanuni'nin cevabı ise şöyle olmuş: "Mimarbaşı, eğer oradan su getirmek mümkünse ben keseleri uç uca değil yan yana dizeceğim." Gülay Avşar'ın buraya kadar anlattıkları bizi heyecanlandırıyor, "Sonra ne olmuş" diyor. Avşar, "Kemerburgaz'a gidince göri-

rüz artık ne olduğunu" diye yanıtıyor. İki taraflı ağaçlı yolda, kıvrıla kıvrıla gidiyoruz Ford Focus'la. Su kemerlerinin hikayesi biraz daha bekleyebilir ama hem yönetici, hem editör, hem sunucu, hem de iki yaşındaki **Burak** ile 10 yaşındaki **Ali**'nin annesi olan Gülay Avşar'a soracağımız pek çok soru var.

Sizin için tatil ne anlam taşıyor? Tatil tercihleriniz nereleri?

Buket Uzuner'in bir kitabı vardı, orada "şehir romantikliği" diye bir tanım yapmıştı. Bu tanım tam da bana göre. Şehir seven bir insanım. Doğanın içinde, sessiz, ısız bir yer hiç bana göre değil. Daha çok Av-

rupa'da, görebildiğim kadar yer görmeyi istiyorum, tercihlerim o yönde oluyor. Avrupa'da sokakta bir kafede oturup kahve içtiğimde çok dinlenmiş hissediyorum kendimi.

CNN Türk, Kanal E ve CNBC-e'de toplam 10 yıldır ekrandasınız. Bu zorlu kariyer yolculuğunda anne olmak cesur bir adım değil mi?

Çocuk da yaparım kariyer de (gülüyor). Hangisini daha iyi yaptım ya da her ikisini de biraz eksik mi götürüyorum? Bu, hemen her çalışan ve çocuk sahibi olan kadının kendini sorguladığı bir konu. Ama özetle, vicdan azabıyla birlikte yaşamaya alışıyorsunuz demek mümkün. Bunu dramatik bir ifadeyle söylemiş olmayayım tabii. Çocuklarınıza yeteri kadar zaman ayıramadığınızı biliyorsunuz. Dengeyi kurmaya çalışırken genelde iş hayatı ağır basıyor. Bunun aksini yapabileni takdir ediyorum. Ama bizim gibi biraz da sıfırdan başlayıp bir yerlere doğru hedef koyup gitmeye çalışanlar için daha çok çalışmak gerekiyor. Dolayısıyla çocuklarınız olgun birer çocuk oluyor, sizi anlıyorlar hatta teskin ediyorlar. Zirve için Davos'tayken oğlum ilk karnesini aldığı anda yanında değildim. Oğlum telefonla arayıp, "Kamemi sana hediye edebilir miyim, biraz önce seni televizyonda seyrettim ve seninle çok gurur duydum" demişti. Çocukların sizi anladığını bilmeniz bir parça rahatlatıyor tabii.

Ağır temposu nedeniyle televizyonu bırakmayı düşündünüz mü hiç?

TV farklı bir tutkudur. Sahne tozu yutmak denir ya, ben ona ekran tozu yutmak diyebilirim. Gerçi biz medyatik değiliz o kadar. Olmayı da istemem ama televizyona çıktınız mı hep çıkmayı istersiniz. İstemiyorum diyen yalan söyler.

Bir kadın ve televizyoncu olarak hayatın içinde organize olmak zor değil mi?

Haklısınız, o kadar yorucu ve zor ki... İşin asıl sizi yoran tarafı, devamlı yarım saat sonrasını planlıyor olmak. Benim işimin türü saniyelerle planlamayı gerektirdiği için özel hayatımı da öyle yaşamaya başladım. 7.00 kalkış, 7.30 büyük oğlanın okul servisi, 7.40 evden çıkış, 9.00 makyaj odasından çıkış gibi, dakika aksamadan gitmek zorunda gün. Hafta sonu bile benzeri programla yaşıyorum. Büyük oğlanı basket kursundan alacağız, küçük parka gide-



Kemberburgaz'ın "kemerleri"

Gülşay Avcı "Sonra anlatırım" dedi ama biz sizi bekletmeden anlatalım Kanuni'nin emri üzerine Mimar Sinan'ın neler yaptığını: Bu emirle, Mimar Sinan'ın hayatı boyunca yaptığı işler içinde maliyeti en yüksek olan Kırkçeşme Tesisleri ortaya çıkmış. Sinan, 55 bin 374 metre uzunluğundaki dev isale hattı üzerinde Uzunkemer, Mağlova Kemer, Güzelcekemer ve Paşakemer'i birbirine ekleyerek Belgrat ormanlarındaki suları 1562'de İstanbul'a ulaştırmış. Velhasıl, suyun öyküsünü öğrenmek için Kemberburgaz'a gitmeli... Kemberburgaz'da bugün görülebilecek su kemerleri ise şöyle: Manglava çayırında bulunan Mağlova Memeri, Eğri Kemer, Cebeciköy'ün 1.5 km doğusundaki Cebeciköy ya da Güzelce Kemer ve Uzunkemer.

cek, bir saat sonra yemek için eve dönecek.... Tatiller dahil bir tek gün bile saatsiz yaşamadım.

Kendinizi nasıl tanımlıyorsunuz?

Dinamik, heyecanlı, hareketli, telaşlı... Hayatı önemsiyorum ve olabildiğince çok şeyin farkına varmak istiyorum. Dünyadan gitmeden önce, yapmak isteyip de yapmadığım bir şey kalırsa, gözüm arkada kalır gibi geliyor. Neye yettiğimi ben de bilmiyorum. Hep telaşım var.

Alışverişle aranız nasıl?

Kendimi alışverişe düşkün bir insan olarak tarif etmişimdir hep. Fakat almak duygusunu değil, alışveriş keyfini seviyorum. İki arkadaşınızla sohbet edip, bir kafede oturup biraz da insanları gözlemlemek bence büyük keyif. Yaşamdan geriye gördüğünüz kareler kalıyor çünkü.

Satın almadan geçemediğiniz bir şey var mı?

Ayakkabıya hiç dayanamam. Servetim ayakkabı dolabımda yatıyor. Evdekilere, "Bir sabah kalkıp beni bulamazsanız ayakkabılarıma bakın, onları da aldıysam bilin ki dönmeyeceğim" diyorum.

Ev işleriyle aranız nasıl? Yemek yapar mısınız?

Ömrüm boyunca yapmadığım, denemeye bile kalkışmadığım tek şey yemek yapmak. Mutfakta geçirilen zaman bana çok gereksiz geliyor. Ama güzel yemeği severim. Sofra düzenini severim. Bu konudaki şansım, evdeki yardımcımın harika yemekler yapıyor olması.

Siz ütü yapmayı da bilmezsiniz...

Bakın onu biliyorum. Dağ gibi ütü yapmadım hiç ama, güzel gömlek ütülerim. ☺

■ Handan Bayındır



VKV Amerikan Hastanesi ile Theodora Vakfı'nın işbirliği bu ay birinci yılını doldurdu... Vakfın "palyaço doktorları" hasta çocuklara, hayatlarında eğlenceye, gülmeye, neşeye de yer olduğunu hatırlatıyor. Onların reçetesinde hep "bol bol kahkaha ve gülücük" var



Çocuklar en çok bu doktorları seviyor

Vehbi Koç Vakfı Amerikan Hastanesi'nin çocuk kliniğine doğru ilerliyoruz... Koridordaki yönlendirme levhaları dikkatimizi çekiyor önce. Rengarenk, komik figürlerle yazılmış "Çocuk Kliniği" yazılarını takip ediyoruz. Yol aldığımız koridorun sağ tarafı tamamen denizaltı figürleriyle bambaşka bir dünyaya sürüklüyor bizi. Sevimli denizatları, güleç yüzlü denizaneleri, şeker mi şeker balıklar... Koridor bittiğinde artık çocuk kliniğinin bekleme salonundayız. Burada da içinde oynayıp zıpladıkları iki sandal karşılıyor çocukları. Esas sürpriz, figürleriyle kendini bize gösteren denizaltı dünyasının

küçük ölçekte de olsa gerçeğini görmek oldu. İçinde çeşit çeşit balıkların bulunduğu akvaryum, belli ki çocukların ilgi alanı. Salonda miniklerin boylarına uygun masaların üzerindeki rengarenk oyuncakların yarattığı renk cümbüşünü ise anlatmak zor... Bu atmosferin içinde hasta değil tabii ama çocuk olmayı çok istedik.

Çocuk Hastalıkları Bölüm Direktörü Dr. **Pınar Dayanıklı** ile randevumuz var. Soruyoruz, ilerde solda, kedili odada diyorlar. Kedili oda? Evet ilerde solda, kapısında kocaman bir kedi figürü, içerde de hipopotam şeklindeki muayene masasının önünde bir doktor var. Dok-

tor Pınar, harikalar diyarının büyüsi içinde tek gerçek olarak karşımızda duruyor.

Perşembe günleri Amerikan Hastanesi'ndeler

Dr. Pınar Dayanıklı'dan çocuk kliniğinin bu yeni haliyle bir yıldır hizmette olduğunu öğreniyoruz. Geçen yıl haziran ayında dekorasyonu biten klinik, aynı dönemde Theodora Vakfı'na da birlikte çalışma teklifiyle gitmiş. 1998'den beri dört hastanede hasta çocukları ziyaret edip onları eğlendiren vakfın çalışanları, diğer bir deyişle "palyaço doktorlar" geçen yıldan bu yana



VKV Amerikan Çocuk Hastanesi Çocuk Hastalıkları Direktörü Pınar Dayanıklı (sol- alt) palyaço doktorların çocuklar üzerinde çok etkisi olduğunu söylüyor.



Theodora Vakfı

Theodora Vakfı 1993 yılında Jan ve Andre Poulie tarafından İsviçre'de kurulmuş. Türkiye'de 1998 yılından beri "palyaço doktor" projesiyle faaliyet gösteren vakfın amacı hastanelerde kısa veya uzun dönemli tedavi gören çocukların acılarını hafifletmek, onların eğlenmelerine ve gülmelerine yardımcı olmayı hedefliyor. "Palyaço doktor" programı hastanelere ücretsiz sunuluyor ve vakfın tek gelir kaynağını yardımsever vatandaşların bağışları oluşturuyor. (www.theodora.org)

her perşembe Amerikan Hastanesi'ni de ziyaret ediyorlar. Dr. Dayanıklı, palyaço doktorların çocuklar üzerinde çok önemli etkileri olduğunu belirtiyor: "Onlar daha koridora girer girmez, ağlayan, bağırarak çocuklar susuyor. Zaten çocuklar için en iyi ilaç, dikkatlerini dağıtmak. Theodora Vakfı çalışanları bu işi hakikaten çok iyi başarıyorlar." Dr.

Pınar Dayanıklı, özellikle kronik hastalıkları olan çocukların hastalıkları ve yaşamla ilgili endişelerinden ötürü çok mutsuz olduklarını belirterek, "Theodora Vakfı çalışanlarının ziyareti, onların hayatında eğlenceli bir pencere açıyor ve ağız dolusu kahkahalarla gülmelerini sağlıyor" diye özetliyor palyaço doktorların çocuklar üzerindeki etkisini. 🌸

Dr. Bebiş: "Ziyaretimizle kan değerleri bile yükseliyor. İnanılmaz."

Yasemin Osman 1998'den beri Theodora Vakfı için çalışıyor. Şehir Tiyatroları oyuncularından seçilen Osman, "Sesimizi duyar duymaz ağlayan çocuklar susuyor, bizim ziyaretimizle kan değerleri bile yükseliyor. Bu mucizevi bir şey" diye anlatıyor Dr. Bebiş olmayı. Peki, özellikle onkoloji hastalarında duygusal olarak zorlanıyorlar mı? "Hayır" diyor Dr. Bebiş, "Bu kostümleri giydiğinizde odaklandığınız tek şey o çocukların gülmükleri. Tabii, yaşadığımız duygusal travma için üç ayda bir terapi seanslarımız oluyor."

Dr. Pinky: "Çocuklar 'kahkaha reçetemizi' çok seviyorlar"

Yeşim Osman da sekiz yıldır Dr. Pinky olarak çocukları ziyaret ediyor. Anaokulu öğretmeniyken İngiltere'de Theodora Vakfı'nın çalışmalarına tanık olduğunda "Benim isim bu olmalı" diye düşünmüş ve Türkiye'ye döner dönmez vakfı için çalışmaya başlamış. Şu anda sekiz kişilik bir ekiple çalıştıklarını belirten Yeşim Osman, "Sayımız artsın ve daha çok hastanede daha çok çocuğa ulaşalım istiyoruz" diyor. Dr. Pinky yazdıkları "kahkaha reçetesi"nin bile çocuklar tarafından çok önemsendiğini söylüyor.

Berk Doğan: "Sıkılıyorum ama Dr. Bebiş'in geldiği günler hariç"

Berk 13 yaşında, 8'inci sınıfa geçmiş. Dersleri iyi, "Türkçe biraz zorluyor" sadece. Yüzme ve tenis seviyor. Şu sıralar oynamasa da futbol aşkı başka tabii... İki aydır düzenli aralıklarla Amerikan Hastanesi'ne geliyor. Kemoterapi tedavisi görüyor. "Sıkıldım artık" diyor Berk, "Ama Dr. Bebiş'in geldiği günler başka... O olunca sıkılmıyorum. Konuşmasını çok seviyorum. Her seferinde yeni oyunlar yapıyor. Perşembe, en sevdiğim gün". Berk'in annesi Nurhan Doğan da vakfın çalışmasını "Çok incelikli düşünülmüş" diye değerlendiriyor.

“Dikkatli Çocuk”lar için iki ödül birden...

Aygaz'ın başlattığı, “Dikkatli Çocuk Kazalara Karşı Bilinçlendirme Kampanyası”, Sabre Adwards'da “Endüstriyel Üretim” ve “Toplumu Bilinçlendirme” kategorilerinde iki ödüle birden layık görüldü

10 yılı aşkın süredir düzenlenen ve Amerika'nın en büyük halkla ilişkiler yarışması kabul edilen **Sabre Awards**, bu yıl ilk kez kapılarını Amerika dışında Asya ve Avrupalı iletişimcilere açtı. Koç Topluluğu şirketlerinden Aygaz'ın “Dikkatli Çocuk Kazalara Karşı Bilinçlendirme Kampanyası” ile “Endüstriyel Üretim” ve “Toplumu Bilinçlendirme” kategorilerinde yarıştığı yarışmada, her iki kategoride birden ödül aldı. Aygaz'ın ödül alan kampanyasını, ödül gecesinde yaşananları ve sosyal sorumluluk vizyonunu, Aygaz Kurumsal İletişim Yöneticisi **Beyza Tebbutt**'tan dinledik.

Öncelikle ödül ve ödül gecesine ilişkin duygu ve düşüncelerinizi öğrenebilir miyiz?

Bu yıl ilk kez Amerika dışında bir yerde, Paris'te yapılan Sabre Awards'ın ödül törenine Aygaz Kurumsal İletişim Sorumlusu ve kampanyamızın fikir anelerinden **Zülal Yalçın**, ben ve ajanlarımızın temsilcileri ile birlikte katıldık. Ödül alamayacaksa gitmeyelim diye düşünüp, kimlerin kazandığını ödül gecesine öncesinde öğrenmeye çalıştık ama çok ciddi bir organizasyon ve profesyonel bir yarışma olduğu için öğrenemedik. Ödül gecesine, önce “Endüstriyel Üretim” kategorisinin birincisi açıklandı. Her kategoride yapılan eleme sonucunda beş proje finale kalıyor. Aygaz da bu kategorideki finalistlerden biriydi. Birincilik ödülünü alan proje olarak Aygaz'ın adı okunduğunda yaşadığımız mutluluğu, sevinci ve heyecanı anlatamam. Zülal ağlamaya başladı. Hepimiz coşku içinde sahneye çıktık. Ödülümüzü iletişim sektörünün çok



Beyza Tebbutt (sağda) ve Zülal Yalçın Aygaz'ın “Dikkatli Çocuk Kazalara Karşı Bilinçlendirme Kampanyası” ile Sabre Awards'da iki ödül aldı.

önemli ve tanınmış bir ismi olan Holmes Group CEO'su **Paul Holmes**'un'un elinden aldık. Sıra “Toplumsal Bilinçlendirme” kategorisine geldiğinde herhangi bir beklenti içinde değildik. Elimizde bir ödül tutuyorduk. Bu kategoride de Aygaz'ın adı okununca sevincimiz görülmeye değerdi. Salondan da hayret ve tebrik sesleri yükseldi. Çok büyük bir coşkuyla ikinci ödülümüzü de aldık.

Yarışmada kaç proje yer alıyordu? Türkiye'den katılan başka proje var mıydı?

Toplam 500 projenin yarıştığı yarışmada tek Türk katılımcı Aygaz'dı. Kampanyamız, Unilever, P&G, Coca-Cola gibi çok büyük uluslararası firmaların kampanyaları ile yarıştı. İşin enteresan tarafı, 45 ayrı kategori arasında da bir yarışma yapıldı ve kategoriler arası birinci seçildi. “Platin Ödülü” denilen bu kategoride Aygaz beş finalist arasında

yer aldı. “Platin Ödülü”nde, finale kalan projeler en ince detayına kadar anlatıldı. Bu ödüle sahip olamadık ama projemizin tüm katılımcılar tarafından ilgiyle izlenmesi çok sevindiriciydi.

Ödül alan kampanyanız “Dikkatli Çocuk Kazalara Karşı Bilinçlendirme Kampanyası” 2002 yılından bu yana devam ediyor. Kampanyada geline en son nokta nedir?

Eğitim amaçlı projelerimizden olan “Dikkatli Çocuk” kampanyamız, gerçekten çok ciddi ve başarılı bir kampanya. Bu kadar uzun soluklu bir projeye Türkiye'de çok az rastlanıyor. Trafik, ilkyardım, yangın, deprem, ev ve okul kazaları konusunda çocuklara, özel eğitimcilerle ders veriyoruz. Bugüne kadar 69 ilde 310 bin çocuğa eğitim ve sertifika verildi. Çok detaylı ve titiz çalışıldı. Kampanyamız, Sabre Awards'tan önce de 2003 yılında IPRA'nın büyük ödülüne sahip oldu. 🌟



CRM'e açılan kapının anahtarı "Migros Club Kartınız var mı?"

koçcrm

Her Migros alışverişinizden önce sorulan bu soru, müşterimizi tanımaya, ihtiyaçlarını anlamaya ve kişiye özel avantajlar sunmaya yönelik atılan adımın başlangıcıdır

1 998'de lansmanı yapılan ve Türkiye'nin ilk sadakat programı olan Migros Club Kart, mevcut durumda **3.5 milyon aktif üyeye** hizmet veriyor. Migros ve Şok mağazalarında uygulanan kampanyaların çoğundan yararlanabilmek için Migros Club üyesi olmak gerekiyor. Bunun yanı sıra 2002'den bu yana müşterilerimiz için kişiye özel CRM çalışmaları sürdürülüyor. "**360° Müşteri Bakışı**" adı verilen kavram altında müşterinin sepetinden tüm ipuçlarını elde edip, bunları müşterimize özel avantaj sağlamakta kullanıyoruz. Bu kapsamda, müşterilerimizin başvuru formlarında beyan ettikleri iletişim ve demografik bilgilerine, satın aldıkları ürünlerine bakarak da satın alma davranışlarını inceleyebiliyoruz. Satın alma davranışlarından yola çıkarak müşterilerimizi farklı segmentlerde gruplandırıyoruz. 45 farklı segmentasyon modelinin kullanıldığı çalışmalarda, müşterilerimiz yaşam tarzı, yaşam evresi, yaptıkları harcamalar ve ziyaret ettikleri mağazaya göre gruplandırılıyor. Segmentasyon çalışmalarından sonra Migros CRM, gruplara özel pazarlama stratejilerini oluşturmaya başlıyor. Dört farklı pazarlama stratejisini esas olarak kabul eden Migros, sadık müşterilerinin sadakatini ve harcamasını artırmaya yönelik aktiviteler düzenlerken, Migros'u yeni müşterilerle tanıştırmaya yönelik işbirliklerine gidiyor. Öte yandan Migros'a gelmeyi bırakan müşterileri tekrar Migros'a davet etme yönünde adımlar atılmaktadır. Kampanyalar kişiye özel olduğça, kupon geri dönüşleri yükselmektedir. Örneğin belirli yaşam tarzına yönelik yapılan özel gönderilerde (diyet, gürme vb.) kupon geri dönüş oranı **yüzde 60'a** kadar yükselmektedir. Tüm



bu organizasyonlar, Migros'un farklı iletişim kanallarıyla müşterimize kişiye özel olarak duyuruluyor. Migros'a gelmeden önce eve postalama, Migros içerisinde mağaza kioskuları, Migros'tan çıkarken de Paro Podlar sayesinde kişiye özel avantajlar müşteriye

duyuruluyor. 2005 yılında **900 bin müşteriye** eve direkt postalama yapılması planlanıyor. SMS iletişim kanalı ile de çift yönlü kampanya ve uygulamalar gerçekleştiriliyor.

Sonbahar dönemi

Sonbahar döneminde okulların açılmasıyla birlikte yeni sezonun hazırlıkları başlatıldı. Bu dönemde **çocuklu 150 bin aileye** Migros'ta faydalanabilecekleri indirim kuponları gönderilecek. Ailelerin çocuklarının beslenme çantalarında yer verebilecekleri çeşitli ürünlerdeki indirim kuponları yanında, ailenin genel ihtiyaçlarına yönelik indirim kuponları da bulunacak. Bunun yanında her zarfın içerisinde Migros indirim çeki gönderilecek. Gönderilerde sadece Migros'un tedarikçileri yer almıyor. Koç CRM kapsamında Koç Topluluğu'nda yer alan diğer firmalar da çocuklu kitle içerisinde istedikleri hedef kitleye Eylül avantajları hakkında broşürler gönderiyor. Örneğin çocuklu aileye özel olarak bu dönemde, Rahmi M. Koç Müzesi ziyaretlerinde çocuklardan giriş ücreti alınmayacak. Migros aynı zamanda çeşitli tedarikçileriyle birlikte okul dönemine yönelik aktiviteler düzenliyor. Özellikle belirli bir tutar harcayan müşterilere kırtasiye ürün grubundan hediyeler veriliyor.

Ayrıca, geçen yıl büyük bir başarıyla yürütülen Migros 50. yıl kampanyası, bu yıl da gıda ürünlerinde yüzde 10 indirim ve gıda dışı ürünlerde yüzde 10 indirim ya da 12 taksit avantajlarıyla devam edecek. Son olarak da kırtasiye sezonu boyunca, KoçAilem Kart sahiplerine özel olarak 100 YTL ve üzerindeki kırtasiye alışverişlerinde tek sefere mahsus olmak üzere 20 YTL indirim yapılacak. 

Önerileriniz için: İdil Laslo / idil@paro.com.tr

Damdaki Mizahçı

Cihan Demirci
cihandemirci@yahoo.com

‘Wah Zawallı’ Türkçemiz

Kendi dilini konuşamayan insanların ülkesi haline geldik epeyce bir süredir. Özellikle ekranlardaki “Türkçe”nin hali içler acısı. Zamane ünlülerimiz madden çok zenginler ama iş Türkçeye gelince felaket dere-

cede fakir hepsi. Ben ülkemize gelen bazı yabancı turistlerin bizlerden daha iyi Türkçe konuştuğunu düşünüyorum artık. Şimdi sizler için ekranlardan topladığım Türkçe manzaralarına gelin şöyle bir göz atalım... Bakın bir futbolcumuz ekranda şöyle diyor: “Bu tip dolmuşlara gelmemek lazım.” Şu bizim kırk yıllık dolduruş ne zamandır dolmuş oldu da, haberimiz yok acaba?.. E, laf olsun ki, ekranlar dolsun!..

Ekranları saran abuk yarışmalardan birinin erkek yarışmacısı şöyle diyor: “Çekingelerim var...” Arkadaşımız “Çekince” demek istiyor aslında ama diyemiyor, neyse ki “çekirge” filan da demedi. Aynı erkek yarışmacı bir başka yerde de: “İlk kez bir evlenme teklifi alıyorum, üstelik bir bayandan” diyor... Bu cümleye bakarsanız sanki kendisi daha önce erkeklerden evlenme teklifi almış, hayır kendisi sadece daha önemli işlerle uğraşmaktan Türkçeye pek zaman bulamamış, hepsi bu!.. E, laf olsun ki, ekranlar dolsun!..

Ekranları saran vole’li bir programda bir şarkıcı için şöyle deniyor: “Acılı kahvesini içmeden güne başlamaz...” Kırk yıllık acı kahveyi de sonunda “Acılı” yapmışlar, tebrikler!.. Acılı olmayan bir kahvemiz kalmıştı zaten. Bunlar, Türkçeye acımayanlar, gördükleri her kelimeyi acılı hale getirip anında yamultuyor, bozuyor ve ekrandan bize sunuyorlar...

Sırada özel kanallarda sunucuların son dönemlerde sıkça kullandığı ve hepimizin diline giren bir cümle var: “Ben sana döncem...” Ne zaman ayrıldık da nereye dönüyorsun ca-

nım kardeşim?.. Sizler “döncem” diye diye dilimiz sonuçta dönüyor, ayağımıza dolaşıyor sadece...

Geçenlerde ekranlardaki bir şarkıcı yarışmasında jüri üyeliği yapan türkücümüz şöyle dedi: ‘O da benlikli konuşmasın!..’

Haydaaaa... “Benlikli” miii?.. Yoksa evlere şenlikli mii?.. Efendim kendileri “Benim hakkımda konuşmasın” diyecek demesine ama ah bir diyebilseeee...

Ekrandan kulağıma çalınan evlere şenlik bir cümle daha: “Sanatçımız sanatında beşinci yılını devirdi...” Canım sunucum, insan sanatındaki yılları neden devirsin ki?.. İnsan yılları devirirse, kazayla altında da kalabilir maazallah!..

Sansasyonel mankenlerimizden biri bakın ne diyor: “Bazı mankenler beni aletlerine emel etmeye çalışıyorlar!” Efendim eskiden emellere alet olunurdu. Ünlü olmaya gösterdikleri özeni dillerine gösteremeyenler sayesinde artık aletlere emel olunuyor anlaşılan...

Televizyon dizileriyle ünlenen bir erkek şarkıcımız bakın ne demiş: Bana kurulan komploların haddi var, hesabı yok!” Kırk yıllık, haddi yok, hesabı yok bakın ne hale gelmiş. Haddi varmış, eh bu durumda bakarsınız yakında hesabı da olur canım!

Bir hesap açarsınız olur biter!.. Şarkılarından çok, özel sorunlarıyla hep karşımıza çıkan bir şarkıcı bakın ne demiş: “Önemli olan hata yapmak değil hataları tekrarlamaktır çocuklar!..” Bu arkadaşın daha ne kadar çok hata yapacağı şimdiden belli, hata yaptıkça var oluyor belki de; kendisine bol hatalar diliyoruz... Bir futbol maçı öncesi kendisine mikrofon uzatılan futbolcumuz bakın ne diyor: “Kendi özeleştirimi yapan benim.” Ah be futbolcu kardeşim, özeleştiri dediğin şey zaten başkası tarafından yapılmaz ki, top peşinde koştururken gene Türkçe’den ofsayta düşmüşsün. Yerimiz biter ama bu örnekler bitmez, ne diyelim: “Wah zawallı” Türkçemiz wah!..





**Hayatınıza renk,
mutfağınıza
değer katar...**



**GÜVEÇ DERİN
TENCERE CAM KAPAKLI**



**GÜVEÇ KARNIYARIK
TENCERE CAM KAPAKLI**



ÇAYDANLIK



CHEF'S TAVA



SAKLAMA KABI 3 PRC SET

23 Form
62 farklı ürün
35 desen
9 renk
3 farklı kapak alternatifi

6 çok amaçlı kulp
ve tepe dizaynı
toplamda **2200**
birbirinden şık model



Güzelış Porselen San. Tic. A.Ş.

Uzunçarşı Havancı Sok. No:15/1 Mercan 34116 Eminönü - İstanbul/Türkiye

Tel: +90 212 528 37 02 (pbx) • Fax: +90 212 526 38 74 • www.guzelis.com

Ücretsiz Bilgi Hattı: 0800 211 50 07

FIAT

www.fiat.com.tr

Birmot avantajlarında öncelik sizin



STATÜ NEWTON 21

Fiat Palio 16.000 YTL'den başlayan fiyatlarla Birmot'ta.

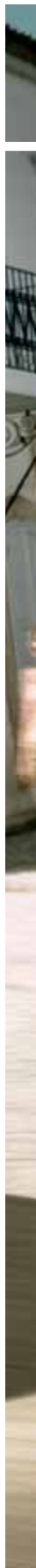
Kampanya Koç Topluluğu şirketlerinde çalışanlar ve onların birinci derece akrabaları (eş, çocuk, anne, baba, kardeş) için geçerlidir. Kampanya, satışın gerçekleştiği dönemde yürürlükte bulunan pazarlama programlarıyla birlikte uygulanabilir. Her personel 1 yıl içinde en fazla 2 araç için indirimden yararlanabilir. Belirtilen fiyat Ağustos ayı için geçerlidir, Eylül ayında fiyatlar değişebilir.

Birmot

www.birmot.com.tr

Birmot Hizmet Noktaları: İstanbul Beylikdüzü 212 852 07 00 • Zincirlikuyu 212 212 45 45 • Küçükyalı 216 489 57 03 • Ankara 312 385 42 42 • Polatlı 312 623 98 38 • Bursa 224 267 05 80 • İzmir 232 462 60 00 • Adana 322 441 11 11 • Osmaniye 328 812 39 39 • Antalya 242 340 22 00 (4hat) • Samsun 362 266 81 10 • Eskişehir 222 335 24 30 • Kütahya 274 224 21 20 - 224 19 19

Koç



SEKTÖREL
VİZYON

EYLÜL 2005

SAYI 330

Opet'in sponsor olduğu Ford Rallye Sport Turkey, şampiyonluk yolunda



Son derece çekişmeli geçen 32. Hitit Rallisi'nde, Ankaralı motorsporu tutkunları sezonun en hızlı yarısını izlediler. Yarışın birinci gününe ilk etapta elde ettiği best time ile başlayan ve günü lider olarak tamamlayan ve Opet'in sponsor olduğu Ford Rallye Sport Turkey'nin Focus WRC ile yarışan ekibi **Mehmet Besler-Afşin Baydar** ikilisi, ikinci gününe de aynı tempoyla başladı ve günün ilk etabında en iyi zamanı yaptı. İkinci etapta kısa bir an yol dışına çıkan ancak çok zaman kaybetmeden geri dönmeyi başaran Besler, kaybettiği 10 saniyeye yakın zamanla genel klasmanda rakibi **Serkan Yazıcı**'nın hemen ardında ikinci sıraya geriledi. Bu yarışa lider olarak başladığı Pilotlar Şampiyonasındaki pozisyonunu korumak amacıyla günün geri kalan etaplarında temposunu düşüren

Mehmet Besler, yarışı az farkla ikinci sıradada tamamladı.

Takımın diğer Ford Focus WRC pilotu **Nejat Avcı** ise, ilk gün genel klasman üçüncüsü olarak kapalı parka girmişti. İkinci günün startı ile başlayan yarış büyük çekişmeye sahne oldu. Son etap öncesi 4. sırada yer alan Nejat Avcı, yarışın son etabı olan Motta'da tecrübesi ve sergilediği yüksek performansla rakibinden 5.3 sn daha iyi bir etap derecesi yaparak, genel klasman 3.lüğünü kazandı. Tecrübeli pilot bu derece ile pilotlar şampiyonasında takım arkadaşı Mehmet Besler'in ardından ikinci sıradaki yerini korudu.

Hitit Rallisi'nde elde edilen genel klasman 2 ve 3'lüğü ile markalar şampiyonası için önemli puanlar elde edildiğini söyleyen Ford Rallye Spor Turkey Ta-

kım Direktörü **Serdar Bostancı** "Sezonun en hızlı ve en çekişmeli yarışı Hitit'de yaşandı. Pilotlarımızın toprak etaplarda iyi zamanlar çıkararak izleyenlere zevkli bir hafta sonu yaşattıklarını düşünüyorum. Ford Focus WRC'lerimiz zaten kendini kanıtlamış araçlarımızdı. Bunun yanında, Fiesta Super1600 ile yarışan **Yağız Avcı**'nın bu yarışta sergilediği performans da gerçekten hepimizi çok sevindirirken, son etapta yaşadığı lastik patlamasına üzüldük." dedi.

2006 yılında sezona yepyeni bir heyecan kazandıracak Fiesta Cup araçları Hitit Rallisi'nde "0" ve "00" olarak yer aldılar. Motorsporları tutkunları, toprak parkurda araçların sergilemiş olduğu performansla hayran kaldılar. Fiesta Cup kayıtlarında başvurular 30 Eylül 2005 tarihinde sona erecek.

—

—



Türk Traktör, Hidrojen Kongresi ve Fuarı'na katıldı

Türkiye'nin bugüne kadar yapılmış en büyük bilimsel organizasyonlarından biri olan IHEC'2005, geleceğin enerji sistemi, hidrojen enerjisi konusunda dünyanın önde gelen bilim adamlarını ve kuruluşlarını İstanbul'da bir araya getirdi. 13-15 Temmuz 2005 tarihleri arasında Uluslararası Hidrojen Enerjisi Teknolojileri Merkezi (UNIDO-ICHET) ve Hidrojen Enerji Forumu (HEF) tarafından düzenlenen Hidrojen Kongresi'ne Enerji Bakanı **Dr. Hilmi Güler** ve İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı **Kadir Topbaş** ev sahipliği yaptı. Üç gün içinde posterlerle birlikte 500'e yakın tebliğin sunulduğu kong-

rede, Temiz Enerjiler Fuarı da hidrojen enerjisiyle çalışan ve yakın gelecekte günlük hayatımıza girecek olan ürünlerin tanıtımına olanak verdi.

Ayrıca UNIDO Başkanı **Mr. Carlos Alfredo Magarinos**, Rusya'dan Teknoloji Bakanı **Prof. Dr. G.B. Afanasievich** ve Almanya Westphalia Eyaleti Enerji Bakanı **Dr. Axel Horstmann** da kongreye katılarak açılışta birer konuşma yaptı.

Kongre fuar alanında yer alan Türk Traktör standı, Enerji Bakanı Dr. Hilmi Güler, İstanbul Büyükşehir Başkanı Kadir Topbaş, Kongre Onursal Başkanı **Prof. Dr. Nejat Veziroğlu** ve birçok yerli/yabancı ka-



tılımcı tarafından ziyaret edildi. Kongre Onursal Başkanı Prof. Dr. T. Nejat Veziroğlu tarafından Türk Traktör ve Ziraat Makineleri A.Ş.'ye, gelece-

ğin enerjisi hidrojen için yapılan uluslararası bilgilendirme çalışmalarına sağladığı destek ve fuara katılımı nedeniyle ödül verildi.

Dandy de Iveco'yu tercih etti

Dünyanın önde gelen sakız üreticilerinden biri olan Dandy Sakız ve Şekerleme 10 adet Iveco Daily Van teslim edildi. 10 adet Daily Van 35 C 11'in teslimatı, düzenlenen bir törenle gerçekleşti. Falim, First ve Şipsevdi markaları ile Türkiye sakız pazarının yaklaşık yüzde ellisini elinde tutan Dandy, tercihini sınıfında sunulan en yüksek yükleme hacmine sahip Daily Van 35 C 11'den 15,6 metreküpten yana kullandı.

Daily Van'lar 3,5 ton azami yük ağırlığı, güçlü, dayanıklı şasisi ile otomobil konforunu birleştiren panelvanı, 105 beygir gücünde, yüksek performanslı Turbo Intercooler Motoru, ile sessiz ve konfor-



lu bir sürüş imkanı sağlıyor. Daily Van'lar 270 derece açılabilir arka kapıları, sınıfındaki en büyük ölçülere sahip geniş kayar kapısı ve en düşük dönüş çapı değerlerine sahip panelvan modelleri-

riyle firmaların taşımacılık ihtiyaçlarına uygun çözümler sunuyor. Otoşol Sanayi A.Ş., iç ve yurtdışı pazarları için Iveco'nun güncel modellerinin üretimini gerçekleştireyor. Yaptığı satışlarla hem

Iveco'nun global rekabet gücünü artıracak bir endüstriyel üs, hem de Koç Topluluğu'nun vizyonuna uygun global bir oyuncu olma hedefleri doğrultusunda adımlar atmaya devam ediyor.

Otoyol'dan Arifiye Belediyesi'ne ambulans

Otoyol, üretim tesislerinin bulunduğu Arifiye Belediyesi'ne tam teşekküllü bir ambulans hediye etti.

Arifiye Belediye Başkanı **Yusuf Çelebi**, Otoyol Genel Müdür Yardımcısı **Cevdet Özdoğan**, İnsan Kaynakları Müdürü **Seher Demirci**, İnsan Kaynakları Birim Yöneticisi **Osman Çelebi** ve İl Sağlık Şube Müdürü **Nurgül Doğru**'nun bir araya geldiği teslim töreninde, aracın anahtarları, Cevdet Özdoğan tarafından Belediye Başkanı Yusuf Çelebi'ye verildi. Burada bir konuşma

yapan Cevdet Özdoğan, "Bu beldeyi yuvamız olarak kabul ettik. Çalışanlarımızın birçoğu bu beldede yaşamaktadır. Belediyeye ambulans hediye etmekten gurur duyuyoruz" dedi. Belediye Başkanı Çelebi de verilen destekten dolayı Otoyol'a teşekkür etti.



Döktaş, bayileriyle İzmir'de buluştu

Döktaş, 25 Temmuz'da İzmir Crown Plaza'da bayileriyle bir araya geldi. Toplantıya katılan Oltaş Genel Müdürü **Cihat İlkbaşaran**, Döktaş Genel Müdürü **Yaylalı Günay**, Döktaş Genel Müdür Yardımcısı **Hakan Göral** ve Döktaş Jant Satış Müdürü **Turhan Akman** yaptıkları konuşma ve sunumlarla katılımcıları bilgilendirdi.

Mevcut "DJ" markasının yanı sıra, gerek modelleri gerekse de özel boya seçenekleri ile üst segmenti hedef alan "MAXX" markasının lansmanı da bu toplantıda yapıldı. Türkiye'nin en efektif ve seçkin

jant dağıtıcılarından oluşmuş davetli kitlesinin beğenisine sunulan yeni "MAXX" serisi jantlar, büyük ilgi ve beğeni topladı. Alışılmışın aksine "MAXX" serisi jantlar numaralar yerine, "Tiger", "Shark" gibi gücü temsil eden yırtıcı hayvan isimleri ile anılacak. Manisa'da kurulu Döktaş Alüminyum Döküm ve Jant Tesisleri'ni de gezen ve uygulanan teknoloji ve gösterilen yakın ilgi karşısında memnuniyetlerini ifade eden davetliler, aynı günün akşamında da İzmir Cumba Restaurant'da onurlarına verilen yemekte gönüllerince eğlendiler.

Türk Traktör'de yaz şenliği

Türk Traktör'ün geleneksel "Yaz Şenliği" her yıl olduğu gibi bu yıl da Temmuz ayının ilk haftasında yapıldı.

Fabrika bahçesinde yapılan ve yaklaşık 4 bin kişinin katıldığı şenlikte tüm personel, eşleri ve çocukları ile doyasıya eğlendi. Çeşitli yarışmaların düzenlendiği, müzik eşliğinde dansların edildiği şenlikte, çocuklar için eğlence alanları ve

sahne kuruldu. Tiyatro, animasyon, yüz boyama standları, cankurtaran köpekler ve pony atlar çocukların ilgi odağı olurken, tırmanma duvarı, canlı langırt, çekme basket, bungee run ve sumo da yetişkinlerin eğlencesi oldu. "Altın Mikrofon Ses Yarışması"nda Türk Traktör çalışanları arasında en güzel sesli personel-lere ödül verildi.



Garantidesin! Müşteri Destek Sistemi

Traktör sektörünün lider kuruluşu New Holland Trakmak, bir ilke daha imza atarak "Garantidesin!" adındaki "Müşteri Destek Sistemi"ni hayata geçirdi. Birinci sınıf müşteri memnuniyetine ulaşmak amacıyla Ağustos ayında başlatılan uygulama, traktörün satış bayisine teslimatı ile başlıyor, müşterinin satın almasından itibaren iki yıllık garanti süresince gerçekleştirilecek işlemleri ve Yakıt Güvence Sistemini kapsıyor. "Müşteri Destek Sistemi", çiftçiye New Holland Trakmak yetkili bayilerinden satın aldığı her New Holland markalı traktör için iki yıl boyunca ihtiyaç duyulacak belirli periyodik bakımlarda ücretsiz işçilik ve yakıt güvencesini kapsayan bir satış sonrası hizmet sunuyor.

DAYANIKLI TÜKETİM

“Yeni Bir Fikrim Var!”da geri sayım başladı



Arçelik'in, 50'nci kuruluş yılında üniversite öğrencileri arasında düzenlediği “Yeni Bir Fikrim Var!” adlı Yenilikçi Teknoloji ve Endüstriyel Tasarım Proje Yarışması'nda geri sayım başladı.

31 Mayıs 2005'te sona eren ön başvuru süresi sonunda yenilikçi teknoloji ve endüstriyel tasarım kategorilerinde toplam 620 proje için kayıt

yapıldı. Yarışmacılar, proje dosyalarını, 12 Ağustos 2005 tarihine kadar yarışma sekreterliğine gönderdi. Projeler, teknoloji ve endüstriyel tasarım alanlarında uzman akademisyenler ve uluslararası profesyoneller tarafından değerlendirilecek.

Yarışmaya katılan projeler ilk olarak detaylı bir ön eleme ile değerlendirilecek.

Ön elemeyi geçen proje sahipleri Kasım ayında İstanbul'da gerçekleştirilecek final değerlendirmesine davet edilecek. Finalistler; akademisyenler ve ulusla-

rarası profesyonellerden oluşan jüriye projelerini sunacak. Final değerlendirmesinin ardından, dereceye giren projelerin sahipleri düzenlenecek ödül töreni ile kamuoyuna açıklanacak.



Arçelik tarafından, TÜBİTAK işbirliği ile düzenlenen “Yeni Bir Fikrim Var” proje yarışması ile üniversite öğrencilerinin yaratıcı yönlerinin ortaya çıkarılarak, bilimsel araştırma yapmak için özendirilmeleri hedefleniyor. Yarışmaya katılacak projelerin görsel ve/veya teknolojik yenilik sunması, tüketicinin yaşam konforunu artırması, katma değer yaratması ve kullanım kolaylığının yanı sıra kaynak kullanımı konusunda ekonomik, çevreye duyarlı olması ve enerji tasarrufu sağlaması bekleniyor.

Belek'te “İki Dünya Markası” Beko ve Rixos

“Tatil Sanatı” konsepti ile Antalya Belek'te açılan ve konuklarına benzersiz bir hizmet sunmak için tasarlanan Türkiye'nin ilk 7 yıldızlı tesisi Rixos Premium, oda ve özel villalarında “Bir Dünya Markası” Beko'yu tercih etti.

Akpa tarafından gerçekleştirilen proje ile 933 adet Beko LCD ve 65 adet Beko 106 Plazma TV'nin yanı sıra, 36

adet özel villada Beko ankastre ürünler kullanıldı. Ayrıca Akpa tarafından ithal edilen güvenlik kasaları da odalarda yerini aldı.

En üst gelir düzeyindeki Avrupalı turistlere 7 yıldızlı hizmet sunan Rixos Premium Belek, Türkiye'de ilk olmasının yanı sıra dünyada da sayılı tesisler arasında yer alıyor.

Sunduğu süper lüks hizmet dünyada başka bir otelde olmayan Rixos Premium Belek, “Her Avrupalının evinde Koç markalı bir ürün” hedefi doğrultusunda faaliyetlerini yürüten Beko'nun teknolojisini konuklarıyla tanıştırdı.



Dünyada 250 milyon kişi Beko kullanıyor

Türkiye'nin “Dünya Markası” Beko, uluslararası alanda sahip olduğu gücünü rakamsal verilerle ortaya koymaya devam ediyor. Beko'nun üstün teknolojiye sahip ürünleri bugün dünya çapında 250 milyon kişi tarafından tercih ediliyor. Rekabetçi gücü, tüketici ihtiyaçlarına cevap veren ürünleri ve pazarlama stratejileri ile uluslararası alanda girdiği pazarlarda büyük başarı yakalayan Beko, “Dünya Markası” olmanın haklı gururunu taşıyor. Beko, yeni reklam filmi ile yurtdışı pazarlarda güçlü bir marka olduğunu bir kez daha vurguluyor. Bugünlerde yayınlanmakta olan Beko'nun yeni filmi, 2004 yılında yapılan ve markaya güçlü duygusal değerler kazandıran “Dünyada sadece bir marka, dünyanın 101 ülkesine 2 saniyede 1 ürün satıyor” konseptinin devamı olarak kurgulandı. “Dünyada 250 milyon kişi Beko markalı ürünleri tercih ediyor. Beko teknolojisi dünyaya yayılmaya devam ediyor” mesajının işlendiği yeni filmde, bir Türk ürününün dünya çapında satılmasının yarattığı gurur paylaşıyor.





Arçelik'te 50. Yıl

Arçelik'in 50. yıl kutlamaları kapsamında düzenlenen "Personel Konserleri"nin son durağı Eskişehir oldu. 13 bin Eskişehirlinin katıldığı konserde sahne alan sanatçılar **Candan Erçetin** ve **Songül Karlı** ile şovmen **Ercan Akışık**, izleyenlere coşku dolu saatler yaşattı.

Arçelik'in 50. kuruluş yılı kutlamaları kapsamında Temmuzda başlayan "Personel

Konserleri" Arçelik'e ait işletmelerin bulunduğu Bolu, Ankara, İstanbul ve Eskişehir'de gerçekleştirildi. Konserlerin sunuculuğunu ünlü şovmen Ercan Akışık üstlenirken, sahnede türkülerini izleyenleri coşturan Songül Karlı ve güçlü yorumuyla dinleyenleri büyüleyen Candan Erçetin yer aldı. Konserleri, Arçelik çalışanları ve aileleri ile birlikte toplam 27 bin kişi izledi.

İzocam bayileri Dubai ve Batı Amerika'da...

İzocam'ın başarılı bayileri için düzenlediği yurtdışı seyahatlerinden ilki, 27 Nisan-2 Mayıs 2005 tarihleri arasında "Dubai"; ikincisi ise 7-15 Mayıs 2005 tarihleri arasında "Batı Amerika" olarak gerçekleşti.

İzocam bayileri 27 Nisan-2 Mayıs tarihleri arasında gerçekleşen Dubai seyahatinde Dubai'nin modern, tarihi ve turistik yerlerini bir arada görme imkânı buldu. 7-15 Mayıs 2005 tarihleri arasında düzenlenen Batı Amerika seyahati ise Los Angeles, Las Vegas ve San Francisco şehirlerini kapsadı. Los Angeles şehir turunun ardından, dünyaca ünlü filmlerin çekildiği Universal Stüdyoları'nı gezen bayiler, Las Vegas ve San Francisco'da da keyifli ve eğlenceli vakit geçirdiler.



İzocam Mimari Yalıtım Detayları CD'si piyasada

Yalıtım sektörünün lideri İzocam, inşaat sektörüne hizmet eden mimarlara yalıtım detayı geliştirmeleri konusunda yol gösterecek Mimari Yalıtım Detayları CD'si hazırladı. CD'lerin dağıtımına da başlandı. İlk kez Dünyaya Mimarlık Kongresi'nde dağıtılan ve fuarın en çok ilgi gören ürünü olan Mimari Yalıtım Detayları CD'si, İngilizce ve Türkçe olarak hazırlanmış 96 adet detaydan oluşuyor. İçeriğinde çatı, duvar, döşeme, ara bölme, tesisat gibi yalıtım detaylarının haricinde Optimum, Terratherm-Manto, Everest, Vana Ceket gibi ürünlere yönelik özel detayların da yer aldığı

CD, halen bu alandaki tek güncel ürün olma özelliğini taşıyor.

Yalıtım sektörüne hizmet eden tüm profesyoneller, İzocam Mimari Yalıtım Detayları CD'sine, İzocam Bölge Müdürlükleri ve Büroları aracılığıyla ulaşabilecekler.



İzocam dünya mimarları ile bir arada

UIA Uluslararası Mimarlık Fuarı'na yalıtım sektörünün lideri İzocam da katıldı. 3-7 Temmuz tarihleri arasında düzenlenen fuarda yer alan İzocam, ürün ve hizmetlerini Türkiye'nin ve dünyanın önde gelen mimarlarına sunma imkânı buldu. Hilton Convention Center'ın giriş katında yer alan İzocam standında, ziyaretçilere şirketin tüm ürünlerinin detaylı olarak yer aldığı genel ürün klasörü dağıtıldı. Bu kez ayrıca standda, ilk kez İzocam Mimari Yalıtım Detayları CD'si dağıtıldı. İzocam genel ürün klasörü, gerek içeriği gerekse görüntüsü ile Mimarlık Fuarı'nda mimarlara yakışan bir ürün olarak ilgi topladı.



DAYANIKLI TÜKETİM

Terratherm-Manto rüzgârı esiyor

İzocam ve Weber Markem işbirliğinin dış cephe ısı yalıtımı konusunda sunduğu Terratherm-Manto sistemi, tanıtım toplantıları ve usta eğitimleriyle tüm Türkiye'yi dolaşmaya devam ediyor. Sıvalı Dış Cephe Isı Yalıtım Sistemi'nin faydalarının tüm profesyoneller tarafından bilinmesi ve bu sistemden tam verim alınabilmesi için doğru uygulamanın öğretilmesi konusunda faaliyetlerini sürdüren İzocam ve Weber Markem, 2005 yılı içerisinde Bursa, Denizli, Çorlu ve Kayseri'de tanıtım toplantıları, ayrıca Ankara'da M.E.B. sertifikalı Usta Eğitimleri düzenledi.



DemirDöküm'den "Art Nouveau" sergisine destek

DemirDöküm'ün de sponsorları arasında bulunduğu, "Yeni Sanat (1890-1930) Avrupa'dan İstanbul'a Art Nouveau" sergisi, UIA (Union of International Architects) 2005 Kongresi kapsamında 30 Haziran-31 Temmuz 2005 tarihleri arasında, Topkapı Sarayı Darphane Binası mekânlarında ve bağlantılı avluda gerçekleştirildi. Sergi, DemirDöküm'ün yanı sıra İstanbul Büyükşehir Belediyesi, BELBİM, Beko, İzocam ve Tarih Vakfı sponsorluğunda gerçekleştirildi. DemirDöküm Genel Müdürü **B. Lütfü Kızıltan** yaptığı açıklamada, mimari sanat akımı açısından önemli bir yeri olan

Art Nouveau konusunda, önemli bir kongre bünyesinde yapılan sergi sponsorluğunun, sanata yaptıkları katkıların bir göstergesi olduğunu belirtti. Kızıltan, DemirDöküm'ün sanata desteğinin artarak devam edeceğini vurguladı.

"Yeni Sanat (1890-1930) Avrupa'dan İstanbul'a Art Nouveau" sergisi, 19. yüzyılın sonunda Avrupa'nın önemli bir yenilikçi sanat akımı olan "art nouveau"nun İstanbul'da Avrupa ile eşzamanlı olarak ortaya çıktığını vurgulamak amacıyla, İstanbul ağırlıklı olmak üzere çeşitli Avrupa kentlerinin katılımlarını da içeriyor.

ENERJİ

Aygaz diyabetik çocuklara destek veriyor!

Sosyal sorumluluk bilinciyle hareket eden Aygaz, kendi düzenlediği kampanyaların yanı sıra sponsorluklarıyla da çeşitli projelere kaynak aktarıyor. Son iki yıldır Diyabetik Çocuklar Kampı'na katılanlar, Aygaz'ın desteği ile rahat bir kamp geçiriyor.

Çocuk ve Adolesan Diyabetikler Derneği'nin kamplarına Türkiye'nin her yerinden diyabetik çocuklar katılabilir. Kampa katılanlar, diyabette takip kriterleri konusunda teorik ve uygulamalı eğitim alıyorlar. Ayrıca bu eğitimin

yanı sıra çeşitli aktivitelere ve sportif faaliyetlere katılma şansına sahip oluyorlar. Bu



aktiviteler yüzme, sutopu, basketbol, futbol, masa tenisi, yürüyüş, voleybol, aerobik, folklor, dans, el sanatları ve piknik şeklinde sıralanıyor.

13'üncü Diyabetik Çocuklar Kampı, Çocuk ve Adolesan Diyabetikler Derneği ile İstanbul Üniversitesi Tıp Fakültesi

Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Anabilim Dalı Büyüme-Gelişme ve Pediatrik Endokrinoloji Bilim Dalı tarafından düzenlendi. İstanbul Üniversitesi'nin Enez Sosyal Tesisi'nde, 19-25 Temmuz tarihleri arasında yapılan kamp, bu yıl da Aygaz'ın desteğiyle gerçekleştirildi. Aygaz'ın "Dikkatli Çocuk Kazalara Karşı Bilinçlendirme Kampanyası" ekibi de kampı ziyaret ederek çocuklara yangın, deprem, trafik, ilkyardım, ev ve okul kazaları konularında eğitim verdi.

Aygaz tüp kullan Fiat Albea kazan

Aygaz'dan ev veya piknik tüpü alanlar fabrika çıkışlı, çift yakıtlı (LPG'li ve benzinli) Fiat Albea ve 106 ekran Beko Plazma TV kazanma şansı yakalıyor. 16 hafta sürecek kampanyada her hafta bir talihli Fiat Albea ve bir talihli Beko Plazma TV kazanacak. Aygaz tarafından düzenlenen, 18 Temmuz-6 Kasım tarihleri arasında 16 hafta boyunca devam edecek olan çekiliş kampanyası kapsamında Aygaz ev tüpü ve kamp tüpü kullanıcıları 16 adet fabrika çıkışlı çift yakıtlı Fiat Albea ve 106 ekran Beko Plazma TV kazanma şansı yakalıyor.

Kampanyaya Turkcell 2966'ya mesaj göndererek katılanlar milyonlarca kontör ve konuşma süresi de kazanabiliyor. 18 Temmuz-6 Kasım tarihleri arasında satılan her 12 kg'lık Aygaz ev tüpüyle beraber altı çekiliş hakkı değerinde olan mavi renkteki "Ev tüpü çekiliş ku-



ponu" ve her 2 kg'lık Aygaz piknik tüpüyle beraber bir çekiliş hakkı değerinde olan sarı renkteki "Piknik tüpü çekiliş kuponu" Türkiye'nin her yerindeki Aygaz müşterilerine verilecek.

"Opet Kart Kampanyası" talihlileri hediyelerini aldı

"Opet Kart Kampanyası" çekilişi sonrasında otomobil kazanan talihliler, Opet Merkezi'nde düzenlenen törenle otomobillerini teslim aldı. Opet tarafından 12 Nisan-19 Mayıs 2005 tarihleri arasında düzenlenen "Opet Kart Kampanyası"ndan ödül kazanan talihliler, çekilişle belirlendi. Çekiliş sonrasında Opet Kart talihlilerinden **İsmail Özbay** 2005 Model Fiat Albea, **Halit Sayar** da 2005 Model Ford Fiesta'nın sahibi oldu. Opet Merkezi'nde dü-

zenlenen anahtar teslim töreninde Opet Genel Müdürü **Yavuz Erkut**, talihlilere otomobillerinin anahtarlarını teslim etti. Opet Kart Çekiliş Kampanyası dahilinde 1 kişiye 2005 Model Yeni Albea, 1 kişiye 2005 Model Ford Fiesta, 3 kişiye Arçelik Plazma TV, Kaide, Hoparlör, 10 kişiye Arçelik DVD Player, 5+1 Hoparlör Sistemi, 3000 kişiye 10 YTL'lik Migros Alışveriş Çeki, 3000 kişiye 10 YTL'lik Opet Akaryakıt ödül olarak verildi.



New Holland Traktörlerine Yakıt Güvence Sistemi

Ford-Otosan, Fiat ve önde gelen ticari araç markalarından Iveco için akaryakıt kaynaklı arızaların giderilmesini garanti kapsamına alan Opet, bu kez traktör sektörünün lider kuruluşu New Holland Traktör ile "Yakıt Güvence Sistemi" işbirliği yapıyor. Bu yeni işbirliği ile Opet, New Holland Traktör yetkili bayileri tarafından satılan sıfır kilometre traktörler için akaryakıtlarını Opet istasyonlarından aldıkları sürece, yakıt sistemlerinde akaryakıt kaynaklı bir arıza çıktığında tüm maliyetlerini ücretsiz olarak karşılamayı taahhüt ediyor.

Microsoft'tan OTOBİLİM'e ödül

Bu yıl altıncısı düzenlenen Microsoft Türkiye Ödülleri'nin "Yılın sektörel en iyi çözümü" kategorisinde Opet, OTOBİLİM projesi ile ödül aldı. Opet'in, Veripark çözüm ortağı ile gerçekleştirdiği OTOBİLİM projesi "Perakende ve CRM konularında "Yılın Sektörel En İyi Çözümü" ödülünü kazandı. OTOBİLİM Projesi akaryakıt sektöründe bu alanda alınmış ilk ödül olma özelliği ile ayrı bir değer taşıyor.



ENERJİ



BOS ve Mogaz işbirliği anlaşması imzaladı

Koç Holding Enerji Grubu şirketlerinden endüstriyel ve medikal gaz alanında faaliyette bulunan Birleşik Oksijen Sanayi (BOS) ile LPG sektöründe faaliyette bulunan Mogaz, endüstriyel alanda işbirliği yapmak amacı ile sözleşme imzaladılar.

Mogaz'ın tüm Türkiye'ye yayılan bayi ağı ve marka gücü,

BOS'un endüstriyel ve medikal alandaki üretim ve teknik bilgisi bu anlaşmada birleşti. Böylelikle endüstriyel ve medikal gazlar Koç güvencesi ile sanayicilere uygun fiyatlarla Mogaz veya uygun görülecek başka markalar ile sunulurken, teknik destek olarak BOS'un deneyim ve uzmanlığından yararlanılacak.

Opet ve Aygaz Uluslararası İstanbul Bienali'ne sponsor oldu

İstanbul Kültür Sanat Vakfı tarafından Aygaz ve Opet co-sponsorluğunda düzenlenen 9. Uluslararası İstanbul Bienali, 16 Eylül-30 Ekim tarihleri arasında İstanbul'u dünya sanat çevrelerinin ilgiyle izlediği bir sanat platformuna dönüştürecek. Avrupa'da Venedik Bienali ile beraber 2005 yılının en önemli sanat etkinliği olarak anılan 9. Uluslararası İstanbul Bienali'nin küratörlüğünü Van Abbemuseum Direktörü Charles Esche ve Platform Garanti Güncel Sanat Merkezi Yöneticisi Vasıf Kortun üstleniyor. Bienale bu yıl uluslararası çağdaş sanat çevrelerinden eleştirmen, küratör, müze ve galeri yöneticisi ile yabancı basın mensubu olmak üzere 3 binin üzerinde konuk bekleniyor. 9.

Uluslararası İstanbul Bienali, daha önceki senelerden farklı olarak, tarihi mekânları kullanmak yerine İstanbul'daki kültürel hayatın merkezine yerleşmek amacıyla kendisine Galata bölgesini seçecek ve bu bölgedeki çeşitli mekânları sergi alanı olarak kullanacak. Bienalin sergi mekânları: Şişhane'deki Deniz Palas, Bankalar Caddesi'ndeki eski Garanti Bankası Binası, Tophane'deki Tütün Deposu, Tünel'deki Bilsar Binası, Tophane'deki Antrepo no: 5, İstiklal Caddesi'ndeki Platform Garanti Güncel Sanat Merkezi ile Garibaldi Binası'ndan oluşuyor. Ayrıca İstanbul için özel olarak hazırlanan altı proje de kentin çeşitli noktalarında sanatseverlerin karşısına çıkacak.

VEHBİ KOÇ VAKFI

Çengelhan Rahmi M. Koç Müzesi'ne büyük ilgi



Açıldığı günden bu yana her yaştan ziyaretçinin ilgisini çeken ve ziyaretçilerinin sayısı her geçen gün artan Çengelhan Rahmi M. Koç Müzesi, Ankaralıların

ve Ankara'yı ziyaret edenlerin uğrak noktalarından biri oldu. Müze, geçtiğimiz günlerde Ankara'da bulunan KKTC Cumhurbaşkanı'nın eşi **Oya Talat** ve Türk Tarktor'da staj yapan 60 kişilik öğrenci grubu tarafından ziyaret edildi.

Müze şeref defterini imzalayan Oya Talat, müzeyi gezmekten ve tarihe yolculuk yapmış olmaktan duyduğu memnuniyeti dile getirirken, Ankara'da çeşitli üniversitelerde öğrenim gören ve Türk Traktör'de staj yapan 60 kişilik öğrenci grubu da müzeye ve sergilenen eserlere hayranlıklarını gizleyemedi.



