Bayim?

GİRİŞİMCİLERİN DERGİSİ
NİSAN 2014 / SAYI 01

OLUR MUSUN

Haber

TOYP Projesi 10 Başarılı Gencini Arıyor...

Girişimci

"Melek" gibi yatırımcı kimdir?

Girişimci Akademisi

"Franchise pazarı yepyeni fırsatlar doğuruyor"

Röportaj

McDonald's: "Sürdürülebilir bir franchising sistemine sahibiz"

Yatırım Anahtarı

Markalı Döner'in Büyük Yükselişi

Perakende Dünyası

Avrupa Pazar Lideri'nden AVM Sektör Analizi

MALKOÇOĞLU

Şimdi de "döner" ile yatırımcıları "fethediyor"

TAB GIDA 750'den Fazla Restoranı ile Lezzetler Sunmaya Devam Ediyor!

BURGER KING

Türkiye'nin Lovemark'ı
BURGER KING®
Türkiye'nin **DÖRT BİR YANINDA!**

TM & © 2014 Burger King Corporation. Tüm hakları saklıdır. Burger King Corporation, Burger King markası ve ambleminin tek hak sahibidir.

sbarro

"Nefis İtalyan Lezzetleri"

SBARRO®
Nefis İtalyan Lezzetleri'ni Türk Halkıyla Buluşturuyor.

© 2014 Sbarro, LLC. Tüm hakları saklıdır. Sbarro International, Sbarro markası ve ambleminin tek hak sahibidir.

Arby's

3 Yılda 45'ten Fazla Restorana Ulaşan
ARBY'S® Eşsiz **ROAST BEEF** Lezzetini
Sunmaya Devam Ediyor!

TM & © 2014 Arby's Restaurant Group Inc. Tüm hakları saklıdır. Arby's Restaurant Group Inc. Arby's markası ve ambleminin tek hak sahibidir.

LOUISIANA KITCHEN

POPEYES

Türkiye'nin En Büyük* Tavuk Restoran Zinciri
POPEYES® Türkiye'de 90'dan Fazla
Restoranı ile **6. YILINI KUTLUYOR!**

Usta Dönerci

USTASINDAN GELEN
MUHTEŞEM LEZZET

İSTANBUL; AVCILAR, EYÜP SABİHA GÖKÇEN PASAPORT ÖNCESİ - ANKARA; AYDINLIKEVLER, TUNA CADDESİ - ZONGULDAK; DEMİRPARK AVM

Detaylı bilgi için : **www.tabgida.com.tr** Franchising başvurularınız için : **0212-310 66 00**

Aycan HELVACIOĞLU
ahelvacioglu@expochanneltv.com.tr

Merhaba...

Her yıl başarı grafiğini arttıran "Bayim olur musun Franchising ve Markalı Bayilik Fuarı" ve "Bayim olur musun Gazetesi" ile birlikte yolumuza franchise dünyasının rehberi olacağına inandığımız "Bayim olur musun Dergisi" ile devam ediyoruz...

Yepyeni içeriği, firmaların bayilik-franchising haberleri, sektördeki yenilikler, sisteme yeni dahil olan markalar, marka yöneticilerin girişimcilere tavsiyeleri ve birbirinden değerli köşe yazarları ile çok daha fazlasını siz değerli okuyucularımızla buluşturmaktan mutluluk duyuyoruz.

Bilindiği üzere Türkiye'de "franchise", 42 milyar dolara ulaşan işlem hacmi ile günümüzün en popüler yatırım seçeneği oldu. Ufrad Franchising Derneği'nin verilerinde görüldüğü gibi, Türkiye'de zincir işletmelerin sayısı 1850, zincirlere bağlı şube sayısı ise 50.000 civarında. Alışveriş merkezi sayılarının artması, dışarıda yeme-içme kültürünün hızla gelişmesi ve artan şehirleşmenin etkisiyle franchise pazarı 2014'te daha da büyüme kaydedecek. Türkiye'nin, genç nüfus yoğunluğu, ülkenin jeopolitik konumu, dünya pazarlarına yakınlığı gibi üstün özellikleri var. Bu nedenle Türkiye'de yatırım planları olan şirket sayısı da her geçen gün artıyor. ABD, Kanada, Almanya, İspanya, Hindistan gibi birçok ülkeden farklı sektörlerde faaliyet gösteren şirketler Türkiye'ye yatırım yapıyor. Yabancı oyuncular bir taraftan Türkiye'ye yatırım yaparken Türk markaları da dünyaya açılmak için büyük çaba sarf ediyor.

Bu sayımızda "Döner'de Franchising Fırsatları"nı inceledik; döner markalarının hedeflerini ve yurt dışı projelerini masaya yatırdık. Ayrıca Melek Yatırımcılık, girişimcilik ile ilgili tüm soru işaretlerinizin yanıtlarını bulabileceksiniz.

Erem Yayın Grubu olarak, bu uzun yolculukta beraber yürüyeceğimiz Turkuvaz Medya Grubu'na teşekkür ediyoruz. Ve tabi ki dergi yayıncılığına yıllarını vermiş, her projemizde tecrübesini, bilgisini ve desteğini yanı başımızda hissettiğimiz Yönetim Kurulu Başkanı'mız Sayın Özhan Erem'e teşekkürlerimizi sunarız.

Bayim Olur musun Dergisi'nin girişimcilere hayırlı olmasını dilerim.

Saygılarımla...

Bayim? Olur musun
GİRİŞİMCİLERİN DERGİSİ

İçindekiler / Index

Sektör Haberleri 4 - 6 - 8 28 - 29

Girişimci Akademisi 12

Kapak Konusu 10

İş'te Fırsatlar 14

Röportaj: McDonald's 16

Yatırım Anahtarı 18 / 21

Röportaj: Kasap Döner 22

Girişimci 24

Perakende Dünyası 26

Etkinlik 30

Yayın Sahibi
EREM YAYINCILIK VE TAN. HİZ. LTD. ŞTİ. Adına
İmtiyaz Sahibi Yön. Kur. Bşk. ve Sorumlu Müdür
M. Özhan EREM

Genel Yayın Yönetmeni
Aycan HELVACIOĞLU

Yayın Koordinatörü: Pınar ERDAĞ
Halkla İlişkiler Sorumlusu: Didem ESEN
Görsel Yönetmen: Kerem ASLAN
Reklam Sorumlusu: Senem BAYKARA
Grafik - Sanat: Gülseren İRTEM, Atakan ŞIKOĞLU
Grup Asistanı: Özlem SARAÇ

BASKI:
BASILDIĞI YER: Turkuvaz Matbaacılık Yayıncılık A.Ş.
Akpınar Mah. Hasan Basri Cad. No:4
Sancaktepe / İSTANBUL Tlf: 0216 585 90 00
www.turkuvazmatbaacilik.com

DAĞITIM: Turkuvaz Dağıtım Pazarlama A.Ş.

YAYIN TÜRÜ: Ticari, Yaygın, Sürekli / Aylık, Ulusal DİLİ: Türkçe

BAYİM OLUR MUSUN DERGİSİ, PARA DERGİSİ TARAFINDAN
EREM YAYINCILIK VE TANITIM HİZMETLERİ'NE YAPTIRILMIŞTIR

EREM YAYIN GRUBU

EREM YAYINCILIK VE TANITIM HİZMETLERİ LTD. ŞTİ.
Maslak Mah. A.O.S. 53. Sok. No: 5 34398 İSTANBUL
Tel: 0212 346 26 26 Fax: 0212 346 26 54
info@bayimolurmusun.com.tr

Çilek, Çin üzerinden yeni pazarlara açıldı

Çilek, mobilya sektöründe dünyanın en büyük ikinci fuarı olan Çin Uluslararası Fuarı'na katıldı. Fuar katılımcılarının yoğun ilgi gösterdiği Çilek, yeni ülke anlaşmalarına imza attı.

Çilek mobilya sektörünün en önemli fuarlarından biri olan Çin Uluslararası Fuarı'nda (CIFF) tescilli tasarımları göz doldurdu. 18 - 22 Mart tarihleri arasında düzenlenen fuara katılan Çilek, tematik tasarımları BiConcept ve Black Pirate ile fuarın en renkli standı olarak büyük ilgi gördü. Yakut, Mocha, Natura Baby ve Royal gibi çocukların ve gençlerin hayallerini süsleyen birbirinden farklı tasarımları ile Çinli ziyaretçilerin olduğu kadar dünyanın dört bir yanından gelen katılımcıların da ilgisini çeken Çilek, dünya standartlarında üretimi, sahip olduğu güvenlik ve sağlık sertifikaları ile de beğeni topladı.

Başta Çin olmak üzere önemli anlaşmalara imza atıldı

Çilek, yeni işbirlikleri ve yeni mağazalar için fuarda 100'e yakın yatırımcı ile görüşmeler gerçekleştirdi. Başta Çin olmak üzere, Hindistan, Bangladeş, Güney Kore, Tayvan, Suudi Arabistan ve Sudan ile önemli işbirliklerine imza atıldı.

Tüm dünyada büyümeye devam ediyor…

Fuarın en dikkat çekici stantlardan biri olduklarını belirten Çilek Mobilya Yönetim Kurulu Üyesi Muharrem Çilek, Çin ve dünyadaki benzer fuarların mobilya sektörü açısından öneminin her geçen gün arttığını belirterek; hedef pazarlara ulaşmak için fuarları değerlendirmeye çalıştıklarını ve bunu fırsat olarak gördüklerini söyledi. Fuarda gördükleri yoğun ilgiden son derece memnun kaldıklarını ve gururlandıklarını ifade eden Muharrem Çilek, yine yeni ülkelere gidiyoruz, yeni anlaşmalar imzaladık. Yakında yeni açtığımız mağazalarla tüm dünyada olacağız" dedi.

Yenilikleriyle sektöre ışık tutan Hello Kitty World...

Hello Kitty World projelerini bir basamak daha ileriye taşıyor. Marka, 10 ay içinde 200 bin ziyaretçi sayısına ulaştı...

Ataşehir'de 3000 m² lik alanda Dünya'nın en büyük Hello Kitty binasını yaratan Beste Kaleli Tekelioğlu, Hello Kitty World içinde yeni yatırımları ile perakende sektöründe gücünü ispatlıyor.

Türkiye'de bir yılı doldurmadan Şaşkınbakkal, Ataşehir ve Ankara'da franchise ile büyüyen Hello Kitty World Cafe 10 bin çeşit ürün çeşidiyle dünya mutfağına sahip olup, müşterilerine özel doğum günü, evlilik teklifi, baby shower gibi organizasyonlarda da hizmet etmenin gücünü yaşıyor. Hello Kitty World, sadece çocuklara yönelik bir dünya değil, her yaştan müşteriye hitap eden satış mağazalarında pozitif atmosfere sahiptir. Hello Kitty World 10 ay içinde 200 bin ziyaretçiyi ağırlamıştır. Kaleli ailesi, Hello Kitty World içinde işletmeyi bir basamak daha ileriye taşıyacak. Hangi iş kolunda olursa olsun sürdürülebilir, içselleştirilmiş, çevreye ve tüketiciye fayda sağlayan çalışmaları iş modeli halinde sunarak, ekonomide kobiler ile birlikte ilerlemek için yeni bir pazar yelpazesi açmayı hedefliyor. Yatırım yapmayı hedefleyen kitlelere 9-13 çeşit dondurmanın bulunacağı, ayrıca su ve kahvenin de satılacağı kiosklar sunulacak. Hello Kitty dondurma kioksları cadde, sokak, AVM, metro istasyonları ve hastane gibi kalabalık olan yerlerde olacak. Bu proje piyasada farlılık yaratacak, sürdürülebilir fark yaratmak isteyen işletmeciler oldukça bu proje devam edecektir.

TATLI TATLI BÜYÜYORUZ!

FARUK GÜLLÜOĞLU
İSTANBUL

faruk güllüoğlu®
1871

Bize güvenen yatırımcılarımızla büyümeye ve Türkiye'yi
Faruk Güllüoğlu ustalığı ve lezzeti ile tanıştırmaya devam ediyoruz.
Gelin, bir sonraki mağazamızı sizinle açalım. Hep birlikte tatlı tatlı kazanalım.

FGF GIDA SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

FRANCHISE BAŞVURULARINIZ İÇİN
Telefon: 0212 451 48 00
E-mail: franchising@gulluoglu.com.tr

www.farukgulluoglu.com.tr

UFRAD yeni dönem Yönetim Kurulu seçildi

UFRAD Türkiye Franchise Derneği'nin 12. Olağan Genel Kurul Toplantısı İstanbul Aydın Üniversitesi'nde UFRAD üyelerinin yoğun katılımıyla gerçekleşti.

Düzenlenen Genel Kurul'da, Türkiye ekonomisinin şu anki durumu ve geleceği ile ilgili istatistiksel verilerin analiz edildiği sunumlar gündemi oluşturdu. Konferans sonrası gerçekleştirilen Genel Kurul Seçimleri'nde 2014-2016 dönemi için aşağıdaki markalar yeni Yönetim Kurulu'na seçildi. Yönetim Kurulu'na Dr. Mustafa AYDIN (Bil Holding) Başkanlığı'nda, Ahmet POLAT (Jag Club), Osman BİLGE (Franchise & More Danışmanlık), Gürkan DONAT (Pergel Yayınları), Can EKŞİOĞLU (ERA Türkiye), Haluk OKUTUR (Simit Sarayı), Cenk KINAY (Wyndham Hotel Grubu), Alpay ERUS (Mr. Kumpir), İlhan ERKAN (Burger King), Mustafa KEFELİ (Bisse), Faruk GÜLLÜOĞLU (Faruk Güllüoğlu), İhsan NALÇACI (Lavazza) seçildi.

Denetim Kurulu'nda ise Tevfik ÖZKAVCI (Coldstone Creamery), Cem KOŞMAZ (Pizza House), Ayperi SAKIZLI (McDonalds), Atilla KÜLEKÇİOĞLU(Çıtır Usta), Bedriye HÜLYA (B-Fit), Ümit Yaşar DEMİR (Gönül Davet) yer aldı. Genel kurul toplantısına katılan ve 12 yıldır UFRAD Franchise Derneği partneri ve çözüm ortağı olan Medya Fors Fuarcılık Genel Müdürü Aycan Helvacıoğlu yeni Yönetim Kurulu'na başarılar dileyerek 10 yılı aşkın süredir süren yakın işbirliği ve ortaklıklarının gelecek dönemde de güçlenerek artacağına dikkat çekti.

Gıda sektörünün yükselen yıldızlarından olan;
OSES çiğ köfte, artık Avrupa Kalite ödüllü...

Yaptığı marka yatırımları, iletişim faaliyetleri ve benzersiz lezzetiyle yurt içinde yaklaşık 600 şubeye ulaşan OSES, fast-food zincirinde Türkiye'nin 4. büyük markası olarak konumlanıyor.

20 yıl önce çiğ köfteyi seyyar satıcılıktan çıkararak uluslararası bir markaya dönüştüren OSES, Almanya Frankfurt'ta düzenlenen 6. Uluslararası Avrupa Kalite Zirvesi'nde 'Kalite Ödülü'ne layık görüldü. Ödülünü Avrupa Parlamentolar Birliği Başkanı Gunder Meinel'den alan OSES Yönetim Kurulu Başkanı Osman Yaşar, yurtiçinden birçok ödül aldıklarını ama Avrupa'dan alınan bu ödülün kendilerini motive ettiğini belirtti.

Türkiye'de 55 ilde, yaklaşık 600 şubesi olan OSES, Almanya'nın Stuttgart kentinde ve Çin'de açtığı fabrikalarla sektörde ilk dış yatırımı yaparak yine bir ilke imza atmış oldu. Fabrikaların yanında açılan şubelerle de büyümeyi sürdüren OSES, Türkiye ve dünyada hem bu lezzeti daha fazla kişiye ulaştırıyor hem de yeni bir iş alanı oluşturuyor.

Hedef, dünya pazarı...

OSES, kendi işinin patronu olmak isteyenlerden, herhangi bir franchise bedeli talep etmiyor. Tek prosedür, kurumsal kimliğe uygun dekorasyon ve franchise sözleşmesi. İşletme, dekorasyonu ve açılış kampanyasında şubelerini yönlendiriyor, personel eğitimi sağlıyor ve açılışta ücretsiz ürün teminatını gerçekleştiriyor. Ödenmesi gereken tek bedel ise işletme dekorasyonunda kullanılacak 15 bin TL'lik tutar oluyor. Böylece kendi işinizi kuruyor ve etsiz çiğ köfte sektöründeki öncü kuruluşun bir parçası oluyorsunuz. Yaptığı marka yatırımları, iletişim faaliyetleri ve benzersiz lezzetiyle yurt içinde yaklaşık 600 şubeye ulaşan OSES, fast-food zincirinde Türkiye'nin 4. büyük markası olarak konumlanıyor.

Kısa bir süre önce tüm bayi ve çalışanlarının katılımıyla 20. yılını kutlayan OSES, İş Geliştirme ve Pazarlama Direktörü Kerim Çağlayan'ın yaptığı açıklamalarla yakında Ortadoğu ve Türk Cumhuriyetleri'nde de olacaklarını bildirerek, hızla büyümeye devam edeceklerinin sinyallerini veriyor.

NAKİTTE GOBİTTE

Gobitte Ailesine Katılın, **Kazançlı Çıkın!**

GRAFİKİR

gobitte

Detaylı Bilgi: yatirim@gobitte.com.tr

gobitte · gobitteTR · www.gobitte.com.tr

Türkiye'nin lider hızlı servis restoran zinciri Tab Gıda'dan istikrarlı büyüme dersi!

TAB Gıda, 2013 yılında ise hızlı servis restoran zincirleri sektöründeki bilgi ve birikimini yeni bir marka yaratarak Türk halkının beğenisine sundu.

TAB Gıda, gıda sektöründeki serüveni 1995 yılında Burger King'in master franchise haklarını alarak Türkiye'ye getirmesiyle başladı. 2007 yılında Sbarro'yu bünyesine katan TAB Gıda yine 2007 yılında, Popeyes'ı Türk halkının beğenisine sundu. Arby's ise Eylül 2010'da TAB Gıda bünyesine katılmasının ardından şuan 45'den fazla restoran sayısına ulaşmıştır.

Burger King Çin operasyonu TAB Gıda'ya verildi

TAB Gıda, 2013 yılında ise hızlı servis restoran zincirleri sektöründeki bilgi ve birikimini yeni bir marka yaratarak Türk halkının beğenisine sundu. "Usta Dönerci" markasını yaratan TAB Gıda, konusunda uzman çalışanlarıyla hızlı servis restoran zincirleri sektöründe en doğru ve en uygun ürünü, en uygun fiyat ve en üstün hizmet kalitesi ile bütünleştirerek tüketicilere sunmayı hedefledi. Usta Dönerci'de klasik yapılış yöntemlerinden ödün vermeden en sağlıklı koşullarda üretim yapılıp, doğal ve katkısız malzemeler ile hazırlanmış leziz ürünler, döner çeşitleri ve geleneksel tandır lezzeti sunuluyor. TAB GIDA, Usta Dönerci'de müşterilerini Anadolu'nun binlerce yıllık lezzet geleneğini yaşamaya davet ediyor. Yayılımcı bir büyüme stratejisi izleyen TAB Gıda, bir yandan kendi restoranlarını açarken bir yandan da 'sub franchise' vererek büyümesine devam etmektedir. Gıda Güvenliği Derneği'nin kurucu üyesi olan TAB Gıda, 12.000'den fazla çalışanı ve kardeş kuruluşlarıyla dikey entegrasyonun getirdiği sinerji sayesinde hızlı ve sonuç odaklı çalışmaktadır. Bu çalışma Burger King Worldwide'ında dikkatini çekmiş ve Çin operasyonu TAB Gıda'ya verilmiştir. Sağlık konusunda maksimum hassasiyet gösteren TAB Gıda, kırmızı et ürünlerinde dana eti ve tavuk ürünlerinde tavuk eti kullanmakta böylece hem sağlıklı hem de besleyici değeri yüksek ürünleriyle doyurucu ve lezzetli öğünler sunmaktadır. TAB Gıda, ürünlerini defalarca testlerden geçirmekte ve bir ürün restoranda müşterisiyle buluşuncaya kadar pek çok onay aşamasından geçmektedir. Bunun yanında TAB Gıda, Türkiye'de çok az örneğinin olduğu bir işe imza atmış ve 2008 yılında tüm restoranlarında trans sıfır yağ uygulamasına geçmiştir.

JCI Türkiye ve JCI İstanbul, Türkiye'nin 10 Başarılı Gencini bulmak için;

TOYP Projesi'ni 20. kez hayata geçiriyor

Dünyanın en büyük sivil toplum kuruluşlarından biri olan, Junior Chamber International (Genç Liderler ve Girişimciler Derneği), 200 bini aşkın üyesi ile dünyada 115 ülkede faaliyet göstermektedir. Küreselleşen dünyada, evrenselliği benimseyen ve dünya barışını destekleyen bir oluşum olan JCI, üyelerinin liderlik vasıflarını geliştirerek yaşadıkları toplumda pozitif değişime katkıda bulunmalarını hedeflemektedir. JCI, dünya üzerinde pozitif değişime ve gelişime katkıda bulunmak amacıyla çeşitli projelere imza atıyor. Toplumdaki pozitif değişimi gençler vasıtası ile gerçekleştirmeyi amaçlayan derneğin geliştirdiği projelerin başında ise TOYP projesi geliyor. JCI'ın faaliyette olduğu ülkelerin ulusal şubeleri tarafından düzenlenerek Dünya Kongresi'nde sonuçlanan ve Türkiye'de son 20 yıldır JCI İstanbul Şubesi liderliğinde gerçekleştirilen Ten Outstanding Young Persons (Türkiye'nin 10 Başarılı Genci Ödülleri) projesinin amacı, ülkemizin başarılı gençlerinin desteklemek ve uluslararası platformda ülkemizi en iyi şekilde tanıtmalarını sağlamaktır. 2013 yılında ödüller sahiplerini buldu. Projenin ana sponsorları ERA Gayrimenkul, TOBB, Oto Gençler ve Özçelikler firmaları oldu. Hizmet sponsorlarımız Medyafors Fuarcılık, Bayim Olur Musun Franchising ve Markalı Bayilik Fuarı, DiversEffect, Regus, Biletix, Yarışma Fabrikası ve 1,618 Reklam oldu. JCI Türkiye TOYP Projesi'nde bugüne kadar 9 Dünya Birincisi çıkarmıştır.

2014 TOYP Başvuru Kategorileri

• İş Dünyası, Ekonomi ve/veya Girişimcilik • Siyaset, Hukuk ve Kamu Yönetimi • Bilimsel Önderlik • Kültürel Başarı • Çevre Koruma-cılığı ve Ahlaki Önderlik • İnsan Haklarına, Çocuklara ve Dünya Barışına Katkı • İnsanlığa ve Gönüllü Kuruluşlara Hizmet • Fen ve Teknik Gelişme • Kişisel Başarı • Tıbbi Yenilik ve Buluşlar ,olarak belirlenmiştir. 18-40 yaş arasında T.C. vatandaşı olan, tasarı aşamasını geçerek hayata geçirilmiş bir projesi olan, yaptığı çalışmalar ile önce kendine, ardından çevresine pozitif katkısı olan, buluş yapan, girişimciliği başaran, yarışma kurallarını kabul eden herkes katılabilmektedir. Projede on farklı kategoride birinci seçilen gençler, uluslararası jüri komitesinin değerlendirmesine girecek ve birinci olmaları durumunda "Yılın En Başarılı Gençleri" ödüllerini, bir sonraki yıl JCI Dünya Kongresi'nde alacaklardır.

SEZAR İMPARATORLUĞU'NUN
YÜKSELİŞİNDE
BİR SİZ EKSİKSİNİZ!
Her gün binlerce eve giren Little Caesars lezzeti,
emeğinize değen bir yatırıma dönüşüyor.
Siz de bu kazancın lezzetini keşfedin!
Little Caesars Pizza
ACIKTIĞINA DEĞSİN!
littlecaesars.com.tr

Balibey DÖNER

Malkoçoğlu şimdi de döner ile yatırımcıları 'fethediyor'

Oyunculuğun yanısıra gıda sektörüne geçiş yapan Burak Özçivit ile ileriye dönük projelerini konuştuk...

Gıda sektörüne adım atma hikayenizden bahseder misiniz?

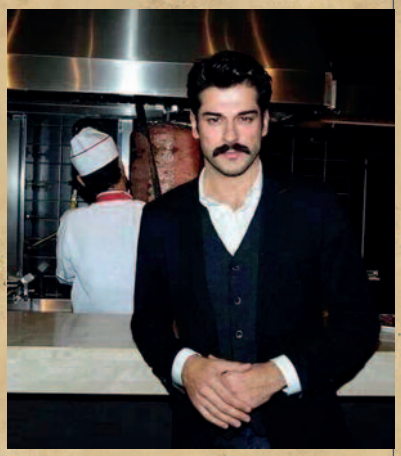
1910 yılında büyük dedem Abdülkadir Özçivit ile başladık kebapçılık serüvenimize… Büyük dedem Antep'in kale altı kasap çarşısında meşhur ciğer kebabını yapardı. Dedem Şükrü Özçivit ise babasından öğrendiği kebapçılığı, kebap çeşitlerini 1950 yılında İstanbul'a taşıdı. Bir süre Bakırcılar Çarşısı'nda kebapçılığa devam ettikten sonra 1962 yılında Kadıköy'de ilk dükkanını açtı. Daha sonra Bursa'dan 1972 yılında öğrendiği iskender kebabını da lezzetleri arasına katarak, kebapçılığı 1982 yılına kadar sürdürüp, babam Bülent Özçivit'e devretti. Meşhur künefesi, döneri ve iskenderi ile kuşaktan kuşağa taşıdığımız bu eşsiz lezzetleri, yeni konseptimiz Balibey Döner markası altında devam ettirmekteyiz.

Marka yaratma aşamasında "Balibey" fikri nasıl oluştu?

Kahraman, güçlü, sağlam, güvenilir, hedefleri çok yukarıda olan bir marka yaratmak istedik. Başka bir isimle zaten Kadıköy'de yıllardır dükkanımız vardı. 4 kuşaktır bu işi yaptığımız ve Malkoçoğlu Balibey'de tarihi bir karakter olduğu için iki tarih arasında hoş bir bağ kurduk ve hedefimiz markalaşmak olduğundan Balibey adını koymayı tercih ettik. Dedelerimize olan vefa borcunu da ödemiş olduk.

Yurt dışında şubeleşme planlarınız var mı?

Bir markanın bilinirliğini sağlamak en zor aşamalardan biri. Balibey Döner'in en büyük artılarından biri, bilinen bir marka oluşu. Bu, bir çok konuda artılar getiriyor. Balibey karakteri diziden ötürü 55 ülkede tanındığı için çoğu markadan bir adım öndeyiz. Ortadoğu'dan ciddi talepler alıyoruz ve şu anda altyapı çalışmalarımız devam ediyor. Osmanlı ezgilerini ve dededen gelen lezzeti yurtdışına çıkarmayı planlamak ayrıca bizi mutlu ediyor..



Balibey Döner, sektöre ne tür yenilikler getirecek?

Bir tarafı ile yenilikçi, bir tarafı ile geleneksel bir marka Balibey Döner… Dizi karakterini yiyecek sektörüne taşıyarak zaten önemli bir ilki gerçekleştirdik. Bizi diğer markalardan ayıran en büyük özellik tabiki bu. Bu sebepten ötürü, 7'den 77' ye herkese hitap eden bir markaya sahibiz.

Balibey markasını 5 yıl sonra nerede göreceğiz?

Kısa zamanda kazandığımız ivme 5 sene sonrasının göstergesidir. Hedefler çok büyük ve doğru sistemle kısa sürede emin adımlarla yürüyeceğiz. Öncelikli hedefimiz İstanbul!.. Devamında Türkiye'deki diğer iller ve yurtdışı planlarımız var.

Biraz franchise sistemine bakış açınızdan bahseder misiniz?

Bu markayı kurarken asıl hedefimiz bayilik sistemi ile büyümekti. Franchise işini çok mantıklı buluyorum. Yaptığınız lezzeti doğru sistem ile her yere ulaştırıyorsunuz. Yeni bir kuruluş olduğumuz için franchise işine yeni yeni başladık. Gelen teklifleri değerlendirmeye alıyoruz. Kısa sürede değerlendirip sizlere açıklamasını yapmayı umuyoruz.

" Hayalinizdeki İşi Kurarken Markanızı Siz Seçin... "

Bayim® Olur musun?

12. FRANCHISING VE MARKALI BAYİLİK FUARI

Organizasyon: MEDIAFORCE — TRADE EXHIBITIONS • PUBLISHING • BROADCASTING • ON-LINE

Destekleyen: UFRAD FRANCHISING DERNEĞİ — TURKISH FRANCHISING ASSOCIATION

UFRAD'ın desteklediği 23. Franchise Fuarı

18-21 Eylül 2014

CNR Expo Center - Yeşilköy / İstanbul

Dergi Sponsoru: PARA | Yayın Sponsoru: EKONOMETRİ | Destekleyen: KOSGEB | Medya Sponsoru: Bayim | Dergi Sponsoru: Ekonomist

Katılım ve bilgi için: (212) 346 26 26 • info@bayimolurmusun.com.tr

MEDYA FORS FUARCILIK A.Ş.

✶✶ ***Fuar, Kosgeb tarafından desteklenmektedir. Detaylı bilgi için www.kosgeb.gov.tr***

BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TOBB
(TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ) İZNİ İLE DÜZENLENMEKTEDİR.

www.bayimolurmusun.com.tr

Franchise pazarı yepyeni fırsatlar doğuruyor...

Para Dergisi
Girişim - KOBI Editörü
Ersan Çıplak
ersan.ciplak@paradergi.com.tr

Türkiye franchise pazarı, önümüzdeki yıllarda yabancı ve ulusal markalarımızın çabalarıyla üç koldan atağa kalkacak.

Bir dönem franchising deyince herkesin aklına fast food geliyordu. Çünkü franchise veren marka sayısı çok azdı ve bunlar da genelde hamburger, pizza gibi fast food sektörünün temsilcileriydi. Zamanla durum değişti ve restoran, emlak, hazır giyim, ayakkabı, spor, kafe, oyuncak, sağlık gibi sektörler de bu sistemle büyümeyi tercih etti. Sonuçta da 1986'da McDonald's ile başlayan franchising sistemi, Türkiye ekonomisi için önemli unsurlardan biri haline geldi.

Günümüzde Türkiye franchising pazarı büyüme rekorları kırıyor. Zincir mağaza sayısı bin 900'e, şube sayısı ise 50 bine ulaştı. Sadece bu rakamlar bile franchise pazarındaki muazzam büyümeyi gözler önüne sermeye yeterli. İşte bu muazzam büyüme, doğru yatırımcılarla buluşmayı başaran franchisor firmaları sayesinde oluyor. İnsanların yaşam tarzları ve tüketim alışkanlıkların hızla değişmesi ve değişmeye de devam etmesi, Türkiye'nin genç nüfusu ve gelişen ekonomisi de bu sektörün büyümesi için ideal şartlar oluşturuyor. Alışveriş merkezlerinin (AVM) hızla yaygınlaşması da franchise pazarının büyümesine katkı sağlıyor.

Türkiye franchise pazarı önümüzdeki yıllarda yabancı, ulusal ve yerel markalarımızın çabalarıyla üç koldan atağa kalkacak. Türkiye'de henüz bir şubesi olmayan ABD ve Avrupa menşeli markaların yatırım planları oluşturdukları duyuluyor.

Ulusal pazarda güç kazanan yerli markalarımız şimdi yurtdışında çok ciddi büyüme planları yapmaya başladılar. Devletin yurtdışında franchising sistemiyle restoran ya da kafe açacaklara verdiği hibe destekleri bu tarz firmaların işlerini daha da kolaylaştıracak. Dış Ticaret Müsteşarlığı (DTM) tarafından yenilenerek yayınlanan "Ürünlerinin Yurtdışında Markalaşması Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi ve Turquality'nin Desteklenmesi" tebliğindeki "şirket" bölümüne ilk kez "zincir restoran" tanımı eklendi. Bu sayede yurtdışında franchising sistemiyle şube açacaklara çok cazip hibe destekler veriliyor.

Yerel markalar ulusallaşıyor...

Tüm bunlar yaşanırken yerel markalarımızda boş durmuyor elbette. Bulundukları bölgelerde başarılı olmuş yerel markalar kendilerini ulusal pazarda göstermeye başladılar. Bunlardan bazıları köklü bir geçmişe sahip, bazıları ise bir bölgenin yerel lezzetlerini ön plana çıkararak başarılı olmuş genç şirketler. Hatırlayın. Bu tarz markalar yakın bir zamana kadar sadece bulundukları bölgelerde tanınıyorlardı. Şimdi Türkiye'de adlarını duymayan kalmadı. Köfteci Ramiz bunlardan ilk akla gelenlerden. 1928'de Manisa Akhisar'da dört masalı küçücük dükkanında faaliyete başlayan Köfteci Ramiz, 2000 yılına kadar yerel bir marka olarak kaldı. Şimdi işin başında bulunan ikinci kuşak yöneticiler, son 10 yılda öyle bir başarı gösterdiler ki, köfte pazarını yeniden şekillendiren marka olarak anılmaya başladılar. Önümüzdeki dönemde bu tarz markaların sayısı ve onların başarılı girişimleri artacak.

Gönül Davet

Balo & Davet Salonları

GÖNÜL DAVET İSTANBUL'DA FRANCHISE VERİYOR

EN ÇOK DÜĞÜN VE DAVET ORGANİZASYONUNU BİZ YAPARIZ

Gelin Siz de Gönül'lü Olun!

Evlilik Öncesi Eğitim · Evlilik Kredisi · Evlilik Alışverişi · EVLENDİRİR · Gönül Aile Birliği · Aile Danışmanlığı

Çizdiğiniz yolda her zaman yanınızda

GÖNÜL 4446685

www.gonuldavet.com

● AVCILAR ● BAKIRKÖY/ÇAMLIK ● BAKIRKÖY/LALE ● BAKIRKÖY/TURKUAZ
● BAHÇELİEVLER ● BEŞİKTAŞ ● BEYLİKDÜZÜ ● FATİH

%100 TM, yerli güç Gobitte hızla büyüyor...

Seyf Gıda A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı Sabri Hosta

Hedeflerimizde kararlı bir şekilde ilerliyoruz. Şube sayımız arttıkça dev bir franchise zinciri oluşturacağız.

Geçtiğimiz yıl, Ankara Nata Vega Outlet AVM ve Optimum Outlet AVM'de şubeler açan Yerli Güç 'Gobitte', ürettiği lezzetli, doyurucu ve sağlıklı 'Gobit'leri şimdi de Başkent'in Merkezi Kızılay Sakarya'da tüm sevenleri ile buluşturuyor. 1700 m^2 alan üzerine kurulan, 500 m^2 bahçesi ile Ankara'nın en büyük oturma alanına sahip olan Kızılay Gobitte Şubesi , hızlı ve kaliteli servisi ile dünya markası olma yolunda ilerliyor.

Anadolu yemek kültürünün en doğal ve katkısız lezzetlerini fast food konsepti ile birleştiren 'Gobitte', "başarılı ve hızlı yemek lokantacılığı"nı girişimciler vasıtasıyla verimli tüm lokasyonlarda, tüketiciye sunabilmeyi hedefledi. Bu hedef doğrultusunda son bir yılda yaptığı Ar Ge çalışmaları sonucunda; Çocuk Menüsü 'Lala' , Almanya usulu 'Gurbetçi ' Et Döner, Özel döner soslu 'Aspava' , Klasik Et döner , Kavurmalı dürüm 'Kavruk Paşa' , 200 gr köfte ve soğan halkalı 'Çeribaşı'Gobitte ürünleri ile geleneksel ürün yelpazesini genişletti.

Hedefimiz 5 yılda 50 şube…

Ankara'dan dünyaya açılan "Gobitte" ilgili bilgi veren Seyf Gıda A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı Sabri Hosta, "her şubede aynı servis kalitesi, aynı çeşit ve lezzetliliği sağlayarak işletmeyi her noktada standartlaştırmayı ilke edindik. Dubai başta olmak üzere Umman, Katar ve tüm Arap Yarımadası yatırımcıları ile yakın ilişkilerimizi sürdürerek yurtdışı operasyonlarına tüm hızıyla devam ediyoruz. Diğer hedef pazarlarımız arasında Almanya, Hollanda, İngiltere, Fransa gibi Avrupa Birliği ülkeleri de yer alıyor. Gobitte'de, paketlenmiş konteyner tasarımı, ileri teknoloji barkod okuyucusu gibi kendine özgü sistemiz mevcut ve üretim ağından sevkiyat sonrası satışına kadar sıkı bir denetim süreci söz konusu. Bu titiz süreç, hem Ortadoğu hem de Avrupa yatırımcılarından da büyük ilgi görüyor. Hedefimiz 5 yılda 50 şube… Bugüne kadar yaptığımız atılımlarla hedefimize kararlı bir şekilde ilerliyoruz" dedi.

Hosta ayrıca, "şube sayısı arttıkça markanın dev bir franchise zinciri olacağına da dikkat çekerek, Gobitte ailesine katılan ve katılacak franchiseeler "kolay takip edilebilir bir hızlı yemek işletme sistemi"ne sahip olurken hem de tecrübeli ve profesyonel Gobitte markasının yerli gücünü arkasına almış olacaklar" dedi.

Girişmeli mi,
Girişmemeli mi?
Girişimcilik gerçekten gerekli mi?

Bedriye Hülya
B-fit Kurucu Ortağı

Girişimci olmak için, girişimci zihin yapısına ihtiyaç var; sorun çözmek, fırsatları görmek, kovalamak... Bunun için iş kurmaya gerek yok!..

Girişimciliği "patron" olmakla eş tutan pek çok kişi var. Galiba kölelikle eş tutmak daha anlamlı. Şu an bakıyorum da, benim maaşlı çalıştığım yerlerdeki sorumluluğumla, bugünkü sorumluluğumu ayıran tek konu, maaşların ödenmesi ile ilgili en fazla karın ağrısı çeken kişinin ben olmam. Yoksa her çalıştığım yerde işlemeyen her şeyi kendi sorunum olarak algıladım. Mesela muhasebe bölümünde çalışırken temizlenmeyen tuvaletlerin neden temizlenmediği… Ya da seyahet acentasında çalışırken turların vaktinde kalkmasıyla ilgiliyken, bir yandan neden gereğinden fazla A4 kağıt alındığı ve nasıl aza indirilebileceği ile de ilgiliydim. Kısacası gerekli gereksiz her konu benim için öğrenme ve çözme konusunda bir deneyimdi. VE KARŞILIKSIZDI. Çünkü ben yaparken öğreniyordum. Ve bana bu öğrenme olanağını sağlayan yerlerden maaş almanın saçma gelip bana yapılan zamlara itiraz ettiğim bile olmuştu :-)

Bugün, hala öğrendiklerimin ekmeğini yiyorum ve bana tüm öğretenlere teşekkür ediyorum. İyi ki benden tüm öğrettiklerine karşın ödeme istemediler :-) Ben de teşekkürümü emeğimi sorgusuz sualsiz vererek ödedim. Benden çok maaş alan var mı diye bakmak aklıma gelmedi. Çalıştığım yerlerin başarılı olması benim başarımdı. Biliyor musunuz bu ruh durumunu görmeyecek patron yok! Ve böyle bakan bir zihnin de sonradan kendi işini kurmaması söz konusu değil.

Tek ihtiyacımız "Girişimci zihin yapısı"…

Şimdi geldik asıl konuya… Yani "girişimci zihin yapısı"na. Girişimci olmak için "girişimci zihin yapısı" na ihtiyaç var. Yani sorun çözmek ve fırsatları görmek, kovalamak… Bunun için iş kurmaya gerek yok. İnsan çalıştığı yerdede girişimci olabilir. O nedenle girişimcinin iş kurması gerekmiyor. Yeterki kendine saygısı olsun ve yapabileceğinin ötesine geçmeye uğraşsın. Çalıştığı şirket her zaman iyi olacağına inandığı, ama sahiden inandığı bir konudaki çabaya karşı her zaman yolu açar. Bazı arkadaşlarımın sadece para veya statü için iş bıraktığını görüyor ve "tüh be" diyorum. Ya da yönetimden itirazlar karşısında yelkenleri suya indirip "bu kadar paraya bu kadar iş" dediğine şahit oluyorum. O zamanlarda soruyorum: "Seni sen yapan kimlik nerede? İşe yaklaşımını aldığın paraya göre değiştireceksen yaptığın iş seni nasıl tanımlayacak?". Bu kimliğe sahip çıkmadan girişimci olunmuyor sanırım. Sahip çıkanlarsa dünyayı değiştirmek için yola çıkıyor, kimsenin düşünmediği işler kuruyor, daha eşit yaşam koşulları sağlayacak projeler yapıyor, kurtuluş savaşları başlatıyor, çalıştıkları firmaları dünya devi yapıyor veya kocaman toplulukların hayatını güzelleştiriyor. Hadi yola çıkın gari…

“Sürdürülebilir bir franchising sistemine sahibiz”

McDonald’s Gayrimenkul ve Franchising Direktörü Ayperi Sakızlı

McDonald’s Türkiye’nin başarı grafiğinin her geçen gün artmasının sırrı nedir?

McDonald’s olarak sırrımız; dünyanın en değerli dördüncü markası olarak değerlerimizle, kalitemizle, misafir odaklı yaklaşımımızla ve işletmecilerimizle birlikte canla başla çalışmamızdır. Özellikle son yıllardaki başarılı çalışmalarımızın, iş sonuçlarımıza olumlu yansıdığını belirtmeliyim. 2012 ve 2013’te yüzde 30 büyüdük. 2013 yılında, bağlı bulunduğumuz APMEA bölgesinde 37 ülke arasında restoran satışlarını en çok artıran ülke ödülünü kazandık. 2014 yılında çift haneli rakamlarla büyümemizi sürdürmek istiyor, yılı yüzde 30’luk bir büyüme ile kapatmayı planlıyoruz.

Geçtiğimiz iki yıl içerisinde çift haneli rakamlarla büyümenin yanı sıra, Türkiye genelinde yeni restoran açılışlarını hız kesmeden sürdürdük. 2012 yılında 34, 2013 yılında 31 yeni restoran açtık. Böylece iki yıl üst üste McDonald’s Türkiye tarihinin en yüksek restoran açılışlarını gerçekleştirmiş olduk. Halihazırda restoran sayımız 237’ye ulaştı. 2014 yılı içerisinde 42 yeni restoran açmayı planlıyoruz.

Son yıllardaki büyümemizde işletmecilerimizin de çok büyük katkısı var. 2013 yılında işletmeci ağımızı da genişletmeye devam ettik. Sistemimize 19 yeni işletmeci katıldı. Bundan sonraki dönemlerde de Türkiye’nin tüm potansiyel illerinde girişimciler ile büyümeyi hedefliyoruz. Biz McDonald’s’ta daima sektörümüzde iyi uygulamalara öncülük edip, tüketicilerimizin bizden beklentilerini henüz onlar talep etmeden anlamayı ve karşılamayı hedefliyoruz. Bizim amacımız bu beklentilerin gelişme yönlerini iyi analiz ederek bunları karşılayacak çalışmalar yapmak ve bunu deneyimin bütününe yaymak. Bunlar arasında McDonald’s’ın sunduğu vazgeçilmez lezzetleri Türk damak tadına uygun olarak, dünya mutfağından farklı lezzetler sunarak, mevcut ürünlerimize alternatifler geliştirilmesini sağlamak, yeni lokasyonlarda restoranlar açmak, ve sisteme daha çok işletmeci katmak yer alıyor. Bunların yanı sıra restoranlarımızın modern mimarisi, yeni dekoru, özel müzik yayını, McD Café’leri gibi yeniliklerimizin de öncü anlayışımızın birer göstergesi olduğunu düşünüyorum. McDonald’s olarak bu yöndeki öncü çalışmalarımızı sürdürmeye kararlıyız. McDonald’s, her zaman sektörünün vizyonunu genişleten ve standartlarını yükselten itici bir güç olmuştur. McDonald’s olarak her konuda olduğu gibi sürdürülebilirlik konusunda da Türkiye’deki hızlı servis sektörüne öncülük ediyoruz. Bu yıl ilkini yayımlamakta olduğumuz Sürdürülebilirlik Raporu ile 2011-2012 yıllarına ait sürdürülebilirlik performansımızı paylaşıyoruz. 1986 yılından bu yana Türkiye’de faaliyet gösteren McDonald’s, ülkemizi hızlı servis sektöründeki dünya standartları ve know-how ile tanıştırdı. Şimdi de sürdürülebilirlik stratejimizi, taahhütlerimizi, uygulamalarımızı ve performansımızı paylaşmaktan mutluluk duyuyoruz. Bu rapor; kalitemize, ürünlerimize, sistem ve uygulamalarımıza ne kadar güvendiğimizin bir göstergesidir.

Mevcut kaç adet McDonald’s işletmecisi bulunuyor? Kaçı kendinize ait?

238 restoranımızın 58 tanesi işletmeciler tarafından çalıştırılıyor. 179 restoran kendimize ait.

Lokasyon bulma aşamasında destek veriyor musunuz? “Kesinlikle hayır” dediğiniz lokasyon var mı?

Lokasyonu McDonald’s olarak biz buluyoruz. Bununla ilgili işletmecimizden bir beklentimiz olmamakla birlikte, işletmeci adaylarının bulduğu lokasyonlardan uygun olduğunu düşündüklerimizi de değerlendiriyoruz. Türkiye’de her bölgeyi değer-

lendiriyoruz. Potansiyel gördüğümüz her il veya yerleşim bölgesinde yer almayı hedefliyoruz. Restoran açmak istediğimiz bölgelerde öncelikle ayrıntılı bir fizibilite çalışması yapıyoruz. Ardından restoranın açılıp-açılmamasına karar veriyoruz.

İşletmecilik şartlarınız hakkında bizi bilgilendirebilir misiniz?

Bir McDonald's işletmecisi olmak için başlangıç bedeli olarak 30 bin dolar artı KDV ödemek gerekiyor. Ortalama yatırım maliyeti ise, restoranın tipine ve büyüklüğüne bağlı olarak 350 bin ile 400 bin dolar arasında gerçekleşiyor. İşletmecilik şartlarımız hakkında bilgi almak isteyenler ise bize 0212 336 34 00 nolu telefon numarasından ya da www.mcdonalds.com.tr adresinden ulaşabilir.

McDonald's açmak isteyen bir yatırımcı adayı hangi evrelerden geçiyor?

Geçirilen evreleri, işletmeci adayının başvuru formunun değerlendirilmesi, franchising müdürü ile ilk mülakat, adayın bir McDonald's restoranında 5 günlük İş Başında Değerlendirme (İBD) programına katılması ve yönetim tarafından da onaylanması durumunda 6-8 ay sürecek eğitim programına başlaması olarak sıralayabiliriz.

İşletmecilik sisteminin girişimciler açısından avantajları nelerdir? Girişimcilere önerileriniz nelerdir?

McDonald's, bütün dünyada başarısını işletmecileri, çalışanları ve tedarikçilerinden oluşan sac ayağının başarısına bağlayan bir şirket. Bu üç ortağın birlikte kazandığı sistemleri geliştirme konusunda McDonald's'ın literatüre geçmiş uygulamaları var. McDonald's; işletmeciyi eğitiminin başlangıcından lisans süresinin sonuna kadar her anlamda destekleyen ve geliştiren bir altyapıyı sağlayan, sürdürülebilir gerçek bir işletmecilik sistemine sahip. McDonald's'ta işletmecilik sistemi hali hazırda kendini kanıtlamış bir sistemin parçası olma faydasını sağlıyor. Bununla birlikte her sistemin oturmuş olduğunu söylemek biraz zor. İşletmecilik sisteminde asıl süreç, işletmecilik haklarının satın alınmasından sonra başlıyor. İşletmecilik sistemleri ciddi bir altyapı, tedarik sistemi, know-how, standartlar ve organizasyon gerektirir. Bu nedenle işletmecilik almayı düşünen adayların işletmecilik veren şirketi çok iyi araştırmaları, o şirketin diğer işletmecileriyle önceden görüşmeleri ve özellikle tedarik, altyapı ve know-how konusunda ne kadar destek alabileceklerinden emin olmaları gerekir.

Açılacak olan restoranın dekorasyon konsepti nasıl belirleniyor? İşletmeci, bu konuda inisiyatif sahibi mi?

Restoranın dekorasyon konseptine, açılacak restoranın niteliğini ve ziyaretçilerimizin beklentilerini göz önüne alarak karar veriyoruz. McDonald's olarak, dünyadaki önemli mimarlar tarafından tasarlanan ve misafirlerimizin kendilerini daha rahat hissedecekleri dekorasyon unsurlarını kullanarak farklı restoran konseptleri yaratmaya özen gösteriyoruz. Bu konseptin yaratılma aşamasında ise tabiî ki işletmecilerimizin de görüşlerine başvuruyoruz.

Anadolu'dan gelen talepler nasıl?

Dünyanın en değerli dördüncü markası olan ve Türkiye'de Anadolu Grubu çatısı altında faaliyet gösteren büyük bir marka olarak, yeni girişimciler için çok cazip bir işletmecilik modeli sunuyoruz. Dolayısıyla Anadolu'da da özellikle talep edilen bir franchising işletmesiyiz. Girdiğimiz Anadolu şehirlerinde yerel işletmecilerimizle çok iyi sonuçlar alıyoruz.

Yıllardır herkes ürünlerinizi severek yiyor. Biraz bundan bahsedebilir misiniz?

McDonald's olarak her konuda sektöre öncülük etmekten gurur duyuyoruz. Biz de Türkiye'de ürün yelpazemizi sürekli geliştiriyor ve yeniliyoruz. Bir yandan mevcut ürünlerimizin malzeme ve hazırlama koşullarını geliştirirken, diğer yandan yeni ürünler ile tüketicilerimizin değişen ihtiyaçlarına yanıt veriyoruz. Tüketicilerimizin bizden beklentilerini henüz onlar talep etmeden anlamayı ve karşılamayı hedefliyoruz. Amacımız bu beklentilerin gelişme yönlerini iyi analiz ederek bunları karşılayacak çalışmalar yapmak. Bu çalışmalar neticesinde iki yıl boyunca 60'ı aşkın yeni ürün tasarladık. Tamamen Türkiye'ye özel üretilen McBeefy, Suudi Arabistan, Birleşmiş Arap Emirlikleri, Kuveyt, Katar, Umman, Bahreyn ve Ürdün'den oluşan bölgede 'The Turkish' ismiyle Limited Time Offer olarak dünya lezzetleri arasında satışa sunuldu. Yine Türkiye için tasarladığımız tavuk topları fikrini de APMEA bölgesine ihraç ettik. McDonald's olarak bu yöndeki öncü çalışmalarımızı sürdürmeye kararlıyız.

McDonald's olarak, dünyadaki önemli mimarlar tarafından tasarlanan ve misafirlerimizin kendilerini daha rahat hissedecekleri dekorasyon unsurlarını kullanarak farklı restoran konseptleri yaratmaya özen gösteriyoruz. Bu konseptin yaratılma aşamasında ise tabiî ki işletmecilerimizin de görüşlerine başvuruyoruz.

Markalı dönerin büyük yükselişi

Ülkemizin ünlü döner markaları franchising ve bayilik sistemiyle yeni şubeler açıyorlar. Markaların girişimcilerde aradığı koşullar ve yatırım maliyetleri oldukça uygun. Siz de dönerdeki yüksek potansiyeli değerlendirip kazançlı bir yatırım yapabilirsiniz…

Döneri lokanta köşelerinden çıkarıp başlı başına birer marka haline getirdiler. Standart kaliteyi yakalayan, tek bir merkezde hijyen koşullarına uygun şekilde döner hazırlayan firmalarımızın öncülüğünde yeni bir pazar doğuyor. Şimdi markalı döner dönemi. Markalı dönerciler tüm Türkiye'yi sarmış durumda. Hatta bazıları yurtdışında da şubeler açıyor. Birkaç yıl öncesine kadar şube sayıları en fazla 2-3 olan dönerciler arasında şimdi bu sayıyı 50'ye çıkartanlar var. Diğer yandan Anadolu markaları, ulusal pazara çıkmak için de deyim yerindeyse kollarını sıvamış durumdalar. Örneğin Erzurumlu Dönerci Hacı Baba.1964'ten bu yana faaliyet gösterdiği Erzurum dışındaki ilk şubesini Ankara'da açtı. Erzincan, Denizli, Ankara ve Hatay'da da benzer markalar var. İşte yerel ve ulusal döner markalarından birkaçının franchise ve bayilik şartları…

"Rekabet gücünüzü kaybetmeyin"

Dönerin günlük tüketiminin 500 ton civarında olduğu tahmin ediliyor. Bunların büyük bir bölümü kayıt dışı. İyi yönetilen şirketlerin sayısı arttıkça bu olumsuz durum elbette değişecek. Evet, döner pazarı hızlı büyüyor. Ancak bazı problemler ortaya çıkacak gibi. Özellikle hızlı büyüme telaşına giren şirketler hem kendileri hem de pazar için risk oluşturmaya başladılar bile. İnternet üzerinden yaptıkları basit araştırmalara dayanarak restoran lokasyonlarını seçenlerin olduğunu duyuyoruz. Büyük ölçekli firmalar her konunun uzmanı profesyonellerle çalıştıkları için bu tür tuzaklara düşmezler. Büyüme trendi yakalamış şirketler sırf maliyetleri aşağıya çekme kaygısıyla profesyonellerle çalışmaktan taviz veriyorlar.

2006 yılında kurulan Baydöner, 72 şubesiyle yurtiçinde her bölgede yer alıyor. Yurtdışında Azerbaycan ve Irak'ta olmak üzere 4 şubesi var. Baydöner'in yurtiçi hedefi, 2020 itibariyle 200 restoran; yurt dışı hedefi ise 2020 itibariyle 100 restoran… Açıklanan franhcise bedeli 50.000 dolar + KDV olup , %5 Ciro üzerinden pay + %2 Reklam gider payı alınmaktadır. Tercih edilen lokasyonlar ise işlek caddeler ve AVM'ler…

Firma Notu: *2014 yılında Türkiye'de Ernst & Young tarafından 'Yılın Girişimcisi' ödülüne de layık görülen Baydöner, Türkiye'nin gastronomi alanında çok uluslu markası olması yolunda hızlı ve sağlam adımlarla ilerlemektedir. Turquality'den marka desteği alan ilk firma olan Baydöner, 2012 Nielsen araştırmalarına göre de hızlı yemek sektöründe Marka Bilinirliğinde 3 sırada, Marka sadakatinde 1. sırada yer almaktadır.*
İletişim : (232) 464 42 35 / www.baydoner.com

Bambi Cafe'nin İstanbul'da şube sayısı 18'e ulaştı. İstanbul sonrası hedef tüm büyük şehirlerde yer almak. Yurtdışı hedef ise, Orta Doğu, Orta Asya, Avrupa, Afrika ülkeleri… Bir Bambi cafe açmak isterseniz çok işlek noktalarda, 150 m² ve üzeri, sigara içilen bahçesi veya terası olan dükkan bulmanız şart. Giriş bedeli ödenecek tutar ise 30.000-50.000 euro.

Firma Notu : *Bambi Cafe, 40 yılı aşkın süredir tostları, döneri, sandviçleri, hamburgerleri, dürümleri, waffleları, meyve suları ile bir İstanbul klasiği oldu. Hızlı, hesaplı ve lezzetli ürünleri, dost ve güvenilir hizmet kalitesi ile İstanbul'da paket serviste lider konumunu yıllardır koruyor. Franchise sistemiyle sevilen, şimdi başarısı kanıtlanmış markasını ve işletme tekniklerini girişimcilerle paylaşıyor.*
İletişim: (212) 292 45 01 / (212) 252 11 17 / www.bambicafe.com.tr

2010 yılında kurulan KasapDöner, İstanbul'da 17 şubeye ulaştı. 2014 yılı yurtiçi hedefi 35 şube, yurtdışı hedefi ise en az 5 şube… Markanın isim hakkı bedeli 50.000 dolar olup, yaya trafiği yüksek popüler caddelerde, yola en az 5 metre cepheli, en az 150 m² büyüklüğe sahip mekanlar KasapDöner şubesi olabiliyor.

Firma Notu: *"Önce kazandır sonra kazan" ilkesiyle çalışıyoruz. 17 şubemizde günlük ortalama 7 bin müşteri ağırlıyoruz. Yatırım geri dönüş süresi 2 yıl olup, belirlediğimiz lokasyonların dışında franchise vermiyoruz.*
İletişim: (216) 472 24 34 / www.kasapdoner.com

1964 yılında Celal Emeç tarafından kurulan Dönerci Hacıbaba, Erzurum ve Ankara'da hizmet vermektedir. İkinci kuşak tarafından yönetilen firma 2012 yılında Ankara Balgat'ta ikinci şubesini açtı. Önümüzdeki yıllarda, şirket bünyesinde, İstanbul'da üçüncü şubeyi açmayı hedefleyen firma franchising sistemi ile büyüyecek.

Firma Notu: *Dönerci Hacıbaba, üstün kalitesi ile Erzurum ve Ankara'nın en dikkat çeken mekanlarından biri... Ödüllü ustaların hazırladığı döner ile Türk mutfağının yaratıcı lezzetlerini birleştiren menüsüyle Dönerci Hacıbaba, konuklarını yeni bir bakış açısıyla döner kültürünü keşfetmeye davet ediyor.*
Erzurum: (442) 234 40 33 / Ankara: (312) 474 25 25
www.donercihacibaba.com.tr

1975 yılında kurulan Dönerci Orhan'ın Ege Bölgesi dahilinde 4 Şubesi bulunuyor. Bunun devamı olarak yurtiçi hedefi 50 şube. Yakın zaman içinde yurtdışı hedefleri bulunmayan firmanın, franchise bedeli 70.000 TL olup, lokasyon kriterleri 70 ile 100 m² cadde üstü, işlek semtler…

Firma Notu: *Dönerci Orhan hali hazırda 3 restoranı, imalathanesi ve 30 kişilik ekibi ile kaliteden ödün vermeden 36 yıldır hizmet vermektedir. En önemli amacımız, kaliteli eti en iyi işçilik ile misafirlerimize sunmaktır.*
İletişim :(232) 483 74 44 / www.donerciorhan.com

2011yılında kurulan Sait Efendi, Cevahir AVM, Profilo AVM, Esentepe, Vialand, Viaport ve çok yakında Mall of İstanbul olmak üzere 6 şubeye ulaştı. Sait Efendi Kebap ve İskender Restaurantları, kaliteden ödün vermeden hızla tüm Türkiye'ye yayılmayı hedefliyor. Yurtdışı yatırımlara, kalite ve vizyonunun korunması koşuluyla sıcak bakılıyor. Marka, franchise bedeli olarak talepte bulunmayarak, cirodan pay almayı tercih ediyor. Lokasyon olarak ise, ön cephesi en az 8 -10 metre ve kullanım alanı 150 -200 m² arası olan AVM'ler ve misafir sirkülasyonunun yoğun olduğu bölgeler tercih ediliyor.

Firma Notu: *Sait Efendi Kebap restaurantları Türk mutfağından en lezzetli kebap ve dönerini odun ateşinde ve yüzde yüz katkısız doğal olarak misafirlerine sunuyor. Yemek kültürümüzün korunması ve gelişmesi için önemli bir misyon üstlenmekten ve bu anlayışını yeni iş ortaklarıyla paylaşmaktan mutluluk duyuyoruz.*
İletişim : (212) 234 44 44 / www.saitefendi.com

Samsun'a ait bir lezzet markası olarak yola çıkan Saçak Döner, "önce lezzet önce kalite" sloganı ile çalışmalarını sürdürmektedir. Bugün Samsun'da bilinen bir marka haline gelen Saçak Döner, 2012 yılı itibariyle şubeleşme ve franchise hedefleyerek bu sayede markayı tüm yurt geneline ve yurtdışına taşıma arzusunda. Saçak Döner, gerek yurtiçi gerek yurtdışında kendilerini temsil edebilecek değerli işletmeciler ile yola devam etmek isteyerek, ancak bu koşullarda franchising veriyor.

Firma Notu: *Üretimini gerçekleştirdiği tüm ürünlerin malzemelerini doğal ortamlarından, herhangi bir müdahale görmemiş malzemelerden temin eden Saçak Döner, üretim, paketleme, nakliye ve servis aşamalarında aynı hassasiyet ile hareket etmektedir.*
İletişim: (362) 266 44 69 / www.sacakdoner.com

İzmir bölgesinde 13 şubeye sahip Chichky Döner, 2010 yılında kurulmuş olup %100 yerli sermayeye sahip fast food şirketlerinden. Hizmete girdiği ilk günden itibaren müşteri portföyünü arttırmayı hedeflemiş ve bunun için gerekli ARGE çalışmalarını sürdürmüştür. Tüketicilerin kaliteyi uygun fiyata almalarını hedeflemekte ve Türk usulü Fast Food'un global dünyadaki yerini almasına yardımcı olmaktadır. Chicky'nin 5 yıllık vadede hedefi ise, Türkiye'nin dört bir yanında, illerde ve ilçelerde şubeler açmak…

Firma Notu: *Chicky zamanın değerini bilir! Siparişlerini 30 dakikada müşterilerine ulaştırır. Restoran konforunu evinizde yaşatır. Amacı, global pazarda Türkiye'yi temsil edebilmektir.*

İletişim: (232) 464 84 86 / www.chickydoner.com

2012 Yılında kurulan Frango Döner'in Mecidiyeköy ve Kadıköy'de olmak üzere iki şubesi bulunuyor. 2014-2015 hedefi İstanbul ağırlıklı, Marmara Bölgesi'nde 10 şube olup, yurtdışı bayilik hedefleri bulunmamaktadır. Franchise bedeli 50.000 TL olup, lokasyon kriterleri, caddeler için en az 60 m² büyüklüğünde, yürüyen insan kalabalığının olduğu alanlardır. Ayrıca, firma avmler için, alışveriş merkezi bazlı görüş bildirmektedir.

Firma Notu: *Frango Döner, "Döner Sosla Yenir" mottosuyla, yenilikçi ve farklı bir hızlı servis döner restoranıdır. Biz Frango'da sizlere Türk mutfağının vazgeçilmezi olan döneri özenle seçilmiş dünya lezzetleri ile birlikte kendine özgü bir tarzla sunuyoruz.*
İletişim: (216) 550 99 98 / www.frango.com.tr

Şuana kadar 43 şube ile var olan Bursa Kebap Evi 2005 yılında kuruldu. Her ilde en az bir adet Bursa Kebap Evi'nin yer alması, markanın öncelikli hedefi… Yurtdışı hedefi olarak ilk sırada Ortadoğu yer alıyor. Cadde lokasyonlarında 150 m², avm içlerinde 100 m² minumum alan gerekmekte olup düşünülen yerlerin genel merkezin onayından geçmesi gerekiyor. Franchise bedeli ise 30.000 dolar.

Firma Notu: *BKE bir yılda, rekor sayılabilecek %300'lük büyüme oranı ile bugün Türkiye'nin en gözde döner restoranı olmayı başardı. Artık hedef büyük; çünkü gerçek kalite, yatırımcı dostu anlayış ve bir marka ile çalışma rahatlığı ülkemizin her köşesinde olmalı.*
İletişim: (212) 690 52 52 / www.bursakebapevi.com

2007 yılında kurulan Meru Döner'in, Akdeniz, Ege ve Marmara'da olmak üzere toplam 15 şubesi bulunuyor. Yurtiçi hedefi tüm Türkiye, yurtdışı hedefi ise Ortadoğu ülkeleridir. Franchise bedeli 20.000 dolar olup, lokasyon kriterleri tüm Türkiye'de, havalandırma problemi olamayan çarşı içi cadde ve alışveriş merkezleridir.

Firma Notu: *2014 yılı sonuna kadar hedefimiz 40 şubeye ulaşmaktır. Özellikle İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa, Kahramanmaraş, Mardin başta olmak üzere tüm Türkiye'de çalışmalarımız devam etmektedir.*
Artılarımız; √ Düşük Yatırım Maaliyeti √ Usta ve eğitim desteği
İletişim : (242) 323 03 28 / www.sacakdoner.com

“Dönerin Osmanlı mutfağındaki tarihi 18. yüzyıl’a dayanıyor”

Kasap Döner
Genel Müdürü
Taner Içten

KasapDöner’in sürekli yükselen başarı grafiğini neye bağlıyorsunuz?

Öncelikle belirlediğimiz dönemsel ve yıllık hedefleri gerçekleştirmeye çalışıyoruz. Ürün kalitesi, lezzeti ve müşteri memnuniyetinden asla ödün vermiyoruz. Bu alanda servis ve hizmet kalitemizi artırmak için daha çok çalışıyoruz. Biliyoruz ki her Türk döner sever. Ortada bir başarı varsa, bunu “tüketici beğenisini kazanmak” olarak niteleyebiliriz. Ayrıca tüketici iletişiminde de doğru yatırımlar yapmaya çalışıyoruz. Franchise başvurularının yüksek olmasının nedeni, müşteri sayımızın her açılan şube ile kartopu gibi büyümesi ve artmasıdır. Nisan 2014 itibariyle 17 şubemiz ile günlük 6 bine yakın müşteri ağırlıyoruz. Ağırlama süremiz yaklaşık 20 dakika, hafta sonları bazı şubelerimizde 1200 kişi ağırlıyoruz. Belirlediğimiz ilçe ve caddeler dışında franchise vermiyoruz. Bu caddelerde yer bekleyen çok sayıda iş ortağı adayımız var. *“Önce kazandır sonra kazan”* KasapDöner’in iş ortaklığına nasıl baktığımızı ifade eden en önemli ilke. İş ortaklarımızla ve çalışanlarımızla her ay büyüyen bir aileyiz ve kurumsallaşırken eksiklerimizi tamamlamaya, yanlışlarımızı düzeltmeye samimiyetle çalışıyoruz.

Tüketiciler açısından et standartlarınızdan, üretiminizden bahseder misiniz?

KasapDöner’in geçmişinde 67 yıllık bir Sarıtaş Et güven ve tecrübesi var. Etlerimizi ülkemizin en lezzetli kırmızı et üretimi yapılan Afyon yöresinde yetiştirdiğimiz hayvanlarımızdan elde ediyoruz. Kendi üretim yerlerimizin dışında yarım asırdır birlikte çalıştığımız üreticilerimiz var. Etimize güveniyoruz. Sarıtaş firmamıza “Türkiye’nin Etçisi” denilmesi boşuna değil.

“Franchise başvurularımızın yüksek olmasının nedeni müşteri sayımızın her açılan şube ile kartopu gibi büyümesi ve artmasıdır.”

Yurt içinde kaç noktada varsınız? Yurt dışıyla alakalı planlarınız nelerdir?

KasapDöner şubeleşmeye başlayalı 12 ay oldu. İlk yıl önceliğimiz ,ülke tüketiminde yüzde 25’lik paya sahip olan İstanbul’du... Çünkü İstanbul, her bölgeden her gelenekten farklı damak tadlarının bir arada olduğu dünyanın en büyük metropollerinden biri. Nisan ayı itibariyle böyle bir metropolde 17. Şubemizi açtık. Bu ay sonunda Altunizade şubemizi açıyoruz. Ama bundan önce, ilk şehir dışı şubemiz olacak olan Bodrum Marina şubemizi açacağız. İlk yurtdışı çıkışımızı ise Kıbrıs’tan başlatıyoruz. Orada bu yıl sonuna kadar anlaşmaları tamamlanan 3 şube açacağız. Bunun dışında Amerika, Avrupa ve Asya’da belirlediğimiz şehir ve lokasyonlar da arayışımız sürüyor. Çünkü KasapDöner olarak, Türk dönerini dünyada hak ettiği yere getirmek ve bir dünya markası olmak için yola çıktık. Bunu gerçekleştirmek için 2015 yılı sonuna kadar Kıbrıs dışında en az beş şehirde olmak istiyoruz.

Dönerin ilk kez İngiltere’de yapıldığı iddiaları var. Türk markalarının yurtdışı faaliyetlerini değerlendirir misiniz?

Haberin 1 Nisan şakası olduğu söyleniyor. Zaten haberi 5N1K den okuduğumuzda birçok bilinmeyen yönü var. Birbirinden lezzetli bir çok Türk yemeğimiz zengin Osmanlı Mutfağı’ndan geliyor biliyorsunuz. Dönerin Osmanlı Mutfağı’nda tarihi de 18. yüzyıla kadar uzanıyor. Ülkemizin sosyo-ekonomik yapısı güçlenirken bize unutturulmaya ve sahiplenilmeye çalışılan bir çok değerimizi ve kültürümüzü tekrar kazanmak için çaba sarf ediyoruz. Yani nedeni duygusal da olsa maddi de olsa sonuçta geçmişimize ve tarihimize sahip çıkıyoruz. Bu güzel bir değişim ve gelişim… Türk markalarının yurtdışındaki çalışmalarını olumlu ancak yetersiz olduğunu düşünüyorum. Dünya markası olmak için önce şirketin doğru pazarlama yatırımı ve bütçesi olması, bu yatırımlarında doğru kişiler tarafından yönetilmesi gerekiyor. KasapDöner olarak hedefimiz, 10 yıl içinde dünyada döner denildiğinde akla gelen ilk marka olmak. Tabi ki 10 yılda bir dünya markası olacağız diye bir iddiamız yok. Ama markalaşma yolunda gerekli olan tüm pazarlama yatırımlarını yapıyoruz ve bu yatırımları doğru yönetmek içinde gerekli deneyime ve kadroya sahibiz. Bunu yaparken en önemli iş hedefimiz KasapDöner lezzetinden ve müşteri memnuniyetimizden asla ödün vermemek.

Sektöre İleriye dönük önerileriniz neler olur?

Rekabeti, müşteriye en iyi hizmeti sunmayı kolaylaştırdığı için seviyoruz. İlk KasapDöner şubemizi açtığımız da da piyasa da bir çok döner firması vardı. Şimdi de var. KasapDöner, ülkemizde herkesin, gerçek ve lezzetli Türk dönerini yeme hakkına sahip olduğunu, en kaliteli ürünlerle dekore edilmiş güzel mekanlarda, en ekonomik fiyatlara yapılabileceğini gösterdi. Ürünlerini doğal bir ev mutfağındaki kaliteli malzemelerle üreterek sunuyor. Bu konuda söyleyeceğim klasik olacak ama, bizi izlemeye devam etsinler.

11 MAYIS "ANNELER GÜNÜ"

Anneniz İçin "En Güvenli" Hediye!

Benzersiz

ÖZELLİKLER

Büyüklerimiz İçin

- Yüksek Sesli Konuşan Rakamlar
- 7 Gün Bekleme Süresi
- Büyük Butonlar
- FM Radyo
- El Feneri

medline acil sağlık HEDİYE
★ Bir Yıl Boyunca ★

Harita Üzerinde Konum Belirleme

Acil Durum Uyarı Butonu

www.concox.com.tr | info@concox.com.tr

0212 366 07 66

“Melek” gibi yatırımcı kimdir?

Hulusi BERIK
Keiretsu Forum İstanbul
Kurucu Ortak, hulusi@berik.biz

Sevgili Bayim Olur musun Dergisi okuyucuları, bundan böyle her ay sizlerle birlikteyiz. Melek yatırımcılık, girişimcilik ve iş fikirleri hakkında önemli bilgiler paylaşacağım. Bu sayıda *“Melek” gibi yatırımcı kimdir?* sorusunu cevaplıyor olacağız. Herkesin kafasındaki soruları ve yanıtlarını sizlerle paylaşmaya çalışacağım.

Mesela, yeni dünyaları keşfetmeye çıkan Macellan sizin için girişimci midir? Peki, bu geziyi finanse edenlere Melek Yatırımcı mı demeliyiz? Günümüzde girişim ve girişimcilikten bahsedilince akla hep Microsoft-Billgates, Apple-Steve Jobs, Facebook-Mark Zuckerberg geliyor. Halbuki henüz bu düzeye çıkamamış çok ama çok girişim ve başarılı girişimciler var.

Peki bu Melek Yatırımcılık nedir? Neden böyle adlandırılmaktadır? Melek Yatırımcı terimi ilk olarak, New York Broaodway'deki tiyatro ve müzikallerle ilgili olarak kullanılmaya başlanmıştır. Bu pahalı ve riskli prodüksiyonları finanse eden kimseler genelde sanata ilgi duyan kişiler olup, yapımcılara birçok başka alanda da yardımcı olurlardı. Bundan dolayı da onlar yapımcıların koruyucu meleği olarak düşünülmüş ve 'Melek Yatırımcı' diye anılmaya başlanmışlardır. Genel anlamda melek yatırımcılık son 20–30 yılda gelişen bir kavramdır. Bilhassa Silikon Vadisi'nde şirketlerini başarıya ulaştırıp genç yaşlarda zengin olan şahıslar, başka girişimcilere de yatırım yapmayı arzulamışlar ve ferdi bazda Melek Yatırımcılık yapmaya başlamışlardır. Bilhassa büyük yatırımlara gerek duymayan iş planları, melek yatırımcılar için cazip olmuştur. Silikon Vadisi'ndeki birçok şirketin nüvesinde Melek Yatırım mevcuttur. Örneğin Apple'a ilk ciddi yatırımı, kendisi de bir Intel yöneticisi olan Alan Markkula Melek Yatırım olarak yapmıştır.

Melek Yatırımcılar genelde girişimcinin kendisi, akrabaları ve dostlarından sonra şirkete ilk kurumsal parayı yatıran kimselerdir. Melek Yatırımcılar’ın birçoğu odaklandıkları sektörlerde faaliyet göstermektedir. Son 10 senede daha organize Melek Yatırımcılık yapılmaya başlanmıştır. Melek yatırımcıların gelişmesi girişimciler için yeni bir yatırımcı kaynağının oluşmasını sağlamıştır. Bu sınıfın da belli özellikleri ve avantajları vardır. Melek Yatırımcılar genelde girişimci ile etkileşmekten hoşlanan, girişime paranın dışında çok değerli başka kaynaklar da sağlayabilen ve genelde kurumsal risk sermayesi şirketlerinden daha ehven şartlarda yatırım yapabilen bir sınıftır. Zamanla bu yatırımcılarla daha sık karşılaşma sonucunda, girişimcilerin iş planı kalitesi ve kapsamının düzelmesi kaçınılmazdır. Girişimciler, finansal ihtiyaçları ile şirketlerinin belli kilometre taşlarına ulaşma süratini uyumlu kılmayı öğreneceklerdir. Şirketlerinin ilk evrelerini Melek Yatırımlar ile finanse ederek şirket mülkiyetinin daha büyük bir bölümünü daha uzun bir süre ellerinde tutabileceklerdir. Melek Yatırımcılar yatırım yaptıkları şirketlere ortalama %25-%40 arasında ortak olurlar. Melek Yatırımcı yatırım yaparken önce iş planını sorar, takıma güvenmek ister. Yönetime çok önem verir. Girişimcinin şirketin her noktasına hakimiyeti, finansal verilerin pazarlanmasına ve bunu anlatma kabiliyeti Melek Yatırımcı’nın vereceği karar büyük rol oynar. Çünkü yatırımcı, iş planına ve planı getiren takıma inanmak ister.

Melek Yatırımcı işin özgün olmasını ister…

Melek Yatırımcı aslında bir şirkete sadece maddi değil manevi kaynak da koyuyor. Belli bir iş deneyimi olduğu için girişimciye mentorluk yapıyor. Bazen girişimcinin ilk kurguladığı ürün değişiyor. Girişimcinin buna hazır olması, yani esnek olmak lazım. Melek Yatırımcı genelde projenin özgün olmasına bakar. Klonlanmış bir proje olmaması lazım. Klonlanmış bir projeyse de ciddi bir büyüme potansiyelinin olması gerekmektedir. Girişimcinin daha önce bir yerde çalışmış olması veya daha önce bir takım projelerle uğraşmış olması hatta batırmış olması bile tercih sebebidir.

Türkiye’de Melek Yatırımcılığın geldiği noktayı değerlendirecek olursak; Melek Yatırımcılık Türkiye’de henüz başlangıç aşamasındadır. Gerek girişimciler gerekse yatırımcılar tarafından tam anlaşılmış değil. Bu sektördeki kişilerin ve kurumların girişimcilerin Melek Yatırım için uygun olduğu konusunda eğitime ve iyi rol modellerine ihtiyaçları var. Öte yandan, Türkiye’nin ekonomik göstergelerinde, özellikle son dönemlerde, Melek Yatırımcılık için çok cazip gelişmeler ve fırsatlar söz konusu. Bunların arasında, ekonominin sağlıklı büyümesi, hükümetin girişimci ve yatırımcılara önem vermesi, geniş kitleleri girişimcilik konusunda bilgilendirmek amacıyla çeşitli eğitim programlarının başlaması, yapılacak yatırımlardan çıkış yapabilme imkânlarının artması ve yurt dışındaki Türk girişimcilerin Türkiye’deki faaliyetlerini artırmalarını, başlıca nedenler olarak sayabiliriz.

Concox GS503 bayilerini arıyor...

Dünyadaki teknolojik gelişmeler toplumun tüm kesimlerini etkisi altına almaya başladı. Çin'in en büyük üç teknoloji firması arasında yer alan Concox, yeni geliştirdiği telefon modelinde büyüklerimizi unutmadı. Özellikle 60 yaş ve üzeri kişilerin ihtiyaçlarına yönelik geliştirilen Concox GS503 Senior Phone, bu yaş grubunda yer alan insanların yaşam kalitesini artırmaya yönelik çözümler üretiyor.

"Büyüklerimiz İçin" sloganıyla yaşlılara yönelik büyük tuşlu telefon...

Türkiye'de 52 yıldır birçok farklı sektörde hizmet veren Uzertaş Yatırım A.Ş.'nin Türkiye distribütörü Anadolu Girişimcilik Concox cep telefonları ile büyüklerimizin yaşamını daha da kolaylaştırıyor. Firmanın "66Artı Projesi" kapsamında "Büyüklerimiz İçin" sloganıyla piyasaya sunulan Concox GS503, SOS Acil Durum Uyarı Butonu, SMS gönderimi yapabildiği gibi, içerisinde bulunan GPS çipi sayesinde kişinin bulunduğu konumun takip edilebilmesine imkan veriyor. Ürünü alanlara 1 yıllık Medline Üyeliği hediye edilirken, cihazın arkasında konumlanan SOS Acil Durum butonuna basıldığında adres bilgisinin, medikal merkeze ulaşması ile olası bir acil durumda 7/24 ambulans gönderimi sağlanıyor. GS503 kullanıcısı, dilerse telefonun acil durum numaralarına yakınlarının telefonlarını tanımlayarak acil bir durumda bu kişilere de konum bilgisi ve acil durum mesajının SMS olarak ulaştırılmasını sağlayabiliyor.

Telefonu kullanan kişinin tanımlı yakınları, dilerse kullanıcının lokasyonunu internet üzerinden, bilgisayar veya akıllı telefon kullanarak harita üzerinde anlık olarak görebiliyor. GS503 sahipleri aynı zamanda sağlıkla ilgili her türlü soruları için medikal merkezini 7/24 arayarak gerçek bir doktordan yanıt alabiliyor. Telefonda bulunan yüksek kontrastlı LCD ekran, büyük rakamlar rahat okuma sağlarken, basıldığında sesli okunan tuşlar, kolay arama yapılabilmesine imkan veriyor.

Bayiler aranıyor...

Anadolu Girişimcilik CEO'su Can Özatay, Concox GS503 cep telefonunun pek çok avantajının bulunduğunu ifade ederek, "kullanım zorluğu nedeniyle günümüzde akıllı/dokunmatik telefonlar 60 yaş ve üzerine hitap etmiyor. Bizler, Concox GS503 cep telefonunun Türkiye'deki satışını üstlendik ve Türkiye'nin en saygın ambulans ve sağlık kuruluşu Medline ile işbirliğine gittik. Cihazı yaygın servis ağıyla 2 yıl garantili olarak piyasaya sunuyoruz" dedi. Cihazın tüketicilere ulaşımı ve franchising ilgili olarak çok sayıda alternatif bulunduğunun altını çizen Özatay şöyle devam etti: "

Concox GS503 cep telefonunun satışında elektronik marketler, eczaneler, teknoloji mağazaları gibi satış kanalları değerlendirilebilir. Ayrıca, özel projeler kapsamında da tüm Türkiye'de franchise seçeneklerini değerlendirmeye alıyoruz. Bayilik ve iş ortakları ile ilgili başvurular firmanın kendi sayfası olan www.concox.com.tr ve www.bayimolurmusun.com.tr sayfalarından gerçekleştirilmektedir."

Acil durum uyarı butonu sayesinde sevdikleriniz güvende...

Uzertaş Yatırım A.Ş. Türkiye distribütörü Anadolu Girişimcilik, yatırımcı adaylarına kazançlı bir "teknoloji yatırımı" fırsatı sunuyor. 60 yaş ve üzeri insanların ihtiyaçlarına özel tasarlanan Concox GS503 cep telefonu için Türkiye çapında bayiler aranıyor.

Detaylı Bilgi İçin:
Arzu Şimşek, arzu@concox.com.tr

"AVM marka karması, ziyaretçi hedef kitlesiyle doğru orantılıdır..."

ECE Türkiye Proje Yönetimi A.Ş. Genel Müdür Yrd. Nuri Şapkacı

Ece Türkiye olarak birçok önemli projeye imza attınız. İleriye dönük hedef projeleriniz nelerdir?

2000 yılında kurulmuş olan ECE Türkiye, büyük ölçekli alışveriş merkezi projelerinin geliştirilmesi, planlanması, gerçekleştirilmesi, kiralanması ve yönetimi alanlarında faaliyet gösteriyor. İstanbul'da Marmara Park, MetroCity, Beylikdüzü Migros, CarrefourSA Bahçepark, Maltepe Park, Neomarin, Ankara'da ANKAmall ve Acity, Eskişehir'de Espark, İzmir'de CarrefourSA Karşıyaka ile Antalya'da Terracity ve Antalya Migros Alışveriş Merkezleri'ni yönetiyoruz ve kiralama faaliyetlerini yürütüyoruz. Firmamız, inşaat aşamasında olan İstanbul'daki Akasya Park Ümraniye, Ankara'daki Park Vera ve Afyonkarahisar'da Afyon Alışveriş Merkezleri'nin de uzun dönemli yönetiminden, kiralamasından ve konsept planlamasından sorumlu.

AVM kiralamalarında marka karmasını nasıl oluşturuyorsunuz?

Bir AVM projesinin gerçekleştirilmesi aşamasında geçen süre yaklaşık 3-4 yıldır. Her bir proje için, kiralama anlamında yaklaşık 40-50 değişik varyant çalışılmaktadır. Mimari ve yapısal planlamanın ardından yaklaşık 2 yıl süren bir kiralama sürecine girilmektedir. ECE Türkiye'de mimari ve kiralama ekipleri, projenin erken aşamalarından itibaren optimizasyon sürecini beraber yürütmektedirler. Türkiye'de gerçekleştirilen projeler ise genel olarak mimarların projeyi tamamlamalarının ardından, fiziksel birçok karar verildikten sonra kiralama sürecine giriyor. Ticari şartlar, önceden verilmiş bu kararlara uydurulmaya çalışılıyor. ECE Grubu olarak biz, mutlaka projenin ileri safhalarını da göz önünde bulundurarak kiralama ve yönetim bakış açısıyla alışveriş merkezlerimizi planlıyoruz.

Yurtiçi ve yurtdışında toplam kaç alışveriş merkezini yönetiyorsunuz?

Türkiye'de halihazırda 12 alışveriş merkezinin kiralamasını ve uzun dönemli yönetimini yapıyoruz. Yukarıda da belirtmiş olduğum gibi inşaatı devam eden üç projenin daha konsept planlamasından, kiralamasından ve uzun dönemli yönetiminden sorumluyuz. ECE Grubu olarak, 17 ülkede faaliyet gösteriyoruz. Yönetimimiz altındaki 189 alışveriş merkezi ile Avrupa pazarı lideriyiz. Bu alışveriş merkezlerinde 6 milyon m^2 kiralanabilir alanda 17.500 perakendeci ortağımız faaliyet gösteriyor.

Yabancı yatırımcının Türkiye'deki alışveriş merkezlerine ilgisi nasıl?

Avrupa ve Amerika'da yaşanan ekonomik belirsizlikler, özellikle Avrupa'da nüfus artış hızının düşük, ortalama yaşın ise yüksek olması tarzı etkenler Türkiye gibi hızla gelişmekte olan ülkeleri, yabancı yatırımcılar için cazip kılıyor. Son 2 yıldır, hem yerli hem de yabancı yatırımcılar açısından sektörde satın almaların önem kazandığını gözlemliyoruz. 2014 sonu itibariyle, dünya ekonomisinde de herhangi bir türbülans olmadığı takdirde alımların artacağını, yabancı fonların çok daha fazla giriş yapacağını ve yabancı yatırımların hızlanacağını düşünüyorum. Bununla birlikte son dönemde yaşanan politik ve ekonomik dalgalanmalar sebebiyle, Türkiye'ye girmemiş yabancı yatırımcılar, girişlerini bir süre erteleddiler. Orta vadede istikrarın sağlanmasıyla yatırımların tekrar hız kazanacağına inanıyorum.

AVM'lerin 15 yıl sonra geleceği noktayı bizimle paylaşır mısınız?

Önümüzdeki 15 yıllık dönemde, rekabetin artmasından dolayı, sektörde standartların yükseleceğine inanıyoruz. Bu anlamda profesyonel yönetim ve danışmanlık firmaları çok daha fazla önem kazanacak. Perakendeciler de son yıllarda gözlemlediğimiz gibi her projeye girmeyip yatırım planlamalarını yaparak çok daha seçici davranacaklar ve doğru projelerde yer alacaklar. Türkiye, Avrupa ile karşılaştırıldığında AVM yatırımları açısından önemli bir potansiyele sahip. Biz, yatırım kararlarımızı alırken öncelikle şehirlerin gelişme potansiyeline sahip noktalarına yöneliyoruz. 10 yıl veya daha fazla süredir faaliyet göstermekte olan AVM'lerin hedef kitlenin değişen talep ve ihtiyaçlarını karşılamak üzere renove edilmesinin ve imkanlar dahilinde büyütülmelerinin gerekli olduğunu düşünüyoruz.

Yeni perakende yasasını nasıl değerlendiriyorsunuz?

AYD olarak, yeni perakende yasasına katkı sağladık. Gerekli gördüğümüz yerlerde önerilerimiz de oldu. Türk perakendecisi ve müşterisi aslında kendi kurallarını oluşturuyor. Farklı dinamikler göz önüne alınarak yasanın daha esnek ve yatırımları teşvik edecek şekilde düzenlenmesi gerektiğine inanıyoruz.

Birlikte Büyüyoruz

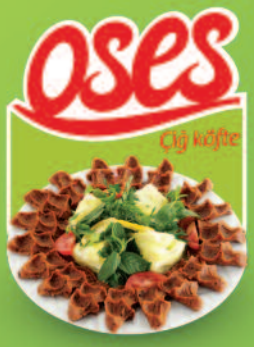
4

55 ilde 600'e yakın şubemizle,
Türkiye'deki ilk 100 franchise şirketi arasında 4. sıradayız.*
Birlikte büyümeye devam ediyoruz.

*Şubat 2014 Ekonomist Dergisi haberine göre.

444 50 02

osesonadoyumolmaz onadoyumolmaz osescigkofte.com



ERA Türkiye: "Franchising sisteminde en avantajlı yatırım "Gayrimenkul"

ERA Türkiye, destek paketleriyle, franchise adaylarına, gayrimenkul sektöründe cazip yatırım fırsatları sunuyor. ERA Türkiye, kurduğu, Türkiye'nin ilk ve tek gayrimenkul danışmanlığı akademisinde, sektöre deneyimli uzmanlar yetiştiriyor. Franchising konusunda gayrimenkul pazarının, yatırım fırsatlarında en yüksek tercih edilme oranına sahip olan sektör olduğunu belirten ERA Türkiye Yönetim Kurulu Başkanı Can Ekşioğlu, "Gayrimenkul danışmanlığında yatırım maliyetleri ve giderleri oldukça düşük, kar marjı ise diğer sektörlere kıyasla çok daha yüksek. Sektörün sağladığı fırsatların yanı sıra, bu alanda denenmiş ve başarı kazanmış bir iş modeli ile yola çıkmak, bu işe yeni başlayacak girişimciler için çok daha güvenilir ve sağlam bir yol" dedi.

Girişimcilere yeni iş alanları sunuyoruz

Atılan ilk adımlarla, kısa zamanda sağlam geri dönüşler aldıklarını belirten Ekşioğlu, "Türkiye pazarına girdiğimiz ilk günden itibaren yeni ofislerimizle birlikte hızla büyüyoruz. Gayrimenkul danışmanlığı sektöründe, 2014 yılına güzel bir başlangıç yaparak ilk 3 ay içinde, İstanbul'un farklı bölgelerinde 6 yeni franchise ofisimizin açılışını gerçekleştirdik. ERA'nın hızlı büyüyeceği bir sene olması için çalışmalarımıza devam ediyoruz. Genç girişimcilere bu sektöre yatırım yapmalarını her fırsatta tavsiye ediyoruz. Gayrimenkul danışmanlığı alanına girdiğimiz günden beri sektördeki kalite çıtasını yükseltecek faaliyetlerde bulunduk.

Girişimcilerin, başarılı ve kazanan iş sahipleri olması için yenilikçi hizmetler sunuyoruz. Franchise sisteminin avantajları yanında gayrimenkul sektöründe yeni girişimcilere yol açmak için dolar kurunu sabitledik.

Gerçekleştirdiğimiz 'Kariyer Günleri'nde gayrimenkul danışmanı adaylarına sektör hakkında bilgi verirken franchise ofislerimize de adaylarla tanışma ve işbirliği yaratma imkanı sağlıyoruz" sözleriyle ERA Türkiye'nin sektördeki öncülüğünü ortaya koydu. Bağdat Caddesi'nde, Türkiye'nin ilk ve tek gayrimenkul akademisi "ERA Akademi"yi kuran ERA Türkiye, verilen eğitimler sonrasında başarılı olan katılımcılara merkez ofisinde staj imkanı sunuyor.

Yılın girişimcisi baydöner oldu...

Ernst & Young'ın dünyanın en prestijli iş dünyası ödül programı olan ve 60 ülkede 145'ten fazla şehirde düzenlenen EY Entrepreneur Of The Year - "Yılın Girişimcisi" ödülü Türkiye'de sahibini buldu. Bu yıl dünya üzerinde 27.si, Türkiye'de Hürriyet Gazetesi, CNN Türk ve Endeavor'ın katkılarıyla 9.su düzenlenen yarışmada, 5 finalist arasından Baydöner "Yılın Girişimcisi" seçildi.

Türkiye'nin en ünlü iş adamlarından oluşan jüriyi etkilemeyi başaran Baydöner, haziran ayı başında Fransa'nın Monte Carlo kentinde dünya genelindeki girişimci adaylarına karşı yarışacak. "Amaçlarının Türk ağız tadının vazgeçilmez lezzeti iskender döneri dünya çapında tanıtmak ve hamburger, pizza gibi fastfood ürünlerin yanı sıra rahat tüketilebilir bir ürün olarak sunmak" olduğunu belirten Yönetim Kurulu Başkanı Levent Yılmaz; "2007 yılında İzmir'den çıktığımız yolda bu amaç doğrultusunda, Türkiye çapında 77, yurtdışında 3 restorana ulaştık. Turquality Marka Desteğini ve son olarak da bu değerli girişimcilik ödülünü aldık. Bu destek ve inançla kısa zaman içinde uluslararası fastfood markalarıyla yarışacak büyüklüğe ulaşacağımızdan kuşkumuz yok. Yakın zamanda Avrupa'dan Ortadoğu'ya, Amerika'dan Uzak Doğu'ya kadar herkes, döneri Türk kültürüne ait, lezzetli, sağlıklı ve itibarlı bir yiyecek olarak tanıyacaktır" diye konuştu.

"Lüks semt kazandırır" algısı franchise kobilerin en büyük yanılgısı...

Gelir düzeyi yüksek semtler daha çok kazandırır görüşü artık yıkılıyor. Kârlı franchise imkânlarıyla girişimcilerin ilk tercihlerinden olan Little Caesars Türkiye, geliştirdiği özel lokasyon sistemi ile semt ve ciro arasındaki kaygılara son veriyor.

Lokasyon seçimi, tüm girişimciler için büyük önem taşıyor. Mekan konumu ile ciro arasında doğru orantı olduğu düşüncesi pek çok girişimcinin bulunduğu şehrin en pahalı semtlerini tercih etmesine neden oluyor. Peki, bu kanı ne kadar doğru? Emlak uzmanlarına göre A plus semtlerde dükkân açmak her zaman kârlı olmayabiliyor. Öyle ki, mekâna kira olarak ödenen fahiş fiyatlar düşünüldüğünde çoğu zaman gelir - gideri karşılamıyor. Yeni bir iş kurarken hangi lokasyonun seçileceği konusunda kararsızlık yaşayan en büyük grubu ise franchise KOBİ'ler oluşturuyor. Little Caesars, Franchise KOBİ'ler için risklerin minimize edildiği franchise sistemi ile lokasyon seçiminde yaşanan kafa karışıklıklarına son veriyor. Şu anda Türkiye genelinde şube sayısı 80'e yaklaşan marka, faaliyet gösterdiği İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa, Bodrum ve Kocaeli'nde en doğru lokasyonda müşterileriyle buluşmak için özel bir sistem kullanıyor. Her semtin tüketim ihtiyaçlarını ve tüketici alışkanlıklarını detaylı araştırmalarla periyodik olarak analiz eden Little Caesars, böylelikle şubelerindeki semt ve ciro arasındaki bağlantıyı doğru kurarak franchiseelerinin kazancını artırıyor, yeni şube açılışlarında yatırımcıyı doğru yönlendiriyor.

Little Caesars İş Geliştirme Müdürü Barış Memiş "Yatırımcılar bizim markamızla çalışmak istediklerini belirttiklerinde kendilerine birkaç lokasyon alternatifi sunuyoruz. Yerleşim birimlerine, iş merkezlerine, öğrenci yerleşiminin sık olduğu mahallelere ve şehir merkezinden uzak yeni lokasyonlara yayılarak markamızı daha da güçlü bir hale getiriyoruz" diyor.

Yeni şubeler yolda

Şu anda başta İstanbul olmak üzere Ankara, İzmir, Bursa ve Kocaeli'nde tüketicilerle buluştuklarını anlatan Memiş, "Bu sene 15'i yeni lokasyon olmak üzere 35 yeni franchise şube açmayı hedefliyoruz. 2014 yılı içinde faaliyet gösterdiğimiz mevcut illerin dışında Tekirdağ, Edirne, Adapazarı ve Eskişehir'de de şubeleşeceğiz. 2015 sonunda ise 80 olan şube sayımızı 150'ye çıkartacağız" dedi.

"Bizim için ortaklık, kalite demektir..."

39 yıl önce İzmir Çankaya Halit Ziya Bulvarı'nda kurulan ve şu an 3. kuşak temsilcisi Kaan Rahmanoğlu tarafından işletilen Dönerci Orhan, bayileşme kararı aldı. İzmir'de Çankaya, Alsancak ve Bayraklı'da şubeleri bulunan Dönerci Orhan, İzmir'de 7'den 70'e herkes tarafından biliniyor. Bayileşme kararıyla birlikte, Dönerci Orhan lezzetini, artık tüm Türkiye'de dönerseverlerin beğenisine sunacak olmanın mutluluğunu yaşadıklarını kaydeden Kaan Rahmanoğlu, bayileşmede öncelikli hedeflerinin Ege Bölgesi olduğunu söyledi.

Dönerci Orhan kalitesini, doğru iş ortaklarıyla birlikte büyüteceklerini ve her iki tarafın da fayda sağlayacağını belirten Rahmanoğlu, "Bizim için ortaklık, kalite demektir" dedi.

Rahmanoğlu, "Dönerci Orhan markasını doğru bağlantılarla daha yükseklere taşıyacağız. İlk etapta Ege'de bayileşme sürecini hızlandıracak, sonrasında da büyükşehirler başta olmak üzere tüm Türkiye'yi Dönerci Orhan lezzetiyle buluşturacağız. Ulusal bayileşme süreci tamamlandıktan sonra ise hedefimiz Avrupa" diye konuştu. Yurtiçinde 50 şube açmayı plandıklarını ifade eden Kaan Rahmanoğlu, bayilik sistemi hakkında detaylı bilgiler verdi. Rahmanoğlu, "Bayilik konusunda bizim için lokasyon çok önemli. Bu konuda bazı kriterlerimiz var. Cadde üstü dükkanları ve işlek semtleri tercih ediyoruz. 70 ile 100 m^2 arası dükkanlar, Dönerci Orhan'ın servis kalitesi açısından uygun yerler olacaktır" dedi.

Satış noktaları çoğaldı, zincir markaların cirosu arttı

MedyaFors Fuarcılık organizasyonu ve UFRAD (Franchising Derneği) işbirliğiyle gerçekleştirilen Bayim Olur musun? Franchising ve Markalı Bayilik Fuarı bu yıl 18–21 Eylül 2014 tarihleri arasında düzenlenecek.

CNR Fuar Merkezi'nde 2 ve 4. Hall'lerde gerçekleştirilecek fuar, franchise ve markalı bayilik veren firmaları, girişimci ve yatırımcılarla 12. kez İstanbul'da buluşturacak.

Fuar yeni çalışmalar ve sürprizlerle, 2014 yılında da franchise sektörüne damgasını vuracak. Tüm sektörleri franchise sistemi çatısı altında toplayan fuar, bir yandan uluslararası markalara ev sahipliği yaparken öte yandan ulusal markaların güçlenmesine ve onların yurtdışına açılarak birer uluslararası markaya dönüşmelerine ön ayak olacak. En önemli hedef; Türkiye'den daha fazla markanın dünya pazarına açılmasını sağlayarak ülke ekonomisine katkıda bulunmak. Fuarı geçen yıl 21.200 kişi ziyaret ederken, bu yıl yerli- ziyaretçi sayısı 26.312'e ulaştı. Geçen yıl 300 olan marka sayısı ise bu yıl 400'e çıktı. Ulusal bir çok marka fuar ile satış noktalarını çoğaltarak, bir kaç şubeli noktalardan, büyük zincir markalar halini aldı. Yabancı yatırımcılar Türk markalarıyla birebir ilgilenerek önemli görüşmeler yaptılar ve yeni işbirliklerinin altyapısını oluşturdular. Fuar, ülkemizin uluslararası pazarlarda daha fazla markayla temsil edilebilmesi için de yeni fırsatlar sunmaktadır.

Markaların bayilik/ franchise bilgilerine ve ayrıca fuarla alakalı merak ettiğiniz her türlü bilgiye *www.bayimolurmusun.com.tr* web sitesinden veya *info@bayimolurmusun.com.tr*'ye email atarak ulaşabilirsiniz.

Bir Dönerci Orhan olmak kolay değil

ama bayisi olmak çok kolay!

Küçük bir dükkanda başlayan hikaye...
Büyük bir lezzet ile aranılan marka olan Dönerci Orhan...

Biz bugün 40 yıllık deneyimimizi sizlerle paylaşmaya hazırız.
Peki siz birlikte kazanmaya hazır mısınız?

Dönerci Orhan® Rahmanoğlu

www.donerciorhan.com

www.cagdasinci.com

McDonald's ailesine katılmak ister misiniz?

Dünyanın en değerli markalarından biri olan McDonald's, işletmecileriyle büyümeye devam ediyor. Siz de McDonald's franchising sisteminin ayrıcalıklarını yaşamak ister misiniz?

Anadolu Grubu

Başvurularınız için sizi www.mcdonalds.com.tr'ye bekliyoruz.