Bayim?

GİRİŞİMCİLERİN DERGİSİ
HAZİRAN 2014 / SAYI 03

OLUR MUSUN

TANJU ÇOLAK
Futbol Akademisi
18 Şubesi İle Yeni Efsaneler Çıkaracak!

KOSGEB
Temel Strateji; Bireylere Girişimci Ruhunu Aşılamak...

Konuk Yazar, Nur DABAKOĞLU:
"Marka Olmanın Dayanılmaz Hafifliği"

TAB GIDA:
Girişimci Ruh + Ekip Gücü= BAŞARI

Coldwell Banker Türkiye
Dr. Gökhan TAŞ:
"Zengin Olmak İsteyen Zeki Girişimciler Arıyoruz"

Yatırım Anahtarı

Türk Yapımı Çiğköfte Yurtdışını Fethetti!..

Nesilden Nesile Geçen Tat:
"Bolulu Hasan Usta"

facebook.com/bayimolurmusun
twitter.com/@bayim_olurmusun

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

Haziran ayı 3. sayımızla yine sizlerle birlikteyiz. İçeriğimizde yine yepyeni haberleri, franchise dünyasına dair yenilikleri, üst düzey firma yöneticilerinin röportajlarını bulacaksınız. Özellikle bir konuya değinmek istiyorum; Anadolu Markaları'nın yeni keşfedilmeye başlanan bir hazine olduğunu hepimizin farkında olduğuna inanıyorum. Birçok yeni fikir, artık marka çatısı altında franchise sektörüne dâhil oldu ki buna hem şaşırıp hem de mutlu olmamak elde değil… Haziran sayımızda, Denizli markalarını ele aldık. Denizli'den yola çıkan, tüm Türkiye'ye ye yayılarak büyüme konusunda hızla ilerleyen bayilik veren firmalardan birkaçını sizin için inceledik. Temmuz'da; belki Eskişehir, belki Konya, belki Gaziantep… Türkiye ne kadar da zengin bir marka cenneti aslında! Sizde bize bu konudaki önerilerinizi ve hangi şehrin işlenmesiyle alakalı düşüncelerinizi e-mail yoluyla iletebilirsiniz.
Yılların efsane futbolcusu Tanju Çolak, futbol akademisi ile nasıl zincirleştiğini ve ileriye dönük hedeflerini anlattığı röportajı da ilgiyle okuyacağınıza eminim. Tabi ki bu kadarla sınırlı değil; Tab Gıda Franchise Müd. İlhan Erkan ve mağazacılığa Özgürlükçü Bir Yaklaşım getiren, bir çok başarıya imza atmış BiggShop Ceo'su Enis Karslıoğlu röportajlarını da bulabileceksiniz.
Kosgeb Başkanı Sn. Mustafa Kaplan , girişimci ve markaların, "Kosgeb Girişimci Destekleri" ile ilgili merak ettikleri soruları Bayim Olur musun dergisi için cevapladı. Şimdiden size müjdesini vereyim ; yepyeni eğitim programları ve sağlanacak destekler için çalışmalar mevcut.

Ramazan ayının herkese bol kazanç, bol yaratıcı fikir ve bol huzur getirmesini temenni ederim. Saygılarımla...

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: Turkuvaz Matbaacılık Yayıncılık A.Ş.
BASILDIĞI YER: 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 Sarıyer / İSTANBUL
Tel: 0212 346 26 26 Fax: 0212 346 26 54
info@bayimolurmusun.com.tr

İçindekiler / Index

Haberler 4/6

Girişimci Akademisi 10

Yatırım Anahtarı 14 / 15

Röportaj: BOLULU HASAN USTA 16 / 17

Anadolu Markaları: Denizli 18 / 19

30

Tanju Çolak 8 Kapak Konusu

12 Röportaj: TAB GIDA

Röportaj: BiggShop 20 / 21

Konuk Yazar Nur DABAKOĞLU 22

Röportaj: KOSGEB 26 / 28

KURDELE 32 / 33

COLDWELL BANKER
GAYRİMENKULDE DÜNYANIN 1 NUMARASI

Little Caesars Türkiye, en fazla satış artışını yakaladı

Yüzde 21'lik satış artışı ile Little Caesars globalden "En fazla satış artışı" ödülünü aldı. Uluslararası organizasyonun içinde en hızlı gelişim göstermiş beş pazardan biri seçilen Little Caesars Türkiye, bu sene de 15'i yeni nokta olmak üzere toplamda 35 yeni franchise şube açmayı planlıyor.

Türkiye genelinde 80'e yakın şubesi ile hizmet veren Little Caesars, şubeleşme konusundaki yeni atılımlarını bu sene de sürdürecek. 2014 yılında 15'i yeni nokta olmak üzere toplamda 35 yeni franchise şubesi açacak. Yakaladıkları başarılı satış grafiklerinde ürünlerinin lezzetinin ve özel kampanyalarının yanı sıra gerçekleştirdikleri şubeleşme atağının çok önemli olduğunu anlatan Little Caesars'ın Pazarlama Direktörü Serhan Algım, "Günlük üretilen taze hamurumuz, her biri alanında uzman markalardan tedarik edilen malzemelerimiz ile sağlıklı ve kaliteli pizzanın ilk adresi olduk. Tavuk, kanat ve patates de dâhil olmak üzere tüm ürünlerimizin fırınlanıyor olması tüketicilerden ve yatırımcılardan ilgi görüyor" dedi. Tüketicinin kampanyalara çok hızlı bir şekilde reaksiyon gösterdiği bir sektör içinde faaliyet gösterdiklerini belirten Algım; "Farklılaşmak ve müşteri ilişkileri yönetimi bu sektörde pazarlamanın en temel noktalarını oluşturuyor. Bizler de çalışmalarımızı sürdürürken franchiseelerimize fayda sağlayacak bir pazarlama iletişimi altyapısı kurmaya özen gösteriyoruz. Gerek sahada görev yapan bölge müdürlerimizle, gerekse franchiseelerimizle yaptığımız düzenli eğitim ve toplantılarla, yatırımcılarımızla sürekli ilişki kurmaya ve onları geliştirmeye özen gösteriyoruz" dedi.

Anadolu'ya yayılıyoruz…

Başta İstanbul olmak üzere Ankara, İzmir, Bodrum ve Bursa'da faaliyet gösterdiklerini; 2014 büyüme planları kapsamında Tekirdağ, Çanakkale, Edirne, Adapazarı ve genç nüfusun yüksek olan Eskişehir gibi kentlerde de şubeleşmeyi hedeflediklerini anlatan Little Caesars İş Geliştirme Müdürü Barış Memiş ise, "Antalya, Adana ve Karadeniz illerimizden de büyük talep alıyoruz ve gelen talepleri büyük bir titizlikle değerlendiriyoruz" dedi.

PizzaPizza, Afrika ve Ortadoğu pazarına yöneldi…

PizzaPizza, Türkiye'nin önemli başarı hikayelerinden birine imza attı. Yurtiçi ve yurtdışında 160 restoran işleten PizzaPizza, Bağdad'ta 2011 yılında açılan ilk restoranın ardından Irak'ta 9, Beyrut'ta 1, İran'da 2, Azerbaycan'da 1 restoranı ile faaliyetlerine devam etmektedir. Yurt dışında son projesi ise, S. Arabistan'da 2014 yılı son çeyreği faaliyete geçecek. Üç farklı konsepti ile yoluna devam eden PizzaPizza'nın açılacaklar ile birlikte 160 şubesi bulunmaktadır.

Marka, Ortadoğu ve Afrika pazarına yönelerek ayrıca Türkiye pazarında yeni delivery konseptlerinin ilgi görmesiyle birlikte franchise sayılarını artırmıştır. PizzaPizza'nın hedefi İstanbul'daki lojistik merkez avantajını da kullanarak, yıl sonunda İstanbul daki delivery sayısını 30'a ulaştırmak.

Oses, yurtdışı yatırımlarıyla çiğ köfteyi dünya markası yapacak

Oses, Türkiye'deki liderliğini tüm dünyaya taşımak adına çalışmalarını sürdürüyor. Sektörde ilk dış yatırımı yaparak Almanya ve Çin'de fabrika kuran marka, şimdi de yurt dışında şubelerini artırmayı hedefliyor. Türkiye'de 60 ilde 600, Almanya ve Çin'de bir şubesi ve fabrikasıyla hizmet veren firmanın, gelecek hedefleri arasında Türkiye'de ve dünyanın bir çok yerinde Oses markasını duyurarak çiğ köfteyi dünya markası yapmak var. İlk yurt dışı yatırımını 2013 yılında Almanya'nın Stutgart şehrinde fabrika kurarak yapan Oses, ikinci fabrikasını Çin'in Şangay kentinde kurdu. Konuya ilişkin Oses Yön. Krl. Bşk. Osman Yaşar; "Almanya'da 1 şube ve 11 bayimiz var. Çin'de 1 şube ve 2 bayimiz bulunuyor. Bayilerimizin dışında, ayrıca Türk ve Uygur restoranlarına da ürün temin ediyoruz. Yatırımlarımız arasında S. Arabistan ve Türk Cumhuriyetleri'ne yapacağımız yatırımlar var. Yatırımlarda bu bölgeleri tercih etmemizin sebebi; bu bölgelerin lezzetlerinin bize yakın olmasıdır" dedi.

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

BUN DESIGN ailesi büyüyor...

Türkiye'de 35 mağaza ile hizmet veren Bun Design, başarısını bayilik sistemindeki titiz çalışmasına bağlıyor. Ayrıca bayilere bölge imtiyazı verilerek, sonrasında verilecek lisans için alışveriş merkezi ya da caddede bölge koruması yani o bölgede başka bir Bun Design mağazası açılmaması sağlanmaktadır.

Bun Design özellikle Avm'ler tarafından tercih edilen, uygun yatırım maliyetli, sürekli büyüyen bir pazara sahip ve doğru yerde açıldığında hızlı geri dönüş elde edilen bir iş modelidir. Girişimciden beklenen ise kurulacak işletmenin başında bulunulması… Lokasyon olarak tercih edilen yerler,Türkiye'nin tanınmış perakende markalarının bulunduğu tüm cadde, AVM ve havaalanlarıdır. Yurtdışına da bayilikler verilmektedir. Yıl sonuna hedefi 100 mağaza olan Bun Design, gelen talepleri çok titiz bir şekilde değerlendiriyor ve dönüşleri sağlıyor.

TATLISES LAHMACUN

Brüksel'de ödül aldı

57 ülkeden 1.500'den fazla yiyecek ve içecek, International Taste and Quality Institute'ye getirilerek, birbirinden farklı lezzet testlerine tabi tutuldu.

Uluslararası Tat ve Kalite Enstitüsü'nün (International Taste & Quality Institude - ITQI) 1961 yılından beri her yıl düzenlediği lezzet ve kalite ödülleri bu yıl da sahiplerini buldu. Ülkemizin ilk ve tek Superior Taste Award sahibi çiğ köfte üreticisi Tatlıses Gıda, geçtiğimiz gün düzenlenen törende lahmacun ile de aynı ödüle layık görüldü. Geleneksel lezzetlerimizi başarıyla ulusal arenada temsil eden marka, dünya çapında kabul gören bu ödülle ülkemize yeni bir başarı daha kazandırdı. 57 ülkeden 1.500'den fazla yiyecek ve içecek, International Taste and Quality Institute'ye getirilerek birbirinden farklı lezzet testlerine tabi tutuldu. Markalarının yerel ve uluslararası pazarda farklılaşmasını ve bilinirliğinin artmasını isteyen Türk şirketler de, ürünlerinin Superior Taste Award ile sertifikalanması için Brüksel'e gönderdi. Yiyecek ve içeceklerin lezzetlerinin değerlendirilmesi 60 yıldızlı şef ve 60 sömeliyen tarafından kapalı göz testi ile gerçekleştirildi. Geçtiğimiz yıl çiğ köfte ile Superior Taste Award alan Tatlıses Gıda, bu yılda bir başka geleneksel lezzetimiz olan lahmacun ile Türklerin gıda sektöründeki başarısını tescil ettirdi.

Faruk Güllüoğlu 2014 hedefini 70 mağazaya yükseltti!

1871'de başlayan baklavacılık serüveninde 5'inci nesil olarak yoluna devam eden Faruk Güllüoğlu hızlı büyümesini sürdürüyor. 2012 yılında franchise vermeye başlayarak sektöründe bir ilke imza atan Faruk Güllüoğlu, son 1 ayda tam 4 mağaza açarak toplam mağaza sayısını 48'e yükseltti. Yönetim Kurulu Başkanı Faruk Güllü, "kısa sürede 40'ı franchise olmak üzere toplam 48 mağazaya ulaştık. Gebze'de açılan ikinci mağazamızın yanı sıra Yakuplu, Beykent ve Tarihi Yarım Ada'daki Mercan mağazamız ile birlikte son 1 ayda tam 4 mağazamızı daha tatlı severlerin hizmetine sunduk. 2014 yılı sonuna kadar franchise mağaza sayımızı 60 adede, toplam mağaza sayımızı ise 70'e çıkarmayı hedefliyoruz" dedi.

Son dönemde hız kazanan açılışlar hakkında konuşan Faruk Güllü; 2013 yılını bin 150 kilogram baklava üreterek yüzde 55'lik bir büyüme ile kapattıklarını, 2014 yılına dair hedeflere ise emin adımlarla yürüdüklerini belirtti. Güllü, "2014 yılının 2'nci yarısına toplam 50 mağaza ile girip İstanbul ve çevre illerinde büyümeye devam edeceğiz. Akdeniz bölgesinde 2015 yılı sonuna kadar 3'ü Antalya'da yer almak üzere toplam 10 mağazayla hizmet vermeyi amaçlıyoruz. Antalya yapılanmamızın ardından İç Anadolu ve Ege Bölgesi'ne de franchising kanalı ile gitmek için adımlar atacağız" şeklinde konuştu.

Hem Tatlı, Hem Karlı

Bir iş kurmaya ne dersiniz?

Roseva Çikolata
size hayallerinizin çikolata butiğini sunuyor.

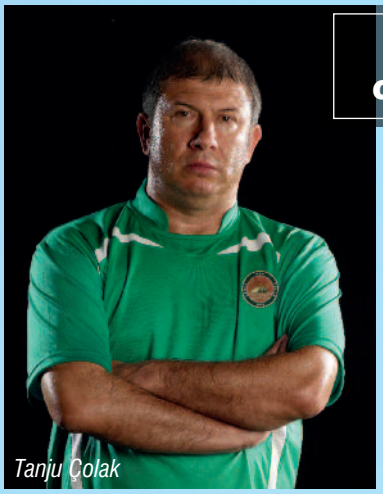
Roseva®
çikolata

Franchise Bilgi : 0549 787 12 37 www.rosevacikolata.com 0850 - 800 76 73

rosevachocolate rosevachocolate rosevachocolate rosevachocolate

Yıllarını futbola veren Tanju Çolak kurduğu futbol akademisi ile şubeleşerek Türkiye'ye yayılıyor…

Yeni Tanju'lar, Rıdvan'lar neden çıkmasın!


Tanju Çolak

Türkiye'de ilk kez gerçekleşen A.C Milan Junior Kampı organizasyonunu Tanju Çolak Futbol Akademisi düzenledi.

Tanju Çolak Futbol Akademisi kaç yaş grup gençleri hedefliyor? Akademiden bahsedebilir misiniz?

2009 yılında kurduğumuz Tanju Çolak Futbol Akademisi; 6-16 Yaş grubu çocuklarımızın eğitimini hedefliyor. Sporcularımız, taktik ve teknik bilgileri kapsayan ve yıl boyu sürecek müfredatla, bünyemizdeki akademik eğitimli ve tecrübeli genç takım koçları tarafından eğitim sürecine dahil ediliyorlar. Sporcularımız, eğitim süreci boyunca, hem kaliteli futbol eğitimi alıyor hem de fiziksel gelişimleri, beslenmeleri ve okul başarıları eğitimcilerimiz tarafından sürekli takip ediliyor.

Eski / yeni futbolcularla tanışma ve zaman zaman onlarla birlikte antrenman yapma imkanı buluyorlar. Bu, gençlerin motive olması için çok önemli bir fırsat. Akademimiz öncelikle iyi bir birey, iyi bir vatandaş ve iyi bir sporcu olmayı öğretmek amacıyla yola çıkmıştır. Bize göre futbol, eğlenmeden öğrenilemeyecek bir spordur ve program içeriklerimiz bu yönde hazırlanarak, tüm sporcularımızın bu oyuna zevkle katılmasını sağlıyoruz. Cinsel ayırımcılık yapmadan, kız/erkek her isteyen akademimizde eğitim alabiliyor. Asıl olan çocuklarımızın sporcu ruhuyla fiziksel ve ruhsal gelişimine destek vermek. Akademimiz, kariyerli ve lisanslı, tecrübeli ve seçkin antrenörleri bünyesinde barındırır. Antrenörlerimizin öncelikli görevleri, sporcularımıza sevgi, şefkat ve hoşgörü ile eğilerek, eğitim vermektir. Sporcularımızın okul eğitimleri ile futbol eğitimleri birbirleriyle çelişen ya da zor yürüyen kavramlar değildir. Karşılıklı sevgi ve saygı çerçevesinde bu konu ailelere ve sporcularımıza önemle anlatılır. Dünya futbolunun alt yapı antrenmanları ile çalışmalar yaptırılması esas alınmıştır.

Yurt içinde kaç Akademiniz bulunuyor?

Şu an 17 şubemiz mevcut.18.şubemiz Konya Akademimiz, 14 Haziran'da açılacak. Bizlerde açılışta olacağız.

Yetiştirdiğiniz gençler arasından sizin gibi efsaneler çıkacağına inanıyor musunuz?

Tanju Çolak Futbol Akademisi olarak önce sağlık , sonra eğitim, en son da futbol gelir. Okullarda okurken hiçbirimize sen avukat, sen öğretmen, sen doktor olacaksın gibi bir garantiler verilmedi. Ama biz temel bilgileri okullamızda öğrendik. İşte futbol okullarımız da futbolu en iyi şekilde öğretme amacı taşıyor ve biz sadece bunun için çalışıyoruz. Yeni nesiller, başarılı topçular yetiştirmek. İyi oyuncuların çıkacağı konusunda da sonsuz inancım var çünkü bunu gözlerimizle görüyoruz , gelecekte çok iyi yerlere gelecek dediğimiz okadar çok isimler varki… Yeni Tanju'lar Rıdvan'lar neden çıkmasın, çıkacak!

Yurtdışında şubeleşme gibi düşünceleriniz var mı?

Yurt dışından da bizle çalışmak isteyenler var ancak önceliğimiz Türkiye. Çünkü gerçekten çok yoğun bir çalışma tempomuz var bir yere gidip gelmek, bunu koordine etmek bizi zora sokuyor. Öncelik Türkiye'de okulumuzu büyütmek ilerleyen zamanlarda zaten yurt dışıyla alakalı çalışmalarımıza başlayacağız.

Girişimci adaylarında aradığınız özellikler nedir?

Aslında futbolu seven herkes bizim ailemize küçük sermayeler ile bile olsa katılabilir. Şu anda bir çok değişik iş kolundan arkadaşlarla çalışıyoruz. Aranılan özelliklerin başında öncelikle saha ve minumum B lisanlı hocalar olması gerekiyor. 2 yıllık sözleşme yapıyoruz. Tanju Çolak Futbol Akademisi ailesine katılımıyla beraber yürüteceğimiz faaliyetlerimize başlıyoruz. Bu spora gönül vermiş ve ticari hayatta da bu yolda yürümek isteyen girişimcilerimizi ailemize bekliyoruz.

Yurt dışında da birlikte büyüyoruz.

Almanya ve Çin'de yer alan iki fabrikamız ve bayilerimizle birlikte büyümeye devam ediyoruz.

App Store 'DAN İNDİR

Google play 'DEN İNDİR

444 50 02

osesonadoyumolmaz onadoyumolmaz osescigkofte.com

Oses Çiğ köfte

Rakiplerinize nasıl fark atacaksınız?

Türkiye'de franchise pazarı hızla büyüyor. Rekabet çok yoğun. Şirketler ürün kalitesi ve müşteri odaklı hizmet anlayışıyla bu rekabetten kazançlı çıkma peşindeler. Bu keskin rekabette yeni pazar liderleri ortaya çıktı. Önümüzdeki dönemde bu şirketler arasında muazzam bir kapışma yaşanacak. Rekabette avantajın önemli bir koşulu mümkün olduğunca daha çok noktada müşteriye ulaşabilmek. Bu doğrultuda markalar sürekli yeni şubeler açıyor, yeni cornerlar oluşturuyor. İyi hoş da herkes bunun bilincinde. Şirketlerimiz büyüme planlarını yaparlarken bunlara elbette dikkat ediyorlar. Ancak bazılarının asla dikkat etmedikleri ya da ciddiye almadıkları detaylar var. "İşimi bana mı öğreteceksiniz" mantığı hala çok yaygın. Oysa yeni ve geniş bir bakış açısı geliştirmelisiniz. Fırsatları görerek yeni çözümler bulmaya çalışmalısınız. Son dönemin popüler işlerini şöyle bir gözünüzde canlandırın. Hangi sektörde olursa olsun başarılı girişimlerin mutlaka taklit edildiğini hemen fark edeceksiniz. Rakiplerini taklit etmekten öteye gidemeyenler kısa sürede yok olup gidiyorlar. Buna rağmen aynı tuzağa düşmeye devam edenler var.

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

Marka özgün olmalı…

Kendi tarzınızı, ruhunuzu markaya yansıtmalısınız. İşte o zaman özgünlük başlar. Bu da sizi rakiplerinizden ayrıştırır. Markanız mutlaka fark yaratmalı. Yerel veya ulusal, isterse uluslararası pazarlar olsun bu işin başka hiçbir yolu yok. Çok şık, modern ve konforlu bir mekanın sahibi olabilirsiniz. Ne yazık ki bu ticari başarıyı getirmekte yeterli olmuyor. Artık yoğun rekabetin yaşandığı pazarlarda müşterilere sunulan şık, konforlu ve rahat mekanlar işletmelere çok fazla avantaj sağlamıyor. Hatta bazı durumlarda rahatsız edici bile olabiliyor. Örneğin ürününün sergilenmesinden müziğe kadar onlarca detay var. İlk akla gelenler bunlar. Bu ve benzeri onlarca detaylar artık bilimsel yöntemlerle uygulanılıyor. Tüketici seçeneklerinin giderek arttığı bir dünyada yaşıyoruz. Hatırlayın, 10-15 yıl önce "Markamızın sahibi biz değiliz, tüketicilerimiz" diyenlere gülüp geçiliyordu. Şimdi bu söze kimsenin itirazı kalmadı. Markanın tercih edilir konuma gelmesi için güven ortamı oluşturup tutarlı davranmanız gerekiyor. Marka imajı, kurumun değerlerinden iş yapma yöntemlerine, yönetici ve çalışanların tutumlarına kadar bütünsel bir algının sonucudur. Tüketici davranışlarını, bölgenin tüketim taleplerini öğrenmeniz elinizi iyice kuvvetlendirir. Ayrıca yöresel detayları asla ihmal etmeyin. Bulunduğunuz bölgenin insan davranışlarına göre hareket etmeniz çok işinize yarayacaktır. Müşterisini iyi tanıyan ve bunları doğru şekilde analiz edip sonunda bu basit görünen detayları konseptinize yansıtırsanız markanızın başarı şansını artırırsınız. Daha büyük ve güçlü bir şirket olmayı hedefliyorsanız çalışanlarınızı motive edip verimliliği artırmanız şart. Çünkü tek başına ürün kalitesi ya da mağaza konsepti hedeflediğiniz noktaya gelmek için yeterli olmaz. Zira bütünsel bakış vazgeçilmez bir öneme sahip. Markalaşma yolunda yönetim sistemlerinin geliştirilmesini nasıl ihmal edebilirsiniz? Ya da doğru marka konumlandırması ve reklam stratejisi geliştirmeyecek misiniz?

Hedef, Türkiye'de ve dünyada ilk olan bir konsept yaratmak

DYNOMOSS®
auto check up

Tüketicilere gerçek istekleri ve ihtiyaçlarını veren çözümler sunan Dynomoss Auto Check-Up, otomotiv sektöründe erkek egemenliğinin yaşandığı bugünlerde, yaratılan yeni konseptiyle birlikte kadın girişimcilerinde bu sektörde yer almasını sağlayacak. Dynomoss Auto Check-Up'ın öncelikli hedefi, 2.el otomobil satışında araçların ekspertiz işlemini yapan servis noktaları açmak ve tüketiciye kurumsal bir hizmet ile 2.el oto alım satımında ekspertiz işini yeniden yorumlayıp, Türkiye'de ve dünyada ilk olacak bir konsept yaratmak. Franchise sistemi ile yayılması plananlanan Dynomoss Auto Check Up, bayileri ile Türkiye'de yeni bir sektör yaratacak. Ekonomik şartların zorlaştığı günümüzde, girişimcilere kısıtlı bütçelerini zorlamadan sahip olabilecekleri yeni bir iş kolu olarak faaliyet gösterecek.

Dynomoss Auto Check-up, franchise paketine dahil olan hizmetler; bölge koruması, kurumsal kimlik, yatırım ve işletme danışmanlığı, düşük oranda franchise kredi paketi alma imkanı, tüm işletme ekibinin açılış öncesi ve sonrasında eğitimleri, mağazaların yer seçimi konusunda anlaşma yapılan emlak firmaları ile avantajlı çalışma imkanı, planlamadan açılışa kadar proje ve dekorasyon danışmanlığı, işletme yatırımı ve ekipmanı için anlaşmalı firmalardan düşük ücretle malzeme temini, finansal işletme planları, portföy desteği, büyük projelerde merkez desteği, anlaşmalı firmalardan araç filo kiralama imkanı, ulusal - bölgesel çapta yoğun tanıtım ve reklam kampanyaları, müşteri mutluluğu çerçevesinde kesintisiz hizmet, sürekli ürün geliştirme vs. olup, markanın franchise-consulting bölümündeki çalışanları tarafından tüm sistem hakkında girişimciler her aşamada desteklenecektir.

GAYRİMENKULDE DÜNYANIN 1 NUMARASI

COLDWELL BANKER

İLE

KENDİ İŞİNİZİ KURUN

6 KITADA **51** ÜLKEDE **3200** OFİSİNDE

120 BİNİ AŞAN GAYRİMENKUL PROFESYONELİ

6 MİLYAR $ YILLIK ALINAN HİZMET BEDELİ

500 MİLYAR $ YILLIK SATILAN MÜLK DEĞERİ

FRANCHISE

BAŞVURULARINIZ İÇİN

COLDWELL BANKER

TÜRKİYE

0 212 488 00 00

franchise@coldwellbanker.com.tr

www.coldwellbanker.com.tr

Girişimci ruh ve ekip gücü başarıyı getiriyor...

Ilhan Erkan
TAB Gıda
Franchise Md.

Tab Gıda olarak Türkiye'de bugün ulaştığınız noktada yeni büyüme hedefleriniz nelerdir?

TAB Gıda olarak 1995 yılından bu yana faaliyet gösteriyoruz. Burger King, Sbarro, Popeyes ve Arby's markalarının Türkiye'deki Master Franchisee'ıyız. İlk olarak 1995 yılında, Burger King markasını Türk tüketicisiyle buluşturduk. Bugün geldiğimiz noktada Türkiye genelinde 160'dan fazla franchise olmak üzere toplam 500'den fazla restoranımızla hizmet veriyoruz. TAB Gıda bünyesindeki Burger King markamız; Afrika, Avrupa ve Orta Doğu Bölgesi'nde "En Hızlı Büyüyen Ülke", 1.500 Burger King Franchisee arasında "En Hızlı Gelişim" ve "Serviste Mükemmellik" ödüllerinin sahibi oldu. Sayısız ödüller alan Burger King, Mediacat ve Ipsos KMG araştırması sonuçlarına göre Fast-Food kategorisinde "2011 - 2012 - 2013 Türkiye'nin Lovemark'ı" ve 2011 ve 2013 yıllarında ise "Türkiye'nin En Samimi Markası" seçildi. Diğer bütün markalarımızla olduğu gibi "Master franchisee"ı olduğumuz Burger King markası ile bir yandan kendi restoranlarımızı açarken bir yandan da 'sub franchise' vererek yurtiçi ve yurtdışında hızlı büyüme faaliyetlerimize devam edeceğiz.

"İşletmeci adayı ancak eğitim programımıza katıldıktan sonra işletmeci olabilme hakkı kazanıyor."

Burger King açmak isteyen franchise adayını nasıl seçiliyor?

Franchisee'larımızda aradığımız özellikler; girişimci bir ruha ve başarma hırsına, başarılı bir iş geçmişi ve yönetim tecrübesine, tabi ki yatırımın gerektirdiği finansal kaynaklara sahip olması. Seçilen işletmeci adayı ancak eğitim programımıza katıldıktan sonra işletmeci olabilme hakkı kazanıyor. Lisans alan kişiler işletmeci olabildiği gibi restoranın yönetimini tayin edeceği bir işletmeci ile de yürütebiliyor. Verdiğimiz destekler ise Eğitim, İnsan Kaynakları, El Kitabı, İnşaat, Proje, Yer Seçimi, Lojistik, Satın Alma, Reklam, Pazarlama, Operasyon, Bilgi İşlem, Genel Merkez Desteği gibi oldukça kapsamlı.

Franchise sistemi ile büyümeyi düşünen Türk markalarına önerileriniz nelerdir?

Türkiye'de hizmet sektörünün gelişmesine paralel olarak franchising sektörü de gelişmesini sürdürüyor. Biz TAB Gıda olarak bu alanda referans bir marka olduğumuza inanıyoruz. Tavsiye edeceğimiz en önemli şey; kalite standartlarından ödün vermeden, arkalarındaki büyük marka ve ekip gücünün bilinciyle faaliyetlerine devam etmeleri. Tüketicilerin dünyanın herhangi bir noktasında girdiği franchisee restoranında bulduğu kaliteyi Türkiye'de de aynı düzeyde bulması gerekiyor. Bu anlamda standardizasyon en önemli konu.

Bununla birlikte kendi markalarını franchise sistemi ile büyütmek isteyenlerin ise öncelikle markalarına özgü konsepte ve tasarıma sahip olmaları, mimarisinden ürününe, servis şeklinden sosyal medya yönetimine kadar her alanda fark yaratan detayları barındırmasına dikkat etmeleri gerekmektedir. Sonrasında da karşımıza üç ana unsur çıkmaktadır. Bunlar; ortak bir isim veya ticaret markasının kullanılması; prosedürler, uygulamalar ve teknikler dahil kuralları belirlenmiş bir işletme yönetiminin kontrolünün veya önemli bir işletme desteğinin bulunması; franchisor tarafından istenen çeşitli isimler altında ödemelerin olması. Burada unutulmaması gereken distribütörlük, müşterek teşebbüs veya iş fırsatı, işin mutlaka franchising sistemi esasları içerisinde düzenlenmesi gerekmektedir.

TESBİHANE

www.tesbihane.com

Modellerimiz Değişir,
DEĞİŞMEYEN TEK ŞEY TARZIMIZ!..

Otuzüç ilde otuzüç nokta için,

TESBİHANE

Tüm Türkiye'den Girişimcileri Bekliyor...

Franchise şartları ve detaylı bilgi için:

0212 638 77 33

facebook.com/tesbihane twitter.com/tesbihane

Türk yapımı çiğköfte yurtdışını fethetti

Almanya, Fransa, İngiltere, Hollanda, Avusturya, Belçika, Çin... Dünyanın her köşesinde şubeler açan çiğ köftecilerimizin sayısı hızla artıyor. Girişimcilik başarıları örnek olacak türden. İşte markalarımızın yurtdışı serüvenleri...

Dünyanın en zengin üç mutfağından biriyiz. İki binden fazla çeşit yöresel yiyecek ve içeceğe sahibiz. Ünlü İngiliz Şef Steive Parle, The Telegraph Gazetesi'nde yayınlanan makalesinde, Türk mutfağının kebaptan ibaret olmadığına dikkat çekerek midye dolmadan ev yapımı yoğurda, baharatlardan kabuklu yemişe pek çok farklı lezzetimizi övgüyle tanıttığını hatırlatalım. Yabancı ya da yerli uzmanlar bu alandaki muazzam potansiyelimizi sürekli dile getiriyorlar. Buna rağmen neden uluslararası marka ya da markalar çıkaramıyoruz? Ancak, bu sefer şeytanın bacağı kırılacak gibi. Güneydoğu mutfağının baş tacı çiğköfteye adeta iadeyi itibar kazandıran girişimcilerimizden söz ediyoruz. Öncü markalar "etsiz çiğ köfte" sloganıyla yola çıktılar. Adeta yeni bir pazar ortaya çıkardılar. Çiğköfteyi restoran köşelerinden çıkarıp başlı başına birer marka haline getirdiler. Modern tesisler kurdular. Tüm bu çabaların sonunda çiğköfteyi fast food zinciri haline getirdiler. Pazarın hacmi 1 milyar TL'yi geçti. Özetle birkaç cesur girişimcinin çabalarıyla ortaya çıkan çiğ köfte serüvenimiz şimdi yurtdışında atağa hazırlanıyor. Avrupa Birliği ülkeleri ve Türki Cumhuriyetleri hatta Çin'de üretim tesisleri kuruyor, birbiri ardına şubeler açıyorlar. İşte markalarımızın yurtdışı büyüme planları…

komagene *etsiz çiğ köfte*

2005 yılında kurulan Komagene Çiğköfte, 2012 yılından itibaren Avrupa'da Almanya, Avusturya, Fransa, Hollanda ve İsviçre'de Komagene noktaları açtı. 2013 yılının sonunda Köln-Almanya şirketi kurduktan sonra 2014 Mayıs itibarı ile Avrupa'da deneme üretimine başlayan firmanın hedefi, ilk etap da yurtdışında bulunan 17 şubesinden sonra Avrupa'da 100 şubeye ulaşmak. Markanın, Almanya'da kendi kurduğu Geneeurope şirketi direkt franchise verdiği için masterfranchise vermiyor. 2014 sonuna kadar franchise bedeli almayan Komagene işlek hareketli yerlerde, Türklerin ve yerli halkın alışveriş yaptığı lokasyonlar tavsiye ediliyor.

Firma notu: Komagene Türkiye olarak, elde ettiği başarıyı sağlam alt yapı ile başta Avrupa birliği olmak üzere uygun her ülkeye taşımak istiyoruz. Yurtdışı yatırımcılar için küçük sermaye ile yüksek kazanç imkanı sunuyoruz.

İletişim: : +49 172 6836228 / 444 6 564 www.komagene.com.tr

2011 yılında kurulan Tatlıses Çiğköfte yurtdışında Hollanda ve Almanya'da bulunan şubelerinden sonra 2014 yılı sonuna kadar yurtdışında 40 franchise vermeyi hedefliyor. Franchise bedeli anahtar teslim 45.000 Euro. Yaya ve araç trafiğinin yoğun olduğu merkezi noktalara sahip olan işletmeciler yurtdışında Tatlıses Çiğköfte açabilecekler.

Firma notu: Türkiye'de sevilen ve oldukça talep gören Tatlıses Çiğ Köfteyi hem yurtdışında bulunan vatandaşlarımızdan mahrum etmemek, hem de çiğ köftemizi tatmamış insanlara; güvenirliğimiz ve olmazsa olmazımız ürün kalitemizi sunmanın gururunu ve mutluluğunu yaşıyoruz.
İletişim: 0212 283 07 67 www.tatlisescigkofte.com

1993 yılında kurulan Oses Çiğköfte'nin yurtdışında Çin ve Almanya'da şubeleri bulunuyor. 2014 yıl sonunda şube sayısı 700'e ulaştırılması hedefleniyor. Oses Çiğköfte, Suudi Arabistan ve Türk Cumhuriyetleri'nde fabrika açarak çiğköfteyi tüm dünyaya tanıtmak ve dünya markası yapma arzusunda. Oses, kendi işini kurmak isteyenlerden herhangi bir franchising bedeli almıyor. Sadece kurumsal dekorasyon masrafı olarak ödenmesi gereken tek bedel 15 bin TL'dir. Firma, lokasyon kriteri olarak merkez noktalara yakın olan konumlar tercih ediliyor.

Firma notu: Çiğ köfte, sıra geceleri ya da bazı özel davetler için hazırlanan bir üründü. Biz bunu kolay ulaşılabilir, herkesin damak tadına uygun standarda getirerek, fast food zincirlerinin bir parçası yaptık. Yaptığımız iç ve dış yatırımlarla da büyümeye, sektörün gelişmesine katkı sağlamaya ve ilklere imza atmaya devam ediyoruz. İlk çiğ köfte televizyon reklamımızdan sonra bu yıl da "Olsa da Yesek" isimli yeni bir kampanya yayınladık. OSES'in her segmentte, her an tüketilen bir yiyecek olduğunu vurgulayarak, OSES lezzetini anlattık.
İletişim: 444 50 02 www.osescigkofte.com

1993 yılında kurulan Çiğköftem yurtdışında birçok ülkede franchise şubeleriyle yer alıyor..Bu yolda yurtdışında şube sayılarını arttırarak emin adımlarla ilerliyor. Yurtdışında 53 şubesi bulunan Çiğköftem master franchise vermeyerek geliştirmiş oldukları kendi franchise modelleriyle hareket ediyor.Franchise bedeli ülkelere göre değişkenlik gösteriyor. Lokasyon kriteri olarak AVM ve ana arterler tercih ediliyor.

Firma notu: Türkiye'nin yurtdışında en fazla şubeye sahip , gıda markası olan Çiğköftem Avrupa Vejeteryanlar Birliği üyesi olarak 'Vegan Fast Foot' konsepti ile hizmet vermektedir. Geliştirdiğimiz üretici bayilik modeli ile dünyanın dört bir yanındaki şubelerinde günlük taze çiğköfte sunuyoruz.
İletişim: 444 21 26 www.cigkoftem.com

Türk tatlıları dünya raflarında…

BHU markası nesilden nesile geçen bir sistemle yönetiliyor

Rıdvan Gürgönül
Bolulu Hasan Usta
Yön. Krl. Üyesi

Yıllar önce küçük bir dükkandan başlayarak 122 şubeye ulaşan ve nesilden nesile geçen bir sisteminiz var. Bundan sonraki süreciniz ile ilgili kısaca bilgi verebilir misiniz?

BHU sütlü tatlı işine, 1982 yılında 18 metrekarelik dükkânda kazandibi, keşkül, sütlaç ve karadut şerbetinden oluşan dört çeşit ürünle adım attı. 1997 yılında Türkiye'nin ilk tatlı fabrikasını İzmir Atatürk Organize Sanayi Bölgesi'nde kurarak kendi imalatı olan bütün ürünlerini, son teknolojiyle el değmeden üretmeye başladı. Kaliteli ürün ve hizmet anlayışıyla çıkılan yolda BHU bugün aranan bir marka haline geldi. Şube sayımızı 122'ye çıkaran BHU, tatlı, dondurma, sıcak - soğuk içecekler, kahvaltı grubu ve madlen, spesiyal, draje gibi çikolata çeşitleri ile her yaş grubuna hitap edecek şekilde 78 kalem ürün çeşitliliğine ulaştırdık. Misafirlerimizin saatlerce oturabileceği, sıcak bir atmosferde keyifli anlar yaşayabilecekleri, iş görüşmelerini yapabileceği, bayanların günlerini düzenleyebileceği rahat, modern ve büyük mağaza dekorasyonlarımızla 2015'e rakipsiz girmeyi hedefliyoruz.

Franchise şartlarınız ve lokasyon kriterleriniz nelerdir?

100 m² iç mekan, 50 m² bahçe, en az 8 metre cepheye sahip cadde veya AVM içi teraslı - bahçeli dükkanlar yeni BHU'nun kriterleridir. 2013 sonu Halkalı Arena Park, Novada Balçova, 2014 de de Nusaybin (Mardin), Bolu, Urfa Piazza AVM, Tokat Novada AVM, İstanbul Optimum AVM, Amasya, Kuşadası AVM, ve yurtdışında Kıbrıs anlaşmaları ile hızla büyümekteyiz. Yurt içinde özellikle bayilik vermeyi hedeflediğimiz şehirler, Karadeniz Bölgesinde; Trabzon, Rize, Ordu, Samsun, Karabük, Bartın, Zonguldak, Düzce, Marmara Bölgesinde; Çanakkale, Tekirdağ, Yalova, Edirne, Kocaeli, Sakarya ve diğer bölgelerimizde de Sivas, Malatya, Diyarbakır, Mersin, Gaziantep, Denizli'dir.

Dünyada Türk tatlıları ilgi görüyor mu?

Sütlü tatlılar, yanmış yağ içermez. İnsan sağlığını tehdit eden, kalp ve damar hastalıkları ve bazı kanser türlerine yakalanma riskini arttıran yanmış yağlar sütlü tatlıların içeriğinde yer almaz. Bu nedenle de diğer tatlı türlerine göre daha sağlıklıdırlar. Sütlü tatlılar, besin kalitesi yüksek tatlıların başında gelir. Pastörize sütten hazırlanmış, hiçbir katkı maddesi içermeyen BHU sütlü tatlıları çocuklar, gebeler, emzikliler gibi beslenme açısından risk taşıyan grupların da tüketebileceği en sağlıklı tatlılar arasında yer alır. Bolulu Hasan Usta Süt Tatlıları üretim içinde HACCP Sistemine uygun olarak denetim yaparak sahip olduğu ISO 22000: 2005 Gıda Güvenliği Yönetim sistemi, TS EN ISO 9001: 2008 Ka-

lite Yönetim Sistemi ve Helal Gıda Kalite belgeleri ile Türkiye genelinde geleneksel ağız tadına önem veren bir firma olmuştur. Ürünlerimizin 5996 sayılı yeni Kanun ile Mikrobiyolojik kontrol çerçevesinde (Salmonella, E coli Coliform, Enterobactericea, Listeria Monocyotogenes analizleri) fabrikamızda laboratuvarda analizleri yapılarak, akredite olmuş dış laboratuvarlarda da sonuçlar doğrulanarak piyasaya sürülmektedir.

Yurtdışı fuarlarına yapmış olduğumuz katılımlarımızda hangi ülke vatandaşı olursa olsun "milky desserts" ifadesini duyduklarında tatlılarımıza ilgileri artıyor ve tadımlarının sonuçlarında da kendi ülkelerindeki tatlılardan çok farklı olduğuna, renklendirici, koruyucu gibi gıda katkılarının olmamasından dolayı güvenilir olduğuna, bazı tadımlarda da süt tadını bile aldığını söyleyen yabancı misafirlerimiz tatlılarımızın özellikle lezzetine ve hafifliğine, vurguda bulunarak bizlere muazzam tebessümlerle veda ediyorlar.

Master franchise veriyor musunuz? Yurtdışı planlarınız nelerdir?

2012'nin son çeyreğinde Abu Dabi'ye mağazalar açarak ilk ihracatımızı gerçekleştirdik. BHU 2014 son çeyreğinde Kıbrıs'a açacağımız yeni mağaza ile yurt dışı yatırımımıza devam edeceğiz. Türk tatlılarının dünyaya yayılmasında büyük bir misyon üstlendik. Bahreyn ve Katar ile görüşmelerimiz devam etmektedir. Suudi Arabistan, Kuveyt, Azerbaycan, Rusya, Umman, Kazakistan Pazarları'nı da hedeflerimiz arasında belirledik. Hedefimiz dünyada tatlı-cafe zinciri oluşturmaktır. Bu anlamda Bolulu Hasan Usta, uluslararası bir Türk franchise markası olma yolunda emin adımlarla ilerliyor.

"Şube sayısını 122'ye çıkaran BHU, tatlı, dondurma, sıcak - soğuk içecekler, kahvaltı grubu ve madlen, spesiyal, draje gibi çikolata çeşitleri ile her yaş grubuna hitap edecek 78 kalem ürün çeşitliliğine ulaşmıştır."

Markalar için fuarların önemi büyük

Denizli Ticaret Odası Yönetim Kurulu Başkanı Necdet Özer

Denizli Ticaret Odası Yönetim Kurulu Başkanı ve Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) Yönetim Kurulu Üyesi Necdet Özer, meslek komitelerinden gelen talepler üzerine son beş yılda toplam 1500 üyeyi, yeni iş bağlantıları sağlamaları ve yeni teknolojileri tanımaları amacıyla yurt içi ve yurt dışında düzenlenen fuarlara gönderdiklerini, küreselleşen dünyada ticaret ve sanayi alanındaki rekabetin kıyasıya yaşandığını belirterek, "Bu rekabet dolayısıyla, firmalarımızın yeni üretim ve teknik ihtiyaçlarının yanısıra, markalaşma, tanıtım ve pazarlamaya da önem vermelerini gerektirmektedir. Firmalarımızın vizyonunu genişletmek, markalaşma, pazarlama, iç ve dış yatırım olanakları konularında bilgi sahibi olmalarını sağlamak için ulusal ve uluslararası alanda düzenlenen fuarların önemi çok büyüktür" dedi. Özer, "Firmalarımızın ufkunu açmalarına, yeni müşteriler bulmalarına vesile olan fuarlar sayesinde kent ekonomimizin daha da canlanacağına inanıyoruz. Bu amaçla son 5 yılda 1500 firmamıza öncülük ederek, yurt dışında ve Türkiye'nin değişik illerinde düzenlenen fuarlarda araştırma ve inceleme yapmalarına fırsat tanıdık. Oda olarak, bundan sonra da fuar desteğimizi devam ettireceğiz" şeklinde konuştu.

Denizli'nin son yıllarda alternatif sektör ve markalaşmaya önem verdiğine de işaret eden Özer şöyle konuştu: "Denizli, ev tekstilinde bir marka. Müteşebbis işadamlarımız, tekstilde markalaşma yolunda ilerlerken enerji, kablo, sera, hayvancılık, turizm gibi alanlara da yönelmişlerdir. Ortaya çıkan yapısal değişim de Denizlili girişimcilerin, dinamik yapısının ve yeteneğinin en önemli göstergesidir."

Denizli'den markalı bayilik fırsatları…

1985 yılında kurulan Çöpşiş Keyfi'nin Denizli, İstanbul, Hatay, Erzurum illerinde olmak üzere 5 şubesi bulunuyor. Firmanın yurtiçi hedefi 50 şubeye ulaşmak. Markanın isim hakkı bedeli 30.000 USD. Tercih edilen lokasyon ise AVM içleri, kalabalığın yoğun olduğu yerler…

Firma notu: Ege'ye has olan çöp şiş kültürünü yurt genelinde hem yatırımcımıza hem de vatandaşa en iyi şekilde sunmak başlıca hedeflerimizdendir. Alışveriş merkezlerinde alışılmış fast food, köfte ve döner markalarına göre farklı bir ızgara keyfi sunduğu için tüm şubelerimiz yoğun ilgi görüyor. Hazır ve dondurulmuş ürünlere yer yoktur. Bayilerimiz aldıkları eğitimler ve ürün reçeteleri ile kendi ürününü kendileri hazırlamakta, böylelikle hem yüksek kârlılık elde etmekteler, hem de müşterilerine dondurulmuş ürün yerine her zaman taze ve lezzetli ürünler ikram etmektedirler.

İletişim: 0258 265 44 42 www.ziyafetgrup.com

2013 yılında kurulan Kahve Kutusu, Denizli'de 3 şubesi ile hizmet veriyor. Yurtiçi hedefi tüm Türkiye'de büyüyerek ulusal bir boyut kazanmak. Franchise bedeli 30.000 Euro olan marka lokasyon olarak insan yoğunluğu olan Alışveriş Merkezleri tercih ediliyor.

Firma notu: Kahve Kutusu kaliteli hizmet ve kaliteli kahveyi, misafirlerine kendilerini iyi hissedecekleri ve keyifle tüketecekleri ortamlarda sunarak sektörde en beğenilen ve tercih edilen marka olmayı hedef edinmiştir.
Alanında 1 numara olmak için hizmet veren Kahve Kutusu, franchising sistemiyle yoluna devam edecek olup kısa süre içerisinde tüm Türkiye'de yer alacak ve ulusal bir boyut kazanacaktır. Sizleri de Kahve Kutusu ailesi içinde görmekten mutluluk duyacağız.

İletişim: Emin Volaka
0532 748 18 55

2002 yılında kurulan Çipa Çiğköfte, Denizli ve İzmir'de 7 şubesi ile bulunuyor. Bir yıl içerisinde tüm Türkiye'de, 2016 yılında Dünya'nın belirli şehirlerinde şubeleşmeyi hedefliyor. Markanın isim hakkı bedeli m2 başına 1.500 TL olup lokasyon kriterleri ,işyeri, araç ve yaya trafiği yoğun, merkezi konumlar…

Firma notu: Denizli'de açtığımız ilk restoranımızla lezzetlerimizi müşterilerimizin beğenisine sunduk. Sunduğumuz her yemeği, kebap ve ızgarayı, salata ve mezeyi, tatlılarımızı aşkla yoğurduğumuz çiğköftemizi ikram ettik. Acı bir tadın tatlı dostluklara nasıl vesile olduğuna şahit olduk. Dostlarımız artık tek bir mekâna sığmayınca, Denizli'de 2.restoranımızı ve 5.şubemizi açtık. Şimdi, kollarımızı dünyaya gerçek çiğköfte lezzetini tattırmak için sıvayacağız. Çipa Çiğköfte'yi, çiğköftenin adı yapacağız. Herkesin acısıyla, tatlısıyla bu lezzetleri tatması ve paylaşması için…
İletişim: 0258 213 24 24 www.cigkofte.com.tr

1985 yılında kurulan Temizler Pide'nin, Ege ve Marmara Bölgelerinde olmak üzere 6 şubesi bulunuyor. 2015 sonuna kadar 15 şube ile hizmet vermeyi planlayan firmanın franchise bedeli 25 bin TL 'dir. Hareketli cadde lokasyonları yada yerleşimin yoğun olduğu, paket bölge lokasyonuna sahip olan işletmeciler markanın isim hakkına sahip olabiliyor.

Firma notu: Markamız Denizli'nin Kale ilçesinde Muhip Temiz tarafından kurulmuş, 2000 yılında ilk şubesini Denizli' de açmıştır. Genel müdürlüğümüz, "önce sen kazan" stratejisiyle franchisör destekli bir franchising sistemi kurmuştur.

Başarıya giden yolun takım çalışmasından geçtiğine inanan merkez ofisimiz belirli zamanlarda personel eğitimi yaparak personelin kendini çalışan olarak değil işyeri sahibi olarak benimseyerek çalışmasını sağlamaktır. Ayrıca şubeler üyelik sistemi ile çalışmaktadır. Bugün 30.000 üzerinde üyesi olan dev bir aile haline gelmiştir. Halen İzmir, İstanbul, Denizli şubeleriyle hizmet vermektedir.
İletişim: 0258 213 04 04 www.temizlerpide.com.tr

Mağazacılığa özgürlükçü bir yaklaşım...

Galata bölgesinde 2 yeni mağaza ile kapılarını tasarım ürün ve cafe severlere açan BiggShop, hem cafeli hem cafesiz konseptleri ile yatırımcıların dikkatini çekiyor.

Enis Karslıoğlu
BiggShop Icra Krl. Bşk.

Tasarım ürünlerini tüketiciyle buluşturan BiggShop franchise ile büyüyor...

Biraz BiggShop'u dinleyelim…

BiggShop, Türkiye'deki tasarım becerilerinin ürünle ve daha sonra tüketiciyle buluşmasını sağlamaya yönelik bir konsept. Çeşitliliği dengeli bir şekilde kurabilmek için, tasarım ürünlerin sayısını artırırken, kendi markamızla getirdiğimiz ürünleride değerlendiriyoruz. Fiyatlarımızın erişilebilir düzeyde olması ise markamızın ana unsurlarından.

Türkiye'de katma değeri yüksek, elektronik tarafı güçlü ürünler çok yapılamıyor. Bizde bu açığı kapatmak için adımlar atıyoruz. BiggShop'un ana prensibi, kişisel aksesuar, konsept hediyelik ve tasarım ürünleri yüksek kalitede ve makul fiyatlara tüketiciye sunmak. Keyifli, renkli, dolu dolu bir mağaza zinciri oluşturmak için bu yola çıktık.

BiggShop mağazalarındaki cafe konseptinden bahseder misiniz?

Evet, bundan böyle mağazalarımıza cafe konseptini getiriyoruz. Misafirimiz cafelerimizde oturduğunda, dört bir yanında mağazanın bulunduğu o bölgeye ve hedef kitleye uyacak ürünleri bulacak. Oluşturduğumuz cafe konsepti, franchiselarımızı oldukça heyecanlandırıyor. Çünkü son dönemde cafe sahibi olmak, herkesin hayallerini süsleyen bir iş fırsatı halini aldı. Uzun süre boyunca sunacağımız gıda çeşitliliğimiz ile alakalı çalışmalarımızı gerçekleştirdik ve soğuk zincir tedarik yönetimi ile ilgili etkin adımlar attık. Teknik alt yapımızı kurduk; e-ticaret ile ilgili gerekli teknik donanımı sağladık. Bize özel cheesecakelerimiz, havuçlu keklerimiz mevcut… Yeterli alan olması halinde mağazalara eklenen Cafe bölümü, anahtar teslim olarak franchise alıcısına teslim edilecek. Burada büyük bir know-how da sağlıyoruz.

Franchise sisteminizi detaylı anlatır mısınız?

Franchise ile ilgili hazırlıklarımız zaten uzun süredir devam ediyordu. Son dönemde ise büyük bir hızla mağazalarımızı açtık. Önce Trump Cadde'yi, ardından Galata'da Serdar-ı Ekrem ve yine Galata'da Kuledibi mağazaları olmak üzere toplam 3 yeni mağazamızı açtık. Anadolu yakasında doğru lokasyon arayış sürecimiz halen devam ediyor. İstanbul'da kendimize ait mağaza sayımız 4 yada 5 olacak. Anadolu'da, Bursa, Bodrum ve Eskişehir'de mağazalarımız var. Ayrıca Boyner ve YKM mağazalarımız için cornerlarımız bulunuyor. Franchise ile ilgili olarak ciddi büyüme planlarımız mevcut. Türkiye'nin her bölgesinden, her şehrinden ciddi sayıda talep alıyoruz. Örneğin; Van, Kayseri, Eskişehir, Adana, Bodrum, Gaziantep… Fakat bizi yavaşlatan en önemli faktör doğru lokasyon bulamamak. Ayrıca avmlere girmekte bir takım sıkıntılar yaşanıyor. Son olarak konseptimize eklediğimiz gurme ürünler ve cafelerin franchise adaylarımızı heyecanlandırmasının en büyük nedeni artık avmlerde ve avm dışında da dükkan açabilir hale gelebilecek olmalarıdır. BiggShop & Cafe modelininde katılımıyla BiggShop, artık 2 modelle franchise veriyor. 60m^2 ye kadar mağaza, 60 m^2 - 120 m^2 arası Mağaza & Cafe için gerekli olan alandır. Her iki modelde de teknik alt yapı, ürün gamı, tüm ekipmanları A'dan Z'ye biz çözüyoruz. Her mağazaya bir e-ticaret sitesi sağlıyoruz. Mağazanın yönetim yazılımını yüklüyoruz ve mağazaya bütün ürünlerini alabileceği B2B sitesine üye yapıyoruz. BiggShop'tan franchise alacak kişi, elektronik altyapısı çok yüksek, ürün gamı güçlü, operasyonel tarafı çok düzgün çalışan, bir ailenin parçası oluyor. Bizim istediğimiz; işine sahip çıkan, mağazasının başında duracak ve ticareti bilen girişimciler.

Franchise verme süreciniz nasıl devam ediyor? Eğitim konusunda destek oluyor musunuz?

Bize talep geldiğinde öncelikle uygun yer bulmaya çalışıyoruz. Çünkü franchisee ile anlaşmak çok kolay olabiliyor fakat doğru yeri bulamadıktan sonra iş oldukça

zora giriyor. Bu sürecin aşılmasıyla tasarım ürünler ve konsept belirleniyor. Ve sonrasında kadroyu davet edip iki gün eğitim veriyoruz. Ürünleri çok detaylı bir şekilde anlatıyoruz. Mağaza açma sürecimiz 3-4 hafta sürüyor, ürünler seçildikten sonra mimari süreç başlıyor.

Franchise bedelleriniz nelerdir?

İsim hakkı alıyoruz ve bu bedeli oldukça makul tutmaya özen gösteriyoruz, m^2 başına istediğimiz rakam 125$. İsim hakkı bedelini m^2 ile buluşturan belkide tek firmayız. Bunun sebebi, küçük mağazadan yüksek isim hakkı alıp onu zorlamamak. M^2'ye 1000 TL civarı ürün alması gerekiyor. Dekorasyon tarafında ise, 700 ile 1100 TL arasında değişen bir dekorasyon ve teçhizat rakamımız var. Girişimci dekorasyona müdahale edemiyor, kendi mimarımız çizimi yapıyor. Tasarım ve cafe ekipmanları konusunda da bizim halihazırda belirlediğimiz ürünler ile ilerleniyor. Cafe'de kullanılacak bardak gibi ürünler bizim tamamen ithal ürünlerimiz. Cafe'ye gelen ziyaretçiler kullandıkları ürünlerin hepsine mağazadan satın alabiliyor olacaklar.

Yurtdışı hedefleriniz nelerdir?

Yurtdışında mağazacılık kolay değil. Ama biz zaten çok güçlü bir B2B şirketiyiz. Yurtdışı tarafımızı yavaş yavaş büyütüyoruz. Özellikle tasarım ve kendi markamız olan ürünleri ihracata açtık. Kosova ve Sırbistan ile görüşme aşamasındayız. Azerbaycan'da ve Almanya'da bayilerimiz var. Türkiye pazarı çok geniş ve Türkiye'de her noktada var olmadan yurtdışına açılmanın biraz zor olduğuna inanıyorum. Bizim için öncelik Türkiye.

Girişimcilere Önerileriniz neler olur?

Girişimcilerin işe ayıracağı bütçe çok kıymetli. Öncelikle hangi işi yapmak istediklerine karar vermeleri lazım. Sonrası için mutlaka işlerinin başında olmalarını öneririm. Eğitim süreçlerine mutlaka katılmaları gerekiyor. Günümüzde e-ticaretin önemi çok büyük. Bunu mutlaka öğrenmeleri gerekiyor. En önemli söyleyeceğim şudur; işi açtıktan sonra panik yapmamak gerekiyor. Bir işin oturma süreci 6-8 ay arasındadır. Her işletmelerin bu sürelere ihtiyacı var.

UFRAD Franchise Akademisi

Eğitimler, UFRAD tarafından düzenlenmekte olup, Franchise & More tarafından yapılan hazırlık sürecinin ardından, İstanbul Aydın Üniversitesi tarafından uygulanıyor.

Franchise, çağımızın en verimli iş modeli. Başarısı kanıtlanmış perakendecilerin kendilerine has iş yapma usullerini, deneyimlerini ve markalarının gücünü girişimcilerle paylaşmasının yöntemidir. Franchise sistemi ile bağımsız girişimciler kendi işlerini yaparken kendi başlarına kalmıyorlar. Bütün dünyada binlerce marka franchise sistemiyle yayılıyor, birçoğu da sınırlarının dışına çıkıyorlar.

Ülkemize de franchise veren yüzlerce marka, binlerce işletmeyle hizmetlerini tüketicilere sunuyor. Dünyanın ünlü markaları, Türk girişimcilerine cazip fırsatlar sunarken, Türk markaları da franchise sistemini kullanarak yurt içinde yayılıyor, yurt dışına açılıyor. Ekonomik daralma döneminde markasız iş yapan girişimciler zorlanırken, franchise zincirleri daha da öne çıkıyor. Franchise almak veya franchise zincirini büyütmek için şimdi doğru zaman. Kuruluş amacı franchise sistemini tanıtmak, yaygınlaştırmak ve doğru uygulanmasını sağlamak olan UFRAD tarafından, İstanbul Aydın Üniversitesi bünyesinde, Franchise & More yönetiminde kurulan Franchise Akademisi, 2007 yılında sertifikalı eğitimlerine başladı.

Eğitimleri, franchise işleri kurmuş ve yönetmiş, franchise piyasasının içinden uzmanlar, konusunda uzman akademisyenler veriyor. Dersler İstanbul Aydın Üniversitesi Beşiktaş yerleşkesinde "temel", "ileri" ve "uygulama" olarak üç aşamalı veriliyor. Bu eğitimde hiçbir franchise markasının adı anılmıyor, marka tavsiye edilmiyor, sadece nasıl araştırma yapılacağı öğretiliyor. Katılımcılar UFRAD "Franchise Alma Eğitimi" sertifikası almaya hak kazanıyor. Detaylı bilgi için, UFRAD İletişim Koordinatörleri ile iletişime geçebilirsiniz.

Marka olmanın dayanılmaz hafifliği...

Fark yaratıp ihtiyacı karşılıyorsanız, üzerine birazda dokunabiliyorsanız tüketicinizin yüreğine, tamamdır o zaman; marka olursunuz!

Çıtır Usta Marka Müdürü Nur Dabakoğlu

Bayim Olur musun Dergisi ve yepyeni bir heyecan! İçimizde bulunduğumuz sektörde çok ciddi bir açığı büyük emek, özveri, takım ruhu ve aşk ile kapatmaya çalışan bu güzel ekibi kutlarım… Bu satırlar ile beraber biraz "Marka" kavramını konuşalım. Karşılıklı bir konuşma olmayacak belki ama siz değerli okuyucularla biraz sohbet havası olsun isterim. Marka da aslında böyle bir şeydir. Kimseyle tek tek konuşamaz, tek tek tüm ihtiyaçlarını karşılayamaz, tek tek sohbet edemez, ama vermiş olduğu mesajları ya severiz ya sevmeyiz, belki görmeyiz bile, hakkında konuşuruz. Severiz çünkü ihtiyaçlarımızı karşılıyordur inanmışızdır, sevmeyiz tenkit ederiz çünkü vaad ettiğini kendimiz için bulamamışızdır.

İşte tam bu noktada başlıyor benim için "Marka Olabilmek"… İnandırıcılığı olan işler başarılı olur. Eğer bize markanın yararı varsa bizim için o gerçek bir markadır. Bu ister benim içinde bulunduğum gastronomi sektörü olsun ister başka bir sektör, denklem net; fayda + operasyonel takım + talep = marka…

Yurtdışı tecrübelerimden gördüğüm kadarı ve hepimizin bildiği gibi orada işler daha somut, daha net. Herkes ne yaptığını da ne yapmadığını da bilir. Maalesef benim canım ülkemde çoğunlukla herkes herşeyi yapabildiği için bizim ülkemizde marka olmak daha farklı algılanabiliyor. Mesela her yerde tabelanız varsa markasınızdır, herkes sizi görmüştür. Mesela bir anda yazılı ve görsel basını kullanırsınız ciddi paralar harcarsınız ve marka olmuşsunuzdur.

Marka olduğunuza inanıyorsanız etrafınıza bakın; fark yaratabiliyor musunuz? Sürekliliğinizi sağlamak için tüketicinizin ihtiyaçlarını ölçümleyebiliyor musunuz? Sektörünüz herhangi bir yenilik veya değişiklik katıyor musunuz? Sözünüzü tutuyor musunuz? Tüm bu sorularımıza "evet" diyebiliyorsanız, işte o zaman sürdürülebilir bir marka olmuşsunuz demektir .

Marka olmak ağır sorumluluk bekler, markayım demek daha ağır… Genel olarak ülkemizde özellikle gastronomi sektöründe tabela kavramı var. Marka olarak değil tabela olarak bakılıyor. İşte bu nokta en önemlisi; önemli çünkü marka kullanım hakkına dayanan franchising sistemi bilinçsiz veya bilgi eksikliği ile sisteme giren marka kullanım hakkına verilen firmalar açısından ağır yaptırımları olan bir olgu. Marka olmak, hem yatırımcının hem de kendisini yaratan şirketin tam ortasında olmaktır. Ancak hem diğer yatırımcıyı hem de kendisini korumakla mükellef. Bundan dolayıdır ki franchise sözleşmelerinde marka hakkında konuşmak dahi sınırlandırmalarda tutulmuştur. Çünkü bir markanın dini, dili, ırkı, mezhebi olmamalıdır. Marka, güvenilir olan her türlü yapıya aynı uzaklıkta kalabilen ve çoğunluğa hitap edebilen veya kurmuş olduğu stratejisine göre belli bir topluluğa hitap edebilme yetisine sahip olmalıdır. Gastronomi sektöründe maalesef çok acı şeyler yaşanıyor, marka olabilmeyi, dekorasyon ve ürün listesinden ibaret görerek ayrıca sadece aylık belli oranlarda isim hakkı almakla sınırlayanlar çok fazla ve bunu ancak bilinçlendirme ile aşabileceğiz, başka yolu yok!

Marka olabilmek adına atılan her adım ciddi bir adımdır ve tüketicilere güven vermelidir. Sorumluluk alabilmelidir. Sosyal sorumluluk çerçevesinde topluma katkısı olmalıdır. Müşterilerine dokunmalı internetin getirdiği iletişim kolaylıkları ile tüketicisinin yeniliklerini o talep etmeden kendisine devamlı sunabilmelidir.

Çok kısaca; fark yaratıp ihtiyacı karşılıyorsanız üzerine birazda dokunabiliyorsanız tüketicinizin yüreğine, tamamdır ozaman; marka olursunuz! Sonrasında yapılması gerekenler belli; görünüşünüz üzerinde farkındalığı yaratmak, logonuzu yenilemek ama eskisinden gelen dokunuşlarla, renklerinizden asla ödün vermemek (o yüzden baştan iyi seçmek gereklidir), duruşunuzu tazelemek, tüketicilerinizin sizi diğerlerinden kolaylıkla ayırt etmesini sağlayabilmek. Bunun için günümüzde yapılan pek çok çalışma var ama en önemlisi de "marka olabilmenin" gerekliliklerini asla aklımızdan çıkarmamak.

Anadolu'nun Bereketi Paylaşmaktır!

Yerli güç Gobitte; geniş ürün yelpazesi, yenilikçi vizyonu ve kalitesi ile yatırımcılarını bekliyor.

Personel Eğitim Desteği

Yenilikçi ve Özel Ürünler

Sistemli Altyapı

Kurumsal Yapı ve Reklam Desteği

Gobitte Prensipleri

Devamlı Pazarlama Başarısı

gobitte

gobitte · gobitteTR · www.gobitte.com.tr

Detaylı Bilgi: yatirim@gobitte.com.tr

Türkiye'den dünya markaları çıkarmak için hedef

TURQUALITY®

Consulta Yönetim Danış. Yön. Ortağı Tolga Acarlı

Kendinizden ve Consulta'dan biraz bahseder misiniz?

Danışmanlık sektöründe çalışmaya ABD'de Boston Üniversitesi'nde MBA eğitimi alırken Deloitte Danışmanlık'ta başladım ve 17 yıldır bu sektördeyim. 2004'de Türkiye Deloitte'a geçerek ülkeme geri döndüm. 2009 yılında da Consulta'ya Yönetim Danışmanlığı Ortağı olarak katıldım. Consulta, 25 yılı aşkın süredir orta ve büyük ölçekli şirketlere ve gruplara, finansal kuruluşlara, çok uluslu şirketlere bağımsız denetim, vergi, outsourcing, eğitim ve yönetim danışmanlık hizmetleri sunan bir grup şirketidir. Consulta olarak farklı disiplinlerde müşterilerimize bütünleşik butik hizmetler sunmakta ve kurumsal gelişimlerine destek olmaktayız. Yönetim danışmanlığı bölümünde odaklandığımız konuların başında Stratejik Planlama, Organizasyonel ve Operasyonel Gelişim, Marka ve Pazarlama Yönetimi, Aile Şirketlerinde Kurumsallaşma ve Turquality Sürecinde Hazırlık ve Kurumsal Gelişim geliyor.

Markaların Turquality kapsamına girebilmesi için belli bir franchise sayısına ulaşmış olması gerekliliği var mıdır?

Markaların, belli bir franchise sayısına ulaşma zorunluluğu bulunmuyor. Fakat yurt dışında mağaza açan veya franchise sistemiyle büyüyerek kendini ispatlamış olan firmalar Turquality Programı'na daha uygun olarak değerlendiriliyor.

Turquality Programı nedir ve bu program markalara neler katıyor?

Turquality Programı, devletimizin Türk markalarını desteklediği bir gelişim platformudur. Turquality'nin ana hedefi Türkiye'den dünya markaları çıkarmak… Dünyada imajı yüksek ülkelere baktığımızda hep ekonomisi ve refah seviyesi gelişmiş, kalite algısı ve kişi başına yaratılan değerin yüksek olduğu ülkeler karşımıza çıkıyor. Örnek olarak; ABD'de Coca Cola, Apple; Almanya'da Mercedes gibi markalar ülke ekonomilerinin yükselmesinde önemli rol oynuyorlar. Turquality Programı, "Made in Turkey" imajını yükseltmek ve firmaların vizyonlarını ve marka-pazarlamaya olan bakış açılarını geliştirmek, firmaların kurumsal gelişimlerinde destek olmak için finansal destek sağlıyor. Markaları ile Turquality kapsamına girebilmek için başvuran firmaların değerlendirme sürecinden geçebilmeleri için kurumsallık ve sürdürülebilirlik açısından yüksek ölçüde bir olgunluk seviyesine sahip olmaları gerekiyor. Bu süreçte firmalar uluslararası markaları örnek alarak operasyonlarına dünyadaki iyi uygulamaları adapte etmeye çalışıyorlar. Programın firmalara olan en büyük katkısını, bu süreçte firmaların vizyonlarını geliştirerek markalaşmanın gerektirdiği organizasyonel yetkinliklere sahip olmalarını sağlaması olarak görüyorum.

Markanın Turquality kapsamına girmesinde "büyük marka" olmasının ne gibi katkıları olacaktır?

En önemli 3 kriter, markanın ve marka sahip firmanın finansal gücü, sürdürülebilirlik ve markanın gücü / performansı. Bu kriterleri markanın Turquality kapsamına girmesinde başrol oynarlar. Markanın finansal olarak hem satış büyüklüğü hem de karlılık olarak bakıldığında güçlü olması gerekiyor. Bunun için de markanın belli bir ölçeği geçmiş olması şart. Sürdürülebilirlik son zamanlarda çok üstünde durduğumuz bir konu; operasyonlarını istikrarlı bir şekilde geliştiren, organizasyonunu destekleyen ve kurumsallık düzeyi yüksek markalar daha sürdürülebilir oluyor ve büyümesi de buna göre daha sağlam gelişiyor. Bunların yanında markanın büyüklüğünü belirleyen en önemli kriterlerin başında markanın müşterisinde bıraktığı pozitif algı ve deneyim olduğunu düşünüyorum. Bir markaya gerçek anlamda "Marka" diyebilmemiz için bize bir değer önerisi sunması gerekiyor; markayı zihnimizdeki belirli tecrübeler ile eşleştirebilmeliyiz. Dünyadaki büyük markalara baktığımızda hep duygusal bir bağ kurabiliyoruz.

EN BÜYÜK HAZİNEMİZ İŞİMİZ, İŞİMİZ KAHVEMİZ!

Türkiye genelindeki 45'i aşkın bayisiyle gün geçtikçe büyüyen Kahve Durağı, kendi işini kurmak isteyen, işine özen gösteren yatırımcıları bekliyor.

www.munajans.com

KAHVE DURAĞI

www.kahveduragi.com

444 3 975

"1990 yılında KOBİ ve Girişimcileri kamu destekleri ile daha etkin buluşturmak, kurumsal yapılarını oluşturmalarında rehber olmak üzere kurulmuştur."

KOSGEB Başkanı Mustafa Kaplan

Temel strateji, bireylere girişimcilik ruhunu aşılamak...

Öncelikle kendinizi tanıtır mısınız?

İstanbul Üniversitesi İngilizce Elektronik Mühendisliği bölümü mezunuyum. İstanbul Üniversitesi İşletme Anabilim Dalı İnsan Kaynakları Yönetimi Yüksek Lisans Programını 2001 yılında tamamlayıp, İşletme Anabilim Dalı'nda doktora çalışmalarına devam etmekteyim. KOSGEB Boğaziçi Üniversitesindeki Teknoloji Geliştirme Merkezi'nde Ar-Ge Destekleri konusunda uzman olarak 6 yıl görev yaptım ve 2003 yılında KOSGEB İstanbul İkitelli İşletme Geliştirme Merkez Müdürlüğü'ne atandım. 2008 yılında atandığım KOSGEB Başkanlığı görevini halen yürütmekteyim.

Kosgeb hangi amaç için kurulmuştur. Bugüne kadar ne tür destekler vermiştir?

KOSGEB, 1990 yılında KOBİ ve Girişimcilerimizi kamu destekleri ile daha etkin buluşturmak, kurumsal yapılarını oluşturmalarında rehber olmak üzere kurulmuştur. 2013 sonu itibariyle 81 ilde Hizmet Merkezi Müdürlüklerimizi işletmelerimizle buluşturarak büyük bir adım attık.

Destek vermediğiniz sektörler olduğunu biliyoruz. Bununla ilgili yeni çalışmalarınız var mı?

Öncelikli olarak devletimizin belirlediği politikalar neticesinde öncelik verilen sektörlere yoğunlaşıyoruz. Haliyle bu dönemde teknoloji ve bilişim sektörleri öne çıkıyor. Özellikle yazılım üreticilerine çok önem veriyoruz. Düşük maliyet ve yüksek getiri sağlayan, ayrıca ülkemiz teknolojik gelişimine de katkı sunan bu KOBİ ve Girişimcilerimize yüksek oranda destekler sunmaktayız. Sadece KOSGEB olarak değil Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'mızın da bu yönde etkin destekleri bulunuyor. Özellikle girişimcilerimize bu yönde daha fazla araştırma yapmalarını tavsiye ediyorum. Diğer yandan destek vermediğimiz sektörler konusunda da ilgili daire başkanlıklarımız bir çok kurum ve kuruluşlarla istişare halinde gelişmeleri değerlendiriyorlar. Özellikle vatandaşlarımızdan gelen taleplere ciddi olarak dikkat kesiliyoruz. Bize ilettikleri düşüncelerden yola çıkarak destek programlarımızı şekillendiriyoruz.

Veri tabanınızda kaç işletme kayıtlı? Kaç işletme Genel Destek Programı'nızdan faydalanıyor?

Şuan itibarıyla KOSGEB Veri Tabanı'na kayıtlı işletme sayısı 736 bine ulaşmıştır. Genel Destek Programımızın farklı alanlarda bir çok alt başlıkları bulunuyor. Kimi işletmelerimiz tasarım desteğine başvururken kimi işletmelerimiz nitelikli eleman istihdam desteğimize talepte bulunabiliyor. Böyle bir inceleme yaptığınızda Genel Destek Programı'mızından yaklaşık 50 bin işletmemiz yararlanabilmektedir.

Girişimcilik eğitimleriniz ve destekleriniz hakkında bilgi verir misiniz?

Temel stratejimiz, bireylere girişimcilik ruhu ve kültürünü aşılamak. Girişimcileri Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri, Yeni Girişimci Desteği, İş Geliştirme Merkezi Desteği ve İş Planı Ödülünden oluşan araçlarla desteklemekteyiz. Bu kapsamda, benzer misyonu paylaşan kurum/kuruluşlarla stratejik bir ortaklık kuruyoruz. En önemli ortaklarımız arasında, İŞKUR, Belediyeler, Ticaret ve Sanayi Odaları'nı sayabiliriz. Bu kuruluşlarla imzaladığımız işbirliği protokolleri çerçevesinde; Türkiye'nin en ücra köşelerine eğitim hizmetini götürebiliyoruz.

Hat döner

özel soslu hatay döneri

Hatay'ın Meşhur Lezzeti HAT DÖNER'de...

SAMİMİ BİR DESTEĞİN

ve BİRLİKTELİĞİN GÜCÜ İLE..!

HAT DÖNER
Franchise
Veriyor!

Detaylı bilgi için;

0216 313 30 38

facebook.com/hat-döner

www.hatdoner.com

Üniversitelerimizde girişimcilik eğitimlerinin yaygınlaşmasına katkı sağlıyoruz. Yeni Girişimci Desteği kapsamında verdiğimiz hibe desteğini 4.000 TL'den 30.000 TL'ye, geri ödemeli destek limitini ise 40.000 TL'den 70.000 TL'ye çıkardık. Yeni Girişimci Desteği'nde destek oranı 1. ve 2. bölgeler için % 60, 3., 4., 5. ve 6. bölgeler için %70'tir. Kadınlar ve özürlüler için bu oranlar (+) %10 olarak uygulanmaktadır. Bu desteğe başvurabilmek için uygulamalı girişimcilik eğitim sürecini tamamlamış olmak ve destek onay kurullarınca kabul edilebilir bir iş planı sunmak gerekir. Bir de gençlere yönelik çalışmamız olan İş Planı Ödülü kapsamında örgün sistem içerisinde girişimcilik dersi veren üniversitelerde iş planı yarışmaları düzenliyoruz. Böylece hem başarılı öğrencileri ödüllendireceğiz hem de üniversitelerde girişimcilik kültürünü yaygınlaştırmak açısından üniversiteleri teşvik edeceğiz. İş kurmaları kaydıyla 1. girişimciye 15.000 TL, ikinciye 10.000 TL, üçüncüye 5.000 TL ödül vermekteyiz.

Kadın girişimciler KOSGEB için ne ifade ediyor?

Ülke ekonomisine katkı yapmak için gönüllü olan kadınlarımıza, çıktıkları zorlu yolculukta destek olmak için her türlü gayreti gösteriyoruz. Destek oranlarımızı kadınlarımıza pozitif ayrımcılık yapacak şekilde belirledik. Kadın girişimcilerimiz erkeklere göre %10 daha fazla destek alıyorlar. Bunun yanında kadın sivil toplum kuruluşları ile ortaklaşa çalışmalar yürütüyoruz. Buna ek olarak Başkanlığımız bünyesinde bulunan Girişimciliği Geliştirme Müdürümüzün de bir kadın olması bize artı bir değer sağlıyor. Müdürlüğümüzde yoğun olarak kadın arkadaşlarımız çalışıyor. Kadın eli değen her yer emin olun ki güzelleşiyor. Tabii burada büyük özveri ile çalışan erkek kadın bütün KOBİ Uzman ve Uzman Yardımcılarımıza, memurundan teknisyenine tüm çalışma arkadaşlarıma, bizleri en iyi şekilde temsil edip vatandaşlarımıza hizmet ettikleri için tekrar teşekkür etmek istiyorum.

"Şu an itibarıyla KOSGEB Veri Tabanı'na kayıtlı işletme sayısı 736 Bine ulaşmıştır. Genel Destek Programımızından yaklaşık 50 bin işletmemiz yararlanmaktadır."

Firmalarımızın yurt dışına açılması için hangi hizmetleri veriyorsunuz?

KOSGEB olarak işletmelerimizin yurtdışına açılımları ve fırsatları değerlendirmeleri konularında çok hassas bir pozisyondayız. Özellikle AB projeleri ve mevzuatlarını birebir işletmelerimize uygulatmak için uzmanlarımız yoğun bir çalışma içindeler. İşletmelerimizin modern yönetsel süreçlere uyumu ve fırsatları değerlendirmeleri konularında ilgili dairemiz gelişmeleri her gün takip etmekteler. Bu gelişmeler ışığın da KOBİ'lerimize farkındalık yaratmalarında aracılık ediyoruz. Burada çok önemle durduğumuz ise *"COSME Programı"* yani AB İşletmelerin Ve Kobi'lerin Rekabet Edebilirliği Programı… 2014 Ocak ayında başlayan COSME'nin faaliyet alanına giren başlıca konular, KOBİ'lerin finansmana erişiminin kolaylaştırılması, işletme kurulması ve işletmelerin büyümesi için uygun ortamın oluşturulması, Avrupa'da girişimcilik kültürünün desteklenmesi, AB işletmelerinin sürdürülebilir rekabet edebilirliklerinin desteklenmesi ve KOBİ'lerin uluslararasılaştırılmasının ve piyasalara erişiminin geliştirilmesidir. Kapılarımızın, ekonomimize katma değer sağlayan tüm vatandaşlarımıza sonuna kadar açık olduğunu sizin vesilenizle tekrar hatırlatmak istiyorum.

Pilav lezzetini tüm dünya ile buluşturacağız

Güçlü ve kazandıran franchise ağı ile büyüyen Pilavcızadem, Avrupa Gıda Standartları'nda üretilen pilavı ile her şubesinde aynı kalite ve hizmeti sunuyor....

Pilavcızadem, alanında uzman kadrosu, dinamik yapısı ve kazandıran franchise ortaklıkları ile kurumsallaşmasını tamamlayarak hızla büyüyor. Firma, müşteri memnuniyetini sağlamak için toplam kalite yönetimi sistemini uygulayarak ve gıda güvenliğini dikkate alıp, tam hijyenik koşullarda üretim yapmaya özen gösterip güvenli gıda sunumunu gerçekleştirmeyi hedeflemektedir. Geleneksel lezzeti gıda standartlarına uygun olarak müşterilerinin beğenisine sunan Pilavcızadem, kurduğu franchise ortaklıkları ile büyümeye devam ediyor.

Pilavcızadem işletmecilerine, profesyonel ekibi ile yer seçimi, mimari, pazarlama, eğitim ve oryantasyon alanlarında destek veriyor. İşyeri olarak düşünülen mekanlar; yaya ve araç trafiğinin yoğun olduğu, iş yeri ve konut sayısının fazla olduğu caddelerden seçilir. Mekanın giriş katı olması, minimum 4 m cephesiyle, 20-50 m^2 büyüklüğünde ve gıdaya uygun olması gerekmektedir. İşyeri seçiminden sonra Pilavcızadem mimari ve inşaat aşamalarında işletmecilerine destek olur. İşletmeciler ve çalışanlar Pilavcızadem eğitim departmanı tarafından operasyon mağazalarında oryantasyona alınır. Tüm Pilavcızadem noktalarına taze ürünler günlük olarak genel merkezden gönderilir, mağazada pişirme kesinlikle yapılmaz. Yaptığı genel pazarlama çalışmalarının haricinde, Pilavcızadem işletmecilerine satış arttırıcı lokal çalışmalarda da destek vermektedir.

Track & Achieve

Concox

GS503 Acil Durum Uyarı Butonlu Cep Telefonu Sayesinde;

SEVDİKLERİNİZ GÜVENDE!..

- GPS Üzerinden Konum Belirleme ve Haritada Gösterme
- Acil Durumda Gerekli Yerlere SMS ve Arama
- Yüksek Sesli Konuşan Rakamlar
- Kolay Görme ve Rahat Kullanım İçin Büyük Butonlar
- FM Radyo Özelliği
- El Feneri Özelliği

BİR YIL BOYUNCA medline acil sağlık Üyeliği HEDİYE!

HERKES KAYBOLUR,
GT03B BULUR!

GT03B ile çocuklarınız emin ellerde...

Aracınız şu an nerede? Sürücüler gitmeleri gereken yerlere gerçekten gittiler mi? Sürekli izlemek için zamanınız yok mu?

Sert doğa koşullarına dayanıklı dış kasası sayesinde, hiç bilmediğiniz yerlere rahatça gidebilecek, kaybolma korkusu olmadan avınızın izini sürebileceksiniz...

- 1000 mAh — 7 güne kadar dayanan pil ömrü.
- Küçük boyutları ve hafif olmasına rağmen dayanıklı dış kasası sayesinde, çarpma ve düşmelere karşı dirençli.
- Gerçek zamanlı takip. Ve geriye dönük raporlama özelliği
- SOS — Acil durumlarda uyarı gönderimi için tasarlanmış SOS - Acil Durum Uyarı butonu.
- Bulunduğu açık adres bilgisi bilgisayar ve akıllı telefonların yanısıra, önceden tanımlı cep telefonunuza da SMS mesajı olarak gönderilebilir.
- Titreşim sensörü ve hırsız alarm sistemi sayesinde, kıymetli eşyalarınızın güvenliğini de sağlayabilir.

Türkiye'de ki En Küçük ve En Hafif Takip Cihazı!

Tüm Türkiye'de
BAYİLİKLER VERİLECEKTİR

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

0212 - 346 26 26

Sadece bu işi yapan, genç ve dinamik bir ekibiz...

Dr. Gökhan Taş
Coldwell Banker Türkiye Ülke Direktörü

Öncelikle kendinizden biraz bahsedebilir misiniz?

Aslında tıp eğitimi almışken kendimi 1998'de, sıfır denebilecek bir sermaye ile Erikli ve Nestle Su İstanbul geneli kurumsal bayiliği ve bazı lokal bölge bayiliklerini alarak kendi işini kuran bir girişimci olarak buldum. 2006 yılında gayrimenkul yatırımcısı iken; bana verilen hizmetin kalitesini, bilgi ve etik değerler azlığını görerek Gayrimenkul Danışmanlığı sektörüne girdim. 2013 yılı Nisan ayına kadar Ofis Brokerlığı ve Gayrimenkul Danışmanlığına aktif olarak devam ettim. O zaman içinde bulunduğum markada, son 2 yılda Dünya Ticari Ciro 1.si oldum. Gayrimenkul, bir insanın hayatı boyunca aldığı en değerli alım veya satım kararıdır. Bu nedenle; aracılık hizmeti ciddi anlamda bilgi ve profesyonellik gerektiriyor. Tecrübelerimi, nasıl kullanabilirim diye düşünürken, 1906'da kurulan dünyanın ilk, yılda yaklaşık 500 milyar $'a yakın sattığı mülk değeri ve 6 milyar $'a yakın hizmet bedeli geliri olan Coldwell Banker Türkiye Master Franchise hakları bana teklif edildi. 19 Nisan 2013'te haklarını alarak işe başladık.

Amacımız hizmet verdiğimiz her bölgede; en prestijli ofise sahip olup, en değerli gayrimenkullerini, en saygın gayrimenkul danışmanlarına sahip olarak satmak...

Coldwell Banker Türkiye'nin diğer ülke merkez ofislerine göre farkı nedir?

Coldwell Banker, Amerika'da mortgage yasasının düzenlenmesinden, tüm eyaletlerde birbiriyle işbirliği yapan ofis ağının oluşmasına öncülük etmiştir. Bununla birlikte; lüks gayrimenkul, proje pazarlama ve konut gayrimenkul danışmanlığını uzmanlık konularına ayırarak, ofislerin ve gayrimenkul danışmanlarının sektöre uzmanlık hizmeti sunmanın temelini oluşturmuştur. Diğer tüm markalar sadece franchise markasıdır, hiçbirisi bu işi yapmaz. Sadece franchiseler üzerinden eğitim ve organizasyonları yapar. Bu anlamda işin içinde doğrudan olan tecrübeli ve saygın bir markadır. Coldwell Banker Türkiye'nin diğer ülkelerdeki Master Franchise merkez ofislerine göre farkı ise; sektörün içinden gelen tecrübeli, genç, sadece bu işi yapan dinamik bir ekip olmamız. Bu tür global markaların master franchise hakları genelde büyük holdinglere veya sermaye gruplarına verilir. Burada Coldwell Banker, işe sermaye yeterliliği olanlar varken bu işin içinden gelmememizden ötürü bizi tercih etmiştir.

"Dünyadaki her zengin insan zekidir ama her zeki insan çok zengin değildir. Zeki insanların zengin olmasındaki şifredir girişimcilik..."

Ofislerinizde aradığınız özellikler nelerdir?

Girişimciliği şöyle tarif ediyorum; dünyadaki her zengin insan zekidir ama her zeki insan çok zengin değildir. Zeki insanların zengin olmasındaki şifredir girişimcilik. Dolayısı ile bizlerde ofis broker ve gayrimenkul danışmanları olarak zengin olmak isteyen zeki girişimciler arıyoruz. Bizler ofislerimizin yaptığı cirodan bir pay alıyoruz. Broker'larımız ise, beraber çalıştıkları gayrimenkul danışmanlarının yaptıkları cirodan pay alıyorlar. Dolayısı ile biz belli bir sermaye gücü olan, tam zamanlı olarak sadece bu işi yapacak veya bizim onaylayacağımız bir yönetici ile bu işin yapılmasını sağlayacak, üniversite mezunu, bulunduğu bölgenin en büyük ve en prestijli gayrimenkul ofisini açmayı düşünen koçluk ve liderlik yeteneği olan, eğitimli, saygın, gayrimenkul sektörünün ve sektörde Coldwell Banker'ın gelecekte Türkiye'de de 1 numara olacağının farkında olan dinamik takım arkadaşları arıyoruz.

100 paylaşım modelini anlatır mısınız?

Girişimci insanlar başlangıçta razı olduğu parasal kazanca başarılı olunca razı olmuyor ve daha fazlasını kazanmak istiyor. Bu anlamda da Amerika'da Coldwell Banker tarafından kurulan ve yaygın olarak işleyen değişik kazanç modellerini uygulamaya başladık ve Türkiye'de ilk kez gayrimenkul danışmanlarımızın kazandıkları paranın tamamını alabilecekleri %100 paylaşım modelini ülkemize getirdik. Danışmanlarımız başlangıçta %50 Gold, sonrasında %65 Diamond, sonrasında %85 Elite ve en sonunda %100 Premier paylaşım modeliyle Gold sistem dışındaki paylaşım modellerinde belli katkı payları ödeyerek ofislerimizde çalışabilmektedirler.

Türkiye'de kaç ofis ile hizmet veriyorsunuz? Geleceğe dair planınız nelerdir?

Bir yıl gibi bir sürede hızla büyüyerek 13 ilde 45 ofis ve 2500 gayrimenkul danışmanına ulaştık. Hedefimiz 2014 sonunda 100, 2016 sonunda ise 250 ofis. Ofislerimiz; franchise saha yöneticilerimiz ile birlikte çalışmalara başlarlar, önemli portföy görüşmelerini, mortgage mülkleri satış yöneticisi ile yaparlar. Yeni konut projeleri satış yöneticisi ve ticari gayrimenkul departmanı ile de ofislerimize satabilecekleri portföyü sağlayan bir gayrimenkul danışmanlık markasıyız. Eylül ayı itibariyle televizyon reklamlarımız başlıyor. 12. Bayim olur musun Franchising Fuarı'nın Ana Sponsoru olduk. Dijital ve sosyal medyada etkin olarak varız, sokaklar satılık / kiralık afişlerimizle de adımızı duyurmaya başladık.

Bayim® Olur musun?

12. FRANCHISING ve MARKALI BAYİLİK FUARI

12th FRANCHISING & BRAND DEALERSHIP TRADE FAIR

Organizasyon

MEDIAFORCE
TRADE EXHIBITIONS • PUBLISHING • BROADCASTING • ON-LINE

Destekleyen

UFRAD
FRANCHISING DERNEĞİ
TURKISH FRANCHISING ASSOCIATION

UFRAD'ın Desteklediği 23. Franchise Fuarı

Ana Sponsor

COLDWELL BANKER
GAYRİMENKULDE DÜNYANIN 1 NUMARASI

18-21 Eylül / September 2014

CNR EXPO CENTER YEŞİLKÖY / İSTANBUL / TURKEY

HALL 2-4

Dergi Sponsoru: PARA

Dergi Sponsoru: Bayim

Destekleyenler: KOSGEB

Yayın Sponsoru: EKONOMETRİ

Dergi Sponsoru: Ekonomist

www.facebook.com/bayimolurmusun www.twitter.com /Bayim_Olurmusun info@bayimolurmusun.com.tr www.bayimolurmusun.com.tr

Katılım ve bilgi için: (212) 346 26 26

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

Çöpçü'den 3 yeni şube...

Yatırım alanı oldukça geniş olan gıda sektöründe son yıllarda hızla büyüyen isimlerden biri de Çöpçü Gıda oldu. İki yıl gibi kısa bir süre içinde tam 22 şubeye ulaşan ve kısa zaman içinde 8 şube daha açacak olan Çöpçü büyümeye devam ediyor. Çöp Şiş ile başlayan ve menüsüne birçok yeni ürün katarak devam eden Çöpçü, İstanbul'da Çöp Şiş alanındaki açığı görerek kuruldu. Profesyonel iş yaşamlarına veda edip, gıda alanına yatırım yapmaya karar veren İrfan Baytaş'ın konsept danışmanlığını yaptığı ve Abdurrahman Yuvalı'nın kurduğu Çöpçü, Çöp Şiş'i önce İstanbullular ile sonrasında ise ülkemizin diğer illeri buluşturdu.

Abdurrahman Yuvalı, kendisinin de yatırım yapmayı tercih ettiği bu alanda önemli fırsatlar olduğunu söylüyor. Yuvalı'nın anlatımıyla, "Çok düşük bir yatırımla iyi bir ciro, iyi bir karlılık ve kısa sürede yatırımın geri dönüşü söz konusu" dediği bu yatırımda, franchise sistemiyle büyüme modeli uygulanıyor.

Türkiye'nin "en sağlıklı fast food"u açıldı!..

Fishour ilk şubesini ArmoniPark'ta açtı.. Türkiye'nin "en sağlıklı fast- food zinciri" Fishour'ın menüleri sadece buharda pişmiş balıklardan oluşuyor. Yanmış bitkisel yağ ya da kömürleşmiş protein gibi istenmeyen pişirme atıkları bulunmuyor.

Yüzde 100 Türk markası olan Fishour Yönetim Kurulu Başkanı Erdoğan Güner, amaçlarının insan sağlığına onlarca faydası bulunan balık tüketimini yaygınlaştırmak olduğunu belirterek, "Üç tarafı denizlerle çevrili olan ülkemizdeki balık zenginliğini tüketiciye sunmak istedik. Fast food yeme alışkanlığı olan kişilerin özellikle çocukların hızlı ve uygun fiyatlara sağlıklı beslenmelerini hedefledik. Ürünlerimizi yağda kızartmadan buharda pişiriyoruz. Menülerimizde kullandığımız malzemelerin tümü katkısız ve doğal ürünlerdir. Yakın zamanda Türkiye genelinde ve yurt dışında da diğer şubelerimizi açmayı planlıyoruz." dedi.

Zeynel Muhallebicisi, yeni şubesi ile Yeniköy'de hizmete başladı

Zeynel Muhallebicisi, Cumhuriyet Tarihi'nden bu yana İstanbul'da kök salmış geleneksel sütlü tatlıları ve dondurmaları ile vazgeçilmeyen bir lezzet olarak ve Ankara ve İstanbul'daki 22 şubesi ile müşterilerine ulaşıyor. 1925 yılından bugüne kadar eşsiz lezzetleri ile damak tadına hitap eden Zeynel Muhallebicisi'nin yeni şubesi Nişantaşı'dan sonra Yeniköy'de açıldı. 1948 yılında İstinye – Emirgan Caddesi'nde ilk Zeynel Muhallebicisi Sarıyerlilerin uğrak mekanları arasında yer aldı.

Estate Station ilk ofisini Güneşli'de açtı...

Estate Station Ülke Direktörü Birol Polat, sektörün yenilik ve farklılığa ihtiyaç duyduğunu, bunu sağlamak ve emlak hizmetlerine yeni bir soluk kazandırmak için sektöre girdiklerini söyledi. Polat sözlerine şöyle devam etti; "Sektörde ilklerle adımızdan söz ettireceğimizden emin olabilirsiniz. Emlakçılığın kuralları yeniden yazmaya geliyoruz. Emlakçılığın doğasına sirayet etmiş olan kemikleşmiş at gözlüğü bakış açısını yok edeceğiz. Emlakçılıkta bizim atacağımız adımlara muhtemelen diğer sektör markaları da hızla eşlik edeceklerdir. Markamız emlakçılıkta iş geliştirme ve yeniliklerle anılacak. Tüm süreçlerimizi güven ve müşteri hizmet kalitesi üzerine kurduğumuz franchise sistemimizde önceliğimiz son müşteri memnuniyetini arttırarak brokerlarımızın çok daha mutlu ve başarılı bir iş hayatına merhaba demelerini sağlamak. Hizmet kalitesi ile brokerlarımızın tabela değerlerini her gün yükselteceğiz".

Media Markt'ın 39. mağazası Mall of İstanbul'da açıldı

Avrupa'nın bir numaralı teknoloji market zinciri Media Markt, şehrin yeni merkezi Mall of İstanbul'da, 39. mağazasını açtı. 3.850 metrekare alanda 69 kişilik alanında uzman satış ekibiyle hizmet verecek olan Media Markt'ta son teknolojik ürünler, İstanbullu teknoloji severlerle buluştu. Beyaz eşyadan, televizyona, küçük ev aletlerinden diz üstü bilgisayarlara kadar pek çok üründe uygulanan düşük fiyatlara ilgi büyüktü.

2014 yılında 8 mağaza açmayı hedeflediklerini kaydeden Media-Saturn Türkiye CEO'su Bülent Gürcan: "Media Markt olarak İstanbul'da 16., Türkiye'de ise 39. mağazamızı açmaktan dolayı çok mutluyuz. Mağazamızda her yaş grubundan kişiye hitap edecek, binlerce çeşit ürünü düşük fiyat garantisiyle sunuyoruz. Konsept alanlarımız, fiyat avantajlarımız, ürün çeşitliliğimiz ve hizmet kalitemiz ile ziyaretçilerimize gerçek teknoloji keyfini yaşatacağımıza inanıyorum" dedi.

Geçtiğimiz yıl elektronik pazarın, 2009 yılından bu yana en yüksek seviyesine ulaştığına da değinen Gürcan: "35 yıllık bir teknoloji devi olarak 2014 yılından beklentimiz sektör olarak ülke büyümesinin üzerinde bir büyümeye ulaşmak. Türkiye pazarında yeni mağazalarla yayılma stratejimiz kesintiye uğramadan devam edecek. Sadece metropollerde değil Anadolu'da yeni fırsatlar kollayarak büyümemizi sürdüreceğiz" dedi.

BRN Türkiye'de de büyüyor...

Dünyanın en rahat yeri" sloganıyla başarısını gösteren BRN Yatak, yeni mağazasını Mall of İstanbul'da açtı. Son günlerde Kuzey Amerikalı organik yatak firması Natura ile imzaladıkları lisans anlaşmasıyla dikkati çeken mağaza zincir sayısını 10'a yükseltmiş oldu. Açılışta konuşan BRN Yatak Gn. Md. Berna İlter, tüketicilerin güveni ve memnuniyeti sonucu hızla büyümeye devam ettiklerini kaydetti. BRN Yatak olarak dünya genelinde 60'a yakın ülkede ihracat başarısı gösterdiklerini anımsatan İlter, kendilerini sürekli yenilemek için çalıştıklarının altını çizdi. İlter, "Ödün vermediğimiz kalite politikamız sayesinde gerek yurt içinde gerekse de yurt dışında hızla büyümemizi sürdürüyoruz. Sağlıklı ve konforlu uykunun adresi olan BRN Yatak, sürekli yenileyerek ürünlerini geliştirecek" dedi.

Türkiye'de 23. şube, hedef yurtdışı...

2009 yılında kurulan Hat Döner Türkiye'de 23 şubeye ulaştı. Yurtdışı hedeflerini hızla büyüten firma, yurtdışında Azerbaycan'dan sonra diğer ülkelerde de büyümeyi hedefliyor. Hat döner; yatırımcısını en doğru şekilde yönlendiriyor. Mağaza açılması planlanan lokasyon, Hat Döner uzmanları tarafından incelenip, titizlikle değerlendiriliyor. Müşteri memnuniyetini hep ön planda tutan, güler yüzlü uzman kadro, maksimum hijyen ve tarifsiz standart damak tadına önem veren Hat Döner franchise almak isteyen girişimcilerde cadde üstü dükkanları ,işlek semt ve avmleri lokasyon olarak tercih ediyor.

Dual veya Duo girişimci kimdir?

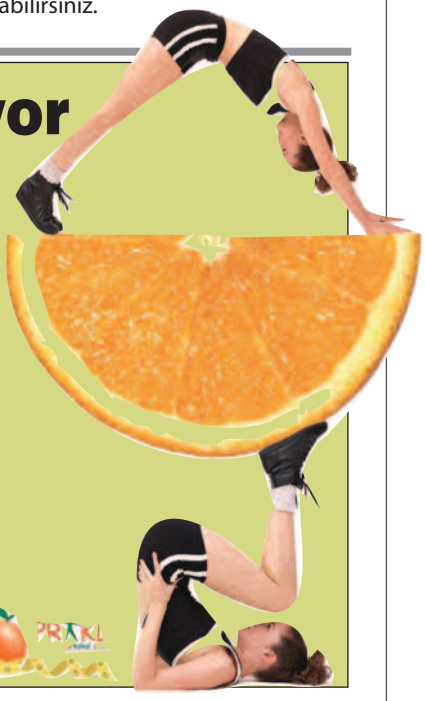
Hulusi BERİK
Keiretsu Forum İst.
Kurucu Ortak,
hulusi@berik.biz

Bugün girişimci dendiğinde genel olarak kendi işini kuran riskleri kendi göğüsleyen kişiler algılanmakta. Bu kişiler kendi iş planlarını yaparak iş fikirlerini hayata geçirmeyi ve sürdürülebilir bir iş, başarı yaratmayı hedeflemektedirler. Çeşitli çap ve nitelikte yatırım dahi alsalar bu kişiler tüm risklere açık bir şekilde iş hayatlarını sürdürürler. Bugün sizlere aslında bildiğimiz fakat bugüne kadar adı konmamış bir girişimcilik türünden bahsetmek istiyorum; Dual veya Duo Girişimcilik. Bu ismi uzun süredir bu konuda çalışma yapan bir kişi olarak bir eğitim tasarlarken buldum. Literatüre baktığımda bu tanımın bugüne kadar kullanılmadığını gördüm ve isim babası olduğumu sanıyorum. Bu girişimcilik türü hem entreprenuer (girişimci) hem de intrapreneur (iç girişimci) yapan kişileri kapsamaktadır. Bu kişiler hem kendi işlerini kurarak riskleri kendi göğüslemeyi tercih etmekle birlikte bir kurumun Bayisi / Franchisee (başarılı bir iş fikri etrafında toplanmış küçük girişimcilerin) olarak aslında piyasa riskini olabildiğince minimize edip (büyük firma gibi davranmasını sağlayan) daha kontrollü bir girişimcilik olarak tarif edebiliriz.Yapmış olduğum araştırmalar sonucunda bir markanın franchiseesi olmak girişimcilik olarak algılanmasına karşı yine bir markanın bayisi olanlar için böyle bir algının olmadığını tespit ettim. Halbuki her iki örnekte girişimci ve prensip olarak aynı çalışma koşullarına sahiptir. İşin Türkçe'sine bakacak olursak her ikisi de bayiidir. Bu gruba yukarıda da bahsettiğim gibi Dual veya Duo (Çift sesli, ikili, çifte anlamına gelen) girişimciler diyebiliriz. Son yıllarda bu tip girişimcilerin sayısı hızla artmakta ve kazan kazan formülü üzerinden bir işleyişe sahip olduğu için girişimciler tarafından daha çok tercih edilen bir model olarak karşımıza çıkmaktadır. Uzun denemeler sonucunda başarılı olmuş bir iş fikrinin parçası olmak (markanın piyasa payı, bilinirliği, ortak bütçe den reklam ve tanıtım faaliyetlerinin sürdürülmesi vb.) bir çok riske karşı kalkanla korunma veya bir parça avans sağlıyor olsa da(ana firmanın her türlü reçeteye sahip olmasına rağmen) işleyiş ve

başarı girişimcinin performansına bağlıdır. Dual veya Duo girişimcinin bu iş sayesinde elde ettiği tecrübe ve bilgi birikimi (Know-How) sayesinde sonuç olarak net kârdan girişimci fayda sağladığı için ana firmaya da önemli katkılar yapmakta ve işin sürdürülebilirliği için de önemli rol oynamaktadırlar. Dergimizin bu sayısı da size uygun hayata geçirebileceğiniz iş fikirleriyle dolu. Size uygun marka ve iş modelini seçerek siz de Dual veya Duo girişimciliğe adım atabilirsiniz.

Portakal Spor Anadolu'ya Açılıyor

Türkiye genelinde 55 bayisi bulunan Portakal Spor Kadınlara Özel Spor ve Sağlıklı Yaşam Merkezleri, Karadeniz ve Doğu illerinde bayilerini artırma kararı aldı...



Franchise sistemiyle büyüyen Portakal Spor Anadolu'da bazı kentlerde büyümeye öncelik verecek. Portakal Spor Genel Müdürü Burcu Işık Aykanat, Franchiseeleri özenle seçtiklerini ve onlara, spor salonunun lokasyonu, dekorasyon, personel seçimi ve eğitim gibi konularda sürekli olarak destek verdiklerini belirtiyor. Franchise paketlerinde, isim hakkı, hidrolik fitness aletleri, profesyonel eğitim, antrenör bulma-yetiştirme, reklam-tanıtım, ekipmanların ömür boyu ve koşulsuz garantisi gibi geniş anlamda destek hizmetler bulunuyor. Tüm kadınları iş yaşamına katılmaya davet eden Işık, yüzde yüz yerli bir firma olarak, spor salonu işletmeciliği sektöründe kadın girişimcileri desteklediklerini anlattı. Işık, "Kadınlara kendi işlerini kurmalarını sağlayarak istihdama katkı sağlıyoruz. Her gelir seviyesindeki kadına hitap eden hizmet ve fiyatlarla, sporu kadınlar için lüks olmaktan çıkarıp, "PS Sistemi" ile yaşam tarzına dönüştürmeyi hedefliyoruz" dedi.

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

TATLISES®

ÇİĞ KÖFTE

Çiğ köfte bizim işimiz...

INTERNATIONAL TASTE & QUALITY INSTITUTE
iTQi
2012
BRUSSELS
Superior taste AWARD

AVRUPA GENELİ BAYİLİK VERİLMEYE BAŞLANMIŞTIR.

BAYİLİK İÇİN;

www.tatlisescigkofte.com

+90 212 283 07 67

+90 530 281 59 81