baymak'ın iki ayda bir yayımlanan ücretsiz yayınıdır.

baymaklife

www.baymaklife.com.tr

BDR THERMEA GROUP

YIL:2 SAYI:9 OCAK - ŞUBAT 2016

HABER

Müşteri Memnuniyetinde En Başarılı Marka Olduk

HABER

2016 Yol Haritamız: Yeni Ürünler, Yeni Prim Sitemi ve...

BAYİLERİMİZ

Furkan Sönmez Mühendislik

Ataşlar Grup

DOSYA

Hidroforun idee'si: E.sybox

Reyhan Karaca

DÜNYAYA AÇILMAK

Piyasada cihaz çok Cihaz Danışmanı tek

Siz de yarinahazirim.com'a girin, işinizin ihtiyacı olan cihazları, Vodafone Yarına Hazırlayan Cihaz Danışmanı söylesin.

yarinahazirim.com

Vodafone

İşOrtağım

Yarına Hazırlayan Cihaz Danışmanı, işletmenizin akıllı cihaz ihtiyaçlarını belirleyen web ve mobil tabanlı uygulamadır. Yararlanmak için hizmette kullanılacak bilgilerin Vodafone çözüm ortağıyla paylaşılmasına izin verilmelidir. Bilgi: vodafone.com.tr

intel

Yeni yıla girerken...

Koskoca bir yılı daha geride bırakırken yepyeni umutlarla 2016'yı karşılıyoruz. Yeni yıla girerken eminim herkesin ortak dileği ya da bütün kapıların çıktığı tek nokta "mutluluk"tur.

Hepimiz karşılayacağımız bu yeni yılda mutlu olmak istiyoruz. Herkeste yansıması farklı olan mutluluğun sabit bir formülü ne yazık ki yok ve herkesin sebepleri farklı ancak Baymak olarak 2015'ten geriye dönüp baktığımızda ve 2013'ten bu yana yaşanan değişimleri değerlendirdiğimizde biz marka olarak "mutluyuz" diyoruz.

Mutluyuz çünkü; son bir yılda ürün grubu bazında yedi yeni ürünü pazara sunduk ve yenilikçi bakış açımızla sektöre yön verdik.

Mutluyuz çünkü; Türkiye'de ve dünyada bir ilki olan BES kampanyasını başlattık ve bin bayiye ulaşma hedefimizi şimdiden yakaladık.

Mutluyuz çünkü; yepyeni mağazalarımız Orange Store'larla sektörde farklı bir açılım yaptık. Her geçen gün artan talepler yüzümüzü güldürüyor ve 2016'da 25 kentte 75 noktaya ulaşmayı hedefliyoruz.

Mutluyuz çünkü; pek çok sosyal sorumluluk projesine imza attık ve herkesin yüzünü bir parça da olsa güldürmeyi başardık.

Mutluyuz çünkü; müşteri paylaşım yönetimi kategorisinde -irtibat hızı, şikayet süreci, çözüm hızı, sonuçtan memnuniyet ve teşekkür oranı alt başlıklarında- rakipleri geride bırakarak ilk sıraya yerleştik.

Mutluyuz çünkü; müşteri deneyim puanı kategorisinde birinciliğe sahip olduk.

Mutluyuz çünkü; marka algı değişiminde rakipleri geride bırakarak üç yıl öncesine kadar ilk 5'te yokken bugün ilk sıradayız.

Mutluyuz çünkü; sizlerle birlikte hedeflediğimiz noktaya ulaştık ve Baymak olarak daha da büyümeyi hedefliyoruz.

Ve daha buraya sığamayacak pek çok başarımızla 2015 yılına veda ediyoruz. Sizlere de mutluluk nedenlerinizin sayamayacağınız kadar çok olacağı harika bir yıl diliyorum...

Ender ÇOLAK / Baymak CEO

www.baymaklife.com.tr
baymaklife
OCAK - ŞUBAT 2016

İÇİNDEKİLER

İmtiyaz Sahibi, Baymak Makine Sanayi ve Ticaret A.Ş. adına
A. Ender Çolak

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Tuğçe Savaş

Yayına Hazırlayanlar
Halil Özdemir
Şahin Özkan

Reklam Sorumlusu
Tuğçe Savaş
tugce.savas@baymak.com.tr

Fotoğraflar
Coşkun Çeler

Tasarım/Yapım
Haylaz Kedi Reklam Ajansı
Abbasaga Mahallesi Arife Sokak
No: 1 D: 4 Beşiktaş / İstanbul
Tel: 0212 258 58 28
www.haylazkedi.com.tr

Basıldığı yer
Sanat Çevresi Yayıncılık Matbaa
Ltd. Şti. Bağdat Cd. No: 262
Adatepe - Maltepe / İstanbul
Tel: 0216 383 80 41
www.sanatcevresi.com

Yayınlayan
Baymak Makina Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Orhanlı Beldesi, Orta Mahalle Akdeniz
Sokak No:8 Tepeören Mevkii Orhanlı/
Tuzla 34959 İstanbul
Tel: 0216 581 65 00 Pbx Faks: 0216 304 19 99

Yayın türü
Yerel Süreli
Ocak - Şubat 2016 (2 Aylık)

Basıldığı tarih
Aralık 2015

Bu dergideki yazıların içeriğinin sorumluluğu yazarına aittir. Dergide yayınlanan reklamların içeriği ile teknik ve ticari öz niteliklerine ilişkin bilgilerin doğruluk ve gerçerliliğinin sorumluluğu reklam veren kuruluşa aittir. İki aylık, gayri siyasi, ulusal, Türkçe kurumsal yayındır.

ISSN 2148-8096

baymak'ın iki ayda bir yayımlanan ücretsiz yayınıdır.
BDR THERMEA GROUP

Orange Store Efsanesi Yayılıyor
Aralık ayında iki yeni Orange Store'un açılışı yapıldı. Hedef 2016'da 25 kentte 75 mağazaya ulaşmak.
06.

'Sarı Fare'nin En Zor Maçı
Futbolu bulan İngilizler olabilir ama bugün oynanan oyunun yani modern futbolun kurucusu kesinlikle Johan Cruyff'tur.
28.

Yeni Başlayanlar İçin Baymak'ı Anlama Kılavuzu
Elazığ bayisi Furkan Sönmez Mühendislik henüz altı aylık Baymaklı. Ama bu kısa sürede yaşadıkları deneyim Baymak'ın neden 'bir numara' olduğunu çok iyi anlatıyor.
32.

08. **BES Dalga Dalga Yayılıyor**
Baymak'ın nisan ayında başlattığı BES kampanyasına ilgi artarak devam ediyor. Hedef, iki sene sonra 10 bin kişiye ulaşmak.

10. **Amerika'nın Fethi**
BDR Thermea, ECR International şirketini satın alarak ABD ısıtma sistemleri pazarında en büyük üç şirket arasına girdi. Bu satın alma Baymak'ın da yeni pazarlara erişimini kolaylaştıracak.

12. **2016 Bizim Yılımız Olacak**
Baymak, 2015'in tek kelimeyle yıldızıydı. Piyasadaki tüm olumsuzluklara rağmen bayileri, servisleri ve çalışanlarıyla ortak bir hedefe koştu ve sektörünün her alanında en başarılı firması oldu. Şimdi 2016'ya girerken daha da iddialıyız ve coşkulu... İşte 2016 stratejimiz ve yol haritamız...

18. **Ekonomide Bizleri Neler Bekliyor**
HSBC Türkiye Hazine Grup Başkanı Fatih Keresteci ekonomideki gelişmeleri yorumluyor.

24. **1 Numaralı Şirket**
Baymak, müşteri memnuniyetinde sektörünün en başarılı şirketi seçildi. Bu başarı hepimizin... Artık bu işin "1 numarası" biziz...

38.

Gakkoşların Diyarı
Elazığ, tarihi ve doğal güzellikleriyle gizli kalmış bir cennet.

48.

Muhteşem Geri Dönüş
Diyarbakır bayisi Ataşlar Grup tam 20 yıldır Baymaklı. Ama geçen yıl aile işlerini ayırma kararı alarak Baymak bayiliğini amcalarına bıraktılar. Ama bu ayrılık kısa sürdü ve dönüşleri de muhteşem.

28. **Sağlık Köşesi**
Tansiyon Hakkında Bilmedikleriniz

40. **Hidroforun idee'si: E.sybox**
Baymak ürün ailesine şöyle bir bakın! İdee kulvarında tek. Lectus benzeri yok. Magnus kazanların şahı... Hepsi yüksek teknolojili hepsi de rakiplerinin önünde... Hal böyleyken Baymak pazar liderlerinden olduğu hidrofor işini boş bırakacağını düşünemezsiniz.

44. **Kar Kış Demeden**
Kış kapıda. Evde oturup pinekleye de bilirsiniz elbette ama kışın keyfini çıkartmak ya da sömestr tatilinde bir yerlere gitmek isterseniz, işte size uygun bütçelerle kısa kaçamaklar yapabileceğiniz 10 adres...

58. **Hukuk Köşesi**
Ayıplı Mal Nedir?

Dünyaya Açılmak

Reyhan Karaca 25 yıldır müzik dünyasının içinde... Bugüne kadar başta "Sevdik Sevdalandık" olmak üzere dillerden düşmeyen onlarca şarkıya imza attı. Ama artık her alanda olduğu gibi müziğin de yapıldığı ülke sınırlarını aşması gerektiğini ve dünyaya hitap etmesi gerektiğini düşünüyor.

20.

52.

Komple Projeciyiz

Baymak kurumsal projelerin ısıtma sistemlerini A'dan Z'ye kuruyor, tüm ihtiyaçları tek elden karşılıyor.

54.

Haydi İndir!

İş hayatınızı kolaylaştıracak 15 akıllı telefon uygulaması...

56.

Gücünü Ailelere Saklıyor

Ford C-Max'in yeni versiyonu ailelerin peşine düşüyor.

ORANGE STORE Efsanesi Yayılıyor

İstanbul'da bir, Adana'da iki adet derken Orange Store talepleri katlanarak artmaya başladı. Son olarak iki Orange Store'un daha açılışı yapıldı. Hedef 2016'da 25 kentte 75 mağazaya ulaşmak.

17 Aralık'ta Baymak Genel Müdürü Ender Çolak ve Baymak Pazarlama Müdürü Hasan Akça'nın katılımıyla Elazığ'da Furkan Mühendislik'in Brötje Orange Store mağazasının açılışı gerçekleştirildi.

18 Aralık'ta bu kez Ankara'da, Baymak bayisi Aleyna Mühendislik de tüm konseptini Orange Store olarak değiştirdi.

Açılış Genel Müdür Ender Çolak'ın katılımıyla görkemli bir şekilde yapıldı.

Baymak'ın konsept mağazalarının sonuncusu Elazığ'da açıldı. Baymak bayisi Furkan Mühendislik tüm konseptini Brötje Orange Store olarak değiştirdi. Mağazanın açılışı 17 Aralık 2015 tarihinde Baymak Genel Müdürü Ender Çolak'ın ve Baymak Pazarlama Müdürü Hasan Akça'nın katılımıyla yapıldı. Elazığ'da gerçekleşen açılışın hemen ardından, 18 Aralık'ta ise buz kez Ankara'da, Aleyna Mühendislik'in Orange Store mağazasının açılışı vardı. Baymak bayisi Aleyna Mühendislik de tüm konseptini Orange Store olarak değiştirdi. Baymak Genel Müdürü Ender Çolak konsept mağazanın açılışında bizzat bulundu. Orange Store'un hem bayilerine hem de müşterilerine verdikleri değerin göstergesi olarak ortaya çıktığını her fırsatta belirten Baymak Genel Müdürü Ender Çolak, Türkiye'nin her yerinden Orange Store açma talebi aldıklarını anlatarak bayilerin gösterdiği bu teveccühü, Orange Store konseptinin müşteriler için dört ana unsuru biraraya getirmesine bağlıyor. "Modern mağaza tasarımı ve ürün teşhiri, eğitimli montaj ve uygulama ekipleri, tüketicilere gerekli teknik bilgiyi sağlayan makine mühendisleri ve eski geleneksek ürünlere değil sadece yüksek enerji verimli ve yenilenebilir enerjiye yoğunlaşan ürün satış anlayışı..."

Çolak, Orange Store'ların bayilere ise sunulan satın alma ve taahhüt avantajlarıyla kolaylık sağlarken geniş ürün gamı sayesinde de 12 ay boyunca satış yapabilme olanak tanıdığını söylüyor. Baymak'ın Orange Store konusunda hedefi, yılsonuna kadar beş kentte 12 mağazaya, 2016 yılında da 25 kentte 75 noktaya ulaşmak.

BES Dalga Dalga YAYILIYOR

Baymak'ın nisan ayında başlattığı BES kampanyasına ilgi artarak devam ediyor. Hedef, iki sene sonra 10 bin kişiye ulaşmak.

Aralık ayının ilk haftasında, İstanbul'da, Türkiye portföy yönetimi sektörünün 100 milyar lira büyüklüğe ulaşması vesilesiyle bir konferans düzenlendi. Toplantıda konuşan Başbakan Yardımcısı Mehmet Şimşek, 2016 yılı bütçesinde Bireysel Emeklilik Sistemi'ne (BES) devlet katkısının 3 - 3,5 milyar lira olduğunu ve bu rakamın birçok bakanlığın bütçesinden daha fazla olduğunu söyledi. Şimşek'in söylediği ve ekonomi yönetiminin 2016 yılı bütçesine koyduğu bu rakam, hem BES'in ne anlama geldiğini hem de burada birikecek tasarrufun Türkiye'nin geleceği için ne kadar önemli olduğunun kuşkusuz en önemli göstergesi.

ESKİŞEHİR RIXOS'TA 200 BAYİ VE TESİSATÇIYA BES'İ ANLATTIK

Baymak'ın BES kampanyasına Anadolu'dan gelen ilgi her geçen gün büyürken, kampanya kapsamında Baymak yöneticileri 11 Kasım 2015 tarihinde Eskişehir'de tesisatçılarla buluşarak onları sistem hakkında bilgilendirdi. Baymak Proje Satış ve Ürün Grup Müdürü Halil Özdemir'in ve Baymak Pazarlama Müdürü Hasan Akça'nın da katıldığı toplantı Eskişehir Rixos Otel'de 200 kişi ile gerçekleşti. Özdemir'in Baymak'ın geniş ürün gamını tanıtmasıyla başlayan organizasyonda, Akça ise Türkiye'de bir ilk olan Baymak'ın bayiler ve tesisatçılar için sunmuş olduğu BES kampanyasının detaylarını katılımcılar ile paylaştı. Beklenenden oldukça fazla katılımla gerçekleşen organizasyonda sektörde aktif olarak görev alan tesisatçılar BES ile ilgili cevaplarını aradıkları tüm soruları sorma fırsatını yakaladı. Yoğun katılımla gerçekleşen organizasyona enfes bir grup da müzikleri ile eşlik etti.

42 MİLYAR LİRAYI AŞTI

Emeklilik Gözetim Merkezi'nin (EGM) 4 Aralık 2015 verilerine göre 5 milyon 938 bin katılımcının bulunduğu BES'te bugüne kadar toplanan fon tutarı 42,1 milyar liraya ulaştı. Yine aynı tarihe kadar devletin katılımcılara verdiği katkı payı tutarı ise 4,8 milyar lira oldu. Muhtemelen siz bu satırları okurken, bu rakam 5 milyar lirayı çoktan geçmiş olacak.

İşte Türkiye ekonomisi ve bireylerin geleceği için bu kadar önemli olan ve devletin de yüzde 25 ile destek verdiği BES'te, Baymak da nisan ayı başında başlattığı projeyle bayi, tesisatçı ve ailelerine destek veriyor. Peki Baymak Türkiye'de ve dünyada ilk olan BES kampanyasını neden yapıyor? Sözlükleri açıp iktisadi anlamda tasarrufun anlamına bakacak olursanız, "insanların geleceklerini garanti altına almak istemelerinden oluştuğu gibi aynı zamanda kendi yakınları ve sevdiklerinin ileride o tasarrufları gerektiğinde kullanabilmesi için oluşmuş iktisadi bir terimdir" yazar. Baymak da Garanti Emeklilik ile çalıştığı bu projede bayi ve tesisatçılarından oluşan "büyük ailesinin" geleceğini güvence altına alıyor, hem de bayilerinin iş potansiyellerinin artmasına katkı sağlıyor. Bugüne kadar binin üzerinde bayi ve tesisatçının aileleriyle birlikte katıldığı projede hedef 2017 sonunda 10 bin bayi ve tesisatçının sisteme dahil olması.

KOMBİ BAŞINA 100 TL HESABA YATIYOR

Peki sistem nasıl işliyor? Aslında

sistemin işleyişi oldukça basit. Yeni nesil enerji verimli Baymak kombilerinin tüketicilere satışını yapan bayi ve tesisatçılara birer BES hesabı açılıyor ve bu hesaplara kombi başına 80 lira katkı payı yatırılıyor. Bu rakama ek olarak yüzde 25 yani 20 lira da devlet katkısı geliyor. Yani ayda 10 Baymak kombi satışı yapan bir bayi ve tesisatçının BES hesabına bin lira yatıyor. Bayi ve tesisatçılar Baymak'ın bu kampanyası sayesinde kendisi ve ailesi için çok uzun yıllar boyunca birikim yapma ve bu sayede emekliliğini garanti altına alma fırsatına kavuşurken kampanya özellikle Anadolu'da büyük ilgi görüyor.

BÜTÜN YÖNLERİYLE SOSYAL SORUMLULUK PROJESİ

Baymak Genel Müdürü Ender Çolak, BES projesinin pazarda hızlı büyümelerini sağlayan en büyük itici güçlerden birisi olduğunun altını çiziyor. Baymak'ın BES uygulamasının topluma ve ülkemize çok fazla katkısı olduğunu vurgulayan Çolak şöyle devam ediyor: "Öncelikle halkımızı sadece enerji verimli ürünleri kullanmaya teşvik ederek onların ve toplamda da ülkemizin enerji tasarrufuna katkıda bulunuyoruz. Ayrıca sermaye piyasası araçlarına en uzak kesimleri BES'e teşvik ederek sermaye piyasalarının gelişimini destekliyoruz. Yani halkımıza hem tasarruf alışkanlığı kazandırıyor hem de onların emekliliklerini garanti altına alarak ülkemizin sosyal sorunlarından birinin çözümüne destek oluyoruz. Bütün bu yönleriyle aslında bir sosyal sorumluluk projesi yürüttüğümüzü söyleyebiliriz."

HİLAL ISI MÜHENDİSLİK/SAMSUN
NAMIK SÖYLEMEZ

BES'ten etkilenip Baymak'lı oldum

20 yılı aşkın süredir doğalgaz sektöründeyim. Samsun-Bafra' da faaliyet gösteriyoruz. Başlangıçta sektördeki başka bir firma ve karışık ürün grupları ile faaliyet gösterdiğimiz sektörde, son bir yıldır bireysel müşterilere ve bizim gibi faaliyet gösteren firmalara sunduğu avantajlardan ve özellikle de BES uygulamasından etkilenip Baymak ile çalışmaya karar verdik.

GÖKTAŞLAR İNŞ. YAPI MALZ. / KARABÜK
ALAETTİN GÖKTAŞLAR

Emeğe saygı ve emekçiye katkı

25 yıldan bu yana sektörde faaliyet gösteriyoruz. Baymak ile tanıştığımız 2009 yılından bu yana da Baymak'ın kombi ürünlerini satıyoruz. Baymak'ın BES kampanyasında bayilerin yanı sıra tesisatçılarımızın da bu sistemden faydalanması, emeğe saygı ve emekçiye katkıdır. Bizi bizden daha çok düşünen Baymak ailesinin bir ferdi olmanın ayrıcalıklarını yaşamaktan onur ve güven duymaktayız.

ERDOĞDU ISITMA / SİVAS- DEVRİM ERDOĞDU

Biz bayiler için önemli bir birikim aracı oldu

Firma olarak Sivas'ta faaliyet gösteriyoruz. Isıtma ve soğutma sektöründe farklı ve yenilikçi ürün seçenekleri ile lider olan Baymak, her zaman olduğu gibi yenilikçi fikirleri ve uygulamaları ile bir adım önde olmuştur. Uygulanmakta BES kampanyası da sektörde yeni bir sayfa açmakla beraber biz bayiler için de iyi bir birikim aracı oldu. Teşekkürler Baymak.

YAĞMUR ISI / UŞAK – SERKAN TOKER

Bize tanınan en güzel ayrıcalıklardan biri

Bayisi olarak hizmet verdiğimiz Baymak'ın gerçekleştirmiş olduğu bireysel emeklilik sistemi kampanyası, şirket yönetiminin biz bayilere tanımış olduğu en güzel ayrıcalıklardan biridir. Bayilerini her zaman düşünen Baymak, bu kampanya ile bayilerinin sadece bugünü değil geleceğini de düşündüğünü kanıtlamıştır. Projede emeği geçen herkese teşekkürlerimizi sunuyoruz.

BDR Thermea Group İcra Kurulu Başkanı Rob van Banning

AMERİKA'NIN FETHİ

BDR Thermea, ECR International şirketini satın alarak ABD ısıtma sistemleri pazarında en büyük üç şirket arasına girdi. Bu satın alma Baymak'ın da yeni pazarlara erişimini kolaylaştıracak.

Baymak'ı 2013 yılında bünyesine katan Avrupa'nın üçüncü büyük ısıtma-soğutma şirketi Hollandalı BDR Thermea, ABD merkezli ECR International şirketini satın aldı. Bu büyük uluslararası alımla BDR Thermea, ABD ısıtma sistemleri pazarında da en büyük üç şirket arasına girecek. BDR Thermea Group İcra Kurulu Başkanı Rob van Banning, "Bu satın alma, dünya genelindeki pazar payımızı ve varlığımızı artırma stratejimizin bir parçasını oluşturuyor" dedi.

ABD'de ısıtma ve soğutma ürünleri sağlayan öncü bir şirket olan ECR'nin satın alınması, BDR Thermea'nın operasyonlarını Avrupa dışına genişleterek küresel genişleme sağlama stratejisinin bir parçasını oluşturuyor. Alım işlemi, ECR International hissedarlarının nihai onayının ardından geçerlilik kazanacak.

BDR, ABD'deki yerel üretim tesisleri, öncü markaları ve dağıtım kanalları dahil olmak üzere ECR International'ın yüzde 100'ünü satın alacak. Bu alım, BDR Thermea'nın ABD pazarına yerli bir oyuncu olarak girmesini sağlayacak. Bunun karşılığında ECR International, BDR Thermea'nın hidronik ısıtma teknolojisine erişim elde ederek BDR'nin büyüklüğünden yararlanabilecek. Alım işlemi aynı zamanda ABD'de yaklaşık 90 yıldır ve Avrupa'da 300 yılı aşkın zamandır faaliyette olan iki şirketi biraraya getirecek.

Bu alımla, BDR Thermea, son on yılda büyük bir uluslararası genişleme daha sağlamış olacak. BDR Thermea, 2009 yılında (2004'te Hollanda merkezli Remeha'nın Fransız De Dietrich Thermique şirketini satın almasının ardından kurulan) Hollanda merkezli Remeha Group ile İngiltere'de pazar lideri Baxi Group'un birleşmesiyle kuruldu. 2011'de Baymak'a ortak olan BDR Thermea, bu uluslararası genişlemenin sonucunda gelirlerini üçe katladı.

BDR Thermea Group İcra Kurulu Başkanı Rob van Banning, konuyla ilgili olarak şunları söyledi: "ECR International'ı satın alarak uluslararası öncü markalarımız arasına kattığımızı belirtmekten heyecan duyuyorum. BDR Thermea, ABD'nin öncü ısıtma sistemleri üreticisi ve dağıtıcısı olma yolunda ilerliyor. Bize göre bu alım, dünya genelindeki pazar payımızı ve varlığımızı artırma stratejimizin bir parçasını oluşturmaktadır."

ECR International Başkanı ve CEO'su Ron Passafaro da, "BDR Thermea Group'a katılmamız, en yeni hidronik ısıtma teknolojisi ile mevcut ve gelecekteki müşterilerimize fayda sağlayacak kritik kütleye erişmemize olanak tanıyacak. Bu ortaklık, yüksek verimlilik sunan yoğuşmalı kazan pazarındaki konumumuzu güçlendirmekle kalmayıp aynı zamanda yeni pazar segmentleri ve dağıtım kanalları açmamızı sağlayacak araçlar da sunuyor. Hissedarlarımızın işlemi onaylamasını ve uzun zamandır faaliyet gösteren bu iki köklü şirketin güçlerini en kısa sürede birleştirmesini sabırsızlıkla bekliyoruz" diye konuştu.

Baymak Genel Müdürü Ender Çolak da, 2013 yılından bu yana BDR Thermea çatısı altında Avrupa teknolojisiyle yerli üretim yaptıklarını vurgulayarak, "Bu satın almayla grubumuzun gücünün Amerika kıtasına kadar ulaşmasından gurur duyuyoruz. Bu büyümenin kazandıracağı yeni pazarlar bizi de heyecanlandırıyor" dedi.

Amerika Kıtası'nın Devi

ECR International, Dunkirk, Utica Boilers, Olsen, Airco, Pennco, Retroaire, Argo ve EMI dahil olmak üzere çeşitli markalarla ısıtma ve soğutma ürünleri sunan bir imalatçı şirket. Merkezi New York'ta bulunan şirket, ürünlerini ABD, Kanada ve Çin'de pazarlıyor. ECR International, yaklaşık 90 yıla varan zengin bir geçmişe sahip. Earle C. Reed, 1928 yılında Dunkirk Radiator ve Utica Radiator olmak üzere iki şirket kurmuş. 1999 yılında ise ECR International olarak birleşen iki şirket, adını kurucusunun adının baş harflerinden alıyor.

2016
Bizim Yılımız Olacak

Baymak, 2015'in tek kelimeyle yıldızıydı. Piyasadaki tüm olumsuzluklara rağmen bayileri, servisleri ve çalışanlarıyla ortak bir hedefe koştu ve sektörünün her alanında en başarılı firması oldu. Şimdi 2016'ya girerken daha da iddialıyız ve coşkulu... İşte 2016 stratejimiz ve yol haritamız...

Baymak CEO'su Ender Çolak, "Bayilerimiz 2016'da Baymak'tan çok umutlu olsunlar ve coşkumuza katılsınlar" diyor.

2014'ün son aylarında 2015 ile ilgili beklentilerini sorduğunuz tüm işadamları, ekonomistler hatta ekonomiden hiç anlamayan insanlar bile sizi tek bir kelimeyle özetliyordu düşüncelerini: "Zor". Avrupa ve Rusya'daki ekonomik kriz, Ortadoğu'daki savaş, ülke içindeki siyasi gerginlik, seçim atmosferi ve kurlardaki oynaklık... En azından yılın ilk yarısı için çok fazla belirsizlik yaratıyordu. Aynı günlerde Baymak'ın Antalya'daki "Büyük Buluşması"nın ilk günü, CEO Ender Çolak bayilere hitaben yaptığı konuşmada, "Bundan sonrası için Baymak'ın önü açık. Piyasada söylenen ve çok sevdiğim bir tabirle bu firma gidiyor" demişti.

Baymak piyasadaki tüm olumsuzluklara rağmen gerçekten de 2015'te resmen koştu. Isıtma ve soğutma sistemlerinde pazarda daralma yaşanırken ve birçok oyuncu küçülürken Baymak en hızlı büyüyen şirket oldu. Ürün yelpazesini son teknoloji yedi güçlü modelle büyüttü; klima gibi eskiden çok iddialı olmadığı bir segmentte yüzde 50'lerin üzerinde büyüdü. Satış rakamlarından daha da önemlisi bağımsız araştırma kuruluşlarının yaptığı sıralamalarda, müşteri memnuniyeti ve marka algısında en başarılı şirket olarak gösterildi. Bunu da yenilikçiliğinden ödün vermeden yaptı. Bireysel Emeklilik Sistemi ve

Orange Store gibi iki önemli yeniliği bayilerine armağan etti.

Ve şimdi 2016'ya girerken Baymak daha da iddialı... "Baymak ailesi zoru sever, bu bizi çok daha fazla motive eder" diyor Ender Çolak ve ekliyor: "Bu yıl tüm küresel gelişmelere rağmen yine sektörün en hızlı büyüyen firması olmayı hedefliyoruz. Bunu yapabilecek gücümüzü de Anadolu'nun her noktasına yayılmış bayi kanalımızdan, üretim teknolojimizden ve tabii ki Dünya devi BDR Thermea'dan alıyoruz. Bayilerimiz 2016'da Baymak'tan çok umutlu olsunlar ve coşkumuza katılsınlar."

■ **Baymak açısından 2015 yılını değerlendirir misiniz? Dünyada ve Türkiye'deki belirsizlik ortamında Baymak hedeflerini tutturabildi mi?**

Hep dediğim gibi biz zoru severiz. 2015 yılı bu açıdan bizim için oldukça başarılı geçti. Bütün siyasi belirsizlik, ekonomik dalgalanmalara rağmen bütçemizi ve hedeflerimizi koruduk, büyüme trendimizi ve atılımlarımızı sürdürdük. Daha önce açıkladığımız tüm yenilikleri ya kısmen ya da tamamen hayata geçirdik.

Ürünlere baktığımızda bu yıl da yedi yeni ürünü devreye aldık ve yenilikçi yapımız sürdürdük. Dahası son bir yıl içinde sunduğumuz yeni ürünlerin ciromuzdaki payını yüzde 30'lar düzeyine getirdik. Yatırımlara baktığımızda kazan montaj hatları, emaye fırını, kaynakhane gibi pek çok birimi yeniledik. Bu yatırımlara yaklaşık 5 milyon lira harcadık.

Bayi tarafında ise 2015, Orange Store yapılanmasına başladığımız yıl oldu. Sıradışı tasarımlarıyla ve mühendis kadrosuyla öne çıkan Orange Store'lar şimdilik Adana, Elazığ, İstanbul, Ankara, Çorlu ve Sakarya'da. Bunun yanında pek çok kentte yeni bayi yapılanması gerçekleştirdik.

2015 aynı zamanda ülkemizde bir ilk olan "BES Bayi Sadakat Programı"na başladığımız yıl oldu. Taahhütçü bayi ve tesisatçılarımızın geleceğini güvence altına almak için bu kişiler adına açılan Bireysel Emeklilik hesaplarına yoğuşmalı kombi başına devlet katkısıyla birlikte 100 lira yatırmaya başladık. Bu uygulamamız sektörde beklediğimizin üstünde ilgiyle karşılandı ve her geçen gün katılımcı sayımız artıyor.

Tabii 2015 'teki en büyük başarılarımızdan birisinin de müşteri memnuniyeti ve marka algısında aldığımız birincilik olduğunu söylemeden geçemeyeceğim. Üç yıl öncesine kadar Baymak müşteri yönetiminde çok sorunlu durumdayken bugün sektörün en başarılı firması olarak gösterildik. Tabii ki bunun arkasında, ürüne ve insana yaptığımız yatırımlar yatıyor. Müşteri odaklı olmamızın sonuçları bunlar.

Bünyesinde yer aldığımız Hollandalı BDR Thermea Group açısından da 2015 son derece başarılı geçti diyebilirim. Başta İngiltere olmak üzere BDR büyümeye devam etti. Dahası

EKONOMİNİN GÖRÜNÜMÜ

■ Genel olarak 2015 yılını dünyada ve Türkiye'de nasıl değerlendiriyorsunuz?

2015 küresel arenada ve ülkemizde pek çok değişkenlikleri içeren bir yıl oldu. Bir taraftan ABD'de faiz artırım tartışmaları diğer yandan Avrupa Merkez Bankası'nın (ECB) genişleme politikası isteği ve sonrasında bunu kısmen geri alması, emtia fiyatlarındaki gerileme, jeopolitik gerginlikler ve tüm bunların yanında göç sorunu yıl boyu konuşuldu. 2015 yılı başında euro/dolar paritesi 1,21 düzeyindeyken yıl içinde 1,03'lere inip yılı 1,10 seviyelerinden kapattı. Petrol fiyatları 60 dolardan 40 doların altına geriledi. Genel ekonomik büyümelere baktığımızda Amerikan ekonomisi üçüncü çeyrekte yüzde 2'nin üzerinde büyüdü. Avrupa Birliği ülkelerinde de genelde büyüme trendi başladı. Türkiye'de ise iki seçimin, belirsizliklerin, terörün ve son olarak da jeopolitik krizin konuşulduğu bir yıl oldu. Kurlardaki yükselme hammadde fiyatlarındaki düşüşün olumlu etkisini büyük oranda yok etti. Enerji fiyatlarında beklenmesi gereken düşüşler bu nedenle gerçekleşemedi. İhracatımızın dengesi değişti, özellikle dolar bazlı hammadde ile üretim yapıp bunu euro bazlı ülkelere satan sektörler ciddi daralmalar yaşadı. İç pazarda büyüme her ne kadar üçüncü çeyrekte beklentilerin üzerinde de olsa, yılsonunda beklentilerin altında olacağı tahmin ediliyor.

Aslına bakarsanız dünyada ve ülkemizde yaşanan olağanüstü gelişmelere rağmen Türkiye ekonomisinin göreceli olarak daha dirençli ve başarılı olduğunu söylemek yanıltıcı olmaz. Yılsonuna doğru, bütçesini hazırlayamamış olan bir ülkeden bahsediyoruz ancak yine ciddi bir büyüme söz konusu.

2016 yılı da bütün bu gelişmeler ve tartışmalar ışığında geçecek. Faizleri artırmış bir ABD, düşük seyreden emtialar, artan jeopolitik riskler ve Transatlantik Anlaşması. 2016, ülkemiz için kolay bir yıl olmayabilir ancak Hükümet'in üçer aylık hedeflerle ilerleyeceği düşündüğümüzde, bu yıl çok sayıda reform ve çok daha esnek bir ekonomi yönetimi göreceğiz. Ekonomi yönetiminin bu süreci çok başarılı idare edeceğine inanıyorum. Tabii ki bunun ön koşulu önyargısız, dünyadaki gelişmeleri objektif okuyup buna uygun politikaları hızla harekete geçirmek...

"2016'dan itibaren bayilerimizin prim sistemi çok daha yalın ve gerçek performansı ödüllendirecek hale gelecek. Özellikle Orange Store statüsündeki bayilerimize çok yeni kulüp üyelik avantajları sunacağız."

yılsonuna doğru çok büyük bir hamle daha yaptık ABD'nin üçüncü büyük ısıtma Grubu ECR International'ı satın alarak gücümüzü yeni kıtaya taşıdık. BDR, Baymak satın almasıyla Avrupa Birliği dışına açılmıştı, şimdi de Amerika kıtasına açılıyor. Tabii ki bu büyük hamle Baymak için de yeni pazarlar anlamına geliyor.

■ 2016 yılı için Baymak'ın ana stratejisi ve hedefi nedir?

2016'nın Baymak için daha yüksek oranlı bir büyüme yılı olmasını hedefliyoruz. Hedefimiz satışlarımızı yüzde 20 büyümesi yönünde. Bunu başarabilecek pek çok hamlenin programı zaten hazır. Büyümemizin ana kaynağı tabii ki ısıtma grubu ürünlerimizden gelecek. Kombi ana grubumuzda adet bazında yüzde 20'nin üzerinde bir büyüme hedefliyoruz ve bunu yaparken toplam satışlar içinde yoğuşmalı kombinin payını yüzde 65 seviyesine çıkaracağız. Avrupa Birliği ülkelerinde yüksek verimli olmayan kombilerin satışı Eylül 2015'ten itibaren yasaklandı. Bu düzenlemenin ülkemizde de bir an önce uygulamaya geçmesi taraftarıyız. Ancak görünen o ki standart verimli kombiler bir-iki yıl daha Türkiye'de satılmaya devam edecek. Dediğim gibi Baymak'ın rotası yüksek enerji verimli ürünlerle büyümek. Bize, bayimize ve ülkemize katkısı olmayan konvansiyonel kombi alanında sınırlı hareket edeceğiz.

■ 2015'te yedi yeni ürün devreye alındı. 2016 için planlama nedir?

Yeni kazan segmentimizi, büyük kapasiteli yoğuşmalı kazanları bu yıl devreye alacağız. Çelik kazanları yoğuşmalı olarak üretmeye başlayacağız, bunu da başta Avrupa ülkeleri olmak üzere gelişmiş pazarlara ve iç pazara sunacağız. Su basınçlandırma grubunda yine enerji verimli pompa ve hidroforlarımızla büyüyeceğiz. Pompada daha büyük kapasiteleri devreye alıyoruz. Her geçen gün ağırlığımızı daha da artırdığımız büyük projelere uygun çözümler sunacağız pompa ve hidrofor grubunda.

2015'te klima segmentinde çok başarılı olduk, yüzde 60 büyüdük. Bu yıl da büyümemize devam edeceğiz. Klimada bu yıl çok daha iddialıyız çünkü geçen yıl sattığımız klimalarımızın yüzde 100'e yakını inverter teknolojili sezonsal verimlilik standartlarında yüksek enerji verimli klimalardı. Pazarda ise hala büyük oranda eski nesil klimalar satılmaya devam etti. İşte Baymak markası bu yıl klimalarda tamamen yeni nesil teknoloji ile anıldığı için ve pazar payımızı da inverter klimalarda iki kat büyüttüğümüz için 2016'da klimada çok daha iddialı olacağız.

Öte yandan 2016'da yenilenebilir enerji alanında büyük hedeflerimiz var. Isı pompasında yüzde 100'ün üzerinde büyüme hedefliyoruz. Fotovoltaik sistemlerde, yani güneşten elektrik üreten panellerde bu yıl çatı üstünde megavatlar boyutunda kurulum bekliyoruz.

■ Geçen yıl bayi yapılanmasında iki

YUNUS KALAYCIOĞLU / IN-KA 2004

Aile Olmanın Gücü

Öncelikle Baymak'ın, servislerin sorunlarına el atması, kalite ve kontrole odaklanılması tüketicileri ve bayileri rahatlattı. Başta Genel Müdür Ender Bey olmak üzere alt kademeye kadar bayilerin yanında ve sorunlarına eğilmeleri bizi son derece memnun etti. Böylece Baymak, bayilerini ve diğer paydaşlarıyla bir aile ortamına kavuştu.
Tabii 2015 yılı, seçimlerle geçmesi nedeniyle vatandaşlarda tedirginlik yarattı ve bunun sonucu olarak tüm piyasayı etkiledi. Buna rağmen Baymak rakip firmaların üstünde performans göstermeyi başardı. 2016'da hükümetin kurulmasının bir sonucu olarak piyasaların daha istikrarlı olacağını düşünüyoruz ancak Ortadoğu'daki karışıklık piyasaya olumsuz yansıyabilir. Buna rağmen eğer bayi ve servislerin ortak çalışmalarını tüketiciye yansıtabilirsek 2016 rakamlarının istenilen büyüme rakamlarına rahatlıkla ulaşacağını düşünüyorum.

yenilikçi uygulama –Orange Store ve BES- hataya geçirildi. 2016'da bayi yapılanmasında neler göreceğiz?

2016'da bayi yapılanmasında da çok iddialıyız. Orange Store'ları yani konsept, üst segment mağazalarımızı bu yıl ülkemizin her bölgesine yayacağız. Amacımız minimum 75 Orange Store'u 2016 yılında bayilik sistemimize kazandırmak. Taahhütçü bayilerimizin yanı sıra dağıtıcı bayilerimizi yani distribütörlerimizi de genişletmeye devam edeceğiz. Önümüzdeki yıl sisteme en az 20 yeni distribütör, 50 yeni taahhütçü bayi kazandırmayı amaçlıyoruz. Şu an Baymak ürünleri bin 500 noktada satılıyor ve bunların yarısı tamamen Baymak ürünü satan münhasır bayiler... Amacımız münhasır bayi kanalımızı 850'nin üzerine çıkarmak.

Bayilerimizle çalışma biçimimizi şeffaf hale getirmiştik. 2016 yılından itibaren bu alanda ilave uygulamalara başlayacağız. Tıpkı satış sonrası hizmetlerde yaptığımız gibi bayi kanalımızı da çok gelişmiş bir online sisteme geçireceğiz. Yeni "Müşteri İlişkileri Yönetim" sistemini devreye alacağız. Bu sayede bayilerimizin siparişleri çok daha hızlı bir şekilde değerlendirilecek; teslimat sürelerimiz hızlanacak; bayilerimiz bulundukları bölgelerdeki müşteri potansiyelini çok daha efektif analiz edecek. Sonuçta yeni kanallara hep birlikte daha hızlı ulaşabileceğiz.

■ Prim sisteminde ve kampanyalarda yenilikler olacak mı?

Evet, 2016'dan itibaren bayilerimizin prim sistemi çok daha yalın ve gerçek performansı ödüllendirecek hale gelecek. Özellikle Orange Store statüsündeki bayilerimize çok yeni kulüp üyelik avantajları sunacağız. Özetle bayi sistemimiz büyüyor, ailemiz genişliyor ve biz de bu yeni dönemin gerektirdiği en üst düzeyde önemle ele alacağız bayilerimizi. Onlar büyüdükçe biz de büyüyeceğiz. Bütün kampanyalarımızı ve büyümemizi "Münhasır Bayi kanalımızı destekleyecek şekilde kurguladık. Örneğin BES sisteminde yararlanabilmek için tesisatçıların yoğuşmalı kombiyi Baymak münhasır bayilerinden almaları gerekiyor. Bu yıl bayilerimize zaman zaman yine çok özel kampanyalar sunacağız. Bayilerimize ve sektörümüze söylemek istediğim Baymak kampanyalarını takip edin çünkü yine rakipsiz olacağız.

■ Servis tarafında geçen sene büyük iyileştirmeler oldu. Bunun sonucu olarak da müşteri memnuniyetinde Baymak, sektöründe en başarılı marka seçildi. 2016'da servis tarafında ne gibi yenilikler göreceğiz?

Bayilerimiz çok iyi bilir, birkaç yıl öncesine kadar maalesef müşteri yönetimi ve marka algısı alanında yapılan bu tür derecelendirmelerde çok altlarda yer alıyorduk. Ama söz verdiğimiz gibi hep birlikte bu durumu tamamen tersine çevirdik. İki yıl gibi kısa sürede marka yönetiminin en başarılı firması seçildik. Bu büyük gururumuzu 2016'da da sürdürmek hatta bu alanda farkı çok daha açmak istiyoruz. Bu çerçevede servis otomasyon sistemimizi 2016 başı itibarıyla tüm servislerimize yaygınlaştırmış olacağız. Servislerimizin mağaza ve dükkanları kurumsal kimliğimize uygun şekilde yenileniyor. Tüm servis personelimizin yeni eğitim ve sertifikalarını yılın hemen başında tamamlamış olacağız. "Dr. Teknik Servis" bu alanda yine bir kalite göstergesi olmaya devam edecek. Yeni doğalgaz gelen bölgeler başta olmak üzere 2016'da servis sayımızı artıracağız, ilave 50 yeni servis açmayı planlıyoruz.

> **"Amacımız minimum 75 Orange Store'u 2016'da bayilik sistemimize kazandırmak. Ayrıca sisteme en az 20 yeni distribütör, 50 yeni taahhütçü bayi kazandırmayı amaçlıyoruz. Amacımız münhasır bayi kanalımızı 850'nin üzerine çıkarmak..."**

BAYİLERİMİZ DEĞERLENDİRİYOR

Zekeriya Başaran-Başaran Isı

Başarı Bizi Bekliyor

2015 ülkemiz ve bizim açımızdan zor bir yıl oldu. Siyasi açıdan iki seçim, terör olayları ve sınırlarımızda yaşanan olaylar bizleri olumsuz etkiledi. Ancak Baymak olarak bu olumsuzlukları en alt seviyeye indirmek ve daha rekabetçi olmak adına kar oranımızın düşmesine rağmen daha çok kampanya ve daha rekabetçi fiyatlarla pazar payımızı ve ciromuzu koruyabildik. Baymak yeni ürünleri, BES uygulaması ve Orange Store yapılanmasıyla bizlere büyük ölçüde destek oldu.

Önümüzdeki yılda iç siyasette ve ekonomik istikrar açısından yaşanacak olumsuz bir durum görmüyorum ancak sınırlarımızda yaşanan terör olayları ve dış ülkelerle ilgili büyük sorunlar yaşamadığımız takdirde istediğimiz hedeflere ulaşabileceğimizi düşünüyorum. 2016'nın bizler için başarılı bir yıl olacağı umudundayım. Tabii ki bunun için Baymak'ın projeleri yanında bizim de daha fazla enerjiyle çalışıp varsa eksikliklerimizi tamamlamamız gerekiyor.

Suat İnan - Termosan Mühendislik

Baymak'ta Yenilikler Yılı Oldu

2015 çifte seçim ve uluslararası problemlerin yoğun olduğu bir yıl olmasına rağmen Baymak'ın konumunu güçlendirdiği ve 2016 için güç topladığı bir yıl oldu. Baymak markasının inovatif firma algısının güçlendiği daralan piyasamızda Termosan Mühendislik yüzde 30 büyüdü.

Yıllardır özlemini çektiğimiz yenilikler; Idee, yeni Eco, Luna, yeni yoğuşmalı kombiler, yer tipi yoğuşmalı kazan vb. 2015'in sürprizleri oldu. Üretim kalitesi ve marka algısının yükselmesi 2016'da da sürpriz büyüme getirecektir. Bayi yapılanmasındaki üst çıpamız Orange Store'ların açılışı hızlı bir şekilde yapıldı. Ankara'da ilk Orange Store, bayimiz Aleyna Mühendislik tarafından açıldı. Yılın son sürprizi Marka Algısı, Müşteri Memnuniyeti ve Müşteriye Geri Dönüş Hızı gibi istatistiklerde birinci olmamız Baymak'taki dönüşümün sanki karnesiydi.

Rüzgar Gibi Geçti

OCAK

Lectus, 2014'ü kategorisinde yüzde 31 pazar payıyla açık ara lider tamamladı.

ŞUBAT

Mavi yaka çalışanlarımız ve çocuklarından oluşan 300 kişilik bir ekiple Jurassic Land'i ziyaret ettik.

MART

Milli maçı izlemek için 140 bayimizle birlikte Hollan-da'daydık.

NİSAN

Antalya'daki "Büyük Buluşma"da ilk kez duyurulan BES kampanyası fiilen başladı.

MAYIS

Evliya Çelebi gibiydik. Tüm yönetim ekibiyle beraber dokuz ayrı kentte bin 750 bayimiz ve tesisatçımızla buluştuk.

HAZİRAN

Orange Store'ların ilki 12 Haziran'da İstanbul, Ataşehir'de açıldı.

Serkan Kalkan-Kalkan Ticaret

Büyümeye Devam

2014'ten taşınan Suriye Krizi ve Haziran 2015'te yapılan seçimlerin yarattığı belirsizlik sebebiyle piyasada nakit sıkışıklığı ve daralma olacağını öngörmüştük. Devlet kurumlarından beklenen ihalelerin gecikmesi dolayısıyla piyasadaki sıcak para akışı asgari düzeye indi. Başta inşaat sektörü, müteahhit ve taahhüt firmaları bu dönemden çok etkilendi. Kalkan Ticaret olarak bu süreçte yapmış olduğumuz temkinli planlamayla hasar almadan ve büyüme hedeflerimizden sapmadan sağlam adımlarla yolumuza devam ettik. Baymak üst yönetimi ve ekibinin desteğiyle 2015 ciromuzu ikiye katladık. Isıtma sektöründe kombi ve panel radyatör ürünlerinin dışında geleceğin sektörü olan ısı pompa ve PV sistemlerine de odaklandık. Siyasi belirsizliklerinde ortadan kalkmasıyla 2016'da piyasanın rahatlayarak ivme kazanacağını öngörüyoruz. Yatırımların hızlanarak ihalelerin artacağını düşünüyoruz. 2016'da ciromuzun yüzde 30 ila 35 oranında artacağını hesaplıyoruz. Öte yandan teknik ekip yapılanmasına girerek ısı pompası ve PV sistemlerini kapsayan mühendislik projelerine ağırlık vereceğiz.

Berkay Acar-Acar Teknik

Herşey Güzel Olacak

2015 yılının ikinci yarısında siyasi iktidarsızlık ve Haziran seçimlerinde hükümet kurulamamasının yarattığı ekonomik belirsizlik sebebiyle hedefler yakalanamadı. Acar Teknik olarak 2015 hedefleri içinde İstanbul'da bir şube yapılanması öngörmüştük ancak piyasadaki belirsizlikler sebebiyle bu planımızı ertelemek zorunda kaldık.

2016'nın ekonomideki istikrarla beraber Baymak'ın ürün geliştirme ve bayiyi destekleyen satış politikaları sayesinde güzel bir yıl olacağını düşünüyoruz. Bu çerçevede yüzde 20-25 arası bir ciro yükselişi hedefliyoruz. Altyapı ve personel yapılanmasını da bu hedefler doğrultusunda revize ettik. Ayrıca 2015'de ertelediğimiz İstanbul yapılanmasını da 2016 içinde hayata geçirmek arzusundayız.

2015

TEMMUZ

İstanbul Teknik Üniversitesi ile beraber yerli ısı pompası üretimi için harekete geçtik.

AĞUSTOS

1) Klimada sildik süpürdük. Baymak'ın klima satışları ilk yedi ayda yüzde 56 arttı.
2) Şekerbank ile güneş enerjisi alanında dev bir işbirliğine gittik. Böylece Eko Kredi uygulaması başladı.

EYLÜL

Türkiye'nin önde gelen medya kuruluşlarından 14 gazeteci ile birlikte BDR Thermea'nın Hollanda'daki merkezine çıkarma yaptık.

EKİM

60 kişilik bir kafileyle Beşiktaş'a destek olmak için Moskova'daydık.

KASIM

Baymak müşteri memnuniyeti alanında sektörünün en başarılı firması seçildi.

ARALIK

Elazığ ve Ankara olmak üzere iki yeni Orange Store daha açıldı.

Aman Petrol, Canım Petrol

HSBC Türkiye Hazine Grup Başkanı
FATİH KERESTECİ

> Petrol fiyatları 40 doların altına inerek 2008 yılından bu yana en düşük seviyelere indi. Petroldeki gelişmelerin dünya ekonomisine kuşkusuz bir çok etkisi var. Türkiye cephesinden baktığımızda ise değişen bir şey var. O da "artık sana, sana, sana muhtacım petrol" ifadesinin eskisi kadar ilgi çekmiyor olduğudur.

Aman petrol, canım petrol, artık sana sana sana muhtacım petrol... Ajda Pekkan'ın 1980 yılında Eurovision şarkı yarışmasında Türkiye'yi temsilen seslendirdiği şarkının nakarat kısmı... Dünyada petrol krizinin yaşandığı ve fiyatların sert yükseliş kaydettiği dönem... Türkiye'de ise 24 Ocak kararlarının hemen sonrası ve etkisi on yıllarca sürecek 12 Eylül darbesinin sadece birkaç ay öncesi... Petrol krizi sonrasında dünyada yaşanan ekonomik bunalım, bunun Türkiye ekonomisi ve siyaseti üzerinde neden olduğu ağır yara öyle bir travmatik hal almış olacak ki petrole olan muhtaciyedimizi şarkı sözlerine yazma noktasına gelmişiz. Bu durum sonraki yıllarda bu derece olmasa da sürdü. Mesela, 2013 yılında Türkiye'nin toplam enerji ithalat faturası 56 milyar dolara ulaştı. Gayri safi yurtiçi hasılanın yaklaşık yüzde 7'si...

2008 YILINDAN BU YANA EN DÜŞÜK SEVİYEYE İNDİ

Son dönemde petrol cephesinde enteresan gelişmeler yaşanıyor. Hem de yukarıda tasvir ettiğimiz tabloyu tersine çevirebilecek nitelikte. Daha birkaç yıl öncesine kadar varil fiyatının 200 dolara çıkması beklenen petrolde son bir yılda dramatik bir fiyat çöküşü yaşandı. Aralık ayının son haftasında brent cinsi ham petrol varil fiyatı 37 dolar ile 2008 yılından bu yana en düşük seviyeye geriledi. Bu hareket küresel mali piyasalar düzleminde öyle büyük bir ses çıkardı ki... Hisse senedi piyasaları ve gelişmekte olan ülke paraları değer yitirdi, ülke ve şirket risk göstergeleri bozuldu, petrol ihracatçısı ülkeler zora düşerken petrol üreticisi şirketlerin mali yapıları sorgulanmaya başlandı. Pekiyi, fiyatlar neden çöküyor? İktisat biliminin en başarılı olduğu saha, bir olay olduktan sonra onun neden olduğunu afilli kelimelerle anlatabilmesidir. Güzel bir meziyet ama faydalı olup olmadığı tabi ki sorgulanabilir! Neyse, özeleştiriyi bir kenara bırakıp bu meziyeti sahnelemek gerekirse, en yalın haliyle, petrol arzının petrol talebinin üzerine çıkmasından ötürü fiyatların gerilediğini söyleyebiliriz.

TALEP DARALIRKEN ARZ ARTTI

Ekonomi teorisinin en yararlı araçlarından olan arz/talep dengesizliğinin petrolde de etkili

olduğunu gözlemliyoruz. Hem de 2014 yılının ikinci yarısından bu yana... Pekiyi bu tabloya nasıl gelindi ve arz fazlası neden aşılamıyor? 2008 Lehman Krizi sonrasında dünyada büyüme kademeli olarak ivme kaybetti. İlk etapta yere düşen sanayileşmiş ekonomilere son yıllarda bayraktarlığını Çin'in üstlendiği gelişen ekonomiler de eşlik etmeye başladı. Küresel bazda yüzde 5'li düzeylerde olan büyümenin yüzde 3'ün altına gerilemesi, daha da çarpıcı olarak dünya ticaret hacmindeki büyümenin çift hanelerden yüzde 3'lü rakamlara gerilmesi petrole ve petrol türevlerine olan talebi azalttı. Böylelikle talepte düşüş yaşandı. Arz tarafında daha radikal değişimler oldu. Öncelikle, merkez bankalarının ultra-düşük faiz oranları ile kredi vermesi, yatırımcıları daha önce fizibl görünmeyen projelere dahi ilgi göstermesine yol açtı. Kutup bölgesinde, okyanus dibinde petrol aramak makul hale geldi. Bu furyada kayagazı fizibl olmaya başladı. Yapılan bu yatırımlar sonrasında petrol arzı kademeli bir şekilde artmaya başladı. Mesela, on yıllar boyunca net petrol ithalatçısı olan ABD üretim fazlası vermeye başladı. İçinde bulunduğumuz günlerde, uzun yıllardır yürürlükte olan ihracat yasağının kaldırılması planlanıyor. Sonuç itibariyle, talep daralırken arz aksine artış kaydetti ve arz fazlası fiyatlar üzerinde büyük bir baskı unsuruna neden oldu.

RUSYA EKONOMİSİNİ OLDUKÇA ZORA SOKTU

Bu hikayeyi arz/talep denklemiyle yorumlamayı doğru bulmakla birlikte eksik kalacağı kanaatindeyiz. Zira, dengesizlik sadece arz fazlasından kaynaklanıyor olsaydı petrol üreticileri karteli OPEC, düşen fiyatlar karşısında üretim kısıntısına giderdi. Ama aksi oldu! Suudi Arabistan önderliğindeki ülkeler, petrol üretimini artırma yoluna gitti. Tezat gibi görünen bu davranışın arkasındaki temel güdü pazar kaybına uğramama çabası olarak lanse edildi. Ancak, gelişmelerin bu kadar naif bir söylemle açıklanamayacağı görüşündeyim. Konunun odağında büyük bir siyasal çıkar çatışması ihtimali akla daha makul görünüyor. Rusya'nın agresif politikaları karşısında yürürlüğe konulan yaptırımları desteklemek adına bu yönde bir strateji izlendiği fikri aklıma daha fazla yatıyor. Hakikaten de petrol fiyatlarındaki çöküş Rusya ekonomisini oldukça zora soktu. Gerçi bu, Rusya'yı frenlemek bir yana daha da agresif kıldı ama gidişatın bu paralelde sürmesi durumunda Rusya'nın bir noktadan itibaren, ekonomik manada, nefesinin tükenmesi kuvvetle muhtemel bir son olabilir. Konuya bu açıdan bakıldığında, arz/talep denkleminden bağımsız olarak, petrol fiyatlarındaki düşüşün daha uzun bir süre korunması olası...

PETROLÜN TAHTI KALICI OLARAK SALLANIYOR MU?

Ama, bu da beni tam olarak tatmin etmiyor. Bu hareketin ardında daha yapısal bir şey olmalı! Paradigmal bir değişim... Finans teorisinde kullanılan "siyah kuğu" ifadesi cinsinden... Volkswagen'in ABD'de patlak veren skandalı aklıma farklı bir senaryoyu getiriyor. Volkswagen, yedi sene boyunca bir yazılım sayesinde karbon salınımını düşük gösterecek ve ABD de bunu fark edemeyecek... Çok naif! Bunun çok önce farkına varıldığı, daha efektif kullanılabilecek zamana kadar hasır altı edildiğinden şüpheleniyorum. Dünyanın en büyük cari işlemler fazlası veren ve yine borç verenler listesinde ilk sıralarda yer alan Almanya'nın hesap gününde ödemeden kaçması önüne bu faturanın konmasına yol açmış olabilir. Nitekim, dünyada otomobil denince akla ilk gelen ülke olan Almanya bu skandaldan ötürü oldukça zor günler geçiriyor. Konunun ikinci ayağında ise elektrikle çalışan motorların yaygınlaşmaya yüz tuttuğu bir ortamda, fosil yakıtla çalışan otomobillerin avantajının törpülenmesi dünyanın elektrikli araç devrimine daha hızlı bir giriş yapmasına yardımcı olacaktır. Gelen son haberler, Volkswagen skandalı sonrasında bu eğilimin hız kazandığını gösteriyor. Bu noktada olayın en büyük kaybedeni petrol olacak zira dünya tüketiminin hatırı sayılır bir oranı benzin ve türevlerine gidiyor. Yani, petrolün tahtı mı sarsılıyor! Hem de kalıcı olarak... Acaba Ortadoğu'da yaşanan gelişmeler bunun yansıması mı! Daha da önemlisi, Paris'teki iklim zirvesinde alınan radikal kararların bununla bir ilgisi var mı! Hemen bu yargıya varmak doğru olmaz zira olay daha çok sıcak ve çok yönlü. Ama, konuya Türkiye cephesinden baktığımızda değişen bir şey var. O da "artık sana, sana, sana muhtacım petrol" ifadesinin eskisi kadar ilgi çekmiyor olduğudur. Mesela, Türkiye'nin yıllık enerji ithalat faturasının önümüzdeki yıl 40 milyar dolar seviyesinin altında olması bekleniyor. Ekonomik açıdan şu an itibarıyla olumlu görünen bu tablo ileride olumlu olmayı sürdürebilecek mi? Ya da ekonomik açıdan hep iyi olsa da siyaseten ya da diplomatik anlamda olumlu olabilecek mi? Petrolün tahtı sarsılıp yerini güneş, rüzgar gibi yenilenebilir kaynaklar alınca Türkiye herhangi bir avantaj sağlayabilecek mi? Şu an sürrealist bir hikaye kıvamında olan bu gelişme için zihinlerde bir miktar hücreye hareketlendirebilmişsem ne mutlu bana...

"Petrol fiyatlarındaki düşüş ekonomik açıdan iyi olsa da siyaseten ya da diplomatik anlamda olumlu olabilecek mi? Petrolün tahtı sarsılıp yerini güneş, rüzgar gibi yenilenebilir kaynaklar alınca Türkiye herhangi bir avantaj sağlayabilecek mi?"

Reyhan Karaca, 1991'de İzel ve Can Uğurluer ile düet yaptığı "İki Dakika" şarkısıyla Türkiye'yi, İtalya'da yapılan Eurovision Şarkı Yarışması'nda temsil etti ve 12'nci oldu.

SOBE

Dünyaya Açılmak

Reyhan Karaca 25 yıldır müzik dünyasının içinde... Bugüne kadar başta "Sevdik Sevdalandık" olmak üzere dillerden düşmeyen onlarca şarkıya imza attı. Ama artık her alanda olduğu gibi müziğin de yapıldığı ülke sınırlarını aşması gerektiğini ve dünyaya hitap etmesi gerektiğini düşünüyor. Son çalışması "Sobe"de bu hayalin peşine düştü.

Türk pop müziğinde doksanlardan günümüze kadar ayakta kalabilen ender yorumculardan Reyhan Karaca. Aradan geçen onca yıla rağmen, 1997 yılında çıkardığı albümünde yer alan "Sevdik Sevdalandık" marş gibi hala dillerde. Müzik piyasasında yaşanan büyük değişime rağmen hala dimdik ayakta kalmasını ise sektördeki birçok meslektaşından farklı olarak her an çalışmaya ve gelişmeye devam etmesine bağlıyor. Sanatçı sürekli çalışmanın ve gelişmenin karşılığını da son single çalışması "Sobe"de almış. Öyle ki, Sobe'nin klibi Youtube'da 1 milyonun üzerinde izlenmiş.

Türk pop müziğin buğulu sesi olarak bilinen sanatçının profesyonel müzik çalışmaları henüz 17 yaşındayken 1987'de başladı. Birçok ünlü isime vokal ve enstrümanla eşlik etti. 1988'de Melih Kibar ile Eurovision Şarkı Yarışması Türkiye elemelerinde solistlik yaptı. 1990'da Zerrin Özer'e vokal ve enstrümanla eşlik etmeye başladı ve yedi sene beraber çalıştılar. 1991'de İzel ve Can Uğurluer ile birlikte düet yaptığı, sözleri Aysel Gürel, müziği Şevket Uğurluer'e ait "İki Dakika" adlı şarkıyla Türkiye'yi, İtalya'da yapılan Eurovision Şarkı Yarışması'nda temsil ettiler ve 44 puanla o yıla kadar Türkiye adına elde edilen en iyi derecelerden biriyle 12'nci oldular. Yarışmanın ardından albüm teklifleri almaya başlayan sanatçı, 1993'te "Başlangıç" adlı ilk stüdyo albümünü Garo Mafyan direktörlüğünde hazırlayıp yayınladı. Ancak asıl patlamayı, 1997'de çıkardığı "Sevdik Sevdalandık" albümüyle yaptı.

Bu başlangıçtan bu yana Karaca hep hayatımızda oldu ve birçok hit şarkıya' imza attı; baba mesleği oyunculuk yaptı. Sanatçı, Ocak 2015'de ise müzik piyasasını adeta "Sobe"ledi. Değişime ve gelişime hep açık olan ve 25 yıldır müzik piyasasında adından hep söz ettirmeyi başaran Reyhan Karaca, Baymaklife'ın bu ayki konuğu olarak kariyerini müziğe bakışını ve yeni projelerini anlattı.

■ Küçük yaşlardan itibaren müzik eğitimi aldınız. Ayrıca değerli müzisyenlerle çalışarak hep işin mutfağında bulundunuz. Küçük yaşlarda bu mesleği seçmenizdeki etken neydi?

Aslında Ermeni bir müzisyenin yanında büyüdüm. Ev sahibimizdi. Kilise korosunda hem keman çalıyordu hem de opera sanatçısıydı. Ben ona "cici anne" derdim. Çok sevdiğimiz bir komşumuzdu ve müziğe yönlenmemde çok etkisi oldu. İlk ezberlediğim şarkı Ermenice "Sude" adındaki halk şarkısıdır. O yıllarda İtalyan şarkılarının olduğu plakları dinletirdi. Babamın kulaktan dolma müziğe yeteneği vardı, bağlama çalardı ve sesi çok güzeldi. Yani evde hep müzik vardı. Ama küçük yaşta başladım, ders aldım şeklinde değil, tamamen doğduğum günden itibaren müzik hayatımda oldu.

■ Herkesin yaşamında bir an vardır ki "işte bu beni çok etkiledi, bundan çok şey öğrendim" der. Sizin böyle bir anınız var mı?

1991'de Eurovizyon Türkiye finallerinde birinci olmak, Türkiye'yi İtalya, Roma'da temsil etmek hayatımın dönüm noktasıdır. Dünya yıldızlarıyla aynı sahnede oldum ve dönemin en iyi işlerinin yapıldığı sahnede olmak inanılmaz bir deneyimdi. Dünya şarkıcısı olmanın anlamını öğrendim. Dünyanın seyrettiği bir televizyon programı ve müzik yarışmasında rol aldım. Bu hayatımı etkiledi. Zaten sonrasında albümüm çıktı.

■ 1990'larda popüler müzikte devrim yaşanmaya başladı. O yıllardaki müzikal anlayışı şimdi bulabiliyor musun?

O zaman teknoloji ve dijital yoktu hayatımızda, herşey analogdu. Daha sıcak oluyordu yaptığımız müzik. Daha evin içinde çalıyor gibi, aileden biri gibi oluyordu şarkıların yarattığı his... Daha akustik, daha sesi olanların, şarkı söylediği bir dönemdi. 80'lerde müzikte yaşanan düşüşlerden sonra 90'lar geçiş dönemiydi. O zaman da şu andaki gibi sektör çok kalabalıktı. Fakat daha çok hit şarkı üretiliyordu. O zaman da popcorn şarkı vardı. Ama kalıcı şarkılar da çok fazlaydı. Sadece müzikal anlayış ve dinleyicinin tercihleri değişti.

■ Popüler müzik gündemden besleniyor ve yıllar geçtikçe değişime uğruyor. Sizce bu değişim nasıl gerçekleşiyor? Yani popüler müziği altyapısı nasıl şekil alıyor?

Çok sayıda radyo var. Birçok şarkının hit olmasında radyoların önemi büyük. Aslında müziğin altyapısının belirlenmesinde dinleyicilerin beğenileri etken oluyor. Müzik dinleyicisi müziğin türüne göre ayrılıyor. Rock seven var, pop dinleyen var. Dinleyicinin isteği doğrultusunda, yapımcılar da ona göre yöneliyor. Bir balık sürüsü var. Baştaki balık nereye giderse, sürü de onu takip ediyor.

■"Sobe" single'ının kayıtlarını ve klibini New York'ta hazırladınız Bu çalışma için "yeniden doğmak" cümlesini kullandınız. Sizin için bu ne anlam ifade ediyor?

Konservatuar mezunuyum ve müziğin her alanında eğitim aldım. Dolayısıyla dünyanın her yerinde müzik yapabilme şansım var. ABD'den gelen teklifle oradaki müzisyen arkadaşlarla çalışmam bu açıdan büyük bir şans. Amacım müziğime yenilik katmaktı. İşte 25 yıllık müzikal hayatımda yapmak istediğim dünya müziğini bu çalışmada gerçekleştirdim. O nedenle bu buluşma çok önemliydi.

■ Reyhan Karaca'nın geleceğe ilişkin hayatındaki hedefleri neler?

Mastırı tamamladığım için ilk hedefimde doktora yapmak var. Sadece müzikle ilgili değil, radyo-televizyon alanında da doktora yapma hayalim var. Bir diğer hayalim ise dünyayı dolaşmak. Belki bir TV programı ile dünyayı dolaşıp çeşitli kültürleri hem öğrenmek hem de insanları bilgilendirmek isterim. Müzik kariyerimdeki hedefim ise yapabileceğim en iyisini yaparak kendimi sürekli geliştirmek. Nefes aldığım sürece daha iyisini yapmaya devam edeceğim. Hiçbir zaman olduğum yerde durmadım hep yürüdüm. Bazen koştum, bazen yürüdüm ama hep ilerledim. Müziğin yaşı yok. Kaç yaşına kadar şarkı söylemek istersin diye sorduklarında "Tina Turner hala şarkı söylüyor, hala dans ediyor" diyorum. O yüzden hedef aldığım insanlardan feyz alıyorum, çalışmaya, gelişmeye devam edeceğim.

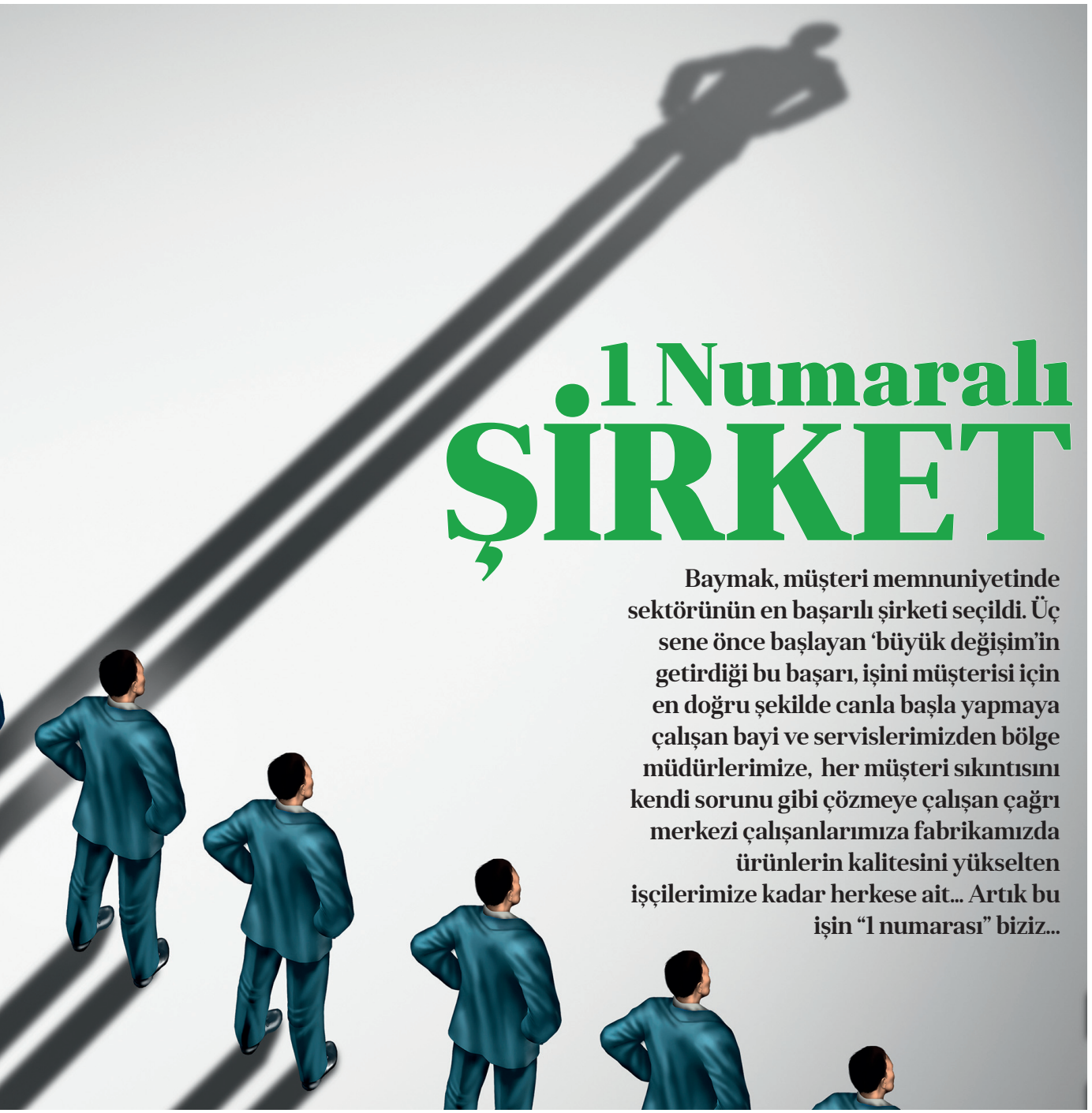
"Afrika'da çoğu savaş mağduru olan Sudan, Somali gibi ülkelerin yanı sıra Pakistan'a da gittim. Bu ülkelerde yaşananlardan çok etkilendim ve o zaman savaş muhabiri olabileceğimi düşündüm."

“1990’larda yaptığımız müzik daha sıcak oluyordu. Daha evin içinde çalıyor gibi, aileden biri gibi oluyordu şarkıların yarattığı his...”

Algı, hayata ve hayat içindeki herşeye anlam verme ve anlamlandırma gücümüzdür. Tıbben duyu organları tarafından kaydedilen uyarıcıların beynimiz tarafından örgütlenip yorumlanarak anlamlı hale getirilmesi şeklinde gerçekleşir. Yani duyduğunuz, gördüğünüz, dokunduğunuz birşeyin beyinde yarattığı çağrışımlardır.

Şirketler ve markalar da insanların 'algı'sındaki yerine göre başarılı olabilir. Örneğin olumsuz bir deneyim yaşadığınız bir markanın logosunu ya da mağazasını gördüğünüzde beyniniz size hemen geçmiş tecrübenizi hatırlatır ve siz de o markayı olumsuzlarsınız. Ya da tam tersi bir durumda, sizde güzel çağrışımlar yaratır. Bir marka algısının yüksekliği, bu işin uzmanları genellikle beş ana başlık etrafındaki başarıyla ölçer: Ürün estetiği, mağaza yapısı, fonksiyonel ürünler, moda ve yenilik, mükemmel müşteri hizmeti...

Bunları niye mi anlatıyoruz? Geçen ay Marketing Türkiye dergisinde Şikayetvar.com, Nielsen ve Ajans Press gibi bağımsız kuruluşların verileriyle yayımlanan bir araştırma yayımlandı (bilmeyenler için



1 Numaralı ŞİRKET

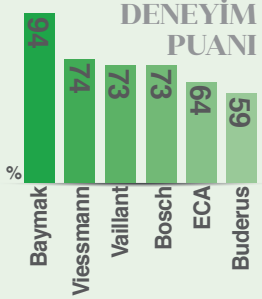
Baymak, müşteri memnuniyetinde sektörünün en başarılı şirketi seçildi. Üç sene önce başlayan 'büyük değişim'in getirdiği bu başarı, işini müşterisi için en doğru şekilde canla başla yapmaya çalışan bayi ve servislerimizden bölge müdürlerimize, her müşteri sıkıntısını kendi sorunu gibi çözmeye çalışan çağrı merkezi çalışanlarımıza fabrikamızda ürünlerin kalitesini yükselten işçilerimize kadar herkese ait... Artık bu işin "1 numarası" biziz...

söyleyelim, Marketing Türkiye, pazarlama iletişimi ve marka yönetimi konusunda 25 yıldır yayımlanan, alanın bir numaralı yayını). Bu araştırmaya göre Baymak "Marka Algı Değişimi"nde, Bosch, Vaillant, Vieassmann Isı, Buderus ve ECA'yı geçerek yüzde 41 ile zirvede yer aldı. Bu özetle şu anlama geliyor: Baymak, bugün tüketicilerin algısında ısıtma ve soğutma sistemleri sektörünün bir numaralı markası.

Daha da fazlası var. Aynı haberin spotunda şu ifadeye yer veriliyordu: "Kombi markaları içinde Baymak, 'müşteri memnuniyeti' açısından rakiplerini geride bırakıyor." Ama ne geri bırakmak... Baymak araştırmaya konu olan müşteri deneyimi, genel memnuniyet, şikayet süreci, teşekkür oranı, irtibat hızı gibi başlıklara sahip 11 kategorinin yedisinde birinci, diğer beşinde ise bir puan farkla ikinci... Müşteri deneyim puanı kategorisinde; Baymak yüzde 94 ile Viessmann Isı, Vaillant ve Bosch Isı Sistemleri'nin önünde yer aldı. Müşteri paylaşım yönetimi kategorisinde; irtibat hızı, şikayet süreci, çözüm hızı, sonuçtan memnuniyet ve teşekkür oranı alt

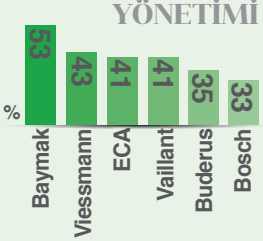
MÜŞTERİSİNİ MEMNUN EDEN KOMBİ MARKALARI

MÜŞTERİ DENEYİM PUANI



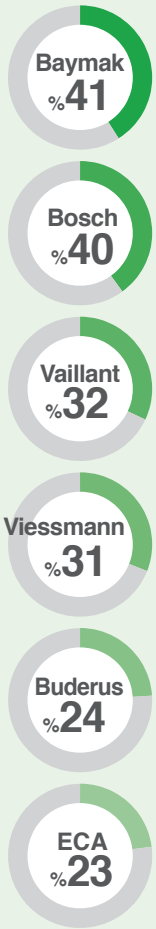
'Marka Algı Değişimi' ve 'Müşteri Paylaşım Yönetimi' baz alınarak 'Müşteri Deneyim Puanı' oluşturuluyor. Markalar bazında bakıldığında ilk sırada yüzde 94 ile Baymak, ikinci sırada yüzde 74 ile Viessmann ısı, üçüncü sırada yüzde 73 ile Vaillant ile Bosch Isı Sistemleri yer alıyor.

MÜŞTERİ PAYLAŞIM YÖNETİMİ



'Müşteri Paylaşım Yönetimi' oranları 'irtibat hızı', 'şikayet süreci', 'çözüm hızı'' 'sonuçtan memnuniyet' ve 'teşekkür oranı' alt başlıklarından oluşuyor ve tüm süreçler değerlendirildiğinde genel müşteri paylaşım yönetimi puanının yüzde 42 olduğu sonucunu veriyor. Markaların müşteri paylaşımı yönetiminde ilk sırada yer alan Baymak'ın oranı yüzde 53.

MARKA ALGI DEĞİŞİMİ



Müşteri Deneyim Endeksi'nin marka algı değişim ayağı ise 'Memnuniyet', 'Tavsiye', ve 'Bağlılık' kategorilerinde değerlendiriliyor. 2015 yılı ilk iki çeyreği sonucunda genel marda değişim puanı yüzde 34 olarak karşımıza çıkıyor. Marka bazında ise Baymak yüzde 41 ile ilk sırada' yer alıyor.

KAYNAK: Marketing Türkiye Kombi Markaları Müşteri Endeksi

başlıklarında rakipleriyle yarışan Baymak yüzde 53 ile diğer markaları geride bıraktı ve ilk sıraya yerleşti.

Bu veriler, Baymak olarak üç yıla önce 'büyük değişimi' başlatırken stratejimizin merkezine aldığımız "müşteri memnuniyetinde en iyisi" olma hedefine emin adımlarla yol aldığımızı gösteriyor. 'Biz' artık bayisiyle servisiyle fabrikasından yöneticisine tüm çalışanlarıyla müşterine en iyi hizmeti sunan şirketiz. Ve şimdi asıl yolculuğumuz başlıyor: Daha iyisini yapmak ve zirvede kalmak...

Kuşkusuz bu başarıda Baymak'ın 87 kişilik Satış Sonrası Hizmetler Birimi'nin payı büyük. Ama Baymak'ın bu noktaya nasıl ulaştığını anlamanın yolu, üç yıl önce başlayan "Büyük Değişim"in kodlarında gizli. Türkiye ısıtma ve soğutma pazarının lider şirketi, yüzde 100'ünün Nisan 2013'te Avrupa'nın bu alandaki üçüncü büyük şirketi Hollandalı BDR Thermea tarafından satın alınmasından önce yılların "yorgunluğuyla" boğuşuyordu. Bayileri ve servisleriyle ilişkileri zayıflamış; ürün gamı geniş ama rekabetçilikten uzaklaşmıştı. Kısacası yenilenmeye ihtiyaç vardı.

BDR Thermea satın almasıyla gelen yeni yönetim de işte bu yenilenmeyi gerçekleştirmek, "Yeni Baymak"ı inşa etme hedefiyle yola çıktı. Kuşkusuz tüm bu değişime yol gösteren BDR Thermea'nın vizyonu oldu. BDR Thermea'nin vizyonu ve hedefi, günün ve geleceğin iklimlendirme konusunda tek çözüm ortağı olmak. Baymak CEO'su Ender Çolak da, Baymaklife'ın Eylül 2014'te yayımlanan ilk sayısına verdiği söyleşide "Yeni Baymak"ı tanımlarken şu cümleleri kullanmıştı: "Birleşme öncesindeki üç dört yılda bir yorgunluk vardı üzerimizde... Dolayısıyla ortak bir hedefe koşan, kalitesi ve yenilikçiliğiyle pazarın en rekabetçi ürünlerini sunan bir şirket olma hedefiyle yola çıktık. 'Şeffaf olacağız' dedik, yaptık, 'en iyi ürünleri getireceğiz' dedik, getirdik, 'paydaşlarımızla daha yakın çalışacağız' dedik, jan janlı ofislerimize kapanmadık, sözümüzü yerine getiriyoruz."

Gerçekten de bunları yaptılar. Geçmiş üç seneye bakıldığında en ince detaylara her şey özenle düşünüldü ve kurgulandı. Öncelikle Porsche Consulting ile yapılan çalışmaların bir sonucu olarak 20 milyon liralık yatırımla üretim altyapısını bu büyümeyi taşıyabilecek noktaya getirildi; BDR Thermea'nın verdiği güçle ürün gamı Hollanda teknolojili yüksek kaliteli ürünlerle yenilendi. Bugün kurumsal projelerin en çok tercih edilen ve halihazırda pazarının lideri Lectus, bir kombinin olabileceği en 'güzel' forma sahip idee, yer tipi kazanların şahı Magnus, klimada sadece bir sene içinde pazarın en hızlı büyüyen inventer modeli haline gelen Elegant... Buna ek olarak ürün gamındaki hemen her ürün tasarım olarak yenilendi. Bununla da kalınmadı, geleceğin işi olan fotovaltaik yani güneşten elektrik üreten panel ve hibrid sistemlere ciddi yatırımlar yapıldı. Hatta bu amaçla Şekerbank ile işbirliğine gidilerek Eko

Kredi paketi çıkarıldı, ardından bu paketin kapsamı enerji verimli ürünlere doğru genişletildi. Tüm bu adımlar yukarıda "marka algısını" oluşturan bileşenler içinde ürün estetiği, fonksiyonel ürünler ve yenilikçiliği karşılıyor.

Ürünlerin ötesinde Baymak'ın başta bayileri olmak üzere tüm iş ortaklarına yönelik anlayışı A'dan Z'ye değişti. Öncelikle 'şeffaflık' getirildi. Bayilerle Nisan 2013'te yapılan ilk organizasyonda ve akabindeki bölge toplantılarında Baymak CEO'su Ender Çolak, "Hesap veremeyeceğimiz, yapamayacağımız, açıklayamayacağımız hiçbir şey vaat etmeyeceğiz. Şirketin planlarını önceden sizlere açıklayacağız" diyordu. Bunu da örneğin ürün planlamasını aylar öncesinden bildirerek yaptı. Böylece bayiler de kendilerini bu plana göre hazırlayabildi.

Diğer taraftan bayiler ve diğer tüm paydaşlarla daha yakından çalışma yöntemine geçildi. CEO Ender Çolak, Baymaklife'ın ilk sayısına verdiği söyleşide, "Bir bayi ziyaretine gittiğimde en az bayi kadar yetkili servis de ziyaret ediyorum. Bu duruma ilk başta çok şaşırdılar. Hatta daha önce bir Alman firmasıyla da çalışmış biri 'bu zamana kadar bırakın genel müdürü, pazarlama müdürü bile beni ziyaretime gelmemişti' dedi. Bu ziyaretler, onlar için şaşırtıcı oluyor ama 'Yeni Baymak' anlayışında bu çok doğal. Bayilerimizle ve yetkili servislerimizi bu sıcak teması sürekli devam ettirmek zorundayız. Aksi takdirde İstanbul'da jan janlı ofislere kapanan bir firma olursak gerçek bağlarımızı koparmış oluruz" diyordu. Gerçekten de ziyaretler ve eğitimler son üç yıldır kesintisiz sürüyor. Bölge sorumluları sürekli yollarda geçirerek bayilerin ve servislerin sorunlarını bizzat dinliyor ve çözüm buluyor.

Tabii değişen anlayışın en somut göstergesi dünyada ve Türkiye'de bir ilk olan BES projesi. Baymak, yeni nesil enerji verimli kombilerinin tüketicilere satışını yapan bayi ve tesisatçılara birer BES hesabı açıyor ve bu hesaplara kombi başına 80 lira katkı payı yatırıyor. Bu rakama ek olarak yüzde 25 yani 20 lira da devlet katkısı geliyor. Bayi ve tesisatçılar Baymak'ın bu kampanyası sayesinde kendisi ve ailesi için çok uzun yıllar boyunca birikim yapma ve bu sayede emekliliğini garanti altına alma fırsatına kavuştu. Ayrıca bu sistem münhasır bayilere yeni iş olanakları yaratıyor. Zaten Ender Çolak, BES projesinin pazarda hızlı büyümelerini sağlayan en büyük itici güçlerden biri olduğunun altını çiziyor.

Bayi, servis ve çalışanlara yönelik değişen anlayışın başka birçok örneği bu geçen zamanda sergilendi. Örneğin mavi yakalı çalışanlar ve çocukları için düzenlenen Jurassic Land gezisi, bayilere yönelik yapılan Rusya, Hollanda gezileri, servislerin ödeneklerine yapılan ciddi zam ve reklam kampanyaları. Örneğin geçen yıl Ankara için yapılan değişim kampanyası bayilerin satışlarını büyük ölçüde sıçratmıştı.

Marka algısını yukarı çeken başka bir kritik hamle ise kuşkusuz Orange Store'lar. Modern mağaza tasarımı ve ürün teşhiri, eğitimli montaj ve uygulama ekipleri, tüketicilere gerekli teknik bilgiyi sağlayan makine mühendisleri ve eski geleneksel ürünlere değil sadece yüksek enerji verimli ve yenilenebilir enerjiye yoğunlaşan ürün satış anlayışı gibi tüketiciler için kritik unsurları biraraya getiren Orange Store'lar bayilere ise sunulan satın alma ve taahhüt avantajlarıyla 12 ay boyunca satış yapabilme olanağı tanıyor.

Tabii Yeni Baymak'ı inşa ederken en kritik unsurlardan biri de satış sonrası hizmetlerdi. Nihayetinde marka algısı, tüketicinin satın alma kararını etkileyen en önemli bileşen ve ne kadar kaliteli ürünlere de sahip olsanız müşteriyle temas ettiğiniz noktalarda iyi değilseniz sürdürülebilir bir başarı elde edemezsiniz. Dolayısıyla Baymak, satış sonrası hizmetleri A'dan Z'ye geliştirmek ve iyileştirmek için bir yol haritası ortaya koydu. Tüm servislerin denetlenme süreci başlatıldı. Devamlı olarak ziyaretler başladı, sıkıntıları dinlendi ve daha iyiye gitmek için neler yapılması gerektiği tespit edildi. Servis takip yazılımını kuruldu ve servislere hediye edildi. 2015 yılı içinde tüm yetkili servislere mutlaka eğitim verildi hatta bazılarına iki kez eğitim amaçlı gidildi. Bu süreçte, 25 yıllık bir tecrübeye sahip Mustafa Bozkurt her ayın iki hatta üç haftasında tüm Türkiye'yi karış karış dolaştı ve eğitimler verdi. Bölge sorumluları her sürekli bayileri, servisleri, müşterileri ziyaret etti (ve etmeye devam ediyor), oluşan aksaklıkları yerinde çözmeye çalıştı.

İşte "Yeni Baymak"ı inşa etmek üzere çıkılan bu yolculukta atılan adımların, yapılan yeniliklerin meyvesi, bu başarı. Sözleri yerine getirilmesi, üzerine de fabrikanın baştan aşağı yenilenmesi, BES, Eko Kredi gibi yenilikçi uygulamaların devre alınması, yüksek frekanslı reklam kampanyaları, bayilere verilen desteklerle beraber Baymak koşmaya başladı. Nihayetinde bu başarı şunu gösteriyor ki Baymak Ailesi, birlikte ortak bir hedefe koşan, birbirine güvenen güçlü bir yapı. Dediğimiz gibi "Gelecek Bizim".

25 yıllık bir tecrübeye sahip eğitimcimiz Mustafa Bozkurt her ayın iki hatta üç haftasında tüm Türkiye'yi karış karış dolaştı ve eğitimler verdi. Bölge sorumluları sürekli bayileri, servisleri, müşterileri ziyaret etti, oluşan aksaklıkları yerinde çözmeye çalıştı. Bu insanlarda bu azim olmasa bunu zaten yapamayacaktık.

Çağımızın Sinsi ve Sessiz Hastalığı

Uzm. Dr. GÖKMEN KUM
Kardiyoloji Uzmanı
Bağcılar Eğitim Araştırma Hastanesi, Kardiyoloji Kliniği

Son yıllarda başta büyükşehirler olmak üzere şehir nüfusunun hızla artması birçok sağlık sorununu da beraberinde getiriyor. Bunların en başında da çağımızın hastalıklarından biri olarak nitelendirdiğimiz hipertansiyon yani yüksek tansiyon geliyor. Artan kentli nüfus ve beraberinde insanların daha stresli bir hayat sürmeye başlaması hipertansiyonu en sık rastlanan hastalıklarından bir haline getirdi. Öyle ki istatistikler ortalama her dört yetişkinden birinin kan basıncının yüksek olduğunu gösteriyor. İstatistiklerin biraz daha ayrıntılarına bakacak olursak, her 10 gençten ikisi, her 10 orta yaşlının dördü, her 10 yaşlının ise sekizi hipertansiyon hastası. Son yıllarda ise hipertansiyonun genç yaşlara doğru kaydığını gözlemliyoruz. Hipertansiyon sinsi ve sessiz bir sağlık sorunu olması ve kronik hastalıkların birçoğunun ya tetikleyicisi ya da yol arkadaşı olması nedeniyle önem verilmesi gereken bir konu. Peki nedir bu hipertansiyon?

Yüksek kan basıncı (hipertansiyon) atardamarlardaki kan basıncının makul miktarların üzerine çıkması anlamına geliyor. Bugün kabul edilen kan basıncı değeri istirahat halindeki normal bir yetişkinde 120/80 mmHg'dır (milimetre civa). Normal şartlarda, sürekli olarak kan basıncı 120/80 mmHg üzerinde olan kişiler hipertansiyon hastalığı adayı kabul edilir. Kan basıncı devamlı olarak 140/90 mmHg üzerinde seyrediyorsa da hipertansiyondan bahsedilir. Hipertansiyon kalp hastalıkları için ana bir risk faktörüdür. Eğer tedavi edilmezse beyin dolaşımı, kalp, damar, göz ve böbrek hastalıkları için ciddi hastalık ve ölüm oranlarında artışa sebep oluyor. Bir kez teşhis yapılıp tedaviye başlanırsa artan kan basıncı düşürülebiliyor, kalp ve kalp dolaşım sistemindeki hastalık riski azaltılabiliyor.

HİPERTANSİYON BELİRTİ VERİR Mİ?

Hipertansiyon hastası olup da bunun farkında olan kişilerin oranı sadece yüzde 40 dolayında. Yani hipertansiyon hastası olanların yarısından çoğu bu durumlarının farkında değil. Gerçekten hipertansiyonun önemli bir özelliği uzun yıllar hiç belirti vermemesidir. Yüksek kan basıncı bazen baş ağrısı, yorgunluk, halsizlik gibi yakınmalara neden olsa da, çoğu zaman hiçbir şikayete yol açmaz.

HİPERTANSİYONUN NEDENİ NEDİR?

Hipertansiyonun nedeni tam olarak belli değildir. Zaten hastaların yüzde 95'inde hipertansiyona neden olan tek bir faktör saptanamamıştır. Bu durum daha çok bünyesel/genetik yatkınlığa bağlıdır ve ailesel eğilim gösterir. Çok küçük bir hasta grubunda (yüzde 5 hastadan daha az), altta yatan bir böbrek hastalığı, böbreküstü bezi hastalığı, damarsal hastalıklar gibi başka bir hastalık bulunur. Bu durumda öncelikle altta yatan hastalığı tedavi etmek gerekir.

SAĞLIKLI OLMAK ÖNCELİKLE SİZİN ELİNİZDE

Öte yandan her ne kadar hipertansiyon genetik zeminde gelişse de, birçok çevresel faktör hipertansiyonun ortaya çıkmasını hızlandırır veya hastalığı davet eder. Fazla tuzlu beslenmek, fazla kilolu olmak, az hareketli bir yaşam, sebze/meyve (lifli gıda) tüketiminin az olması ve fazla alkol tüketimi hipertansiyona davetiye çıkaran durumlardır.

HİPERTANSİYONUNUZ VARSA :

Öncelikle endişeniz olmasın. Hipertansiyonun sebep olacağı riskler uygun tedaviyle ciddi oranda azaltılabilir. Fazla kilolardan kurtulmanız, spor yapmanız, sağlıklı beslenmeniz, sigara içmemeniz ve tuz tüketiminizi azaltmanız doktorunuzun vereceği ilaçlar kadar gerekli ve önemlidir. Son olarak sizde hipertansiyon varsa ailenizin diğer bireylerinde de hipertansiyon riski yüksektir. Mutlaka kontrol olmalarını öneriniz.

Sağlıkla kalın...

Not: Sorularınızı saglik@baymak.com.tr adresine gönderin, yanıtlayalım.

Teknoloji huzura erdi!

Brötje Heizung yoğuşmalı kombi üstün Alman teknolojisi, eşsiz tasarımı ve yüksek verim değeri ile son teknolojiyi hayatınıza getiriyor, evinize sıcaklık katıyor.

*EN 677 standartlarında, %30 kısmi yükteki verimliliktir.

**3 yıl garanti süresi yetkili servis tarafından ilk çalıştırma işlemi yapılan Brötje Heizung yoğuşmalı kombilerde geçerlidir.

www.baymak.com.tr

444 0 235 7x24
7x24 çağrı merkezi

BRÖTJE HEIZUNG

‘SARI FARE’NİN EN ZOR MAÇI

Futbolu bulan İngilizler olabilir ama bugün oynanan oyunun yani modern futbolun kurucusu kesinlikle Johan Cruyff’tur. Bugünlerde yaşam mücadelesi veren Hollandalı efsane, ortaya koyduğu sistemle bugünün Barcelonası’nın mimarı aynı zamanda.

Johan Cruyff

Tam adı Hendrick Johannes Cruyff... Hollanda futbolunun yetiştirdiği en büyük efsane... Pele, Diego Maradona ve Lionel Messi ile birlikte bu oyunu oynamış en yetenekli oyunculardan biri. Kıvraklığı ve fiziki özellikleri nedeniyle "Sarı Fare" lakabını alan Johan Cruyff gerek futbolculuk gerekse teknik direktörlük kariyerinde büyük başarılara imza atmış, bir ekol yaratmayı başarmış bir futbol adamı. 1966 ve 78 arasında milli takımda 48 maça çıkan ve 33 gol atan Sarı Fare, bir santrafor olmamasına rağmen attığı bu gollerle Hollanda Milli Takımı'na en başarılı dönemini yaşatmıştı. "Total Futbol" anlayışı onun üzerine kuruldu. Ajax'ı dünya sahnesine çıkaran da oydu, bugünkü Barcelona'nın temellerini atan da... Bir Roma İmparatorluğu'nu yıkmadığı kaldı adeta!

Şimdilerde ise hayatının en zorlu maçını oynuyor "Sarı Fare'. Ekim ayı sonunda akciğer kanserine yakalandığı açıklanan efsane futbol adamı, başta Hollanda ve Barcelona olmak üzere tüm futbol camiasını üzüntüye boğdu. Öyle ki, Barcelona kötü haberin duyulmasından sonraki ilk maçına Cruyff yazılı tişörtlerle çıktı. Şimdi gelin, futbola oyunculuğu ve teknik adamlığıyla damgasını vuran 'Hollandalı Büyük Efsane'yi daha yakından tanıyalım...

SOYUNMA ODALARI ONUN İÇİN KUTSALDIR

Bütün efsane futbolcular gibi Sarı Fare'nin de hayat hikayesi oldukça zorlu başlar. 1947 doğumlu olan Johan, 10'uncu yaş gününde babası tarafından Ajax altyapısına yazdırılır. Sürati ve yeteneklerini muazzam bulan birçok yetenek avcısı ufak yaşta peşine düşer. Ama o, Ajax altyapısında kalarak doğru kararı verir. 12 yaşındayken babasını kaybettiğinde, annesi kulüpte gündelikçi olarak çalışmak zorunda kalır. Johan da daha sonra üvey babası olacak olan Henk Amca ile sahanın bakımıyla ilgilenir zaman zaman. "Soyunma odaları benim için hala kutsal yerlerdir" diyor o yüzden Cruyff...

Gelmiş geçmiş en iyi milli takımlardan biri olarak kabul edilen 1974 Hollanda'sı, o yıl Dünya Kupası'nı finalde Almanya'ya kaybederken Cruyff takımın en büyük yıldızıydı.

Cruyff genç yaşlarda Ajax altyapısından yetişip A takıma çıkar. 1973 yılında ise FC Barcelona takımına transfer olur. 1964 - 1984 yılları arasında Ajax ve Barcelona takımlarında forma giyen Cruyff, üç kez Avrupa'da "Yılın Futbolcusu" ödülünü alan ilk futbolcudur.

Gelmiş geçmiş en iyi milli takımlardan biri olarak kabul edilen 1974 Hollanda'sı, o yıl Dünya Kupası'nı finalde Almanya'ya kaybederken Cruyff takımın en büyük yıldızıydı. 1971, 1972 ve 1973 yıllarında üst üste üç Avrupa Kupası zaferi yaşayan Ajax'ın referans noktası da oydu. Ve Barcelona'yı, Real Madrid'in

Cruyff, 1991 ve 1994 arasında üst üste dört şampiyonlukla Barcelona'yı yeniden zirveye yerleştirdi. Onun döneminde Katalan ekibi tam 11 kupa kazandı ve bunların arasında Barcelona tarihinin ilk Avrupa şampiyonlugunun yanı sıra, Avrupa Kupa Galipleri Kupası, UEFA Süper Kupa, üç İspanya Süper Kupası ve bir Copa Del Rey de bulunuyordu.

Cruyff, kendi adını taşıyan vakıf aracılığıyla gençlerin spora katılımı için uğraş veriyordu.

uzun yıllardır devam eden hegamonyasına son verebileceğine inandıran adam da yine Cruyff'tu. Barcelona, 14 yıllık hasretin ardından, 1974 yılında La Liga'yı kazanırken Bernabeu'da elde edilen 5-0'lık unutulmaz zaferde de tamamen Cruyff imzası vardı. Cruyff'un tarihe geçen bir sözünü de paylaşmazsak olmaz: "Futbol basit bir oyundur. Zor olan ise, futbolu basit oynayabilmektir." "Cruyff Dönüşü" adı verilen harekete adını veren futbolcu, teknik direktörlük kariyerinde de büyük başarılara imza attı. 1986-1988 arasında Ajax, 1988-1996 arasında da Barcelona'yı çalıştırdı. Yönettiği ilk takım olan Ajax'ı iki Hollanda kupası ve bir Avrupa Kupa Galipleri Kupası şampiyonluğuna taşıdı. Takımı bir sezonu 85 gol averajı gibi inanılmaz bir istatistikle kapatmasına rağmen Eredivisie şampiyonluğunu elde etmeyi başaramadı. Oyuncuyken üç defa kazandığı Avrupa Kupası'nı Ajax teknik direktörü iken kazanmasına imkan olmadı. Ama ortaya koyduğu 3-5-2 sistemi ile Ajax, Louis van Gaal'li yıllarda Şampiyonlar Ligi zaferi yaşamayı başardı.

AKBABA BEŞLİSİNİ UNUTTURDU

Cruyff, teknik direktör olarak patlamasını ise Barcelona'da yaptı. Modern futbolun gördüğü en iyi futbol takımlarından birini Katalonya'da oluşturan Hollandalı, 'Rüya Takım' olarak adlandırılacak ekiple sayısız başarı yaşadı. Bugünkü Barcelona'nın mimarı olan Johan Cruyff, teknik adamlık kariyerine son verirken arkasında büyük bir miras bıraktı. Akbaba Beşlisi (Emilio Butragueno, Manolo Sanchis, Martin Vazquez, Michel ve Miguel Pardeza'dan oluşan efsane Real Madridli futbolculara takılan lakap), Real Madrid'i 1986 ve 1990 arasında beş La Liga şampiyonluğuna taşırken Cruyff, 1991 ve 1994 arasında üst üste dört şampiyonlukla Barcelona'yı yeniden zirveye yerleştirdi. Onun döneminde Katalan ekibi tam 11 kupa kazandı ve bunların arasında Avrupa Kupa Galipleri Kupası, UEFA Süper Kupa, üç İspanya Süper Kupası ve bir Copa Del Rey de bulunuyordu.

BARÇA'YA İLK AVRUPA ŞAMPİYONLUĞUNU YAŞATTI

Ama her şeyden daha önemlisi, 1992'de Ronald Koeman'ın attığı enfes frikik golüyle Sampdoria'yı 1-0 yenen Barça, tarihinde ilk kez Avrupa'nın bir numaralı kupasını müzesine götürdü. Barcelona'nın tarihinde Cruyff'un yerini belirleyen en büyük iki olaydan biri bu zaferdi. Diğeri ise 1978 yılında kulüpten ayrılırken başkan Jose Lluis Nunez'e verdiği tavsiyedir: "Bir futbol akademisi kur." Böylelikle "La Masia" doğdu. Cruyff, 1988 yılında teknik adam olarak Barça'ya geri döndüğünde Pep Guardiola, Albert Ferrer ve Guillermo Amor gibi altyapı mezunlarını A takıma yükselterek, Hristo Stoichkov, Michael Laudrup, Romario ve Koeman gibi isimlerle kaynaştırıp önemli bir çekirdek oluşturdu.

Elbette hayal kırıklıkları da vardı. Cruyff'un Barça'sı 1991'de Kupa Galipleri Kupası'nı finalde Alex Ferguson'un Manchester United'ına kaptırırken 1994 yılında Şampiyonlar Ligi finalinde Milan'a 4-0 gibi farklı bir skorla kaybetti. Bundan sonraki iki sezon kupasız geçince Cruyff, Nunez ile yaşadığı tartışmalar sonrasında kulüpten ayrıldı. Camp Nou'u terkettikten sonra da başka hiçbir takımı çalıştırmadı.

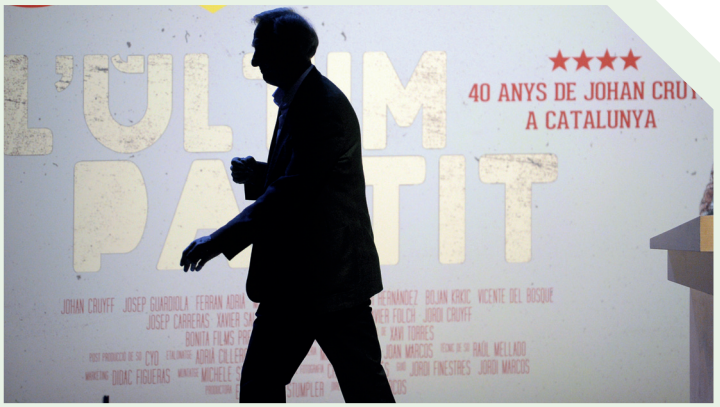
BARÇA'DA BAŞKANLIK NİŞANINI GERİ VERDİ

Temmuz 2010'da ise Katalonya'da herkesi şaşırtan hamlesini yaptı. Barcelona'da Joan Laporta'nın yerine göreve başlayan Sandro Rosell ile yapılan ilk yönetim kurulu toplantısında Cruyff'a tanınan onursal başkanlık sıfatının kulüp yönetmenliğine uymadığına ilişkin bir tartışma yapılmasına sinirlenen Johan Cruyff, hemen kulüp binasına giderek onursal başkanlık nişanını geri verdi. Kulüp girişindeki resepsiyonda oturan ve o sırada telefonla konuşan sekreter kıza sadece, "Bak buraya bırakıyorum" diyerek onursal başkanlık nişanını geri veren Cruyff, İspanyol basınına da, "Yönetim kurulunun ilk toplantısında bu konuyu tartışması bana garip geldi. Çok önemli olduğunu düşünmüyorum. Bu tip şeyleri kabul etmek çok zordur ama geri vermek kolaydır. Kimseyi rahatsız etmek istemediğimden geri veriyorum" açıklanmasında bulundu.

O ayrıldığında Barcelona'nın müzesinde sadece bir Devler Ligi zaferi vardı. Şimdi ise tam beş adet var. Ancak diğer üç zaferde de dolaylı olarak Cruyff'un imzası bulunuyor. Şöyle ki, Katalan ekibine Frank Rijkaard'ı tavsiye eden isim oydu. Rijkaard sonrasında Joan Laporta'ya göreve Pep Guardiola'yı getirmesi gerektiğini söyleyen de yine o oldu. Ona göre bu iki isim, Barça'ya uygun bir futbol anlayışını kulübe yerleştirerek başarıyı getirebilirdi. İkisinde de haklı çıktı. Rijkaard, 2005 ve 2006'da La Liga zaferleri yaşattığı takıma, 2006'da da Şampiyonlar Ligi zaferi tattırdı. Sonrasında göreve gelen Pep Guardiola üst üste üç La Liga zaferine iki de Devler Ligi kupası ekledi ve belki de tarihin en iyi takımını oluşturdu. Genç teknik adama imrenip imrenmediği sorulduğunda, Cruyff'un cevabı, "Ben 15 yıldır çalışmıyorum ve onun sayesinde daha da meşhur olmuş durumdayım. Dolayısıyla prestijimi artıran birini nasıl kıskanabilirim ki? Daha ne isteyebilirim?" şeklinde cevap veriyordu. Ancak şu kesin ki, hem saha içinde hem de saha dışındaki muazzam etkisi düşünüldüğünde, futbol dünyası bir başka Johan Cruyff görebilmek için uzun yıllar boyunca beklemek zorunda kalacak.

Yukarıda hayat hikayesinden kısa bir kesit okuduğunuz 'Holandalı Dünya Devi', şimdilerde hayatının en zorlu mücadelesini veriyor. Bizler de kendisine buradan 'Seninleyiz Sarı Fare' diyor ve ekliyoruz:

HEEL VEEL STERKTE!!!!
(Felemenkçe'de acil şifalar)



2014 yılında Katalanlar, Hollandalı Efsane'nin kariyerindeki 40. yılı anısına ve Barcelona'ya katkıları icin bir etkinlik düzenledi. Etkinlikte efsanenin kariyerini anlatan bir belgesel de yayımlandı.

Efsane futbolcu 1973'te Hollanda da bir otelin açılışında kapıyı futbol topu ile kırarak açıyor.

Cruyff'un hocalığı döneminde 1994-96 arasında futbolcu oğlu Jordi de Barça forması giydi.

24 YIL ÖNCE SİGARAYI BIRAKMIŞTI

Bir süredir akciğer kanseri tedavisi gören 68 yaşındaki Cruyff, 1991 yılında yaşadığı kalp sorunu nedeniyle ameliyat geçirmişti. O ameliyat sonrası sigarayı bırakan ünlü futbol adamı, basın tarafından sık sık ağzında lolipop görüntülenmişti. Hastalık teşhisi konana kadar Ajax takımının danışmanlığını sürdüren ünlü futbol adamı, kendi adını taşıyan vakıf aracılığıyla da gençlerin futbola katılımı için uğraş veriyordu. Cruyff, Hollanda basınında da futbol yorumculuğu ve yazarlık da yapıyordu.

Mennan Sönmez
Mahir Sönmez

Yeni Başlayanlar İçin BAYMAK'I ANLAMA KILAVUZU

Elazığ bayisi Furkan Sönmez Mühendislik henüz altı aylık Baymaklı. Ama bu kısa sürede yaşadıkları deneyim Baymak'ın neden 'bir numara' olduğunu çok iyi anlatıyor.

Doğu Anadolu'nun bütün kentleri gibi 'iklimi soğuk ama insanı sıcak' yerlerden biri olan Elazığ'da Kültür Mahallesi'ndeki Furkan Sönmez Mühendislik, altı aydır Baymak ürünlerini tüketiciyle buluşturuyor. Makine Mühendisi Mahir Sönmez'in 16 yıl önce kurduğu firmanın müdürlüğünü, kardeşi Mennan Sönmez yürütüyor. Baymak Life dergisi olarak röportajımıza, Mahir Sönmez'den şirketin kuruluş öyküsünü ve gelişimini öğrenerek başlıyoruz:

Mahir Sönmez, 1999'da Fırat Üniversitesi Makine Mühendisliği Bölümü'nü bitirmiş. Hareketli yapısı nedeniyle, devlet memuru olmayı hiç düşünmemiş. Plan-proje işleri yapmak için Elazığ'da şirket kurup bir iş hanının ikinci katında, sadece 12 metrekarelik bir ofis kiralamış. Sekreteri bile olmadan, tek başına çalışmış. İlk elemanını bir yıl sonra, kendisi dışarıdayken gelenleri ağırlasın, telefonlara baksın diye almış.

Mahir Sönmez iş hayatının bundan sonraki kısmını şöyle anlatıyor: "Atılımı 2001'de başlattık. Malzeme alıp satmaya başladık. Bu arada yerimizi değiştirdik. Yeni işyerimiz zemin katta küçük bir dükkandı. Gelen giden zengin görsün diye dükkanın ön tarafına tesisat malzemesi koymuştuk. Mekanik tesisat, ısıtma, temiz su-pis su işlerine başladık. Bu arada kadromuza bir kişi daha katıldı. 2004-2005'de otellerin ve AVM'lerin kazan daireleri gibi büyük işlere, 2006'da kamu ihalelerine girmeye başladık. Elazığ'a 2008 sonunda doğalgaz geldiğinde ilk yetki alan firma olduk. Elazığ'da ilk doğalgazı üç katlı bir binaya biz verdik."

Ağabey Mahir Sönmez ile yaptığımız kısa sohbetin ardından kardeşi Mennan Sönmez ile devam ediyoruz. Mennan Sönmez ile Baymak çalışmanın avantajlarını, sektörde yaşanan sıkıntıları, müşterilerin beklentilerini ve Elazığ'ı konuşuyoruz.

PERSONELİN YARISI BAYMAK İÇİN

■ İş hayatına nasıl adım attınız?

1979 Elazığ doğumluyum. İlk, orta ve lise eğitimimi Elazığ'da yaptım. Daha sonra Ankara'da Başkent Üniversitesi İstatistik ve Bilgisayar Bilimleri'nden mezun oldum. Üniversitenin ardından bir süre daha Ankara'da yaşadım. Öğretmenlik yaptım, Türk Kızılayı Derneği'nde çalıştım. Ardından 2007'de Elazığ'a döndüm. Ağabeyimin şirketine destek olmak istedim. Birlikte daha büyük işler yapabileceğimizi düşündüm.

■ Kardeşlik sinerjisi işe yaramış görünüyor...

Evet, şu anda Elazığ'da sektörümüzde

BATIYA GİDEN GELMİYOR

Doğu Anadolu'daki bütün kentlerin kaderi olan 'nitelikli nüfus kaybı' Elazığ'ı da etkiliyor. Mennan Sönmez, eğitim için Elazığ'dan ayrılan gençlerin büyük bölümünün geri gelmediğini söylüyor. Sönmez, "Ağabeyimin kurduğu işte yer almak için Ankara'dan döndüm ama avukat olan bir kardeşimiz dönmedi. Onun gibi binlerce gencimiz okumak için İstanbul, Ankara, İzmir gibi büyük kentlere gittiğinde, mezun olunca dönmüyor. Onları eleştirmeye hakkımız olmadığını da düşünüyorum. Ama şunu da belirtmek isterim ki Elazığ ekonomik yönden imkanları kısıtlı olsa da sosyal açıdan çok güzeldir. Bu nedenle memurlar Doğu görevi için en çok Elazığ'ı tercih eder. Elazığ'a yolu düşenlerin birçoğu 'sıkıcı bir yer bekliyorduk ama burası çok hareketli' der."

BOYNUZ KULAĞI GEÇTİ

Şirketin kurucusu olan Mahir Sönmez, iş hayatının ilk yıllarında yaşadığı bir diyalogun, kendisini daha fazla çalışmaya teşvik ettiğini söylüyor. Sönmez, o olayı şöyle anlatıyor: "Genç bir mühendistim. Bir okulun yerden ısıtma projesini çizecektim. Benden tecrübeli bir mühendis ağabeyimiz vardı. Ona gidip yardım istedim. Bana 'Projeni bırak, ben çizer veririm' dedi. Oysa ben ondan yardım istiyordum. Zoruma gitti, ofisime geldim. Birkaç saat sonra o ağabeyimizin yanında çalışan biri geldi. 'Olanı gördük. Üzüldük. Sana yardım etmek istiyoruz' dedi. Bana yol gösterdi, yardım etti. Ben o zaman hırs yaptım. Bu yüzden firmamıza hangi yeni mezun arkadaş gelse yardımcı olurum. 16 sene içinde en az 4-5 makine mühendisi yetiştirdik. Şimdi Elazığ'da, Bursa'da, İstanbul'da iş yapıyorlar. Şimdi bakıyorum, o zaman benimle bildiğini paylaşmayan, bugün diplerde. Bazen boynuz kulağı geçiyor."

önde gelen firmalardan biriyiz. 30'dan fazla personelden oluşan bir ekibimiz var. Personelimizin neredeyse yarısı Baymak'la ilgili faaliyetlerimizde görev yapıyor. İki depo ve bir mağazadan oluşan işyerlerimizin toplam büyüklüğü bin metrekareyi buluyor. Ayrıca müteahhitlik de yapıyoruz.

■ Baymak ile ilişkiniz nasıl başladı? Neden Baymak'ı tercih ettiniz?

Aslında uzun süredir başka bir firmanın bayisiydik. Ancak özellikle son yıllarda ihtiyaçlarımızı yerine getiremiyorlardı. Sıkıntı yaşıyorduk. Bırakmak zorunda kaldık. Yolumuza Baymak ile devam etmeyi tercih ettik. Çünkü Baymak'ın güçlü bir firma olduğunu, kaliteli ürünleri bulunduğunu, özellikle son dönemde büyük bir atılım yaptığını biliyorduk. Bu nedenle altı aydır Baymak ile çalışıyoruz ve çok memnunuz. Baymak'a güvenerek bu ilişkiye girdik. Baymak'ın ürün portföyü çok geniş. Bu çok önemli. Sadece radyatör-kombi değil, klima da, hidrofor da, termosifon da var. Ürün gamı geniş olunca rahatlıkla satış yapıyorsunuz.

UZAKTAYIZ AMA İLGİ GÖRÜYORUZ

■ Bu altı aylık deneyimizi anlatır mısınız?

Öncelikle genel müdürlük bizimle sürekli irtibat halinde. Yalnız bırakılmıyoruz. Büyük projelerde destek veriyorlar. Bir isteğimiz olduğunda olumlu ya da olumsuz dönüş yapıyorlar. Merkeze çok uzak bir kentte olmamıza rağmen Baymak bizimle sürekli irtibat halinde. Sizin röportaj için Elazığ'a kadar gelmeniz bile çok anlamlı. Müthiş birşey. Şirketin ciddiyetini gösteriyor.

Öte yandan Baymak bayisi olmamızla birlikte satışlarımız yükseldi. Baymak'ın televizyonlara, gazetelere verdiği reklamlar çok iyi. Baymak teknolojiye de yatırım yaptı. Yeni ürünler geliştiriyor. Baymak zaten çok köklü bir firmaydı ama artık daha profesyonel.

BAYMAK'LA BÖLGEYE AÇILACAĞIZ

■ 2015 yılı nasıl geçti?

Aslında 2015'in başlarında firma

olarak mutlu değildik. Ama Baymak'la çalışmaya başladıktan sonra satışlarımız hızla arttı. Kendimize güvenimiz geldi. Arkamızda böyle bir markanın olmasının gücünü hissettik. Baymak bayiliğini aldıktan sonra hedef koyduğumuz satış rakamlarına ulaştık. Artık bölgeye açılma düşüncemiz var. Baymak merkez yöneticileriyle görüştük. Bingöl ve Tunceli'ye pazarlamacı gönderip satış yapmayı düşünüyoruz.

■ 2016 için hedefiniz nedir?

Elazığ'da doğalgaz yedinci yılına girecek. Dolayısıyla doygunluk var piyasada. Aslında bizim açımızdan biraz risk bu sektöre girmek. Ama Baymak'ın desteğiyle rahatladık. O da çok hoşumuza gitti. Bunu daha önce birçok firmadan görmedik. Bu nedenle Baymak ürünleriyle ilgili 2016 satış hedefimizi 2 milyon liraya yükselttik. Bu rakamın çok daha aşağısını başka bir firmayla yakalıyorduk. Yeni hedefimiz büyük olsa da bunu gerçekleştireceğimizden kuşkumuz yok.

'İYİ ÜRÜN PAHALI OLUR' ALGISI DEĞİŞTİ

■ Elazığ'da tüketicinin beklentileri daha çok hangi yönde?

Elazığ'ın ekonomik şartları nedeniyle insanların ilk beklentisi fiyat oluyor. Ardından kalite geliyor. Ama artık 'pahalıysa iyidir, ucuzsa kötüdür' mantığı kırıldı. Bu anlayış yıkıldı. İnsanlar Baymak'ın uygun fiyatla kaliteli ürün verdiğini anladı. Fiyatın ardından, tüketiciler servisi önemsiyor. Aslında servis önemli bir kulvar ama bizimle bire bir irtibata geçince biraz geriye atılabiliyor. Çünkü servis bizden sonra devreye giriyor. Servis hizmeti firmalar için iş yoğunluğunu artıran ya da azaltan bir neden. Çünkü servis iyi olmayınca müşteriler markayı birbirine kötülüyor. O yüzden servis birinci sırada. Çünkü sattığımız malın kalitesine güveniyoruz. Fiyat olarak da gayet iyi. Firma olarak da kendimize güveniyoruz. Geriye servis kalitesi kalıyor.

GURBETÇİLER DESTEKLİYOR

■ Elazığ'da şu anda nasıl bir ekonomik yapı var?

Tarım ve hayvancılık yoğunlukta... Sanayi anlamında ciddi bir ekonomik yatırım yok. Organize Sanayi Bölgesi'nde sanayi kuruluşları var ama küçük şirketler. Her zaman şunu söylüyoruz: Doğalgaz Elazığ'a gelmeseydi, ekonomi çok kötü olurdu. Doğalgaz büyük bir canlanma yarattı. Şu anda Elazığ kendi yağıyla kavruluyor.

Elazığ ekonomisinin en önemli faktörlerinden biri de gurbetteki yurttaşlarımız. Elazığ'da neredeyse her ailenin, Avrupa'da yaşayan bir yakını vardır. Bunların çoğunun da yurtdışında ekonomik durumu iyidir. Aralarında birçoğu Almanya, İngiltere, Fransa gibi ülkelerde kendi işini kurmuştur. İşte bu Elazığlı gurbetçiler, memleketlerine sürekli para gönderirler. Tarla, arsa alırlar, inşaat yaparlar, iş kurarlar. Onların gönderdiği para Elazığ ekonomisine büyük katkı koyuyor. TOBB Başkanı Rifat Hisarcıklıoğlu bir süre önce katıldığı bir toplantıda Elazığ'daki bankalarda 1,5 milyar dolarlık mevduat olduğunu söylemişti. Zaten Elazığ'da, aynı büyüklükteki kentlerden çok daha fazla banka şubesi var.

"Baymak'ın verdiği güven ve gösterdiği ilgi sayesinde ciro hedefimizi 1,5 milyondan 2 milyon liraya çıkardık."

GAKKOŞ Diyarı

Doğu'nun sanayi ve yatırım anlamında yeni cazibe merkezi Elazığ, aynı zamanda tarihi ve doğal güzellikleriyle gizli kalmış bir cennet.

Baymak Life'ın bu ayki durağı bayimiz Furkan Sönmez Mühendislik vesilesiyle "Gakkoş" diyarı Elazığ. Gakkoş kelimesi, Elazığ insanını çok iyi tanımlayacak şekilde, manevi duyguyu ön planda tutan, efendi, mert, sözünü tutan, namuslu, geleneğine bağlı, kardeş, ağabey gibi anlamlar taşıyor.

Kentin geçmişi, günümüzden tam 4 bin yıl önceye dayanıyor. Urartular, Hititler, Romalılar, Bizans, Selçuklu, Osmanlı İmparatorluğu uygarlıklarının mirasını barındıran kent, tarihi Harput Kalesi'nin eteğine kurulmus. Elazığ kültürel ve tarihi değerlerinin yanı sıra turistik değerleriyle de öne çıkıyor. Kent merkezine 25 km uzaklıktaki "Gölcük" adıyla da bilinen Hazar Gölü, tertemiz berrak suyu, kıyılarında yer alan 10 plajı ve konaklama imkanlarıyla bölgenin tatil beldesi olarak işlev görüyor. Mavinin ve yeşilin her tonunu bulacağınız halka açık plajları ve içinde yer alan batık kenti ile Hazar Gölü, mutlaka görülmesi gereken yerlerin başında geliyor.

Jeomorfolojik özelliğiyle ilgi çeken Buzluk Mağarası ise Türkiye'de turizme açılmış 10 mağaradan biri. Mağara, yaz aylarında serin kış aylarında ise sıcak olması nedeniyle her mevsim ziyaretçi çekiyor. Eşsiz doğası ve birbirinden lezzetli balık çeşitleriyle konuklarını bekleyen diğer bir yer olan Çır Çır Şelalesi'nin güzel manzarasına

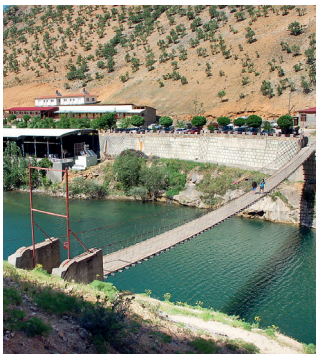
HARPUT AÇIK HAVA MÜZESİ

Söz konusu Elazığ ise Harput'a özel bir sayfa açmak gerekiyor. Harput ile ilgili ilk yazılı belge Milat'tan Önce 2 binli yıllara kadar uzanır. Her medeniyetin kendine özgü izler bıraktığı antik bir şehir olan Harput, bir açık hava müzesinden farksız. Belek Gazi Destanı'nın kahramanı Artuklular'ın yetiştirdiği ünlü komutan Belek Gazi'nin şaha kalkmış heykeli, Harput'u ziyaret edenleri karşılar kayabaşında. Bugün bile tarihi heybetiyle ayakta duran Harput Kalesi Urartu devrinin izlerini taşır. 12'nci yüzyılda Artuklu hükümdarı tarafından yaptırılan eğri minaresi ile dikkat çeken Ulu Camii ise Anadolu'nun en eski ve önemli eserlerinden biri.

Hazar Gölü, kıyılarında yer alan 10 plajı ve konaklama imkanlarıyla bölgenin tatil beldesi olarak işlev görüyor.

Dünyada birçok ödül almış ve mumlu dans olarak tanınan "çayda çıra" oyunu ise izleyenlere görsel bir ziyafet sunuyor.

Çır Çır Şelalesi, eşsiz doğası ile balıkseverlerin vazgeçilmezi.



Termal turizm merkezi olan kentin en ünlü kaplıcası ise Golan.

Elazığ, kellecoş (solda) ve Harput Köfte başta olmak üzere 150'ye yakın yemek çeşidiyle de önemli bir mutfağa sahip.

karşı, çedene kahvesini içmenin keyfi ise bir başka. Termal turizm merkezi haline gelen kent, kaplıcaları ve içmeleriyle tam bir şifa cennetine dönüşmüş durumda. En ünlü kaplıcası ise Golan. Kış sporu meraklıları için de önemli bir alternatif olan Elazığ, Hazarbaba'da bulunan kayak merkeziyle aralık ve mart ayları arasında kış sporu meraklılarına farklı bir alternatif sunar.

YAPMADAN DÖNME

Misafirperver insanların kenti Elazığ'dan; buram buram tarih kokan Harput'u, Keban Barajı'nı görmeden, doğa harikası Hazar Gölü'nde yüzmeden, Karakoçan'da Golan Kaplıcaları'na girmeden, dünyaca bilinen "Çayda Çıra Oyununu" (Mumlu Dans) ve Kürsübaşı programını izlemeden, Çedene kahvesi, Orcik, Ağın leblebisini tatmadan, oyalı yazma ve sekiz köşeli şapkayı almadan, yöreye ait yemekleri tatmadan dönmeyin...

Hidroforun idee'si: E.SYBOX

Baymak ürün ailesine şöyle bir bakın! idee, kulvarında tek. Lectus, benzeri yok. Magnus, kazanların şahı... Hepsi yüksek teknolojili hepsi de rakiplerinin önünde... Hal böyleyken Baymak'ın pazar liderlerinden olduğu hidrofor işini boş bırakacağını düşünemezsiniz.

E.sybox'ın yurtdışında çekilmiş reklam filminde, servis görevlisi su basınç problemi yaşayan bir konuta kutusu henüz açılmamış bir E.sybox getirir ve salona bırakır. Sonra ev sahibesiyle bir kahve içip kurulumu konuşmaya başlarlar. O esnada E.sybox bir robot gibi kutusundan çıkar ve kanatlarını açarak peşinde evin köpeğiyle birlikte kurulacağı yere uçar ve kurulumu iki boruyu takma suretiyle gerçekleştirir.

Bu reklam E.sybox'ı çok iyi anlatıyor. Elbette o bir robot değil ama hidrofor teknolojisindeki en üst noktayı temsil etmesi ve özellikleri açısından 'robot' benzetmesi onu çok iyi karşılıyor. Zira su kullanımının miktarını bilip ona göre çalışıyor; Bluetooth üzerinden iletişim kurabiliyor ve bir hidrofor için gerekli tüm dış ekipmanı küçük bir kasanın içine sığdırıyor. Üstelik konuşma gürültüsünden bile daha sessiz ve kurulumu reklamdaki kadar basit.

Hidrofor işinin Türkiye'deki en bilinen üç markasından biri olan Baymak'ın İtalyan DAB firması işbirliğiyle pazara sunduğu E.sybox'tan son iki senede 400'ün üzerinde kurulum gerçekleştirildi. Tüm hidrofor tiplerinde Baymak yıllık olarak 10 binin üzerinde binada kurulum yapıyor. Baymak bu alanda evsel, ticari ve endüstriyel tüm kullanımları hedefliyor. E.sybox da evsel ve ticari alandaki 'bayrak' ürünlerden biri. İki ay önce Mini versiyonu da çıkan E.sybox'ın önümüzdeki dönemde büyük satış potansiyeli olduğunu anlatan Baymak Su Grubu Ürün Müdürü Yusuf Arslan, "Üstelik sessiz, verimli ve frekans kontrollü bir ürün aradığınızda rakiplerine göre fiyat avantajı var" diyor.

Şimdi Arslan eşliğinde E.sybox'ı anlama turuna çıkıyoruz.

Kollarım Her Yere Uzanır

Geleneksel hidroforları çoğu zaman su deposunun yanına monte etmeniz gerekir. Çünkü mevcut pompa teknolojisi bunu zorunlu kılar. Ama E.sybox'ın kasasının içindeki yüksek teknolojili "kendinden emişli çok kademeli pompa" sayesinde 8 metre uzaklıktan dahi sistemin sorunsuz çalışmasını sağlıyor. Yani E.sybox'ı evin ya da apartmanın istediğiniz herhangi bir köşesine koyabilirsiniz. Bu neden önemli: "Her zaman bodrum kata girmek pek kolay olmayabiliyor. Kolay olsa bile kim bodrum kata girmek ister ki evde kolayca yönetme imkanı varken..." diyor Arslan, "Mesela üst katta basınç problemi oluyor, ev hanımı bile basit kontrol paneliyle sorunu çözebilir."

Bütçenizin Destekçisiyim

"Frekans kontrolü" E.sybox'ın en can alıcı özelliği... Bu, ihtiyaca göre kendini ayarlanabilmesi anlamına geliyor. Yani şebeke gerilimi ve fazını ayarlayarak su ihtiyacı neyse ona göre devrini ve gücünü belirliyor. Bu sayede geleneksel hidroforlar her kullanım için sabit bir güç tüketirken E.sybox tüketim arttıkça gücü artırıyor, azaldıkça azaltıyor. Bu da ciddi bir elektrik tasarrufu sağlıyor. Yusuf Arslan, geleneksel hidroforlara göre genel kullanımında yüzde 40'a varan enerji tasarrufu sağlandığını söylüyor.

Ders 1: Hidrofor Neye Benzer?

Bilindiği üzere hidrofor, ev ya da endüstriyel uygulamalarda basınçlı suyu sağlamak için kullanılan bir cihazdır. Pompa, denge tankı ve bağlantı aksesuvarlarından oluşan bir settir. Dışarıdan bakıldığında üzerinde çok aksesuvar bulunan teknik bir ürün izlenimi uyandırır. Hemen her apartmanda bulunur ve su ihtiyacında depodan su basmak için yoğun olarak kullanılır. Ama ya sessiz olup varlığı bilinmez ya da eski tipse çok gürültülü olduğu için sürekli 'ben buradayım' diye bağırır. Baymak E.sybox söz konusuysa hidroforla ilgili tüm bu bilgilerinizi çöpe atabilirsiniz. 2013 yılında dünyaca ünlü tasarım yarışması IF'de ödül alan cihaz, bir hidrofor için gerekli tüm ekipmanı o küçük kasasında topluyor. Zaten ödülü kazanma nedeni olarak "Bu kadar küçük bir kasanın içine bir ev ya da apartman için gerekli kapasiteyi üstelik bu kadar sessiz çalışacak şekilde sığdırması ve kolay kullanım sunması" gösterildi. Zaten ürünün sloganı da "ergonomik teknoloji". Baymak Su Grubu Ürün Müdürü Yusuf Arslan, "Hidrofor yerini bile bilmeyeceğiniz bir cihaz ama insanlar E.sybox'ın yerini bilmek istiyor" diyor ve ekliyor: "Çünkü ne kadar güzel olduğunu her gün görmek istiyorlar, bu nedenle mutfağında gösterişli bir yere kuruyorlar."

Ben Konuşurum

E.sybox evsel ve küçük endüstriyel kullanım için ideal bir ürün. Talep daha çok villalardan geliyor ama apartmanlar için de benzersiz bir çözüm. Zaten Baymak villa tipi kullanım için daha ideal olan E.sybox Mini'yi geçen ay satışa sundu. Apartmanlarda da normal şartlarda bir E.sybox altı kat, 15 daireye kadar hizmet verebiliyor. Ama daha büyük çaplı uygulamalarda kaskad çözümlerle kapasite artırılabiliyor. İki E.sybox aralarındaki özel düzenek sayesinde birbirleriyle kablosuz olarak iletişime geçebiliyor. Böylece yedekli çalışma ve birbirini tamamlama imkanı sağlanıyor. Üstelik dört üniteye kadar kablosuz iletişim kurulabiliyor.

Herşey Kasada

Geleneksel bir hidroforda, cihaza dış ekipman olarak bağlı, 50 ya da 100 litrelik bir denge tankı bulunur. Sistemdeki küçük su ihtiyacını karşılayarak hidroforun çok sık çalışmasını engelleme işlevini görür. Tabii yer kaplar ama gereklidir. Buna karşılık E.sybox'ta kasasının içinde sadece 2 litrelik bir denge tankı var. Bu cihazın frekans kontrollü olmasının bir avantajı... E.sybox tüketimin miktarı kadar güç harcar böylece sistem daha az devirle çalışır. Bu sayede daha küçük bir denge tankı yeterli olur. Yani 50 litre yerine 2 litrelik bir denge tankıyla da E. sybox yüksek performans sergiler. Zaten diğer hidroforlarda kullanılan dış ekipmanların hepsinin E.sybox'ın kasasında olması montajı ve kurulumu çok kolaylaştırıyor. Sadece su giriş çıkış bağlantılarını yaparak sistem kurulumu hazır oluyor.

Kablosuz iletişime sahip inverterli elektronik teknolojisi

Su soğutmalı motor. Fan yok!

Çok Sessizim

Artık eskisi gibi hidroforlar çalıştığında yer gök inlemiyor, yeni nesil hidroforlar giderek sessizleşiyor. Ama standart bir hidrofor çalıştığında ortalama 60-70 desibel kadar bir gürültü çıkartıyor. Hatta yüksek devirlerde 70 desibelin de üzerine çıkabiliyor. E.sybox ise maksimum 45 desibel. Yani konuşma ses düzeyinin altında çalışıyor.

Yüksek çözünürlüklü arayüze sahip LCD gösterge

Estetik ve ses geçirmeyen dış gövde

Çok kademeli kendinden emişli pompa

Donma Olmaz

Örneğin hidroforunuzu bodrum kata koydunuz ama orası tam kapalı değil dolayısıyla fazla soğuk olabiliyor, sıcaklık 5 derecenin altına inebiliyor yani donma riski var. Klasik hidroforlarda donmayı önlemek için yapmanız gereken mahallin sıcaklığı yüksek tutmak. Ama E.sybox'da buna gerek yok. Cihazda bulunan kendinden sirkülasyon özelliği suyu otomatik olarak döndürerek donmayı engelliyor.

Titreşim önleyici ayaklar

Çok kademeli hidrolik. 8 metreye kadar kendinden emiş

APARTMANIN EN TUTUMLUSU LECTUS

Üstün Hollanda teknolojili, enerji verimli Lectus Duvar Tipi Yoğuşmalı Kazanlarla ısınırken tasarruf edin, yaşadığınız alanda sessizliğin ve huzurun tadını çıkarın.

- %111,3'e varan verim değeri (DIN 4702-8 normuna göre)
- Gelişmiş kontrol paneli sayesinde 15 adet kazan, kaskad olarak kontrol edilebilir
- Al-Mg-Si döküm eşanjör ile korozyona ve ısıl gerilimlere karşı yüksek dayanıklılık, uzun ömür
- Düşük baca gazı emisyonu ile çevre dostu
- Mevsim geçişlerinde yüksek enerji tasarrufu
- 5 yıl garanti*

baymak | www.baymak.com.tr | 444 0 235

LECTUS

* Sistemde kullanılan boyler, sirkülasyon pompası, genleşme tankı ve otomosyon ekipmanları Baymak ürünü ise Lectus Duvar Tipi Yoğuşmalı Kazanlar 5 yıl garantilidir; aksi halde 3 yıl garantilidir.

KAR KIŞ DEMEDEN

Kış kapıda. Evde oturup pinekleye de bilirsiniz elbette ama kışın keyfini çıkartmak ya da sömestr tatilinde bir yerlere gitmek isterseniz, işte size uygun bütçelerle kısa kaçamaklar yapabileceğiniz 10 adres...

Çıldır Gölü / Kars

Buzda Balık Avı

Kars'ın Sarıkamış, Cıbıltepe ve Süphan Dağı merkezleri günde 15 bin kayakçıya hizmet veriyor. 2 bin 900 metre rakımı ve sarıçam ormanlarıyla dikkat çeken bölgede Alp ve Kuzey disiplininin yanı sıra snowboard, kayak, safari ve kızaklı geziler de yapılabiliyor. Kars Müzesi ve Kalesi, Katerina Köşkü, Alexander Nevski Kilisesi, Rus işgali sırasında inşa edilen opera ve konservatuar binası gibi gezip görülecek sayısız yer var. Farklı bir deneyim arayanlar içinse şüphesiz tek adres Ardahan sınırındaki Çıldır Gölü. 123 kilometrekare alanıyla Doğu Anadolu'nun en büyük tatlı su gölü olan Çıldır, kışın kalın bir buz tabakasıyla kaplanıyor zira sıcaklık eksi 20 dereceye kadar düşüyor.

Yuvarlak halkalar şeklinde delikler açılıyor ve buzda balık avcılığı devam ediyor. 1900 metre rakımda donmuş bir gölde sazan avlamak zaten başlı başına bir deneyim ama bir de yeme kısmı var. Balıkçılar hemen oracıkta bir ateş yakıyor ve tuttuğunuz balığı en taze haliyle tüketebiliyorsunuz.

Bansko / Bulgaristan

Acemiler İçin Kayak

Sofya'ya uçtuktan sonra Bansko'ya ulaşabilmek için 160 kilometre yol katetmeniz lazım. Hal böyle olunca İstanbul'a 600 kilometre mesafedeki kayak merkezine, muhteşem manzaranın tadını çıkararak arabayla gidenlerin sayısı hiç de az değil. Pirin Dağları'nın eteklerine kurulu mütevazı kasabanın geçmişi Romalılara kadar uzansa da uzun yıllar Osmanlı yönetiminde kalmış. Gölleri ve ormanlarıyla doğa aşıklarının başını döndüren Bansko, burada düzenlenen dünya kayak şampiyonalarıyla adını duyurmayı ve dahası bunu ciddi bir turizm avantajına dönüştürmeyi başardı. Toplam pist uzunluğu 75 kilometreye çıkan bölgede acemilerin ilk durağı Plato pisti olurken yarışların yapıldığı Tomba parkuru ise iddialı kayakçılar için ideal. Saatte 24 bin kişiye hizmet verebilen pistlerin hemen hepsine otellerden gondolla ulaşım sağlanabiliyor. Kayak meraklısı değilseniz ufak bir kasaba olan Bansko'yu ve zengin kültürünü yürüyerek de keşfedebileceğinizi belirtelim.

Ayder Yaylası / Rize

Şifa Peşinde

Şimdilerde Karadeniz turu dendiğinde ilk akla gelen Ayder, esasında köylüler tarafından yayla olarak değil, göç ederken dinlenme amaçlı kullanılıyordu. Bunun sebebi ise bölgenin alametifarikası yerin 250 metre altından çıkan ve 50 dereceye ulaşan şifalı kaplıcaları. Yılda ortalama beş ayı kar altında geçiren Ayder'de şanslıysanız bölgenin sıcak halkı sizi 200 yıllık bir yayla evinde ağırlayıp, soluklanmanız için muhteşem çaylarından ikram edebilir.

Palandöken / Erzurum

Sıfır Kilometre

Kış turizmi dendiğinde Uludağ ve Kartalkaya ile beraber Türkiye'nin 'üç büyükleri' arasında yer alan Palandöken, söz konusu kayak olduğunda rakiplerini geride bırakıyor. 2011'de Dünya Üniversiteler Arası Kış Oyunları için bölgeye 400 milyon dolardan fazla yatırım yapılmıştı. Kayakla atlama kulesinden buz hokeyi pistine, suni kar makinelerinden çığ önleme projesine kadar baştan aşağı donatılan Erzurum, Palandöken'de toplam pist uzunluğu 150 kilometreye ulaştı.

Jahorina / Bosna Hersek

Evde Gibi

Türk turistlerin yıllar önce keşfettiği bu kayak cenneti, Alpler'in fahiş fiyatlarından bıkan kayakçıların da uğrak adresi olmaya başladı. Saraybosna'ya yarım saat mesafedeki Jahorina, pistleri kadar 'snowshoeing' yani kar yürüyüşü sporuyla da meşhur. Zirvenin dondurucu soğuğunu göze aldığınızda sizi bekleyen manzara pek çok kişide bağımlılık yapıyor. Çevredeki tenha ve zorlu yamaçlar muhteşem bir oyun alanı. Çam ormanları arasında tırmanışa geçmişken karşınıza çıkan donmuş şelaleler, kristal berraklığında nehirler doğa aşıklarına benzersiz bir deneyim vaat ediyor. Bu kar yürüyüşünü "katuni" adı verilen ve Karadeniz yaylalarındakileri andıran yerel dağ evlerinde konaklayarak noktalamak da mümkün. Bölgenin tarihi zenginliği, misafirperver halkı ve vazgeçemedikleri kahve kültürüyle kendinizi evinizde gibi hissedeceksiniz.

Aspen / Colorado, ABD

Başka Bir Deneyim

Hollywood ünlülerinden Kraliyet Aileleri'ne kadar pek çok ismin kış tatili için tercih ettiği Aspen'e hakkını vermek lazım zira popülerliğinin yanı sıra kış sporları için de tam bir cennet. Birbirine 10 ile 20 dakika uzaklıktaki dört ana merkez her seviyeden kayakçıyı ağırlayabilecek özellikte. Rocky Dağı'nın eteklerine serpiştirilmiş restoranlar, mağazalar ve eğlence dozunu artırmak isteyenler içinse gece kulübü ve diskolar bulunuyor.

Ice Hotel / Jukkasjarvi, İsveç

Buzdan Konfor

Havaların soğumasıyla birlikte donan göl ve nehirlerden toplanan buz kütleleri ve tonlarca kar kullanılarak inşa edilen Ice Hotel'de avizesinden barına, yatağından koltuğuna kadar ne var ne yoksa buzdan tasarlanıyor. Bu otelde konaklamaya karar verirseniz, yanınızda getireceklerinizden tutun da kaç kat giyinmeniz gerektiğine varana kadar hayli detaylı bir "yapılması gerekenler" listesiyle karşılaşacaksanız. Otel 15 Nisan'a kadar açık.

Orcieres / Fransa

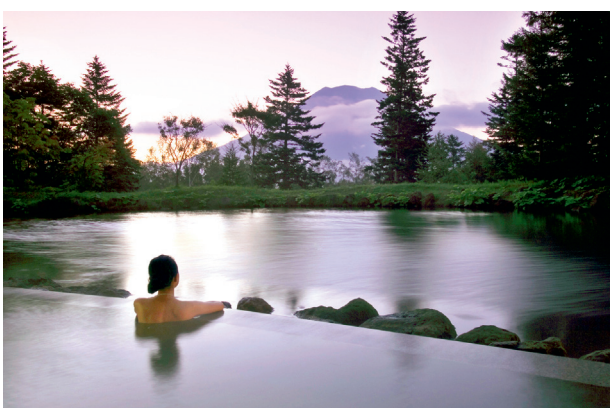
Eskimo Macerası

Bir günlüğüne Eskimo hayatı sürmek ve iglo macerası yaşamak için Kutup'a kadar gitmeye gerek yok. Undiscovered Alps, adından da anlaşılacağı üzere Alp Dağları'nda benzersiz deneyimler yaşatmayı hedefleyen bir seyahat şirketi. 2 bin 300 metre rakımdaki Rocherousse platosunda, geleneksel yöntemlerle inşa ettikleri 10 kadar iglodan oluşan mini bir kasabaya götürüyorlar sizi. Son kayakçılar da gözden kaybolup otellerine çekildiğinde siz dağın tepesinde kalıp gün batımını ve yıldızların yükselişini seyrediyorsunuz ilk olarak. Hep beraber yenilen akşam yemeğinin ardından 4-5 kişilik iglolara çekiliyor herkes. Soğuk geçirmez özel malzemelerden üretilmiş döşeklerde, uyku tulumlarından da yardım alarak geceyi geçirip, sabah dağ havasına günaydın diyorsunuz. Tabii ki civarda pek çok şale ve apres-ski bar mevcut ama deneyimin hakkını vermek için kısıtlı olanaklarla kendi yemeğinizi kendiniz pişirmeyi de ihmal etmeyin.

Venedik / İtalya

Aşıklar Kenti

"Kış rotası ve Venedik mi?" demeyin; aksine tam zamanı. Mevsim sebebiyle İtalya'da düşük sezon olduğu için uçak ve otel fiyatları uygun olduğu kadar restoran ve kafelerde de durum aynı. Daha da önemlisi turist kalabalığıyla savaşmadan kenti keşfetmek paha biçilemez. Eğer şansınız varsa Dolomite Dağı'ndan gelen soğuk havanın taşıdığı kar yağışına denk gelebilirsiniz -ki kanalların beyaza büründüğü bu manzara hafızanızdan kolay kolay silinmeyecek.



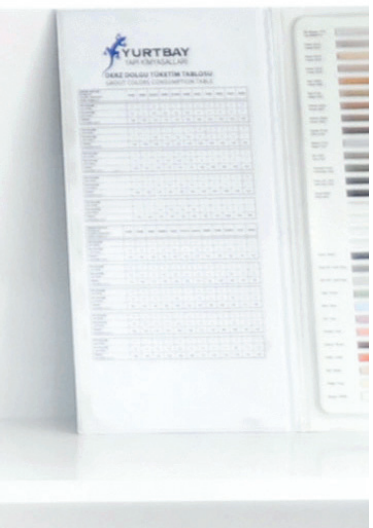
Niseko Village / Hokkaido, Japonya

Sonsuzluk Hayali

Volkanik Annupuri Dağı'nın eteklerine kurulan Niseko Village tam teşekküllü bir tatil kasabası. Bünyesinde iki otel, 18 delikli golf sahası, yedi kayak lifti, 15 pist, lisanslı kayak okulu, atçılık sporları merkezi ve doğal termal havuzlar bulunuyor. Burada kar hiç durmuyor ve yüksek sezonda kar kalınlığı 16 metreyi buluyor. Bölgedeki nem oranı düşük olduğu için yağan kar, pudra misali uçuşuyor ve kolay kolay buzlanmıyor. Tabii doğal termal su kaynağı anlamına gelen "onsen"leri de unutmamak lazım.

Muhteşem GERİ DÖNÜŞ

Diyarbakır bayisi Ataşlar Grup tam 20 yıldır Baymaklı. Ama geçen yıl aile işlerini ayırma kararı alarak Baymak bayiliğini amcalarına bıraktılar. Ama bu ayrılık kısa sürdü ve dönüşleri de muhteşem oldu. 2015'te sadece yedi ay içinde 1,1 milyon ciro ürettiler. 2016'da ise daha da iddialılar.



Ataşlar Grup, Güneydoğu Anadolu'nun en önemli kenti Diyarbakır'ın merkez ilçelerinden Kayapınar'da, Diclekent bölgesindeki tam bin metrekarelik ve şık bir mağazada faaliyet gösteriyor. Şirketin Genel Müdürü Ensari Ataş, genç ve başarılı bir işadamı. Daha 13-14 yaşlarındayken inşaat malzemeleri satışı ve müteahhitlik yapan babasının yanında çalışmaya başlamış. Üniversite sonrası aile işinde çalışmaya devam eden Ensari Ataş, bugün tek seferde 500 dairelik inşaat projelerini bitirebilen, her yıl milyonlarca liralık Baymak ürünü satan, Diyarbakır'ın önemli markalarından biri haline gelen Ataşlar Grup'un bu başarısında, Baymak'ın yaşadığı dönüşümün ve atılımın büyük etkisi olduğunu anlatıyor.

Diyarbakır'da şimdiye kadar yaklaşık 5 bin konut yapan ve 20 yıldır Baymak bayisi olan Ataşlar Grup'un patronu, Baymak'ın kalitesini artırmasının, reklam ve tanıtıma önem vermesinin Diyarbakır'da satışlarını artırdığını söylüyor. "Diyarbakır'da 'Baymak' denilince insanların aklında 'çok iyi bir marka' algısı var. Bu da satışlarımıza yansıyor" diyor. Mayıs ayından bu yana 1 milyon liralık Baymak ürünü sattıklarını, buna yılsonuna kadar en az 100 bin lira daha ekleneceğini belirten Ataş, "2016 hedefimiz 3 milyon lira. Bu hedefi kolaylıkla yakalarız" diye konuşuyor.

Ensari Ataş, 20 yıllık Baymak serüvenini, Ataşlar Grup'un yükselişini ve gelecek planlarını Baymaklife'a anlattı.

Diyarbakır'da 'Baymak' denilince insanların aklında 'çok iyi bir marka' algısı var. Bu da satışlarımıza yansıyor. 2016 hedefimiz 3 milyon lira. Bu hedefi kolaylıkla yakalarız.

NALBURİYECİLİKLE BAŞLADIK

■ Ataşlar Grup'un hikayesi nedir, nasıl girdiniz bu alana?

Firmamızı babam Abdurrahman Ataş kurdu. Asıl mesleği tesisatçılık. 1985'te küçük bir nalburiye dükkanı açmış. Daha sonra 1990'da inşaat malzemelerinin satıldığı mağazaya dönüştürmüş. O dönem babama 'kime satacaksın?' diye sorarlarmış. Ama tüm hikaye oradan başlıyor. 1995'te müteahhitliğe başlamış. İlk yaptığı bina, ben de hatırlıyorum, 12 daireli bir apartmandı. Bugün Diyarbakır'ın tanınmış, güçlü inşaat firmalarından biriyiz. Şimdiye kadar yaklaşık 5 bin konutu bitirip teslim ettik. Halen 500 konutluk bir projeyi yürütüyoruz. Şu andaki mağazamızı Mayıs 2015'te açtık.

■ Siz işlere nasıl dahil oldunuz?

Ben 14 yaşındayken babamın yanında çalışmaya başladım. Üniversite için işe ara verdim. Fırat Üniversitesi'nde ön lisans

LOKOMOTİF İNŞAAT

"Diyarbakır ekonomisinde sanayinin payı zayıf. Fabrikalar var ama Diyarbakır'a bir sanayi kenti diyemeyiz. En az 20 yıldır Diyarbakır ekonomisinin lokomotifi, inşaat sektörü oldu. Eski yerleşimler yıkılıyor, yeni binalar yapılıyor. Bu, tahminime göre 10 yıl kadar daha devam eder. Kentin ekonomisini sürükleyen diğer sektör tarım. Diyarbakır, Güneydoğu'da en çok tarım yapılan yerlerden biri. Ama ihracat konusunda yeterince büyük bir atılım yapılamadı. Tabii gerek bölgemizdeki ortam gerekse Diyarbakır'ın yakın olduğu Ortadoğu coğrafyasındaki olaylar ekonomiyi olumsuz etkiliyor. Örneğin tahsilatlarda sorun yaşanabiliyor. Öte yandan Diyarbakır'ı terk eden çok sayıda insan var. Bu da ekonomiye darbe vuruyor."

bilgisayar okudum sonra yeniden döndüm.

DİYARBAKIR'DAKİ 'İLK'LERDENİZ

■ Baymak'la ilişkiniz nasıl başladı?

Babam, 1995'te Baymak'ın ürünlerini satmaya başlamış. O zaman bile Baymak'ın ilerleyeceğini görmüş ve o nedenle tercih etmiş. Diyarbakır'da Baymak'ı ilk tanıtanlardan biriyiz. Aslında Ağustos 2014'te sadece müteahhitlik yapmaya karar verip diğer işlerle birlikte bundan önceki mağazayı amcama devrettik. Ancak amcam kısa süre sonra mağazayı kapattı. Bunun üzerine geçen mayıs ayında bu mağazayı yeniden faaliyete geçirdik. Yani yaklaşık dokuz aylık bir ayrılığın dışında tam 20 yıldır Baymak Ailesi'nin bir üyesiyiz.

■ 2015 nasıl geçti, 2016 için beklentiler ne yönde?

Mağazayı açtığımız mayıs ayında, yıl ortası olduğu için 2015 hedefi koymamıştık. Kasım ayının ortalarına kadar yaklaşık 1 milyon liralık satış yaptık. Biz de böyle bir rakamı tahmin ediyorduk. Aralık sonuna kadar 100-150 bin liralık satışımız daha olur. Yani 1 milyon 100 bin lirayı aşarız. 2016 için ise kendimize 3 milyon liralık hedef koyduk. Bu hedefi tutturacağımızı hatta geçeceğimizi düşünüyorum.

■ Müşterileriniz Baymak'tan ne bekliyor?

Diyarbakırlılar iklimlendirme gibi ürünler için öncelikle kalite istiyor. Elbette fiyatının da uygun olmasını bekliyor ama önceliğini kaliteye veriyor. Baymak ta kaliteli ve uygun fiyatlı ürünleri sayesinde Diyarbakırlıların isteğini karşılıyor. Bu nedenle Baymak ürünleri satışında sorunumuz yok. Kendi inşaatlarımızda da Baymak ürünlerini tercih ediyoruz.

■ Diyarbakır'da Baymak'ın hangi ürünleri daha çok satılıyor?

Şofben ve kombi satışlarımız yüksek. Diyarbakır'da ısıtma, soğutmaya göre biraz daha önemli. Çünkü burada yazları hava sıcak olsa bile nem oranı çok düşük kaldığından, dayanılmaz bir sıcak olmaz. Ama kışları çetin geçer, soğuk olur. Dolayısıyla Diyarbakırlılar şofben ve kombi gibi ürünlere öncelik verir. Öte yandan 20 yıldır çalıştığımız Baymak'ın ürün kalitesindeki artıştan çok memnunuz. En önemlisi de sipariş ettiğimiz ürünler hızla elimize ulaşıyor. Değişen yeni yönetim anlayışıyla, kalite hızla arttı ve marka güçlendi. Baymak artık reklama da çok yatırım yapıyor. Bu da işlerimizi çok olumlu etkiliyor, satışlarımız artıyor. Şu anda Diyarbakır'da Baymak denilince akla 'çok iyi bir marka' geliyor. Hem ürün kalitesi, hem ürün çeşitliliği, hem marka imajının gelişmesi, tüketicinin Baymak'ı tercih etme nedenlerini artırdı. Bu da bizim elimizi rahatlatıyor. Umuyorum bu durum daha da artarak devam eder. Baymak büyüyüp güçlendikçe, biz de daha çok satış yapıyoruz. Dolayısıyla daha fazla para kazanıyoruz.

ŞEHRİN İÇİNİ ISITAN YER TİPİ YOĞUŞMALI KAZAN;

BİZ ONA MAGNUS DİYORUZ, SİZ ONA MÜKEMMEL DEYİN.

Baymak'tan Hollanda Teknolojili yepyeni bir ürün.
Magnus yer tipi yoğuşmalı kazan aradığınız mükemmel verimliliği size sunuyor, adının hakkını veriyor.

%109,6* VERİM

5 yıl** GARANTİ

- KW ile 1300 KW kapasite aralığında 12 farklı model
- Kaskad çalışabilme özelliği
- Al-Mg-Si döküm dilim eşanjörlü
- Ultra sessiz ≤61 dBA (Magnus I 285 ve 355 modelleri için)
- Tekerleri sayesinde nakliyede kolaylık
- Düşük NOx ve CO2 emisyon değerleri ile çevre dostu

* Baymak yer tipi yoğuşmalı kazanlar, bacadan atılan su buharını yakalayıp yoğuşturarak suya dönüştürür ve suyun ısısını enerji olarak sisteme kazandırır. Böylece %109,6 yüksek verimlilik oranına (DIN 4702-8 normuna göre Magnus I 285 ve Magnus II 570 için) ulaşarak yakıttan tasarruf edersiniz.

** Sistemde kullanılan boyler, pompa, genleşme tankı ve otomasyon ekipmanları Baymak ürünü ise Magnus yer tipi yoğuşmalı kazan 5 yıl garantilidir. Aksi halde Magnus kazan 3 yıl garantilidir.

www.baymak.com.tr

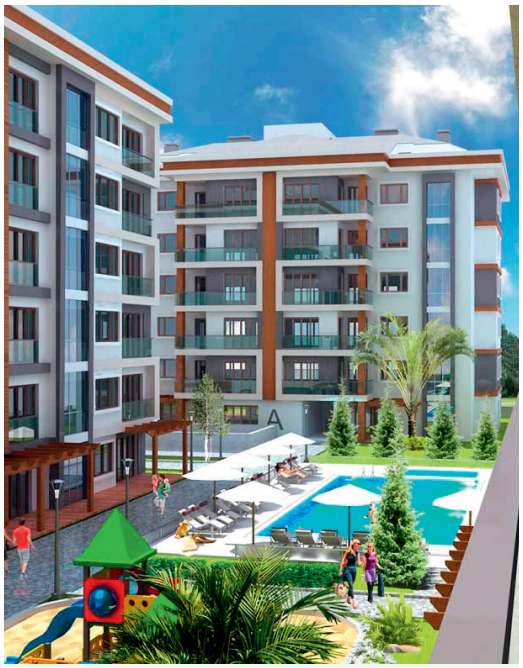
444 0 235 7x24
7x24 çağrı merkezi

baymak
BDR THERMEA GROUP

Komple Projeciyiz

Baymaklife'ın ilk sayılarını karıştırdığınızda kurumsal projelerin daha küçük çaplı olduğunu görürsünüz. Aradan geçen bir senede artık onlarca proje içinden yer vereceklerimizi seçer duruma geldik. Üstelik ölçekler büyüdü ve projeler tüm Türkiye'ye yayıldı. Ayrıca geniş ürün gamının bir sonucu olarak artık Baymak, kurumsal projelerin ısıtma sistemlerini A'dan Z'ye kuruyor, tüm ihtiyaçlarını tek elden karşılıyor.

Yayla'yı Isıtıyoruz - Bayramoğlu İnşaat / Tuzla Yayla Park Evleri



Yarım asırlık köklü bir geçmişe sahip olan Bayramoğlu İnşaat'ın Anadolu Yakası'nın gelişim açısından en parlak ilçesi Tuzla'da yükselen Yaylapark Evleri, geniş yeşil alanlarıyla dikkat çekiyor. Dört binadan oluşan proje 17'den 47 metrekareye kadar geniş blok aralıklarıyla ferah bir yaşam alanı sunuyor. Zaten proje arsasının dörtte biri yeşile ayrılmış durumda. Bu gözde projenin ısıtma sisteminde ise kombisinden panel radyatörüne, radyatör vanalarına kadar Baymak ürünleri tercih edildi. Baymak projede, 130 adet kombi, 1.550 metretül radyatör, 177 adet havlupan, 2 bin 440 adet radyatör vanası kurulumu yaptı.

Otellere Güneşi Sunuyoruz - Haydarpasha Palace- J'adore Delüxe Hotel&SPA / Antalya

Baymak, turizmin gözde otellerinin tercihi olmaya devam ediyor. Güneyin görkemli otellerinden 27 bin 615 metrekare üzerinde faaliyet gösteren Haydarpasha Palace 2016 yılı için konuklarının kullanım suyu ihtiyacını Baymak Apollo Eco Serisi Güneş Kolektörü ile çözmeyi tercih etti. Side'de yapılan 5 yıldızlı J'adore Otel de geleneği bozmayarak bu projesinde Baymak hibrid ürünlerini tercih etti. Baymak, otele beş adet Lectus, 150 adet güneş kolektörü dört adet ısı pompası kurulumu yaptı.

'Koru'da Lectus - 216 YAPI / 216 Çekmeköy Koru

216 Yapı'nın İstanbul Çekmeköy'de butik bir tarzda hayata geçirdiği konut projesi 216 Koru Çekmeköy, sakin bir yaşam isteyenler için ideal. 2 bin 500 metrekarelik alanda inşa edilen, beş ve 10 katlı iki bloktan meydana gelen projede toplam 59 konut bulunuyor. Projede dairelerin bir tarafı ormana diğer tarafı ise İstanbul'a yukarıdan bakıyor. Projenin ısıtma sistemi Baymak'ın Hollanda teknolojili duvar tipi yoğuşmalı kazanı Lectus'a emanet edildi. Baymak, bu projede 15 adet Lectus kurulumu yaptı.

Kurtköy'ün Gözdesi - Aydınoğlu İnşaat / Kurtköy Ayport Residence

Sabiha Gökçen Havalimanı, Teknopark ve metro ile gelişen Kurtköy bölgesinde yükselen Ayport Residence mimarisiyle beğeni topluyor. Ayport Residence Kurtköy dört bloktan oluşuyor. Ayport Residence'daki bloklar dokuzar katlı olarak tasarlanıyor. 216 konut ve 35 dükkandan meydana gelen projenin bütün ısıtma sistemi, Lectus'a emanet edildi. Baymak projede, 500 Metretül radyatör, 450 adet havlupan ve 500 adet radyatör vanası kurulumu yapıldı.

Üniversitelerin Tercihi - Adnan Menderes Üniversitesi / Aydın

Baymak'ın çıktığı günden itibaren pazarının tek hakimi haline gelen duvar tipi yoğuşmalı kazanı Lectus, üniversitelerin de tercihi olmaya başladı. Türkiye'nin köklü üniversitelerinden olan 35 bin öğrenci kapasiteli Aydın Adnan Menderes Üniversitesi merkezi sistem ısınma sistemlerinde işi 'şansa' bırakmadı ve Baymak duvar tipi yoğuşmalı kazanları tercih etti. Proje kapsamında 20 adet Lectus kurulumu gerçekleştirildi.

Başkentin gözdesi - ASM İnşaat / Platin Konutları

Ankara, Eryaman'da yükselen Platin Konutları, yüksek yapı standardı ve modern mimari tasarımıyla dikkat çekiyor. 16 bin 654 metrekare arsa üzerinde dört blokta 180 konut olarak yapılan projede Baymak yer tipi çelik kazanlar tercih edildi. Projede iki adet kullanılan 1.600.000 kcal/h kazanın dışında, evlerinin bütün ısıtma ürünlerinde Baymak ürünleri tercih edilirken 1.690 metretül panel radyatör kullanıldı.

HAYDİ İNDİR!

Akıllı telefonlarınızı sadece 'görüntü' olsun diye almadıysanız, aplikasyon marketlerdeki binlerce uygulama hayatınızı gerçekten çok kolaylaştırabilir. Bunlar arasından özellikle iş hayatınızı kolaylaştıracak 15 tanesi sizin için seçtik. Aralarına da birkaç tane de eğlencelik koyduk...

1) Evernote

Evernote basit anlamda notlarınızı değişik formatlarda (yazı, fotoğraf, ses dosyası gibi) online olarak İnternet üzerinde tutup onlara –bilgisayar cep telefonu, e-posta, tablet gibi değişik platformlardan ulaşmanızı ve notlarınızın farklı platformlarda senkronizasyonu sağlayan bir hizmet. En güzel tarafı bunu ücretsiz yapması tabii kullanımınıza göre belli bir limitin üstünde ücretli pakete geçmeniz gerekiyor.
Not kelimesi biraz geniş bir çerçeve tabii ama birkaç basit örnek verelim. Mesela kartvizitleriniz. Yaptığınız görüşmelerde aldığımız kartvizitleri çoğu zaman kaybedebiliyoruz ama Evernote ile fotoğrafını çekip kaydettiğinizde uygulama aynı outlook'taki kişiler gibi onu düzenliyor ve isteğiniz zaman istediğiniz cihazdan ulaşmanızı sağlıyor. Bir de uç örnek: Faturalar. Ödendi makbuzlarını bir klasörde biriktirmek yerine Evernote'a aktarıp saklamanız mümkün.

2) Dropbox

Ana işlevi, işlem yaptığınız cihaz (tablet, akıllı telefon, masaüstü, laptop) üzerinde oluşturduğunuz dosyaların Dropbox klasörüne yüklendiği anda bulut sunucuyla eşlenmesidir yani aynı dosyaların başka bir sunucuya kopyalanmasıdır. Bu ne işe yarar? Örneğin iş bilgisayarınızda yaptığınız çalışmaya evdeki bilgisayarınızdaki Dropbox klasöründen ya da bir toplantıda cep telefonunuz üzerinden erişebilirsiniz. Diğer önemli bir özellikse oluşturduğunuz dosyaları başkalarıyla paylaşabilmeniz. Her ne kadar Wetransfer daha rahat bir paylaşma yöntemi gibi görünse de Dropbox çok daha işlevsel bir çözüm.

3) Yandex Trafik

Malum trafik hepimizin gerçeği haline geldi. Artık otomobillerimizde bile trafik radyolarını dinliyoruz. Dolayısıyla trafik durumunu, açık yolları görmek bir yere kısa sürede ve rahat ulaşabilmenin anahtarı. Bu alandaki en iyi uygulama istisnasız Yandex Trafik. Türkiye için henüz yeterli olmasa da hızla gelişen Google'ın Waze'ini de bulundurmakta fayda var.

4) Viber

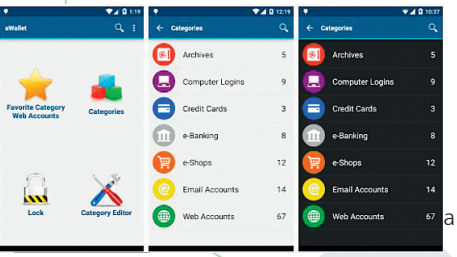
Telefon faturası ödemek istemeyenler için en iyi konuşma uygulamalarından biri. Whatsapp ve Skype da var kuşkusuz ama Viber özellikle yurtdışında daha başarılı sonuç veriyor. Tabii ücretsiz olduğunu da ekleyelim.

5) Cloudmagic

Bulabileceğiniz en iyi e-posta programı. Gmail için ayrı, Hotmail için ayrı, şirket e-postası için ayrı programlara elveda diyebilirsiniz. Şirket e-postası, telefona kurulduğunda her tarafa şifre koymasından bıkanlar için de birebir. Uyarı için 1 saatte 100 kere uyandıran diğer e-posta programları gibi de değil. Üstelik sıfır reklam.

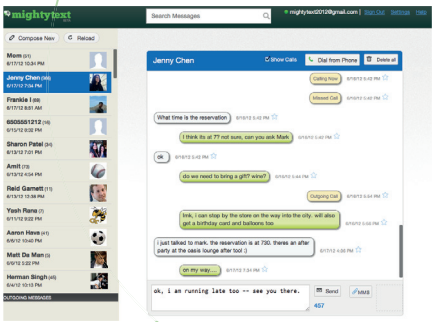
6) Wallet Password

PIN kodu, kredi kartı, banka kartı, İnternet bankacılığı şifresi, e-posta şifresi vs... Artık hayatımızda onlarca şifre var ve bunları akılda tutmak ne yazık ki pek kolay değil. Eğer sürekli unutanlardansanız Wallet Password tam size göre harika bir şifre saklama programı. İster kategori ister tek bir kategoride düzenlemeler yaparak kullanabilirsiniz. Ayrıca ne olur ne olmaz diye data dosyası olarak şifrelerinizin yedeğini bile alabilirsiniz.



7) Mightytext

Cep telefonundan mesaj yazmak gençler için basit olabilir ama belli bir yaşın üzerindekiler için çoğu zaman ıstıraba dönüşebiliyor. Mighttext bu sorunun dermanı. Bilgisayarınızla eşleştirdikten sonra telefona gelen mesajları bilgisayardan yanıtlayıp mesaj göndermeye yarıyor. Özellikle bilgisayar başında çalışanlar için çok kullanışlı bir uygulama.



8) Duolingo

Aldığı ödüllerde gösteriyor ki son yılların en iyi İngilizce öğrenme uygulaması. Bilimsel yöntemlerle desteklenen, hızlı ve pratik dil öğretmeye yönelik olarak kurgulanan uygulamada doğru yanıtlarla puan kazanıyor, zamana karşı yarışıyor ve düzey atlıyorsunuz. İndirmeyeni dövdükleri programlardan biri.

9) Enuygun.com

Aslında bir İnternet sitesi ama mobil uygulaması muadilleri içinde en başarılısı. Uçak bileti, teknolojik cihaz, otel, sigorta vs... Nerede en uygun fiyatla satılıyorsa, uygulama sizin için karşılaştırıyor ve alternatifleri sunuyor. Özellikle uçak bileti konusunda tartışmasız çok başarılı.

10) SMS Backup

Eğer çok SMS alıyor ve çoğu da silinemeyecek kadar önemliyse veya zamanı geldiğinde tekrar erişmeniz gerekiyorsa bu uygulama tam size göre. Tüm SMS'lerinizi Gmail ya da Dropbox'ta saklamanıza olanak sağlıyor. Ayrıca onları düzenliyor ve arayıp bulmanızı kolaylaştırıyor.

11) Adobe Reader

Adobe Reader bir akıllı telefonunun olmazsa olmazı. Tabii eğer telefonunuzda PDF dosyalarına bakmak, okumak veya not almanız gerekiyorsa. İhtiyacınız yoksa bile yükleyin, bir gün mutlaka lazım olur.

12) Tureng

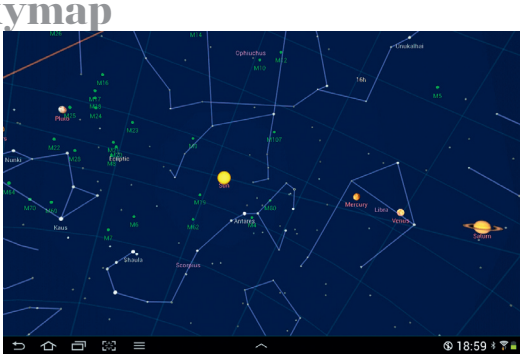
İnternet'teki en iyi sözlük uygulamalarından biri. Başkaları hatta daha iyileri de var ama mobil uygulaması istisnasız en iyilerden biri.

13) YazarOku

Eğer köşe yazarlarını tek bir ekranda görmek ve okumak istiyorsanız, basit ve fonksiyonel bir uygulama.

14) Google Skymap

Onu anlatmayalım. Sadece yükleyin ve gece mümkünse yıldızlar varken telefonunuzu gökyüzüne doğru tutun. Kolunuz ağrıyıncaya kadar bırakamayacağınızı garanti ediyoruz.



15) Bitaksi

Özellikle büyük kentlerde taksi bulmak iş saatlerinde ya da sapa bir yerdeyseniz durak da yoksa pek kolay değil. Bitaksi bu dertleri ortadan kaldırıyor. Yerinizi bildiriyorsunuz ve size en yakın boş taksi ayağınıza geliyor. Üstelik ekstra bir ücret de alınmıyor.

Gücünü AİLELERE SAKLIYOR

Otomobilleri çok farklı şekillerde övebilirsiniz. Ya da onların kötü yanlarını söyleyebilirsiniz. Ama konu aileler olunca her özellik çok değerli hale gelir. Ford C-Max'in yeni versiyonu da bunun peşine düşmüş.

Ford'un keskin yapılı, iyi yol tutan otomobilleri meşhurdur. Tasarımları ise "sakin' bir güzelliğe sahiptir. Grand C-Max için ise tavanı yüksek SW Focus denilebilir.

Bir MPV'nin tasarım kalıplarından sıyrılıp oldukça güzel bir görüntü yakalanmış. Sportif tavan çizgileri, Aston Martin ızgarası ve kızaklı kapıları, C-Max'in büyük ailelere ve seyahat severlere uygun tasarlandığının bir işareti.

C-Max 1.5 litre EcoBoost motoruyla 182 HP güç üretiyor. Altı ileri otomatik şanzımanla tercih edilebilen bu motor, aracın ağırlığının üstesinden kolaylıkla gelebiliyor. Testimizde 0-100 km/s hızlanmasını 9,5 saniye tamamladı ve son süratte -211 km/s- konforu neredeyse hiç kaybetmedi. Hızlı ve kararlı geçişler sundu. Üstelik şaşırtıcı derece de tutumluydu. Testimiz süresince 100 km'de 8,7 litre benzin tüketen Grand C-Max'in serte dönük süspansiyonları ise biraz rahatsız edici. Ama böylesine yüksek bir araçta, Focus kadar iyi bir yol tutuş sağlanmanın yolu da bu görünüyor. Birçok zorlamaya rağmen yolla olan birlikteliğinden vazgeçmemesini sağlayan bu sert süspansiyonlar...

Grand C-Max tasarımcıları, boş gördükleri her noktayı birer gözle doldurmuş. Bu aracın iç mekanının kullanışlılığını artırıyor. Büyük dokunmatik ekran göze hoş geliyor ancak sürücüye uzak olması ve alışılması güç tasarımı, gözünüzü yoldan ayırmanıza neden oluyor. Bu sürüş anında dikkatinizin dağılmasına yol açabilir. Fakat burada yeni bir sistem devreye giriyor: Çarpışma önleyicisi ve şerit takip asistanı. Bu iki özellik yoldan çıkmayı engelliyor.

99.940 liralık fiyatı, rakiplerine Pegueot 5008, Seat Alhambra ve Citoren c4 Grand Picasso'ya göre uygun. Ancak dizel otomatik seçeneğinin bulunmaması bir eksi...

Ford Grand C-MAX Teknik Özellikleri

Motor Hacmi	1498 cc
Motor Gücü	182 HP
Maksimum Tork	240 Nm
Ortalama Yakıt Tüketimi	6.8 lt/100 km
Maksimum Hız	211 km/s
0-100 km/s	9,5 sn
Bagaj Hacmi	800 Lt
Fiyatı	99.940 TL

Çarpışma önleyicisi ve şerit takip asistanı. Bu iki özellik yoldan çıkmayı engelliyor. Yenilenen versiyonla birlikte sunulan paralel ve dikey park yardımcısı, bu kadar büyük bir araçta rahat etmenizi sağlıyor.

Ayıplı Mal

Biliyorsunuz, 6502 sayılı "Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun" Mayıs 2014 itibarıyla yürürlüğe girdi. Bu tarihten itibaren tüketici işlemlerine ilişkin hususlarda, geçiş hükümleri saklı kalmak kaydıyla eski 4077 sayılı kanunun yerini alarak uygulama alanı bulmaya başladı. Yeni kanunla ayıplı hizmet, ayıplı mallar, mesafeli sözleşmeler, tüketici kredileri, konut finansmanı sözleşmeleri, devre tatil sözleşmeleri gibi konularda önemli değişiklikler yapıldı.

Kanununda düzenlenen temel ilkeler şöyle;

• Tüketicilerin taraf oldukları sözleşmenin geçerlilik şartları,

• Sözleşmedeki şartların tüketici aleyhine sonradan tek taraflı olarak değiştirilemeyeceği,

• Tüketicinin kendisine sunulan mal veya hizmet kapsamında haklı olarak yapılmasını beklediği edimler, sözleşmeyi düzenleyenin yasal yükümlülükleri kapsamında yer alan edimler ve sözleşmeyi düzenleyenin kendi menfaati doğrultusunda yapmış olduğu masraflar için ek bir bedelin talep edilemeyeceği,

• Tüketicinin yapmış olduğu sözleşmelerin bir örneğinin yazılı olarak kendisine verilmesi (uzaktan iletişim araçları ile yapılan sözleşmelerde uzaktan iletişim aracına uygun şekilde verilmesi) zorunluluğu ve sözleşmenin bir örneğinin verildiğinin ispatının sözleşmeyi düzenleyene yüklenmesi,

• Tüketici işlemine bağlı kıymetli evrakların sadece nama yazılı senet olabilmesi,

• Tüketiciden alınmış şahsi teminatların adi kefalet hükümlerine; tüketiciye, alacaklarına karşı verilmiş şahsi teminatların ise müteselsil kefalet hükümlerine tabi olması,

• Tüketici işlemlerinde bileşik faiz uygulanamaması,

• Bu yasadaki hükümlerin katılım bankalarını da kapsaması...

DİKKAT: AYIPLI MAL

Yasadaki önemli başlıklardan biri ayıplı mal konusuna yeni düzenlemeler getiriyor. Satılan malın hem genel olarak o malda aranan özelliklere sahip olması hem de eğer taraflar arasında imzalanmış somut sözleşme varsa sözleşmede aranan özelliklere sahip olması halinde ancak ayıpsız olduğu kabul edilir. Aksi durumda ayıplı maldan bahsedilir.

Satıcının bilfiil alıcıya yapmış olduğu her türlü vaadin sözleşme içeriği olacağı ve bu vaade aykırı bir malın ayıplı sayılacağı açık. Ancak bunun ötesinde, doğrudan alıcıya karşı olmasa bile kamuya yapılmış olan bildirimlerden de alıcının haberdar olduğu ve bu bilgi ışığında sözleşmeyi kurduğu varsayılacağından bu bildirimlere aykırılık da bir ayıp oluşturur.

Malın fiziksel olarak tüketiciye teslim edilmesi anına kadar malın uğrayabileceği her türlü zarardan sorumluluk satıcıdadır. Malın teslimi anı hasarın intikal ettiği andır. Her ne kadar TKHK madde 8, bu yönde bir açıklık içermese de f.1 de tüketiciye teslimi anından bahsediyor olması, bu yönde bir yorum yapılmasına imkan veriyor.

Eski yasa yani 4077 sayılı TKHK, madde 4, f.5'de ayıplı olduğu bilinerek satın alınan malları kapsam dışında bırakmıştı. 6502 sayılı TKHK ise madde 10, f.2'de geniş bir düzenleme getiriyor: Tüketicinin sözleşmenin kurulduğu tarihte ayıptan haberdar olduğu veya haberdar olmasının kendisinden beklendiği hallerde, sözleşmeye aykırılık söz konusu olmaz. Bunların dışındaki ayıplara karşı tüketicinin seçimlik hakları saklıdır.

Yeni kanunun 11'inci maddesine göre tüketicinin ayıplı maldan dolayı seçebileceği dört hakkı var. İlki, satılanı geri vermeye hazır olduğunu bildirerek sözleşmeden dönebilir. İkincisi satılanı alıkoyup ayıp oranında satış bedelinden indirim isteyebilir. Üçüncü olarak aşırı bir masraf gerektirmediği takdirde, bütün masrafları satıcıya ait olmak üzere satılanın ücretsiz onarılmasını bekleyebilir. Son hakkı ise imkan varsa, satılanın ayıpsız bir misli ile değiştirilmesini isteyebilir.

Bir sonraki sayıda tüketicilerin hangi talepleri kime karşı hangi durumlarda ileri sürebileceği ve ayıplı ürün ile hizmetlere ilişkin ayrıntılı açıklamalara yer vermeye çalışacağız.

Sorularınız için: baymaklifehukuk@baymak.com.tr

en sevilen akaryakıt şirketi yine opet!

KALDER Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksi'ne göre 9 senedir üst üste Türkiye'nin en sevilen akaryakıt şirketi seçildik. Teşekkürler Türkiye!

Koç

/Opet | /OpetTr

opet

TMME
Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksi

Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksi (TMME), KalDer - Türkiye Kalite Derneği ve KA Araştırma Limited Ortak Girişimi tarafından ACSI - American Customer Satisfaction Index, CFI - Claes Fornell International, National Quality Research Center ve Michigan Üniversitesi lisansı ve proje desteği ile yürütülmektedir.

KalDer | ka | KARL INSTITUTE | ACSI | CFI Group Claes Fornell International | MICHIGAN ROSS SCHOOL OF BUSINESS

www.tmme.org.tr

idee ile konfor kontrol altında

Üstün Hollanda teknolojili idee ultra küçük yapısı ve sessizliği ile ses getirmeye devam ediyor. Siz de Premix teknolojisi ile yüksek verimlilik sağlayan **yoğuşmalı kombi idee** alın, **hem konforu hem de tasarrufu kontrol altında tutun.**

- % 109.2 verim değeri*
- Kompakt ölçüler (54,1cm x 36,8cm x 36,4cm)**
- Sadece 38 desibel***
- Sadece 26 kg****
- 4 yıl garanti*****

* Merkezi ısıtma kısmi yükte verim değeridir. (92/42/EEC'ye göre dönüş suyu sıcaklığı= 30°C için)
** Verilen boyut alt bağlantı seti hariç değerlerdir.
*** Ses değeri 24-28 kW modeller için maksimum güçteki ses seviyesidir.
**** Ağırlık değeri 24-28 kW modeller için geçerlidir.
***** 4 yıl garanti süresi yetkili servis tarafından ilk çalıştırma işlemi yapılan idee yoğuşmalı kombilerde geçerlidir.

baymak BDR THERMEA GROUP | www.idee.com.tr | 444 0 235

idee

smart