

AYGAZ

DÜNYASI

SAYI: 47 / SONBAHAR 2016

TOPLANTI

**Hep birlikte geleceğe
uzanıyoruz**

İÇİMİZDEN BİRİ

**Ferda Erginoğlu:
Hedeflerimize uygun
projelere odaklanacağız**

Yenilik seninle başlar!

AYGAZ
55.yıl

TÜRKİYE'NİN KALBİNİ KAZANDIK!

“Türkiye Müşterinin Sesi” araştırmasında
Aygaz iki ödül birden kazandı.
Mutfaklarda “Aygaz Tüpgaz”ı, yollarda
“Aygaz Otogaz”ı müşteri bağlılığı
en yüksek marka seçen herkese
gönülden teşekkürler.

AYGAZ
—55.yıl—

 Koç



TMS - Türkiye Müşterinin Sesi araştırması, KalDer - Türkiye Kalite Derneği ve Ipsos Araştırma ve Danışmanlık A.Ş. ortak girişimi tarafından yürütülmektedir. Araştırma Temmuz - Aralık 2015 döneminde, il sınırlaması olmadan 18 yaş üzeri toplam 14.668 kişiyle başarılı görüşmeler üzerinden, telefonla anket yöntemiyle (CATI) yapılmıştır. Her sektör için 1.500 yanıt üzerinden tesadüfi örneklemelerle raporlanmıştır. Aygaz, TMS 2016, tüplü gaz ve LPG gaz markaları arasında birinci olmuştur.



Aygaz Ailesinin Değerli Üyeleri,

2016 yazında ülkemizin karşı karşıya kaldığı siyasi gelişmeler bizleri derinden etkiledi. Tüm yaşananlara rağmen sürecin normale dönmesi yolunda toplumun tüm kesimlerinde ortaya çıkan birlik ve beraberlik duygusu, demokrasi arzumuzun ne kadar sağlam olduğunu da gösterdi. Bu zorlu günlerden ülke olarak çok daha güçlenerek çıkacağımıza inancımız tam. Biz de Aygaz olarak her zamanki gibi Türkiye'ye sahip çıkarak ekonomimize ve toplumsal gelişime katkı sağlamaya devam edeceğiz.

Şirketlerin rekabet ortamında başarılı bir şekilde ayakta kalmasının koşulları arasında değişim ve yenilenme var. Aygaz, zamanının yenilikçi fikri; inovasyonu olarak çıktığı yolculuğunu sektörünün lideri olarak ve elde ettiği başarılarla hiçbir zaman yetinmeyerek 55 yıldır sürdürüyor. Bu bağlamda biz de Aygaz Dünyası'nın bu sayısında inovasyonla ilgili bakış açımızı bir adım öteye taşımak üzere "Koç İnovasyon Programı" kapsamında başlattığımız İnovasyon Yönetim Süreci'ne odaklandık. "Yenilik seninle başlar!" mottosuyla oluşturulan fikir toplama platformu Aythink'e gösterilen ilgiye, projeye dönüşen fikirlere ve inovasyon kültürünün önemine ışık tutmak istedik.

Aygaz'ın bu yolculuğunda çalışanlarının, bayilerinin, tedarikçilerinin... Aygaz ailesinin tüm değerli üyelerinin özverili çalışmaları ve emeği var. 55 yıl önce tüpgaz ürünümüzü piyasaya sunduğumuz ilk günden beri bizlerle kader birliği etmiş tüpgaz bayilerimizle bir araya gelmek ve onlarla fikir alışverişinde bulunmak üzere bölgesel toplantılar düzenledik. "Hep birlikte geleceğe uzanıyoruz" sloganıyla ilk ikisini

Trabzon ve Nevşehir'de gerçekleştirdiğimiz toplantılar oldukça verimli geçti.

Önümüzdeki süreçte LPG pazarındaki lider konumumuzu korumayı ve mevcut iştirak portföyümüzü geliştirip güçlendirerek daha da büyümeyi planlıyoruz. Yenilikçi yaklaşımımızı koruyarak otogazdaki pazar payımızı daha da artırmayı, tüpgazda bünyeme olanaklarını değerlendirilmeyi, yurt içinde ve yurt dışında olası yatırım fırsatlarını gözetererek yeni adımlar atmamayı amaçlıyoruz. Aygaz ailesi adına başarılı olacağımızdan hiç kuşku yok.

Yenilenme ve değişimden bahsettiğimiz bu sayımızda sizler de fark edeceksiniz, Aygaz Dünyası'nı hem tasarım hem de içerik olarak yeniledik. Aygaz'a ve dünyaya dair haberler ve röportajların yer aldığı; inovasyon, bayi buluşmaları, Ülkem İçin Projesi'ndeki gelişmeler, reklam filmlerimiz ve daha birçok konuyla dolu dolu bir dergi oldu.

Bu yeni Aygaz Dünyası'nı beğeneceğinizi umuyor, bu vesileyle Aygaz'ın bugünlere gelmesinde emeği geçen herkese teşekkür ediyor, ülkemize barış ve refah diliyorum.

Sevgi ve saygılarımla,

Gökhan Tezel
Genel Müdür

AYGAZ
D Ü N Y A S I

Aygaz A.Ş.'nin üç ayda bir yayınlanan kurumsal yayın organıdır. Parayla satılmaz.

www.aygaz.com.tr

Aygaz A.Ş. bir Koç Holding şirketidir.

Yayın Türü
Yaygın Yayın / G. Siyasi

Aygaz A.Ş. Adına İmtiyaz Sahibi
Gökhan Tezel

Sorumlu Müdür
Riše Özkan

Editörler
Fulya Kanbek
Leyla Demirbağ Atay

Görsel Yönetmen
Levent Pakdamar

Katkıda Bulunanlar
Elif Kutlu
Nil Özdemir
Nurdan Körken
Senem Ener
Leyla Yazıcı

Fotoğraflar
Aykut Karadere

Yönetim
Aygaz A.Ş.
Büyükdere Caddesi No: 145-1
34394 Zincirlikuyu / İstanbul
0212 354 15 15

Yapım
Demirbağ Yayın ve Tasarım
İBA Blokları Barbaros Bul. 42/6
34349 Balmumcu / İstanbul
0212 347 47 80
www.demirbag.com.tr

Baskı
Gezegen Basım
Sertifika No: 12002
100. Yıl Mah. Matbaacılar Sit.
2. Cadde No: 202/A
34218 Bağcılar / İstanbul
0212 325 71 25

İÇİNDEKİLER

4 **DOSYA**
Yenilik seninle
başlar!



14 **İÇİMİZDEN BİRİ**
Ferda Erginoğlu:
Hedeflerimize
uygun projelere
odaklanacağız



18 **HABER**
55. Aygaz Olağan
Genel Kurulu

19 **AYGAZ DÖNÜŞÜMCÜ KULÜBÜ**
Aygaz Dönüşümcü
Kulübü üyeleri bir
araya geldi

20 **TOPLANTI**
Önümüzdeki beş yıl
mercek altında



24 **HABER**
BizBize etkinliklerinin
ilk konuğu; Şener Şen



28 **TOPLANTI**
Hep birlikte geleceğe
uzanıyoruz



40 **BİR REKLAM**
Herkesin yolu
Aygaz'dan geçer!



44 **BİR REKLAM**
Dünyanın yemeğine
Aygaz yeter!



48 **KONUK**
Fırat Albayram: Komedi
oynamayı seviyorum



52 **HOBİ**
Karanlık odadan ışığın
her tonuna: Fotoğrafçılık

54 OTOGAZ RÖPORTAJ
Gültekin İslamoğlu:
Müşterimizin marka
bağlılığı bizi mutlu ediyor

56 TÜPGAZ RÖPORTAJ
Kadir Kurkut: Sosyal
medya, müşterilerimizle
iletişimimizi güçlendiriyor

58 HABER
Aygaz sponsorluğunda
offroad heyecanı



60 HABER
Aygaz Otogaz ve
sahibinden.com'dan
tasarruflu iş birliği

61 EĞİTİM
Aygaz Eğitim Tırı
yollarda...

62 HABER
Coşkun Aral'dan
medeniyetler, ülkeler ve
insanlar

64 SOSYAL SORUMLULUK
Toplumsal cinsiyet
eşitliği için yeni adımlar



66 SOSYAL SORUMLULUK
Diyabetle mutlu
yaşamak mümkün!

69 BİZDEN
Aygaz Grubu'ndan
haberler

84 GURME
Didem Şenol:
'İyi yemek' peşinde
koşanlar, her yere gider



88 HAYATIN İÇİNDE
Mustafa Vardarsuyu:
Dokumacılığa dair masallar
değil teknik önemli



92 SAĞLIK
Fazla kilolara dikkat!

94 GEZİ
Yeşilin krallığına
huzurlu bir yolculuk



98 KİTAP
Yeniliğin gücü
sizinle olsun!

99 İKONİK FOTOĞRAFLAR
The Beatles-Abbey Road

100 BİZ BİR AİLEYİZ
Aygaz ailesinden
haberler



Yenilik seninle başlar!

Hızla dönüşen rekabet ortamında ayakta kalmayı sağlayacak temel değerlerden birinin inovasyon olduğunun bilincinde olan Aygaz, inovasyonla ilgili bakış açısını bir adım öteye taşıyarak 'Koç İnovasyon Programı' kapsamında başlattığı İnovasyon Yönetim Süreci'ni tanıttı.

Günümüzün hızla değişen rekabet ortamı, şirketlerin de bu devinime ayak uydurmalarını gerektiriyor. Ayakta kalmanın koşulu değişimden ve yenilenmeden geçiyor. Bu dinamik sürecin ürünleri ise inovasyon olarak adlandırılıyor. İnovasyon; yeni ya da iyileştirilmiş ürün, hizmet veya üretim yöntemi geliştirmek ve bunlardan katma değer sağlamak için gerçekleştiren süreçleri kapsıyor. Bu süreçlerin hepsi, yeni düşüncelerle ortaya çıkıyor. Ortaya atılan, geliştirilen

ve rekabet gücü kazandıran yeni fikirlerin ve sonuçlarının zaman içinde tekrar tekrar değerlendirilmesi de gerekiyor. Bu da yeni inovasyon faaliyetlerinin ortaya çıkmasını sağlıyor.

Şirketlerin rekabet ortamında ayakta kalmasını sağlayacak en önemli araçlardan birinin inovasyon olduğunun farkındalığıyla hareket eden Aygaz, inovasyon yönetimiyle çalışanlarının yenilikçi fikirlerini ortaya çıkarmayı ve bu

fikirleri hayata geçirerek değere dönüştürmeyi hedefliyor. Bu kapsamda, her çalışanını kurum içinde birer girişimci gibi kabul ederek inovasyon altyapısıyla uygun kurum kültürünün yaratılmasına ve desteklenmesine yönelik çalışmalar yürütüyor. Çalışanlar, fikir toplama platformu Aythink üzerinden fikir önerileri sunuyor, sunulan fikirler İnovasyon Kurulu tarafından değerlendiriliyor. Fikirlerin hayata geçirilmesi sürecinde fikir sahibinin de içinde olduğu



Aythink

milim
inovasyon
m

AYGAZ AYGAZ DOĞALGAZ akpa



proje ekipleri kuruluyor. Ardından, ekiplere başta eğitim ve mentorluk olmak üzere her türlü kaynak sağlanıyor. Diğer bir deyişle müşterilerinin ihtiyaçlarını her zaman odağında tutan Aygaz, inovasyon faaliyetleriyle bu ihtiyaçlara uygun çözümler sunarak tüm paydaşları için katma değer yaratmayı amaçlıyor. Aynı zamanda, temin faaliyetlerinden müşteri hizmetlerine kadar tüm iş süreçlerine yenilikçi bakış açısını yansıtabilmek, müşterinin değişen ihtiyaçlarını ve hızla gelişen dünyayı anlayabilmek için çeşitli inovasyon eğitimleri ve etkinlikleri gerçekleştirerek çalışanların inovasyona ilişkin algılarını da destekliyor.

Aygaz kendi teknolojisini yaratıyor

Aygaz, inovasyonla ilgili bakış açısını bir adım öteye taşıyarak "Koç İnovasyon Programı" kapsamında başlattığı İnovasyon Yönetim Süreci'nin tanıtımını bir lansmanla yaptı. Lansmanda konuşma yapan Aygaz Genel Müdürü Gökhan Tezel, inovasyona ilişkin oluşturdukları vizyon,

Aygaz'ın inovasyona dair vizyonu, misyonu ve stratejileri

İnovasyon Vizyonu

Yenilikçi uygulamalarla fark yaratarak tüm paydaşlarına değer katan sürdürülebilir inovasyon kültürünü oluşturmak ve geleceğe hazırlanmak

İnovasyon Misyonu

Tüm paydaşlarla iş birliği yaparak müşteri ihtiyacına göre ürün, hizmet, süreç, iş modeli olmak üzere mevcut ve yeni alanlarda yenilikçi fikirleri desteklemek, sistematik halde hayata geçirmek ve şirket gelişimini sağlamak

İnovasyon Stratejileri

- İnovasyon faaliyetleriyle rekabet gücünün ve şirket kârlılığının artırılması
- İnovasyon projelerinde toplum ve çevre için sürdürülebilir faydanın yaratılması
- Çalışanların yenilikçi fikirlerini ortaya koymalarını ve hayata geçirmelerini sağlayacak sürdürülebilir ve sistematik inovasyon altyapısının oluşturulması
- Yaratıcılığın ve katılımcılığın teşvik edilerek inovasyonun kurum kültürü haline getirilmesi için gerekli koşulların sağlanması
- Kurum içi girişimcilerin ortaya çıkarılması ve girişimciliğin yaşam biçimi haline getirilmesi
- Başta müşteri, bayi, tedarikçiler ve üniversiteler olmak üzere diğer tüm paydaşlarla ortak inovasyon faaliyetlerinin yürütülmesi



Gökhan Tezel: 'Yaptığımız her şeyi kendi imkanlarımızla gerçekleştirmek zorunda olmamız Aygaz'ı inovatif hale getiriyor.'



Yağız Eyüboğlu: 'İnovasyon, yaratıcı fikirlerin kârlılığa dönüşecek şekilde uygulanmasıdır.'

misyon ve stratejileri davetlilerle paylaştı. Aygaz'da inovasyona duyulan gerekliliği, "Aygaz kendi teknolojisini yaratmak zorunda. Çünkü ihtiyaç duyduğumuzda gidip de raflarından kendimize uygun bir teknoloji bulabileceğimiz tedarikçimiz maalesef yok. Yaptığımız her şeyi kendi imkanlarımızla gerçekleştirmek zorunda olmamız Aygaz'ı inovatif hale getiriyor." diyerek açıkladı. Tezel, dinleyicilerle Aygaz'ın geçmişte gerçekleştirdiği; başarılı ya da başarısız olmuş projeleri paylaştıktan sonra halihazırda uygulamaya alınan ya da üzerinde çalışılan projelerden de bahsederek inovasyon konusundaki başarısızlıkların dahi yol gösterici olduğunu da belirtti. Kültürel klişelerden biri olan "icat çıkarma" deyiminin başka bir lisanda bulunmadığını tahmin ettiğini esprili bir yaklaşımla dile getiren Gökhan Tezel, bu anlayışı kırmak istediklerini ve bakış açılarımızın yenilikçiliğe çok açık olması gerektiğini söyledi. Tezel ayrıca gerek geçmişte doğal gaz karşısında başlatılan otogaz faaliyetinin gerekse mevcut durumda yürütülen şirket projelerinin Aygaz'ın yenilikçi vizyonunun sonucu olduğunu vurguladı.



Levent Çakıroğlu: 'Aygaz, Koç Holding bünyesinde başlatılan Dijital Dönüşüm Projesi sürecine en hazırlıklı şirketlerden biri.'

Aygaz, müşterilerinin değişen ihtiyaçlarını ve hızla gelişen dünyayı anlayabilmek için gerçekleştirdiği çeşitli inovasyon eğitimleri ve etkinlikleriyle çalışanların inovasyona ilişkin algılarını destekliyor.

Yaratıcı fikirler kârlılığa dönüşmeli

Lansmanda konuşan Koç Holding Enerji Grubu Başkanı Yağız Eyüboğlu da sözlerine inovasyonun anlamının genel olarak yanlış bilindiğinden başlayarak inovasyondan anladığının "yaratıcı fikirlerin kârlılığa dönüşecek şekilde uygulanması" olduğunu söyledi. Vehbi Koç'un Aygaz girişiminin de bir inovasyon olduğunu söyledikten sonra her bir inovasyon türü için Aygaz tarihinden örnekler paylaştı ve geleceğin alternatif iş modelleri

ri üzerine düşünmek gerektiğine vurgu yaptı. Eyüboğlu, inovasyon yolculuğunda hata yapmaktan çekinmemenin, müşteri beklentisini dikkate almanın ve Aygaz'ın yaptığı işleri daha iyiye taşımanın önemine değinerek konuşmasını tamamladı.

Aygaz, 'Dijital Dönüşüm Projesi'ne hazır!

Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu ise konuşmasına, inovasyonun yaşam ve iş yapma

biçimlerimizde değişim anlamına geldiğini belirterek başladı. Koç Topluluğu'nun hem ulusal hem de uluslararası anlamda rekabet gücünü artırmayı amaçlayan küresel vizyonunun en temel unsurlarından birinin inovasyon ve teknoloji yönetimi olduğunu ifade etti. İnovasyonun sadece ürün odaklı değil, süreç ya da maliyet odaklı olarak da değerlendirilmesi gerektiğinin altını çizen Çakıroğlu, müşteri ve şirket kârlılığı adına ilave değer yaratan her fikrin birer

Aythink nedir?

Çalışanlar tarafından yenilikçi fikirlerin paylaşılacağı, paylaşılan fikirlerin takip edilebileceği ve dünyadaki teknolojik gelişmelerin izlenebileceği bir fikir toplama platformudur.

Inobox nedir?

Çevremizde yaşanan gelişmeleri ve başta enerji olmak üzere tüm sektörlerin geçirdiği dönüşümü takip etmek amacıyla hazırlanan ve "Inobox" adı verilen inovasyon bülteni her ay tüm Aygazlılarla paylaşılıyor.



Aythink, 12 Nisan'da çalışanların fikir girişine açıldı ve toplam 225 fikir girişi yapıldı. Bir ayda toplanan fikirler, İnovasyon Komitesi tarafından fikir seçme kriterleri ışığında değerlendirildi ve 20 hibrit fikir öne çıktı.

inovasyon olabileceğine dikkat çekti. Yakın zamanda Koç Holding bünyesinde başlatılan "Dijital Dönüşüm Projesi" sürecine en hazırlıklı şirketlerden birinin Aygaz olduğunu vurgulayarak inovasyon fikirlerinin ortaya çıkmasına imkan verecek ve öğrenmeye açık iklimin oluşturulmasının yanı sıra kurum içi girişimcilik yetkinliklerinin de beslenmesi gerektiğini söyledi.

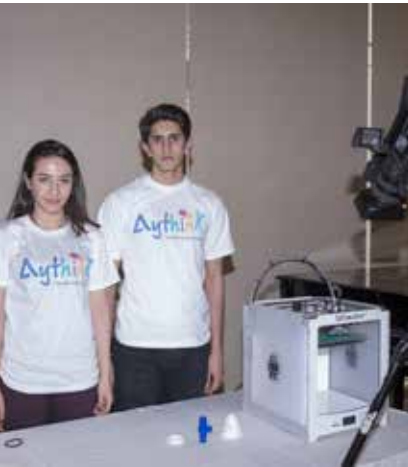
İnovasyonun koşulu: Müşteri ihtiyaçları

Konuşmaların ardından Management Centre Türkiye'nin CEO'su Tanyer Sönmezer "Da Vinci Gibi Düşünmek için Sihir Şart mı?" başlıklı bir sunum yaptı. Bilim insanı ve girişimci Veysel Berk de kendi hayatından anekdotlarla inovasyonun önemini anlatan bir konuşma gerçekleştirdi. Tanyer Sönmezer sunumunda, inovasyon için sürekli soru sormak ve müşterinin ne istediğini bilmek gerektiğini vurguladı. Ayrıca inovasyonun var olan şeyler arasında, var olmayan bağlar kurulması ve fikirlerin hayata geçirilmesi yani "yapma" gücüyle birleşmesi olduğunu kaydetti.

Bilimsel çalışmalarını ve Çaycı, Eve Biri Lazım, Mobil Kasa, Yemekçi gibi başarılı girişimlerini anlatan Veysel Berk ise başarılı inovasyonlar için müşteri ihtiyacını tespit etmenin ve bu tespitlere çözüm olarak oluşturulan fikirlerin hızlı şekilde test edilmesinin önemini vurguladıktan sonra, katılımcıların sorularını yanıtladı.

Yenilikçi fikirler Aythink'te toplanıyor

Lansmanda Aygaz'ın inovasyon süreci kapsamında, inovasyonu eksenine alan çalışanların yaratıcı ve yenilikçi fikirlerini sunabileceği yepyeni bir fikir toplama platformu olan Aythink de tanıtıldı. "Yenilik seninle başlar!" mottosuyla yola çıkan Aythink'le çalışanların inovasyon sürecine daha fazla dahil olmaları hedefleniyor. Etkinliğin sonunda davetliler, hayatımızın neredeyse her alanına girmeye başlayan üç boyutlu yazıcılar ve üç boyutlu kalem tanıtıldığı stantta buluştular. Katılımcılara üç boyutlu yazıcılarla üretilen Aythink logolu anahtarlık hediye edildi.





İnovatif fikirler

Aythink, 12 Nisan'da çalışanların fikir girişine açıldı ve toplam 225 fikir girişi yapıldı. Girişlerin ardından geçen bir ayda toplanan fikirler İnovasyon Komitesi tarafından fikir seçme kriterleri ışığında değerlendirildi ve 20 hibrit fikir öne çıktı. Bu fikirler için 10 proje ekibi kuruldu. Ekipler, fikirlerini hayata geçirmek üzere Atölye Labs'te 10 gün boyunca bağımsız girişimcilerin sıklıkla kullandığı, son yıllarda da büyük kurumsal şirketlerin proje yönetim sistemlerine entegre etmeye başladığı "Yalın Yeni Girişim" (Lean Startup) metodunu öğrenip bu metodu kullanarak fikirlerini "İş Modeli Kanvası"yla (Business Model Canvas) uygulanabilir bir iş modeline dönüştürdüler. Süreç sonunda hazırladıkları yatırımcı sunumlarını İnovasyon Komitesi'ne sunan ekipler, projelerinin "Aygaz Pilot Projesi" haline dönüşmesi için bütçe ve zaman talep ettiler. İnovasyon Komitesi'nin yaptığı oylama sonucunda 6 proje seçildi. Her bir proje için de üst yönetimden bir kişi, proje sponsoru olarak atandı.



Aygazlılara inovasyonu ve inovasyon hakkında yaptıkları çalışmaları sorduk...



10

İnovasyonda başarımızı ortaya koyacağız

Ali Kızılkaya

Teknik ve Yatırımlar Genel Müdür Yardımcısı

İnovasyon denince aklıma ilk gelen; yenilikçilik, yaratıcılık, kârlı yeni ürünler üretmek, yeni hayaller kurmak, fark yaratmak, icat yapmak. Konuya dahil oldukça bunların inovasyonun parçaları olduğunu; inovasyonun, müşterilerin çözülmemiş sorunlarına cevap olacak kârlı ve yaratıcı çözümler sunduğunu, bunu yapabilmek için de bilgiyle yol alarak müşteriye yakın durulması gerektiğini anladım. Aythink'in isminin içimizden çıkması ve büyük destek görmesi önemli. Ben de konuya uygun ve yakışan bir isim olduğunu düşünüyorum. Çalışanların platforma ilgisi de oldukça sevindirici. Bunun devamının sağlanması ayrıca önem arz ediyor. **Değişime açık olmak, somut sonuçlara uygun karar almaya başlamak ve farklı olmak gerektiğine inanıyorum.** İnovasyonu ciddiye almak, müşterilerimizi daha yakından tanımak, gözlemlenmek ve iyi bir fikir bulmak için çaba göstermemiz gerektiğini düşünüyorum. Bunu başarmak için tüm donanımlara sahibiz. Başarılı olacağımızdan da şüphem yok.

Tasarım süreçlerimiz hızlandı

Tufan Başarır

LPG Temin, Ticaret ve Planlama Müdürü

Çalışmaya katılarak bir problemin netleşmesinde müşteri yorumlarının ne kadar değerli olduğunu canlı bir deneyimle algılayma fırsatı yakaladım. Bundan sonra, bir şey tasarlarken hızlıca geliştireceğim ilk prototipi müşteriye sunduktan sonra gerekli geliştirmeleri yapacağım. Ekip çalışmasının gücü ise apayrı bir deneyimdi. Sadece kendi ekibimizden değil; aynı ortamda çalıştığımız diğer arkadaşlarımızdan da ilham aldık. Çalıştayın ikinci gününde eğitimler, sorunları tespit etmemiz için gerçek müşterilere ulaşmamız gerektiğini söylediler; sanırım bu, çalıştayda yaşadığım en şaşırtıcı deneyimdi. **Görüşmelerde, doğru biçimde soru sorduğumuzda müşterilerin çözüm üretmek için bizlerle çok akıcı ve yaratıcı diyaloglar kurduklarını gördüm; bu benim için çarpıcı bir tecrübe oldu.**

Müşterinin sesi önemli

Sinem Çalışkan

Ürün Kalite Sorumlusu

İnovasyon takımına katıldıktan sonra öğrendiğim en önemli şey, proje geliştirme aşamasında neleri asla yapmamamız gerektiği oldu. Bunlardan en önemlisi; **müşterinin sesini en başta duymazsanız, projenizi tamamladığınızda da onların sizi duymayacak olmalarıydı.** Müşteri görüşmelerinin ardından takım olarak en çok inandığımız fikirlerden bile vazgeçtik; bu benim için en büyük tecrübe oldu. Bir kurumun içinde girişimcilik ve inovasyon süreci söz konusuysa, o kurumda çalışan herkesin bu eğitimi alması ve bunu bir kurum kültürü haline getirmesi gerektiğini düşünüyorum. Programın sürdürülebilir olması, gelecek yıllarda yeni projelerin hayata daha hızlı geçirilmesini sağlayacaktır.



İvmemiz katlanarak artacak

Berk Bulutoğlu

Ankara Tesis Yöneticiliği/Sorumlu Müdür

Benim için inovasyon; sistem problemleri veya gereksinimleriyle ilgili yeni, yaratıcı ve nihai kullanıcıya yönelik fikirler geliştirip bunları uygulamaya koymak anlamına geliyor. Bu şekilde risk alınarak rekabet avantajı yaratılıyor. Günümüzde kolay ulaşılabilirlik, kullanılabilirlik ve zaman kavramı çok önemli. Bu yüzden her alanda olduğu gibi şirketimizde de inovasyon alanında sonuç odaklı yeni fikirler üretmemiz gerekiyor. Sürece oldukça hızlı, etkili ve heyecan verici şekilde başladık. İnanıyorum ki ivmemiz, fikir grafiğimiz ve yaratıcılığımız artarak devam edecek. Aythink, çalışanın herhangi bir anda aklına gelen çözüm önerisini rahatlıkla aktarabileceği bir fikir havuzu. Aynı zamanda başka çözümleri görebileceğimiz ve feyzalabileceğimiz açık bir kürsü. **Proje olarak geliştirilmeye değer fikirlere sahip olmanın çalışanlara farklı bir öz güven sağlayacağını düşünüyorum.**

Öncelikli ihtiyaçları keşfettik

Murat Çevik

Orta Anadolu Bölge Müdürü/Üçü/Otogaz ve Dökme Gaz Dağıtım Sorumlusu

Saha çalışmalarındaki görüşmeler esnasında öğrendim ki bir sorun hakkında çözüm oluştururken öncelikle karşı tarafın talebini doğru anlamak, çözüm sürecini daha verimli kılıyor. Ayrıca zaman ve para kaybetmemizin de önüne geçiyor. Görüşmeler sırasında zaman zaman düşüncelerimizin değiştiğini gördük ve projemizin hangi müşterinin öncelikli ihtiyacı olduğunu tespit edip o tarafa doğru yöneldik. Bu da farklı bakış açılarıyla alternatif çözümler geliştirmemizi sağladı. 20 yıldır Aygaz'da çalışıyorum ama son kullanıcıyla görüşme fırsatım hiç olmamıştı. **Müşteri beklentilerini dinlemek bize farklı bir deneyim sunduğu gibi projelerimize de katkı sağladı.** Girişimci olarak düşününce bize çok yaratıcı gelen bir fikrin, müşteri beklentisiyle ve sahadaki koşullarla buluşturulduğunda daha gerçekleştirilebilir olduğunu gördük.



Dinlemenin önemini kavradım

Fatih Bahçebaşı

Marmara Bölge Tüplügaz Satış Müdürlüğü/Saha Yöneticisi

Farklı disiplinlerden gelen insanların bir konu üzerine yoğunlaşmış çalışmalarını sürecinde özellikle fikirleri çeşitlendirmeleri, alternatif çözümler ortaya koymaları ve en uygun seçenekte karar kılıp bir ürün yaratmalarının zor ve bir o kadar da keyifli olduğunu fark ettim. **Farklı fikirlerin ve görüş ayrılıklarının çeşitlilik ve zenginlik olarak algılanması gerektiğini, yaşayarak adım adım deneyimledim.** Her gün aynı şeyleri yaparak farklı sonuç alınamayacağı ilkesiyle olaylara değişik açılardan bakmak gerektiğini öğrendim. Biz ekip olarak üç projeyi çalışmak üzere yola çıktık. Geliştirdiğimiz projelerin yapısı gereği, müşteri problemlerini analiz ederek işe başladık. Birtakım varsayımlar etrafında kurgumuzu oluşturduk ve gerçekleştirdiğimiz müşteri görüşmeleriyle hipotezimizi test ettik. İddiamızla ilgili toplumun çeşitli kesimleriyle görüş alışverişinde bulunduk. Onlar ilettikleri fikirlerle problemlerini tanımlarken projemize belli ölçüde yön verdiler. Beni en çok şaşırtan; başlangıçta kafamızda netleştirdiğimiz bir problem veya çözümün, müşterilerin aktardığı tecrübelerle değişikliğe uğraması oldu.



Fikirlerimiz değere dönüştü

Hakan Aslan

Anadoluhisarı Tankercilik A.Ş./Makine Enspektörü

16 yıllık denizcilik hayatımda birçok farklı olay ve tecrübe yaşadım. İnovasyon çalışmasına katılmak; beni çok etkileyen, önemli tecrübelerim arasındaki yerini aldı. Çoğu zaman aklımızda uyuyan fikirlerin aslında ne kadar basit ve kısa bir şekilde test edildiğini öğrendim. **Fikirlerin değere dönüştüğü yolda daha önce emekliyordum; artık yürümeye başladım.** Yakın zamanda da koşacağımı tahmin ediyorum. Proje çalışmalarında müşteri görüşmeleri beni şaşırtan en önemli noktaydı. Tanımadığımız insanların tepkileri, problemlerini paylaşmaları ve samimiyetleri çok etkileyiciydi. Ayrıca tüm projelerde çalışan arkadaşlarımızın yılmadan, usanmadan ve umutsuzluğa kapılmadan sürekli arayış içinde olmaları takdire şayandı. Özetle modern, yenilikçi dünyanın oyuncularını olarak içimizdeki potansiyel kaynakları fark ederek gelişim olanaklarını kullanmamız gerektiğini düşünüyorum. Hepimiz rol aldığımız tüm süreçler için daha faydalı sonuçlar üretmenin bir yolunu bulmalı, bu doğrultuda vazgeçmeden fikirlerimizin peşinden koşmalıyız.

İhtiyaca göre çözüm

Arda Gündüz

Orta Anadolu Bölge/Otogaz Satış Yöneticisi

Satış ekibi olarak projelere daha çok, bayilerin ve şirketin gözünden bakıyoruz. Aldığımız dokuz günlük eğitimle ve yaptığımız saha çalışmalarlarıyla müşteri ihtiyacına göre çözüm geliştirmenin daha faydalı olacağını öğrendik. Çalıştay bize, problemi yerinde belirleyip çözüm üretmenin daha verimli olduğunu gösterdi. Aldığımız eğitimle, aklımızda olan fakat uygulama fırsatı bulamadığımız projelerin saha ve ofis çalışmalarıyla gerçekleşme olasılıklarını ölçtük. Eğitim öncesine kadar müşteri ihtiyacı gibi gördüğümüz bir fikrin, görüşmelerden sonra aslında hiç de gerekli olmadığını fark ettik. **Geleneksel bakış açımızı değiştirdiği için şirketteki tüm arkadaşlarıma bu çalışmaya katılmalarını kesinlikle tavsiye ederim.**





İnovasyon bir yolculuk

Elifcan Yazgan

Tedarik Zinciri Direktörlüğü/Operasyon ve Süreç Geliştirme Yöneticisi

İnovasyon projeleri ekibine katılmak, özellikle bizim gibi sahayla pek iç içe olmayan çalışanlar için müşteri odaklı düşünmenin önemi konusunda ciddi bir farkındalık yarattı. Ayrıca farklı müşteri profillerini tanımak için çok iyi bir fırsat oldu. Müşteriyle bire bir mülakatlarda geliştirdiğimiz fikirleri onlar açısından görmek çok farklı bir deneyimdi. Düşünürken varsayımlardan yola çıktığımız pek çok konunun müşteri tarafında tahminlerimizden farklı algılandığını gözlemledik. Örneğin, kafanızda bir ürün tasarlıyorsunuz; “Müşteri kesinlikle buna bayılır.” diyorsunuz. Ama yüz yüze görüşmede sizin heyecanla tasarladığınız ürün ya da hizmetle müşterinin ilgilenmediğini görüyorsunuz. Bu durum çoğumuzda önce şaşkınlık, ardından da hayal kırıklığı yarattı. Fakat bu geri bildirimlerin müşterimizin asıl istediği ürünü/hizmeti tasarlamak anlamında bizi doğru yola ittiğini gördük; motivasyonumuzu yitirmeden çalışmalarımıza devam ettik. Atölyeler aracılığıyla inovasyonun bir yolculuk olduğunu öğrendik. Yola çıkarken bir hedefiniz olsa da varış noktanız öngörünüzden çok farklı olabilir. **Yolculuk esnasında karşınıza engeller ve virajlar çıkabilir. Bunları zorluk olarak değil, doğru tarafa yönelmek için birer uyarı gibi görerek yolculuğun tadını çıkarmalısınız.**

Fikirlerimle ödül kazandım

Zafer Behadır

Kırıkkale Tesis Yöneticiliği/İşletme Teknisyeni

İnovasyon çalışmasının son üç haftasında en çok fikir sunan çalışan seçildim. Toplam 32 inovasyon fikriyle bu süreci birincilikle bitirerek benim için manevi değeri büyük olan ödülü almaya hak kazandım. İnovasyon çalışmaları, hayatımda çok farklı izlenimler bıraktı. Özellikle bir fikrin doğuşu, süreçlerin nasıl ilerlediği, sunulan fikrin hayata nasıl geçirileceği ve bu süreçlerin nasıl takip edileceğini anladım. Çalışmalar için İstanbul'da aldığımız eğitimlerle bu süreçte izleyeceğimiz yolu çok iyi kavradım. **Aygaz'da geçirdiğim 18 yıl içinde yaptığım en keyifli ve en verimli çalışma olduğunu söyleyebilirim.** Tüm Aygaz çalışanlarının bu atmosferi solumasını isterim. Eğitim boyunca dışarıda görüştüğümüz müşterilerin bizi güler yüzle karşılamaları gerçekten mutluluk vericiydi. Bundan sonraki inovasyon çalışmalarına seveerek katılacağımı belirtmek isterim.



Bakış açımız değişti

Erdal Gümüştas

Bakım Teknisyeni/Diyarbakır Tesis Yöneticiliği

Bakım faaliyetleri haricinde, tesisimizde ağırlıklı olarak Ar-Ge ve iyileştirme projeleri üzerinde ekip olarak çalışıyoruz. Uzun yıllar tesiste çalıştığım için diğer departmanlar hakkında pek fikrim yoktu. Bu proje çalışmasında diğer departmanları ve asıl önemli olan son kullanıcıları tanıma fırsatım oldu. Proje çalışmasına başladığımda kendi fikirlerimle nasıl çeliştirdiğimi ve yarına dair kesin öngörülerde bulunmamam gerektiğini öğrendim. Fark ettim ki bir proje için asıl önemli konular; bir ihtiyacı gidermesi ve müşterinin bunu satın alacak olması. Bize çok yaratıcı görünen bir projenin aslında çok da uygulanabilir olmadığını gördüm. **Müşteriyi, yatırımcıyı ve üreticiyi aynı noktada buluşturan, bakış açısını tamamen değiştiren bu çalışmaya herkesin katılmasını tavsiye ederim.**





Hedeflerimize uygun projelere **odaklanacağız**

Geçtiğimiz yıl Kasım ayında Mali İşlerden Sorumlu Genel Müdür Yardımcılığı görevini devralan Ferda Erginoğlu, Aygaz'a yabancı değil; 26 yıldır Koç Topluluğu'nda kariyerini sürdüren Erginoğlu'na sorularımızı yönelttik.

Geçtiğimiz yıl Kasım ayında Aygaz'da yeni görevine başlayan Ferda Erginoğlu, Koç Topluluğu'nun 26 yıldır içinde olan bir profesyonel. İstanbul Teknik Üniversitesi Makine Mühendisliği Bölümü'nden mezun olan Erginoğlu, askerliğini yaptıktan sonra bir müddet bir baraj inşaatında mühendis olarak çalışmış. Sonrasında yüksek lisans yapmak üzere University of Texas at San Antonio'ya gitmiş. Yüksek lisansını tamamlayıp

‘Şirketimiz 2015 yılını hem operasyonel hem de finansal sonuçlar açısından çok başarılı bir şekilde kapattı. Bunun sonucunda 2016 yılı için hedefimizi, önceki yıllara kıyasla daha iddialı tuttuk. 2016’nın ilk altı ayında satış miktarlarımız tahminlerimizin biraz üzerinde seyretti.’

1990 yılında Türkiye’ye dönüşünün ardından, Ram Dış Ticaret A.Ş.’nin Finansman bölümünde işe giren Erginoğlu’nun Koç Topluluğu macerası başlamış. Erginoğlu, Ram Dış Ticaret’te geçirdiği yılları, “Ram, o zamanlar bir okul gibiydi.” diyerek hatırlıyor. 12 yıl Ram’da Genel Müdür Yardımcılığı dahil çeşitli kademelerde çalıştıktan sonra Finans Direktörü olarak Koç Bilgi Grubu’na atanmış. Grubun merkezi finans ve mali yönetiminin yanı sıra M&A ile de haşır neşir olduğu bir dört buçuk yıl geçirmiş. Erginoğlu, 2006 yılında Koç Holding’e geçmiş ve Kurumsal Finans bölümünde dokuz yıl Finans Koordinatörü olarak görev yapmış. Holdingde en fazla deneyim kazandığı konulardan biri, satın alma ve birleşmeler olmuş. 2015 yılının Kasım ayından bu yana kariyerine Aygaz’da Mali İşlerden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı olarak devam eden Ferda Erginoğlu’yla yeni görevi, Türkiye ekonomisi ve Aygaz’a dair keyifli bir sohbet gerçekleştirdik.

Kasım ayı itibarıyla Mali İşlerden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı olarak Aygaz’da görevinize devam ediyorsunuz. Bugüne kadar ki tecrübeniz hakkında neler söylersiniz?

Koç Topluluğu’nda; Ram Dış Ticaret, Koç Bilgi Grubu ve Koç Holding’de geçirdiğim 26 sene boyunca edindiğim tecrübelerin ışığında şirketlerin finansal analizi

konusunda uzmanlaştım, diyebilirim. Aygaz’da ilk dönemim, dokuz yıldır dışarıdan takip ettiğim bir şirketi içeriden tanımakla geçti. Hızlı bir başlangıç yapmak durumunda kaldım. Zira başladıktan kısa bir süre sonra Yönetim Kurulu ve bütçe toplantılarına hazırlanırken buldum kendimi.

Mali işlerden sorumlu Genel Müdür Yardımcısı olarak atandığınız günden bu yana geçen dönemi nasıl değerlendirirsiniz?

Şirketimiz 2015 yılını hem operasyonel hem de finansal sonuçlar açısından çok başarılı bir şekilde kapattı. Bunun sonucunda 2016 yılı için hedefimizi, önceki yıllara kıyasla daha iddialı tuttuk. 2016’nın ilk altı ayında satış miktarlarımız tahminlerimizin biraz üzerinde seyretti. EPDK verilerine göre geçen yılın aynı dönemine kıyasla pazar paylarımız arttı. Doğal gaz kârlılığımız da geçen yıla kıyasla oldukça iyi seyrediyor. Bayilerimizle daha yakın temas kurmaya gayret eden bir yaklaşım içinde olduk bu dönemde. Bir yandan da yurt dışı iş geliştirme faaliyetlerimize ivme kazandırdığımızı düşünüyorum. Geçtiğimiz dönemde stratejilerimize uygun gördüğümüz bazı fırsatlar karşımıza çıktı, bunları inceledik. Önümüzdeki dönemlerde de hedeflerimize uygun projelere odaklanacağız. Finansman tarafında gelecek yıllardaki ödeme yapımızı rahatlatmaya yönelik fon-

lama girişimlerimizi devam ettirdik. Bu dönemde piyasada en başarılı tahvil ihraçlarından birini gerçekleştirdik.

Aygaz’ın sektördeki önemi hakkında düşüncelerinizi alabilir miyiz?

Aygaz, sektöründe hep ilklere imza atmış bir şirket olarak öne çıkıyor. Tüpgazda yüzde 43, otogazda yüzde 25 pazar payı ve 4.000’e yakın bayisiyle sektörün lideri. Türkiye’de satılan her iki tüpten biri Aygaz, her dört otogazlı araçtan birinde Aygaz Otogaz kullanılıyor. En son rakamlara baktığımızda 85 bin kişiye geçim kaynağı sağlayıp ülkemizin ekonomisine büyük katkı sunuyor. Aygaz, ayrıca faaliyet gösterdiği doğal gaz alanında da öncü. Şu anda dağıtıcılık yapıyoruz, çalışmalarımızı daha farklı iş modellerine taşıma amacındayız. Doğal gaz alanında da önemli bir oyuncu olma yönünde hızla ilerliyoruz. Bilgisine danışılan, uzman olarak görülen bir konumdayız. Bunları çok önemli göstergeler olarak görüyorum.

Sektörünüz açısından en temel finansal riskler sizce nelerdir ve bu riskleri başarıyla yönetmek için nasıl bir yol haritası izlemek gerekir?

Biraz önce 4.000’e yakın bayiden bahsettim. Bayilerimiz güçlü dağıtım ağımızı oluşturuyor. Bayilerimizle ilişkilerimiz uzun soluklu. Ayrıca Aygaz’ın sattığı ürünlere her kesimden tüketici ulaşabiliyor.



Bu açıdan önemli krizlerde dahi kullanımı devam ediyor. Bugün lüks tüketim için aynı şeyi söyleyemeyiz. Bu açıdan riskimizin düşük olduğunu düşünüyorum. Haliyle böyle bir durumda bayilerimizden kaynaklanacak finansal riskler de tabana yayılmış oluyor. Biz bayilerimizi her zaman finansal açıdan yakından izliyoruz. Bence Aygaz'ın en büyük başarılarından biri de budur. İşletme sermayemiz ve yatırımlarımızın finansmanında kullandı-

ğımız krediler için de çok başarılı ve etkin olarak kullandığımız politikalarımız var. Kur riski, faiz riski, vade yapısı ve karşı taraf risklerini bu politikalar altında yönetiyoruz. Bu konuda Topluluğumuz gibi biz de başarılıyız.

Türkiye ekonomisinin bugünü ve geleceği hakkında neler söylersiniz?

Ben ekonomist değilim ama işim gereği ekonomiyi yakinen takip etmeye çalışıyorum. Türkiye ekonomisi, 2000'li yılların başında ge-

çirdiği sarsıntı sonrası yönetimin, öncelikle bankacılık sektöründeki yapısal iyileştirmeleri ve kamu mali disiplinine yönelik önlemleri neticesinde oldukça sağlam temellere oturdu, bazı kriterler açısından AB ülkelerinin bile üzerine çıktı. Kamu mali disiplini korunmaya devam ediyor. Ancak bir sonraki seviyeye çıkmak -ki en önemli göstergeleri sürdürülebilir yüksek büyüme ve %5'in altındaki enflasyon olarak görüyorum- çok büyük özveri gerektiriyor. Bunun için yapılması gerekli pek çok yapısal reform var. Bunların vatandaşa çok iyi aktarılması, halkın bilinçlendirilmesi lazım.

Uluslararası gelişmeler de bizi çok etkiliyor. Hâlâ çok yüksek cari açık var. Çok uzun süredir uzun vadeli Türk lirası (TL) kredi ortamı yok. Uzun vadeli TL kredisinin uygun faizlerle iş dünyasının tamamı tarafından kullanılabilir hale gelmesi biraz önce bahsettiğim reformlarla da çok bağlantılı. Yatırımın olması için kredi gerektiğini biliyoruz. Maalesef uzun vadeli TL kredi imkanlarının olmadığı bir ortamda iş dünyasının önemli bir bölümü uzun vadeli döviz kredileriyle yatırım yapma çabasında. Bu epeydir böyle ve ekonomistlerin deyimleriyle önemli bir kırılma doğurmuş durumda. O nedenle uluslararası gelişmelerden kolay etkilenebiliyoruz. Bugünlerde pek çok uluslararası gelişme yaşanıyor. Bunların birkaçına -artık herkesin bilmesine rağmen- örnek vermem gerekirse; Amerika'nın faiz artırımını, AB'deki 2008 sonrası durgunluk ve buradan bir türlü çıkılmaması, İngiltere'nin AB'den çıkma süreci, en az bunlar kadar önemli Çin ekonomisindeki yavaşlama.

'Bayilerimizi her zaman finansal açıdan yakından izliyoruz. Bence Aygaz'ın en büyük başarılarından biri de budur.'

Yine maalesef diyorum, cari açığımız çok kısa vadeli yurt dışı fonlarla finanse ediliyor. Bunlar çok fırsatçı paralar. Çok kolay çıkabiliyorlar. Bu da kur üzerinde önemli baskı yaratabiliyor. Siyasi gelişmelerin de ekonomilerde çok önemli sonuçlar doğurduğunu söylemeye gerek duymuyorum.

Genel olarak bakarsak ben Türkiye ekonomisinin çok iyi dayandığını, her türlü negatif gelişmeye direnç gösterdiğini düşünüyorum. Ama her türlü şarta da hazırlıklı olmamız lazım. Fırsatları kaçırmadan ihtiyatlı olmalıyız ve klasik ifadeyle hesaplanabilir riskler almamızda fayda var. "Bu da olmaz!" demeden bu riskleri değerlendirmek lazım. Ayağımızı yorganımıza göre uzatmamız gerekiyor. Sonuçta bu bir denge oyunu...

Böyle bir süreçte özellikle büyük ölçekli yatırım kararlarında öncelikli olarak göz önünde bulundurulması gereken hususlar sizce nelerdir?

Belirttiğim gibi çok etkili risk politikalarımız var. Ancak yine de bizler bugün ipte dengede durmaya çalışan birer cambazız. Bir tarafta riskleri kontrol altına almaya çalışırken, diğer tarafta fırsatları takip etmemiz lazım. Eskiden bu tür risklerle karşılaşıldığında çekimsiz davranılırdı. Ancak fırsatlar doğru zamanda değerlendirilmezse, hızlı gelişen ve değişen dünyada şirketler geride kalır. Acele hareket edip bu riskleri ölçümlemeyenler ise yok olur. O yüzden bu bir denge oyunu. Biz bir taraftan fırsatları kolaylaştırırken bir taraftan da risklerimizi yönetiyoruz. Ben

bu konuda hem genel olarak Koç Topluluğu'nun hem de Aygaz'ın çok başarılı olduğunu düşünüyorum.

Bayilerin satışlarını artırmak için geliştirilen gelir modelleri hakkında bilgi verebilir misiniz?

Öncelikle Pürsu'dan bahsedeyim. Pürsu, bayilerimizin gelir modellerini geliştirmeye yönelik bir araç. Şu anda su kaynağına yakın belli bölgelerde faaliyet gösterebiliyoruz. İlerisi için bu işi geliştirmek ve yaygınlaştırmak üzere kaynak arayışımız devam ediyor. Aygaz markalı cihazlar ise tüp satışımızı teşvik ettikleri için ürün yelpazemizde önemli yer teşkil ediyorlar. Özellikle palmiye sobalar, bizim için itibar açısından da değer taşıyor. Dolayısıyla cihaz yatırımlarına da önem veriyoruz.

Ferda Erginoğlu'yla hayata dair...

İş dışında kalan vaktinizi nasıl değerlendiriyorsunuz?

11 yaşındaki oğlumla vakit geçirmek hayatımda önemli bir yer alıyor. Sinema ilgi alanım. Televizyon seyretmiyorum ama hafta sonları muhakkak eşimle sinemaya gideriz. Sinema konusunda tercihlerimiz farklıdır: O Avrupa sinemasını tercih ediyor, bense Amerikan yapımı filmleri ve savaş filmlerini... Buna rağmen sinemaya gitmek konusunda birbirimize eşlik ediyoruz. Türk sineması deyince Nuri Bilge Ceylan'ı ayrı bir yere koyarım. Oğlumuzla da sinemaya gideriz.

Bir de kitap okumaya çalışıyorum, gazete ve dergileri muhakkak takip ederim. İlgimi çeken bir diğer aktivite ise; Bağdat Caddesi'nde yürümek... Bu, be-

nim için bir hobi, diyebilirim. Hobim diyebileceğim başka bir konu ise seyahat etmek. Seyahat etmeyi ailece seviyoruz.

Bugüne kadar seyahat ettiğiniz yerlerden sizi en çok etkileyeni neresi?

İtalya'daki Como Gölü, diyebilirim. Doğası çok güzel. Bir de Gaziantep'i çok beğenmişim. Orada Zeugma Mozaik Müzesi'ne gitmiştik. Türkiye'nin en büyük hayvanat bahçesi de Gaziantep'te. Yemekleri saymıyorum bile!

Okularımıza kitap öneriniz var mı?

Dünyadaki dengeleri ve ülkemizi anlamak isteyenlere Daron Acemoğlu ve James Robinson'ın birlikte kaleme aldığı "Ulusların Düşüşü" (Why Nations Fail).

2015: Aygaz'ın **yüksek performans** yılı

Başarılı bir yılı daha geride bırakan Aygaz'ın 55. Olağan Genel Kurul Toplantısı 4 Nisan'da gerçekleştirildi.

Aygaz'ın 55. Olağan Genel Kurul Toplantısı, Zincirlikuyu'daki Genel Müdürlük binasında 4 Nisan'da gerçekleştirildi. Genel Kurul'da Aygaz'ın 2015 yılı mali tabloları onaylanarak, Yönetim Kurulu Üyeleri ve Denetçiler ibra edildi. Toplantıda, Aygaz'ın 2015 yılı konsolide ciro-sununun 6,4 milyar TL olarak gerçekleştiği açıklandı. Konsolide mali tablolarına göre 2015 yılı net kârı 418 milyon TL olan Aygaz'ın, hissedarlarına 315 milyon TL brüt nakit temettü dağıtmasına karar verildi.



55. Genel Kurul Toplantısı'nda yapılan oylamada, Aygaz Yönetim Kurulu üyeliklerine Rahmi M. Koç, Ömer M. Koç, Alexandre François Julien Picciotto, Dr. Bülent Bulgurlu, Levent Çakıroğlu ve Yağız Eyüboğlu; Bağımsız Yönetim Kurulu Üyeliklerine ise Ayşe Canan Ediboğlu, Tunç Uluğ ve Mansur Özgün seçildi.

Aygaz Genel Müdürü Gökhan Tezel, konuşmasında; 2016 yılının başında kaybettiğimiz Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç'un koyduğu hedeflerin ve hayallerin izinden azim ve kararlılıkla yürüyeceklerini dile getirdi. 2015 yılında uluslararası piyasalarda ve

Türkiye'de Aygaz'ın temel faaliyet alanlarını doğrudan etkileyen birçok değişim gerçekleştiğini belirten Tezel, şunları söyledi: "Aygaz olarak 2015 yılında riskleri minimize ederken fırsatları en iyi şekilde değerlendirdik; böylece ülkemiz ve tüm paydaşlarımız için kalıcı değerler üreterek başarılı bir yılı daha geride bıraktık. Sürdürülebilir büyüme perspektifiyle çalışmalarımızı hız kesmeden sürdürdüğümüz 2015 yılında, finansal ve operasyonel göstergelerimizin hemen tümünde başarılı bir performans sergiledik. Kuruluşumuzdan bu yana pazardaki öncü ve lider konumumuzu korurken gücümüzü başta müşterilerimiz, bayilerimiz, çalışanlarımız, tedarikçilerimiz ve hissedarlarımız olmak üzere tüm paydaşlarımızın yarattığı sinerjiden alıyoruz."



Aygaz Dönüşümcü Kulübü üyeleri bir araya geldi

Aygaz Dönüşümcü Kulübü üyeleri geçtiğimiz Mart ayında İstanbul ile İzmir’de düzenlenen toplantılarda bir araya geldiler ve otagaz sektörü hakkında bilgi edindiler.

Aygaz Dönüşümcü Kulübü; dönüşüm firmalarıyla iletişimi artırmak, firmaların Aygaz markasıyla olan bağlarını güçlendirmek, sektörü ve firmaları faaliyetleri hakkında bilgilendirmek hedefiyle çalışmalarına devam ediyor. Bu doğrultuda düzenlenen toplantılara, Dönüşümcü Kulübü üyeleri yoğun ilgi gösteriyor. Mart ayında Trakya ve Marmara Bölgesi’ndeki dönüşümcülere yönelik olarak İstanbul’da; Ege Bölgesi’ndeki dönüşümcülere yönelik olarak da İzmir’de iki toplantı gerçekleştirildi.

Toplantılara üyelerden yoğun ilgi

9 Mart’ta Fenerbahçe Faruk Ilgaz Tesisleri’nde düzenlenen toplantıya Trakya ve Marmara Bölgesi’nden 120 Aygaz Dönüşümcü Kulübü üyesi, 23 Mart’ta İzmir Wyndham Hotel’de gerçekleştirilen Dönüşümcü Kulübü toplantısına ise 90 kişi katıldı. Toplantıda Aygaz üst yöneticileri, müdürler, pazarlama ekibi, bölge satış yetkilileri ve ve Opet Fuchs Distribütör Satışlar Müdürü de hazır bulundular.

Sunumlarla bilgilendirme

Toplantılarda Aygaz Dönüşümcü Kulübü üyeleri için dünya ve Türki-



ye otagaz sektöründeki gelişmeler, Aygaz’ın otagaz pazarındaki konumu ve Dönüşümcü Kulübü faaliyetleriyle ilgili sunumlar gerçekleştirildi. Opet Fuchs Distribütör Satışlar Müdürü de katılımcıları LPG’li araçlara özel Opet Fuchs

madeni yağlarıyla ilgili bilgilendirerek dönüşüm firmalarıyla yapılabilecek iş birliği konusunda detayları anlattı. Sunumların ardından yemek eşliğinde dönüşüm firmalarının yetkililerinin soruları yanıtlandı.



Önümüzdeki beş yıl mercek altında

Aygaz Grubu müdür ve yöneticileri, grup çalışmaları ve atölyelerle renklendirilmiş Stratejik Plan Hazırlık Toplantısı'nda bir araya gelerek Aygaz'ın önümüzdeki beş yıl için hedef ve planlarını belirlediler.

Aygaz Grubu müdür ve yöneticileri, geçtiğimiz yılın sonuçlarını değerlendirmek, önümüzdeki beş yılın hedef ve planlarını belirlemek üzere Stratejik Plan Hazırlık Toplantısı'nda bir araya geldiler. 29 ve 30 Nisan'da Tuzla Radisson Blu Otel'de gerçekleştirilen toplantıya Koç Holding Enerji Grubu Başkanı Yağız Eyüboğlu da katıldı. Eğitimci ve danışman Mehmet Kocabaş'ın moderatör, karikatürist Erdil Yaşaroğlu'nun konuk konuşmacı olarak hazır bulunduğu toplantının açılış konuşmasını Aygaz Genel Müdürü Gökhan Tezel yaptı. Yağız Eyüboğlu ise konuşmasında,



dünya enerji sektöründeki gelişmeler ışığında Koç Enerji Grubu'nun faaliyetlerinden ve hedeflerinden bahsetti. LPG sektörüyle ilgili önümüzdeki döneme dair öngörülerini dile getirdi.

'Kutunun dışında' düşünmek

Konuşmasına "Önümüzdeki beş yılın stratejik planını hazırlamaya başlarken sizlerin aklından, fikrinden beslenmek, Aygaz'ı görmek istediğiniz yeri duymak" diye toplantının amacını özetleyerek başlayan Gökhan Tezel; "2015; çok özel, dikkat çekici bir yıl oldu. Enerji sektöründeki değişim tüm dünyada ivme kazandı. Bu süreci doğru okumak ve değişimin yansımalarını etkin önlemlerle yönetmek çok önemliydi." diye devam etti ve Aygaz'ın geçtiğimiz yıl öne çıkan başarılarını sıraladı.

İnovasyon programının başlatılması, dağıtılan temettü oranı, insan kaynağını güçlendirmek adına yapılan verimli çalışmalar, hem

Aygaz'ın stratejik öncelikleri, otogazda ürün çeşitliliğini ve yeni otogaz istasyonlarıyla pazar penetrasyonunu artırmak; tüpgazda kırsal alandaki büyüme potansiyelini değerlendirmek; yurt içi ve yurt dışında yeni satın alma, birleşme ve yatırım fırsatlarını gözeterek kârlılık düzeyi yüksek fırsatları değerlendirmektir.



Karikatürist Erdil Yaşaroğlu; düşünme biçimi, gözlemler, fikir-espri-çizgi aşamaları üzerinden mizahın gücünü ve etkisini anlattı. Konuşmasını kişisel kariyer yolculuğu, hikayeleri ve sunumunda yer alan karikatürleriyle renklendirdi.



Türkiye’de hem de yurt dışındaki potansiyel pazarlarda proje geliştirmek üzere yapılan hazırlıklar, paydaşların Aygaz’la ilgili algısı ve kurumun itibarı üzerine yürütülen araştırma sonuçları, yeni iletişim stratejileri ile bilinen, konuşulan marka olma odağında gerçekleştirilen uygulamalar bunlardan bazılarıydı. Gökhan Tezel, “Başarımızın sürdürülebilir olması için kişisel ve şirket olarak gelişmemiz önemli.” diyerek çalışanların Aygaz’ın en değerli kaynağı olduğuna dikkat çekti ve tüm Aygazlıları “kutunun dışında” düşünmeye davet etti.

Aygaz’ın hedefinin LPG pazarındaki lider konumunu koruyup mevcut iştirak portföyünü geliştirerek güçlendirmek ve büyümek olduğunu vurgulayan Gökhan Tezel, Aygaz’ın stratejik önceliklerinin otogazda ürün çeşitliliği ve yenilikçi yaklaşımı koruyarak, yeni otogaz istasyonlarıyla pazar penetrasyonunu artırmak; tüpgazda

kırsal alandaki büyüme potansiyelini değerlendirerek, yurt içi ve yurt dışında yeni satın alma, birleşme ve yatırım fırsatlarını gözetererek, kârlılık düzeyi yüksek fırsatları değerlendirerek, hedefleri tek tek gerçekleştirmek olduğunu belirtti. Gökhan Tezel’in konuşmasının ardından, mikrofonu alan konuk konuşmacılar, sırayla katılımcılara hem eğlenceli hem de yaratıcı düşünmeye sevk eden konuşmalarla hitap ettiler.

Sponsorlar eşliğinde grup çalışmaları

Öğleden sonra Mehmet Kocabaş koordinatörlüğünde kurumsal sosyal sorumluluk, dijitalleşme, inovasyon ve verimlilik üzerine dört farklı konuda grup çalışması yapıldı. Üst Yönetim de çalışma gruplarına sponsor olarak destek verdi. Çalışmanın sonunda ortaya çıkan fikirler tüm katılımcılara sunuldu. Toplantının ilk günü, serbest gündemli sohbet ve birlikte yenilen yemekle son buldu.



İkinci gün; nefes teknikleri, doğaçlama ve şirket astrolojisi konularında atölyeler düzenlendi. Katılımcılar; Nefes Teknikleri Atölyesi'nde, doğru nefes alma ve verme tekniklerini öğrendiler; Doğaçlama Atölyesi'nde benliklerine doğru eğlenceli bir yolculuğa çıktılar; Astroloji Atölyesi'nde kurumsal performansa astroloji odağında ışık tuttular.

Atölye çalışmaları

İkinci gün, katılımcılar; nefes teknikleri, doğaçlama ve şirket astrolojisi konularında düzenlenen atölyelere katıldılar. Nefesin önemini ortaya koyan Nefes Teknikleri Atölyesi'nde, doğru nefes alma ve verme tekniklerinin öğrenilmesi hedeflendi. Doğaçlama Atölyesi'nde katılımcılar, vücutlarıyla ilgili farkındalık oluşturmanın yanı sıra gerçek hislerine ve benliklerine doğru eğlenceli bir yolculuğa çıktılar. Aygaz'ın astrolojik haritasını konu edinen Astroloji Atölyesi; kişisel kariyer, kurumsal performans ve proje yönetimi gibi konulara astroloji odağında ışık tuttu. İki güne yayılan ve verimli bir şekilde gerçekleştirilen toplantı, otelin bahçesinde yapılan barbeküyle son buldu.



BizBize

etkinliklerinin ilk konuğu; Şener Şen

Aygaz, BizBize Söyleşi etkinlikleri kapsamında 16 Şubat'ta Şener Şen'i ağırladı. Usta oyuncu, Aygaz çalışanlarıyla sıcak bir sohbet gerçekleştirdi.



Yıl boyunca değişik konu ve konukları Aygaz çalışanlarıyla buluşturacak BizBize etkinliklerinin ilki olan BizBize Söyleşi, 16 Şubat'ta Tofaş Konferans Salonu'nda yapıldı. Etkinliklerin ilk konuğu, Aygaz Otogaz'ın "Türkiye Yola Aygaz'la Çıkıyor" başlıklı kampanyasının reklam yüzü, usta oyuncu Şener Şen oldu. BizBize Söyleşi etkinliği, Aygaz'ın 45. yılı kapsamında çekilen yine Şener Şen'in yer aldığı reklam filmi serisiyle başladı. Ardından söyleşiyi gerçekleştirmek üzere Şener Şen, Aygaz Pazar-

lama Direktörü Ercüment Polat ve reklam çekimini gerçekleştiren TBWA\İSTANBUL'un Kreatif Direktörü Volkan Karakaşoğlu sahnedeki yerlerini aldılar.

Aygazlılarla sıcak sohbet

Şener Şen sözlerine merhum Mustafa V. Koç'un vefatı nedeniyle Koç Ailesi'ne ve Koç Topluluğu'na başsağlığı dileyerek başladı. Daha sonra çocukluğuyla ilgili anekdotlar aktaran usta oyuncu şunları söyledi: "1941, Adana doğumluyum. İkinci cihan harbi doğdu-

ğum sırada devam ediyordu. O dönem gerçekten savaşın bütün etkileri Türkiye'de de vardı. Yokluk, darlık, zorluk dönemleriydi. Dokuz yaşıma kadar Adana'da geçirdim çocukluğumu. Babam bildiğiniz gibi sinema oyuncusu, Ali Şen; marangozdu esasen. Tiyatro oyunları için marangoz olarak dekor yapıyordu. O zaman oyuncular kasap, manav, bakkaldı. Onları görünce babam da hevesleniyor. O da oyuncular arasına katılıyor." Çocukluk yıllarını kısaca anlatmasının ardından Şener Şen,



Aygaz ve Tofaş çalışanları tarafından kendisine yöneltilen soruları yanıtladı.

'Uğraşmadığım iş kalmadı'

Şener Şen'e gelen ilk soru "Oyuncu olmanızda babanızın etkisi var mı?" oldu. Şener Şen bu soruyu şöyle yanıtladı: "Model oluşturmuştur tabii. Erkek çocuk ve baba arasında hep bir rekabet vardır ya; babası gibi olmak ister, ona özenir erkek çocukları. Ama bizim zamanımızda kişiliğimizi ifade edecek ortam yoktu çünkü konuşmak yasaktı. Yani biz erkek kardeşimle beraber ikimiz hiç konuşmazdık. Bir de konuşmuyoruz diye övgü alırdık." 1950'li yıllarda Adana'dan İstanbul'a göç etmeleriyle birlikte uzun süren eğitim hayatını anlatan oyuncu, öğretmenlik mesleğine nasıl adım attığını da şöyle dile getirdi: "Akşam lisesine devam ederken çeşitli işler yaptım. Fabrika işçiliği, işportacılık, şoförlük,

pazarcılık; uğraşmadığım iş kalmadı. O sıralar beni hayata bağlayan tek önemli hobi, tiyatroydu. Zeytinburnu'nda herkes kahvelere giderken, çocuklar mahallede top koştururken, ben sadece banliyö trenine binerdim, oradan Beyoğlu'na gelir ne kadar oyun varsa seyrederdim. Yani delikanlılığım tiyatro seyretmekle geçti. O za-

manlar öğretmen açığı vardı. Ben hayatımda ilk defa ders çalıştığımı hatırlıyorum. O vesileyle öğretmen oldum. İzmit'in bir köyüne tayin oldum. Bir süre sonra da Muş'a gittim. Oralarda iki buçuk yıl kadar kaldıktan sonra da oyuncu olsam daha iyi olur, diye karar verip istifa ettim. Amatör olarak tiyatroya başladım. Ama sinema yoktu hesapta."





Şener Şen: '55 yıllık Aygaz ve tecrübeli bir reklam ajansı olan TBWA\İSTANBUL hoş bir şekilde bir araya gelince ortaya iyi bir iş çıktı. İki de köklü firmalar, ilkeleri var, bildikleri yoldan dönmüyorlar, taviz vermiyorlar.'

Önce figüranlık

Şener Şen, dinleyicilere amatör tiyatro hayatına yevmiyeyle çalışarak ve kahvede oturan adamı oynayarak, sinemaya da sözsüz rollerle figüranlık ederek; asıl oyunculuğa ise "Hababam Sınıfı" filmlerindeki Badi Ekrem rolüyle başladığını anlattı. Şen, oynadığı tüm rolleri severek icra ettiğini söyledi: "Mesela 'Eşkîya'yı biz çok severek yaptık. Ama ortalığı bu kadar karıştıracağımızı bilemedik. O dönemde izlenme rekoru 250 ila 400 bin civarındaydı. İlk defa 'Eşkîya' filminde 2 milyon 750 bin rakamına ulaştık Türk sinemasında. O bizi olumlu anlamda çok şaşırttı. Şevket Altuğ'la yaptığımız 'Gölge Oyunu' vardır; çok az gösterildi. Biz o filmi de çok sevmiştik ama seyirci o kadar sevmedi."

Anılarını yazacak

Beyaz camda ve beyaz perdede sık görülmemesinin sebebinin seçiciliğinden kaynaklandığını belirten Şener Şen, önceliğinin yaptığı

işten mutluluk duymak olduğunu söyleyerek güzel işlerle beslenmek ve hayatı kolaylaştırmak gerektiğini hatırlattı. Daha sonra; sevenlerinden, Aygaz Otogaz'ın reklam filmiyle usta oyuncuya olan hasretini giderdikleriyle ilgili yorumlar aldığını söyledi. Dinleyicilerden gelen sorular üzerine, anılarını yazmak gibi bir projesi olduğunu da ifade eden Şen; tecrübelerinden faydalanmak isteyenler olabileceğini göz önünde bulundurarak anılarını detaylı olarak yazmayı düşündüğünü söyledi.

Aygaz, köklü bir firma

Şener Şen sözlerini bitirmeden önce Aygaz Pazarlama Direktörü Ercüment Polat, oyuncunun Aygaz'ın hem 45. yılında çekilen reklam filminde hem de 55. yıla denk gelen Aygaz Otogaz reklamında rol aldığını hatırlattı. Şener Şen, Ercüment Polat'ın "10 yıl sonra Aygaz'la yeniden bir araya gelmek sizde nasıl bir his uyandırdı?" sorusunu şöyle yanıtladı: "Bu ülkenin





insanlarız, bu ülkeyle ilgili her türlü gelişim, teknoloji, kolaylık; sıradan bir vatandaş olarak beni de mutlu eder. Türk sanayisinde Koç Topluluğu öncü. Birçok ilki de yapan Koç Topluluğu. Bu övünç verici. Diğer yandan benim için senaryo seçiminin matematik ölçüsü yok. Ben daha çok reklam dizilerinde oynadım daha önce. Volkan (Karakışoğlu) bahsettiğinde bir görevim, dedim. 55 yıllık Aygaz'la tecrübeli bir reklam ajansı olan TBWA\İSTANBUL hoş bir şekilde bir araya gelince ortaya iyi bir iş çıktı. İkisi de köklü firmalar, ilkeleri var, bildikleri yoldan dönmüyorlar, taviz vermiyorlar. O yüzden bu projeyi kabul ettim.”

İki saat süren söyleşide Aygaz ve Tofaş çalışanlarının yoğun ilgisiyle karşılaşan Şener Şen, salondan ayrılmadan önce çalışanlarla birlikte fotoğraf çekti.



Hep birlikte geleceğe uzanıyoruz

Aygaz; 55. yılında önce Trabzon'da Karadeniz ve Erzurum Bölge'den, daha sonra Nevşehir'de Orta Anadolu ve Çukurova Bölge'den tüpgaz bayileriyle bir araya geldi.

Bayileriyle fikir alışverişinde bulunmak ve iletişimini daha da güçlendirmek için çalışmalarını sürdüren Aygaz, "Hep birlikte geleceğe uzanıyoruz" sloganıyla Trabzon ve Nevşehir'de bölgesel bayi toplantıları düzenledi. İlk toplantı 3-4 Mayıs tarihlerinde Ramada Plaza Trabzon'da gerçekleştirildi. Toplantıya Karadeniz ve Erzurum Bölge'den 155 bayi katıldı. İkinci toplantı ise Kapadokya'da Double Tree by Hilton Hotel'de yapıldı. Orta Anadolu ve Çukurova Bölge Müdürlükleri'ne bağlı 170 bayinin katılım sağladığı toplantı, 31 Mayıs-1 Haziran tarihleri arasında düzenlendi.

Her iki toplantı organizasyonu için de ilk gün öğleden sonra otellere giriş gerçekleştirildi. Bayiler ilk gün, seyahat yorgunluklarını attıkları serbest zamanın ardından akşam yemeği için bir araya geldiler. Gala yemeğinden sonra Aygaz'ın 55. yılını kutlamak amacıyla pasta kesildi, Genel Müdür Gökhan Tezel, "Aygaz ekibi olarak sizinle bir arada bulunmak bizim için bir keyif. Ümit ediyorum keyifli ve bizim açımızdan başarılı bir toplantı yapacağız." dedi.

Bayilerin başarıya katkısı büyük

Toplantının ilk bölümünde, Aygaz'ın operasyonunu ve tesislerini anlatan kısa bir film gösterildi. Program, Gökhan Tezel'in sunumuyla devam etti. Gökhan Tezel konuşmasına şöyle başladı: "Aygaz 55 yıldır Koç Topluluğu'nun en çok önem verdiği şirketlerinden biri oldu. Enerji Grubu'nun ilk şirketi olduğu için de ayrı bir önemi var. 55 yıllık yolculuğun bugünlere gelmesinde çok büyük katkınız var. 4.000'e yakın bayimiz olmasaydı Aygaz'ın bugünlere gelmesi, 55. yılını bu şekilde kutlaması mümkün olmayacaktı. Bu kapsamda hepimize tekrar





Nevehir

teşekkür ediyorum. Bu teşekkür sadece kendi adıma değil, aynı zamanda Yönetim Kurulu Başkanımız, Enerji Grubu Başkanımız ve Koç Topluluğu adına.” Tezel, sunumundan önce merhum Mustafa V. Koç’un bayilerle vakit geçirmeye, gittiği yerlerde fırsat buldukça bayileri ziyaret etmeye çok önem verdiğini hatırlatıp Mustafa Koç’u rahmet ve saygıyla andı.

Dünden bugüne sektörün lideri Aygaz

Gökhan Tezel sunumuna, LPG’nin halihazırda ki konumunu anlatarak devam etti. “Dünyadaki LPG sektörünün gidişinin uzun vadede Türkiye’deki sürece de bir yol göstermesi kaçınılmaz. 2015 verilerine göre dünyadaki LPG üretimi ve tüketimi büyümeye devam ediyor. Bugün, yıllık 275 milyon ton seviyesinde olan LPG tüketiminin yaklaşık yarısını evsel LPG kullanımı oluşturuyor; bunun da aşağı yukarı tamamına yakını tüpgaz. Tüpün dışında otogaz da biliyorsunuz büyümeye devam ediyor; kimya ve endüstri alanında da dünyada LPG tüketimi sürekli artıyor. Türkiye’de halihazırda 4,1 milyon ton LPG tüketimi söz konusu, ülkemiz dördüncü büyük pazar konumunda.” Tüp tüketiminin Türkiye’de daralan bir pazar olduğunu ancak 2015’te bu durumun tam tersi bir yönelim gösterdiğini belirten Tezel, LPG pazarının büyüklüğü hakkında bayileri bilgilendirdi.

Aygaz’ın kuruluşundan bu yana sektördeki liderliğini vurgulayan Gökhan Tezel, her zaman Türkiye’nin en vizyoner LPG şirketi olduklarını ve bu konumlarını perçinleyerek



Gökhan Tezel: ‘Müşteri beklentisi artık oldukça yüksek. Şartlar çok hızlı değişiyor; biz de bu değişime uyum sağlamak, kendimizi sürekli yenilemek zorundayız.’





Soru cevap bölümünde Aygaz Üst Yönetimi tarafından sorular yanıtlandı, bayilerden gelen önerilerin çözümcü şekilde dikkate alınacağı belirtildi.



devam ettirdiklerini dile getirdi. Tezel, Aygaz'ın denizcilik, lojistik ve Ar-Ge alanındaki faaliyetlerini detaylı olarak anlattıktan sonra bayilerin satışlarını artırmalarını göz önünde bulundurarak piyasaya sundukları Pürsu'nun satışlarının her yıl katlanarak büyüdüğünü belirtti. Gökhan Tezel; Aygaz'ın aldığı ödüllerden, elde ettiği başarılarından ve yaptığı yatırımlardan da bahsetti.

Aygaz'ın müşteriye ulaşan başının Aygaz Servis Görevlileri (ASG) olduğunun altını çizen Gökhan Tezel, ASG'lerin tutum ve davranışlarının önemini dile getirirken, "Şartlar çok hızlı değişiyor; biz de bu değişime uyum sağlamak, kendimizi sürekli yenilemek zorundayız. Müşteri beklentisi artık oldukça yüksek, çünkü her türlü bilgiye ulaşmak çok kolay.

Dolayısıyla zamanında teslimat, doğru fiyat uygulaması çok önemli. Herkes tütün fiyatının ne olduğunu biliyor. Bir bayimiz ya da ASG'miz anons edilenin üzerine bir fiyat telaffuz ettiği zaman bu direkt olarak bize yansıyor. Bu konuya çok daha fazla eğilmek zorundayız." dedi. Gökhan Tezel sözlerini tamamlarken bayilerin sivil toplum kuruluşlarında etkin olmaları gerekliliğinin olumlu sonuçlar sağladığını hatırlattı.

Toplam 1,15 milyon ton satış hacmi

Toplantıda sunum yapan ikinci konuşmacı Aygaz Satış Genel Müdür Yardımcısı Fikret Coşar oldu. Coşar, bayilerle; Aygaz'ın bayi ağı sayesinde ulaştığı 1,15 milyon tonluk toplam satış hacmini, LPG sektöründeki gelişmeleri, Aygaz Tüpgaz'ın Türkiye'deki ve katılımcı bayilerin böl-

gelerindeki pazar paylarını paylaştı. Fikret Coşar konuşmasını Aygaz'ın bayileriyle, çalışanlarıyla, müşterisiyle, ürünleriyle birlikte geleceğe başarılı bir şekilde uzandığını söyleyerek tamamladı.

'Mutlu müşteriler, en büyük ödülümüz'

Aygaz Pazarlama Direktörü Ercüment Polat ise müşteri beklentilerinden bahsederek sunumuna başladı. Polat, yerel kampanyaların etkisinin yanı sıra Aygaz'ın başarısının gizli kahramanları olan ASG'ler için yaptıkları bağlılık ve motivasyon çalışmalarından bahsetti. Ercüment Polat, teknolojinin hızlı gelişimine ayak uydurmak gerektiğini vurguladıktan sonra Aygaz'ın dijital ortamdaki faaliyetlerini de anlattı. Polat konuşmasını

Trabzon





Bölgesel bayi toplantıları, iç iletişimi artırırken bölgelere özel konuları dile getirmek için eşsiz bir fırsat oldu.

tamamlarken “Mutlu müşteriler, en büyük ödülümüz.” dedi.

Tüp Barkod Projesi uygulamada

Son konuşmacı Aygaz Teknik ve Yatırımlar Genel Müdür Yardımcısı Ali Kızılkaya da tüplerin dolum sürecini, yıkama-kurutma-boyama uygulamalarını, TBK değişiminin nasıl yapıldığını, otomatik dolunun gerçekleştirilme aşamalarını, dara kontrolünün sağlanmasını, kaçak kontrol makinelerinin işleme mekanizmasını, boğaz lastiği değişiminin neden önemli olduğunu ve tüplere hologram kapak ile sleeve takılması gibi teknik konuları bayilerle paylaştı. Ali Kızılkaya konuşmasının sonunda, bayileri kaçak dolumları önlemek amacıyla geliştirilen Tüp Barkod Projesi hakkında bilgilendirerek projeye pilot tesis olarak seçtikleri Işıkkent'te başladıklarını, projeyi Aliağa ile Isparta tesislerinde uygulamaya aldıklarını ve Mart sonu itibarıyla 1.450.000 tüpün barkodlandığını söyledi.

Yavuz Seçkin taklitlerle sahnede

Sunumlar sona erdikten sonra verilen molanın ardından tekrar salonda toplanan bayiler, sahnede konuk konuşmacı olarak Yavuz Seçkin'i buldular. Oyuncuyu yaptığı taklitlerle tanıyan bayiler, Seçkin'le bol bol selfie çektiler. Seçkin, bayilerin yakınlarına da taklitlerle telefon şakaları yaptı. Gösteri boyunca eğlenceli anılarını paylaşan Yavuz Seçkin, performansı ile katılımcılara kahkaha dolu anlar yaşattı.

Bayilerin nabzı tutuldu

Bayilerin dile getirdiği sorunlarla ilgili sorularının yanıtlandığı soru cevap kısmında Genel Müdür Gökhan Tezel, Mali İşler Genel Müdür Yardımcısı Ferda Erginoğlu, Satış Genel Müdür Yardımcısı Fikret Coşar, Aygaz Teknik ve Yatırımlar Genel Müdür Yardımcısı Ali Kızılkaya, Pazarlama Direktörü Ercüment Polat ile

Tüpgaz Satış Direktörü Özgür A. Yıldırım hazır bulundular. Bayilerin nabzını tutan bu bölümde bayilerden, yerel kampanyaların ülke çapında yaygınlaştırılması gibi öneriler de geldi. Soru cevap kısmı son bulurken Gökhan Tezel, sorun ve önerilerin çözümcü bir yaklaşımla göz önünde bulundurulacağını belirtti. Bölgelerden gelen hediyelerin takdimi yapıldıktan sonra öğle yemeğine geçildi.

Toplantılar iki gün sürdü

Trabzon'da toplantının ardından planlanan Uzungöl gezisi hava muhalefeti sebebiyle yapılamadı. Nevşehir'deki toplantı ise Kapadokya gezisiyle son buldu. Bayiler, bu tür toplantıların iç iletişimi artırdığının ve bölge müdürlüklerine özel konuları dile getirmek için eşsiz bir fırsat olduğunun bilinciyile bir sonraki toplantıda bir araya gelmek üzere vedalaştılar.



Bayilerden izlenimler



Aygaz ruhumuza işledi

Ünal Kavasoglu (Rize/Ardeşen)

Kavasoglu Ticaret Şükran Kavasoglu-Faik Ünal Kavasoglu Adi Ortakligi

1970'te rahmetli babamla amcamın üstlendiği Aygaz bayiliğini 1985'te devraldım. Bölge Müdürlerimizden hepsiyle diyalogumuz iyidir. **Burada bayağı eski olduğumuz için, müşteriler Aygaz'ı nasıl tanıyorlarsa bizi de öyle tanıyorlar.** Babam ve amcam, müşterilerimizde hep böyle intiba bırakmışlar. Biz de bunu aynı şekilde devam ettiriyoruz. Bu iş artık ruhumuza işledi. Nasıl ki Aygaz bir markaysa, biz de bayi olarak Ardeşen'in markasıyız. Trabzon'da yapılan bayi toplantısı çok güzel geçti. Toplantının bölgesel yapılması daha iyi oldu. İki toplantı arasında geçen zaman uzun olduğu için sıkıntılarımızı konuştuk. Gökhan Bey'le ve diğer üst düzey yöneticilerle tanıştık. Çok samimi ve sıcak bir ortam oluştu. 1978'de, henüz öğrenciyken babam beni bir bayi toplantısına göndermişti. Tarabya'daki bayi toplantısı sayesinde hem ilk kez İstanbul'u görmüşüm hem de Vehbi Koç'la tanışmıştım. Benim için değişik bir anıydı. Bu vesileyle Vehbi Koç'u ve Mustafa Koç'u rahmetle anıyorum.

Aygaz, aile demek

Ahmet Ekmekçi (Samsun/Terme)

Ekmekçiler Kollektif Şirketi-Muharrem ve Ahmet Ekmekçi

Trabzon'da yapılan bayi toplantısında bir araya geldik. Ayrıca henüz tanışmadığımız yeni Genel Müdürümüz ve Genel Müdür Yardımcımızla yüz yüze gelme fırsatı yakaladık. Terme'de babamın 1969'da başlattığı Aygaz bayiliğini 47 senedir yürütüyoruz. Ünye'dekiyle beraber iki bayimizde de her bir müşteriyle bir araya gelip teker teker ilgileniyoruz. Saha Yöneticimizle ve Bölge Müdürümüzle irtibat halindeyiz. Birlikte kaçak dolularla ilgili tespitler yapıyor, faaliyetlerimizi verimli hale getirmek için fikir alışverişinde bulunuyoruz. **Bugün üçüncü kuşağa tüp sattığımız bayimizde müşterilerimizin güvenle girip çıktıkları bu mağaza, onlar için bir yaşam merkezi gibi.** Bu yüzden benim için Aygaz, aile demek. İstikrarını korumasıyla, güvenilirliğiyle, kaliteli hizmetle Aygaz lider bir firma.



Bayi toplantıları heyecan veriyor

Bilgehan Aksoy (Hatay/Dörtöyl)

Akka Dayanıklı Tüketim Gıda ve Tarım Ürünleri Otomotiv Nakliyat Pazarlama Ticaret Limited Şirketi

1997'den beri Aygaz bayisiyim. **İlk günlerden itibaren kendimi bu ailenin bir parçası gibi hissediyorum.** Bayi toplantısı olduğunu duyunca bütün işlerimi bırakıp geldim. Burada hem üst düzey yöneticilerle hem de diğer bayilerle bir araya gelmek bizi heyecanlandırıyor. Dolayısıyla temenim, bayi toplantılarının daha sık düzenlenmesi. Yıllardır bayilik yaptığım için birçok anı biriktirdim. Sene 1998'di sanırım; bir gün aracımız dolundan geldi. Ben çok titiz olduğum için tüpleri yıkamaya başladım. O sırada gelen yaşlı bir müşteri "Şunu iyice sabunla yıkayıp acil olarak evime gönderir misin?" dedi. Ben de oyalandığı için servis elemanıma kızıp aceleyle tüpü gönderdim. Çocuk geri geldiğinde müşterinin evinde yedi tüp daha olduğunu söyledi. Meğer evdeki tüp sayısı sekizden aşağı düşünce kendisi rahatsız oluyormuş!



Samimiyet ön plandaydı

Şaban Kaya (Samsun/Atakum)

Güzelkaya Kollektif Şirketi-Şaban Kaya ve Ortağı

Trabzon'da yapılan bayi toplantısı gayet güzel geçti. Yeni Genel Müdürümüzün bizlerle fotoğraf çektirmesi kadar hoş bir şey yoktu. Bu sıcak ortam bizleri gururlandırdı. Ortaklarından olduğum şirketimizde ikinci nesil olarak, 1992'den beri bayilik yapıyorum. Aygaz'la problemsiz, gayet güzel bir ilişkimiz var. Müşterilerin de Aygaz'a bakış açısı oldukça iyi. **Birbirinden güzel anılar ve hoş sohbetler biriktirdiğimiz Aygaz, kalitesi ve markasıyla rakiplerinden ayrılıyor.**

Bayilerden izlenimler



Kurumsal adımlar atıyoruz

İbrahim Sedat Dilek (Konya/Karatay)

Firuze Petrol Ürünleri Turizm Nakliye ve Elektrikli Ev Aletleri Pazarlama Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi

Aygaz bayiliğinde 27 yıla yaklaştık. Şimdiye kadar yapılan bayi toplantılarını hiç aksatmadığımı söyleyebilirim. Aygaz'ı işlerini ciddiyetle yapan bir kurum olarak tanıdığımız için biz de bayimizde attığımız her adımda kurumsal kararlar almaya özen gösteriyoruz. Sonuç olarak müşteri memnuniyeti, ürün kalitesinin yanı sıra hizmetle de alakalı. Aygaz'ın güvenilir marka imajıyla müşteriye sattığımız ürünün arkasında durabiliyoruz. **İkinci evim olarak gördüğüm Aygaz'a büyük bir bağlılık duyuyorum.**



Bayrağı yukarıya taşıyoruz

Zekai Emre (Hatay/İskenderun)

Damla Termik ve Petrol Enerji Taahhüt Ticaret Limited Şirketi

1992'de Aygaz bayiliği alan babam rahmetli olduktan sonra bayrağı ben devraldım. İnşallah benden sonra da çocuklarım devralacak. **İşinizi saygı ve dürüstlük çerçevesinde yapıyorsanız Aygaz sizin için vazgeçilmez hale geliyor.** Şimdiye dek tamamına katıldığım bayi toplantılarının motivasyon açısından çok güzel bir etki sağladığını düşünüyorum. Bunlar bizim için birer aile toplantısı gibi. Çünkü biz büyük Aygaz ailesiyiz. Hiç unutmuyorum; bir kış günü telefon geldi: "Bir oğlun oldu." diye. Ben ise o esnada eşimin yanında değil, dolmuş tesisindeydim. Bizim için müşterilere sunduğumuz hizmet her şeyden önce geliyor. Türkiye'nin enerji ihtiyacını karşılayan bu büyük markayla daha nice yıllara...

Gücümüzü Aygaz'dan alıyoruz

Vehbi Özmen (Tokat/Pazar)

Pazar Ticaret

Her yönüyle müşterilerini cezbeden Aygaz'la yolumuz üç buçuk yıl önce kesişti. Bölge Müdürümüz, Satış Müdürümüz ve Saha Yöneticilerimiz birer abi, birer baba gibiler. Bayi toplantıları sayesinde Tokat'taki tüm bayilerin yanı sıra çevre illerden de yeni insanlar tanıdım. Aygaz'ın güvenilir ve kaliteli bir marka olduğu, şahit gerektirmeyen bir gerçek. Bunu müşterilerimize öyle biçimde sunuyoruz ki bu ayrıcalığı gören herkes Aygaz kullanmak istiyor. **Aygaz artık benim karakterim. O ne kadar güçlüyse biz de o kadar güçlüyüz.** Bir kez ramazan ayıydı, ben de oruçluydum. Uzaktaki bir müşteriye tüp siparişi götürdüm. Gittiğimde fark ettim ki dolu tüp yerine boş olanını almışım. Bu Aygaz'la ilgili yüzümü güldüren hoş anılardan sadece bir tanesi.



İlişkilerimiz güçleniyor

Ekrem Kırık (Ankara/Çankaya)
Ayser Ticaret

1982'de Aygaz'ın teknik servisi olarak başladığım yolculukta 1986'da sanayi bayiliğine, 1990'da ev bayiliğine geçtim; bugün hâlâ devam ediyorum. Yaklaşık 34 senedir kurduğum tüm ilişkiler, bayi toplantılarında daha da güçleniyor. Dönüp geçmişe bakıyorum da gayet iyi bir iş seçmişim. Çünkü **Aygaz benim için istikrar ve güven demek**. Kendimi batmayacak bir gemide gibi hissediyorum. Aygaz'la uzun zaman geçirdiğim için bu süreçte ilginç anılarım oldu: 1986'da yapılan bayi toplantısında kapının önüne bir kamyonet koymuşlardı; üstünde de 30 tane tüp parlıyordu. Hepimize kura numarası verdiler. Hiç unutmam; benimki 919'du. Beyaz eşyaların yanı sıra en büyük hediye araba ikramiyesiydi. Eşim o zamanlar Ankara Bölge Müdürlüğü'nde çalıştığı için kura numaramı geri vermiştim. Derken çekiliş yapılmış, araba ikramiyesi 919 numaraya çıkmıştı.



Toplantılar enerji veriyor

Yavuz Ayık (Tokat/Merkez)
Ayık Akaryakıt

1998'de babam emekli olunca, emekli ikramiyesiyle Aygaz bayiliği aldık. Ben de eğitimimi tamamlayıp 2005'te bayimizde çalışmaya başladım. Şimdiki Aygaz Tüpgaz Satış Müdürümüz ve Bölge Müdürümüz, eskiden Saha Yöneticilerimizdi. 1998'deki ekip arkadaşlarımızla yolumuza devam ettiğimiz için sağlam bir aile bağımız var. Tüm bunların yanı sıra sorunlarımızı bire bir ilgilileriyle görüştüğümüz bayi toplantılarıyla her şey daha kısa sürede çözülüyor ve işlerimiz hızlanıyor. **Hedeflerimize ulaşmak için gerekli enerjiyi bayi toplantılarında kazanıyoruz.** Böylece bayiler olarak başarıya ulaşıyoruz. Müşteriler, "Evimde Aygaz yoksa kendimi güvende hissetmiyorum." diyorlar. Hızlı servisimizin ve dürüstlüğümüzün karşılığında müşteri sadakati elde ediyoruz.

Bayilerden izlenimler



Daha iyi yerlere geleceğiz

Semih Akman (Nevşehir/Merkez)
Akman Ticaret

Hareketli ve güzel bir iş yapmak istediğimiz için 1992'de Aygaz bayiliğine müracaat ettik. O zamanlar zor alınan bir bayilik olduğu için altı aylık bekleyişimizden sonra Nevşehir'e ikinci bayi olduk. İlk günden bu yana Bölge Müdürlerimiz her zaman yanımızda oldular. Kalite, güven, iyi hizmet Aygaz'ın olmazsa olmaz özellikleri arasında. İyi bir bayi ağının olması, servis görevlilerinin sürekli eğitilmesi ve müşteriye iyi hizmet etmesi, Aygaz'ı rakiplerinden ayıran özellikleri. Müşterilerin en çok önem verdiği konu ise zamanda servis. Tüm bunların yanı sıra bir de kampanyalarla birçok fırsat sunan Aygaz, müşterilerinin gözdesi haline geliyor. **Bu rekabet ortamında bayi toplantıları aracılığıyla bir araya gelip çözüm yolları üretmek hepimiz için fayda sağlıyor.** Aygaz'ın biz bayilere desteğiyle çok daha iyi yerlere geleceğimize inanıyorum.

Tüpgazın diğer adı: Aygaz

Zeki Altuntaş (Ordu/Fatsa)
Renktaş Ticaret

1983'ten bu yana bayiliğini yürüttüğüm Aygaz'la ilişkilerimiz çok iyi. Fiilen çalıştığım bayimizde ilk günden beri günde 11-14 saat arası işimin başındayım. Tonaj olarak Karadeniz Bölgesi'ndeki en iyi Aygaz bayileri arasındayız. Müşterilerimiz de pazarın lideri olan Aygaz'ın, Türkiye'nin en büyük enerjisi olduğunun farkındalar. Aygaz, artık markadan da öte tüpgazın diğer adı haline gelmiş durumda. **Kalite, dürüstlük ve iyi servis ise Aygaz'ı rakiplerinden ayıran en önemli özellikleri arasında.** Bayi toplantıları, Genel Müdürümüz ve Genel Müdür Yardımcılarımızla bir araya gelip sorunları tartışmak açısından her zaman çok yararlı oluyor. Bölgedeki diğer bayilerle düşüncelerimizi paylaşarak ortak çözüm yolları aramak da iletişimimizi güçlendiriyor.





40 yıllık uyum

İhsan Zaimoğlu (Adana/Kozan)
Zaimoğlu Ticaret

Mezunu olduğum İdari Bilimler Fakóltesi'nden tanıdığım bir arkadaşım Aygaz bayisinde muhasebeci olarak çalışıyordu. Onunla biraz sohbet ettikten ve müdürlüklerle yaptığım görüşmelerden sonra, 1977'de Aygaz bayiliği almaya karar verdim. Yaklaşık 40 yıldır bu işi sürdürüyorum. Bölge Müdürlükleriyle yıllardır güzel bir uyum içerisinde çalışıyoruz. Karşılıklı olarak sorunlarımızı dinleyip birlikte çözüm aradığımız bayi toplantılarını çok seviyoruz. Daha önce eşlerimizin de katıldığı bayi toplantılarıyla Hollanda'ya, Kıbrıs'a, Antalya'ya da gitmiştik. Oralarda Ali Bey'le, Ömer Bey'le, rahmetli Mustafa Bey'le beraberdik. Bölgemizde Zaimođlu Ticaret olarak işimize 40 yıldır devam ettiğimiz için güzel bir ortamın içindeyiz. Markamız da güvenilir olduğu için müşterilerimiz ürünlerimizden en ufak şüphe duymuyorlar. **Bölgemizde çok tanınıp sevildiğimizi gururla söyleyebilirim.** Hoş sohbetten ödeme kolaylığına kadar müşterilerimizi memnun etmek için elimizden geleni yapıyoruz.



Basamakları birer birer çıktık

Ahmet Kaplan (Trabzon/Merkez)
Ay LPG

Bayi toplantısının Trabzon'da yapılması bizler için onur vericiydi. Bize ev sahipliği yapma fırsatı tanıyan, emeği geçen herkese teşekkür ediyoruz. Biz yedi yıldır Aygaz bayiliği yapıyoruz. **Sağladığımız memnuniyetle ilk günden bu yana müşterileri ağımızı genişlettik.** Bugünlere emek harcayarak, basamakları birer birer çıkararak geldik. Sürekli iletişim halinde olduğumuz Bölge Müdürlerimiz, kazandığımız bir müşteriden bile haberdarlar. Var olduğumuz müddetçe, Aygaz'ın değerini bilerek çalışmaya devam edeceğiz. Büyüklüğüyle, kalitesiyle, emniyetli oluşuyla ve iyi servis farkıyla Aygaz müşterilerde bağlayıcı bir etki yaratıyor.

Yavuz Seçkin: Aygaz ailesiyle aramızda güzel bir enerji oluştu



38

Trabzon ve Nevşehir’de yapılan bayi toplantılarının bu yılki konuğu Yavuz Seçkin oldu. Yavuz Seçkin’e medya sektörüne nasıl dahil olduğunu, ‘Yavuz’un Minibüsü’ adlı programını, yapımcılığını üstlendiği filmini ve Aygaz ailesi hakkındaki izlenimlerini sorduk.

Taklitler, şakalar, sahne şovları, oyunculuk derken yapımcılık. Medya sektörüne dahil olma hikayeniz nasıl başladı?

Bir yetenek yarışması vesilesiyle sektöre radyo programcısı olarak 27 yaşında dahil oldum. “Yavuz’un Minibüsü” adlı programı yaptım, 15 yıl boyunca. Sonrasında olaylar gelişti ve şovlar devam etti.

Taklit yapma yeteneğinizi nasıl keşfettiniz?

Onu daha çok çevrem keşfetmiş olmalı. Gültepe’de 10 metrekarelik hediyelik eşya dükkanım vardı. Üç beş kişi aynı anda geldiği zaman biraz sıkıntı olabiliyordu. Çünkü gelen esnaf gitmek bilmiyordu.

Orada aslında bir şov yapıyordum da farkında değilmişim. İnsanları güldürerek, onlarla şakalaşarak çıkar zaten komedi. Arkadaşlarımın teşvikiyle yarışmaya girdim ve kazandım.

Yıllardır onlarca kişinin taklidini yaptığınızı biliyoruz. Taklidini yaptığınız kişilerden olumsuz tepki aldığınız oldu mu hiç?

Olumsuz tepki yok. Genelde daha çok yap, diyenler oluyor. Tabii taklidi yapılacak ünlü var, yapılmayacak ünlü var. Karşınızdaki izleyiciyi eğlendirebileceğini düşünüyorsanız taklit yapabilirsiniz. Herkesin taklidi güldürmez. Genelde sevilen, enerjisi yüksek kişileri taklit ediyorum.

13 yıl boyunca “Yavuz’un Minibüsü” adlı radyo programınızla dinleyicilerle buluştunuz. Şu anda radyo programınız sürüyor mu?

Minibüsün motorunu indirdik, sanayiye bakımda. Ya da artık müzeye kaldırdık, diyelim. Radyo programcılığı benim için sona erdi. Güzel bir süreçti. Radyo dinleyicisinin en parlak döneminde yaptım bu mesleği. Şu anda radyonun çok cazip olduğunu düşünmüyorum.

“Avrupa Yakası”nda Sertaç rolüyle yer almanız oyunculuk konusunda sizin için bir dönüm noktası gibi görünüyor. İlk oyunculuk deneyiminiz hakkında neler söylersiniz? Sertaç rolü benim için tabii ki çok

‘Aygaz ailesinin beni sevdiğini düşünüyorum. Güzel bir enerjimiz oldu birlikte. Ben zaten genelde Anadolu’da şov yapan bir komedyenim. Dolayısıyla insanlarla sıcak ve samimi bir iletişim kurmayı tercih ediyorum.’

özel. Radyo programcılarının televizyona geçmesi genelde başarısızlıkla sonuçlanır. Ama “Avrupa Yakası”nda oynamak, televizyona geçmemde bir köprü görevi gördü. Kadroya dahil olmam da radyoda Sinan Çetin’e telefon şakası yapmamla başladı. Sinan Çetin’le tanıştım. Sonra Plato Film’e gittim, orada Gülse Birselle karşılaştık. Gülse Birselle bana, “Üç kağıtçı, dolandırıcı, edepsiz bir karakter var.” dedi. Ben de, “Hemen kabul ediyorum.” dedim. Sertaç karakteri Gülse’nin muhteşem güzel kalemıyla 210 bölümde oynadı.

Sertaç rolünün ardından dizilerde ve filmlerde rol almaya başladınız. Genelde birbirinden ayrı tutulamaz ama size en çok severek oynadığınız karakteri/rolü sorsak...

Sinemada en sevdiğim rolü soruyorsanız yapımcılığını üstlendiğim “Yıldızlar da Kayar” filmindeki Borak karakterini söylerim. Ama rol aldığım ilk sinema filmi “Oğlum Bak

Git”teki taksici Orhan karakterini de severek oynadım.

Hazır yeri gelmişken “Yıldızlar da Kayar” hakkında konuşalım...

“Yıldızlar da Kayar” adlı yeni filmimin hikayesi bana ait. Senaristlerimiz sevgili Enver Sülük ve Olcay Onur Kaya. Çok değerli oyuncular var; Altan Gördüm, Altan Erkekli, Ali Erkazan, Veysel Diker, Larissa Gacemer, Burak Gacemer, Serenay Aktaş, Ümit Karan, Bülent Serttaş, Mesut Yar, Murat Evgin, Faruk K. Şenlikli bir yıldızlar geçidi olacak filmde.

Das Borak karakterinden bahsedebilir misiniz biraz? Nasıl bir karakterle karşılaşacağız?

Das Borak’ın geçmişi on yıl öncesine dayanıyor. Filmimi yapmak istemiştim ama bir türlü nasip olmamıştı. Şimdi tekrar gücümü toplayıp motive oldum ve bu karaktere odaklandım. Gerçek adı; Saim Kürek. Kreuzberg’de doğmuş. Yıllarca sokaklarda şarkı söylemiş ve günün birinde popstar

olmayı başarmış. Asıl adı Borak ama kendisine Das Borak denmesini istiyor. Çünkü Elton John’a, Elton John diyemezsiniz, Sir Elton John dersiniz, onunki de aynı hesap. Üper star zaten, sıradan bir popstar değil. Şarkıları, notaları kendine göre uyarlıyor: Do, re, mi, fa, sol, borak, si, do gibi. Egoarı yüksek bir karakter. Sinemadaki rolüyle de sevilleceğine inanıyorum, bir fenomen olabilir.

Aygaz’ın bölgesel bayi toplantılarında sahne aldınız. İzlenimlerinden yola çıkarak Aygaz ailesi hakkında neler söylersiniz?

Bayilerin beni sevdiğini düşünüyorum. Genelde Anadolu’da şov yapan bir komedyenim. Dolayısıyla insanlarla sıcak ve samimi bir iletişim kurmayı tercih ediyorum. O da benim esnafıktan gelmemden kaynaklanıyor. Sahneye çıktığım beşinci dakikada iş zaten dostluğa dönüşüyor. Aygaz ailesiyle de aramızda güzel bir enerji oluştu.





Herkesin yolu **Aygaz'dan** geçer!

40

Aygaz Otogaz'ın 'Aygaz'da 24 Saat' temalı yeni reklam filminde, Türkiye'de herkesin yolunun Aygaz'dan geçtiği şiirsel bir dille anlatılıyor.



LPG sektöründe 55 yıldır faaliyet gösteren, otogaz sektörünün açık ara lideri Aygaz, usta oyuncu Şener Şen'in rol aldığı "Türkiye Yola Aygaz'la Çıkıyor" reklam filminin devamı niteliğinde olan yeni kampanyasıyla farklı kesimlerden tüketicilerin günün her saatinde Aygaz Otogaz'la yola çıktığını vurguladı. Eylül ayı itibarıyla yayına alınan reklam filminde Aygaz istasyonlarında hayatın hiç durmadığı ve herkesin yolunun Aygaz istasyonlarından geçtiği şiirsel ve eğlenceli bir dille izleyicilere aktarıldı. Reklam filmindeki uzun yola çıkan geniş aile, işe giden çalışanlar, genç anne, torunlarını okuldan alan dede, iş yerlerinden dönen çalışanlar, genç bir arkadaş grubu ve bir taksici Aygaz Otogaz'ın Türkiye'deki her kesime hitap ettiğini vurguluyor.



Rol aldığı dizi ve filmlerle halkın takdirini kazanan Serkan Keskin'in dış seslendirmesini yaptığı filmin çekimleri, İstanbul Darıca'da bulunan Opet Sağlam Petrol'de gerçekleştirildi.

Kurban Bayramı öncesinde tatile gitmek için otomobillerini kullanan milyonlarca kişiye ulaşabilmesi için Aygaz'ın yeni reklam kampanyası Eylül ayının ilk haftasında devreye alındı. TV, radyo, açık hava ve dijital mecralarda yaygın şekilde kullanılan kampanya, Ekim ayının ortasına kadar devam etti.

Çekimler Darıca'da yapıldı

Rol aldığı dizi ve filmlerle halkın takdirini kazanan Serkan Keskin'in dış seslendirmesini yaptığı filmin çekimleri İstanbul Darıca'da bulunan Opet Sağlam Petrol'de gerçekleştirildi. TBWA\İSTANBUL tarafından hazırlanan filmin yönetmenliğini ise Aygaz Tüpgaz'ın "Dünya Mutfakları" temalı reklam filminde olduğu gibi yine Ozan Açıktan üstlendi.

Günün her saati

Aygaz istasyonunun ön planda olduğu kampanya materyallerinde, güneş ve ay gökyüzünde birlikte kullanılarak günün 24 saati vurgulandı. Reklam filminde olduğu gibi, Aygaz Otogaz satışı yapılan istasyonlarda kullanılmak üzere hazırlanan kampanya posterleri ve vinil afişlerde de "Herkesin Yolu Aygaz'dan Geçiyor" ve "Türkiye Yola Aygaz'la Çıkıyor" vurgusu yapıldı.

Televizyon ve radyoda

Uzun ve kısa versiyonları oluşturulan reklam filmi, ana kanallar ve haber kanalları dahil olmak üzere 40'a yakın televizyon kanalında yayınlandı. Hazırlanan dört farklı reklam spotu da en çok dinlenen

30'a yakın ulusal radyo kanalında dinleyicilerle buluştu. Ana radyo spotunun dışında, sabah işe giden çalışanı, öğlen istasyona gelen genç anneyi ve akşam işten dönen çalışanı yansıtan üç farklı kısa radyo spotu hazırlandı. Bu spotlar, günün ilgili saatlerinde radyoda yayınlanarak ilgili hedef kitleye ulaşıldı.

Açık hava mecralarında

Açık hava mecralarında ise reklam filminde yer alan geniş aile, çalışanlar, gençler ve taksici karakterlerinin yer aldığı kampanya görselleri, karakterlere uygun sloganlarla kullanıldı. Otogaz tüketiminin en yoğun olduğu illerde billboard, durak, raket kullanımları sağlandı. Ayrıca Ankara ve İstanbul'da

Aygaz istasyonunun ön planda olduğu kampanya materyallerinde, gökyüzünde güneş ve ay birlikte kullanılarak günün 24 saati vurgulandı.



belediye ve halk otobüslerinin arka bölümlerine giydirmeler yapıldı. Bu uygulama Aygaz Otogaz reklamları için ilk kez kullanıldı.

Dijital ortamda

Reklam filmi; ziyaretçi sayısı en yüksek Hürriyet, Milliyet, Skorer, Lig TV ve Mynet gibi haber sitelerinin yanı sıra donanımhaber.com, onedio.com, acunn.com gibi interaktif sitelerde yayınlandı. İlgili kitleler hedeflenerek Facebook üzerinden de yayın yapıldı. Ayrıca, filmde yer alan karakterlere özel banner'lar hazırlandı ve Facebook'ta detaylı hedefleme yapılarak ilgili kişilere gösterildi.

Videolu tamim

"Aygaz'da 24 saat" temalı reklam filmi için yapılan yeniliklerden biri

de videolu tamimler oldu. Geçmiş yıllarda kampanya bilgilendirmesi yapmak ve kendilerinden beklentileri anlatmak için satış ekipleri tarafından bayilere dağıtılan yazılı tamimler, bu kez videolu olarak yaygınlaştırıldı. Tamimde, çekimleri iki gün süren filmin kamera arkası görüntüleriyle birlikte bayilere yeni reklam filmi ve kampanya görselleri hakkında yapılan bilgilendirme yer aldı. Videolu tamimde yeni reklam filmine de yer verildi. İlgili video, bayilere cep telefonu aracılığıyla gönderildi ve bayi portaline yüklendi. Videonun bir benzeri reklam televizyonda yayına girmeden önce Aygaz'ın çalışanlarına da e-posta yoluyla gönderildi.

BİR BAKIŞTA AYGAZ OTOGAZ



Türkiye'nin en çok kullanılan otomobil yakıtı
(2009'dan bu yana)



Türkiye'de her 10 binek araçtan 4'ünde kullanılıyor



Türkiye'nin en çok tercih edilen otogaz markası Aygaz Otogaz



Her yıl yaklaşık 200.000 araç dönüştürülüyor



Ekonomik



Çevreci



Güvenilir



Yüksek Performanslı



Yaygın



Aygaz Otogaz reklam filminde kullanılan metin Türkiye'deki her kesimden insana hitap ediyor.

Önce uzun yol yolcuları gelir buraya
Bekleyenleri var
Gidecekler yüzlerce kilometre daha

Sonra gelir işe gidenler
Gecikirlerse patron ne der?
Ama gene de sıcak bir çay iyi gider

Öğlene doğru uğrar genç bir anne
Aygaz'dan markete, marketten eve
Planlıyor her şeyi; aman bir şey unutmasın diye!

Dedeyle torunları gelir okul bitince
Daha arabada başlar eğlence
Akşam trafiği canları biraz sıkar

Buraya uğrar işten çıkanlar
Akıllarında evdeki kanepeye uzanmak var

Saat on; gençlerin zamanı
Uzun uğraşlar sonunda babadan almışlar arabayı
Her zaman da yaparlar bu klasik numarayı

Olunca gece yarısı
Gelir Ahmet abi ve bir tanecik arabası
E, onun da derdi ekmek parası

Herkesin yolu Aygaz'dan geçiyor
Çünkü Türkiye en çok Aygaz Otogaz'ı tercih ediyor
Günün her saati yola Aygaz'la çıkıyor

Reklam Künyesi

Reklamveren: Aygaz Otogaz/Aygaz
Reklam Ajansı: TBWA\İSTANBUL
Aygaz Pazarlama Direktörü: Ercüment Polat
Aygaz Otogaz ve Dökmegaz Pazarlama Müdürü: Nilay Güler
Aygaz Otogaz Pazarlama Yöneticisi: Gülem Kaya Özden
Aygaz Otogaz Pazarlama Sorumlusu: Sinan Can Kara
CCO: İlkay Gürpınar
Kreatif Direktör: Volkan Karakaşoğlu
Yaratıcı Ekip: Berkay Özyay, Ozan Aslan, Alpan Esen, Özge Güven, Ezgi Tanyeri, Leman Köksal, Oğuzhan Atlıman

Marka Ekibi: Beste Erener, Tuğçe Asrak, Ceren Kaban
CSO: Toygun Yılmaz
Stratejik Planlama Ekibi: Ceren Şehitoğlu, Can Değerli
Prodüksiyon Ekibi: Ceyda Kayaçetin, Erman Karahisarlı, Melis İnceoğlu, Eren Bakırcı
Prodüksiyon Şirketi: PTOT
Yönetmen: Ozan Açıktan
Post Prodüksiyon Şirketi: ABT
Medya Planlama Ajansı: People Communications
Müzik: Jingle Jakson
Kullanılan Mecralar: TV, internet, radyo, açık hava, dergi

Dünyanın yemeğine Aygaz yeter!

Aygaz Tüpgaz; ‘Dünya Mutfakları’ temalı, esprili reklam filminin yanı sıra farklı ve yenilikçi mecralarda paylaşılan iletişim çalışmaları sayesinde kullanıcılarıyla gönül bağına pekiştirdi.



Aygaz Tüpgaz'ın yeni iletişim kampanyası, geçtiğimiz bahar ayına damgasını vurdu. “Dünya Mutfakları” konseptli reklam filmiyle tüketicilere dinamik ve esprili şekilde yaklaşan kampanya, “Dünyanın yemeğine Aygaz yeter!” sloganıyla hayata geçirildi. Bir Aygaz Servis Görevlisinin (ASG), sırayla farklı mutfaklardaki deneyimlerini paylaştığı reklam filminde; bu mutfaklarda yaşanan ilginç ve esprili diyaloglar sahnelendi. Şubat ayının ortasında gösterimine başlanan filmde, ASG; önce bir Japon mutfağını, sonrasında İtalyan ve Hint mutfağını ziyaret ediyor. Filmde; dünya mutfaklarından sonra bir Türk mutfağına giren ASG, Türk mutfağının lezzetini ve çeşitliliğini anlatıyor. Çekimleri üç gün süren TBWA\İSTANBUL imzalı filmin yönetmenliğini, birçok önemli projeye imza atan Ozan Açıktan üstleniyor. Filmin müziği ise Emre Irmak'a ait.

37 milyon kişiye ulaşıldı

Aygaz Tüpgaz'ın her mutfağa girmesi ve yemekle ilişkisi üzerine kurgulanan reklamın, tüm iletişiminde “Dünyanın yemeğine Aygaz yeter!” sloganı kullanıldı. Reklam filminde tüketicilerle duygusal bağ kurulması ve yemek dendiğinde tüketicinin aklına gelen ilk unsurlardan birinin Aygaz olduğunun vurgulanması hedeflendi. Reklamın ana karakteri ASG'nin; dünya mutfaklarını gezerek, bu mutfakların özelliklerini anlattığı ve sonunda ziyaret ettiği Türk mutfağının ise güzelliğini ve çeşitliliğini övdüğü reklam filmi, renkli çekimleri ve esprili tonu sayesinde tüketicilerden yüksek beğeni elde etti. Reklam dönemi



boyunca hedef kitlenin yoğun olarak takip ettiği TV kanallarında yapılan reklam gösterimleriyle 37 milyon kişiye ulaşıldı.

Ana karakter, yemek programlarında “Nursel’in Mutfağı”, “Yemek İşi”, “Anadolu Sofrası”, “Kolay Mutfak”, “Sedefli Lezzetler” gibi popüler yemek programlarında senaryo entegrasyonu gerçekleştirildi. Reklam filminin ana karakteri; yemek programlarındaki mutfaklara, Aygaz Servis Görevlisi olarak gidip tüp servisi ve tüp güvenliğiyle ilgili bilgilendirme yaptı.

Reklamın yayınlandığı beş hafta boyunca, alanında itibarlı “Ekonomist” dergisi sıralamasında, dört hafta üst üste açık hava iletişimde birincilik alındı. Reklam dönemi boyunca billboard’lar, durak raketler ve bayi görselleriyle iletişim desteklendi. İstanbul’da yoğunluğun yüksek olduğu

noktalarda özel tasarımı billboard uygulamaları gerçekleştirildi. Farklı AVM’lerde Aygaz jingle’inin yeni versiyonu ile yenilikçi, dikkat çekici bir çalışmaya imza atıldı.

Öne çıkan diğer iletişim çalışmaları Türkiye’de ilk defa gerçekleştirilen “auto-tune” tarzında, TV reklamındaki seslerin Aygaz jingle’ıyla birleştirilmesi sonucu oluşturulan radyo spotu üç hafta boyunca yayındaydı. Türkiye genelinde birçok Carrefour mağazasında, tüketicilere yemek tarifleri dağıtılan özel raf uygulamasına yer verildi.

“Nihat Sırdar ile Sivrisinek” programında tema sponsorluğu gerçekleştirilerek programın konusu #dunyaninyemegi olarak belirlendi. Nihat Sırdar, dinleyicilerinden deneyimledikleri tatları bu hashtag ile paylaşımlarını istedi ve en beğenilen tweet sahiplerine

Aygaz Barbekü hediye edildi. Birçok ilde, yüksek gişeli sinema filmlerinde reklam gösterimi yapıldı. Tüketicilere her noktadan dokunabilmek adına dijital mecralarda da reklam yayını gerçekleştirildi. Ayrıca reklamlarla bağlantılı olarak yemek kitapçıkları tasarlandı ve bayiler aracılığıyla Aygaz Tüpgaz kullanıcılarına ulaştırıldı.

Müziğin lezzeti Aygaz’la yanı başınızda!

İletişim kampanyası kapsamında; reklam jingle’ı dijital müzik platformları arasında %60’lık paya sahip olan Spotify’da ilk kez yer aldı ve yemek müzikleri alanı sahiplenildi. “Müziğin lezzeti Aygaz’la yanı başınızda!” sloganıyla yemek yaparken ve yerken dinlenecek bir yerli, bir yabancı olmak üzere keyifli müzik listeleri oluşturuldu. Liste erişimlerini artırmak adına, bir ay boyunca

Spotify görsel reklam alanları ve yemek listesine özel sesli reklamlarla müzik listelerine yönlendirmeler gerçekleştirildi. Spotify aracılığıyla toplam iki milyon kişiye ulaşıldı.

Tüketiciler tarafından sıklıkla ziyaret edilen sitelerde yayınlanan reklam videosu, Facebook'ta yaklaşık 2,5 milyon, Youtube'da ise iki milyona yakın kişi tarafından izlendi. Twitter'da gerçekleştirilen anket içeriğiyle tüketicilere dünya yemekleriyle ilgili ilginç sorular sorularak imaj çalışması desteklendi. Paylaşılan anketler toplam 11.000 oy (cevap) aldı.

Dijital ortamda milyonlara ulaştı

Reklam filmi; Hürriyet, Sözcü, Mynet gibi çok ziyaret edilen sitelerin de aralarında bulunduğu mecralarda, Mynet Kadın ve Nefis Yemek Tarifleri gibi sitelerdeki tarif videolarının önünde yayınlandı ve toplam 22 milyon kişiye gösterildi. Ayrıca Türkiye'nin en büyük sosyal içerik platformlarından biri olan onedio.com'da "Yemek Söz Konusu Olduğunda Verdiğimiz 8 Absürt Tepki" başlıklı sponsorlu içerik çalışması gerçekleştirildi. İçerikte reklam filminden karelere ve reklam kampanyasına yer verildi,

içerik yayını 120.000 kişi tarafından okundu. Hürriyet gazetesinin web sitesinde "Dünya Mutfaklarından Damak Tadımıza Uygun Az Bilinen 10 Lezzet" başlığıyla sponsorlu içerik yayını da gerçekleştirildi. Yayın, 105.000 kişiye ulaştı.

Show TV, Uzman TV, Dailymotion, Nefisyemektarifleri, Nepisirsem mobil sitelerinde, "Lezzet Çarkı" olarak adlandırılan özel bir uygulamayla reklam gösterimi yapıldı. Reklam olarak çıkan çarkifelek tıklanarak çevrildiğinde, kullanıcılara dünya



Sayılarla
**'Dünyanın yemeğine
Aygaz yeter!'**
kampanyası



37 milyon

Reklamı TV'de izleyen kişi



Açık hava iletişimiyle
**"Ekonomist" dergisinde
4 hafta üst üste birincilik**



22 milyon

Popüler web sitelerinde reklamı izleyen kişi



mutfaklarına ait yemek tarifleri verildi. Reklam uygulaması 750.000 kişiye gösterildi. Reklamı kurgularken hedeflenen, izleyicilerde “Aygaz Tüpgaz = Yemek” eşleştirmesini ve Aygaz’ın yenilikçi, gençlerin dilinden konuşabilen bir marka olduğu algısını destekleme konularında sağlanan başarı ve reklamın verimliliği, reklam araştırma sonuçlarıyla gözlemlendi.

Reklam Künyesi

Reklam veren: Aygaz
Reklam Ajansı: TBWA\İSTANBUL
Aygaz Pazarlama Direktörü: Ercüment Polat
Aygaz Tüpgaz Pazarlama Ekibi: Zeki Kiroğlu, Özge Ağar Uysal, Sadettin Samroğlu, Tunç Demir, Melis Deniz
CCO: İlkay Gürpınar
ECD: Volkan Karakaşoğlu
Yaratıcı Ekip: Orkun Önal, Cihan Akköse, Tolga Ülkümen, Ergin Doğanay
Marka Ekibi: Beste Erener, Tuğçe Asrak, Ceren Kaban
CSO: Toygun Yılmaz

Genel Müdür Yardımcısı, Stratejik Planlama: Tuğyan Çelik
Stratejik Planlama Ekibi: Ceren Şehitoğlu, Can Değerli
Prodüksiyon Ekibi: Ceyda Kayaçetin, Erman Karahisarlı, Cansu Arcan
Prodüksiyon Şirketi: PToT Film
Post Prodüksiyon Şirketi: ABT
Yönetmen: Ozan Açıktan
Müzik: Jingle Jackson/Emre Irmak
Medya Ajansı: People Communications
Kullanılan Mecralar: TV, internet, sinema, radyo, açık hava, ilan.



2 milyon

Spotify’da yemek müzikleri alanında ulaşılan kişi



2,5 milyon

Facebook aracılığıyla ulaşılan kişi



2 milyon

Youtube aracılığıyla ulaşılan kişi



1,7 milyon

#dunyaninyemegi hashtag’iyle atılan tweet



750.000

Lezzet Çarkı uygulamasıyla ulaşılan seyirci



560.000

Sinemalarda ulaşılan izleyici



15

Radyo spotunun yayınlandığı kanal

Fırat Albayram: Komedi oynamayı seviyorum



'Evde Şef Başına' kampanyasının Şef Şefik'i Fırat Albayram, beyaz cama komediyle adım atmasa da bu konudaki başarısı keşfedildiğinden artık oynamaktan oldukça haz ettiği komedi rolleriyle de karşımızda!

Oynadığı diziler ve yer aldığı projelerdeki başarısıyla dikkat çeken Fırat Albayram, Aygaz Tüpgaz'ın dijital medya aracılığıyla yürüttüğü "Evde Şef Başına" başlıklı reklam projesindeki Şef Şefik rolüyle hayatımızın en eğlenceli şefi olarak yine başrolde. Fırat Albayram'ın mesleğiyle hoşbeş oluşu yaptığı yaramazlıklardan dolayı annesinin onu tiyatro kursuna göndermesiyle başlıyor. Başlangıçta bir hobi olarak gördüğü tiyatronun bir meslek olarak da yapılabileceğini lisedeyken okulun tiyatro kulübüne profesyonel eğitmenler geldiği zaman öğreniyor. Onların yönlendirmesiyle de "Madem okulu var, okuyayım." deyip, üniversitede Tiyatro Bölümü'nde okumaya karar veriyor. Oyunculuga adım atmasıyla ilgili süreci, "Konservatuvarda eğitim almak oldukça zorlu. Bir de bizim dönemimizde bu kadar dizi yoktu. Ya da şöyle söyleyeyim diziler vardı ama bugün olduğu gibi her kanalda günde iki tane yayınlanmıyordu. O yüzden kamera önü oyunculuk yapmayı hedeflemiyordum." diyerek anlatıyor. "Her şey kendiliğinden oldu. Bir reklam filminde oynadım, sonra arkası geldi." dese de başarının kendiliğinden gelecek bir şey olmadığını hepimiz biliyoruz. Fırat Albayram'la Aygaz Genel Müdürlük binasında gerçekleştirdiğimiz eğlenceli sohbetimizi sizlerle paylaşıyoruz.

"Adanalı" oynadığınız ilk televizyon dizisi olduğundan sizin için bir kırılma noktası gibi görünüyor...

Sadece bir başlangıçtı, desek daha doğru olur.

Son zamanlarda sizi daha çok, eğlenceli rollerde görüyoruz. Hangi

rolleri oynamaktan daha çok keyif alıyorsunuz?

Dahil olduğum son iki projede de eğlenceli bir karakteri canlandırdım. Komedi oynamayı daha çok seviyorum. Genel olarak bana dram geliyordu, komedi hiç gelmiyordu. Halbuki tiyatrodaki da hep komedi oynuyordum. Bu durumu "Kaçak Gelinler" dizisiyle kırabildim. Oradaki rolümle, tabii bir de Şef Şefik'le, komediden ne kadar keyif aldığımı ortaya çıkıttı.

Hangisini oynamak daha zor; dram mı, komedi mi?

Eğer metin komik değilse ve kötüyse, komedi oynamak kesinlikle zor. Çünkü öyle durumlarda oyuncu da komik olamıyor; biraz saçma bir durum çıkıyor ortaya.

Canlandırdığınız karakterler arasında en çok severek oynadığınız hangisi?

Komedi oynamayı sevdiğim için tabii ki Şef Şefik.

Daha önce "Arkadaşlar Arasında" adlı sinema filminde oynadınız ve bazı filmlerde kısa süreli rol aldınız. Önümüzdeki süreçte yeni bir sinema filminde görebilecek miyiz sizi?

Bilemiyorum; bu biraz da gelecek projelere bağlı. Sinema, seçici olmayı gerektiren bir alan. Getirisinden dolayı sinema adına yapılanlara iş gibi bakmak çok mümkün olmuyor. Baktiğiniz zaman Türkiye'de sinemaya ilgi çok düşük. Ama dizilerde duruma öyle bakmıyorum tabii. Daha ticari yaklaşabiliyorum. Acaba bu ne kadar tutar, ne kadar iyi bir projedir, diye düşünüyorum. Çok iyi bir şeyle karşılaşıncaya çok sorgulamıyorum ama bakıyorum beni açan bir proje yok, onların içinden en sağlıklılarını seçiyorum. Dediğim gibi sinema için bu geçerli değil maalesef.

'Eğer metin komik değilse ve kötüyse, komedi oynamak kesinlikle zor. Çünkü öyle durumlarda oyuncu da komik olamıyor; biraz saçma bir durum çıkıyor ortaya.'



Çünkü sinema daha kalıcı bir alana işaret ediyor, diziler unutulup gidebiliyor.

Oyunculuk konusunda idolüm dediğiniz ya da örnek aldığınız bir oyuncu var mı?

Çok var. Birlikte rol aldığımız oyuncuların çoğunu beğeniyorum. İzlediğimizde yeteneğini anlamadığımız oyuncularla karşılıklı oynadığımız zaman daha farklı bir durum ortaya çıkıyor. Çünkü sadece oyuncuya bakmıyor bu iş. Yönetmeni var, senaryosu var, projenin bütünü var... Ancak o kişiyle karşı karşıya geldiğinizde anlaşılabilir o oyuncunun profesyonelliği ya da ne kadar iyi olduğu. O yüzden bu soruyu karşılıklı oynadığımız oyuncuların hepsi, diye yanıtlayabilirim.

Evde Şef Başına projesine gelirken... Bu projeye ilk karşılaştı-

ğınızda Şef Şefik rolü tam bana göre dediniz mi?

Bu proje tam benim kalemim. Projeye başlamadan önce yapımımız Burak, "Doğaçlamaya açık; istediğin gibi doğaçlayabilirsin." dedi. Bir sayfalık metni aldık ve oynaya oynaya üç-dört sayfaya çıkardık. Sonra içlerinden en iyilerini seçtik. Bir oyuncu için çok rahat bir şey bu. En azından benim için öyle oldu. Kimi oyuncular bu gibi durumlara sıcak bakmaz; bana ne yapacağım söylensin ve ben onun en iyisini yapayım, der. Kimi oyuncu da bana ne yapacağım söylensin ama biraz da beni rahat bırakın, der. Ben de bu ikinci gruptaki oyuncularından olduğum için bu proje beni oldukça etkiledi.

Doğaçlama işin içine girdiyse çekimler oldukça eğlenceli geçmişti-

tir. Bize biraz kamera arkasından bahseder misiniz?

Biraz yorucuydu çünkü serinin tüm filmlerini tek günde çektik. Devamlı bir şeyler yapmaya çalıştım. Aslında ara vermek için vakit vardı ama yine de işin uzun süre devam edeceğini bildiğim için ekipteki diğer arkadaşları düşünüp elimden geldiğince hızlı olmaya çalıştım. Bu yüzden aralarda durdum kaldım. Neredeyse bir saat hiçbir şey yapamadığım da oldu. Çünkü zor, devamlı yaratıcı olmaya çalışmak. Buna rağmen sonuca baktığımda güzel bir iş çıkardığımızı gördüm. Çekimler de, ekip de oldukça keyifliydi.

Şef Şefik çok ilginç yemek yapma girişimlerinde bulunan bir karakter. Sizin de var mı öyle denemeleriniz?

Yemek yapmaya geçen sene başladım. Bir kere bir pilav yaptım,



Röportajın ardından Fırat Albayram, Aygaz Pazarlama ekibiyle bir araya geldi.

hepsini döktük; bildiğiniz toprak tadında oldu. Çünkü Trabzon tereyağı kullandım ve annemin yaptığı kadar lezzetli olsun diye tereyağını “biraz” fazla koymuşum. İnanılmaz kötüydü, böyle bir tat olamaz. Ama kıvamı tamdı, tane taneydi. Kimse yemedi. Bir kaşık aldık bıraktık.

Şef Şefik gibisiniz o zaman...

O kadar değilim tabii ki! Şu an yaptığım şeyleri zevkle yiyebilirsiniz. Ama kolay tavuk yemekleri falan yaptıklarım. Ev yemeği yapmayı beceremiyorum mesela.

Şef Şefik yaratıcı olsa da Aygaz tüp kullanmadan yemek yapma iddiasında bulunduğu için hep hayal kırıklığına uğrayan bir karakter. Geçmişe baktığınızda sizin de başarısızlıklarınız oldu mu?

Olmadı. Olduysa da bana başarısızlık

gibi gelmedi. Hayatımda bir şey kötü gittiği zaman, mesela çok istediğim bir şey olmadıysa sonrasında iyi ki olmamış diyorum. Yani karşılaştığım olumsuzlukların bile hep bir yararını gördüm. Bu da beni motive ediyor.

Biraz da Aygaz’la ilgili konuşalım. Aygaz denince aklınıza ne geliyor?

Bu kadar köklü olan her markanın bizde yaşattığı bir duygu vardır ya... 1985 doğumlu olduğum için 90’ları çok net hatırlıyorum. İzmir’de o zaman doğal gaz yoktu; evde tabii ki Aygaz vardı. 90’lardan 2016’ya, 20 sene geçti diyelim; bu zaman zarfında evin içindeki her şey değişti. Basit bir çay bardağı bile eskiden daha küçüktü şimdi birçok tasarım ögesi barındırıyor. Duvarlar değişti; duvara sürülen boyalar değişti. Çocukluğumuzdan kalan hiçbir şey yok. Değişmeyen neredeyse hiçbir şey yok. Markalar aynı ama mesela

televizyonun şekli tamamen değişti, eskilerle alakası yok. Mobilyalar da öyle... Çocukluğunuzdan beri sakladığınız bir bebek bile kaybolup gidiyor, değil mi? Bir mutfağı düşünün, her şey değişiyor ama Aygaz orada öylece duruyor. Böyle bir değişimin yaşandığı süreçte yarışı kazanabilen nadir ürünlerden biri, tüp. Tüp denince de akla Aygaz geliyor, başka bir şey gelmiyor; bir yandan öyle bir gücü de var. O yüzden Aygaz’ın insana geçmişi hatırlatan bir yanı olduğunu düşünüyorum.

‘Bir mutfağı düşünün, her şey değişiyor ama Aygaz orada öylece duruyor. Böyle bir değişimin yaşandığı süreçte yarışı kazanabilen nadir ürünlerden biri tüp. Tüp denince de akla Aygaz geliyor.’

Karanlık odadan ışığın her tonuna: Fotoğrafçılık

Günümüzün en popüler hobilerinden biri haline gelen fotoğrafçılıkla ilgilenenler, ışığın tonlarından faydalanarak anı yakalamayı bir tutku haline dönüştürenlerdir.



Bir kutunun içine açılan delikten içeri sızan ışığın, deliğin karşısındaki görüntüyü ters olarak kutunun duvarına yansıtması... Henüz milattan önce ulaşılan bu fikir -yani "camera obscura"- en basit fotoğraf makinesinin altında yatan tekniktir. Bu teknik, özellikle 15. yüzyıldan sonra ressamlar tarafından çokça kullanılır. 18. yüzyılda fotoğrafı ilgili çalışmalar artar. 1827'de kalıcı olarak kaydedilen ilk görüntü, dünyada çekilen ilk fotoğraf olur. Zaman içinde birçok

gelişme sağlanır ve fotoğrafçılık önemli sanat dallarından biri haline gelir. Fotoğrafın temel ilkesi ise hiç değişmez: Objektifin içindeki halkalardan geçen ışığın perdenin açılma kapanma hızı oranında perdenin arkasında duran filme yansıtması; yani camera obscura...

Bu teknik günümüzde artık dijital teknolojiyle bulunduğundan çok daha kolay gerçekleştiriliyor. Karanlık odaymış, filmlermiş, o filmleri banyo ettirmekmiş; bun-

ların hepsi artık ancak işi "eski usul" yapmak isteyenlere hitap ediyor. Fotoğrafa merak salanlar neredeyse her şeyi fotoğraflamak istediklerinden, bu mesleği yaparlarsa anı yakalamanın önemini bildiklerinden dijital olanın izinden gitmeyi tercih ediyorlar.

Bir hobi olarak fotoğrafçılık

Dijital olanın izinden giden fotoğraf meraklılarının kimi yüksek kalitede fotoğraflar çekebilen telefonlarıyla bu ilgilerini sürdürürken kimi de bir fotoğraf makinesi edinip bu uğraşla tam anlamıyla ilgilenmeyi tercih ediyor. Fotoğrafçılık, teknik bilgiler içerdiğinden konunun uzmanlarından eğitim almayı gerektiriyor gibi görünebilir. Ancak internet aracılığıyla ulaştığımız sınırsız bilgi ortamı sayesinde bu konuda bolca bilgiye erişebileceğimizi de unutmamamız gerekiyor.

Fotoğrafçılık için ilk adımlar

Bir kursa gidecekse de, kendi başına öğrenecekse de; fotoğrafçılığa başlamak isteyenlerin öncelikle bir fotoğraf makinesi ve objektif edinmeleri şart.

Fotoğraf makinesi: Teknolojinin gelişmesiyle birlikte çok marifetli fotoğraf makineleri de küçülmeye, hafiflemeye başladı. Bu nedenle halihazırdaki trendler, aynasız teknolojiden yana. Fotoğraf meraklıları ağırlıktan tasarruf ederken her yere götürme şansına erişebiliyorlar bu makineleri. Aynalı makineler ise portatif olmadıklarından fotoğrafçılığı bir hobi olarak yapanlara pek de önerilmiyor.

Objektif: Bir fotoğraf makinesi satın aldığınızda yüksek ihtimalle "kit lens" denilen ve fotoğraf maki-

nesiyle birlikte daha uygun fiyata satılan objektiflerden edinmeniz de olası. Sadece tek lens edinme şansınız varsa tercihinizi 24-70 mm olandan yana kullanmalısınız. Çünkü bunlarla manzara da çekebilirsiniz, mekan da, portre de... 70-200 mm'lik telephoto zoom lens denilen objektifler ise uzaktaki cisimleri çekmek konusunda işinizi çok kolaylaştıracaktır.

Teknik: Altın oran, ISO değeri, diyafram, enstantane, kadraj gibi teknik bilgiler hakkında detaylı bilgi sahibi olmak için çeşitli makalelerden ya da fotoğrafçılığa dair kitaplardan faydalanmalısınız. Makinenizin ayarlarını yaparken ne gibi sonuçlar alabileceğinizi hem deneme yanılma yoluyla hem de araştırma yaparak daha iyi öğrenebilirsiniz. Bu konularla ilgili bilgilerinizin pekişmesi için bol bol fotoğraf çekmeniz gerektiğini de unutmayın.

İyi fotoğraf çekmenin püf noktası

İyi fotoğraf çekebilmenin en önemli yolu, bu alana adını yazdırmış fotoğrafçıları takip etmekten geçiyor. Fotoğrafçılığın ilerlemek istediğiniz dalının en iyi isimlerinin kullandığı teknikler, sizler için yönlendirici birer etmen olabilir. Bunun yanı sıra bir dünya görüşüne sahip olmanız ve sanatın diğer dallarıyla ilişki içinde yola devam etmeniz de ufkunuzu açabilir.

Yarımca Terminal Müdürü Rauf Akbaba'ya fotoğrafçılığa olan merakını sorduk...



Fotoğrafçılığa ilginiz nasıl başladı?

Teknik konular, aletler ve makineler hep ilgimi çekmiştir. Lise yıllarımda dedemden kalma arızalı bir fotoğraf makinesini tamir ettikten sonra, fotoğrafa merak sardım. O dönemin filmli makineleri, karanlık odaları ve kimyasal işlemleri, hem bir büyü gibi geliyordu hem de zoru başarmak için itici bir güç oluşturuyordu benim için. Daha sonra zaman zaman ara versem bile fotoğraf hep heyecan veren bir tutku olarak hayatımda yer aldı.

Ne tarz fotoğraflar çekmekten hoşlanıyorsunuz?

Çoğunlukla manzara ve doğa fotoğrafları çekiyorum. Ancak hayatın içinden, belge niteliğinde fotoğraf çekmeyi de seviyorum.

Fotoğraf çekmek sizde nasıl bir duygu uyandırıyor?

"Üretmek", değer verdiğim konuların başında gelir. Fotoğraf çekerken görsel bir olguyu önce zihinde tasarlamak, ardından ekranda veya baskıda sonucunu görmek; tecrübelerimin, zihnimin, gözümün, duygularımın ve ellerimin yer aldığı bir üretim hissi yaratıyor.

Sosyal medyada fotoğraflarınızı paylaşıyor musunuz?

Maalesef çok sıkı bir sosyal medya kullanıcısı değilim. Ancak çok beğendiğim fotoğraflarımı sosyal medya üzerinden dostlarımla paylaşarak beğenilerine sunmak ve yorumlarını okumak güzel oluyor.

Fotoğrafçılıkla ilgilenmek isteyenlere neler önerirsiniz?

Bugünün koşullarında fotoğraf üretebilmek gerçekten çok kolay. Fotoğrafçılıkla ilgilenmek isteyen arkadaşlarımıza, başlangıçta hiçbir ekipmana zorunlu kalmadan, en kolay erişebilecekleri makineyle -hatta cep telefonlarıyla- bol bol fotoğraf çekmelerini öneriyorum. İnternet üzerinden usta fotoğrafçıların fotoğraflarını incelesinler. Ustaların fotoğraflarındaki bakış açısını, konuyu nasıl verdiklerini, iyi fotoğrafın basit ama temel kurallarını nasıl kullandıklarını anlamaya çalışsınlar. Bir süre sonra kendi fotoğraflarını eleştirmeye başlayacak ve fotoğrafta ilerleyeceklerdir.



Gültekin İslamoğlu: Müşterimizin marka bağlılığı bizi mutlu ediyor

Aygaz'la beraberliği sekiz yıldır sürse de akaryakıt sektöründeki deneyimi 27 sene öncesine dayanan Gültekin İslamoğlu, müşterilerinin Aygaz'a bağlılığının satışlarına etkisinden oldukça memnun. Ekol Petrol'ün sahibi Gültekin İslamoğlu'yla Ardeşen'deki müşterilerinin Aygaz'a olan ilgisini konuştuk.



Rize'nin Ardeşen ilçesinin hemen girişinde yer alan Ekol Petrol'ün sahibi Gültekin İslamoğlu'yla birlikteyiz. 1989'dan bu yana akaryakıt sektöründe faaliyet gösteren İslamoğlu, Aygaz ve Opet'le 2008 yılında tanışıyor. İslamoğlu, bugün 14 kişilik bir ekiple çalıştıklarını ve günlük toplam yakıt tüketimlerinin 14-15 bin litre civarına ulaştığını söyleyerek sınıra yakın olmalarının satışlarını etkilediğini ve sık sık kontrollerden geçtiklerini vurguluyor. Ekol Ticaret'in sahibi Gültekin İslamoğlu, Ardeşen'deki faaliyetlerini anlatıyor.

Ardeşen'in tam girişinde bulunmanızdan dolayı yoldan geçen müşterileriniz çoktur muhtemelen...

Burada göç biraz fazla. Bu nedenle yazın satış potansiyelimiz neredeyse iki katına çıkıyor. Yazlıkçı olarak köylerine gelenler genelde Aygaz'ı tercih ediyorlar. Son zamanlarda daha çok müşteriye ulaşmak için çeşitli indirimler yapıyoruz. Çünkü Rize'nin merkezinde yoğun bir rekabet ortamı var.



'Müşterilerimiz Aygaz'a güveniyor. Bu güvenin pekişmesinde reklamların büyük faydası oluyor. Bir yandan da giderek bilinçlenen bir tüketici profili var karşımızda.'

Müşterilerimiz istasyonun uzaklığına bakmadan bir kuruşun dahi hesabını yapıyorlar, ucuz olan yeri tercih ettikleri için ister istemez etkileniyoruz. Aslına bakarsanız Rize'nin insanı bu konuda kuruş hesabı yapmaz. Ama dışarıdan gelenler arasında "Benim beş kuruşum nerede?" diyen biriyle karşılaşabiliyoruz. Mesela depo 49,70 TL tutuyor, 50 lira verip para üstünü bekleyenler olabiliyor. Özellikle büyükşehirlerden gelenler bu konuda daha tutumlu oluyorlar.

Bunların dışında sabit müşterileriniz var mı?

Özellikle markayı seçenler var. Bu sabit müşteriler de genelde memur kesim. Araçlarını titizlikle kullanıyorlar ve Aygaz'dan başka bir marka kullanmıyorlar. Sabit müşterimizin marka bağlılığı bizi mutlu ediyor çünkü bizim için bir nevi reklam yapmış oluyorlar. Yazın gelenler de zaten Ekol Petrol'ün olmasa da Aygaz'ın müşterileri. Çünkü Aygaz'a güveniyorlar.

Müşterilerin güveninin ya da memnuniyetinin bir nevi reklam olduğunu söylediniz. Size ne gibi geri dönüşler geliyor müşterilerinizden?

Biz küçük bölgede yaşadığımız için elbette iyi bir reklamımız oluyor. Çok yüksek fiyat farkı olmadığı sürece müşterilerimiz direkt bizi tercih ediyorlar. Burada herkes birbirini tanıyor ve ona göre davranıyor. Kendi çevresindekilerle iyi olduğu için başka tarafta görünmek istemiyor.

Fiyatları bir kenara koyarsak sizce müşterileriniz neden Aygaz'ı tercih etmeli?

Güvenirlikle ilgili bir durum bu... Müşterilerimiz Aygaz'a güveniyor. Bu güvenin pekişmesinde reklamların büyük faydası oluyor. Bir yandan da giderek bilinçlenen bir tüketici profili var karşımızda. "Yakıtımızı Aygaz'dan aldığımız zaman biraz daha fazla kilometre yapıyoruz." diyen müşterilerimiz oluyor. Alışılmışın dışında gelenler de bunları duydukları için deneyceklerini söyledikten sonra yine bizi tercih ediyorlar.



Müşterilerin memnuniyeti satışlarımızı artırıyor

Cengiz İslamoğlu (İstasyon Müdürü)

LPG satışlarımızın önümüzdeki süreçte artarak devam edeceğini düşünüyorum. Müşterilerimizin Aygaz'a bağlılığı bizim için olumlu geri dönüşler sağlıyor. Örneğin "Ben Aygaz'ı kullandım, çok kilometre yaptım, sen de kullan." diyerek tavsiyelerde bulunan müşterilerimiz sayesinde satışlarımızı olumlu anlamda etkileyen geri dönüşler alıyoruz.



Kadir Kurkut: Sosyal medya, müşterilerimizle iletişimimizi güçlendiriyor

56

Çamlıhemşin'de Fırtına Deresi'ne nazır bir konumda bulunan Korkutlar Ticaret'in sahibi Kadir Kurkut, sosyal medyada yaptığı Aygaz etiketli paylaşımlarının neden önemli olduğunu anlatıyor.

Rize, Çamlıhemşin'deyiz. Fırtına Deresi'nin delirmişçesine akan suları eşliğinde Ayder Yaylası'na uzanan yolda Korkutlar Ticaret'e doğru ilerliyoruz. Kapıda Kadir Kurkut karşılıyor bizi. Yaklaşık on yıl tali bayilik yapan Kurkut ailesinin Aygaz'la iş ilişkisi 2001 yılında başlıyor. 2004'te Kadir Kurkut, işi babasından devralıyor ve kardeşleriyle birlikte yürütmeye devam ediyor. Bir yandan bayiliğini %95 pazar payıyla sürdürürken bir yandan da doğasının güzelliğiyle ön plana çıkan Çamlıhemşin'i arkasına alıp Aygaz'ın namını sosyal medyada da yürütüyor. Kadir Kurkut'la sosyal medyadaki paylaşımları ve çalışmaları hakkında konuştuk.

Ortalama kaç aboneniz var?

İlçemizin nüfusu 6.500 olmasına rağmen Ayder Yaylası sayesinde yazın bu sayı 25 binlerin üstüne çıkıyor. Abone sayımız fazla görünmese de yaz aylarında bu potansiyel oldukça artıyor.

Bölgenizde yapılan çeşitli etkinliklere destek verdiğinizizi biliyoruz...

2. Uluslararası Pastacılar Festivali, Bölge Müdürlüğümüzün destekleriyle bayimiz sponsorluğunda yapıldı. Ülkenin dört bir yanından gelen işin erbapları, Çamlıhemşin'de toplandılar. Etkinlik oldukça yoğun bir ilgiyle karşılandı. Etkinlik alanına çarkı-

felek ünitesi koyarak katılımcılara çeşitli hediyeler dağıttık. Sonrasında da etkinlikle ilgili çok güzel tepkiler aldık.

Önümüzdeki yıllarda da böyle etkinliklere dahil olmayı düşünüyor musunuz?

Kesinlikle. Bu festival için talep eden taraf olmuştuk. Ancak önümüzdeki yıl sponsor olmamızı isteyeceklerini düşünüyorum. Bundan önce de kurumlar arası futbol turnuvası yapılmıştı. Orada da bir takımımıza destek vermiştik. Takımımız, turnuvanın şampiyonu olmuştu. Onlarla da çok güzel anlar yaşamıştık. Bu anların çoğalması

için ilçemizde gerçekleştirilen etkinliklere desteklerimizi sürdüreceğiz.

Sizi biraz da Instagram hesabınızda Aygaz'la ilgili paylaştığınız fotoğraflarla tanıyoruz. Bu fikir nereden aklınıza geldi?

Biz bir aile şirketi olarak çalışıyoruz. En küçük biraderim Serdar Kurkut, Instagram ve Facebook sayfalarımızın takibini yapıyor. Yaptığımız tüm faaliyetleri sosyal medyaya taşımaya karar verdik. Paylaşmalarımız arttıkça takipçi sayımız çoğalıyor. Beğeniler de yorumlara yansıyor. Bulduğumuz lokasyonun manzarası sayesinde çektiğimiz fotoğraflar zenginleşiyor.

Paylaşmalarınızdan birine Aygaz Genel Müdürü Gökhan Tezel de yorum yapmıştı. Bununla ilgili düşüncelerinizi öğrenebilir miyiz?

Genel Müdürümüzün yorumu ve paylaşımımızı beğenmesi bizi çok



'İlçemizde iki tüpgaz bayisi var. Diğer bayi toptan satış yaptığı için pazar payımız yüzde 95'lerin üzerinde.'

mutlu etti. Paylaşmalarımızla sosyal medyada yer almaya devam edeceğiz.

Aygaz'ın sosyal medyada daha görünür olmasıyla ilgili neler söylersiniz?

Paylaşmalarımızın ardından diyalog

kurduğumuz bayi arkadaşlarımız oldu. Bu ağ genişledikçe Mardin'den, İzmir'den, İstanbul'dan bayilerle ortak bir alanda buluşma fırsatı bulduk. Sosyal medya, hem en uzak uçları dahi yakınlaştıran bir mecra hem de reklam yapılacak alanlardan biri. Biz de bunu en iyi şekilde değerlendirmeye çalışıyoruz. Arkadaş listemize baktığımızda birçok bayi arkadaşımızın bu yöntemi kullanmaya ve Aygaz'la ilgili paylaşımlarda bulunmaya başladıklarını görmek de bizi mutlu ediyor.

Aygaz'la ilgili unutamadığınız bir anınız var mı?

Yurt dışına bir bayi gezimiz olmuştu. Bölge Müdürümüz uçağa binmeden önce bizi telefonla arayıp uçakta üşüyebilme ihtimaline karşı önlem almamızı istemişti. O zaman Aygaz ailesinin bir parçası olmaktan bir kez daha gurur duymuştum.

**Korkutlar Ticaret'in paylaşımlarını Instagram'da @aygaz.camlihemsin sayfası üzerinden görüntüleyebilir, siz de sosyal medya hesaplarınızdan Aygaz etiketli paylaşımlar yapabilirsiniz.*



Aygaz sponsorluğunda offroad heyecanı

Türkiye’de ilk kez aynı anda üç branşın yarıştığı Marmaris Otomobil Sporları Festivali kapsamında Aygaz Otogaz sponsorluğunda gerçekleştirilen Ulusal Offroad Şampiyonası, heyecan dolu anlara sahne oldu.



Türkiye Offroad Şampiyonası'nın 4. ayağı, Aygaz Otogaz sponsorluğunda Vezirköprü Offroad Kulübü (Veziroff) tarafından 13-15 Mayıs tarihleri arasında gerçekleştirildi. Türkiye Otomobil Sporları Federasyonu (TOSFED) tarafından düzenlenen Marmaris Otomobil Sporları Festivali kapsamında organize edilen yarış, FIA European Rally Trophy Marmaris Rally Turkey ve Klasik Otomobil Kulübü Tarihi Batı Anadolu Rallisi ile birlikte yapıldı. 13 Mayıs'ta Marmaris Atatürk Meydanı'nda Yarış Seremonisi'yle başla-

yan Türkiye Offroad Şampiyonası 4. Yarışı, orman ve seyirci etabı olmak üzere iki ayrı etaba sahne oldu. 41 ekibin katıldığı yarışın ilk gününde (14 Mayıs) yarışmacılar, 9,5 kilometreden oluşan ve engellerle dolu orman etabında yarıştılar. 15 Mayıs'ta gerçekleştirilen ve seyircilere yönelik olarak hazırlanan Aygaz Otogaz Etabı'nda doğal ve yapay engelleri aşan sporcular, offroad tutkunlarına heyecanlı anlar yaşattılar.

15 Mayıs'ta Komiserler Kurulu'nun resmi sonuçları açıklamasının he-

men ardından yapılan Kupa Töreni'nde konuşan Vezirköprü Offroad Kulübü Başkanı Metin Yılmaz; yaklaşık üç aylık bir çalışmanın ürünü olan yarışlarda emeği geçenlere, destekçilere ve sponsorlara teşekkürlerini iletti. TOSFED Başkanı Serkan Yazıcı ise "Formula 1 ya da World Rally Championship'i getirmemiz için bize baskı yapıyorlar. Öncelikle sporcumuz olan branşlara odaklanmalıyız. Offroad inanılmaz bir gelişim gösteriyor. Önümüzdeki sene daha iyisini yapacağımıza inanıyorum." dedi. Genel klasman şampiyonlarına ödül veren Marmaris Kaymakamı Celalettin Yüksel de Türkiye Offroad Şampiyonası'nın Marmaris kadar Türkiye için de önem taşıdığını ifade etti.

Büyük ilgiyle izlenen yarışların ardından yapılan ödül töreninde Sınıf 1 birincisi Deniz Dağlı-Sibel Dağlı, Sınıf 2 birincisi İrfan Özdemir-Engin Başkurt, Sınıf 3 birincisi Ekrem Aydın-Muharrem Ekebil, Sınıf 4 birincisi ise Murat Taşlıdağ-Hüseyin Kurt oldu. Genel Klasman şampiyonluğu ise Ekrem Aydın-Muharrem Ekebil ikilisinin oldu.

Aygaz'dan Veziroff'a büyük destek

Veziroff tarafından düzenlenen Türkiye Offroad Şampiyonası'nda Aygaz Dünyası dergisine konuşan Veziroff Başkanı Metin Yılmaz Aygaz'ın şampiyonaya sponsorluğuyla ilgili şunları söyledi: "Aygaz olduğu için biz varız aslında. Bundan dört yıl önce Karadeniz Bölge Aygaz Otogaz LPG Satış Müdürü'yle temaslarımız olmuştu. İlk offroad oyunları yapıyordu ve yarışlar ulusal değil bölgeseldi. Orada bize destek vermişlerdi. Derken sonraki sene mahalli bir organizasyon yaptık. Aygaz o organizasyonda da bize sponsor oldu. Aygaz'ın des-



Offroad tutkunları, Türkiye Offroad Şampiyonası'nın son gününde gerçekleştirilen ve seyircilere yönelik olarak hazırlanan Aygaz Otogaz Etabı'nda doğal ve yapay engelleri aşan yarışçıları nefeslerini tutarak izlediler.

teğini aldıkça organizasyonun en iyisini yapmaya başladık. Son üç senedir Türkiye'de en iyi organizasyonu olan kulübüz. Özellikle Karadeniz Bölge Satış Müdürü Mesut Kaba ve Karadeniz Bölge Satış Yöneticisi Cem Topaç bize bu anlamda çok büyük bir kanal açtılar. Marmaris'te Aygaz Otogaz ana sponsorluğu sayesinde çok güzel yarışlar yaptık.”

Şampiyona hakkında bilgi veren Metin Yılmaz, ilk gün yapılan yarışları “Ulusal Offroad Şampiyonası'nın en yüksek katılım oranını Marmaris'te yakaladık. 39 tane kaydımız var. Yarışmacılarımız gayet başarılıydı; hepsi kapalı parkuru gördü.” diyerek değerlendirdi. Yarışların yapıldığı üç gün boyunca Marmaris'te yağışlı havanın hakim olmasını da “Biz Karadeniz insanları olduğumuz için sıcak beklerken Karadeniz havasını gördük. Bu da bize mutluluk veriyor.” diyerek esprili bir yaklaşımla karşıladı. Offroad sporunun her geçen gün daha çok ilgiyle karşılandığını söyleyen Yılmaz, ralli sporuna bugüne kadar ciddi yatırımlar yapıldığını, ancak son 15 yıldır bu konuda bir gerileme yaşandığını, önceden ciddi bir seyirci potansiyeli bulunduğunu söyledikten sonra offroad için de aynı durumun geçerli olduğunu belirtti. Metin Yılmaz offroad'un Karadeniz'de yoğun

ilgi görmesinin sebebini ise şöyle açıkladı: “Karadeniz'de eskiden taksiler bile 4x4'tü. Arazi koşullarına çok alışık bir tabiatımız var. Offroad da bize hitap ettiği için bölgemizde tutulan bir spor.” Yılmaz sözlerini tamamlarken tüm sporlar için en önemli konunun seyirci desteği olduğunu vurguladı.

Aygaz Otogaz, Ulusal Offroad Şampiyonası boyunca organizasyonun sponsorluğunu üstlenmesinin yanı sıra Veziroff adına yarışlarda mücadele eden sporculara da destek verdi. S1 ve S4 klasmanlarında olmak üzere Aygaz Otogaz tarafından giydirilen iki araçta pilotlar Murat Ulusoy ve Abbas Tasalı ile co-pilotlar Osman Yıldız ve Soner Çınar yarıştı.



59

Metin Yılmaz: 'Aygaz'ın desteğini aldıkça organizasyonun en iyisini yapmaya başladık. Son üç senedir Türkiye'de en iyi organizasyonu olan kulübüz. Marmaris'te de Aygaz Otogaz ana sponsorluğu sayesinde çok güzel yarışlara imza attık.'



Aygaz Otogaz ve sahibinden.com'dan tasarruflu iş birliği



Aygaz Otogaz'ın sahibinden.com ile gerçekleştirdiği iş birliği kapsamında sahibinden.com web sitesinin otomobil kategorisinde LPG ve benzinli araç araması yapan kullanıcılar, sitenin ilan detay sayfalarında yer alan 'Tasarruf Hesaplama Uygulaması'yla Aygaz Otogaz kullandıklarında elde edecekleri yıllık kazancı hesapladılar ve 100 TL'ye varan hediye otogaz kazandılar.

60

Aygaz Otogaz, internet üzerinden ikinci el araç alım satımı için en etkin platform olan sahibinden.com ile başarılı bir iş birliği gerçekleştirdi. Aylık 33,5 milyon tekil ziyaretçinin dört milyar sayfa görüntülediği sahibinden.com ile geçtiğimiz Mart, Nisan ve Mayıs aylarında sürdürülen iş birliği kapsamında platformun otomobil kategorisinde LPG ve benzinli araç araması yapan kullanıcılar, ilan detay sayfalarında yer alan "Tasarruf Hesaplama Uygulaması"yla karşılaştılar.

sahibinden.com kullanıcıları, bu uygulama sayesinde araçlarının özelliklerine ve araçlarıyla yaptıkları yıllık kilometre bilgisine göre Aygaz Otogaz kullanımının benzi ne göre tasarruf oranını, dönüşüm masrafının geri dönüş süresini ve Aygaz Otogaz'la elde edecekleri yıllık kazancı hesapladılar.

100 TL değerinde hediye otogaz LPG'nin ekonomik olma özelliğini ön plana çıkararak tüketicileri LPG kullanmaya ve dolayısıyla

Aygaz'ı tercih etmeye yönlendirme stratejisi çerçevesinde, uygulamayla tasarruflarını hesaplayan ve araç yakıt tipini seçerek iletişim bilgilerini dolduran benzinli araç sahiplerinden araçlarını otogaza dönüştürenler 100 TL değerinde hediye otogaz kazandılar. LPG'li araç kullanıcıları ise 50 TL ve üzeri otogaz alımında anında kullanabilecekleri 10 TL hediye otogazın sahibi oldular. Hediye puanlar Aygaz ve Mogaz istasyonlarında kullanıldı.

Otogaz kullanan ortalama bir tüketici, sadece %37 oranında yakıt tasarrufu sağlamıyor, aracının dönüşüm masrafını da bir yıldan kısa sürede amorti edebiliyor. Tüketiciler, otogazın tasarrufuna ek olarak, Aygaz Otogaz'ın geliştirilmiş formülüyle %2,7 oranında ek tasarruf sağlayabiliyorlar.

Tasarrufunu hesapla	Araç Markası ▼	Şehir ▼	
	Araç Modeli ▼	Yıllık Mesafe	
	Motor Tipi ▼	HESAPLA	
Dönüşüm kitinde 100 TL indirim* kazan	Araç Markası ▼	Şehir ▼	
	Araç Modeli ▼	Yıllık Mesafe	
	Motor Tipi ▼	HESAPLA	
10 TL Hediye otogaz senin olsun!	Araç Markası ▼	Şehir ▼	
	Araç Modeli ▼	Yıllık Mesafe	
	Motor Tipi ▼	HESAPLA	

Aygaz Eğitim Tırı yollarda...



Aygaz Eğitim Tırı; bayi çalışanlarını güvenlik ve hizmet, tüketicileri ise güvenli tüpgaz kullanımı hakkında bilinçlendirmek amacıyla Türkiye'yi dolaşmaya devam ediyor.

Aygaz Tüpgaz'ın 2008 yılında Aygaz Eğitim Otobüsü'yle başlayan eğitim yolculuğu, 2012 yılından bu yana Aygaz Eğitim Tırı aracılığıyla Türkiye'nin dört bir yanında devam ediyor. Tüpgaz bayi çalışanlarına yönelik olarak gerçekleştirilen ve pratik uygulamalarla desteklenen "Güvenlik ve Hizmet" eğitimleriyle güler yüzlü, müşteri memnuniyetine önem veren, işiyle ilgili teknik konularda bilgi ve beceri seviyesi daha yüksek bayi çalışanları yetiştirilmesi amaçlanıyor. Eğitimlerle aynı zamanda çalışanların kurum kültürünü ve vizyonunu benimse-

yerek takım çalışmasının önemini kavramaları hedefleniyor.

Tüketiciler de bilinçlendiriliyor

Türkiye'nin birçok il ve ilçesinde düzenlenen "Güvenlik ve Hizmet" eğitimleriyle bayi çalışanları eğitiliyor. Gidilen noktalarda ayrıca tüketicilere yönelik güvenli tüpgaz kullanımı hakkında bilinçlendirme eğitimleri düzenleniyor. 2015 yılı boyunca düzenlenen "Güvenlik ve Hizmet" eğitimlerine yaklaşık 1.500 bayi çalışanı katıldı. Yine geçtiğimiz yıl, tüketicileri güvenli tüpgaz kullanımı hakkında bilinçlendirmek amacıyla yaklaşık 2.600 kişi Aygaz Eğitim Tırı'nda yapılan "Müşteri Bilinçlendirme" eğitimlerine katılım sağladı.

Yeni dönemde uygulamaya alınan ve eğitimlerde interaktif katılımı artıran Elektronik Oylama Sistemi aracılığıyla bayi çalışanlarına ve tüketicilere aktarılan bilgi-

lerin daha kalıcı hale gelmesinin yanı sıra katılımcıların iç görülerini daha çok paylaşmak hedefleniyor. Ayrıca Eğitim Tırı'nın her durağında katılımcılara "Ülkem için Toplumsal Cinsiyet Eşitliğini Destekliyorum" projesinin bir uzantısı olarak cinsiyet eşitliği hakkında da aydınlatıcı bilgiler veriliyor. Bayi çalışanları ve tüketiciler tarafından yoğun ilgi gören Aygaz Eğitim Tırı, tüm bölgelerde yapılacak eğitimlerle yoluna devam ediyor.



Coşkun Aral'dan medeniyetler, ülkeler ve insanlar

Aygaz'ın BizBize Söyleşi etkinlikleri kapsamında ağırladığı Coşkun Aral, gezdiği ve gördüğü yerlerin yanı sıra yaşadığı ilginç deneyimleri Aygazlılarla paylaştı.



35 yıllık deneyime sahip bir gazeteci, haberci, uluslararası savaş fotoğrafçısı, gezgin, macera insanı, belgesel yapımcısı... Durmak nedir bilmeyen, Türkiye'nin ve dünyanın dört bir yanını karış karış gezip gören, keşfeden, üreten ve paylaşan... Sıra dışı dünyasında pek çok ilke imza atan Coşkun Aral, BizBize Söyleşi etkinliklerinin Temmuz ayı konuğu oldu. 19 Temmuz'da Genel Müdürlük binasının fuayesinde "Coşkun Aral'la Medeniyetler, Ülkeler, İnsanlar" başlıklı söyleşiyle Aygazlılarla bir araya gelen usta gazeteci, kendini ve profesyonel gazeteciliğe nasıl adım attığını anlatarak sözlerine başladı: "Çocukluğumda kafamda gezgin, gazeteci ve doktor olma fikri vardı. Doktor olamadım. Profesyonel olarak gazeteciliğe 1974 yılında 'Gün' gazetesinde başladım. Savaş Ay, yakın arkadaşım. İkimiz de dünyaya açılmaya karar verdik. Aklımızda yurt dışında bulunan Sipa Press'te çalışmak vardı. Tabii Sipa'ya girmek kolay değildi.

1 Mayıs 1977'de çektiğimiz fotoğrafları rahmetli Gökşin Sipahioğlu dünya basınına verdiğinde hem Sipa'nın Türkiye muhabiri olmuş hem de yurt dışında çalışmaya başlamıştım."

Korsanlarla röportaj

Meslek hayatında dünyada çok az kişinin tanık olduğu bir olayı yaşadığını ve kaçırılan bir uçağın içinde korsanlarla röportaj yaptığını anlatan Coşkun Aral, bu röportajın meslek hayatını çok farklı bir noktaya evirdiğini söyledi. Savaşlarda her türlü vahşete tanık olduğunu ve hayatlarımıza sıradan bir olgu olarak dahil olan savaşa alışmamız gerektiğini hatırlattı. Aral daha sonra Aygazlıların sorularını yanıtladı.

Savaş fotoğrafçılığının zorlukları

Coşkun Aral, sorular aracılığıyla tanıklık ettiği medeniyetlerin bazı özellikleriyle birbirine benzediğini, bazı özellikleriyle de birbirinden ayrıştığını anlattı. Savaş muhabiri

olmanın zorlukları olup olmadığına dair kendisine yönlendirilen soruyu Aral şöyle yanıtladı: "Bize çok sorulur; siz insanlar öldürülürken fotoğraf mı çekersiniz yoksa o insanlara yardım mı edersiniz, diye. O bizim otomatikleşmiş bir reaksiyonumuzdur. Savaşta birini kurtarıp çekilen bir fotoğrafım var mesela. Birinin hayatını kurtarmışım. Ama hiçbir şey hatırlamıyorum."

'Umudumuzu yitirmeyeceğiz'

Usta gazeteci "Gelecekte umutlusunuz?" sorusunu yanıtlarken şu hikayeyi anlattı: "Hiç unutmam; Ankara'nın gözde üniversitelerinden birinde, durumun ne zaman iyiye gideceği sorulmuştu. Ben de o öğrenciye şunu sordum: Grup olarak Doğubeyazıt'a gittiniz, fotoğraf çekeceksiniz. Ağrı'da indiniz. Bir tarafta İshak Paşa, diğer tarafta Ağrı Dağı. Sen Ağrı Dağı'na bakıyorsun. Gruptan ayrılıyorsun. İlkbahar, her taraf yemyeşil. Karadenli de görebiliyorsun. Birden



bir kaval sesi geliyor. Sese doğru gidiyorsun, bakıyorsun bir çoban. Yanına yaklaşıyorsun, bir fotoğraf çektiirmek istiyorsun. 'Ablacığım, çay içer misin?' diyor. Çok hoşuna gidiyor ortam. 'Bir şey yer misin?' diye soruyor, mırın kırın ediyorsun ama acıkmışsın da. Hemen bazlama dediğimiz ekmekle birlikte o gün yaptığı keçi peynirinden veriyor. Çoban sana doğayı, kekiği, peynirin nasıl yapıldığını anlatıyor. Birdenbire 'Ayşe, neredesin?' diye bir ses. Arkadaşların seni merak etmişler. Aklın çobanda. Çobanın numarasını alıyorsun. O da senin numaranı alıyor. Dönüyorsun Ankara'ya. Ankara'nın en görkemli sitesindeki evindesin. Haberlerde Ağrı'ya ilişkin bir şey görüyorsun. Aklın çobana gidiyor ve onu arıyorsun. O sırada annen 'Kiminle konuşuyorsun?' diyor. 'Çoban.' diyorsun. 'Ne işin var senin çobanla?' diyor annen. Ertesi sabah kahvaltıda baban 'Kızım, anlatsana; bu çoban neyin nesi?' dediğinde sen babana vereceğin cevabı bana söylersen ben de Türkiye'nin iyiye gidip gitmeyeceğini söylerim, demiştim. Değişecek miyiz? Sorularsak ve hayatımız hakkındaki kararlara müdahil olursak çok şeyi değiştirebiliriz. Biz değiştiremesek bile çocuklarımız değiştirir. Ama onların doğru seçim yapması, doğru bilgilendirilmesi, ötekileştirmeden uzak kalması lazım. Umudumuzu yitirmeyeceğiz."

Yaşadığımız dünyayı iyi aktarmalıyız

Aygazlılarla yaptığı söyleşinin ardından konuşma fırsatı bulduğumuz Coşkun Aral'a merak ettiklerimizi sorduk...

Belgesellerin ceza olarak yayımlandığı bir ülkede belgeselcilik yapmak nasıl bir duygu uyandırıyor sizde?
Bugüne kadar yaptığım çalışmaların insanların yararına olacağını düşünüyorum. Ama ne yazık ki bunları dikkate almayan, bunlardan önce farklı öncelikleri olan bir anlayışın hakim olduğu bir coğrafyada yaşıyoruz. 17 sene Fransa'da yaşadım. Sonra "Niye burada yaptıklarımı kendi ülkemde yapmıyorum?" dedim ve döndüm. Gazete haberciliği, televizyon programcılığı, en son belgesel kanalıyla yine işimi yaptım. Ama bakıyorum da bu işin alıcısı az. Benim de bahtsızlığım böyle bir ülkede önceliği olmayan bir alana yönelmiş olmam.

Mesleğinizden dolayı birçok ülke gezdiniz, birçok medeniyete tanıklık ettiniz, birçok insanla karşılaştınız. Bunlardan en çok ilginizi çeken hangisi/hangileri oldu?

Her olayı, her insanı, her yaşam biçimini kendi coğrafyasında değerlendiriyorum. Öyle yerlere gittim ki... İnsanların ölüm anında kemiğini etten ayırıyor, eti kuşlara veriyor, kemiği alıyor, aileye "Ne yapmak istersiniz?" diye soruyorlar Tibet'te. Sonra bunu araştırdım. Öğrendim ki Türklere de varmış; Çatalhöyük'te. Demek ki coğrafya belirliyor her şeyi. O zaman bunu anlamak için araştırmam lazım ki ben bu coğrafyada geçmişte ne yaşanmış, şimdi ne yaşanabilir bileyim. Bu yüzden biraz belgesel izlemem lazım. Daha çok izlemek, daha çok araştırmak, daha çok sorgulamak... Türkiye'de bırak kendi komşu ülkende olup biteni, kendi topraklarında olan biten bile bilinmiyor. Onları araştırıp yeni kuşaklara benim değil, sizlerin aktarması lazım.

Arkamızdan gelenlere daha iyi bir dünya bırakmak için sizce ne yapmalıyız?

Kendi yaşadığımız dünyayı, yaşadığımız coğrafyayı, yaşadığımız coğrafyadaki gelişmeleri, tarihi -doğru değil- "iyi" aktarmak. Nereden baktığına göre değişir. Çok sesli olarak aktarmak ve yorumu okuyucuya/ izleyiciye bırakmak. Çünkü tarihimizi sağlıklı öğrenemediğimiz için dogmalar bizi yanlış yerlere sürüklüyor. Bir düğmeyi (iliklemeyi) yanlış başlattığın anda sonu da yanlış olur. Önce işini sevmen lazım. Uzay merkezinde çalışan araştırmacının da, nalandın da, buğday ekip bunu una dönüştüren değirmencinin de değerli olduğunu bilmek lazım. Bu değerlerin var olma nedenlerini, ulaşacakları noktaları, üretimden tüketime geçen bütün evreleri, dünya değerlerini bilmek lazım. Bu da çaba göstermekle olur.

Önümüzdeki süreçte sizi yeni işlerle, yeni projelerle görecek miyiz?

Mültecilere odaklanacak bir projem var. Exodus (yani zorunlu göç), Dejavu (yani önceden yaşanmış). Eylül ayında Malezya'da onu başlattım. Bu projeye mülteciliğin şu anda dünya tarafından görülen, bilinen, tanınan görüntülerinin aslında geçmişte de olduğunu anlatmaya çalışıyorum. Yani hiçbir şey yeni değil. Hiçbir şey ilk kez bizde değil. Dünyanın her tarafında bütün bu sorunlar yaşanıyor. Bugün gündemde darbe var; dünyada da darbeler ve bunun bedelleri yaşandı, yaşanacak. Önemli olan ne? Bu olay olduğu andan itibaren başımıza geleceklere iyi bilmemiz lazım.

Toplumsal cinsiyet eşitliği için yeni adımlar



64

Aygaz, toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda duyarlı bir iş yeri olduğunu; Birleşmiş Milletler Kadınların Güçlendirilmesi Prensipleri'ne imza atarak, 'Kadına şiddete hayır!' diyerek ve İş Yerinde Aile İçi Şiddet Politikası yayınlarak bir kez daha ortaya koydu.

Aygaz, Koç Holding'in Ülkem İçin Projesi'nin toplumsal cinsiyet eşitliği teması kapsamında gerçekleştirdiği çalışmalarını sürdürüyor. Toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda duyarlı bir iş yeri olma ve çalışanlar arasında farkındalık oluşturma hedefiyle yola devam eden Aygaz, bu konuda üç önemli çalışmaya imza attı.

Aygaz, WEPs'e imza attı

Aygaz, Birleşmiş Milletler (BM) Küresel İlkeler Sözleşmesi (UN Global Compact) ve BM Toplumsal Cinsiyet Eşitliği ve Kadının Güçlenmesi Birimi (UN Women) ortaklığında oluşturulan Kadınların Güçlendirilmesi Prensipleri (Women's Empowerment Principles) imzacılarından biri oldu. Aygaz Genel Müdürü Gökhan Tezel konuyla ilgili, "Bu prensipler cinsiyet eşitliğinde gelişme sağlayacak, kadının toplumda, iş hayatında ve ekonomik hayatta güçlendirilmesine yönelik atılacak adımlara yol gösteriyor. Enerji sektöründeki erkek istihdam oranı, kadın istihdam oranından oldukça yüksek.

Türkiye'nin önde gelen enerji şirketlerinden biri olarak Aygaz'ın toplumsal cinsiyet eşitliğine duyarlı iş yeri inşa etmeye yönelik geliştireceği uygulamaların sektörel bir değişime de öncü olacağına inanıyor; böyle bir küresel hareketin parçası olmaktan gurur duyuyoruz.” dedi. Tezel, Aygaz çalışanları ve bayileriyle beraber toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlamak üzere hem iş yaşamına hem de topluma yönelik çalışmalarına devam edeceklerini de belirtti.

Aygaz'ın imzaladığı BM Kadınların Güçlendirilmesi Prensipleri, cinsiyet eşitliği için üst düzey kurumsal liderlik sağlanması; tüm kadın ve erkeklere işte adil davranılması, insan haklarına ve ayırım yapmama ilkesine saygı gösterilmesi, bu ilkelere desteklenmesi; tüm kadın ve erkeklere sağlık, güvenlik ve refah sağlanması; kadınların eğitim, kurs ve profesyonel gelişim imkanlarıyla desteklenmesi; kadınları güçlendiren girişimci gelişimi, tedarik zinciri ve pazarlama yöntemlerinin uygulanması, toplumsal inisiyatifler ve destekler aracılığıyla eşitliğin teşvik edilmesi; cinsiyet eşitliğinin sağlanması için gelişimin ölçülmesi ve halka açık raporlanması gibi konuları içeriyor.

Kadına şiddete hayır!

Kadına Yönelik Şiddete Karşı Uluslararası Mücadele ve Dayanışma Günü vesilesiyle HeForShe, Birleşmiş Milletler'in BİRLEŞİN (UNITE) kampanyasıyla tüm ülkeleri kadına yönelik şiddete son vermeye ve bunun için her ayın 25'inde dünyayı turuncuya boyamaya çağırıyor. Turuncu Günü Hareketi kapsamında Aygaz, İstanbul'un en işlek caddelerinden birinde bulunan Genel Müdürlük binası için Aygaz'ın kadına yönelik şiddete neden karşı

Aygazlıların altına imzalarını attıkları manifestonun içeriği şöyle:

Kadına yönelik şiddete hayır! Çünkü kadına yönelik şiddet;

- İnsan hakları ihlalidir.
- Kadının özgür seçim hakkını engeller.
- Bir kadın sorunu değil, toplumsal bir sorundur. Kadın başta olmak üzere toplumun gelişimini engeller.
- Sadece bireyin değil, aile ve toplumun da sosyal ve duygusal olarak etkilenmesine yol açar.
- Sosyal ve ekonomik kalkınmaya engeldir.
- Çocukların fiziksel, duygusal ve zihinsel gelişimini olumsuz etkiler.
- Toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanmasının önündeki en temel engellerden biridir.
- Sessiz kaldığınız sürece suça ortak olmaktadır.
- Kendiliğinden sona ermez; harekete geçmemiz gerekir!

olduğunu anlatan 10 maddelik bir manifesto hazırladı ve bunu bir bina giydirmesi olarak tasarladı.

Aygaz, Kadına Şiddete Hayır Manifestosu'nu, her ayın 25'inde kutlanan Uluslararası Kadına Yönelik Şiddetle Mücadele ve Dayanışma Günü'ne atıfla 25 Şubat'tan başlayarak 8 Mart Dünya Kadınlar Günü'ne kadar Aygaz çalışanlarının ve ziyaretçilerinin imzasına açtı. Ayrıca iç iletişim ve sosyal medya için haberler hazırladı.

Aile içi şiddet politikası

Araştırmalara göre kadın çalışanların yüzde 75'i herhangi bir şiddet türüne maruz kalıyor ve bu durum iş yaşamlarına yansıyor. Bu bilgiden yola çıkan Aygaz, İş Yerinde Aile İçi Şiddet Politikası oluşturdu. Bu politikayla tüm çalışanlarda aile içi şiddet konusunda farkındalık yaratmak; eşitlikçi, güvenli ve şiddetin hiçbir türüne hoşgörü göstermeyen bir iş ortamı sağlamak; şiddete maruz kalan çalışanların bu durumu fark etmelerine ve gerekli adımları atmalarına olanak sunmak; aile içi şiddet gören çalışanlara talepleri halinde şirketin politikası ve yöner-

geleri doğrultusunda çalışanın iş yerindeki konumu ve kariyerinin en az seviyede etkilenmesini sağlayacak desteği vermek; aile içi şiddetin işe etkileri oluştuğunda bu etkiyi ele alış biçimi açısından yöneticilere yol göstermek hedefleniyor. Gökhan Tezel, Aygaz'ın İş Yerinde Aile İçi Şiddet Politikası'nın oluşturulmasının ardından paylaştığı mesajda; toplumsal cinsiyet eşitsizliğinden kaynaklanan en önemli sorunlardan birinin kadına yönelik şiddet olduğunu, bunun insan haklarını ihlal ettiğini ve tüm toplumun gelişimini engellediğini vurgulayarak şunları belirtti: “İş yerimizde kadına yönelik şiddete tolerans göstermeyen bir iş kültürünün geliştirilmesi için Aygaz İş Yerinde Aile İçi Şiddet Politikamızı oluşturduk. Kadının güçlendirilmesi ve toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması, çalışanlarımızın sağlığı ve güvenliğinin korunması yönünde oluşturduğumuz bu politikayla Türk enerji sektöründe bir ilke daha imza atmış olmaktan gurur duyuyor, bunun sektörel ve toplumsal cinsiyet kalıplarının yıkılmasına fayda sağlayacak, başka kuruluşlara ilham verecek bir adım olmasını diliyorum.”



Diyabetle mutlu yaşamak mümkün!

Aygaz'ın 12 yıldır desteklediği ve bu yıl 24. kez düzenlenen Diyabetik Çocuklar Kampı aracılığıyla bir kez daha hem diyabetik hem de mutlu bir çocuk olunabileceğinin altı çizildi.

Amacı çocuklara diyabetle mutlu yaşamının eğitimini vermek, onların yaşam kalitesini yükseltmek, aralarındaki dayanışmayı geliştirmek, onlara öz güven kazandırmak ve böylece diyabetik çocukları eğlendirirken eğitmek olan Diyabetik Çocuklar Kampı'nın 24.sü, 26 Haziran-2 Temmuz tarihleri arasında gerçekleştirildi. Çocuk ve Adolesan Diyabetikler Derneği tarafından düzenlenen ve 12 yıldır Aygaz tarafından desteklenen kampa katılan çocuklar, kendi kendilerine yeterek yaşamayı eğlenerek öğrenmenin yanı sıra yeni dostluklar kurma fırsatı buldular.



DİYABETİK ÇOCUKLAR KAMPI



Neler öğrendiler?

Kampta çocuk endokrinolojisi ve diyabetinde uzman doktorlar, hemşireler, diyet uzmanları, psikologlar, psikiyatristler ve spor eğitmenleri gönüllü olarak görev yaptı. Çocuklara hipoglisemi ve hipergliseminin nedenleri, klinik bulguları, alınacak önlemler, kan ve idrarda glikoz keton bakılması, insülin tipleri, etki özellikleri, enjeksiyon teknikleri, spor ve egzersiz yapma alışkanlığı, diyabette beslenme özellikleri ve düzeni, diyabetin komplikasyonları konusunda

bilgilerin aktarıldığı kampta, diyabette takip kriterleri ve diyabeti izlemenin önemi konusunda uygulamalı ve teorik eğitimler verildi.

9-18 yaş arasındaki diyabetik çocukları bir araya getiren 24. Diyabetli Çocuklar Kampı, diyabetle mutlu yaşamının mümkün olduğunu göstermeyi, çocuklara güven aşılamayı ve aralarındaki dayanışmayı artırmayı hedefledi. Bu yıl düzenlenen Diyabetik Çocuklar Kampı'nda çocuklar yüzmeden voleybola, aerobikten masa tenisine farklı spor

faaliyetlerine katılırken folklor, dans, el sanatları gibi alanlarda da yeteneklerini sergilediler.

24 yılda 2.000 çocuk

Herkesin gönüllü olarak çalıştığı kampta çocuk diyabetinde uzman üç profesör, bir uzman doktor, iki asistan doktor, dört hemşire, üç diyet uzmanı, bir psikolog, bir psikiyatrist ve iki spor eğitmeni görev yaptı. Birçok sağlık kampı için örnek teşkil eden Diyabetik Çocuklar Kampı, 24 yılda yaklaşık iki bin çocuğu konuk etti.





Birçok sağlık kampı için örnek teşkil eden Diyabetik Çocuklar Kampı, 24 yılda yaklaşık iki bin çocuğu konuk etti.

Aygaz'a teşekkür

İstanbul Üniversitesi Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Anabilim Dalı Öğretim üyesi ve Kamp Müdürü Prof. Dr. Rüveyde Bundak, Aygaz'ın Diyabetik Çocuklar Kampı'na desteği hakkındaki düşüncelerini "Tüm dünyada insüline bağımlı diyabetik çocukların önemli sorunlarından biri psiko-sosyal sorunları, diğeri ise diyabetli olarak yaşam konusundaki bilgi eksiklikleridir. Bu nedenle diyabetik çocukları bir araya getiren yaz kampları dünyanın pek çok ülkesinde olduğu gibi ülkemizde de tedavi ve eğitimlerinin vazgeçilmez bir parçasıdır. On iki yıldır diyabetli çocuklarımıza gösterdiği büyük ilgi ve kampımızın gerçekleşmesine verdiği büyük destek için Aygaz'a teşekkür ederiz." diyerek dile getirdi.





Aygaz'a Gümüş Effie

Aygaz Otogaz, usta oyuncu Şener Şen'in rol aldığı "Türkiye Yola Aygaz'la Çıkıyor" temalı reklam kampanyasıyla Türkiye'nin en prestijli reklam ödül programı Effie'den ödülle döndü. Effie Worldwide Inc., Reklamcılar Derneği ve Reklamverenler Derneği tarafından düzenlenen 8. Effie Türkiye Reklam Etkinliği Yarışması'nda Aygaz Otogaz, "Otomotiv Ürünleri" kategorisinde en büyük ödül olan Gümüş Effie ödülüne layık görüldü. Pazarlama ve iletişim alanındaki kampanyaların iş sonuçlarının değerlendirildiği yarışmada bu yıl 36 kategoriden 412 kampanya yer aldı. Aygaz'a Gümüş Effie kazandıran reklam filmi, Aygaz Otogaz'ın sunduğu performansla en zorlu yol koşullarında bile güvenilir bir yol arkadaşı olduğuna dikkat çekiyor.

Aygaz'a iki ödül birden

Aygaz Grubu, ISTRADE 2016 Enerji Ticareti ve Tedariki Zirvesi kapsamında gerçekleştirilen ödül töreninde Altın Tüp ve Altın Vana ödüllerine layık görüldü. Gerçekleştirdikleri sosyal sorumluluk projeleriyle Aygaz, Altın Tüp ödülünün sahibi olurken; Aygaz Doğal Gaz, Altın Vana ödülünü almaya hak kazandı. Ödüller, Aygaz Teknik ve Yatırımlar Genel Müdür Yardımcısı Ali Kızılkaya ile Aygaz Doğal Gaz Genel Müdürü Rıdvan Uçar'a takdim edildi.



Aygaz'ın ihracat gücüne ödül

Aygaz, 2015 yılında yaptığı LPG ihracatıyla ödüle layık görüldü. İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (İKMİB) tarafından verilen ihracat ödülleri arasında Aygaz, 2015 yılı LPG ihracatıyla "Mineral Yağlar ve Yakıtlar" kategorisinde birincilik ödülünü aldı. Böylece bu alanda üst üste üçüncü kez aynı ödülün sahibi oldu. 31 Mayıs'ta düzenlenen törende ödülü Aygaz adına LPG Temin, Ticaret ve Planlama Müdürü Tufan Başarır teslim aldı.





MESS'ten Aygaz'a 35 Yıl Plaketi

Aygaz, Türkiye Metal Sanayicileri Sendikası (MESS) tarafından, yıllar süren birlik ve beraberliğin sembolü olan MESS'te 35 Yıl Plaketi'ne layık görüldü. Plaketi Aygaz adına Teknik ve Yatırımlar Genel Müdür Yardımcısı Ali Kızılkaya aldı.

Aygaz artık 'Ulusal Şampiyon'

Aygaz, Avrupa İş Ödülleri 2016'da (European Business Awards 2016) "Müşteri Odaklılık" kategorisinde Ulusal Şampiyon seçilmesinin ardından Onur Kurdelesi'nin (Ruban d'Honneur) sahibi oldu. Avrupa'dan iş ve siyaset liderleri, akademisyenler ve girişimcilerden oluşan 132 kişilik jüri heyetinden geçen Aygaz, bu daldaki ilk on firmadan biri olmaya hak kazandı. Avrupa'da Türkiye'yi temsil eden ulusal şampiyon, 17 Haziran'da Milano'da gerçekleşen ödül töreninde Onur Kurdelesi almaya layık görüldü. Avrupa İş Ödülleri, 2007'den beri farklı sektörlerden binlerce firmayı girişimcilik, çevre, sürdürülebilirlik, müşteri odaklılık gibi 11 kategori kapsamında değerlendiriyor. Bu kategoriler altında firmaları iş mükemmeliyeti, en iyi uygulama, inovasyon, etik gibi açılardan ele alıyor. Avrupa'nın en yaratıcı işlerini ve en iyilerini sektör, büyüklük ve sınır gözetmeden bir araya getiriyor.



Yatırımcı İlişkileri Toplantısı gerçekleştirildi

Türkiye LPG sektöründe faaliyet gösteren halka açık tek şirket olan Aygaz, finansal analistleri faaliyetleri hakkında bilgilendirmek amacıyla 25 Mart 2016'da Rahmi Koç Müzesi'nde Analist Toplantısı gerçekleştirdi. Aygaz'ın vizyon ve hedefleri çerçevesinde son bir yılın önemli gündem maddelerini değerlendirmek üzere düzenlenen toplantıda Aygaz Genel Müdürü Gökhan Tezel ve Aygaz Mali Genel Müdür Yardımcısı Ferda Erginoğlu gerçekleştirdikleri sunumların ardından katılımcıların sorularını cevaplandırıdılar. Toplantı, Halat Restaurant'da gerçekleşen öğle yemeğiyle son buldu.

Japon Loydu Komite Toplantısı'nda Aygaz'ı anlatan başarılı bir sunum

Aygaz gemilerinin de üyesi olduğu Class NK (Japon Loydu) 13. Türk Komite Toplantısı, 1 Haziran'da Four Seasons Hotel'de düzenlendi. Class NK Yönetim Kurulu Başkanı Koichi Fujiwara'nın katılımıyla gerçekleştirilen toplantıda Aygaz yetkilileri, "LPG Market" başlığı altında başarılı bir sunum yaptılar. Aygaz'ın kurumsal yapısının, LPG tedarik zincirinin, LPG temin ve deniz taşımacılığı faaliyetlerinin anlatıldığı sunum; katılımcılar tarafından ilgiyle izlendi.



Aygaz, Teksas'ta LPG'yi anlattı

Aygaz'ın LPG Temin, Ticaret ve Planlama Müdürü Tufan Başarır, 6-7 Nisan tarihlerinde IHS (Information Handling Services) firması tarafından düzenlenen uluslararası LPG konferansına katıldı. IHS 2016 International LPG Seminar and Workshops adlı program, Texas'ın Houston kentinde gerçekleşti. Bu yıl 29. kez yapılan konferans, LPG ticaretinde 100'ü aşkın global oyuncuyu ağırladı. Konferansta Tufan Başarır'ın Türkiye LPG piyasası hakkında hazırladığı "Turkey: A Place of Sustainable LPG Consumption" başlıklı sunumu ilgiyle takip edildi.



İzmir ve İstanbul'da iş sonuçları paylaşıldı

Aygaz Grubu konsolide iş sonuçlarının ve hedeflerinin gözden geçirildiği İş Sonuçları Paylaşım Toplantıları, İzmir ve İstanbul'da yapıldı. 26 Ağustos'ta İzmir Swiss Otel'de gerçekleştirilen ilk toplantıya 200 Aygaz çalışanı katıldı. Toplantı Genel Müdür Gökhan Tezel'in konuşmasıyla başladı; Serdar Kuzuloğlu'nun yeni nesil teknoloji, iletişim, tüketici ve çalışan dinamiklerine odaklanarak başarı, başarısızlık ve dijitalleşen dünya üzerine yaptığı sunumla devam etti; gala yemeğiyle sona erdi. 2 Eylül'de, İstanbul'da, Faruk Ilgaz Tesisleri'nde yapılan toplantıda ise Marmara ve çevre bölgelerin katılımıyla toplam 300 kişi hazır bulundu. Toplantı, Tezel'in iş sonuçlarını değerlendirdiği konuşmasıyla başladı ve Kuzuloğlu'nun sunumuyla devam etti. Dijital dönüşüm, değişen yaşam tarzları ve iş yapma şekillerinin konuşulduğu sunum, soru-cevap oturumuyla sona erdi. Toplantının ardından düzenlenen tekne turu katılımcılara keyifli anlar yaşattı.





Deniz şehitleri için anma

Aygaz LPG filosunun ilk deniz tankeri olan M/T AYGAZ'ın, Yunanistan'ın güneyindeki Sapienza Adası açıklarında 24 Mart 1969'da geçirdiği kazada hayatını kaybeden deniz şehitleri, 24 Mart'ta Edirnekapı Mezarlığı'nda anıldı. Şehitler için düzenlenen anma törenine Aygaz Üst Yönetimi, Müdürler, Yöneticiler ve şehitlerin yakınları katılım sağladı.



Operatörlerin mesleki becerileri artırılıyor

Aygaz'ın tüpgaz nakliye ve tanker operatörlerini yüksek sürüş kabiliyetiyle, teknik bilgilerle ve taşıdıkları ürüne karşı sorumluluk bilinciyle donatmak için düzenlediği eğitim programı tamamlandı. Aygaz'ın iki yılda bir yenilediği; araçları ıslak/kuru zeminlerde, engeller karşısında ve manevralarda kontrollü şekilde kullanmayı ve devirmemeyi kapsayan Anti Skid ve Roll-Over eğitimleriyle operatörler bilinçlendirildi. Eğitimlerle operatörlerin mesleki becerilerini üst düzeye çıkarmak hedeflendi. Aygaz tanker filusunda hizmet veren operatörler ayrıca Aygaz'ın kurum kültürü, kurumsal değerleri ve vizyonu hakkında da geniş kapsamlı bilgi edindiler.

Her adımda daha güvenli hizmet

Aygaz, daha güvenli hizmet verebilmeleri için çalışanlarını donanımlı hale getirmeye devam ediyor. Bu kapsamda yeni bir adım daha atan Aygaz; 14 Haziran'da Yarımca Dolun Tesisi ve Terminal Müdürlüğü'nde, 15 Haziran'da Aygaz A.Ş. Genel Müdürlüğü'nde, 16 Haziran'da Ambarlı Terminal Müdürlüğü'nde çalışanlara emniyet kemeri ve çarpma simülasyonu kullanım deneyimi sundu. Simülasyonu kullanan çalışanlar riske girmeden kaza anında bir aracın devrilmesinin oluşturacağı etkileri deneyimlerken, emniyet kemerinin onları koltuktan düşmekten ve savrulmaktan nasıl koruduğunu da test ettiler.



Bakım Günleri devam ediyor

Her yıl Aygaz istasyonlarında gerçekleştirilen, 30.000'den fazla tüketiciye ulaşan ve tüketicilerin araçlarından daha iyi verim almaları için düzenlenen Gaz Ayarı ve Bakım Günleri; 2016'da da Türkiye'nin dört bir yanında hız kesmeden devam ediyor. Ocak ayından bu yana 250'ye yakın istasyonda, toplamda 490 gün boyunca gerçekleştirilen uygulama; hem tüketiciler hem de bayiler tarafından memnuniyetle karşılanıyor. Etkinlik sayesinde LPG'li araç sahipleri araçlarının bakımını ücretsiz olarak gerçekleştirerek araçlarını hem daha ekonomik, hem daha güvenli şekilde kullanabilmenin yanı sıra, 50 TL'lik alımlarında geçerli olmak üzere 10 TL otogaz hediyesi de kazanıyorlar. Tüketicileri, TSE onaylı uzman dönüşümcülerle bir araya getiren Bakım Günleri'ne gösterilen yoğun ilgi ve aracının bakımını yaptıran müşterilere yönelik olarak düzenlenen kampanya; Aygaz Otogaz ve Mogaz Otogaz bayilerinin de memnuniyetini sağlıyor.



Sussak da Gevezeyiz!

Yaptıklarımızla söylediğimiz arasındaki farkı ararken, farkındalığı artırmak için keşfe çıkıyoruz.

Bildiğimiz ama anlamı veremediğimiz hareketlerimizi çözebileceğimiz bir dünyaya açılıyor ve doğru duygularla olumlu mesajlar verebilmenin yollarını arıyoruz.

Hem susup hem geveze olmayı anlamlandırmak için sizleri seminerimize davet ediyoruz.

AYGAZ
BizBizeSöyleşi

BEDEN DİLİ SEMİNERİ
14 Nisan 2016 Perşembe 15.30 - 17.00

‘Sussak da gevezeyiz’

Aygaz’ın BizBize Söyleşi etkinliklerinin ikinci konusu Murat Ovalı oldu. 14 Nisan’da gerçekleştirilen “Sussak da Gevezeyiz” başlıklı seminerle tiyatro oyuncusu ve beden dili eğitmeni Ovalı, yapılanlar ve söylenenler arasındaki uyumdan hareketle beden farkındalığını artırmayı hedefledi. Yaklaşık bir buçuk saat süren eğitimde duygu ve düşüncelerin beden dili yoluyla doğru biçimde aktarılmasına odaklanıldı. Gündelik hayatta sık kullanılan hareketlerin anlamını bilmenin ve sesin etkin kullanımıyla karşı tarafa olumlu mesajlar vermenin önemi Aygaz çalışanlarıyla paylaşıldı.

Yol güvenliği faaliyetleri tüm hızıyla devam ediyor

Aygaz Kara Yolu Lojistik Müdürlüğü’nün trafik kazalarının ve kazalara bağlı kayıpların azaltılması amacıyla yol güvenliği konusunda düzenlediği faaliyetler 2016’da da devam ediyor.

Eğitimlerle yol güvenliği: 2016’nın ilk faaliyeti, “Aygaz Sürücü Geliştirme Programı” başlıklı bir günlük teorik eğitim oldu. Tanker operatörlerinin sürüş becerilerini geliştirmeye yönelik mevzuat, teknik ve emniyet kuralları ile kurum içi bilgileri kapsayan eğitim, Şubat ve Mart aylarında 18 farklı tesiste, 41 günde, 424 operatörün katılımıyla tamamlandı. Uykusuzluk ve Yorgunlukla Mücadele, Gece Sürüşü, Ekonomik Sürüş, Trafikte Stresle Başa Çıkma, Yeterli/Dengeli Beslenme konularını içeren eğitim; Güvenli Sürücülük Eğitim Merkezi (GÜSEM) tarafından verildi.

Afişlerle bilinçlendirme: Karayolu Lojistik Müdürlüğü, sürücülerin trafik güvenliğine dikkat çekmek için çeşitli konularda afişler yaptırıyor. Bu kapsamda emniyet kemeri kullanımı, ikmal güvenliğinin sağlanması, ramazan ayı öncesi açlık ve uykusuzluğa dikkat çekmek, yoğun yaz dönemi öncesi hız kurallarına uyum, gece sürüşünde dikkat edilmesi gerekenler, kış şartlarında yol güvenliği olmak üzere altı ana konuda afiş çalışmaları gerçekleştiriliyor.

Yol risk analizleri ve denetimleri: Kullanılan güzergahlardan kaza oranı yüksek, risk faktörleri içeren ve yol şartlarının ağır olduğu rotalarda; yol risk analizleri ile yol denetimleri yapılıyor. Şubat ve Mart aylarında Yarımca Terminali’nden Antalya’ya ve Dört Yol Terminali’nden Konya-Kayseri’ye gidilen yollarda Autodrom firmasıyla yol risk analizi çalışması yapıldı. Çalışma sonucu eğitmen tarafından gerçekleştirilen resimli sunumla Antalya ve Hatay’da düzenlenen iki ayrı eğitimde rotayı kullanan sürücüler bilgilendirildi.

**HEM HAYATA
HEM SEVDİKLERİNİZE
BAĞLANIN!**

Kendinizi,
ailenizi, dostlarınızı ve
diğer insanları düşünün.
Emniyet kemerinizi takın!

AYGAZ



Sürekli eğitim ve gelişim için...

En değerli varlığı insan kaynağının gelişimini sağlamayı öncelikli hedefleri arasında tutan Aygaz, 2016 yılında çalışanlarına yönelik eğitimlerini sürdürdü. Bu kapsamda yıl boyunca liderlik (AygazLEAD), kişisel ve saat ücretli eğitimler ile gelişim programları düzenlendi. Eğitim içerikleri belirlenirken Çalışan Bağlılığı Araştırması, Yetkinlik Değerlendirme ve Gelişim Merkezi sonuçlarının yanı sıra birimlerden gelen geri bildirimler dikkate alındı. Eğitimciler seçilirken daha önce çalışılıp memnun kalmış olanlar ile yine konusunda uzman farklı firmalar tercih edildi.

Lider Geliştirme Programı: İlk kademe yöneticilerin yetkinliklerini geliştirmeye yönelik, Gelişim Merkezi uygulaması sonuçları dikkate alınarak hazırlanan liderlik programı üçer günlük iki ayrı modülden oluşuyor. Modüller arasında ve sonrasında bireysel çalışmalar da yer alıyor. Eğitimin ilk modülünden yüksek memnuniyet yaratan program, 2017 yılında da devam edecek.

Kişisel Gelişim Programı: Aygaz Grubu'ndaki uzman, sorumlu, destek ve teknik pozisyonlarında çalışanların yetkinliklerini geliştirmek ve kişisel gelişimlerine katkıda bulunmak amacıyla hazırlanan Kişisel Gelişim Programı'na katılım gönüllülük esasına dayanıyor. Bu yıl, Aygaz bünyesine kadrolu olarak katılan alt işveren çalışanları da programa dahil edildi.

Saat Ücretli Gelişim Programı: Saha çalışanlarının kişisel ve teknik gelişimine yönelik olarak hazırlanan program kapsamında bu yıl ilk olarak Pompalar Eğitimi düzenlendi. Eğitim, Aygaz Genel Müdürlük binasında gerçekleştirildi. Farklı bölgelerdeki tesislerden katılım sağlayan çalışanların birbirleriyle ve Üst Yönetim'le iletişim kurmaları sağlandı.

Aygaz'dan eğitim turları



Aygaz'ın istasyonlarda hizmet kalitesini ve müşteri bağlılığını yükseltmek amacıyla pompa görevlileri için düzenlediği periyodik eğitim turları tüm

hızıyla devam ediyor. 2016 için Şubat'ta Trakya Bölgesi'nden başlayan eğitim turu, sırasıyla Ege ve Akdeniz Bölgelerindeki eğitimlerle devam etti. Dört aylık süreçte yaklaşık 1.500 kişiye ulaşan tur programıyla, yıl boyunca tüm bölgelerde 3.000 istasyon görevlisine eğitim verilecek. Özel olarak tasarlanan Aygaz Otogaz eğitim otobüsünde verilen eğitimlerde; LPG sektörü, LPG ürünü ve Aygaz'ın avantajlarına dair bölümlerle beraber davranış, satış teknikleri, tüketicilerden sıkça gelen sorulara yanıtlar gibi hizmet kalitesini artıracak bilgiler de yer alıyor. Çalışanlar, Ülkem İçin Toplumsal Cinsiyet Eşitliğini Destekliyorum projesi hakkında da bilgilendiriliyorlar. Otogaz sektörünün sağlıklı gelişiminde rol oynayan dönüşüm firmalarının çalışanlarına verilen eğitimler de devam ediyor. 2015'in ikinci yarısında başlayan eğitimlerle toplam 430 firmanın çalışanları, Aygaz'ın otogazla.com web sitesinde yer alan otogaz ürünü ve Aygaz kampanyaları hakkındaki içeriklere dair bilgilendirildiler.



Enerji dolu bir başlangıç

Aygaz Grubu ailesine yeni katılan 19 çalışan için 18-19 Temmuz tarihlerinde Enerji Dolu Başlangıç Günleri oryantasyon programı düzenlendi. Bu programla, işe yeni başlayanlara Koç Topluluğu ve Aygaz Grubu'nu daha yakından tanıtmak ve aidiyet oluşturmak hedeflendi. Oryantasyon programının ilk günü Koç Topluluğu'nun tanıtım filmiyle başladı. Sunumlar sayesinde şirketlerini detaylı tanıma fırsatı bulan yeni Aygazlılar, rakamsal veriler de edindiler. Aynı gün yaklaşık 50 kişi ve Üst Yönetim'in katılımıyla gerçekleşen akşam yemeğinde çalışanlar hem birbirleriyle kaynaştılar hem de Üst Yönetim'le sohbet etme imkanı buldular. Programın ikinci günü Aygazlıların Gebze İşletmesi'ne ve Yarımca Terminali'ne yaptıkları ziyaretle devam etti. Katılımcılar, üretim tesislerini merakla gezdiler.

Tanker operatörleri ve eşlerine yönelik seminerler

Geçtiğimiz yıllarda İstanbul, Ankara ve Adana’da yapılan, olumlu dönüşleri olan “Tanker Operatörünün Hayatı” konulu eğitim, bu yıl Samsun ve Kocaeli’nde düzenlenen iletişim semineriyle devam etti. Dönüşen Adam firmasından İş Sağlığı ve Güvenliği uzmanı Aytül Çalışkan’ın verdiği eğitimde; sürücüler çalışma hayatı, uyku düzeni, yemek alışkanlığı gibi konularda dikkat edilmesi gereken hususlarda bilgilendirildiler. Aygaz bünyesinde tanker operatörü ve tüpgaz araç sürücüsü olarak hizmet veren sürücülere ve eşlerine yönelik olarak düzenlenen eğitim, özel hayatın iş sürecine iş güvenliği anlamında ne kadar çok etki ettiğine dikkat çekmeyi amaçlıyor.



Koç Spor Fest’te Kış Oyunları heyecanı



Koç Holding’in 2006’dan beri düzenlediği Koç Spor Fest, bu yıl 86 üniversiteden yaklaşık 26 bin öğrenciyi ağırladı. Türkiye’nin en büyük gençlik ve spor festivali Koç Spor Fest, Kış Oyunları’yla Palandöken’de başladı. Bu yıl ilk kez takvime eklenen Kış Oyunları ile branş sayısı 57’ye yükseldi. 5 Mart’a kadar süren Türkiye Koç Spor Fest Üniversite Kış Oyunları’na 35 üniversiteden 500 sporcu, 45 idareci ve antrenör katıldı. Ardından İstanbul’daki Yıldız Teknik Üniversitesi’nde başlayan müsabakalara Zonguldak, Samsun, Ankara, Mersin ve Afyon’da devam edildi. Koç Spor Fest 2016 şampiyonlarını belirleyecek final turuna ise Akdeniz Üniversitesi ev sahipliği yaptı.

Festivalin finali, altı bin öğrencinin katılımıyla Akdeniz Üniversitesi’nde gerçekleştirildi. Atletizmden jimnastiğe, eskrimden tekvando’ya, atıcılıktan yelkene birçok farklı spor dalında yarışmaların yer aldığı etkinliklerde, üniversiteliler yeteneklerini değerlendirme fırsatı buldular. Müsabakalarda başarı elde eden genç sporcular, uluslararası organizasyonlarda Türkiye’yi temsil etmeye hak kazandılar.



Aygaz’ı başarıyla temsil ettiler

Spor faaliyetlerini yaygınlaştırmak amacıyla düzenlenen Koç Topluluğu Spor Şenlikleri, bu yıl 27. kez gerçekleştirildi. Dört şehir ve 36 şirketten, 80 takımın katıldığı şenliklerde 16 farklı branşta yarışmalar gerçekleşti. Aygazlılar, Basketbol kategorisinde Ege Bölge takımı olarak üçüncülük elde ettiler. Yüzme kategorisinde Ozan Almalı, 50 metrelik parkurda hem kelebek hem de serbest yüzme stillerinde altın madalyanın sahibi oldu. Gökhan Saraç, 50 metrelik parkurda kurbağa ve sırtüstü yüzme stillerinde bronz madalya almaya hak kazandı. Gülem Kaya Özden ve Hakan Çobanoğlu ise 50 metrelik parkurda serbest yüzme stilinde bronz madalya aldılar. Aygazlılar, Koç Topluluğu Spor Şenlikleri’ni bu yıl da birden fazla ödülle tamamladılar.

Aygaz Yelken Takımı Türkiye Yat Şampiyonası'nda

Türkiye Yelken Federasyonu tarafından bu yıl Mustafa V. Koç anısına düzenlenen Türkiye Yat Şampiyonası'na Aygaz Yelken Takımı da katıldı. Bodrum'da, 17-20 Ağustos tarihleri arasında gerçekleştirilen şampiyonada 32 tekneyle 277 yarışmacı; IRC 1, IRC 2, IRC 3 ve Destek kategorilerinde yarıştı. Aygaz Yelken Takımı, IRC 2 sınıfında mücadele etti.



FLEXTRA

Flextra'yla esnek yan faydalar

Çalışanların, yeni yan faydalarla genişletilmiş bir havuzdan tercih ve ihtiyaçlarına göre seçim yapabildikleri Flextra Esnek Yan Faydalar Programı, Mart 2016 itibarıyla Aygaz'da devreye alındı. Program, çalışanlara kullanmayı tercih etmedikleri mevcut yan faydaların yerine yeni yan faydalar alma ya da bu faydaları yeniden şekillendirme imkanı sunuyor. Aygaz, Koç Topluluğu'nda ilk defa saat ücretli çalışanları da bu programa dahil etti. Buna göre saat ücretli çalışanlar; yıllık bütçeyi kullanarak seçim yapıyor, programa özel şirket katkısını yeni yan faydalarda değerlendiriyor, kanunen geçerli olan vergi avantajlarından ve programa özel avantajlı fiyatlardan faydalanabiliyorlar.



Aygaz ve Mogaz'dan güvenlik kampanyası

Aygaz ve Mogaz tüpgazın en önemli güvenlik unsurlarından birinin, dedantör ve hortumun doğru kullanımı olduğuna dikkat çekmek amacıyla gerçekleştirdiği güvenlik kampanyalarıyla tüketicilerini dedantörlerini üretim tarihlerinden itibaren 10 yılda bir, beraberinde kullanılan hortumları ise üç yılda bir değiştirmeleri konusunda uyarıyor. Müşterileri bilinçlendirmek amacıyla düzenlenen ve Aygaz ile Mogaz markalarını içeren "Güvenlik Kampanyaları" kapsamında; süresi dolmuş dedantör, hortum ve kelepçelerin değiştirilmesini sağlamak hedeflendi. 11 Temmuz-31 Ekim tarihleri arasında geçerli olan kampanya dönemi boyunca eski dedantörünü getiren müşteriler, Aygaz/Mogaz markalı bir adet dedantörü, 1,5 metrelik hortumu ve iki adet kelepçeyi tavsiye edilen fiyat olan KDV dahil 23,50 TL yerine KDV dahil sadece 17,60 TL'ye aldılar.

Türkiye'nin kalbini kazandık!

Türkiye Kalite Derneği (KalDer) ile Ipsos tarafından gerçekleştirilen Türkiye Müşterinin Sesi (TMS) 2015 araştırmasında, tüpgaz ve otogaz sektörlerinde müşteri bağlılığı en yüksek marka Aygaz oldu. KalDer ve Ipsos ortaklığında Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksi'nin (TMME) devamı niteliğinde yapılan araştırmada bu yıl, Türkiye Müşterinin Sesi adıyla müşteri bağlılığı ölçümlendi.

Aygaz'ın başarısı sürüyor

Daha önce TMME'de tüpgaz sektöründe üçü üst üste toplam beş kez birinci seçilen ve "Sürdürülen Başarı" kategorisinden Altın Heykel'e layık görülen Aygaz, ilk kez gerçekleştirilen müşteri bağlılığı araştırmasında da tüpgaz ve otogaz sektörlerinde birinciliği elde etti. Ayrıca otogaz sektörünün ilk

kez araştırmaya dahil edildiği bu yıl, Aygaz Otogaz sektörün diğer oyuncularını geride bırakarak lider oldu. Türkiye Müşterinin Sesi araştırmasında KalDer ve Ipsos Global, 12 sektörü müşterilerin fikirlerini dikkate alarak değerlendirdi. Araştırma için 30 farklı ülkede 26'dan fazla sektör incelendi. Ipsos Global tarafından geliştirilen yeni araştırma modelinde, 15 bin kişiyle yapılan görüşmelerde davranışsal ve tutumsal unsurlar sorgulandı. Bunun üzerine müşterilerin mevcut ve gelecek marka tercihlerine dair tespitler yapıldı.

Bu başarı hepimizin

Türkiye Müşterinin Sesi araştırmasında tüpgaz ve otogaz sektörlerinde elde ettiği başarıyla Aygaz, müşterilerinin yanı sıra bayilerine ve bayi çalışanlarına teşekkür



etmek amacıyla hazırladığı poster ve dönkart çalışmalarını tüpgaz bayilerine ve otogaz istasyonlarına dağıttı. Ayrıca medyada kullanılmak üzere hazırlanan ilanlara, gazetelerde ve çeşitli dergilerde yer verildi.

Yollar Aygaz'la şenleniyor

Türkiye'nin en çok tercih edilen otogaz markası Aygaz, gerçekleştirdiği kampanyalarla kazandırmaya devam ediyor. Aygaz'ın 10 Ağustos'a kadar devam eden kampanyası kapsamında, Aygaz Kart veya karta tanımlı cep telefonu ile otogaz alımı yapan tüketiciler her 40 TL'lik tutar karşılığında bir çekiliş hakkı elde ettiler. Katılımcılar arasında yapılan çekilişte ise otogaz kullanıcıları 1.000 TL'ye varan hediye otogaz kazanma şansı yakaladılar. Kampanya kapsamında düzenlenen çekilişe katılan katılımcılardan 25 kişi 1.000 TL, 50 kişi 500 TL, 75 kişi 250 TL, 100 kişi 125 TL ve 750 kişi 25 TL, toplamda 1.000 kişi 100.000 TL değerinde otogaz puanı kazandı.

Aygaz müşterilerinin, çekilişe dahil olabilmeleri için otogaz alışverişlerinde Aygaz Kart ya da karta tanımlı cep telefonlarını kullanmaları ve iletişim bilgilerini eksiksiz bir şekilde Aygaz'a iletmeleri yeterli oldu. Bilgilerini güncellemek isteyenler ise aygaz.com.tr'de bulunan formu doldurdular ya da 444 4 999 numaralı telefonu arayarak bilgilerini yenilediler. Katılımcılar ayrıca alım yaptıkları cep telefonu ile 7276'ya, aralarda boşluk bırakarak; ÇEKİLİŞ AD SOYAD CEPTEL ADRES yazarak gönderdikleri kısa mesajla da bu işlemi gerçekleştirdiler. Kazananların otogaz ikramiyesi, sistemde kayıtlı Aygaz kartlarına veya cep telefonuna puan olarak yüklendi.





Aygaz ve Türk Telekom iş birliği

Aygaz ve Türk Telekom iş birliğiyle Aygaz'a özel olarak oluşturulan kampanya kapsamında, kampanyanın geçerli olduğu illerde internet taahhüdü veren müşterilere ilk ay ücretsiz internet ve kalan 22 ay boyunca indirimli fiyat sunuldu; ayrıca rayiç bedeli 250 TL olan modem de ücretsiz verildi. 17 Ağustos'a kadar geçerli olan kampanyadan yararlanan müşteriler, Aygaz ev tüpü alımında 7 TL indirim veya ücretsiz Güvenli Bağlantı Seti kazanma fırsatı yakaladılar.

Aygaz, Mogaz ve Lipetgaz Ramazan'da serinletti

Pepsi ile düzenlenen kampanya kapsamında Ramazan ayı boyunca Aygaz, Mogaz ve Lipetgaz ev tüpü alanlara bir litrelik Pepsi hediye edildi.



Pekdemir Market'e gelenlerin otogazı Aygaz'dan!

Denizli'de 44 şubesiyle faaliyet gösteren ve otogaz tüketici potansiyeli yüksek olan Pekdemir Market'le gerçekleştirilen iş birliği kapsamında, 13-30 Nisan tarihleri arasında 50 TL'lik market alışveriş yapanlar 10 TL değerinde otogaz kazandılar. Hem müşteriler hem de bayiler tarafında yüksek memnuniyet yaratan kampanyaya 2.600 kişi kayıt yaptırdı.



Nihat Sırdar'la barbekü sırları

Türkiye'nin lider LPG markası Aygaz, dijital medya üzerinden yürütülen "Nihat Sırdar'la Barbeküde Sırlar" isimli video serisiyle mangal ve barbekü severleri yaz günlerine hazırlıyor. Show Radyo'nun sevilen ismi Nihat Sırdar, videolarda LPG'li Aygaz Barbekü'yle ızgara yapmanın kolaylığını ve püf noktalarını izleyicilerle paylaşıyor. Filmelerde et, balık, tavuk gibi ürünlerin hazırlanma sürecini aktaran Sırdar, LPG'li Aygaz Barbekü'nün kolay açma-kapama sistemine ve sağlıklı pişirme özelliğine dikkat çekiyor. Pişirirken duman oluşturmeyen, kokuyu ve tadı birbirine karıştırmayan, besin değerlerini koruyan Aygaz Barbekü ile lezzetli barbekü yapımına dair ipuçlarından oluşan videolara Facebook ve Youtube'daki /aygaztupgaz sayfalarından ulaşılabilir.

Mogaz Otogaz: 'Bir Aygaz markasıdır'

Mogaz Otogaz'ın marka bilinirliğini ve kalite algısını artırmak hedefiyle 3 Mayıs itibarıyla TV, radyo ve gazete mecralarında yer alan uzun soluklu bir sponsorluk çalışmasına başlandı. Mogaz Otogaz markası için daha önce hayata geçirilen iletişim çalışmalarındaki "Git Git Bitmez" temasının vurgulandığı sponsorlukla, Mogaz Otogaz'ın önceki reklam filmlerinde olduğu gibi "Bir Aygaz markasıdır" ibaresinin altı çiziliyor. Bu çalışmada önceki yıllara ilave olarak özel bir logo kullanılan kampanyada Aygaz markasının kaldıraç etkisinden yararlanılarak Mogaz'ın hem müşteri bağlılığının hem de memnuniyetinin artırılması hedefleniyor. Çalışma kapsamında üretilen animasyon TV filmlerinde; Ankara-Antalya, Trabzon-Gaziantep ve İzmir-Çanakkale güzergahlarına yer verilerek Türkiye'nin farklı bölgelerine ulaşıldı.



İstanbul Tiyatro Festivali 20. kez gerçekleşti



İstanbul Kültür Sanat Vakfı (İKSVM) tarafından düzenlenen ve 2004'ten beri Koç Holding Enerji Grubu Şirketleri Aygaz, Opet ve Tüpraş'ın ana sponsor olarak destek verdiği İstanbul Tiyatro Festivali, bu yıl 20. kez yapıldı. 3-28 Mayıs tarihleri arasında düzenlenen festivalin programında yurt dışından dokuz, Türkiye'den 23 oyun yer aldı. Oyun, dans ve performanstan oluşan 32 gösteri ve 18 yan etkinlik, 25 farklı mekanda izleyici ve katılımcılarla buluştu. 1 Mart akşamı Rahmi M. Koç Müzesi'nde düzenlenen basın toplantısıyla başlayan programın açılışında Aygaz Genel Müdürü Gökhan Tezel de konuşma yaptı.

Sevgi Gönül Tiyatro Günleri 15 yaşında

Koç Üniversitesi Tiyatro Kulübü'nün Aygaz ana sponsorluğunda düzenlediği Sevgi Gönül Tiyatro Günleri, bu yıl 15. kez gerçekleştirildi. 18-21 Nisan tarihleri arasında düzenlenen etkinliğe Koç Üniversitesi Sevgi Gönül Kültür Merkezi ev sahipliği yaptı. Programda, üniversite tiyatro grupları ve profesyonel tiyatroların sezon boyunca en çok sevilen oyunları yer aldı. Koç Üniversitesi Tiyatro Kulübü oyuncularını Friedrich Josef Dürrenmatt'ın "Yaşlı Kadının Ziyareti" adlı oyununu sahnelediler. Koç Üniversitesi Mezunlar Derneği oyuncularını ise Turgut Özakman'ın "Bir Şehnaz Oyun" adlı metnini sergilediler. "Frankenstein", "Mutfak Söyleşileri", "Kurusıki", "Gergedan", "Kuzey Işıkları" isimli tiyatro oyunlarını da seyirciyle buluşturan Sevgi Gönül Tiyatro Günleri, profesyonel ve amatör oyuncularını bir kez daha tiyatro aracılığıyla bir araya getirdi.



Pastacılar Çamlıhemşin'de buluştu

Aygaz'ın sponsorları arasında yer aldığı Uluslararası Pastacılar Festivali'nin ikincisi, bu yıl Rize'de gerçekleşti. Başbakanlık Tanıtma Fonu tarafından da desteklenen festivale 20-22 Mayıs tarihleri arasında Çamlıhemşin ev sahipliği yaptı. Mesleğine gönül veren ustaların bir araya geldiği etkinlikte pasta şovları, pasta savaşı, panel ve konserler düzenlendi. Katılımcı pastanelerin isimlerini içeren Pastane Şükran Kütüğü'ne yeni eklenenlerle başlayıp üç gün süren festivalde yöresel tatların sunumunun yanı sıra yarışmalar, söyleşiler ve film gösterimleri de yapıldı. Etkinliklerde de yer alan Aygaz, katılımcıları güvenli tüp kullanımını konusunda bilgilendirdi. Çarkıfelek oyunuyla eğlenceli anların yaşandığı Aygaz'ın standında yapılan çekilişlerle katılımcılar şapka, balon, kumbara, mutfak önlüğü, mutfak çakmağı gibi hediyeler kazandılar.



Atıklar yaratıcılığa dönüştü

Aygaz, çalışanlarının çocuklarında çevre koruma ve geri dönüşüm bilinci oluşturmak hedefiyle atık malzemelerden tasarlanan eserlerin yarıştığı bir yarışma düzenledi. Çevre ve geri dönüşüm üzerine düşündüren Tasarım Yarışması'na geri dönüşümlü malzemelerden (kağıt, karton, plastik, kompozit, metal vb. ambalaj atıkları) veya elektronik atıklardan (pil, kablo vb.) yapılmış tasarımlarıyla 6-14 yaş arası çocuklar katıldı. Yarışmada ilk üçe giren Cemal Utku Bağ, Dila Akça ve Ada Çobanoğlu'na paten ve tüm katılımcılara bilim oyuncakları hediye edildi. Atık malzemelerden yapılan ve yarışmaya katılan tüm tasarımlar, Aygaz Genel Müdürlük binasının yanı sıra Bölge Müdürlükleri ile tesislerde sergilendi.



Karadeniz’de fark yaratan yerel iletişim aktiviteleri

Aygaz kültüründe geçmişi çok eski yıllara dayanan yerel iletişim faaliyetleri fark yaratmaya devam ediyor. Karadeniz Bölge Tüplügaz Satış Müdürlüğü’nün önderliğinde düzenlenen etkinliklerden bazıları, geleceğin teminatı olan çocukların nezdinde Aygaz’ın bilinirliğini artırıyor ve itibarını sağlamlaştırıyor. Bu etkinliklerden ilki, 1998 yılında Nevşehir’in Hacıbektaş ilçesinde düzenlenen ve günümüzde bayilerin de desteğiyle devam eden yarışma. Mülki idare amirlerinin, okul yöneticilerinin, velilerin ve öğrencilerin yoğun ilgi gösterdiği bu etkinliklere diğer bir örnek ise, Çoruh Nehri havzasında yer alan ve pek yakında sular altında kalacak olan Artvin’in Yusufeli ilçesinde gerçekleştirilen “Hayalimdeki Okul” konulu resim yarışması. Yarışma, bu yıl ilçede faaliyet gösteren Aygaz bayisi Fatih Ardıç ve eşi Sümeyye Ardıç’ın desteğiyle okulların kapandığı dönemde düzenlendi. Öğrencilerin yaptığı resimler, okul yönetimince oluşturulan jüri tarafından değerlendirildi. 15 Haziran’da İlçe Milli Eğitim Müdürü, okul yöneticileri ve öğrenci velilerinin katılımıyla düzenlenen ödül töreninde 1., 2. ve 3. olan resimlerin sahiplerine bisiklet hediye edildi. Yarışmaya katılan her öğrenciye katılım sertifikası verildi. Hem öğrencilere hem de öğretmenlere, okul yöneticilerine ve velilere tüp kumbara hediye edildi.



Mogaz bayisinden Kadınlar Günü’ne özel çiçekler

Bartın’ın merkezinde faaliyet gösteren Mogaz bayisi, 8 Mart Dünya Kadınlar Günü kapsamında önemli bir adım attı. Bayinin yöneticisi Mürüvvet Yılmaz, bu özel gün için önceden hazırladığı çiçekleri Bartın’ın merkezinde ve köylerinde yaşayan kadınlara dağıttı. Bu anlamlı hareket, kadınlar tarafından memnuniyetle karşılandı. Hayatında ilk kez hediye olarak çiçek alanların da aralarında bulunduğu kadınlar, etkinliğin en çok sevilenleri oldular.



Aygaz’da 23 Nisan coşkusu

23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı kutlamaları kapsamında Aygaz Karadeniz Bölge Tüplügaz Satış Müdürlüğü, çocuklara dokuz bin adet Türk bayraklı balon dağıttı. Balonlar, 75 farklı il ve/veya ilçede faaliyet gösteren 90 Aygaz Grubu bayisinde çocuklara eş zamanlı olarak dağıtıldı. Bayi ve abone servis görevlilerinin katkısıyla gerçekleşen etkinlikte balonlar; Aygaz mağazalarında, kutlama yapılan okul bahçelerinde, çocuk parklarında ve işlek bölgelerde çocuklara sunuldu. Bayiler, mahallelerinde yapmış oldukları etkinliklere ait görüntüleri birbirleriyle paylaşarak 23 Nisan coşkusuyla birlikte yaşamış oldular.



Çocuklar hayallerindeki okulu çizdiler

Aygaz Karadeniz Bölge Müdürlüğü tarafından Ordu Akkuş'taki Cumhuriyet İlkokulu'nda öğrencilere yönelik "Hayalimdeki Okul" temalı resim yarışması düzenlendi. Aygaz'ın Ordu'da faaliyet gösteren bayilerinden Zekiye Tiryaki ve eşi Murat Tiryaki'nin özverili çalışmalarıyla düzenlenen resim yarışmasına ilçe genelindeki beş ilköğretim okulundan 250 öğrenci katıldı. Yapılan resimler, okul yönetiminin oluşturulan jüri tarafından değerlendirildi. 10 Haziran'da okul bahçesinde gerçekleştirilen törende ilk üçe giren resimlerin sahiplerine bisiklet hediye edildi. Oldukça yoğun katılımın olduğu törende tüm öğrencilere katılım sertifikası ve tüp kumbara; öğretmenlere ve mülki idare amirlerine duvar saati, kalem ve tüp kumbara hediye edildi.



Gebze'de dostluk maçı

Aygaz, Gebze işletmesinde bir ilke imza attı. 15 Nisan'da Anadoluhisarı Tankercilik A.Ş. ekibiyle Kuzguncuk gemi çalışanları arasında yapılan futbol müsabakası güne damgasını vurdu. Tarafların centilmence oynadıkları maçta Anadoluhisarı Tankercilik A.Ş. ofis ekibi, performansı ile öne çıktı. Sporun ve futbolun birleştirici etkisiyle maçın sonucunda dostluk kazandı. Geminin planlı bakım döneminde gerçekleşen bu müsabakayla tersane periyodu yorgunluğu bir nebze atılmış oldu.

Giresun'da şampiyonalara destek



Aygaz, Giresun Çamoluk'ta düzenlenen Rafting Türkiye Şampiyonası'na ve Türkiye Kano Şampiyonası'na sponsor oldu. 23-28 Mart tarihleri arasında yapılan Rafting Şampiyonası'na ve 4-5 Haziran'da gerçekleştirilen Kano Şampiyonası'na destek veren Aygaz, yarışmalara ev sahipliği yapan Çamoluk'ta, hediyeleriyle seyircileri sevindirdi. Çamoluk'un sevilen Aygaz bayilerinden Davut Çukuryurt, şampiyonlara katılanlara hem ilçeyi tanıttı hem de Aygaz markasına dikkat çekti. Kelkit Çayı'nda düzenlenen yarışmalara Artvin, Rize ve Giresun'daki yedi kulüpten 80'e yakın sporcu katıldı. Çukuryurt, şampiyonayı izlemek için gelenlere ve sporculara şapka, tişört ve tüp biçiminde yaptırdığı kumbaraları hediye etti.



Aygaz müşterilerinin ağzı tatlandı

Karadeniz Bölge Tüplügaz Satış Müdürlüğü, Ramazan ayının son günlerine denk gelen Kadir Gecesi dolayısıyla 1 Temmuz'da 60 farklı il ve ilçede faaliyet gösteren toplam 100 Aygaz grubu bayisiyle 10.000 adet kandil şekerinin dağıtımını gerçekleştirdi. Aygaz, Mogaz ve Lipetgaz olmak üzere her marka için ayrı külahlarda paketlenen kandil şekerleri, müşterilere tüp teslimatı esnasında ASG'ler tarafından ve bayilerde dağıtıldı. Etkinliğe katılan bayiler, iletişimlerinin artması ve etkinliğin daha da coşkulu geçmesi amacıyla bir mobil mesajlaşma platformu üzerinden "Kandil" isimli bir grup oluşturdular. Bu platform aracılığıyla çekilen fotoğrafları birbirleriyle paylaşabildiler. Etkinlik, başta şeker alan çocuklar olmak üzere müşteriler, bayiler ve ASG'lerde memnuniyet yarattı.

Akaryakıt sektörünün 'En Beğenilen Şirketi' OPET

OPET, "Capital" dergisi tarafından düzenlenen ve iş dünyası tarafından önemli bir referans kabul edilen "Türkiye'nin En Beğenilen Şirketleri" araştırmasında bir kez daha akaryakıt sektörünün En Beğenilen Şirketi seçildi. Bu yıl 15'incisi gerçekleştirilen "Türkiye'nin En Beğenilen Şirketleri" Araştırması Ödül Töreni, 28 Nisan'da Four Seasons Hotel'de yapıldı. Türkiye'nin en beğenilen şirketleri, sektör temsilcilerinin yanıtlarıyla belirlendi. OPET; "Müşteri Memnuniyeti" ve "Toplumsal Sorumluluk" kriterlerindeki başarısıyla akaryakıt sektöründe "En Beğenilen Şirket" seçildi. OPET adına ödülü alan OPET Genel Müdürü Cüneyt Ağca tören

sırasında yaptığı konuşmada, "Bir kez daha sektörümüzün en beğenilen şirketi seçilerek, başarılarımızı perçinlemekten büyük mutluluk duyuyoruz. Hizmetlerimizi tüketiciye özenle ulaştıran, Türkiye'nin dört bir yanında hizmet veren 1.500'ün üzerindeki bayimizle "Kusursuza Yolculuğumuz'a devam edeceğiz." dedi. Ölçümlenmeye başlandığı 2006 yılından bu yana KalDer Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksi'ne göre dokuz yıldır aralıksız "Müşterinin En Çok Memnun Kaldığı Marka" seçilen OPET, bu yıl devreye alınan KalDer'in yeni ölçümleme sistemine göre de "Müşteri Sadakati En Yüksek Marka" seçilerek başarısını 10'uncu yıla taşıdı.



AB Çevre Ödülleri için Türkiye'yi TÜPRAŞ temsil edecek



AB Çevre Ödülleri 2016 Türkiye Programı'nın Süreç Kategorisi'nde "Belediye Kentsel Atık Sularının Sanayide Proses Suyu Olarak Kullanılmak Üzere Geri Kazanımı" projesiyle finalist olan TÜPRAŞ, ödül ve sertifikalarını 3 Haziran'da gerçekleştirilen ulusal ödül töreninde Çevre ve Şehircilik Bakanı Mehmet Özhaseki'den aldı. AB Çevre Ödülü'nün Avrupa'daki tüm kategorilerdeki birincileri ise Ekim ayında yapılacak törenle belirlenecek. Doğal kaynakların korunması ve sürdürülebilirliğin sağlanması için rafineride tüketilen suyun doğal kaynaklardan karşılanması yerine atık suların geri kazanılarak elde edilmesine öncelik veren TÜPRAŞ, projeyi 2014 Kasım ayından bu yana uyguluyor. Faaliyetleri gereği suyu yoğun bir şekilde kullanan TÜPRAŞ, projeye tüm proses suyu ihtiyacını karşılarken belediye kentsel atık sularının da geri kazanımını sağlıyor. Kocaeli Büyükşehir Belediyesi İSU Genel Müdürlüğü'yle birlikte geliştirilen ve yatırım harcaması yaklaşık 55 milyon TL olan Körfez Tesisi Kentsel Atık Sularının Sanayide Proses Suyu Olarak Kullanılmak Üzere Geri Kazanımı Projesi, İzmit Rafinerisi'nde iki aşamalı olarak devreye alınmıştı.

Didem Şenol: ‘İyi yemek’ peşinde koşanlar, her yere gider



Aygaz Dünyası'nın Gurme başlıklı sayfalarında her sayıda bir şefi ağırlamaya başlıyoruz. İlk konuğumuz ‘Her şey mevsiminde güzel!’ diyerek ‘iyi yemek’ yapmayı bir tutku haline getiren Didem Şenol...

Karaköy'ün sevilen mekanlarından Lokanta Maya ve Gram'ların sahibi Didem Şenol'u Time Out İstanbul 2010 Yeme İçme Ödülleri'nde aldığı “En İyi Şef Ödülü”yle, yazdığı kitaplarla ve “Her şey mevsiminde güzel!” mottosu eşliğinde “iyi yemek” yapmayı bir tutku haline getirmesiyle tanıyoruz. Gram Orjin'de bulduğumuz Didem Şenol'un mutfağının manifestosu tam da bu nedenle yaratıcılığı alıyor temeline. Mutfağına, mevsimin sebze ve meyvesi ne ise onu sokuyor, menüleri her ay değiştiriyor ve bunun lezzeti artırdığına inanıyor. “Kışın lezzetli bir domates yemek isterseniz hep birlikte o güzel kokulu domatesler için yazı beklememiz gerekecek.” diyor ve bu süreci oldukça keyifli

kılıyor. Didem Şenol'la New York'tan Karaköy'e uzanan hikayesini ve yemekle ilişkisini konuştuk.

Koç Üniversitesi'nde Psikoloji okurken yemekle ilgili bir şeyler yapmaya ve açılış eğitimi almaya karar verdiğiniz biliyoruz. İsterse-niz öncelikle açılış serüveninizden başlayalım. Ne oldu da böyle bir karar aldınız?

Aslında hep yemek yapan bir çocuktum. Ama o dönemde bunun bir meslek olabileceğini düşünmemiştim. Onun için ben de herkes gibi üniversite sınavına girdim, Psikoloji kazandım. Okulun üçüncü senesinde klinik ya da sosyal psikolojiyle ilgili bir şey yapmak istemediğime karar verdim. “İleride ne yapmak

'Hepimiz dengeli, doğru asidi ve doğru tatlılığı olan, iyi pişmiş yemeği beğeniyoruz. Onun için de 'iyi yemek' diye bir kavram bence kesinlikle var.'

istiyorum?" diye düşündüğümde aklıma hep yemek yapmak geliyordu. O dönemde Türkiye'de şimdiki gibi bu konuyla ilgili okullar yoktu. İngilizce bildiğim için Amerika'ya gitmenin iyi bir fikir olduğunu düşündüm. Bu sayede değişik mutfaklar ve insanlarla vakit geçirebilecektim. New York, Boston ve çevresinde birkaç okul gezdikten sonra New York'taki French Culinary Institute'te karar kıldım. Okul yaklaşık sekiz ay sürdü. Sonra New York'ta, Eleven Madison Park'ta bir sene çalıştım. Oradan dönünce Mehmet Gürs'le çalışmaya ve "Ufak Yemekler"i yapmaya başladım. 2005'te Marmaris'in dışında ufak bir oteli olan babamın yanında aşçılık yapmaya gittim. O ara pazarları gezmeye başladım. Türk mutfağının malzemelerine daha fazla hakim oldum. Bu sırada "Kızınız Defne'yi Oğlumuz İskorpite..." adlı kitabı yazdım. 2010'da dönüğümde Lokanta Maya'yı açtım Karaköy'de. 2012'de Şişhane'deki Gram'la devam edip Maslak'taki Gram'larla yavaş yavaş büyümeye başladık. "Biraz Maya Biraz Gram" adlı ikinci kitabımdan sonra Kan-yon'daki üçüncü Gram geldi.

Gram'larla yola devam ederken Lokanta Maya'dan farklı olarak neleri hedeflediniz?

Mevsimsel ve lokal malzemelerle yemek yapıyorum. Onun için menülerimiz genelde değişiyor. Bu durum hem Maya hem Gram için geçerli. Gram, biraz daha hızlı yemek yenecek formatta; Maya, daha çok restoran. Maya'nın çıkış noktası, o gün bulduğum taze malzemeyi

kullanacağım yemekler yapmaktı. Yemek yemeyi seven, o ortamda bulunmaktan keyif alan insanların geldikleri bir lokanta, Maya. Zaten orayı açtığımda Karaköy'ün sonradan popüler olacağını öngörerek değil, gerçekten iyi yemek peşinde koşan insanların her yere gideceğini düşünerek açmıştım.

Bir de televizyon programı var...

Televizyon programı değil aslında o. "Mutfağın Şefleri" altı bölümlük bir program; her bölümde bir şef ağırlanıyor. Sadece bir bölümünde ben varım. Ama NTV'de yayınlanma şekline dolayı herkes bunun uzun soluklu bir televizyon programı olduğunu düşünüyor. Yine de televizyondan insanlara ulaşmak ve anlatmaya çalıştığınız şeyin mesajını verebilmek -aslında hepimiz televizyondan bir adım geride durmaya çalışsak da- bence büyüklü bir şey. Söylemek istediğiniz şeyi bir anda çok fazla insanla paylaşma şansınız oluyor.

Mayasında üretmek olanlardan mısınız yoksa yemekle ilgili bir şeyler üretme aşkınız sonradan mı ortaya çıktı?

Mayamda mı var bilemem ama... Eğer bu işi yapıyor olmasaydım, benim dönemimde mezun olanların yollarından gitseydim; başarılı ve çalışkan olamazdım herhalde. Aslında doğru yola girdiğim için bir şeyler keyifli gidiyor. Çok çalışmayı seviyorum. Çalışmaya başladığımdan beri hiçbir zaman "Eyvah pazartesi geldi!" diye düşünmedim. Her sabah işe gelecek olmaktan ve bunları yapıyor olmaktan mutluluk duyuyorum. Çok fazla insanın hayatına dokunuyorum, onlar

da benim hayatıma dokunuyorlar. Olgunlaşıyor olmanın da hayatımızı zenginleştirdiğini düşünüyorum. Çünkü hem çok daha fazla şey öğreniyorsunuz hem de her şey bir deneyim oluyor.

Menülerinizi belirlerken en çok hangi mutfaklardan esinleniyorsunuz?

Genelde benim yemek pişirme tarzım çok soslu ve çok ağır yemeklere açık değil; malzemenin lezzetini almanın önemli olduğunu düşünüyorum. Mesela balık yiyorsanız, balığın tadını almalısınız. Sadece Ege yemeği yapıyoruz, diyemem. Belli dönemlerde saray mutfağından esinlenip midye salmalar, eski usul Çerkez tavukları da hazırlıyoruz; hamsili pilav da yapıyoruz, keşkek de... Genel olarak Türkiye'den, bu topraklardan, bu kültürlerden, çocukluğumdan esinlenerek bir şeyleri ufak ufak evirip veya yeni teknikleri eski reçetelere uygulayıp lokanta yemeği haline getiriyoruz.

Yemek yaparken size özel teknikler ya da kimseyle paylaşmadığınız sırlarınız var mı?

Hiçbir şey sır değil artık günümüzde. Kitaplar yazmamızın sebebi de tariflerin aslında sır olmadığını anlatmak. Ama "doğru tekniği kullanmak" diye bir şey var. Doğru ısıda pişirmek, doğru zamanda tuzlamak gibi... Zaten "İyi aşçıyım." diyen herkesin bir noktada öğrendiği bilgiler; lezzeti daha da artırmak için kullandığımız teknikler bunlar. Örneğin iyi bir çileği kurutarak toz haline getirip bunu bir tatlıya serptiğinizde kokusunu alabiliyorsunuz. Ya da bergamot kabuğunu kuruttuktan sonra çekip



‘Yemek yemeyi seven, o ortamda bulunmaktan keyif alan insanların geldikleri bir lokanta, Maya. Zaten orayı açtığımda Karaköy’ün sonradan popüler olacağını öngörerek değil, gerçekten iyi yemek peşinde koşan insanların her yere gideceğini düşünerek açmıştım.’



de ciğerin üzerine ektiğinizde onun lezzetini artırılırsunuz. Belli lezzetleri bir araya getirmeniz gerektiğini bir noktada anlıyorsunuz zaten. Bu yeni teknikler de size birazcık yardım ediyor. Bunlarsız mutfak olmaz mı? Olur. Zaten bu kadar senedir onlarsız yapıyorduk ama doğru adımları atmaya zaman içinde öğreniyor insan.

Anladığım kadarıyla hem karnımıza hem gözümüze hitap etmeyi, aynı zamanda iyi yemek yapmayı hedefliyorsunuz. Peki, “iyi yemek” nedir size göre?

Bazı yeni aşçılar, “Ben çok iyi yemek yapıyorum ama gelen anlamıyor.” diyor. Aslında öyle bir şey yok. Hepimiz dengeli, doğru asidi ve doğru tatlılığı olan, iyi pişmiş yemeği beğeniyoruz. Onun için de “iyi yemek” diye bir kavram bence kesinlikle var. Bir yemeği çok iyi yapsanız bile doğru ısıda servis edemiyorsanız misafirlerinizi mutlu edemezsiniz.



Bir yandan hiç zor değil ama bir yandan da hep bir standardı tutturmamız gerekiyor.

Yemek yapmakla aranız çok iyi. Yemek yemekle aranız nasıl?

Gayet iyi. Çok seçici değilim. Tabii ki deneyimsel ve seremoni gibi yemekleri 40 yılda bir yemekten ben de keyif alıyorum. Normal şartlarda özenilerek yapılmış her şeyi keyifle yerim. Aşçı olduğum için her yemeğimin çok mükellef olduğunu zannedebilirler ama peynir-ekmek aslında en sevdiğim şeyler.

Aşçılar/şefler evde yemek yapmazlar, siz de onlardan mısınız?

Gerçekten çok çalışıyorum. Ayrıca biri üç yaşında, öbürü dokuz aylık iki tane oğlum var. Arada onlara yemek tabii ki yapıyorum ama kısıtlı vaktimizde onlarla oyun oynamayı tercih ediyorum. Olabildiği kadar her şeye yetişmeye çalışırken hızlı yemekler yapıyorum. Ama herkes evde her öğün mantı açıyorum, dolma sarıyorum sanıyor. Öyle bir şey yok -ki bunun için vaktim de yok. Çok misafir olduğunda bile lokantadan alıyorum genelde.

Modern zamanın bir dayatması olan fast-food konusunda gide-rek bilinçleniyoruz ve artık “slow food” dediğimiz akıma doğru yöneliyoruz. Yine de o kadar büyük bir acele içindeyiz ki bir restorana gittiğimizde bile hızlı yemek zorundaymışız gibi hissediyoruz kendimizi. Sizin bu durumla ilgili bir çözümünüz var mı?

Aslında sohbetin güzelliğiyle yemekte geçirilen vakit doğru orantılı diyebilirim. Özellikle Maya’da yemeğini hızlı hızlı yiyip giden kimse görmedim. Hatta Gram’larda öğle yemeğinde insanların daha hızlı yiyeceğini öngörmemize rağmen orada bile öyle olmuyor. Öğle servisi olduğu için yemeği hızlı gelsin istiyor ama yine oturup sohbet etmeyi veya yavaş yemeyi tercih ediyor misafirler.

Aslında çözüm getirmişsiniz diyebiliriz o zaman...

Dediğim gibi hızlı yemek isteyen ofisine söyler, bir yerde ayaküstü sandviç yer. Bizden yemek alıp giden çok misafir var mesela; hiç oturmuyorlar, büyük ihtimalle yolda yiyorlar. Ben de birçok öğünümü bir

‘Herkes evde her öğün mantı açıyorum, dolma sarıyorum sanıyor. Öyle bir şey yok -ki bunun için vaktim de yok.’

yerden bir yere koşarken yiyorum. Çok da anormal bulmuyorum koşuşturma içinde yemek yemeyi. En azından günün bir öğününde ailece beraber oturup yiyebiliyor olmak şu anımızda yeterli sanki.

Bundan on yıl sonra sizi yine yeni kitaplarınız ve yeni girişimlerinize mi takip edeceğiz?

Kısa vadedeki amacım, Gram’ı büyütmek. Hiçbir zaman 15 şube olmasını düşünmüyorum ama işin doğru gidebilmesi için bir iki şube daha açmak gerekiyor. Gram’ın catering dalı var; sekiz kişiye de, bin kişiye de yemek yapıyoruz. Bunu daha çok kişiye anlatmanın değişik yollarını arıyoruz. Herhalde en azından bir sene daha kitap ve büyük bir lokanta gelmez.

Daha uzun vadeli düşünürsek; bir okul açmak ya da daha farklı şeyler yapmak gibi bir hayaliniz var mı?

Yaşlılık hayalim... İstanbul’dan zaten gitmek istiyorum. Tarımla uğraşılan bir yerde ufak da olsa bir okul açma gibi fikirlerim var. Ama hiçbir altyapısı yok bunların, tamamen hayali. Gerçekleştirmek için bir adım atmış değilim.

Mustafa Vardarsuyu: Dokumacılığa dair masallar değil teknik önemli

88

Teşvikiye'nin dar sokaklarından geçip çok da büyük olmayan bir dükkana varıyoruz. Birkaç basamak indikten sonra her yerde rastladıklarımıza çok da benzemeyen rengarenk halıların bulunduğu bir dünyaya adım atıyoruz. Burası Selam Carpet & Home. Yarım asrı aşkın yaşı olan halıları kullanılmayanlar arasına atmak yerine yeniden canlandıran Selam Carpet & Home'un halılarının sergilendiği yer. Yani eski halılarla temel renklerin camgöbeği, kiremit kırmızısı, hardal gibi pastel tonlarını buluşturup -moda olan söylemlerle- "eskitleme" halılara dönüştüren Selam Carpet & Home'un ürünlerinin iç mimarlara bulunduğu nokta. Bu halıların yeni sahiplerine ulaşmak için yola çıkmadan önce pürmüzlen-

diklerini öğrendiğimiz için ziyaret ettiğimiz bu dükkanda, Mustafa Vardarsuyu tarafından ağırlanıyoruz. 32 yıllık geçmişi olan Selam Carpet & Home'u ve pürmüzün bu halılar için nasıl bir önem teşkil ettiğini Mustafa Vardarsuyu'ndan dinliyoruz.

Selam Carpet & Home'un hikayesini anlatır mısınız bize?

Selam Carpet & Home bünyesinde halı imalatı yapıyoruz. 32 yıldır, Anadolu'da imal ettiğimiz ya da işleminden geçirdiğimiz el dokuması, 1960 öncesine ait halıları; piyasanın istediği görüntüye getirip ağırlıklı olarak Amerika, İtalya, Almanya ve Avusturya gibi ülkelere ihraç ediyoruz. Halılarımızı yıllardır yurt dışındaki iç mimarlar-

la, dekoratörlerle ve mobilya pazarıyla paylaşıyoruz. Yaklaşık üç dört yıl önce Türkiye'deki iç mimarlardan da talep almaya başladık; bu halıları kendi yaptığımız evlerde kullanabiliriz, diye. Biz de "Neden olmasın?" dedik. O zamandan beri Türkiye'de de hizmet vermeye başladık.

Üretim ve satış süreçleri farklı yerlerde gerçekleşiyor değil mi?

Son bitiş işlemleri Antalya'da yapılıyor.

Eski halılara yapılan işlemi anlatır mısınız? Halılar nasıl toplanıyor ve nasıl bir süreçten geçiyor?

Anadolu'nun çeşitli köylerinden halıları topluyoruz. Hedeflediğimiz piyasa/pazar hangi görüntüyü istiyorsa halıları ona uygun olarak

Halıların ya da kilimlerin onları dokuyanlardan mesajlar ulaştırır. Ulaklar olduklarını masalsi bulan ve dokumanın başlangıç prensibinin bir ihtiyacı gidermek olduğunu söyleyen Mustafa Vardarsuyu, Selam Carpet & Home'un halılarının üretiminde pürmüzü nasıl kullandıklarını anlatıyor...



çeşitli işlemlerden geçiriyoruz. Renk değişimi, renk alma, soldurma ya da halının tuşesini değiştirme, halıların belirli kısımlarını birleştirme, eksiklerini dokumayla tamamlama, yünlerini söküp sıfırdan tezgahta dokuma gibi işlemleri uygulayabiliyoruz. Bu halıların bazıları modern tabirle "eskitme" oluyor. İşlemleri tamamlandıktan sonra halıları toptan satışla ihraç ediyoruz.

Peki, nedir bu eskitme halı?

Eskitme halı aslında piyasada çok kullanılan bir tabir ama doğrusu eski halıyı modernize etme anlamında. Selam Carpet & Home'daki en yeni halı 1960 dokuması. Bu halıları önce tıraşlıyoruz. Ondan sonra yıkıyoruz ve güneşte solduruyoruz.



‘İşimiz serüvenlerle dolu. Pürmüz kullanırken bazen çok değişik bir malzemeye denk gelip bambaşka ve hoşumuza giden sonuçlar da alabiliyoruz. Geçenlerde orlon ve yünden oluşan karışık bir malzemede pürmüz kullandık. O bile son bitişte bir zenginlik kattı halıya.’



Güneş ışimizi kolaylaştıran bir faktör. Çünkü hem zayıf yünü hem de boyanın acılığı dediğimiz şeyi alıp tonları daha bastırıyor. Ondan sonra devreye pürmüz giriyor. Pürmüzle o halinin yaşanmışlığını artırıyoruz. Yani zamanı hızlandırıyoruz. Böylece yünler daha parlak hale geliyor, eskiyip güzelleşiyor. Tıpkı fermantasyon gibi aslında; pürmüz bir fermantasyon etkisi sağlıyor.

Bir nevi yapay bir antikalaştırma süreci diyebilir miyiz?

Aslında şöyle: Biz bu halıları antika ya da eski halı diye pazarlamıyoruz. 1960 dokuması diyoruz mesela. Hatta bizim bu ürünü toptan olarak sattığımız kişiler, halıları perakende pazarlarken sıfır halı gibi satabiliyorlar. Son kullanıcı için en önemli şey bu halının modern bir görüntüsünün olması.

Selam Carpet & Home bünyesinde üretilen tüm halılar için pürmüz kullanılıyor mu?

Aşağı yukarı hepsinde kullanılıyor. Sıfırdan tezgahta elle dokunan halının ön yüzündeki zayıf dokuları yakmak ve alttan daha parlak yünlerin çıkmasını sağlamak için pürmüz kullanıyoruz. Yünün aynı bizim saçımızda olduğu gibi yağsız kısımları zayıf, yağlı kısımları ise daha canlıdır. Dolayısıyla pürmüzle yağsız ve hasar görmüş yünleri yakıyoruz, dipten daha canlı olanları çıkıyor. Ön yüze yaptığımız işlem bu. Arka yüzde ise dokuma dışıdır. Dokumanın sırtına bakarsanız eğer, kesitten bombeli olduğunu görürsünüz. Bunlar zaman içinde, üzerine basıldıkça düzleşir ve yere daha rahat oturur. Fakat dokumanın basılma işlemini pürmüzle de sağlayabiliyoruz. Çeşitli yakma işlemleriyle bu dokuyu

enfüze edip sıklığı daha düz hale getiriyoruz.

Pürmüz'ün halılarımız için başka bir önemi daha var. Normalde bir halı sıfırdan tezgahtan çıktığında belirli bir toz bırakır. Bu tozu engellemek için halı imalatçısının yapabileceği iki tane işlem vardır. Birincisi toz dolabıdır. Ahşap bir değirmen düşünün. Onun içinde halı kendi ağırlığıyla dolabı döndürür ve yerçekimi aracılığıyla yere vurup bu tozu atar. İkinci yöntem ise pürmüzlemedir. Pürmüzle sadece halının üstündeki yünleri yakmazsınız, içine işlemiş tozları da yakarsınız. Bu, son kullanıcıya giden halının evde toz bırakma durumunu da ortadan kaldırır.

Bunların yanı sıra bazı dokumalar çok sık olabiliyor. Onların dökümünü yani elastiklik katsayısını artırmak için ya da rengi biraz daha karamelize hale getirmek için de pürmüz kullanabiliyoruz. Yün kompozit bir malzeme olmadığı için ısıya olan reaksiyonu da devamlı farklılık gösteriyor. İsimiz serüvenlerle dolu. Pürmüz kullanırken bazen çok değişik bir malzemeye denk gelip bambaşka ve hoşumuza giden sonuçlar da alabiliyoruz. Geçenlerde orlon ve yünden oluşan karışık bir malzemede pürmüz kullandık. Özellikle pürmüzün ortasındaki mavi alevden ve ucundaki sarı alevden farklı sonuçlar aldık. O bile son bitişte bir zenginlik kattı halıya. Pürmüzün isimizdeki kullanımlarını deneyerek öğreniyoruz, diyebilirim.

Halılarınızın genel olarak iç mimarlar tarafından ilgi gördüğünü söylediniz. Yerli/yabancı perakende müşterileriniz de var mı?
Satışımız turistik değil; o ayrı bir



pazar. Biz o satış kanallarına girmiyoruz. Ağırlıklı olarak iç mimarlarla çalışmamızın asıl nedeni, mekana özel halı imalatı yapıyor olmamız. Renk kodlarına göre özel boyamalar, ölçüye göre dokumalar yapılabiliyoruz.

Geçmişten günümüze kadar geçen süreci göz önünde bulundurarak halıya ve halıcılığa olan ilginin değişimini nasıl değerlendirirsiniz?

Evlerde halının kullanımı azaldı gibi görünüyor olsa da şu anda dokumacılığa teşvik edecek, dokumacılığı gerçekten öğrenip bunu kitlelere yayabilecek bir grup var. Halıyla ilgilenen akademisyenler, kullandığımız teknikleri merak eden iç mimarlar her geçen gün artıyor. Teknik anlamdan yoksun masalsi yönüyle ilgilenenler de kayboluyor. Bu da halı hakkındaki "uydurma" diyebileceğimiz özellikleri egale ediyor.

Yani halıları/kilimleri onları dokuyanlardan mesajlar veren bir nevi ulaklar olarak görenler mi çıktı aradan?

Şu anda evine halı koymak isteyen ve bir iç mimarla beraber çalışan bir ev sahibinin dokumacı-

lık hakkında herhangi bir turistten daha çok bilgisi var ve bu böyle olmaya devam edecek bence.

Bir yandan da halılar üzerinden sanat yapma fikri de rafa kalkmış oluyor o zaman...

Kesinlikle. Çünkü dokumanın başlangıç prensibi bir ihtiyacı gidermek. Dokuma, bilinen en eski kolon-kiriş şematidir. Yani bildiğimiz tüm mimari konstrüksiyonlardan daha önce gelir; düğüm de aynı şekilde... Bu topraklarda mekanik olarak dokumacılığa benzer ve ondan daha eski bir şey yok sanırım. Bu konuyla ilgili Almanların yazdığı çok ciddi kitaplar var. Dolayısıyla dokumacılığın sanatla ilişkilendirilebileceğini düşünmüyorum.

Biliyorsunuz, Aygaz geçmişten bugüne hem evlerimizde hem de üretim süreçlerinde yer alan bir marka. Sizin aklınıza Aygaz denince ne geliyor?

İmalatımızda o kadar kritik bir rol oynuyor ki... Tüm halıların son bitişinden önce ve neredeyse her dokumada pürmüzü kullanıyoruz. Bu nedenle Aygaz denince benim aklıma tek kelimeyle üretim geliyor.

Fazla kilolara dikkat!

Genel olarak obezitenin yeme alışkanlıklarından kaynaklandığı düşünülse de halk arasında şişmanlık denilen bu hastalığın genetik, metabolik, biyokimyasal, kültürel ve psikososyal sebepleri de var.



Dr. Kemal Demirkıran
Aygaz Gebze İşletmesi İş Yeri Hekimi



Obezite ya da halk arasında bilinen adıyla şişmanlık, vücutta fazla miktarda yağ birikmesi sonucu ortaya çıkan bir hastalık olduğundan mutlaka tedavi edilmesi gerekir. Obezite için en yaygın kullanılan ölçüm, beden kitle indeksi ve bel çevre ölçümüdür. Beden kitle indeksinizi vücut ağırlığınızı (kg) boyunuzun karesine (m²) bölerek hesaplayabilirsiniz. Örneğin; ağırlığınız 75 kg boyunuz ise 1,60 metreyse beden kitle indeksi değeriniz 29,29 kg/m²'dir. Beden kitle indeksine göre 18,5 kg/m²'nin altında olanlar zayıf, 18,5-24,9 kg/m² arasında olanlar normal kilolu, 25-29,9 kg/m² arasında olanlar fazla kilolu, 30-39,9 kg/m² arasında olanlar obez (şişman), 40 kg/m² ve üzerinde olanlar ise ileri derecede obez olarak tanımlanırlar.

Bel çevresi ölçümü ve anlamı

Karın çevresinde yağ birikimi iç organlardaki yağlanmayı gösterdiğinden kalça ve vücudun diğer bölgelerindeki yağ birikimlerinden daha fazla sağlık riskine neden olur. Kadınlarda bel çevresinin 80 cm

üzerinde olması riskin arttığını, 88 cm'nin üzerinde olması ise yüksek risk altında olduklarını gösterir. Erkeklerde ise 94 cm artmış riske, 102 cm yüksek riske işaret eder.

Obezitenin sebepleri

Obezitenin sebebi tam olarak kesinleşmesine de bu hastalığa genetik, metabolik, biyokimyasal, kültürel ve psikososyal faktörlerin sebep olduğu söylenebilir. Bazı kişiler, kilolu ya da şişman olmaya meyillidir. Çünkü hemen kilo almaya genetik ve biyolojik yatkınlıkları vardır.

Günlük kalori ihtiyacı ne kadardır?

Erkekler için kgx30, kadınlar için kgx25 formülüyle bulunacak oran, yaklaşık olarak günlük kalori miktarıdır. Ancak bu kalori miktarı kişiye, yapılan işe, duruma göre değişebilir. Günlük ihtiyaçtan daha az kalori alanların zayıfladığı, daha fazla kalori alanların ise şişmanladığı görülür.

İdeal kilo nedir?

İdeal kilo yoktur. Herkesin duygusal ve sosyal gereksinimlerine yanıt ve-

ren, sağlığı için uygun olan ulaşılabilir bir kilosu vardır.

Karşılaşılabilecek problemler

Kalp hastalıkları (angina, kalp krizi gibi), tip 2 diyabet (şeker hastalığı), hipertansiyon, inme (felç), çeşitli kanserler (rahim, meme, prostat), kanda yağ ve kolesterol artması, safra kesesi hastalıkları ve taşı, uyku apnesi ve diğer solunum problemleri, azalmış fertilité ve adet düzensizlikleri, osteoartrit (eklemlerde kireçlenme), tüm nedenlerle ölüm riskinde artış, duygusal stres, toplumsal dışlanma, sosyal takıntı ile saplantı; obezitenin sebep olduğu fiziksel ve psikolojik problemler arasında ilk sıralarda yer alır.

Neden kilo verilmeli?

Aşırı kiloya bağlı hastalık riskini azaltması, kan basıncını düşürmesi, diyabetlilerde kan glukoz düzeyini indirmesi, kolesterol ve trigliserit seviyesini düşürmesi, diğer hastalıklara bağlı ölüm riskini azaltması; yüzde 5-10 oranında kilo vermenin yararları arasında sayılabilir. Ayrıca bu sayede hem kilo verebileceğinizi hem de ulaştığınız kiloyu koruyabileceğinizi fark edeceğiniz için kendinizi iyi hissetmenizi ve iyi görünmenizi sağlar.

Diyet programlarına dikkat!

Bir diyet programı uygulayacaksanız mutlaka bir hekim danışmanlığında öncelikle gerekli muayeneler ve gerekli tetkikler yapıp değerlendirildikten sonra programa başlamalısınız. Uygulanacak programın da bir diyetisyen kontrolünde yürütülmesi en doğru olanıdır. Yapılacak ölçüm ve değerlendirmelere göre öncelikle durumun saptaması, metabolizma ve yapısına göre düzenlenecek özel programlarla kilonun normal sınırlara getirilmesi ve daha

Beden kitle indeksinizi; vücut ağırlığınızı, boyunuzun karesine bölerek hesaplayabilirsiniz. Ağırlığınız 75 kg, boyunuz 1,60 metreyse;

$$75 \text{ kg} / (1,60 \text{ m} \times 1,60 \text{ m}) = 29,29 \text{ kg/m}^2$$



sonra da bu kilonun muhafaza edilmesi gerekir. Ticari amaçlarla düzenlenen ve pazarlanan diyet programlarından, zayıflama amacıyla muhtelif yerlerde ve özellikle internet üzerinden satışı yapılan içeriği belirsiz her türlü ilaç ve katkı maddelerinden sakınmalısınız!

Egzersiz yapın

Yapılacak her türlü beslenme programlarıyla birlikte mutlaka düzenli egzersiz planlamalısınız. Ancak bunun öncesinde mutlaka kişisel sağlık riski değerlendirmesinden geçmelisiniz. Metabolik hastalıklar, kalp ve kalp kası rahatsızlıkları, yüksek tansiyon gibi sağlık sorunları olanların dikkatle değerlendirilmesi gerekir. En uygun bedensel etkinlik türleri; yüzme, yürüyüş, bisiklet, dans, su içi egzersizlerdir. Hoşlanabileceğiniz, bedensel engel oluşturmayacak, kolaylıkla yapabileceğiniz, zaman ilerledikçe sürdürebileceğiniz etkinlikleri tercih etmelisiniz.

Aşırıya kaçmayın

Bedensel etkinlik süresi başlangıçta günde 5-15 dakika olmalıdır. Bu süreyi her hafta 5-10 dakika artırılmalı ve günde 30-40 dakikalık egzersiz süresine ulaşmalısınız. Haftada en az 3-4 kez egzersizleri tekrarlamalısınız. Bedensel etkinliğin yoğunluğu bedensel uygunluğa göre düşük, orta ve yüksek yoğunlukta olabilir. Daha çok düşük-orta yoğunluklu programları tercih etmelisiniz. Yüzme, bisiklet, düz zeminde hızlı yürüyüş, voleybol, kürek, dans; orta yoğunluklu etkinliklerdir. Düzensiz ya da hızlı kalp atımları, denge bozukluğu, baş dönmesi, kusma bulantı, eklem şişliği, aşırı yorgunluk gibi hallerde egzersizi mutlaka sonlandırmalısınız.

Sağlıklı bir yaşam için...

Yapılacak düzenli bedensel etkinlikler sonucunda kas ve bağ dokunuz kuvvetlenir, kan basıncınız azalır ve kan hacminiz artar, kalp ve dolaşım sisteminiz daha sağlıklı bir hal alır, akciğerlerinizde oksijen değişimi çoğalır, metabolizmanız hızlanır, vücudunuzdaki yağ oranı azalır, daha az yağ oranı ve daha fazla kas oranı sağlanır, sinir sisteminizde gevşeme oluşur ve kendinizi daha iyi hissedersiniz. Sağlıklı ve sürdürülebilir bir kilo kontrolü için kısa dönemde hızlı ve yüksek kilo kaybı sağlayan zayıflama programları yerine uzun dönemde kontrollü, dengeli beslenme ve düzenli egzersiz programlarıyla desteklenmiş yaşam biçimi düzenlenmesini tercih etmelisiniz.

Obezite risk faktörleri

- Yeme alışkanlığı
- Hareketsiz yaşam
- Genetik
- Psikolojik faktörler
- Yaş
- Cinsiyet
- Hamilelik
- Sigara
- Kullanılan ilaçlar
- Bazı hastalıklar

Yeşilin krallığına huzurlu bir yolculuk

94

Yeşilin her tonuna kucak açan Karadeniz'in iki şehrinde; Trabzon ve Rize'de belirlediğimiz uğrak noktalarına doğru çıktığımız keyifli yolculuğumuzdan izlenimler...

Karadeniz ve bölgenin insanları hakkında bildiklerimiz ve gördüklerimiz değişiklik gösterse de bölgeyle ilgili hepimizin hemfikir olduğu bilgi, Karadeniz'e yeşilin hüküm sürdüğüdür. Öyle ki burayı fantastik bir dünya olarak düşünüp ağaçların bir krallık kurduğunu hayal etmek işten bile değil! Yolu, bu yeşil krallığa düşenlerin uğramaları gereken o kadar çok durak var ki; bölgeyi ziyaret edeceklerin biraz uzun bir vakte sahip olmaları gerekiyor. Yeşilin hüküm sürdüğü bu topraklarda birkaç gün geçirmek isteyenler ise hızlı ama etkili bir tura çıkabilirler. Biz de Trabzon ve Rize'de birkaç uğrak noktası belirliyoruz kendimize. Doğanın kalbine doğru çıktığımız yolculukta kültürel duraklardan geçip tarihin tozlu sayfalarında gezinmeyi de ihmal etmiyoruz.

Trabzon Şehir Merkezi

MÖ 750'li yıllardan günümüze ulaşan Trabzon'un birçok uygarlığa ev sahipliği yaptığını biliyoruz. Bu nedenle bu şehrin merkezini gezerken sokak aralarında dahi tarihin ilk dönemlerine ait çeşitli yapılara rastlanabiliyor. Henüz şehir merkezindeyken ilk durağımız, Saint Anna (Küçük Ayvasıl) Kilisesi oluyor. 7. yüzyıldan günümüze ulaşan kilise, Trabzon'da ayakta kalabilen en eski kiliselerden biri. Ziyarete açık olmasa da içinde çeşitli fresklerin yer aldığı bildiğimiz yapı, dışından kiremit bir çatıyla kaplanmış.

Boztepe

Aracınızla ya da her an hazır bulunan dolmuşlarla ulaşabileceğiniz Boztepe'ye geçiyoruz. Burası Trabzon'u panoramik olarak izleyebileceğiniz kilit noktalardan biri. Deli sularıyla bildiğimiz

Karadeniz'in şaşırtıcı sakinliğini de seyredebileceğiniz bu tepeye yolunuz düştüğünde hava kararmaya başlamışsa dert etmeyin. Bu yüksek noktadan, akşamları Trabzon'u izlemek bir başka oluyor. Karadeniz'in silueti belli belirsiz görünürken kentin ışıklarının göz kırplmaları sizi etkisi altına alıyor. Boztepe'nin kafelerinde semaverle gelen çay da buradan bir bardak içip ayrılamayacağınızın kanıtı oluyor.

Ayasofya Müzesi

Sonraki durağımız, Ayasofya Müzesi. Şehir merkezinden aracınızla yaklaşık 10 dakikada ulaşılan ve deniz kenarındaki bir tepelikte konumlanan yapının tarihi 1200'lere uzanıyor. İstanbul'daki Ayasofya kadar büyük olmadığından müzeyi sıradan Bizans kiliselerine benzetmeniz mümkün. Kilise olarak yaptırılan, hastane ve cami olarak kullanılan Ayasofya günümüzde hem ibadet alanı hem müze olarak işlev görüyor. Ancak bu durum, freskleri eskisi gibi gözlemlemeyi engelleyebiliyor.

Altındere Vadisi

Ayasofya'daki gezintimizi de tamamladıktan sonra Maçka'ya uzanan ve yaklaşık bir saat sürecek bir yolculuğa çıkıyoruz. Altındere Vadisi'ne yaklaştıkça buraya hüküm süren tabiatın mucizelerine tanık olmak bizi daha çok etkiliyor. Sümela'ya yaklaşırken bir yandan ormanlar diğer yandan yanımızdan akıp giden dere, bambaşka bir dünyada olduğumuz hissi uyandırıyor. Araçla yolculuk edilebilecek yolun sonlandığı noktada uzun bir yürüme parkuru bizi bekliyor.

Sümela Manastırı

Altındere Vadisi Milli Parkı'ndan Sümela Manastırı'na uzanan yol oldukça zorlu. Trekking severlerin bu mesafeyi alırken huzur bulacaklarını da not düşelim. Manastıra doğru ilerlerken faunası oldukça zengin

Akşamları Trabzon'u Boztepe'den izlemek bir başka oluyor. Karadeniz'in silueti belli belirsiz görünürken kentin ışıklarının göz kırplmaları sizi etkisi altına alıyor.





olan milli parkın önemli kuş ve memeli türleri ile birçok ağaca ev sahipliği yaptığını öğreniyoruz. Kökleri yollara uzanan ağaçlar ise en çok dikkatimizi çekenler oluyor. Dar ve uzun merdivenleri de aştıktan sonra manastıra varıyoruz. Deniz seviyesinden 1.300 metre yüksekte bulunan bu yapının yapım tarihine dair çeşitli söylentiler bulunuyor. Bir rivayete göre 4. yüzyılın son döneminde iki keşiş rüyalarında Meryem ve İsa'yı Sümela'nın şimdi bulunduğu yerde görürler. Bunun üzerine birbirlerinden habersiz olarak deniz yoluyla Trabzon'a gelirler ve orada karşılaşmış, gördükleri rüyayı birbirlerine anlattıktan sonra kilisenin temelini atarlar. Bilimsel veriler ise Sümela Manastırı'nın tarihinin 13. yüzyıla dayandığını belirtiyor. Manastırın bölümlerini kilise, birçok şapel, mutfak, öğrenci odaları, kütüphane ve kutsal ayazma oluşturuyor. Girişte ise yamaca yaslanmış bir su kemeri bulunuyor. Sümela Manastırı'na geldiğinizde mutlaka incelemek isteyeceğiniz fresklerin ziyaretçiler tarafından tahrip edilmesine içerleyerek buradan da ayrılıyoruz.

Uzungöl

Rize'ye doğru ilerleyen rotamız için yolumuz uzun. Yaklaşık iki saatlik bir mesafeden sonra Uzungöl'e varıyoruz. Uzungöl, heyelan sonucu dere yatağının doğal bir baraj gibi kapanmasıyla oluşmuş. Yemyeşil dağların arasından uzanan gölün çevresi ferah bir nefes almak isteyenler için oldukça ideal. Gölün çevresinde giderek çoğalan tesislerin ambiyansı oldukça etkilediğini ve bu civarların eskisi kadar yeşil olmadığını da söylemeden geçmeyelim. Uzun bir süre sonra buraya tekrar uğrayanların değişim karşısında oldukça şaşıracakları düşüncesiyle yolumuza devam ediyoruz.

Fırtına Vadisi

Rize'ye varınca oksijenin en bol bulunduğu yerlerden biri olduğunu bildiğimizden merkezde çok zaman geçirmeden Çamlıhemşin'e doğru ilerliyoruz. Türkiye'nin çayının büyük bir çoğunluğunu üreten şehirde yol boyunca çay fabrikaları görmek pek tabii ki bizi şaşırtmıyor. Çamlıhemşin yoluna sapınca Fırtına Deresi tarafından karşılanıyoruz. Yola devam etmeyi bırakıp bir süre Fırtına Deresi'yle tabiatın sohbetine kulak kesiliyoruz. Tanık olduğumuz bu muhabbetten oldukça etkileniyoruz. Bu akarsuyun rafting yapmayı sevenler için en iyi yerler arasında bulunduğunu da söylemeden geçmeyelim.





Çamlıhemşin'de yol boyunca irili ufaklı şelalelere, derenin üzerinde konumlanmış yüz yıllık kemer köprülere, eski evlere rastlıyoruz. Burası bir ilçeden çok bir masal kasabasına benziyor.



Mutlaka yapın!

- > Ganita Koyu'ndaki kayıklara üşüşen martıları izleyin.
- > Sümela Manastırı'nı uzaktan fotoğraflayın.
- > Çamlıhemşin'de mıhlama yiyein.
- > Fırtına Deresi'nin coşkulu sesini dinleyin.
- > Trabzon ya da Rize'nin yaylalarında doğa yürüyüşüne çıkın.

Çamlıhemşin

Ayder Yaylası'na doğru uzanan yolumuzun üzerinde Çamlıhemşin'in oksijenini ciğerlerimize çekerek yola devam ediyoruz. Yol boyunca irili ufaklı şelalelere, derenin üzerinde konumlanmış yüz yıllık kemer köprülere, eski evlere rastlıyoruz. Burası bir ilçeden çok, bir masal kasabasına benziyor. İlçede yaşayanların bu durumdan çok memnun olduğunu söylemek ise oldukça zor. Birçok evin rutubetle başı dertte gibi görünüyor. Ancak yaşadıkları yer, doğal sit alanı olduğundan bununla ilgili değişiklik yapma gibi bir şansları bulunmuyor.

Ayder Yaylası

Rize'ye gelip de yayla havası almadan geri dönmeyeceğini bildiğimizden son durak olarak Ayder Yaylası'nı belirliyoruz kendimize. Yeşilin neredeyse tüm tonlarına ev sahipliği yapan yayla, bulutlara uzanabileceğiniz hissini uyandırıyor. Oldukça yüksekte olduğundan da yaz aylarında dahi soğuk oluyor. Bu nedenle buraya uğrayacaksanız yanınızda bir hırka bulundurmanızda fayda var. Eşsiz bir tabiata sahip bu yaylanın, ziyaretçilerinde bir tür meditasyon etkisi yarattığını söyleyebiliriz.

Gezemediklerimiz

Vaktimiz sınırlı olduğundan yeşilin krallığı olarak adlandırdığımız bu iki kentteki huzurlu yolculuğumuzu Ayder Yaylası'yla tamamlıyoruz. Rize'den dönerken Kaçkar Dağları Milli Parkı'nı, Zilkale'yi ve Palovit ile Anzer yaylalarını gezemediğimiz için biraz hayıflansak da bu kısa yolculukta tabiatla iç içe bir tur gerçekleştirmiş olmanın mutluluğuyla İstanbul'a dönüyoruz.

Yeniliğin gücü sizinle olsun!

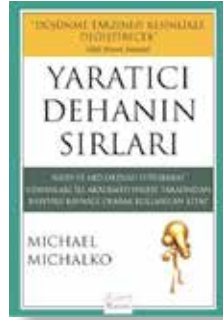
Dünya gelişip değişirken öne çıkabilmek için yenilikçi fikirlere ihtiyaç var. Bir de yaratıcılığa... Bu sayımızda, yaratıcılığınızı geliştirerek sizi başarıya doğru yolculuğa çıkarabilecek kitaplara odaklandık.



Yeniden Başla

Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, Tim Clark / Timaş Yayınları

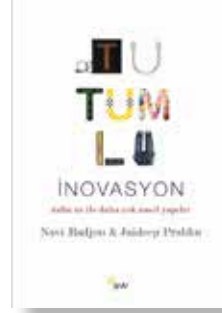
“Yeniden Başla”, iş modelleriyle ilgili fikirleri özümsemenizi ve kişisel iş modelinize dair yeni tasarımlar geliştirmenizi sağlıyor. Becerilerinizin pazardaki değerini kendi başınıza ölçebilmenize ve bireysel amacınızı belirlemenize yardımcı oluyor. Ayrıca değişim için geliştirdiğiniz vizyonu tanımlayabilme kabiliyeti kazandırıyor. Yeni iş modelinizi test edip uygulamaya geçirmeniz için tüyolar veren kitap, önce kendinizi tanımanız gerektiği düşüncesinden hareketle sizi başarıya ulaştıracak bir yol haritası çiziyor.



Yaratıcı Dehanın Sırları

Michael Michalko / Koridor Yayıncılık

Yaratıcı düşünme uzmanı olarak tanınan Michael Michalko, bu kitabında fikirlere ilham verebilecek kaynakları ve teknikleri okuyucuya paylaşıyor. Kendi sınırlarınızı keşfetmeniz için anekdotlar ve çeşitli alıştırmalar içeren “Yaratıcı Dehanın Sırları”, durağan fikirlerinizi harekete geçirmenize yardımcı olabilir. Yazar; Leonardo da Vinci, Charles Darwin, Thomas Edison, Walt Disney gibi ismini dünyaya duyuran 100’den fazla dehanın düşünme biçimine dair püf noktalarını da açıklıyor.



Tutumlu İnovasyon

Jaideep Prabhu, Navi Radjou Beyaz Yayınları

“Tutumlu İnovasyon”, kısıtlı kaynaklarla yüksek kalitede ürünler geliştirmek isteyenler için yol gösterici nitelikte. Navi Radjou ve Jaideep Prabhu, maliyet bilincine ve çevre farkındalığına sahip tüketici taleplerinin üretime ve ürünlere dair kuralları nasıl değiştirdiğine odaklanıyorlar. İnovasyon alanındaki yenilikçi fikirleriyle ödüle layık görülen yazarlar, dünyadaki gelişmeler ışığında yazdıkları bu kitapla, ticaret dünyasında devrim yaratan “tutumlu inovasyon”a dair kafa yoruyorlar. İnovasyon ışığında eşsiz ürünler yaratırken maliyet konusunu ön planda tutuyorsanız bu kitap sizin için bir rehber görevi görecek.



Büyüleme

Guy Kawasaki / Mediacat Yayıncılık

İş dünyasında en çok okunan yazarlardan Guy Kawasaki, yazdıklarıyla durumlar ve insan ilişkileri konusunda dönüştürücü bir rol oynuyor. Kawasaki, “Büyüleme: Kalbi, Zihni ve Davranışları Değiştirme Sanatı” adlı kitabında, etik standartlardan vazgeçmeksizin karşı tarafta olumlu etkiler bırakmanın yöntemlerine değiniyor. Bu davranış biçimine “büyüleme” adını veren Kawasaki, doğru ilkeler etrafında yapıldığında bunun geleneksel ikna/etkileme ve pazarlama yöntemlerinden çok daha işe yarar olduğunu belirtiyor. Büyülemenin kurumsal bir toplantıda, pazarlama dünyasında hatta sosyal medyada bile işe yarayabileceğini söyleyen Kawasaki, her şeyin insani özüne inerek duygusal açıdan güvenilir ortamın nasıl yaratılacağına dair ipuçları veriyor.

The Beatles-Abbey Road



Bazı fotoğraflar aile albümlerine değil neredeyse onları gören ya da bilen herkese aittir. Onu çeken kişiden sıyrılıp anlattığı şeyle özdeşleşirler. Bu sayfalarımızda hikayesiyle ön plana çıkan ve neredeyse herkesçe bilinen ikonik fotoğrafların nasıl ortaya çıktığını anlatacağız sizlere. İlk fotoğrafımız, The Beatles'ın "Abbey Road" albümünün kapağı.

Neredeyse bir ikon haline gelen ve akıllara kazınan karede, grubun üyeleri George Harrison, Paul McCartney, Ringo Starr ve John Lennon; Abbey Road adlı sokaktan karşı karşıya geçerlerken görülürler. Fotoğrafta grup üyelerinin tümü, bacaklarıyla oluşturdukları dar açılarla bir senkronizasyon sağlamışlardır. Zaten bu karenin, albüm kapağı olarak seçilmesinin sebebi de budur. Fotoğrafın hikayesi ise şöyle: The Beatles'ın

1969'da çıkacak albümünün kapağı için Everest Dağı'nın silüeti kullanılacaktır, ancak bu fikir grup üyelerinin hoşuna gitmez. Kayıtlar devam ederken McCartney, stüdyonun bulunduğu Abbey Road'un adını albüme vermeye karar verir. 8 Ağustos'ta 11.30 civarında bu sokakta albüm kapağı için çekim başlar. Bir trafik polisinin yardımıyla trafik durdurulur ve grup üyeleri karşıdan karşıya geçerken Iain Macmillan, çıktığı merdivenin

üzerinden 10 dakika boyunca çekim yapar. Çekilen altı fotoğraftan beşincisi seçilir. Bu, albümün kapağıyla ilgili çok bilinen hikayedir. Bilinmeyen ise bu konseptin yaratıcısının Paul McCartney olduğudur; çekilen kare, McCartney'in oluşturduğu eskizin neredeyse aynısıdır.

Gücüne güç katmaya geldik!

#enerjinizoluyoruz

BEŞİKTAŞ MOGAZ HENTBOL TAKIMI RESMİ DESTEKÇİSİ

Sportmen bir nesil yetiştirmek için çalışıyoruz.

Beşiktaş Jimnastik Kulübü bünyesindeki hentbol takımının resmi destekçisi olmaktan mutluluk duyuyoruz. BJK Mogaz Hentbol Takımı'na başarılar diliyoruz ve hentbol sporuna katkılarından dolayı teşekkür ediyoruz.

AYGAZ

Enerjiniz oluyoruz, değerleri koruyoruz.

KÜLTÜR-SANAT ÇEVRE SPOR SAĞLIK

 Koç

aygaz.com.tr/kurumsal

HERKESİN YOLU AYGAZ'DAN GEÇİYOR TÜRKİYE YOLA AYGAZ'LA ÇIKIYOR

