

Aygaz Dünyası

35

Yaz 2011

Aygaz
50
yaşında



SÖYLEŞİ

Erol Memioğlu ve Yağız Eyüboğlu

DOSYA

Müşteri memnuniyetinde lider

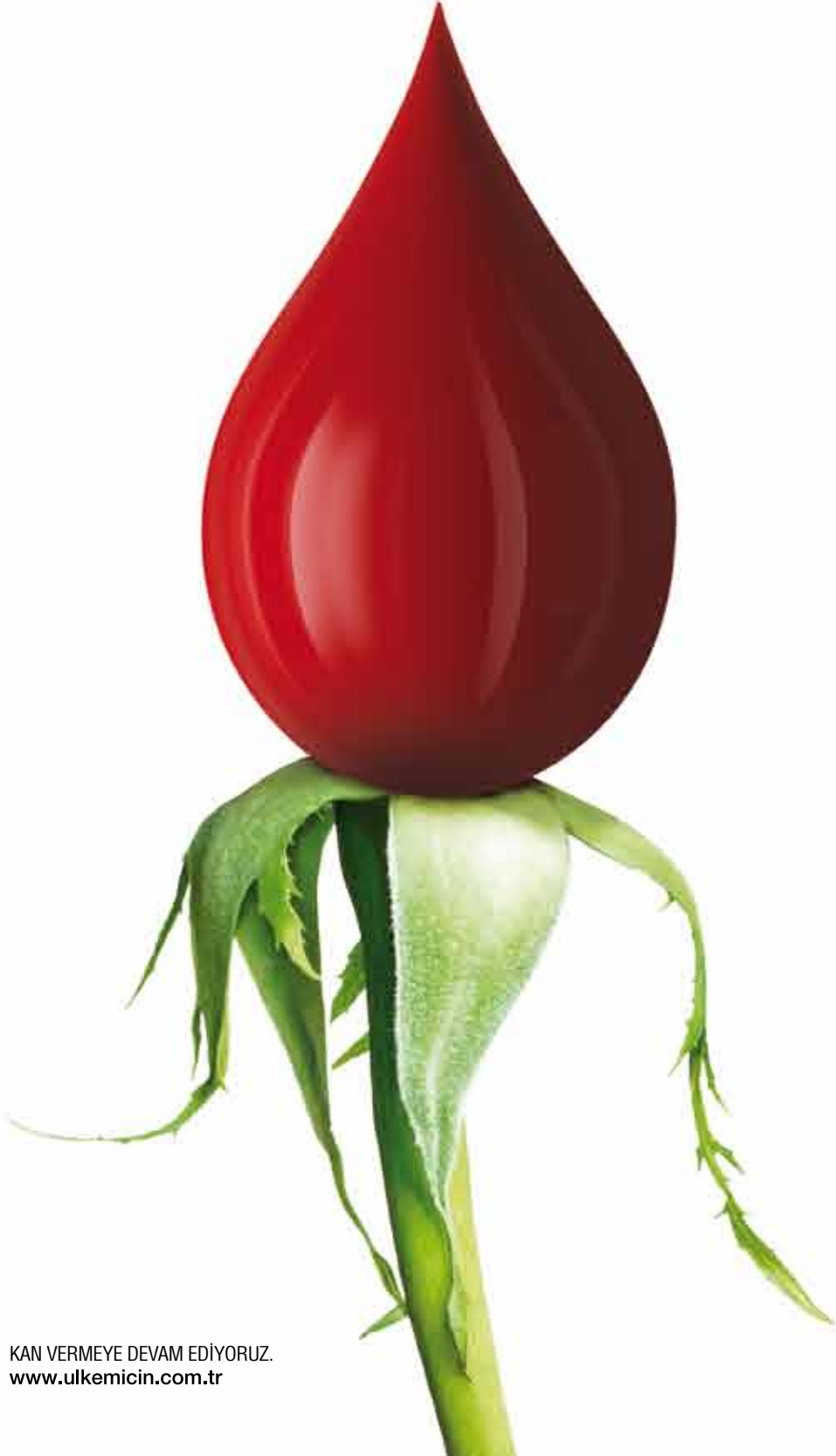
OTOGAZ

Dönüşüm sektörü büyüyor

AYGAZ
50 YIL



YAŞAM, YAŞATTIKLARIMIZDAN İBARETTİR.



ÜLKEM İÇİN!

KAN VERMEYE DEVAM EDİYORUZ.
www.ulkemicin.com.tr





Geçtiğimiz yıl olduğu gibi, 2011’de de başarılarımızı sürdürüyoruz. Temel tüm göstergelerin tamamında başarılı sonuçlar elde ediyoruz. Hisse değerimiz, geçen yıl olduğu gibi, bu yıl da rekor kırarak yeni bir zirveye ulaştı. Sağlanan artış, aynı zamanda şirketimizin geleceğine duyulan güvenin de bir göstergesi.

Başarılarımızın bağımsız kuruluşlarca da tescil edilmesinden büyük memnuniyet duyuyoruz. Son dönemde sosyal sorumluluk, reklam kampanyalarımız ve İnsan Kaynakları yönetiminiz ile aldığımız ulusal ve uluslararası ödüller hepimize 50. kuruluş yıl dönümümüzü kutladığımız bu yıl ayrı bir mutluluk veriyor. Teker teker her birini bu yazının içinde sıralamak güç... Ancak, Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının “Tüketici Memnuniyetini İlke Edinen Firma” ödülünün hepimizi gururlandırdığını özellikle belirtmeliyim.

Faaliyet alanlarımızda, sadece rakiplerimizden daha iyi olmanın yetmeyeceğini biliyoruz. Kendimizi aşmak, yeni ve daha rekabetçi ürün ve hizmetlerle her adımda küçük bir fark yaratmak için çaba gösteriyoruz, çaba göstermeye devam edeceğiz. Yurdun dört bir tarafında 3.200’den fazla bayi ve 15.000’den fazla personel ile yaz-kış demeden her gün, 100.000 eve tüpgaz götürüyoruz, yüzbinlerce araca otogaz sağlıyoruz. Sektörümüzde tüketicilerin açık ara en çok tercih ettikleri markayız. Bu güvene layık olmaya çalışıyoruz.

Aygaz Dünyası’nın bu sayısında da 50. yıl heyecanımızı sürdürüyoruz. Geçtiğimiz sayılarda olduğu gibi, ilginizi çekeceğini umduğumuz birçok haber, yazı ve değerlendirmeyi sayfalarımıza taşıdık.

50. kuruluş yıldönümümüz vesilesiyle bir önceki sayımızda verdikleri röportajdan ötürü Yönetim Kurulu Başkanımız Sayın Rahmi M. Koç ve Yönetim Kurulu Başkan Vekilimiz Sayın Ömer M. Koç’a tekrar teşekkür ediyorum.

Bu sayımızda ise Yönetim Kurulu Üyemiz ve Enerji Grubu Başkanı Sayın Erol Memioğlu’nun röportajına yer veriyoruz.

Kuruluşumuzun 50. yılında bugünlere ulaşmamızda emeği geçen hissedarlarımıza, çalışanlarımıza, tedarikçilerimize ve bayilerimize teşekkür ediyorum. Hep beraber sektördeki liderliğimizi koruyacağımıza, daha nice ilkleri sektörümüze getireceğimize ve markamızın gücüne güç katmayı sürdüreceğimize inanıyorum.

Sevgi ve saygılarımla,

Yağız Eyüboğlu
Genel Müdür

Aygaz Dünyası

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

www.aygaz.com.tr



Aygaz Dünyası, LACP 2010 Spotlight Awards’da “Print: Magazin, Newsletter” dalında Platin ödül aldı.

Aygaz A.Ş. bir Koç Holding şirkettir.

Yayın Türü
Yaygın Yayın / G. Siyasi

Aygaz A.Ş. Adına İmtiyaz Sahibi
Yağız Eyüboğlu

Sorumlu Müdür
Devrim Çubukçu

Editör
Enis Demirbağ

Görsel Yönetmen
Levent Pakdamar

Katkıda Bulunanlar

Asu Ege
Leyla Atay
Dudu Karaman
Çağla Güneşler
Selma Pakdamar

Fotoğraflar
Aykut Karadere

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

Yapım

Demirbağ Yayın ve Tasarım
Akkavak Sokak No: 18/3
Teşvikiye 34362 İstanbul
Tel: 0212 291 55 53
www.demirbag.com.tr

Baskı

Gezege Tanıtım
Seyrantepe Mahallesi
Nato Caddesi Çınarlı Sokak No: 19
Kağıthane 34418 İstanbul
Tel: 0212 325 71 25

Bu dergi geri dönüşümlü kağıt kullanılarak üretilmiştir.



Aygaz Dünyası

İçindekiler



04 Koç Topluluğu Enerji Grubu Başkanı Erol Memioğlu:
Önce insan, öncü Aygaz



10 Aygaz Genel Müdürü Yağız Eyüboğlu:
Aygaz, 50 yıldır yükselen Türkiye'nin enerjisi



14 Müşteri memnuniyetinde lider



18 Geleceğin yakıtı LPG



20 Meram'da Aygaz farkı

29 Ankara'da kahraman ASG

32 Her şey küçük bir fark için!

30 İzmir'de 50. yıl coşkusu

44 Gökyüzü Tırı 21 kentte binlerce kişiye ulaştı

31 Müşteri memnuniyetinde uluslararası kalite



22 Aygaz'da kurumsal risk yönetimi



24 Sahil beldeleri hareketlendi



36 Aygaz'la herkes güvende



38 Kumluca'nın lideri:
Dalgıç Ticaret



40 Dönüşüm sektörü büyüyor

48 Kısa haberler

58 Kan bağışı

56 Hayatımızdaki kurullar

60 Biz bir aileyiz



Önce insan, öncü Aygaz

Türkiye'nin yarattığı en büyük değerler arasında yer alan öncü Aygaz, gücünü insan kaynağından alıyor. Koç Topluluğu Enerji Grubu Başkanı Erol Memioğlu ile Enerji Grubu ve Aygaz'ın faaliyetleri hakkında görüştük.



Aygaz denilince size öncelikle hatırlattığı şeyler nelerdir?

Katma değer ve büyüklük. Aygaz ürününe adını vermiş jenerik bir marka. Ürünü ve adıyla yıllardır günlük hayatın bir parçası olmuş. Markasıyla güveni eş anlamlı yapmış. Bu hepimizin, Aygaz'ın en büyük varlığı. Bunu yapmak elbette uzun yılları gerektiriyor. Yaratılmış olan bu marka değerini yaşatmak ve tepede tutmak daha büyük bir çaba gerektiriyor. Türkiye haksız rekabet ortamlarından bugünlere geldi. Haksız rekabet ortamlarında hem markayı yukarıda taşımak, hem de büyük olmak oldukça zor. Aygaz çalışanları ve bayileriyle 50 yıldır bunu başarmış. Marka olmak önemli ama kurumsallaşmadan ve etik değerleri sahiplenmeden marka olunmuyor, en önemlisi kalıcı olunmuyor.

Kurumsallaşma bir kurum kültürü de oluşturuyor. Bu tarif edilebilen bir şey değil. Şirket, o şirkette çalışanlar ve üç kuşağa taşınmış 2.000'e yakın bayimiz... Tek vücut olunmuş, yazılı, tarif edilmiş şeyler yok ama sanki yazılı şeyler var. Sevgi, saygı, yardımlaşma ve hoşgörü var, iyi günde, kötü günde. 50 yıla böyle gelinmiş, bu anlayış ve dayanışma birçok yeni 50 yılları yaşatacaktır.

Geçen zaman zarfında Türkiye LPG pazarında pek çok şey değişti. Aygaz'ın lider konumu değişmedi.

Sizce bunun temel nedeni nedir?
2000'li yılların başlarında Türkiye, LPG'nin önemli bir alternatifi olan doğal gazla

tanıştı. Birçok iş alanında olduğu gibi doğal gazda da devlet tekeli vardı. Uygulanan fiyat politikaları doğal gaz kullanımını daha cazip yaptı. Maalesef bu politika ve kontrol hala devam etmektedir.

Tüm bu gelişmeler 2000'li yıllara kadar çok başarılı olmuş Aygaz şirketimiz ve çalışanları için ileriye matuf kaygılara sebep olmuştu. Silkinmemiz gerekiyordu. Uzun ve yoğun çabalarla 2005 yılında LPG piyasası liberalleşti. Bu, Aygaz ve ilgili sektörün geleceği için önemli bir değişimdi. Bu değişim ile birlikte rekabet anlayışı da değişecekti, hazır olmamız gerekiyordu. Bu değişimin çok öncesinden şirket ve çalışanlar olarak buna hazırlandık. Bu yeni ortama süratle adapte olduk.

Ülkemizde doğal gazın yaygınlaşması olgunlaştı. Doğal gazın taşıma ve maliyetlerini düşündüğümüzde gelişmiş ülkelerde olduğu gibi her yere ulaştırılması mümkün olmamaktadır. Serbest piyasanın gelişmesi ile birlikte de LPG kullanımı ve tüketimi yine devam edecektir. Otogaz kullanımındaki artışla birlikte, LPG tüketimi ve sektörü önemli ticari bir alan olmaya devam edecektir.

Bugün, Enerji Grubu olarak bulunduğumuz noktaya gelmemizde Aygaz'ın yaptığı katkılar çok büyük. Bundan sonra da gerek kendi ana iş kolunda, gerekse işbirlikleriyle Aygaz hep gelişecek ve katma değer yaratmaya devam edecektir. Bu

Uzun bir dönemde oluşturup sürekliliğini sağladığımız kaliteli ve sorumluluğunun bilincindeki yaygın bayi ve servis teşkilatımız ile iş ahlâkı ve ilkelerimiz, bize özel bir konum kazandırmıştır.

da bugüne kadar olduğu gibi hissedarı, çalışanı ve bayileriyle oluşmuş Aygaz Ailesi sayesinde olacaktır.

Serbest ekonomiye geçişle birlikte Aygaz'da çok şeyin değiştiğini görüyoruz. Çalışanlar da değişiyor, değişimlere uyum elbette kolay olmuyor ama şirketi daha ileriye götürecekseniz hızla değişimlere uymak şart. Geçmiş yıllarda doğal gaz kullanımının devlet tekeli ile yaygınlaşması bir panik yaratmıştı. Panikle iş hayatı uyuşmuyor, çalışanlarımıza pozitifliği aşıladık, Aygaz'ın geçmişte olduğu gibi Koç Topluluğu'nun amiral gemilerinden birisi olmaya devam edeceğini söyledik. Süreç içerisinde Aygaz'ın hâlihazırda yapmakta olduğu ve önümüzdeki dönemde de yapacağı yatırımların ve iştiraklerinin de gelecekte aynı şekilde değer kazanacağına ve Koç Topluluğu'na katma değerini devam ettireceğine inancım tamdır.

Aygaz markası araçlarda LPG kullanılmaya başlanmasıyla birlikte farklı olan bir pazara da girdi. Otogaz pazarının geldiği son noktayı ve Opet ortaklığını değerlendirebilir misiniz?
Aygaz olarak otogaz pazarına 1998

yılında girdik. Otogaz pazarını anlayabilmek için pazarın üç temel ögesinin bilinmesi gerekiyor. LPG dağıtıcısı, araba üreticisi ve dönüşüm firması. Biz, henüz otogaz pazarının dinamikleri tam anlaşılmamışken, araçlar için özel LPG'yi pazara sunduk. Zorunlu ürün standardı 2004 yılında yayınlanmasına rağmen ve hiç bir zorunluluğumuz yokken otogaz pazarının sağlıklı gelişmesi için önemli yatırımlar yaparak bu adımı attık.

Opet'in önemini de belirtmeliyim. Biz otogazın akaryakıt istasyonlarında satılması gerektiğini düşünerek 1998 yılında, henüz Opet bir grup şirketi değilken Opet ile işbirliğine gitmiştik. Opet işteğal alanına baktığınızda akaryakıt dağıtım işimizdir. Koç Topluluğu uzun yıllar akaryakıt sektörüne girme düşüncelerini hep taşımış. Opet ile olan işbirliğimizin yanı sıra, şirket büyümeye hazır ve sosyal değerler taşıyordu. 2002 yılında %50 hisse alınıp ortak olunarak petrol sektöründe eksik olan halkalardan olan akaryakıt sektörüne girilmiş oldu. Opet ile yaptığımız ortaklık Aygaz'ın düşüncelerini pazara yansıtabilmesi için çok önemli bir adım oldu. Halen Türkiye'nin en geniş otogaz dağıtım ağına sahibiz

ve pazar lideriyiz. Akaryakıt sektöründe Opet'i satın aldığımız zaman %9 olan pazar payı bugün %19'a yaklaşmıştır. Geline durum da çok doğru bir girişim yaptığımızı göstermektedir.

Türkiye enerji sektörünü ve gelişimini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Türkiye'de enerji sektörü uzun yıllardır, devlet tarafından kontrol edilmiş ve geliştirilmiştir. 20 yıla yakın bir süredir özelleştirme konuşulmaktadır. Özellikle 2000'li yıllarda ivme kazanmış, 2001 yılında Elektrik ve Doğalgaz Piyasası Kanunları çıkarılmıştır. Geldiğimiz noktada maalesef fazla yol alınamamıştır.

Enerji, faaliyet türleri ve alanlarıyla bakıldığında büyük bir dünya. Bireylerin ve ülkelerin gelişmeleri paralelinde enerji ihtiyacı ve tüketimi de artıyor. Ticari açıdan önemli olduğu gibi ülke ekonomilerine etkisi açısından da stratejik öneme haiz. Petrol, doğal gaz, madencilik, elektrik gibi özetleyebileceğimiz faaliyet alanları kendi içinde de üretimden nihai tüketiciye kadar uzanan büyük bir zincir. Ayrıca bu enerji alanlarının birbiriyle irtibatları da düşünüldüğünde büyük bir yelpaze.



Sadece zincirin tek bir halkasında olursanız, rekabetçi piyasada yaşayabilmek ve devamlılık zor oluyor. Her ülkenin kendi yasa ve düzenlemeleri olsa da enerji üretimi ve tüketiminde ülke sınırları giderek kalkıyor. Ticari açıdan, rekabet açısından uluslararası bir piyasanın içinde hareket etmek zorundasınız.

Bu gerçekler çerçevesinde, ileriye baktığımızda mevcut işlerimizin devamını ve büyümesinin yanı sıra, enerjide zincirleri tamamlama ve entegrasyon için stratejilerimizi çok önceden oluşturduk ve süreç içerisinde önemli atılımlar yaptık.

Birincil enerji girdilerinde dışa bağımlı olan Türkiye ekonomisinin iyileştirilmesi için enerji sektöründe nasıl bir strateji izlenmesi gerektiğini düşünüyorsunuz?

Türkiye’de işlenip tüketilen ham petrolün %90’ından fazlası ithal petroldür. Doğal gazda da durum farklı değildir. Tüketimimizin tamamına yakını başta Rusya, İran ve Azerbaycan olmak üzere ithalat yoluyla karşılanmaktadır. Bir diğer önemli birincil enerji kaynağı

olan kömürde de önemli miktarlarda ithalat söz konusudur.

Yüksek fiyatlar, enerji ithalatının cari açığa olan olumsuz etkisini artırmaktadır. Bir diğer önemli sorun da elektriktir. Üretilen elektriğin yaklaşık yarısı doğal gazdan, diğer yarısı ise hidrolik ve kömürden elde edilmektedir. Elektrik üretiminde doğal gaza bağımlılığın çok ciddi boyutlara geldiği görülmektedir.

Elektrik üretiminde uzun yıllardır yatırım yapılmadı. Türkiye büyüyen bir pazar. Enerji sektörünün sağlıklı gelişmesi, spekülasyoncuların olmadığı, konusunda yeterli ve yabancı yatırımcıların teknik ve finansal birikimlerini aktardığı bir ortamda mümkün olacaktır.

Gerek enerji maliyetimizi düşürmek, gerekse dışa bağımlılığı azaltmak için doğal olarak ilk akla gelen yol mümkün olduğunca yerli kaynak kullanımının artırılmasıdır. Ancak ne yazık ki, özellikle petrol ve doğal gazda yerli kaynaklarımız sınırlıdır. Bunun için gerek kamu şirketlerimizin, gerekse Türk özel sektörünün bu kaynaklara yerinde sahip olabilmesi için çalışmalıdır. Türk kamu

ve özel sektör şirketlerinin dünyanın neresinde olursa olsun bir petrol veya doğal gaz rezervine sahip olması demek, bizim ülke olarak o kaynaklara sahip olmamız demektir.

Birincil enerjide kaynak olarak dışa bağımlı olduğumuzdan, temin kaynaklarının çeşitlendirilmesi önemlidir. Üç tarafı denizlerle çevrili olmamız ve temin kaynaklarına yakın olmamız bir avantajdır. Enerji tasarrufu ve enerji verimliliğine de önem verilmesi gerekiyor. Koç Topluluğu olarak bu konuda da önemli adımlar atmaya devam ediyoruz.

Tüpraş’ın Koç Topluluğu’na katılımıyla çok önemli bir adım atıldı. Geriye dönüp baktığınızda süreci nasıl değerlendiriyorsunuz?

Hepimizin bildiği gibi Tüpraş’ın ülkenin yarattığı en büyük sanayi ve stratejik kuruluşu olması nedenleriyle hisselerinin satılacak olması büyük tartışmalar yaratmıştı. 2005 Eylül ayında, Türkiye’nin en büyük sanayi kuruluşu olan Tüpraş’ın % 51 hissesinin satışı Özelleştirme İdaresi Başkanlığı tarafından usulüne uygun olarak yapılan, yerli ve yabancı dokuz yatırımcının katıldığı ihale ile



Grubumuzdaki tüm gaz ve elektrik faaliyetlerini Aygaz çatısı altında toplayarak Aygaz'ı bir enerji holdingine dönüştürdük.

rekabetçi bir ortamda şeffaf bir şekilde gerçekleştirildi. İhaleyi 4,14 milyar dolar teklifle içinde Aygaz şirketimizin de bulunduğu Koç Holding liderliğindeki konsorsiyum kazandı. İhale sonucunda Tüpraş'ın %51'lik hissesini o günkü piyasa değerinin çok üzerinde bir bedelle aldık.

İhaleye katılmadan önce ayrıntılı değerlendirmelerimiz olmuştu. Ticari açıdan da Türkiye ve dünya ekonomilerinde olabilecek olumsuz değişimlerin, çok uzun yıllarda yaratılmış birçok değerli şirketlerden oluşmuş tüm Koç Topluluğu'na olumsuz etkisi de mümkündü. Riskleri de alarak ülke için stratejik önemi olan bu değeri hissedarlarımızın sağduyu ve desteğiyle almak için karar vermiştik.

Uzun yıllarımı verdiğim enerji sektöründe, kişisel olarak da Tüpraş'ı almamızın ülke ve Koç Topluluğu'nun geleceğine katma değerinin çok önemli olduğuna inandığım için ihale sırasında sakin dim. İhalenin hemen ardından yapmış olduğum açıklamada da bu bedelin topluluğumuz için büyük bir fedakârlık

olduğunu, bu fedakârlığı üstlenirken de ülkemize olan sorumluluğumuzu ve Tüpraş'ın geleceğine duyduğumuz güveni özellikle belirtmişim.

Koç Topluluğu ve Enerji Grubu olarak bizleri kuşkusuz çok mutlu eden ve göğsümüzü kabartan bir sonuçtu. İhale sonrası sayısız arayan oldu. Yazılı, sözlü, duygu yüklü tebrikler aldık. Uzun yıllara ve köklü ilişkilere dayanan Koç Topluluğu şirketleri, çalışanları ve bayileriyle yüz binlerce kişi birleşmiş sanki bu sonucu bekliyordu.

Geçen süreçte Tüpraş'ta çok şeyi değiştirdik. Eksik kalan yatırımları tamamladık. Şimdi de daha önce açıkladığımız asfalt ve fuel oil'i benzin ve motorine çevirecek büyük projeyi başlatıyoruz. Bu, rekabet gücümüzü daha da artıracak ve Akdeniz'in en önemli rafinerisi olma yolunda atılan önemli bir adım olacaktır.

Gururla bir kez daha vurgulamak isterim ki, Tüpraş ile Koç Grubu yüzyılımızın en büyük ve en stratejik sektörü olan enerjide önemli bir pozisyona sahip

olurken, Koç Enerji Grubu da Türkiye enerji sektörünün lideri olmuştur.

Koç Topluluğu içerisinde Enerji Grubu'nun yeri ve önemi size göre nedir? Enerji Grubu ve şirketlerinin büyümesi ve ilerisi için planlarınız nedir?

Bugün Koç Topluluğu'nun gelirlerinin ve kârının büyük bir kısmı Enerji Grubu şirketlerinden gelmektedir. Koç Enerji Grubu olarak petrolden gaza, elektrikten madencilığe, enerjinin her alanında faaliyet göstermekteyiz. Enerji hayatımızın her noktasında var olan bir ürün. Enerji üretim ihtiyacı her sene ekonomideki gelişmeden daha hızlı büyümektedir. Sürekli ve hızla büyüyen enerji talebi ve bizim bu sektördeki güçlü konumumuzdan dolayı enerji sektörü topluluğumuzun en önemli faaliyet alanlarından birisine dönüşmüştür. Geleceğe yönelik olarak temel stratejilerimizi, güçlü olduğumuz alanlarda gücümüzü pekiştirip verimliliğimizi artırmak, büyüme potansiyeli olan alanlarda büyümek ve ekonomik ve stratejik uygunluğu olan alanlarda dikey entegrasyona

Aygaz ürününe adını vermiş jenerik bir marka. Ürünü ve adıyla yıllardır günlük hayatın bir parçası olmuş. Markasıyla güveni eş anlamlı yapmış. Bu hepimizin, Aygaz'ın en büyük varlığı.



gitmek şeklinde özetleyebilirim. Büyüme sürecinde kuşkusuz en önemli atılımımız Opet ortaklığımız ve Tüpraş'ın satın alınması olmuştur.

Madencilik sahasında Demir Export ile Türkiye'nin köklü şirketlerinden birisine sahibiz. Linyit, demir, krom ve bakır madenleri işletiyoruz. İleride yapacağımız kömür kaynaklı santral projelerinde bu şirketimizin önemli katma değer yaratacağına inanıyoruz.

Enerji Grubu şirketlerini, uzun dönemdir yürüttüğümüz stratejiler çerçevesinde hissedar yapıları ve iş türleriyle entegre hale getirdik. Kaynaktan tüketiciye uzanan dikey zincirlerde, petrol ve petrol ürünleriyle ilgili işlerimizi Tüpraş çatısı altında, LPG, doğal gaz ve elektrik işlerimizi Aygaz çatısı altında yürütmekteyiz. Grubumuzdaki tüm gaz ve elektrik faaliyetlerini Aygaz çatısı altında toplayarak Aygaz'ı bir enerji holdingine dönüştürdük.

Elektrik alanında dünyanın önde gelen elektrik şirketlerinden birisi olan AES ile

Entek şirketimizin yarı hissesini satarak stratejik ortaklık kurduk. Bu ortaklıkla amacımız önümüzdeki beş yıl içerisinde doğal gaz, kömür, hidroelektrik ve yenilenebilir kaynaklardan oluşan 3.000 MW'lık kurulu güce ulaşmaktır. Aygaz, Entek'in hissedarı; ortaklık sonrası hedeflediğimiz büyüme ve kârlılık dolaylı olarak Aygaz hissedarlarına da yansiyacaktır. Aygaz, Tüpraş'ın da hissedarı; LPG alanında üretimden tüketime kadar tüm zincirde yer alıyor. Tüpraş'ta yaratılan ve yaratılacak katma değer şüphesiz Aygaz şirketi ve hissedarlarına da yansiyacaktır.

Enerji sektöründeki şirketlerinizin bayi ve çalışanlarına öncelikle hangi mesajı vermek istersiniz?

Aygaz bayilerimizin %80'inin kıdemi 20 yıl ve üzerinde, büyük çoğunluğu da 40 yılın üzerinde. Üç kuşağı içeren uzun bir birlikteliğimiz var. Bu da karşılıklı bir güven ilişkisinin olduğunu gösteriyor, dolayısıyla verilebilecek fazla mesaj yok gibi. Karşılıklı mesaj çok önceden verilmiş. Aygaz'daki çalışma arkadaşlarımızda da ortalama çalışma yılları itibarıyla benzer

ilişkiyi görüyoruz. İyi, dürüst, samimi ve hızlı iletişim, başarımızın önemli halkalarından birisi ve oluşturduğumuz kültürün ayrılmaz bir parçası olmuş. Uzun bir dönemde oluşturup sürekliliğini sağladığımız kaliteli ve sorumluluğunun bilincindeki yaygın bayi ve servis teşkilatımızla iş ahlâkı ve ilkelerimiz, bize özel bir konum kazandırmıştır.

Bunların yanı sıra, uzun yıllardır yaşadığımız sosyal ve ekonomik ortam çoğumuzu olumsuz, kötümser bir duruma getirdi. Bu tür düşünceler birbirimize karşı hatta müşterilerimize karşı davranışlarımızı da etkiliyor. Hep birlikte, güler yüzlü davranışlarımızla farklılığın altını çizmeliyiz. Hoşgörü, sevgi, güler yüzle birlikte içten, samimi olmalıyız. Her zaman olduğu gibi, çalışan ve müşteri memnuniyetini en üst seviyede tutmalıyız.

İyi ve başarılı bir iş yapılıyorsa bunun ağırlıklı kısmı sağlıklı ve iyi ilişkilerle karşılıklı güvenden kaynaklanmaktadır. Bir işte başarılı olmanın yolu, o işe çok emek vermektir.



“Aygaz: 50 yıldır yükselen, Türkiye’nin Enerjisi...”

Aygaz, 50. yılında tüketicilerin en çok tercih ettiği LPG markası olarak liderliğini sürdürüyor. Aygaz Dünyası’na konuşan Genel Müdür Yağız Eyüboğlu, Aygaz’ın 50 yıldır yarattığı ‘enerji’ ile Türkiye’nin vazgeçilmezleri arasında yer aldığını söylüyor.

Sektörümüze değişen birçok şeye rağmen değişmeyecek olan şey Aygaz'ın bayileriyle olan ilişkisi. Çünkü Aygaz bayileriyle bütünleşen, iletişimi güçlü bir şirket. Bayilerimiz markamızı Türkiye'nin en ücra köşelerinde yıllardır olduğu gibi gururla temsil ettiği sürece Aygaz'ın gücü onlarla birlikte daha da artacak.

Aygaz, yarım yüzyılı geride bıraktı. İlk yola çıktığı günden bugüne Aygaz'ın yolculuğunu nasıl değerlendiriyorsunuz? Sizce Aygaz'ı Aygaz yapan ve şirketin bugünlere gelmesini sağlayan başlıca değerler nelerdir?

Aygaz'ı bugün sahip olduğu büyüklüğe ve değerlere taşıyan tarih, Türkiye Cumhuriyeti'nin toplumsal ve sinai tarihiyle adeta bütünleşmiş. Aygaz bu noktaya, liderlerinin, çalışanlarının, tedarikçilerinin ve bayilerinin özverili, alçak gönüllü emekleriyle ulaştı. Türkiye'de milyonlarca aile tarafından tercih edilen, ailenin bir parçası olan, güvenilen ve halk tarafından içten bir sevgiyle sahiplenilen Aygaz markası, 50 yıldır yarattığı 'enerji' ile Türkiye'nin vazgeçilmezleri arasında yer alıyor.

Türkiye'de tüpgazın jenerik markası olan Aygaz'ı ilk günden bugüne öne çıkaran en önemli özellikleri yenilikçiliği ve güvenilirliliği... Koç Topluluğu'nun en önemli şirketlerinden biri konumunda bulunan Aygaz, yarım asırlık deneyimi ve bilgi birikimiyle ürün yelpazesini değişen tüketicilerin ihtiyaçlarıyla paralel hale getirerek markasını hep güçlendirmiş. Dolayısıyla bugün, Türkiye'nin sekizinci en büyük

sanayi kuruluşu olan Aygaz, kurulduğu 1961 yılından bu yana Türkiye'de LPG sektörünün haklı olarak liderliğinde bulunuyor.

Uzun yıllardan beri Koç Topluluğu'nda görev yapıyorsunuz. 2009'da Aygaz Genel Müdürü olarak atandınız. Topluluk şirketleri içinde Aygaz'ın konumunu nasıl değerlendiriyorsunuz?

Aygaz 50 yıllık geçmişiyle sektörün öncü şirketi olduğu gibi, Koç Topluluğu'nun en önemli şirketlerinden birisidir. Kuruluşundan bu yana halka açık. Koç Topluluğu'nun her şirketi gibi verimli, yenilikçi, rekabetçi ve kârlı olmak öncelikli hedefimiz. Aygaz'ın yarım asırlık geçmişi bu açıdan gurur verici. Geçmişe baktığınızda, Aygaz'ın özellikle Enerji Grubumuzda lokomotif bir rol üstlendiğini görüyoruz. Büyük yatırımlarda hep önemli rol oynamış. Koç kültürünü ve iş yapma biçimini faaliyet gösterdiği sektöre taşımış ve tüketicilerin en çok tercih ettiği ürün ve hizmetleri sunarak liderliği elden bırakmamış.

İş yapış biçimimizde, geçmişte olduğu gibi bugün de değişmeyen çok önemli bir unsur var. O da yenilikçilik. Tüketicileri

ye sunduğunuz fayda ne ise onu sürekli iyileştireceksiniz. Dolayısıyla, inovasyon süreçlerinden faydalanarak ürünlerimizin rekabet gücünü artırma ve fark yaratmayı sürdüreceğiz. Aygaz olarak, ürünlerimize ve sektörümüze yıllardır yatırım yapıyoruz, yatırım yapmaya da devam edeceğiz. Ar-Ge faaliyetlerine büyük önem veriyor ve her sene çeşitli konulardaki geliştirme çalışmaları için önemli bir bütçe ayırıyoruz.

Nereden bakarsanız bakın, çok büyük bir teşkilata sahibiz. Bugün, Aygaz Grubu olarak 3.200 bayimiz var. Ülkeyimizin her köşesinde bir Aygaz bayisi hep karşınıza çıkar. Merkez, tesisler ve bayilerimizle 15 binden fazla kişiye istihdam sağlıyoruz. Beş deniz terminalimizle beraber 12 dolun tesisimizle Türkiye'nin en büyük depolama kapasitesine sahibiz. Pazarda 69 firma ile beraber faaliyet gösteriyoruz. İlk yedi marka pazarın yüzde 70'ini oluşturuyor. Doğal gazın yaygınlaşmasına ve elektrik kullanımındaki artışa rağmen hala yaklaşık 15 milyon ev tüpü kullanıcısı var. Aygaz olarak LPG sektörünün açık ara lideri olmamızın yanı sıra, Avrupa'nın en büyük beşinci LPG şirketiyiz. Müşteri



LPG işimiz, ana faaliyet alanımız. Tüpgaz ve otopaz işimize büyük önem veriyoruz. Sahada bayilerimizle kol kola, tüketicilere sunduğumuz hizmeti nasıl bir adım öteye götürebiliriz, fark ve rekabet avantajı yaratabiliriz, hep ona bakıyoruz.

memnuniyeti endekslerinde en üstte yer alıyoruz. Gerek teknoloji kullanımı, gerekse insan kaynakları açısından rakiplerimizin açık ara ilerisindeyiz.

LPG piyasasının değişmez lideri ve öncüsü Aygaz, iştirakleriyle de enerji sektöründe önemli bir yere sahip. İştiraklerden ve gerçekleştirilen projelerden bahsedebilir misiniz?

Koç Holding içinde, Enerji Grubu faaliyetleri üç çatı altında toplanıyor; bir tanesi işin rafinaj kısmı. Bu bölümde Tüpraş şirketimiz faaliyet gösteriyor. Diğer bölümü akaryakıt dağıtımı; bu bölümde Opet şirketimiz faaliyette. Bunun dışında kalan “gaz ve elektrik” diye nitelendirdiğimiz diğer bütün faaliyetler de Aygaz çatısı altında toplanmış durumda. Yani bu alanlarda bir yapılanma ve büyüme söz konusu olduğunda, Aygaz bir çatı şirketi hüviyetinde.

LPG işimiz, ana faaliyet alanımız. Tüpgaz gibi, otopaz işimize büyük önem veriyoruz. Sahada bayilerimizle kol kola, tüketicilere sunduğumuz hizmeti nasıl bir adım öteye götürebiliriz, fark ve rekabet avantajı yaratabiliriz, hep ona bakı-

yoruz. Bu, aslında Aygaz kültürünün en önemli parçası... Ahenkle hareket eden büyük bir aile olmak. Başarı arkadan doğal olarak geliyor. Rakiplerimizin hep önünde olmamızın en önemli nedenlerinden biri de bu.

Güçlü bilanço yapımızla, LPG işinin yanı sıra, iştiraklerimizle de enerjinin diğer alanlarında da iddiamızı sürdürüyoruz. Elektrik üretim alanında faaliyet gösteren Entek iştirakimizin yüzde 49,6 hissesini Amerikan enerji şirketi AES'e satarak ortaklık kurduk. Bu ortaklık çerçevesinde doğal gaz, kömür, hidroelektrik ve diğer kaynaklarla çalışan elektrik santrallerine yatırım yapmayı planlıyoruz. Önümüzdeki beş yıl içinde, 300 MW'dan 3.000 MW kurulu güce çıkmayı ve bu pazarın lider oyuncularından biri olmayı hedefliyoruz.

Aygaz'ın ülkemizde yarattığı başarılı iş modelini, yakın ve potansiyel pazarlarda uygulamak üzere girişimlerde bulunuyoruz. Bu çalışmaların kısa vadede verdiği ilk sonuçlardan biri, Orta Doğu'ya kara yoluyla yaptığımız LPG ihracatına, deniz yolu ticaretini ekleyerek satış hacmimizi

büyütmek oldu. Söz konusu gelişme gelecek için de umut vaat ediyor. Aygaz Doğal Gaz şirketimizle faaliyet gösterdiğimiz bu sektörde ürün portföyümüzü geçtiğimiz yıl boru gazı satışıyla çeşitlendirdik. Satışlarımızı yaklaşık iki katına çıkartırken, ciromuzu da yüzde 75 büyüttük. Aldığımız spot LNG ithalat lisansı ile ülkemizin enerji havuzunun önemli unsurlarından biri olan doğal gaz segmentinde de hedeflerimizi gerçekleştirmek üzere oluşan fırsatları değerlendiriyoruz.

Ülkemizde kurumsal vatandaşlık bilincinin yerleşmesine en fazla emek veren şirketlerin başında gelen Aygaz'ın sosyal sorumluluk anlayışından ve projelerinden bahsedebilir misiniz?

Aygaz, yarım asırlık iş tecrübesiyle ekonomik kalkınmanın sosyal ve kültürel kalkınmadan bağımsız olmadığını bilen bir şirket. Yaşama değer katmak için bireyler gibi şirketlerin de üzerine düşen görevleri olduğuna inanır. Ürün ve hizmetlerini her gün yüz binlerce kişiye ulaştıran bir marka olarak Aygaz, doğru- dan faydalar sağlayan ve daha güzel bir

Yağız Eyüboğlu: “Koç Topluluğu'nun her şirketi gibi verimli, yenilikçi, rekabetçi ve kârlı olmak öncelikli hedefimiz.”



gelecek hayali için ilham veren projelere destek olur. Aygaz, sosyal sorumluluk çalışmalarıyla, geçmişe sahip çıkmaya ve geleceğe yatırım yapmaya çalışır.

Uzun yıllardır bilinçlendirme ve farkındalık yaratma kampanyaları düzenleyen Aygaz, bugüne kadar pek çok proje gerçekleştirdi. 1998-2002 yıllarında, “Aygaz Ev Kazalarına Karşı Uyarıyor”, 2002-2008 yıllarında da “Dikkatli Çocuk” kampanyalarıyla Türkiye'nin dört bir köşesine gidilerek, vatandaşlarımız başta ev kazaları olmak üzere, koruyucu sağlık, çevre ve depremlere karşı hazırlık gibi konularında bilinçlendirdi. Aygaz'ın sosyal sorumluluk kampanyalarında çıkış noktası tektir ve kamuoyu araştırmaları temel alınmıştır. Örneğin, 1998'deki kamuoyu araştırmaları hastanelerin acil servislerine yapılan başvurularda ilk sırada ev kazalarının olduğunu gösteriyordu. “Aygaz Ev Kazalarına Karşı Uyarıyor” bu konudaki bir ihtiyacı giderme yolunda katkı sağlamak üzere tasarlandı. Gerek doğrudan eğitimlerle, gerekse iletişim kampanyasıyla milyonlarca insana ulaşıldı. Aynı şey “Dikkatli Çocuk” için de geçerli. 2010 yılından bu

yana sürdürdüğümüz ve iklim değişikliğine karşı farkındalık yaratmayı amaçlayan kampanyamızın da çıkış noktası aynı oldu.

Aygaz çalışmalarında insana, doğaya, kanunlara saygı duyarak örnek bir kuruluş olmaya gayret ediyor. Eğitim, sağlık ve kültür-sanat alanlarındaki çeşitli projelere yıllardır katkı sağlıyor. Kurucusu Vehbi Koç'un sosyal sorumluluk anlayışını benimsemiş bir kurum olarak, 'Ülkem Varsa Ben de Varım' ve 'Toplumdan Aldığını Topluma Vermek' felsefesini her yıl yeni eserlerle yaşatmaya çalışıyor.

50. yıl yeni bir başlangıç olarak görülebilir mi?

Bizim için her yeni yıl bir başlangıç. Bu yıl ayrıca yeni 50 yılın başlangıcı... Önümüzdeki 50 yılda mutlaka çok şey değişecek. Yeni yakıt kaynakları gelecek, farklı ürünler gelecek, ama değişmeyecek olan bir hedef var, Aygaz liderliğini koruyacak. Çünkü Aygaz, sektör değiştiğinde o sektörde değişen ilk firmalardan olmuş. Ürün değiştiğinde, bu ürünü değiştiren firma olmuş.

Yeni girdiğimiz alanlarda da yeni ürünleri Aygaz kendi Ar-Ge ekibiyle geliştirip pazara sunmuş. Dolayısıyla önümüzdeki 50 yılda enerjiye ihtiyaç giderek artacağı için, alternatif yakıtlar ne olursa olsun, Aygaz bunun içinde olacak. Yine ilkleri getirecek.

Sektörümüze değişen birçok şeye rağmen değişmeyecek olan şey Aygaz'ın bayileriyle olan ilişkisi... Çünkü Aygaz bayileriyle bütünleşen, iletişimi güçlü bir şirket. Bayilerimiz markamızı Türkiye'nin en ücra köşelerinde yıllardır olduğu gibi gururla temsil ettiği sürece Aygaz'ın gücü onlarla birlikte daha da artacak.

Ülkemizin sanayi tarihindeki yolculuğumuza İstiklal Caddesi Merkez Han'da 50 yıl önce başlamıştık. 50 yıldır ülkemizin refahı, kalkınması ve yükselmesi için enerji sağlıyor ve Türkiye'nin enerjisi olmanın gururunu yaşıyoruz. Geleceğe her zamankinden daha büyük bir güven ve umutla bakıyoruz.

Müşteri memnuniyetinde lider

Müşteri memnuniyetindeki liderliğini aldığı ödüllerle perçinleyen Aygaz, hizmet kalitesini artırmak için gerçekleştirdiği çalışmalara aralıksız devam ediyor.



Kurulduğu günden beri müşteri memnuniyetini ilke edinen Aygaz, yarım asırdır bütün faaliyetlerini bu anlayışla sürdürüyor. Her yıl daha kaliteli ürünleri, daha iyi hizmetle müşterilerine ulaştırmak için büyük bir çaba harcıyor. Müşteriler de bu çabaları karşılıksız bırakmıyor. Alınan ödüller de başarıları teyit ediyor.

Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın düzenlediği 14. Geleneksel Tüketici

Ödülleri'nde 'Tüketici Memnuniyetini İlke Edinen Firma' kategorisi ödülü ikinci kez Aygaz'ın oldu. 21 Mart 2011'de Ankara'da gerçekleştirilen törende ödülü, Aygaz adına Genel Müdür Yağız Eyüboğlu, Sanayi ve Ticaret Bakanı Nihat Ergün'den aldı. Aygaz, tüketicilere kanunlar ve diğer mevzuatla tanınan haklardan daha ileri haklar tanınması, "Tüketici Danışma Masası" ve "Danışma Hattı" kurarak bunları fiilen işletmesi, tüketicileri bilgilendirici

çalışmalar yürütmesi nedeniyle ödüle layık görüldü.

Ödülle ilgili değerlendirmede bulunan Yağız Eyüboğlu, şunları söyledi: "Aygaz olarak bu yıl kuruluşumuzun 50. yılını kutluyoruz. O nedenle, aldığımız bu ödül bizim için ayrı bir anlam taşıyor. Yarım asırdır, yalnızca ürün ve hizmetlerimiz için değil, aynı zamanda tüketicilerin bilinçlendirilmesi için de kampanyalar düzenliyoruz. Sektörümüzün

gelişimine katkı sağlamaya çabalyoruz. Sanayi ve Ticaret Bakanlığımızın Aygaz'a layık gördüğü ödül, ürün ve hizmetlerimizde daha iyisini sunma çabalarımızda bize güç verecek."

Tüpgazda jenerik marka

Kuşkusuz müşteri memnuniyetini sağlamak kadar memnuniyeti artırarak sürdürmeyi başarmak da yoğun çaba istiyor.

Tüketicilere sunulan ürünler arasında ev tüpü, küçük tüp, ticari tüp, sanayi tüpler, forklift tüpü, Mavi Aygaz gibi tüplerin yanı sıra kamp cihazları, karıştırmaya cihazlar, barbekü, palmye gibi açık havada kullanılacak ürünler de bulunuyor. Bu geniş ürün yelpazesi için müşterinin nabzını iyi tutmak ve bunları sahadan alınan bilgilerle birleştirerek orta ve uzun vadeli pazarlama stratejileri oluşturmak gerekiyor. Bunu 50 yıldır büyük bir başarıyla gerçekleştiren Aygaz, hayata geçirdiği yeni uygulamalarla müşterilerinin kalbini fethetmeye devam ediyor. Pazarda diğer markalar karşısında farklılaşmak için kullandıkları yöntemler olduğunu belirten **Tüpgaz Pazarlama Müdürü Burcu Cihan Işık**, bu çalışmaların mevcut müşterilerin memnuniyetini ve bağlılığını artırdığını,

ayrıca yeni müşteri kazanımına destek olduğunu ifade ediyor.

Günümüzde sürdürülebilir farklılık yaratmanın önemi daha da arttı. Aygaz dağıtım kanalının gücü, sağlam iş ortaklıkları ve teknik imkânları sebebiyle bu zamana kadar çok çeşitli konularda kalıcı farklılıklar yarattı. Örneğin, ev tüpünde hayata geçirilen hologram kapak uygulamasıyla güvenlik konusundaki güçlü tüketici algısı pekiştirildi. Hizmet konusunda ise Aygaz Ekspres, eski adıyla ESS sayesinde hem bayiler nezdinde operasyonel verimlilik, hem de tüketici sipariş ve teslimat süreçleri yüksek teknolojiyle entegre edilerek, memnuniyet sağlandı. Ayrıca tüm bu farklılık noktaları dikkat çekici reklam uygulamalarıyla tüketicilere duyuruluyor. İletişim konusunda da fark yaratmaya çalışan Aygaz, iletişim mecrası olarak sosyal medyayı ve dijital dünyayı da kullanıyor.

Fiyat rekabetinin çok arttığı tüpgazda tüketici bağlılığı sağlamanın ve etkin kampanyalarla müşteri kazanımına yardımcı olmanın oldukça güç olduğunu belirten Burcu Cihan Işık şunları söylüyor: "Ulusal çaptaki banka işbirlikleri sayesinde fayda değeri yüksek kam-



Burcu Cihan Işık, Tüpgaz Pazarlama Müdürü

panyalarla tüketici memnuniyeti yaratmaya çalışıyoruz. Tüm bu faaliyetlerin yanı sıra pazarın lideri, güvenlik denince ilk akla gelen marka olmanın sorumluluğuyla tüketiciyle temas noktasında bulunan bayi çalışanlarının eğitimleri için sürekli yatırım yapıyoruz. Bir yandan da tüketicilerin tüpgaz kullanımı hakkındaki bilgi düzeylerini artırmak üzere tüketici bilgilendirme eğitimleri düzenliyoruz. Bu tip faaliyetler de sektörde hiçbir marka tarafından yapılmayan, Aygaz'ın sahiplenerek kendini farklılaştırdığı, tüketici ve bayi memnuniyeti sağladığı konular.

Ürün ismiyle özdeşleşerek jenerik marka olan Aygaz'ın tüketiciler üzerinde sağladığı yüksek güven ve bağlılık hissinin temel nedeni, tüketici odaklı yaklaşımıyla hayatın içinde ve onlardan biri olarak yıllardır varlığını sürdürmesidir. Bizler de devraldığımız bayrağın gururuyla geçmişten gelen bu gücü koruyarak, değişen pazar dinamiklerine ve tüketici beklentilerine hızla uyum sağlayıp farklılığımızı sürdürmeyi amaçlıyoruz."

Otogaz ve dökmegazda müşteri memnuniyeti

Aygaz'ın otogazı da müşteriler tarafından büyük beğeniyle kullanılıyor. Otogaz tüketicilerinin araçlarından en iyi



Gülem Kaya, Müşteri İlişkileri Yöneticisi



Murat Yılmaz, Otogaz-Dökmegaz Pazarlama Müdürü

performansı alabilmeleri amacıyla 2009 yılında Türkiye'nin ilk katkılı otogazı olan Aygaz Euro LPG+ piyasaya sunuldu. 2010 yılında formülü daha da geliştirilen bu ürünün temizlik etkisi sayesinde, tüketiciler araçlarından daha yüksek motor performansı, daha az yakıt tüketimi ve daha çevreci kullanım gibi faydalar sağlamaya başladı. Uzun Ar-Ge çalışmaları sonucu gerçekleştirilen bu ürünün benzeri, rakipler tarafından geliştirilemediği için Aygaz, tüketicilerin gözünde farklı bir noktaya taşındı.

Aygaz, evlerinde ısınma, sıcak su gibi ihtiyaçlarını karşılamak isteyen müşterilere ve endüstriyel işlemlerinde LPG kullanan sanayi kuruluşlarına da kamyon tankerlerle dökmegaz ürünü sunuyor. Tüketiciler Aygaz'ın internet sitesinden sipariş verebiliyor ve siparişlerinin durumunu kontrol edebiliyor. Ayrıca internette ya da kapıda kredi kartıyla ödeme yaparak dökmegaz tedarik süreçlerini çok kolayca gerçekleştirebiliyorlar.

Aygaz olarak, öncelikle tüketicilere her zaman en kaliteli ve en performanslı ürünü sunmak için çaba sarf ettiklerini belirten **Otogaz-Dökmegaz Pazarlama Müdürü Murat Yılmaz**, bu doğrultuda, dünyadaki gelişmeleri sürekli takip ettiklerini belirtiyor. Tüketicilere faydalı yenilikler geliştirmek için Ar-Ge bölümüyle birlikte çalıştıklarını ifade ediyor. Yılmaz şunları söylüyor: "Müşterilerimizin memnuniyetlerini ve Aygaz'a bağlılıklarını artırmak amacıyla Paro sistemi ve banka altyapılarını kullanarak dönemsel kampanyalar sunuyoruz ve ek faydalar kazandırıyoruz. Ayrıca sektörün önemli oyuncularını olan araç üreticileri ve dönüşümcülerle işbirlikleri yaparak, otogaz tüketicilerine fayda sağlayan kampanyalar düzenliyoruz.

Müşterilerimizin aldıkları hizmetin kalitesini artırabilmek için istasyonlarımızı gizli müşteri araştırmalarıyla gözlemliyoruz. Ayrıca tüketicilerimizin birebir diyalog halinde oldukları ve bir anlamda Aygaz'ın elçisi olan pompa görevlilerinin davranış ve görünümünü iyileştirmek için eğitimler düzenliyoruz."

CRM ve kişiye özel yaklaşımlar

Müşteri memnuniyeti sağlamanın önemli adımlarından biri de CRM çalışmaları. Aygaz, CRM konusundaki ilk faaliyetlerine, 2004 yılında müşteri tarafında veri bankası oluşturma çalışmalarıyla başladı. Bu konudaki ihtiyaçların giderek artmasıyla, 2008 yılında Müşteri İlişkileri Yöneticiliği kuruldu. Aygaz CRM ekibinin gerçekleştirdiği tüm çalışmaların merkezinde müşteriler, onların ihtiyaç ve beklentileri yer alıyor. Elde edilen verilerden yola çıkarak müşterileri bağlılığını, memnuniyetini ve satışları artırıcı faaliyetler gerçekleştiriliyor. Kişiyeye özel kampanya ve projelerin yanı sıra, Paro kullanarak kitlesel kampanyalar da düzenleniyor. Bütün bu çalışmalar Aygaz müşterilerinin kendilerini daha ayrıcalıklı hissetmelerini sağlamak ve müşteri sadakatini artırmak amacıyla yapılıyor.

Müşterileri daha iyi tanımak ve alışveriş alışkanlıklarını yakından takip edebilmek için Paro ve Aygaz Ekspres gibi araçlarla veri topladıklarını belirten **Müşteri İlişkileri Yöneticisi Gülem Kaya**, bu bilgilerin zenginliğini ve güncelliğini sağlamak üzere çalışmalar yürüttüklerini vurguluyor. Özellikle Paro kart aracılığıyla, pasif (kayıp) müşterileri geri kazanmak, yeni müşteri edinmek, ayrıca mevcut müşterilerin harcamalarını artırmak için CRM kampanyaları gerçekleştirdiklerini belirtiyor. Kaya şunları söylüyor: "Müşterilerimize kendilerini

Aygaz, tüketicilere kanunlar ve diğer mevzuatla tanınan haklardan daha ileri haklar tanıdığı için, T.C. Sanayi Bakanlığı Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Genel Müdürlüğü tarafından verilen 14. Geleneksel Tüketici Ödülleri'nde "Tüketici Memnuniyetini İlke Edinen Firma" ödülü almaya hak kazandı.



Hakan Saygon, Hizmet Hattı Yöneticisi

özel hissetmelerini sağlayacak özel gün kampanyaları ve doğum günü kampanyaları düzenliyoruz. Bunların yanı sıra satış ekibiyle yakın çalışarak bölgesel ihtiyaçları karşılayan ekstra puan veya indirim kampanyaları gerçekleştiriyoruz. Otagaz ve tüpgaz pazarlama birimleriyle de Tanı'nın teknolojik alt yapısının kullanıldığı, mevcut müşterilerimizin memnuniyetini ve bağlılığını artırmaya, ayrıca sadık yeni müşteriler kazanmaya yönelik kitlesel kampanyalar yapıyoruz. Paro üyesi Arçelik, Koçtaş gibi diğer şirketlerle işbirliği çalışmalarına da hız veriyoruz. Böylece müşterilerimize Aygaz'ı tercih etmeleri sayesinde diğer firmaların ürün ve hizmetlerinden de ayrıcalıklı ve daha avantajlı olarak faydalanabilecekleri fırsatlar sunuyoruz. Kampanya ve uygulamalardan duyulan memnuniyeti ve beklentileri takip etmek için Aygaz Çağrı Merkezi üzerinden müşteri aramaları gerçekleştiriyoruz. Bu şekilde hem müşterinin nabzını tutmaya, hem de yaptıklarımızdan öğrenip, daha iyisini yapmak

için fırsat alanlarını tespit etmeye çalışıyoruz. Hedefimiz sürekli gelişimi sağlamak."

Her geri bildirim bir hediye

Günümüzde müşteri memnuniyetini sağlamak; istek ve şikâyetlerine göre sınıflandırma yaparak, stratejiler belirlemek geçmiş dönemlerden daha önemli konuma geldi. Sunulan hizmet kalitesine oranlı olarak abonenin memnuniyeti de o derece artıyor. Verilen hizmet hakkında kısa zamanda geri dönüş alabilmenin yoluysa, abonelerle birebir iletişim kurmaktan geçiyor. İşte bu noktada çağrı merkezi stratejik rol oynuyor. Çağrı merkezinin sağladığı hizmet sayesinde oluşturulan veriler doğrultusunda hem abone talebi karşılanıyor hem de Aygaz'ın pazardaki konumu ve güvenirliliği güçleniyor.

Hizmet Hattı Yöneticisi Hakan Saygon, çağrı merkezinin "her geri bildirim bizim için bir hediyedir" anlayışıyla hareket ettiğini ve her aboneyle birebir

ilgilenecek memnuniyeti sağlanmayı hedeflediğini belirtiyor. Saygon şunları söylüyor: "Aygaz-Mogaz Hizmet Hattı müşteri başvurularını yanıtlamayı ve çözümlenmeyi amaçlıyor. Bu kapsamda başvuruların ilgili birimlere iletilmesi, takibi, raporlanması ve gerekli hallerde düzeltici faaliyetlere hazırlık yapılması gerçekleştiriliyor. Hizmet hattına gelen tüm başvurular ISO-9000 gereği Müşteri Bilgi Talebi ve Şikâyetleri Prosedürü'ne göre çözümleniyor.

Gelen tüm çağrılar kayıt altında tutulması, müşteri detay bilgilerinin alınması, her müşteri için tek kayıt oluşturulması, çağrıların belirlenmiş kategorilere göre sınıflandırılması ve bu verilerin ilgili birimlerle paylaşılması büyük önem taşıyor. Paylaşılan verilerden yararlanılarak iyileştirmeler yapılıyor."

Geleceğin yakıtı LPG

Avrupa Komisyonu'nun "Gelecekte Ulaşım Yakıtları Raporu" pek çok avantaj sunan LPG'yi petrole alternatif beş ana yakıt arasında sıraladı.



LPG kolay ulaşılır, hesaplı ve güvenilir olmasıyla, araç teknolojilerine uyum sağlayan niteliğiyle petrole alternatif yakıtlar arasında öne çıkıyor.

Avrupa Komisyonu, 2050 yılına kadar petrole alternatif yakıtlar üzerine öngörülerini paylaştığı "Gelecekte Ulaşım Yakıtları Raporu"nu yayınladı. Çeşitli sektörlerin temsilcileri, sivil toplum kuruluşları, akademisyenler ve AB Komisyonu yetkililerinin işbirliğiyle hazırlanan rapor, kanıtlanmış kaynaklara göre 40 yıllık ömrü kalan petrole karşı sürdürülebilir alternatifleri, nedenleriyle sıralıyor. Kara, demiryolu, deniz ve hava ulaşımının ayrıntılı olarak incelendiği rapor karbon emisyonlarını 2050 yılına kadar %80 ila %95 oranında azaltmayı hedefleyen Avrupa ülkeleri için bir yol haritası niteliği taşıyor.

Pek çok avantajıyla öne çıkıyor

Düşük karbonlu ve karbonsuz alternatif yakıt türlerinin kısa, orta ve uzun vadede daha fazla kullanılması için inisiyatif alınması çağrısında bulunan rapora göre, LPG karayolu yolcu ve yük taşımacılığı ile kısa mesafeli deniz taşımacılığında etkili bir alternatif yakıt olarak tanımlanıyor. Halihazırda dünyada en fazla kullanılan alternatif yakıt olan LPG'nin, geleceğin ulaşım yakıtları arasında iklim değişikliğiyle mücadele

de dahil olmak üzere pek çok avantaj sunduğu dile getiriliyor. Ayrıca elektrik, hidrojen, metan, bio ve sentetik yakıtlar gibi LPG'nin de geleceğin yakıt alternatifleri içinde giderek daha önem kazanacağı vurgulanıyor.

Avrupa Komisyonu'nun raporuna göre, petrole alternatif olacak yakıtların kolay ulaşılır, hesaplı ve güvenilir olması gerekiyor. Alternatif yakıtların mevcut yakıt ve araç teknolojilerine uyum sağlayan, geleneksel yakıtlardan alternatif yakıtlara geçiş dönemini kolaylaştıran ve sistemsel maliyetleri optimize eden nitelikte olmasına ihtiyaç duyuluyor. LPG, belirtilen bütün koşulları sağladığından dolayı kullanımı gün geçtikçe artıyor. LPG dağıtım şirketleri gibi araç ve dönüşüm kiti üreticileri de sektörün gelişimi ve tüketici faydalarının artırılması için sürekli yatırım yapıyor.

Avrupa Komisyonu Raporu, karbon salınımlarının azaltılmasıyla ilgili hedeflere ulaşabilmek için hem siyasi hem de düzenleyici kurumların alternatif yakıtların geliştirilmesi ve piyasaya sunulmasında destek ve yönlendirmenin



önemini vurguluyor. Gelecek 10 yılda sıvı hidrokarbon yakıtların piyasalarda ağırlığını koruyacağı öngörüsüne yer veren rapor elektrik, hidrojen, metan, bio ve sentetik yakıtlar ile LPG kullanımının istikrarlı bir şekilde artacağını belirtiyor. Diğer alternatif yakıtların yüksek yatırım maliyetlerine kıyasla LPG'nin otogaz olarak kullanımı yeni ve büyük yatırımlar gerektirmiyor. Halihazırda kurulu tesisler, LPG'nin pek çok alanda kullanımının yanı sıra ulaşım alanında da enerji sağlıyor.

Türkiye hedeflerin ötesinde

Rapora ilişkin değerlendirmede bulunan Türkiye LPG Derneği Yönetim Kurulu Başkanı Yağız Eyüboğlu, alternatif yakıtların pek çoğunun geleneksel yakıtlara kıyasla pahalı olduğunu belirtti. Diğer yandan maliyet hesaplamalarına çevresel etkilerden doğan kayıpların da eklenerek kıyaslama yapılması gerektiğinin altını çizdi. Eyüboğlu konuşmasına şöyle devam etti: "Gelecekte, özellikle ulaşım da yakıt ihtiyacımızı karşılamak için tek bir kaynak yeterli olmayacak. Avrupa Komisyonu'nun 'Gelecekte Ulaşım Yakıtları Raporu'nu

memnuniyetle karşılıyoruz. Rapor hem mevcut kaynaklarımızı hem de önceden düşünülmemiş kaynakları kullanarak çözümler üretmemiz gerektiğini söylüyor. LPG'nin Avrupa'da geleceğin alternatif yakıtları arasında ilan edilmesi, aslında Türkiye'de LPG sektörünün ne kadar öngörülü olduğunu bir kez daha ortaya koyuyor. Dünya'nın ikinci Avrupa'nın en büyük otogaz pazarına sahibiz. Birçok ülkenin 2020 yılı için hedef olarak belirlediği otogaz kullanım miktarlarına çoktan ulaştık. Hedefimiz, çevreci ve ekonomik bir alternatif yakıt olan LPG'nin kullanımının ve tüketicilere sunulan faydanın daha da artırılmasıdır."

2020'ye kadar üç kat artış

Doğalgaz üretimindeki artışa paralel olarak, LPG'nin arzının da gelecek yıllarda giderek artması bekleniyor. Bu artışın, LPG'nin otogaz olarak Avrupa ulaşım yakıtları pazarındaki payını 2020 yılına kadar %3'ten %10'a çıkartabileceği tahmin ediliyor. Yakın gelecekte biyolojik atıklardan biyoyakıt üretilmesi sırasında yan ürün olarak bio LPG'nin elde edilebilecek olması da yakıt zinciri ekonomisi açısından önem taşıyor.

- Dünya çapında kullanılan LPG'nin %40'ı petrol rafinaj işlemi sırasında yan ürün olarak, %60'ı doğal gaz kuyularından elde ediliyor.
- Avrupa özelinde LPG, %75 oranında petrol rafinajı sırasında sağlanıyor.
- Avrupa'da 5 milyon araç tarafından kullanılan LPG, araç yakıtları pazarının %3'ünü temsil ederek en çok kullanılan alternatif yakıt olma özelliğini koruyor.
- Avrupa çapında 27 binden fazla otogaz istasyonu bulunuyor.
- Kaynağından kullanıldığı noktaya karbon ayak izine bakıldığında LPG benzine kıyasla %14, dizele kıyasla %10 daha az emisyon yaratıyor.
- LPG kullanan araçların NOx emisyonu benzin kullananlardan az, dizel kullananlardan çok daha azdır.
- LPG'li araçlar havaya kurum salmaz.
- Oktan numarası yüksek olan LPG, motor performansına katkı sağlar.



Meram'da Aygaz farkı

Konya'nın göz bebeği Meram'da açılan münferit Aygaz istasyonu mimarisiyle ve hizmet kalitesiyle adından söz ettiriyor.

Ocak ayında hizmete giren münferit Aygaz istasyonunun Konyalılar tarafından çok beğenildiğini belirten Nadir Avcan, akaryakıt sektöründe 17 yıldır faaliyet gösteriyor. Sektörde öncü olmayı hedeflediklerini söyleyen Avcan sorularımızı yanıtladı.

Nadir Avcan Petrolleri hakkında bilgi verir misiniz?

1994'te ilk petrol istasyonu ile sektöre adım atan Nadir Avcan Petrolleri 2001 yılına kadar gıda sektörü ile beraber çalışsa da bu tarihten itibaren sadece akaryakıt sektöründe hizmet vermeye başladı. Bugün yedi istasyonda 10 markayla hizmet veren Nadir Avcan Petrolleri aynı zamanda iki markanın da İç Anadolu Bölge Bayiliği'ni yürütüyor. Firma olarak kazandığımız işimize yatırıyoruz. 2010 yılında 9 milyon TL yatırımla dört yeni istasyonu hizmete

soktuk. Sektöre ivme kazandırma amacı da taşıyan firmamız 2011 yılının başında "Nadir Avcan Para Kart" uygulamasını başlattı. Kullanıcısına %2 indirim sağlayan bu kart piyasaya kısa bir süre önce çıkmasına rağmen 16 bin Konyalı tarafından kullanılıyor. Hedeflerini kısa sürede tutturana firmamız, çalışanlarına sağladığı imkanlarla da bölgede en beğenilen şirketler içerisinde üst sıralarda yer alıyor. Nadir Avcan Petrolleri üstlendiği misyonu her an ileriye taşımaya çalışması ve dolayısıyla yarattığı vizyonu ile sektörde öncü olmayı amaçlıyor.

Aygaz markası ile kaç yıldır çalışıyorsunuz?

Nadir Avcan Petrolleri kurulduğu günden bu yana Opet ile çalışıyor. Şehrin merkezi noktalarından birinde hizmet veren Aydoğdu Şubemiz ve yeni açılacak olan Bosna Hersek Şubemizde LPG



Altı ay gibi kısa bir sürede tamamlanan Nadir Avcan Petrolleri Meram Şubesi özgün mimarisıyla dikkat çekiyor.

tercihimiz Aygaz oldu. Burada kıstasımız müşterilerimizin tercihiydi. Farklı markaların da LPG ürünlerini satıyor olmamıza rağmen ilgi gören marka Aygaz olduğu için biz de yeni istasyonumuzda Aygaz dedik. Meram Şubemizde de sadece Aygaz LPG satışımız var.

Aygaz'ın Nadir Avcan Petrolleri'ni ve sizin Aygaz'ı tercihinizde belirleyici faktörler neler oldu?

Aygaz Türkiye'nin en büyük sekizinci sanayi şirketi... Yarım asırlık deneyim ve bilgi birikimine sahip bir kuruluş. Nadir Avcan Petrolleri Konya'da rüştünü ispat etmiş, kurumsal yapılanmasını tamamlamış bir firma. Müşteri memnuniyeti olmazsa olmazımızdır. Bunun yolunun, işinden, işvereninden memnun personelden geçtiğinin de bilincindeyiz. Aygaz bu konuları kalite yönetiminin "ana politikası" olarak benimsemiş. Daha önce de bahsettiğim gibi biz kazandığımızı yine işimize harcıyoruz, tıpkı Aygaz gibi... Görüşme süreçlerinde her iki firma için de kriterler ilk olarak bunlardı. Önceliklerini ve çalışma prensiplerini böyle şekillendiren Nadir Avcan Petrolleri ile Aygaz'ın işbirliği aslında doğal bir süreçti.

İçinde bulunduğumuz Meram Şubesi'nden bahsedebilir misiniz?

Meram Konya'nın göz bebeği... Tabiatı ve modern yapılaşmayı kaynaştırmış, gelişime açık bir bölge. Biz yeni istasyon fikrini olgunlaştırırken aklımızda hep Meram ve sadece LPG satışı yapacağımız bir istasyon vardı. Değişen ve gelişen Meram'a yakışan farklı bir mimari hayal ettik. Çizilen projeye de hayalimiz gerçeğe dönüştü. Aygaz yetkilileri "Biz bu projede olmalıyız" dediler. Sağlıklı iletişim ve disiplinli çalışmanın sonucunda altı ay gibi kısa bir sürede ilkleri içinde barındıran Meram Aygaz Şubesi hizmete girdi.

Konyalıların bu istasyona ilgisini değerlendirir misiniz?

İstasyonumuz ocak ayı başında açıldı. İlk günden bu yana Konyalılar tevaccühlerini gösterdiler. Açılış öncesinde de mimarisıyla dikkat çeken bu istasyonumuz hizmete girdiği ilk 15 günde oldukça yüksek satış rakamına ulaştı ve satışlarımızdaki artışlar sürüyor. Nadir Avcan Petrolleri ve Aygaz'ın hizmet kalitesi bu ilginin daha da artacağı konusundaki güvenimizi destekliyor.



Nadir Avcan: "Petrol fiyatlarındaki artışa karşın tüketiciye tasarruf sağlayan LPG, bugün lüks araçların kullanıcılarının da tercihi. Tüm yurttaki olduğu gibi Konya'da da LPG'li araçların sayısı her geçen gün artıyor."

Aygaz'da kurumsal risk yönetimi

Çalışma alanlarındaki riskleri en iyi şekilde yöneten Aygaz Grubu, etkinliğini artırmak için Kurumsal Risk Yönetim Ekibi kurdu.



Kurumsal Risk Yönetimi Ekibi Aygaz Mali Genel Müdür Yardımcılığı sponsorluğu, Finansman Müdürlüğü liderliğinde, Kalite Sistem ve SEÇ-G ile İç Denetim Müdürlüklerinin katılımıyla oluşturuldu.

Son 10 yılda ortaya çıkan olumsuz global gelişmeler (ekonomik krizler, büyük çaplı yolsuzluklar, iflaslar) iş hayatını büyük ölçüde etkiledi. Öncelikle şeffaflık, hesap verebilirlik, adil ve sorumlu yönetim gibi kavramlarıyla birlikte Kurumsal Yönetim konusu ve bu kapsamdaki risk yönetimi ön plana çıktı. Geleneksel olarak finansal ve operasyonel risklerin yönetimine odaklanan kurumlar, konuyu daha geniş perspektifte ve bütünsel bir yaklaşımla ele alma ihtiyacı duyarak stratejik riskleri de incelemeye başladılar.

Kurumsal Risk Yönetimi (KRY) tanımı itibarıyla, şirketi etkileyebilecek potansiyel olayları tanımlamak, riskleri şirketin kurumsal risk alma profiline uygun olarak yönetmek ve şirketin hedeflerine ulaşmasıyla ilgili olarak makul derecede güvence sağlamak amacıyla oluşturulan, şirketin yönetim kurulu, üst yönetimi ve tüm diğer çalışanları tarafından etkilenen ve stratejilerin belirlenmesinde kullanılan, kurumun tümünde uygulanan sistematik ve sürekliliği olan bir süreçtir. Kurumsal Risk Yönetimi'nde hedef riskleri minimize etmek değil, onları optimum seviyede yönetmek, böylece bazı fırsatlardan da yararlanmaktır. Bu yönleriyle KRY, sonuç değil, sonuca ulaşmak için bir araçtır.



Kurumsal Risk Yönetimi ve incelemeleri
Enerji sektöründe faaliyet gösteren Aygaz'ın her an karşı karşıya olduğu pek çok risk bulunuyor. 50 yıllık tecrübesi ve bilgi birikimiyle Aygaz Grubu çalışma alanlarındaki riskleri en iyi şekilde yönetiyor. Bu başarı Aygaz'ın temas halinde olduğu finans ve sigorta kuruluşları ve danışmanlar tarafından da teyit ediliyor.

Aygaz'ın hedefi yeni oluşan riskler ve değişen risk yönetimi uygulamaları kapsamında, şirketin etkinliğini daha da artırmak. Bu amaçla Mali Genel Müdür Yardımcılığı sponsorluğu, Finansman Müdürlüğü liderliğinde, Kalite Sistem ve SEÇ-G ile İç Denetim Müdürlüklerinin katılımıyla oluşturulan Kurumsal Risk Yönetimi Ekibi kuruldu. Bu ekip, KRY öncesi algılama anketi, farkındalık yaratılması amacıyla eğitimler, buna bağlı olarak geniş katılımlı bölgesel risk değerlendirme çalışmaları yaptı. Bu şekilde elde edilen risk senaryolarının değerlendirilmesi ve konsolidasyonu risk haritalarının oluşturulmasını sağladı. Çalışmanın çağdaş metotlarla sürdürülmesi amacıyla bahsi geçen KRY çalışmalarında uzman bir kuruluştan danışmanlık alındı. Ayrıca risk değerlendirmesinin belirli prensiplere bağlanması için kriterler (etki/olasılık) danışman gözetimi ve yönetim onayıyla belirlendi.

KRY ekibi, Aygaz Grubu'nun yaygın yapısından yola çıkarak, ilişkili birimler ve süreçlerin aynı platformda tüm tarafla-

ryla birlikte değerlendirilmesini çalışma planının temeli olarak gördü.

Oluşturulan çalışma planı kapsamında, KRY çalışması öncesi algının tespiti için elektronik ortamda düzenlenen anketle, Aygaz Grubu çalışanları risk olarak öngördükleri konuları önceliklerine göre sıralandı. Bu kapsamda ikinci adım olarak risk farkındalığının artırılması ve yapılacak çalışmalarla risk senaryolarının belirlenmesi amacıyla Yarımca, Dört-yol, İzmir, Samsun, Gebze ve Genel Müdürlük'te toplam sekiz eğitim ve çalıştay düzenlendi. 250 kişiye ulaşan Aygaz, Mogaz, Akpa ve Aygaz Doğal Gaz çalışanlarının katılımıyla değişik fonksiyonlarda 500'ün üzerinde risk senaryosu elde edildi. Üçüncü adım olarak ise KRY ekibi tarafından 500 senaryo incelendi. Senaryolar kategorilere ayrılarak konsolide edildi ve buna bağlı risk haritaları oluşturuldu.

Çalışmanın bundan sonraki aşamasında, yönetim tarafından önceliklendirilen riskler için aksiyon planları oluşturulması ve risklerin bu planlar çerçevesinde yönetilmesi hedefleniyor. Bu kapsamda risk kategorileri için sponsorlar ve aksiyon planlarının belirlenmesi ve hayata geçirilmesi için ekipler kurulacak.

Orta-uzun vadeli adımlar

KRY çalışmasının yaşayan ve gelişen bir süreç olması ve Aygaz Grubu'nun

büyüklüğü dikkate alındığında orta-uzun vadede gerçekleştirilmesi uygun olacak diğer önemli adımlar şöyle sıralanıyor:

- KRY'nin merkezi takibinin ve yönetiminin yapılabilmesi için gerekli süreçlerin tanımlanması ve organizasyon yapısının kurulması,
- KRY sistematığının tüm birimlere ve çalışanlara ulaşacak şekilde yaygınlaştırılması,
- Şirketlerin risk farkındalığının sürekli artırılması için eğitimler ve tekrarlanacak risk çalıştayları yapılması,
- Bu sayede önceden belirlenmiş risk haritalarının güncellenmesi ve varsa ilave risklerin tespit edilmesi,
- Risklerin yönetilmesini de sağlayacak kapsamlı bir kontrol sistemi oluşturulması.

Belirlenen adımların tamamlanması sonucunda ve tüm Aygaz Grubu çalışanlarının süreci sahiplenmesiyle aşağıdaki faydaların elde edilmesi bekleniyor:

- Stratejik plan ve stratejik hedeflerin oluşturulmasında güçlü dayanak olması,
- Ölçülebilir risk yönetimi metodolojisiyle efektif karar alma sürecinin uygulanması,
- Riski iyileştirici yatırımların ve faaliyetlerin dağılımının optimizasyonu,
- Olması gereken zamanda proaktif risk yönetimine olanak sağlayan yapının kurulması.

Böylelikle, yönetim tarafından harcanan zamanla şirket kaynaklarının daha verimli kullanımı ve paydaşların şirkete olan güveninin daha da artırılması sağlanmış olacak.

Sahil beldeleri hareketlendi

Aygaz'ın Ege ve Akdeniz sahillerinde görev yapan saha yöneticileri ve gözde tatil beldelerinde hizmet veren Aygaz bayileriyle yaz sezonu hakkında konuştuk.



Kış aylarındaki sakinliğini geride bırakan ve yazın enerjisiyle hayat bulan sahil beldelerinde sezon açıldı. Yazlık ziyaretçiler tatil planlarını yapıp yola düşerken, ev sahipleri de hummalı bir çalışmanın içine girdi. Aygaz da yaz mevsiminde artan talebi kusursuz şekilde karşılayabilmek ve mükemmel hizmet sunmak için hazırlıklarını tamamladı. Aygaz'ın Ege ve Akdeniz sahillerinde görev yapan saha yöneticilerine ve gözde

tatil beldelerinde hizmet veren Aygaz bayilerine, yaz sezonunda yaşanan değişimi ve bu değişime ayak uydurabilmek için neler yaptıklarını sorduk.

Saha yöneticileri iş başında

Aygaz'ın hedefleri doğrultusunda satış ve pazarlama faaliyetlerini koordine eden saha yöneticileri, Aygaz ürünlerini abonelere kusursuz hizmetle ulaştırmak için yıl boyunca çalışıyorlar. Bayilerin Aygaz'la olan ilişkilerini yöneten saha ekibi, satış ve satış sonrası hizmetler, bayi, mağaza ve araç standardizasyonu, servis görevlilerinin eğitimleri, bayi teknolojik altyapılarının tamamlanması görevlerini üstleniyor. Pazar araştırma ve satışa yönelik kampanyaların organizasyonu, müşteri şikâyetlerinin çözüme kavuşturulması, ihalelere katılım, sanayi tüplü sistem kurulumlarının sağlanması, rekabet ortamındaki satış faaliyetleri ve gerektiğinde hukuki faaliyetlerin gerçekleştirilmesiyle görevli olan ekipler, Aygaz'ın enerjisini Türkiye'ye yayıyor.

Yıl boyunca devam eden bu yoğun tempo yaz sezonunda daha da yükseliyor. Sahil beldelerinde artan nüfusun taleplerinin karşılanması amacıyla farklı uygulamalara gidiliyor.



Murat Çapraz: Eğitilmiş ve uzman abone servis görevlileri aracılığıyla yeni yerleşim alanları ve sitelere yönelik potansiyel abonelere ulaşma ve bilgilendirme çalışmaları yürütüyoruz.

Ege Bölge Müdürlüğü Tüpgaz Saha Yöneticisi Murat Çapraz, Mayıs 2010'dan beri bu görevde. Yaz sezonu ile birlikte nüfusu yoğunlaşan Çeşme'de görev yapan Çapraz, bölgede sezon yaklaşırken satış noktalarının artırılmasına yönelik çalışmalar gerçekleştirdiklerini söylüyor. Sezon öncesi yeni yerleşim alanları ve sitelere yönelik potansiyel abonelere ulaşma ve bilgilendirme çalışmaları eğitilmiş ve uzman abone servis görevlileri aracılığıyla devam ediyor. Uzun yıllardır aynı abone servis görevlileri ile hizmet veren Çeşme bölgesi, eğitilmiş ve uzman ekibiyle hizmette fark yaratıyor.



Ergün Önal: Sezon öncesinde öncelikle servis ve hizmet kalitesinin sürdürülebilirliği için servis araç görünümleri, servis görevlilerinin kıyafet ve eğitimlerine öncelik veriliyor.

Kuzey Ege Tüpgaz Saha Yöneticisi Ergün Önal, İzmir'in kuzey ilçelerinde, Çanakkale'nin merkezinde ve ilçelerinde çalışıyor. Bölgede yaz sezonu öncesinde öncelikle servis ve hizmet kalitesinin sürdürülebilirliği için servis araç görünümlerine, ASG'lerin kıyafet ve eğitimlerine öncelik veriliyor. Kamp tüpü poşeti ve ev tüplerine promosyon uygulaması çalışmaları yapılıyor. Önal, müşterilerin ihtiyaç duyacağı kamp ocakları ve barbekü gibi tüplü cihazların temini ve sevkini sezon başlamadan tamamladıklarını belirtiyor.

Antalya Satış Müdürlüğü Tüplügaz Saha Yöneticisi Remzi Aydın, 2004 yılından bu yana görevini sürdürüyor. Görev bölgesi, Antalya'daki 28 adet Aygaz bayisini kapsıyor. Yaz sezonu için hazırlıklarla mart ayında başladıklarını belirten Aydın, özellikle otel ve işletmeler açılmadan önce çalışmalarını yoğun bir tempoda devam ettirdiklerini belirtiyor. Kalitenin ve farkındalığın hissedilmesi, hizmet standardının sürdürülebilirliği için servis araçlarının görünümlerine, abone servis görevlilerinin kıyafet ve eğitimlerine önem veriliyor.

Yazlık ziyaretçiler tatil planlarını yapıp yola düşerken, ev sahipleri de hummalı bir çalışmanın içine girdi. Aygaz yaz mevsiminde artan talebi kusursuz şekilde karşılayabilmek ve mükemmel hizmet sunmak için çalışmalarını sürdürüyor.



Ahmet Tırnakçı: Sezon öncesinde işyeri abonelerinin sanayi tesisatlarının tadilatına alınarak teknik servisler tarafından bakımlarının yapılması ve yeni işyeri abonelerine sanayi tesisat montajları gerçekleştiriliyor.

Ege Bölge Tüpgaz Saha Yöneticisi Ahmet Tırnakçı, 2009'da bu göreve başlamış. Tırnakçı, yaz sezonunda nüfusun bir anda beş-on katına çıktığı sahil beldelerinden biri olan Altınoluk bölgesinden de sorumlu. Balıkesir'in Körfez bölgesinde, nüfus yoğunluğu yazın en yüksek orana ulaşıyor. Tırnakçı buradaki pazar payı %50'nin üzerinde olan Aygaz'ın, kaliteli hizmeti en kısa sürede abonelerine ulaştırdığını belirtiyor. Bunun için özellikle Entegre Sipariş Sistemi'nin tüm bayilerde verimli bir şekilde kullanımı sağlanıyor. Yaz sezonu başlamadan önce işyeri abonelerinin sanayi tesisatlarının tadilatına alınarak teknik servisler tarafından bakımları yapılıyor ve yeni işyeri abonelerinin sanayi tesisat montajları gerçekleştiriliyor.

Güney Ege Tüpgaz Saha Yöneticisi Cem Sipahioğlu, 2004 yılından bu yana görevini sürdürüyor. Görev bölgesi, 30 adet Aygaz bayisinin bulunduğu Muğla'yı ve İzmir merkezdeki dört bayiyi kapsıyor. Bodrum, Marmaris, Fethiye gibi yazlık hareketliliğin yoğun olduğu turizm bölgelerinde sezon hazırlıkları mart ayında başlıyor. Bu bölgede ekim ayına kadar süren altı aylık yoğun bir süreç yaşanıyor. Sipahioğlu, bu sezonu iki boyutta ele alarak çalıştıklarını belirtiyor. İlk etapta mart ve nisan sonu arasındaki yaklaşık bir buçuk aylık dönemde otel ve işletmelerin açılış hazırlık ve tadilatları esnasında görüşmeler yapıldı. Yine bu süreçte yoğun tüketimli sanayi grubu müşterilerinin yeni tesisat veya periyodik bakım hizmetleri gerçekleştirildi. İlk kez yazlığına gelecek ve tüpgaz ihtiyacı bulunan tüm yazlıkçıların tercihini Aygaz'dan yana kullanmaları için çalışmalar yürütülüyor.



Cem Sipahioğlu: Mart ve nisan sonu arasındaki dönemde otel ve işletmelerin açılış hazırlık ve tadilatları esnasında görüşmeler yapılıyor, bağlantılar tamamlanıyor.

Yaz sezonu öncesinde servis araç görünümlerine, servis görevlilerinin kıyafet ve eğitimlerine ayrıca otel ve işletmelerle kurulan bağlantıların tamamlanmasına öncelik veriliyor.



Oktay Kandemir
Kandemir Ticaret (İzmir/Çeşme)

Çeşme'de 1960 yılında doğdum. Esnaf bir ailenin çocuğuyum. Evliyim, iki oğlum var. Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi'nden mezun oldum. 1991'den beri Çeşme Alaçatı'da Aygaz bayisiyim. Ekibimizde bir sipariş, beş dağıtım görevlisi bulunuyor. Toplam dört dağıtım aracıyla hizmet veriyoruz.

Yaz sezonunda bölgemizdeki nüfus neredeyse beş kat artıyor. Yazlıkçı müşterilerimizle bölgemizin ticaret hacmi, yaklaşık dört kat büyüyor. Bu kısa sezon içinde Aygaz ailesi olarak bizler de çok yoğun ve yorucu bir çalışma temposuyla hizmet veriyoruz. Çeşme'deki yerleşim bahçeli evlerden oluştuğu için bölgede hizmet verilen alan çok geniş bir yöreyi kapsıyor. Kış sezonunda aynı ekip ve tecrübeli elemanlarla çalışmamız, yaz aylarında servisin arttığı dönemde bize büyük avantajlar sağlıyor. Aygaz markasının müşteri gözündeki tanınmışlığı ve 20 yılı aşkın tecrübemiz, bizlere bu konuda çok büyük itibar sağlıyor.

Aydın Güven
Maviay Ltd. Şti. (Muğla/Bodrum)

Bingöl'ün Genç ilçesinde 1965 yılında doğdum. Üniversiteyi Adana'da okudum. 1989'da Bodrum'a tatile geldiğimde burayı çok beğendim. Aygaz bayisinde çalışmaya başladım. 1997'de de çalıştığım yeri devraldım. O günden beri, beraber olduğum ekip arkadaşlarımla çok ciddi çalışmalar yürüterek bu günlere ulaştık. Şimdi Yunan adalarına gaz satışı yapmanın hayalini kuruyorum. Bu olursa kendimi başarılı sayacağım.

Yaz sezonunun yaklaşmasıyla bu bölgede iş yapan tüm insanlar gibi bizim için de tatlı bir telaş başlıyor. Nisan, mayıs ve haziran ayları çok yoğun geçiyor. Yeni bağlantılar, müşteri ziyaretleri derken rakip firmalarla rekabet had safhaya ulaşıyor. Yaz aylarındaki satışımızın %70'ini işyerleri oluşturuyor. Çok güçlü bir ekibiz. Sahada sadece müşteri ziyaretleri gerçekleştirip bağlantı kuran iki temsilcimiz var. Bu da bizi başarıya götürüyor.



Sahil beldelerinde artan nüfusun taleplerinin karşılanması ve hizmet kalitesinin korunması adına farklı uygulamalara gidiliyor.



Cavit Cebeci
Cebeci Ltd. Şti. (Balıkesir/Altınoluk)

1964 Altınoluk doğumluyum. Lise mezunuyum. 1987'de Cebeci Ticaret unvanıyla babam A. Galip Cebeci'nin katkılarıyla ağabeyim Rüştü Cebeci ile beraber Aygaz bayiliğine başladık. Şirketimiz bir aile şirkettir. Uzun yıllardır Aygaz markasını Altınoluk'ta çok iyi taşıyoruz. Aygaz markasının LPG sektöründe lider olması bizim satışlarımıza büyük bir güç katıyor. Bayiliğe başladığımızda tüpgaz bayisi olarak bir tek biz vardık. Daha sonraları sekiz tüpgaz bayisi olduk. Bunların içinde en yüksek pazar payının Aygaz'da olması bizim için övünç kaynağı. İşe ilk başladığımız yıllarda bir arabamız ve bir servis görevlimiz vardı. Çağın getirdiği teknolojiyle beraber, Aygaz büyüdükçe biz de büyüdük. Bugün sekiz dağıtım aracı, sekiz servis görevlisi ve bir mağaza müdürüyle yaklaşık 8 bin Aygaz abonesine hizmet veriyoruz. Beldemizin nüfusu yaz dönemi boyunca 300 binin üzerine çıkıyor. Abonelerimize daha hızlı hizmet vermek amacıyla var gücümüzle çalışıyoruz.



Mehmet Baysal
Baysal Ltd. Şti. (Muğla/Marmaris)

Aygaz ailesine üç yıl önce katıldık. Bölgemizde tesisatlardaki standartlara sadece Aygaz Grubu uyuyor. Diğer firmalar hem tesisatlardaki standartlara hem de dökme gaz standartlarını oluşturan yönetmeliğe riayet etmiyor. Bu kuralsızlık işletmeler tarafından rekabet olarak algılanıyor.

Baysal Ltd. Şti. olarak her yıl sonunda değerlendirme yaparak bir sonraki yıl için planlamalar yapıp hedefler belirliyoruz. Stratejilerimiz doğrultusunda yaz sezonu öncesine kadar hazırlıklarımızı tamamlıyoruz. Sezon başında anlaşmalar ve sözleşmeler yapıyoruz. Aygaz'daki personelimizin tümü 12 ay daimi çalışmamız. Personelimiz kışlık ve yazlık satışların şirkete olan getirilerinin ve yaz aylarının önemini farkındadır. Bu doğrultuda satıştan sorumlu iki şefimiz müşteri memnuniyetini öne çıkararak ziyaretlerini rutin şekilde yapıyorlar. Bu sezon, tüm yazlık bölgelerdeki çalışanlara ve bayi dostlarımıza başarı ve bol kazanç diliyorum.



Erkan Demirci
Demirci LPG Ltd. Şti. (Antalya/Kaş)

1978 Kaş doğumluyum. Lise mezunuyum ve iki çocuk babasıyım. Aralık 2005'te kardeşim Ertan Demirci ile Aygaz bayiliğine talip olduk. Şubat 2006'dan bu yana Demirci LPG Ltd. Şti. olarak hizmet veriyoruz. Aygaz'ın verdiği eğitimlerle kendimizi geliştirdik. Beş yıl gibi kısa bir zamanda çok yol aldığımızı düşünüyoruz. Aygaz'ın bir marka olduğunu Kaş'a anlatmak biraz güç olsa da bunu başardık. Kaş'ın nüfusu 4.000 civarında. Yaz sezonu ise üç ay gibi kısa bir süreci kapsıyor. Bu nedenle satışlarda zirve yapamıyoruz. Ama sürekli artan bir ivmeyle satışlarımızı büyütüyoruz. Aygaz'la çalışmanın verdiği güveni ve itibarı yaşamının mutluluğu bayi olmadan bilinemez. Bugün yaşadığımız ilçede 40 yıllık bayilerin karşısında %60 oranında bir pazar payına sahipsek bunda taşıdığımız markanın etkisi çok fazladır.



Ankara'da kahraman ASG

Aygaz Abone Servis görevlisi Bülent Koç, Ankara'da bir alt geçidin sular altında kaldığı felaket gününde, canını tehlikeye atıp mahsur kalanlara yardım elini uzattı.

Ankara Haziran ayında sağanak yağışa teslim oldu. 16 Haziran'da, yoğun yağış nedeniyle sular altında kalan yollar ve alt geçitlerin görüntüleri gazetelere ve televizyon ekranlarına yansdı.

Felaket gününde Ankara Çetin Emeç Bulvarı'ndaki 70 Gün Altgeçidi'nde su seviyesi yaklaşık yedi metreye ulaştı. İki araç, içlerindeki yolcu ve şoförlerle yağmur sularında mahsur kaldı. Canını tehlikeye atarak mahsur kalanlara yardım elini uzatan Aygaz Abone Servis Görevlisi Bülent Koç, herkese Aygazlı olmanın anlamını bir kez daha hatırlattı.

O gün, Abone Servis Görevlisi Bülent Koç da, olayın olduğu mevkide seyir halindeydi. Koç, her zamanki gibi müşterilerine tüp yetiştirmek amacıyla yola

çıkış, beklenmedik şekilde şiddetlenen yağmurun böyle bir felakete yol açacağını aklına bile getirmemişti. Alt geçide geldiğinde suların henüz yarım metreyi aşmadığını belirten Koç, daha sonra bir aracın su altında kalmak üzere olduğunu fark etti. Ancak geçide çoktan girmişti ve bu arada selin gelmekte olduğunu gördü. "Bir anda araçların kaybolduğunu gördüm" diyen abone servis görevlisi, aracından zorlukla inip bir anda suya atladığını ve araçlarının içinde mahsur kalanlara yardım etmek üzere yüzdüğünü vurguladı. Çok iyi yüzme bilmemesine rağmen canını tehlikeye atmaktan çekinmeyerek gerçek bir kahramanlık örneği sergileyen Bülent Koç, suların içinden bir kişiyi çekerek kurtardığını belirtti. Aracına tekrar dönmek üzere çaba sarf ederken de bir

anda aracının tamamen sulara gömüldüğünü hayretler içinde izlediğini anlattı.

1977 doğumlu ve iki çocuk babası olan Bülent Koç 1990'dan bu yana Ankara'da yaşıyor ve tüpgaz sektöründe hizmet veriyor. Son 10 yıldır da Aygaz Abone Servis Görevlisi olan Süleyman Koç, Aygaz'ın huzur ve güvenin simgesi olduğunu, Aygazlı olmaktan gurur duyduğunu vurguluyor.

İzmir'de 50. yıl coşkusu

50. yıl coşkusunu bütün Türkiye'ye yaymayı hedefleyen Aygaz, yılın ilk iletişim toplantısını İzmir'de gerçekleştirdi.



Kurulduğu 1961 yılından beri ülkemizin enerji kaynağı olan Aygaz, enerji veren toplantılarla yoluna devam ediyor. Düzenli olarak gerçekleştirdiği iletişim toplantılarının İzmir ayağı ve tesis müdürleri toplantıları, 29 Haziran tarihinde İzmir Crown Plaza Otel'de gerçekleştirildi. Toplantıya Antalya, Denizli, Isparta, Aliağa, Işıkkent, Balıkesir'de görev yapan Aygaz, Mogaz, Aygaz Doğalgaz ve Akpa şirketlerinden 150 kişi katıldı. Ayrıca Ankara ve İstanbul'da gerçekleşen iletişim toplantısında bulunamayan Adana, Samsun, Bursa ve Dörtüyl böl-

ge çalışanları da toplantının katılımcıları arasında yer aldılar.

İletişim toplantısı öncesinde iki oturum şeklinde tesis müdürleri toplantısı gerçekleştirildi. Koç ve Aygaz 50. yıl logolu kırlangıç bayraklarla süslenen salonlar büyük beğeni topladı. İş sonuçları paylaşım toplantısı ise 15:30'da başladı. Salona girişte katılımcıları "Simpsons" filminin Aygaz versiyonu karşıladı.

Aygaz'ın 50. yılını özetleyen kısa filmin gösterilmesinin ardından Aygaz Genel

Müdürü Yağız Eyüboğlu'nun sunumuyla toplantı başladı. 2010 yılı Aygaz Grubu pazar paylarını ve 2010-2011 yılı gelişmelerini çalışanlarla paylaşan Eyüboğlu, önümüzdeki döneme ilişkin vizyon ve stratejileriyle beş yıllık hedeflerini de açıkladı.

Soru cevap bölümü ile sona eren toplantının ardından, otelin 50. yıl konseptiyle süslenen bahçesinde bir kokteyl düzenlendi. Kokteyl sırasında da katılımcılar Grup Mavi tarafından sunulan canlı müzik dinletisiyle eğlendiler.



Müşteri memnuniyetinde uluslararası kalite

LPG dağıtım sektöründe, “Müşteri Memnuniyeti Yönetim Sistemini” uluslararası standartlara taşıyan ilk şirket olan Aygaz, kalitesini belgelendirdi.



Müşteri memnuniyeti konusunda bir ilke daha imza atan Aygaz, LPG dağıtım sektöründe, müşteri başvurularının yönetimi alanında uluslararası standartlarda belge alan ilk şirket oldu. Uluslararası bağımsız belgelendirme kuruluşu Bureau Veritas, Aygaz'a “Müşteri Başvurularının Ele Alınması Süreci”ne dünyada mükemmellik sembolü olarak da değerlendirilen ISO 10002 sertifikası verdi.

Müşterilerine şeffaflık, erişilebilirlik, cevap verebilirlik, objektiflik, ücretler, gizlilik, müşteri odaklı yaklaşım, hesap verebilirlik ve sürekli iyileştirme başlığı altında dokuz temel prensip üzerinden hizmet veren Aygaz, Bureau Veritas tarafından müşteri başvurularının yönetimi alanında denetime tabi tutuldu. Denetimlerde, gizlilik, politika ve taahhüt, kaynak yönetimi ve

şikâyetleri ele alma sürecinin nasıl kontrol edildiği araştırıldı.

Bureau Veritas, Aygaz'da tüp, dökme ve oto LPG'nin satış ve teslimatı, LPG tüpleri, LPG valfleri ve basınç düzenleyicileri, basınçlı/sıvılaştırılmış gaz depolama tankları, tasarım, üretim, satış ve servisi; LPG yakan sobalar, bacasız (katalitik-rad-yan), açık mekân ısıtıcıları, sera ısıtıcıları, barbekü satış ve servisi konularında müşteri başvurularının ele alınmasıyla ilgili uygulamaları inceledi. Denetimler sonucu, müşteri başvurularının yanıtlanmasına ilişkin uygulamalara uluslararası standart olan ISO 10002 sertifikası verilmesine karar verildi. Aygaz, ISO 10002 belgesiyle diğer tüm alanlarda olduğu gibi 7/24 hizmet verdiği müşteri başvuruları konusunda da tüketicilere

en iyiyi sunma gayreti içinde olduğunu bir kez daha ortaya koydu.

“Müşterilerimizi dinliyoruz”

Konuyla ilgili açıklama yapan Aygaz Genel Müdürü Yağız Eyüboğlu şunları söyledi: “Kurulduğumuz 1961 yılından bu yana müşteri memnuniyetini ön planda tutuyoruz. Müşterilerimizi dinliyoruz, ihtiyaçlarını anlamaya çalışıyoruz ve bunlara göre çözümler üretiyoruz. Yarım asırlık tarihimizde müşterilerimizin beklentilerini karşılamak amacıyla pek çok yeniliğe imza attık. Bureau Veritas'ın dünyada “mükemmellik sembolü” olarak değerlendirilen ISO 10002 sertifikası, yarım asırdır taviz vermeden sürdürdüğümüz ürün ve hizmetlerimizde daha iyisini sunma çabalarımızda bize güç verecek.”



Aygaz, ISO 10002 belgesiyle 7/24 hizmet verdiği müşteri başvuruları konusunda tüketicilere en iyiyi sunma gayreti içinde olduğunu ortaya koydu.

Her şey küçük bir fark için!

Rekabetin giderek derinleştiği, bilgiye ulaşmanın kolaylaştığı ve tüketici beklentilerinin çok üst seviyelere çıktığı bir dönemde, pazarlama faaliyetlerinin önemi daha da arttı.



> **Ercüment Polat**
Pazarlama Direktörü

Markalar dünyasında çok az firma, içinde bulunduğu sektöre adını verme şansına sahip olmuştur. İsmi tüple özdeşleşmiş ve LPG dendiğinde yediden yetmişe herkesin aklına gelmeyi başarmış bir marka olan Aygaz, kuruluş yılı olan 1961'den beri tüm hizmetlerinde müşteri ve bayi memnuniyeti ilkesinden hareketle sektörde 50 yıldır liderliğini sürdürüyor.

LPG'nin kimse tarafından bilinmediği bir dönemde, tüketicilerin tüple tanışmasını sağlayan Aygaz, bugün tüm tüketiciler tarafından "ailelerinin bir bireyi" gibi görülen, lider ve jenerik olmuş bir marka konumunda. Bu durum, bize tüketicilerin gözünde farklı bir yerde olma avantajı sağlamanın yanı sıra, yüklediği sorumlulukla beklentilerin sürekli daha yukarı çekilmesine sebep oluyor. Rekabetin giderek derinleştiği, bilgiye ulaşmanın bu kadar kolaylaştığı ve tüketici beklentilerinin çok üst seviyelere çıktığı bir dönemde, pazarlama faaliyetlerinin önemi daha da arttı. Bütün bu şartlar altında lider imajını koruma, sürekli gelişme ve farklılaşma için tüm faaliyet-

lerin merkezinde müşterilerin olması çok doğal bir sonuç.

Pazarlamanın temel misyonunu, tüketici içgörüsü, ihtiyaç ve beklentilerinden yola çıkarak oluşturulan stratejilerle, ürün, kampanyalar, iletişim açılarından Aygaz'ı rakiplerinden farklılaştırarak pazar payını artırmak, pazardaki konumunu güçlendirmek ve marka değerine katma değer sağlamak olarak ifade edebiliriz. Bu misyona ulaşmak için, bir yandan da özellikle işin gerçekleştirilmesinde uygulayıcı olan ve kritik öneme sahip tüm bayilerimizin beklentilerini iyi analiz ederek, gerek onlara gerekse sahada rekabetle mücadele eden satış ekibine destek vermek için çalışıyoruz. Çünkü, müşteri memnuniyet ve bağlılığının temel yolunun buradan geçtiğine inanıyoruz.

Pazarlama, sadece kendi bilgilerine dayanmakla kalmayıp, şirketin tüm birimlerinden gelen bilgiyi de etkin şekilde kullanır ve stratejilerine girdi olarak değerlendirir. Özellikle, satış ekibiyle sahada yaşanan, teknik birimlerle ürünlerde



Mevcut tüketicilere yönelik yapılan faaliyetlerin yanı sıra, sektörün lideri olma bilinciyle sorumluluklarımızı doğrultusunda pazarın sürdürülebilirliğinin doğru ve sağlıklı şekilde sağlanması için çalışıyoruz.

olabilecek gelişmelerin, hukuk ve kalite birimleri ile mevzuattaki değişikliklerin proaktif bir şekilde paylaşılmasını sağlayacak iletişim ortamının yaratılmasından da sorumludur.

İhtiyaç bazlı anlık aksiyon planlarının yapılmasının yanı sıra dünyadaki ve Türkiye'deki sektörel ve sektöre girdi sağlayan ilgili alanlardaki gelişmeleri anlık takip ederek pazar penetrasyon, pazar geliştirme, ürün geliştirme ve çeşitlendirme stratejilerinin belirlenmesine önayak olmak durumundadır. Bu sayede, şirketin uzun vadeli stratejilerinin belirlenerek geleceğin planlanmasına destek olmaktadır.

Pazar ve tüketici araştırmaları

Pazarlama stratejilerinin belirlenmesinde, ihtiyaçlara göre düzenli şekilde gerçekleştirilen pazar ve tüketici araştırmaları çok kritik bir rol teşkil ediyor. Bu sayede, değişen tüketici profili, rekabetle birlikte değişen pazar dinamikleri, tüketicilerin öngörülleri, beklentileri ve bakış açıları daha net tespit edilebilir, yerel ihtiyaçlar ve değişimler buna göre saptanabilir.

Tüm bu incelemeler ve araştırmalar dikkate alınarak genel stratejilerin yanında, farklı müşteri ve pazar koşulları doğrultusunda, değişik ürün segmentleri için özel stratejiler uygulanır. Özellikle doğal gazın yaygınlaşması ve alternatif enerji kaynaklarının konumuna bağlı olarak yaşanan geçişler yüzünden tüpgaz segmenti küçülme eğiliminde. Bu çerçevede; Aygaz'ın tüpgaz stratejisi, güçlü olunmayan yörelere odaklanmak, yeni kullanım alanları yaratarak pazar payını artırmak, yaratıcı, farklı uygulamalarla bayi ve tüketici memnuniyetini geliştirmek üzerinedir. İletişim dili ve kampanya içeriklerine bakıldığında, "güvenlik, ailenin bir parçası olma ve hizmet" konuları daha öncelikli. Özellikle gelişmelere, teknolojiye adapte olarak bunu iş süreçlerine entegre etmeyi de strateji olarak belirleyerek tüketicilerimize sunduğumuz hizmetin kalitesini artırmayı amaçlıyor ve bu doğrultuda uygulamalar gerçekleştiriyoruz.

Otogaz tarafındaki stratejimiz ise, büyüyen pazarda konumumuzu daha da sağlamlaştırmak doğrultusunda. Bunun için özellikle kritik noktalarda istas-

yon açılması, mevcut istasyonlarımızın satışlarının geliştirilmesi için satış artırıcı kampanya ve uygulamalar gerçekleştirilmesi ve ürünümüzü farklılaştırıcı Ar-Ge faaliyetlerinin tetiklenmesi konuları öne çıkıyor. Otogaz açısından iletişim dili ve kampanya içeriklerine bakıldığında ise "ürün kalitesi ve farklılaşması" ön plana çıkıyor.

Pazarlama kampanya uygulamaları

Pazarlama kampanya uygulamaları genel anlamda ikiye ayrılıyor: "Kitlesele pazarlama" tarafında ulusal ve lokal bazlı kampanyalar yapılırken, "bireysel pazarlama" tarafında ise tüketiciye özel, CRM (Müşteri ilişkileri yönetimi) bazlı çalışmalar gerçekleştiriliyor.

Pazardaki her iki ev tüpü kullanıcısından biri Aygaz, 1 milyon araç ise Aygaz Euro LPG+ kullanıyor. Tüpgaz tarafında, mevcut müşteri bağlılığını, memnuniyetini artırmak ve yeni müşteriler kazanmak için genellikle ulusal bazda üye işyeri anlaşmamız olan Yapı Kredi Bankası ve İş Bankası ile maddi değeri yüksek kredi kartı kampanyaları yapılıyor. Ayrıca, "Evlilik, Tüp Fakültesi, Arçelik" kam-

Pazarlama stratejilerinin belirlenmesinde ihtiyaçlara göre düzenli şekilde gerçekleştirilen pazar ve tüketici araştırmaları çok kritik bir rol teşkil ediyor.



panyaları gibi, tüketicileri belli yaşam evrelerinde yakalayıp Aygaz tüketicisi haline getiren sürekli kampanyalar ve promosyon çalışmaları da gerçekleştiriliyor.

Tüpgaz tarafında, ev tüpü, küçük tüp ürünlerinin yanında palmye, barbekü gibi her mevsim açık havada kullanılabilir ürünler, kamp cihazları ve kartuşlu cihazlar gibi gaz tüketimini artıracak ekipmanlarla ilgili iletişim ve kampanya çalışmalarını da paralel olarak yürütüyoruz. Tüketicilere, güvenlikleri için Aygaz markalı cihazlar kullanmaları ve tüple birlikte kullanılan dedantör, hortum gibi cihazların periyodik olarak değiştirilmesi gerektiği bilgilendirmesini, sosyal sorumluluk bilinci dâhilinde gerçekleştiriyoruz.

Tüketicileri daha yakından tanımak ve ihtiyaçları karşılayabilmek adına, Paro ve Aygaz Ekspres gibi teknolojik altyapıları etkin şekilde kullanıyoruz. Ulusal ve yerel ihtiyaçlar doğrultusunda kampanyalar oluşturarak, pasif tüketicileri geri kazanmaya, yeni tüketicileri Aygaz'la tanıştırmaya

ve mevcut tüketici bağlılığını artırmaya çalışıyoruz.

Otogaz tarafında ise, özellikle 1 Şubat 2011'de getirilen promosyon yasağından sonra, daha çok CRM destekli kampanyalar ön plana çıktı. Ayrıca otogaz kullanıcı profiline genişlemesiyle beraber, kredi kartı kullanım oranlarının ve bir kerede alınan LPG alım miktarlarının artması göz önünde bulundurularak banka kampanyalarına da başlandı.

Otogaz tarafında tüketicilerin yanı sıra onların marka kararını etkilemede büyük role sahip olan dönüşümcülere dönük bir proje gerçekleştirildi. Dönüşümcülere özel olarak kurduğumuz "Aygaz Dönüşümcü Kulübü" sayesinde, bu firmaların Aygaz'a olan yakınlıklarını artırmayı ve daha fazla tüketiciyi Aygaz'a yönlendirmelerini amaçlıyoruz. 650 üyeye ulaştığımız bu kulüp aracılığıyla önümüzdeki dönemde de ilişkilerimizi geliştirerek devam ettirmeyi hedefliyoruz.

Tüketicilere dönük yapılan araştırmalar sonucunda, Aygaz içerisindeki ilgili di-

ğer birimlerle sürekli olarak yeni ürün ve ürün geliştirme çalışmaları gerçekleştiriliyor. Tüpte hologram kapak, minivalfli uzun tüp, katkılı otogaz ve kışa özel otogaz çalışmaları bunlara örnek olarak verilebilir.

Aygaz'ın sahada görünen yüzü olan Abone Servis Görevlileri ve Pompa Görevlileri'nin eğitimine büyük önem veriyoruz. Özellikle tüpgaz tarafında sektörde sadece Aygaz'da bulunan "Eğitim Otobüsü" aracılığıyla yıl boyu personel ve tüketici eğitimleri gerçekleştiriyoruz. Yapılan iletişimlerin yanı sıra her segmentte, öncelikli iller ve ihtiyaç duyulan noktalar dikkate alınarak lokal faaliyetler ve kampanyalar gerçekleştiriliyor. Ayrıca tüpgaz tarafındaki "Yerel İletişim Kataloğu" içerisindeki güvenlik, hizmet kalitesi, fiyat rekabeti, kampanyalar, Aygaz ürünleri başlıkları altında yer alan iletişimler, yıl boyunca sahadaki gelişmelere göre satış ekibinin ihtiyaçları doğrultusunda etkin ve efektif bir şekilde kullanılıyor.

Sosyal medya atağı

Son yıllarda değişen iletişim dinamikleri

Pazarlamanın temel misyonu, Aygaz'ı rakiplerinden farklılaştırarak pazar payını artırmak, pazardaki konumunu güçlendirmek ve marka değerine katma değer sağlamaktır.

doğrultusunda, gençlere daha fazla ulaşabilmek, Aygaz'ın imajını daha genç ve dinamik hale getirmek, tüketicilerle interaktif şekilde iletişimde olabilmek adına, yeni teknolojilere anında uyum sağlanıyor. Tüpgaz tarafında Facebook sayfası oluşturularak "Tüpler Uzayda" yarışmasıyla sosyal medyaya girildi. Yarışma 103 bin kez görüntüldü ve sayfada 4.600 fan-hayran sayısına ulaşıldı. Yakın zamanda otogaz tarafında da planlanan sosyal medya çalışmalarıyla, tüm hedef kitlelere sosyal medya üzerinden ulaşılması sağlanacak ve bu mecrada daha aktif olarak yer alma stratejisi üzerine odaklanılacak.

Tüketicilerin iPhone üzerinden Aygaz tüpgaz ve otogaz bayilerini bulabilmesi, anında sipariş verebilmesi ve ihtiyacı olan bilgilere ulaşabilmesi adına Aygaz iPhone uygulaması aktif hale getirildi. Uygulama şu ana kadar 2 bine yakın tüketici tarafından indirildi.

Aygaz olarak tüpgaz bayilerimizle iletişimimizin güçlendirilmesi adına "Pürsu" markasıyla su pazarına girildi ve yeni bir iş koluna dâhil olundu. Pürsu markasını, sektörde rakiplerimiz tarafından sahiplenilmeyen "lezzet ve aileye yakınlık" konseptleri üzerine konumlandırdık. Pürsu'nun yaygınlaştırılması, bayilerimiz ve müşterilerimiz tarafından benimsenmesi için bayi iletişim görselleri ve yerel iletişimle ilgili çalışmalar sürüyor. Mevcut tüketicilere yönelik yapılan

faaliyetlerin yanı sıra, sektörün lideri bilinciyle sorumluluklarımız doğrultusunda pazarın sürdürülebilirliğinin doğru ve sağlıklı şekilde sağlanması için çalışıyoruz. Hem otogaz hem de tüpgaz tarafında, pazarı daha da büyütmek için bilgilendirme ve bilinçlendirme kampanyaları yapılıyor.

Tüketicilerle diyalog

Pazarlamada yaratıcılık ve tutku çok önemlidir. Tüketicilerle sağlam diyalog kurabilen pazarlama ekipleri başarılı olur. Tüketicileri daha iyi anlamak, onlara ulaşabilmek ve markamızı kendilerinin bir parçası olarak hissetmelerini sağlamak adına dağıtım kanalı, yani bayilerimiz kritik önem taşıyor. Keza, tüketicilerle bizzat te-

ması sağlayan servis görevlilerimiz de bu açıdan Aygaz'ın temsili gücü konumundalar. Yapılan tüm çalışmalar, tüketicilerin markamızla kuracağı ilişkiyi uzun süreli kılmak, onları bağlı müşteriler hatta daha da ileriye giderek Aygaz'ın birer temsilcisi haline getirmek için.

Tüm Aygaz ekibinin çalışmaları sayesinde, tüketicilerimiz ve bayilerimizle kurulmuş ilişkimizin ve aile ortamının, Aygaz'ın başarısını daha nice 50 yıllara taşıyacağına eminiz. Bu süreçte, tüm Aygaz çalışanları gibi pazarlama grubu olarak elimizden gelenin en iyisini yapma bilinciyle çalışacağımızı, enerjimizin daha da artarak devam edeceğini bu vesileyle belirtmek isterim.



Aygaz'la herkes güvende

Aygaz 50. yılında sektörde fark yaratmaya devam ediyor. LPG Yetkili Personel Belgesi sahibi olan tüm bayi çalışanları ferdi kaza sigortasına kavuşuyor.



Çalışanların kendilerini güvende hissetmesi için başlatılan yeni uygulamayla, LPG Yetkili Personel Belgesi sahibi olan tüm bayi çalışanlarına ferdi kaza sigortası yaptırılıyor.

Bayi çalışanlarının motivasyonunu yükseltmek için yürütülen uygulamalara bir yenisini daha ekleyen Aygaz, sektörde fark yaratmaya devam ediyor. Çalışanların kendilerini güvende hissetmeleri için başlatılan yeni uygulamayla, LPG Yetkili Personel Belgesi sahibi olan tüm bayi çalışanlarına ferdi kaza sigortası yaptırıyor. Sigorta kapsamında iş veya iş dışında oluşan kazalardan dolayı ölüm ve sürekli sakatlık durumunda 15.000 TL, tedavi masrafı olarak da 500 TL ödeme yapılıyor.

Aygaz saha yöneticileri, acil durumlara yönelik olarak başlatılan bu uygulamayla ilgili olarak Türkiye'nin dört bir yanındaki çalışanlarla bir araya geldi. Aygaz Tüplügaz Saha Yöneticisi Necdet Narat, 18 Şubat'ta Karabük Bayi Abone Servis

ve Sipariş Görevlileriyle bir toplantı yaptı. Rekabet, abone şikâyetleri, hizmet kalitesi ve genel konuların görüşüldüğü toplantı sonrasında Aygaz tarafından hediye edilen ferdi kaza sigorta poliçeleri çalışanlara verildi. Aygaz'a teşekkürlerini ileten çalışanlar, yıllardır emek verdikleri Aygaz'ın kendilerine sağladığı bu imkândan dolayı mutlu olduklarını ifade ettiler.

Afyon merkez bayisi Afyongaz'ın 31 personelinin katılımıyla gerçekleştirilen ASG kahvaltısı da düzenlenen toplantılardan biriydi. Afyongaz'ın sahibi Bekir Çiloğlu ve Marmara Bölge Tüplügaz Saha Yöneticisi Yılmaz Aydın'ın katıldığı toplantıda, bayi çalışanlarına Tüplügaz Pazarlama Sorumlusu Sadettin Samrioğlu tarafından Aygaz ve sektör hak-



kında bilgi verildi. Ferdi Kaza Sigortası, YKB Worldcard 50 TL puan kampanyası ve Tüpler Uzayda reklam filmiyle ilgili de bir sunum yapıldı. Sigorta kapsamına alınan bayi çalışanlarına sertifikalarının verildiği toplantıda, abone servis görevlileri memnuniyetlerini dile getirdi.

ASG'ler uygulamadan memnun

11 yıldır Afyongaz'da çalışan Murat Başer, bu uygulamanın ailelerini de garanti altına aldığını, böylelikle işine daha fazla motive olduğunu belirtti. 1973 doğumlu olan Başer, LPG yetkili personel belgesi olan tüm çalışanlara sağlanan ferdi kaza sigortasının binlerce çalışan için büyük bir avantaj sağladığını söyledi.

Aygaz'daki ikinci yılında abone servis görevlisi olarak görev yapan Hasan Kaleli, ferdi kaza sigortası uygulamasından çok memnun olduğunu belirtti.

Aygaz'ın çalışanlarına sağladığı hakların sektördeki başka firmalarda olmadığını, bu nedenle Aygaz çalışanlarının daha ayrıcalıklı olduğunu vurguladı.

1968 Afyon doğumlu olan ve Afyongaz'da şoför ve pazarlama elemanı olarak köy servisine çıkan Raşit Koçak da "10 yıldır sektördeyim. Başka firmalarda da çalıştım. Fakat böyle bir uygulamayı ilk defa Aygaz'da gördüm. 50. yılında bize sağlanan ferdi kaza sigortası imkânı için Aygaz'a teşekkür ediyorum" dedi. Haftanın altı günü köy servisine çıkan Koçak, "Her gittiğimiz yerde tali bayilere Aygaz markası ve kalitesini aşılarken genel merkezimizin de bizleri düşünüp ferdi kaza sigortasıyla ödüllendirmesi hepimize ayrı bir şevk katıyor" dedi. Koçak, kendileri için ilk olan bu uygulamanın zamanla daha da geliştirileceğini umduklarını dile getirdi.



Aygaz'a teşekkürlerini ileten çalışanlar, yıllardır emek verdikleri Aygaz'ın kendilerine sağladığı bu imkândan dolayı mutlu olduklarını ifade ettiler.

Kumluca'nın lideri: Dalgıç Ticaret

Türkiye'nin en genç bayisi olarak altı yıl önce ticaret hayatına atılan Mevlüt Dalgıç, Aygaz'la büyümeyi hedefliyor.



Antalya Kumluca yaklaşık 31 bin nüfusa sahip şirin bir ilçe. Seracılık, narenciye ve turizm ilçenin başlıca gelir kaynakları arasında yer alıyor. Her çeşit mahsulün yetiştiği Kumluca, Türkiye'de seracılığın ve narenciyenin başkenti olarak biliniyor. Olimpos, Fenike, Kemer, Kaş gibi ülkemin en güzel turistik yörelerinin yakınında yer alan Kumluca'ya yolunuz düşerse, ilçenin leziz portakalından yemeden dönmemenizi tavsiye ediyoruz. Sorularımızı yanıtlayan Mevlüt Dalgıç hedeflerini bizimle paylaştı.

Okuyucularımıza kendinizi tanıttıktan sonra, kısaca ticaret hayatına nasıl başladığınızı anlatır mısınız?

1984 yılında doğdum. Kumluca Anadolu Lisesi mezunuyum. Babamı küçük yaşta kaybettiğim için öğrenimime liseden sonra devam etmedim. Üç yıllık evliyim ve bir kızım var. 2005 yılı sonunda Aygaz bayiliğini devraldığım da, 21 yaşındaydım ve Türkiye'nin en genç bayisiydim. Enerji sektörünün bana uygun olduğuna karar verdikten sonra, bu sektörün lideri olduğu için Aygaz'ı tercih ettim.



Ticaret hayatına Aygaz'la başladım. Aygaz'ı büyütmeyi ve Aygaz'la büyümeyi diliyorum. Aygaz'ın 50. yılını kutluyor ve başarılarla dolu nice yıllar diliyorum.

Kumluca'daki rekabet ortamı nasıl?

Bölgemize henüz doğal gaz gelmedi. Ağırlıklı olarak tüpgaz kullanılıyor. Müşteri faydasını ön planda tutan kampanyalarla fark yaratmaya çalışıyoruz. Paro kartlara %3 puan verdik, promosyonu belli dönemlerde değil 12 ay yapma kararı aldık. World Card ile yapılan kampanyalar da bizim yararımıza oldu. Burası kırsal bir yer, ucuz fiyat insanları etkiliyor ama buna rağmen piyasanın ortalama %60'ı bizde. Kampanyalar, promosyonlar yapmaya devam ediyoruz.

Ekibinizden, abone sayısından ve müşteri ilişkilerinizden bahsedebilir misiniz?

Dürüstlük, temizlik, hızlı olmak ve güvenilirlik bizim için her şeyden önemli. Birçok müşterimiz, bize "Anahtarımız şurada, tüpü taktıktan sonra anahtarı aynı yere bırakırsınız" der. Biz işimizi yapar sonra da anahtarı yerine koyarız. 2009 yılında Türkiye genelinde müşteri memnuniyetinde birinciydik. Transferlerimizde hızlı ve güvenilir servis olmasına özen gösteriyoruz. Ekibimiz, üç abone servis görevlisi ve bir sipariş görevlisi olmak üzere dört kişiden oluşuyor. İki servis aracımız, iki de motosikletimiz var. Müşterilerimize hizmette sınır tanımıyoruz. 7/24 ulaşılabilir durumdayız. İşyerini kapatırken telefonları yönlendirmeye alıyoruz ve müşterilerimize saat kaç olursa olsun tüplerini ulaştırıyoruz. Pazar günleri kesintisiz hizmet için bir çalışanımızı nöbetçi tutuyoruz.

Aygaz'ın ASG'lere yönelik verdiği eğitimlere katılıyor musunuz?

Aygaz'ın eğitim otobüsü bölgemize de geliyor. Eğitimlerin yararına inanıyoruz eksiksiz katılmaya özen gösteriyoruz.

Müşteri sayısını ve memnuniyeti artırmak için neler yapıyorsunuz?

Bizim için güler yüz ve hızlı servis her şeyden önce geliyor. Tüpü takınca gerekli kontrolleri mutlaka yapıyoruz. Promosyon ve reklamları önemsiyoruz. Yerel radyo ve gazetelerde kampanyalarımızı devamlı yayınlıyoruz. Servis aracımızın kasasına reklam amaçlı özel tasarım yaptırдық. Aracımız Kumluca sokaklarında servise çıktığında kampanyamızın reklamını da yapmış oluyoruz. Bütün kampanyalarımızı aracımızın kasasında da sergiliyoruz ve bu çok dikkat çekiyor. Hem müşterilerimize hem de müşterimiz olmayanlara yönelik promosyonlarımız da sürüyor.

Aygaz markasının gücünün yanı sıra buranın yerlisi, bilinen ve güvenilen bir aile olduğumuz için insanlar bizi tercih ediyor. Aygaz'ın ve ailemizin güvenilirliği, birbirini destekliyor. Bu da müşterilerin bizi tercih etmesini sağlıyor.

Ticaret hayatına Aygaz'la başladım. Aygaz'ı büyütmeyi ve Aygaz'la büyümeyi diliyorum. Aygaz'ın 50. yılını kutluyor ve başarılarla dolu nice yıllar diliyorum.



Hızlı servise özen gösteriyoruz

Ümit İncediş, Dalgıçlar Ticaret Abone Servis Görevlisi

"Kumluca-Karacaören Köyü doğumluyum. Üniversite mezunuyum. 1,5 senedir Aygaz'da çalışıyorum. Burada çalışmaktan mutluyum. Aygaz benim için 'kalite' ve 'güven' anlamına geliyor. Genel olarak müşterilerimiz bizden çok memnun. Onların memnuniyetini artırmak için promosyon kampanyaları yapıyoruz. Genelde müşteriler bizi aradığında, "Yemeğim ocakta kaldı" derler. Biz de bunu bildiğimiz için müşterilerimize kaliteyi hızlı bir şekilde sunarız. Hatta tüpü eve ulaştırdığımızda, arkamızdan dualar ederler. Yani müşteri için en önemli şey, ürün ve hizmeti zamanında ulaştırmak."

Dönüşüm sektörü büyüyor

4. LPG, LNG ve CNG Fuarı'na katılan Aygaz standında Dönüşümcü Kulübü üyelerini ağırladı. Sektörü değerlendiren temsilciler hedef ve beklentilerini anlattılar.



Dönüşüm sistemleri üreticileri LPG'nin geleceğine yatırım yapıyor. Türkiye'de otogazlı araç sayısı artmaya devam ediyor. Bugün Türkiye'de binek otomobillerinin üçte biri otogazlı... Ülkemizde sürdürülebilir bir otogaz pazarı oluşturabilmek için sektörün bütün paydaşları çok fazla çaba harcadı. Otogazın tüketici gözündeki saygınlığı gün geçtikçe artıyor. Lüks araç sınıfları da dahil olmak üzere pek çok kişi otogazı tercih ediyor.

Günümüzde otogazın gelişimini tetikleyen temel etken yalnızca ürünün ekonomik olması değil. Gerek ürün, gerekse otogaz

sistemlerinin daha da geliştirilmesi, kaliteyi ve güvenliği yükseltip performansı artırarak tüketici algısını ve pazarın büyümesini olumlu etkiledi. Otogaz, güvenli, çevre dostu ve yüksek performanslı bir yakıt olarak değerlendirilmeye başlandı. Artık bilinçli tüketiciler otogazın en az diğer yakıtlar kadar güvenli, performanslı ve çevre dostu olduğunun farkında.

Otogazın kullanılmaya başlandığı 1997 yılında Türkiye'de fabrika çıkışlı ya da üretici garantisinde dönüştürülmüş otogazlı araç seçeneği sunan üreticiler yoktu. Ancak zaman içinde, otogaz pa-

zarının kaydettiği büyüme ve tüketicilerden gelen taleple birlikte, otomobil markaları da çift yakıtlı taşıtların sunduğu fırsatların farkına vardı. Bugün 10'dan fazla otomobil üreticisi Türkiye'de sıfır kilometre araçlarında garantili olarak otogaza dönüşüm seçeneği sunuyor. Kuşkusuz bu gelişim, otogaz pazarının sürdürülebilir büyümesi açısından büyük önem taşıyor.

Ülkemizde otogaz dönüşüm sektöründe pek çok firma, yerli ve ithal markalarla faaliyet gösteriyor. Yerli ürünler, kalite ve performans bakımından ithal

Araç dönüşümü kadar önemli olan bir başka konunun da kullanılan otagazın kalitesi ve özellikleri olduğunu belirten dönüşüm firması yetkilileri, Aygaz Euro LPG+ kullanılmasını tavsiye ediyorlar.

ürünlerle boy ölçüşebilecek, hatta onları geçebilecek seviyeye geldi. Artık araçlarını otagaza dönüştürmek isteyen tüketiciler de eskisine göre çok daha bilinçli hareket ediyorlar. Bu durum da LPG sektöründe faaliyet gösteren, dağıtıcıların, kit üreticilerinin, dönüşümcülerin ve bütün paydaşların tüketicileri bilgilendirmek ve sektörü geliştirmek adına sürdürülebilir çalışmalar yapmalarını gerektiriyor. Yapılan bütün bu çalışmalar müşterinin ürüne karşı olumlu algısını güçlendiriyor.

Aygaz standına büyük ilgi

Otagaz sektörünün en önemli aktörlerinin başında gelen Aygaz, dönüşümcülere de destek veriyor. Geçtiğimiz yılki fuarda tanıtımı yapılan Aygaz Dönüşümcü Kulübü, bu yıl yine 17-20 Mart tarihleri arasında CNR Expo'da düzenlenen LPG, CNG, LNG Fuarı'nda dönüşümcüleri bir araya getirdi. Yetkili otagaz dönüşüm merkezlerinin Aygaz şemsiyesi altında toplandığı, mevcut gelirlerine ek olarak, maddi kazanç elde edebileceği Aygaz Dönüşümcü Kulübü, TSE Hizmet Yeterlilik Belgesi bulunan dönüşüm merkezlerinin hem birbiriyle

hem de Aygaz'la düzenli iletişim içinde olacağı bir platform yarattı.

4. LPG, LNG ve CNG Fuarı'na katılan Aygaz, fuardaki standında Dönüşümcü Kulübü üyelerini ağırladı. Aygaz Dönüşümcü Kulübü'ne bir sene içerisinde LPG dönüşümü yapan 650'ye yakın firmanın üye olduğunu belirten Otagaz Pazarlama Müdürü Murat Yılmaz, bu sene kulüp üyelerini fuarda ağırlamak için özel hazırlıklar yaptıklarını belirtti. Yılmaz şunları söyledi: "Buna benzer sektörel fuarların düzenlenmesini çok faydalı buluyoruz. Bu tür organizasyonlar sektörümüzü oluşturan iş kolularının temsilcileriyle bir araya gelme fırsatı yaratıyor. Sektör temsilcileriyle yaptığımız görüşmelerde yaşanan gelişmeleri tartışıyor, yeniliklerle ilgili bilgi paylaşımında bulunuyoruz. Sektörümüzü nasıl daha ileri taşıyabileceğimiz konusunda da görüş alışverişi yapıyoruz. Bu sene de geçen yıllarda olduğu gibi sektör için büyük önem taşıyan otagaz dönüşüm kiti piyasasının lider firmaları fuardaki yerlerini aldılar. LPG'nin yanı sıra LNG ve CNG hakkında bilgi almak isteyen firmalar



Otagaz ve Dökmegaz Pazarlama ve Müdürü Murat Yılmaz, Aygaz Dönüşümcü Kulübü'ne bir sene içerisinde LPG dönüşümü yapan 650'ye yakın firmanın üye olduğunu belirtiyor.



Tüm Otogaz Montajcılar Derneği (TOMDER) Yönetim Kurulu Başkanı **Faruk Yılmaz**, 2003'te çıkartılan LPG Yasası ile dönüşüm işinin sınırlarının çizildiğini ifade ediyor.



Yasal işlemlerini zamanında yerine getirememiş firmaların bayiliklerinin askıya alınması gerektiğini söyleyen TOMDER Başkan Yardımcısı **Faruk Sevgili**, yetkisiz çalışanların sektöre ciddi zararlar verdiğini söyledi.

da fuara gelerek bu konularda bilgi alma fırsatı buldular. Ülkemizin yanı sıra özellikle yurtdışından katılımların da oldukça yoğun olduğunu gördük. Bu sayede 4. LPG, LNG ve CNG Fuarı, yurtiçi ve yurtdışı iş birlikleri geliştirilmesi açısından önemli bir platform haline geldi.

Aygaz Dönüşümcü Kulübü üyesi firmalar Türkiye'nin her yanına yayılmış olmasına rağmen fuarda beklediğimizin de üzerinde bir taleple karşılaştık ve çok sayıda firma temsilcisini ağırlama fırsatı yakaladık. Bu ziyaretler sırasında kendileriyle sektörü, gelişmeleri ve gelecekte yapacaklarımızı konuştuk, kendilerinin hem kulüple hem sektörle ilgili beklentilerini öğrendik."

Dönüşümcüler anlatıyor

Ülkemizde her yıl ortalama 350-500 bin araç otogaza dönüşüyor. 2009 verilerine

göre 3,5 milyondan fazla araç otogaz kullanıyor. 2,3 milyon ton benzin tüketilirken, 2,8 milyon ton otogaz tüketildi. Türkiye'de otogazın alternatif yakıtlar içinde tüketicilerin tercihi olmaya başladığı ilk dönemlerde ülkemizin her bölgesinde araçlara dönüşümün genellikle tamir atölyeleri gibi yerlerde yapıldığını belirten Tüm Otogaz Montajcılar Derneği (TOMDER) Yönetim Kurulu Başkanı Faruk Yılmaz, 2003'te çıkartılan LPG Yasası ile dönüşüm işinin sınırlarının çizildiğini ifade ediyor. Bu işi bir meslek dalı olarak benimseyenleri aynı çatı altında toplamak için de TOMDER'in kurulduğunu anlatıyor.

Otogaz Türkiye'de kullanılmaya başladığında ilk günlerden bugüne dönüşüm yaptırmak isteyen araç sahiplerinin yaklaşımlarında önemli farklılıklar olduğunu söyleyen TOMDER Başkan Yardımcısı Faruk Sevgili,

artık araç sahiplerinin yetkili bayilere kolaylıkla ulaşabildiğini vurguluyor. Yasal işlemlerini zamanında hallede-memiş firmaların bayiliklerinin askıya alınması gerektiğini ifade eden Sevgili, yetkisiz çalışanların sektöre ciddi zararlar verdiğini belirtiyor. Servis ve yedek parçası bol ve yaygın olan markaları tercih etmenin en akıllıca seçim olacağını belirten TOMDER yetkilileri, otogaza dönüştürülen araçların 10.000 km'de bir gaz filtresinin değiştirilmesi ve yetkili servislerde bakımının yapılması gerektiğini ifade ediyorlar. Böylece daha sonra oluşabilecek ciddi arızaların önüne geçilebileceğini de sözlerine ekliyorlar.

İyi bir dönüşüm şart

Ankara'da otogaz sektörünün durumu değerlendiren KOÇKOP'un sahibi Salim Efendioğlu, sağlıklı bir şekilde araç dönüşümü yaptırmamanın pek çok faydası



Ankara'da LPG kullanımının oldukça yaygın olduğunu ifade eden KOÇKOP'un sahibi **Salim Efendioğlu**, sağlıklı bir şekilde araç dönüşümü yaptırmanın pek çok faydası olduğunu vurguladı.



Kayra Otogaz Sistemleri'nden **B. Dursun Nasırlıoğlu**, "Kamu, araç parkına LPG'li modelleri de dâhil ederse çevreci olduğunu tescil eder" diyor.

olduğunu ifade ediyor. KOÇKOP, 10 yıldır LPG sektöründe hizmet veriyor. Kentte LPG kullanımının oldukça yaygın olduğunu ifade eden Efendioğlu, "Aslında Ankara'da tüketicilerin oldukça bilinçli ve istekli olmalarının yanı sıra LPG fiyatlarının diğer illere göre daha makul olması sebebiyle de montaj sayısı oldukça yüksek. Fakat maalesef tüketicilere gerekli önem ve itinanın gösterilmemesi sonucunda sektör zarar görüyor" diyor. İyi bir montajın insanlara ekonomik araç kullanma, daha az motor aşınması, daha uzun ömürlü yağ kullanımı gibi ekonomik kolaylıklar sağladığını belirtiyor.

LPG devlet tarafından teşvik edilmeli

LPG'nin çevreci bir yakıt olduğunu belirten Kayra Otogaz Sistemleri'nden B. Dursun Nasırlıoğlu, "Alanında uzman personelle çalışan firmamızın müşteri portfö-

yunü yüksek model araç sınıfı oluşturuyor. Yaptığımız istatistiklere göre 2010 yılında en fazla dönüşüm gerçekleştirilen araçlar sırasıyla Mercedes, BMW, Volkswagen ve Opel oldu" diyor. Avrupa ülkelerinde çevreci olduğu için desteklenen LPG'nin Türkiye'de de devlet tarafından teşvik edilmesi gerektiğini belirten Nasırlıoğlu, "Kamu, araç parkına LPG'li modelleri de dahil ederse çevreci olduğunu tescil eder" diyor.

Otogazın kalitesi önemli

Araç dönüşümü kadar önemli olan bir başka konunun da kullanılan otogazın kalitesi ve özellikleri olduğunu belirten Faruk Yılmaz ve Faruk Sevgili, TOMDER'in yaptığı araştırmada üyelerin Aygaz Dönüşümcü Kulübü'ne üye olduklarını ve müşterilerine Aygaz Euro LPG+ kullanmaları için tavsiyede bulduklarını ifade ediyorlar. B. Dursun Nasırlıoğlu ve Salim Efendioğlu da hem

kendi şirketlerinde Aygaz Euro LPG+ kullandıklarını hem de müşterilerine bu ürünü kullanmalarını önerdiklerini belirtiyorlar. Ürünün her mevsim yüksek performans sağladığını da ifade ediyorlar.

Gökyüzü Tırı 21 kentte binlerce kişiye ulaştı

“Yarın Hava Nasıl Olacak?” projesinin ikinci etabı başarıyla tamamlandı. Proje dünyanın en prestijli ödülleri arasında yer alan CIPR Mükemmellik Ödülü’ne layık görüldü.



“Yarın Hava Nasıl Olacak?” projesi kapsamında, 2010 yılının Ekim ayından bu yana 21 kente giden Gökyüzü Tırı bugüne kadar toplam 8 bin kişiye ulaştı.

Aygaz’ın iklim değişikliğine karşı kamuoyunda farkındalık yaratmayı amaçlayan, “Yarın Hava Nasıl Olacak?” projesi, 10 kentten oluşan 2011 yılı etabını da tamamladı. Çevre ve Orman Bakanlığı’nın destek ve himayesinde gerçekleştirilen proje kapsamında, 2010 yılından bu yana ziyaret edilen kent sayısı 21’e ulaştı. Aygaz’ın proje ortağı olan uluslararası Bağımsız Çevre Örgütü (REC) uzman-

ları, “Sihirli Küre” ve “Planetaryum”u barındıran Gökyüzü Tırı’nda bugüne kadar sekiz bini aşkın genci ağırlayarak, onlara iklim değişikliğinin nedenleri ve yapılması gerekenler konusunda bilgi aktardı.

2011 yılında, “Yarın Hava Nasıl Olacak?” projesini daha yaygın bir şekilde kamuoyuyla paylaşabilmek amacıyla

yerel basın buluşmaları planlandı. İklim değişikliği ve alınması gereken önlemlerin kamuoyunun daha geniş kesimlerine aktarılmasını amaçlayan bu plan çerçevesinde, 2011 yılında ziyaret edilen 10 kentin sekizinde toplam 167 yerel basın mensubu ile yemekli sohbet toplantıları gerçekleştirildi. Dört bini aşkın öğrenciye ve bölge halkına ulaşıldı. Anadolu’daki gazetecilerin projeye gösterdiği destek, çevre projesi olan “Yarın Hava Nasıl Olacak?”’ın sosyal medyada da büyük ilgi görmesinde etkili oldu.

İklim değişikliği ile ilgili toplumsal duyarlılık yaratarak, daha sorumlu ve sürdürülebilir tüketim alışkanlıklarının yaygınlaşmasına katkı sağlamayı hedefleyen Aygaz’ın, “Yarın Hava Nasıl Olacak?” sorusuyla yola çıktığı sosyal sorumluluk projesinin ilk etabı 2010 yılının Ekim ayında başladı. ABD ve Avrupa Komisyonu tarafından kurulan, merkezi Budapeşte’de bulunan Bağımsız Çevre Merkezi (REC) uzmanlarıyla birlikte yürütülen proje kapsamında, geçen yıl üç ayda Tekirdağ, Kastamonu, Samsun, Trabzon, Kars, Sivas, Şanlıurfa, Van, Antalya, İzmir ve Eskişehir ziyaret edildi. Gökyüzü Tırı ulaştığı her kentte en az dört gün kalarak, başta ilköğretim öğrencileri olmak üzere halka iklim deği-



şikliğinin nedenleri ve alınması gereken önlemler konusunda bilgi aktardı.

Proje ortakları: Yerel basın

2011 yılının rotası ise, Edirne, Sakarya, Bursa, İzmir, Muğla, Mersin, Kayseri, Samsun, Ankara ve İstanbul olarak belirlendi. İkinci etabın ilk ayağı Ocak ayında başlarken, ilk kent olarak Edirne seçildi. Önceki yıldan farklı olarak, 2011 yılındaki etkinliklerin sadece Gökyüzü Tırını'na ziyaret edenlerle sınırlı kalmaması hedeflendi. Öncelikle geleceği kuracak olan gençlerin, iklim değişikliğinin yarattığı korkunç yıkımı görerek ve dokunarak kavraması sağlanırken, Gökyüzü Tırını'na ziyaret etme fırsatı bulamayanlar için yerel iletişim kanallarıyla irtibata geçildi.

Gökyüzü Tırını'nın ulaştığı kentte etkinlik başlamadan önce kentin tüm yerel medya mensuplarıyla yemekli sohbet toplantıları gerçekleştirildi. 10 kentte düzenlenen sekiz buluşmanın tümüne katılan Aygaz Kurumsal İletişim Müdürü Devrim Çubukçu ile Kurumsal İletişim Sorumlusu Eda Gökay, toplam 167 gazetecinin projeye ilgili tüm sorularını tek tek yanıtladı, fikir alışverişinde bulundu. Sohbetlerin sonunda Anadolu'daki gazeteciler iklim değişikliğine karşı alınma-

sı gereken önlemleri buldukları kentin en geniş kesimlerine ileterek projenin en önemli ortaklarından biri haline geldi.

Neler Yapabiliriz?

Gençler ise gökyüzü çadırını iklim değişikliğinin yarattığı tahribatı REC uzmanlarının anlatımı eşliğinde, "Sihirli Küre" ve "Planetaryum"daki simülasyonlarla bizzat gözlemleme şansı buldu. Katılımcılara, iklim değişikliği mücadelede herkese ihtiyaç olduğu vurgulanırken, gençlerin bu konuda kolayca yapabilecekleri etkinlikler şöyle sıralandı: "Evinin aşırı ısıtma. Sıcaklığın sadece 1°C düşürülmesi ailenin enerji faturasında yüzde 7'ye kadar azalma sağlayabilir. Unutma ki, konutlar tarafından kullanılan enerjinin yüzde 70'i ısıtma amaçlıdır. Evinin termostatını programlayabilirsin. Böylece geceleri veya evin dışındayken sıcaklık 17°C olarak ayarlanır ve uyanıldığında veya eve döndüğünde sıcaklık yeniden konforlu 20°C'ye çıkar. Banyo yapmak yerine duş alarak sıcak su tasarrufu yapabilirsin – bu dört kat daha az enerji gerektirir. Sıcak bir içecek hazırladığında, sadece ihtiyaç duyduğun kadar su kaynat. Buzdolabının buzlarını düzenli olarak çöz. Kullanılan enerjide yüzde 30 kadar tasarruf sağlayabilirsin. İhtiyaç duymadığında ışıkları kapatma-

Çalışmalar, sosyal medyada da geniş yankı buldu. Projenin web sayfası iklim değişikliğiyle mücadele yöntemlerinden, katılımcıların görüşlerine kadar pek çok bilgiye yer verirken, Facebook sayfasının hayran sayısı 20 bini aştı.



Projenin ikinci etabı olan 2011 yılında 10 kenti ziyaret eden ekip, 4 binden fazla öğrenciye iklim değişikliğinin nedenleri ve yapılması gerekenler konusunda bilgi aktardı.



Aygaz Kurumsal İletişim Müdürü Devrim Çubukçu, bilginin daha geniş kitlelere ulaşması amacıyla 10 kentte 167 yerel basın mensubu ile buluşarak, projeye ilgili bilgi alışverişinde bulundu.

yı unutma. Televizyonu, müzik setini veya bilgisayarını bekleme konumunda bırakma. Ortalama olarak bir televizyon bekleme konumunda normal durumdaki enerjisinin yüzde 45'ini harcar. Tüm Avrupalılar bekleme konumundan kaçındığında, Belçika büyüklüğündeki bir ülkenin ihtiyacını karşılayacak kadar elektrik tasarruf edilebilir. Ayrıca, pili dolu iken cep telefonunu şarjda bırakma. Şarjda bırakırsan enerjinin yüzde 95'i harcanır. Sadece yüzde 5'i gerçekten telefonunu şarj etmek için kullanılır. Enerji tasarruflu ampuller klasik ampullerden daha uzun süre dayanır ve beş kat daha az enerji tüketir. Dişlerini fırçalarken musluğu kapatırsan, birkaç litre su tasarruf edersin. Alışveriş yaparken, plastik torbalar yerine geri dönüştürülebilir bir torba kullan. Kullanılan cam ürünleri atık şişe kutularına at ve kağıt, karton ve teneke kutuları diğer atıklarından ayır. Alüminyum kutuların geri dönüşümü yenilerinin üretilmesinden 10 kat daha az enerji tüketir. Fabrikalar eski gazetelerden kağıt yaparken kağıt hamuru kullanımına kıyasla çok daha az enerji kullanır. Kısa, örneğin birkaç kilometrelik, mesafeler için araba kullanmaktan kaçın. Bunun yerine yürü veya bisiklete bin! Mümkünse hava yolculuğundan kaçın. Okuluna, bahçene veya mahalene bir ağaç dik! Beş adet ağaç yaşam süreleri boyunca yaklaşık olarak bir ton karbondioksit emerler. Dükkanlarda ve

süpermarketlerde Eko-Etiketi bulunan ürünleri ara. Yerel olarak üretilmiş mevsimlik yiyecekleri tüket. Bu daha sağlıklı olmakla kalmaz, ayrıca çevre için de daha iyidir..”

Facebook sayfasına yoğun ilgi

“Yarın Hava Nasıl Olacak?” projesi kapsamında bugüne kadar Türkiye'nin dörtte birini dolaşarak iklim değişikliğine karşı harekete geçme çağrısı yapan Gökyüzü Tır'ının çalışmaları sadece ziyaretlerle sınırlı kalmadı. www.yarinhavanasilolacak.org adıyla oluşturulan internet sitesi ile dünyanın en büyük sosyal paylaşım sitesi Facebook'ta oluşturulan sayfası, giderek daha büyük ilgi görmeye başladı. Etkinliklerle ilgili görüntü ve bilgilerin yer aldığı Facebook “Yarın Hava Nasıl Olacak?” sayfasının hayran sayısı 20 bini geçti.

İklim değişikliğiyle mücadele yöntemleri, Gökyüzü Tır'ının rotası, eğitimin içeriği, çevreyle ilgili pek çok bilginin yer aldığı www.yarinhavanasilolacak.org web sayfası ise eğitimden yararlanan öğrencilerin mesajlarını çevre dostlarıyla paylaşmasını sağladı. Eğitimi alan öğrencilerin büyük bir kısmı çevre duyarlılığı konusunda düşüncelerinde değişiklikler yaşandığını belirttiler. Proje gelecek yılda da devam edecek.

divan

Türk Otelciliği'nin Lideri Gücüne Güç Katıyor.

*Divan Otelleri, efsaneyi dört bir yana taşımaya devam ediyor.
Her zaman en güvenilir, her zaman en misafirperver...*



Aygaz'a ödül yağmuru

Kuruluşunun 50. yılını kutlayan Aygaz, 2011 yılında aldığı ödüllerle başarılarını taçlandırıyor.

'Tüketici Memnuniyetini İlke Edinen Firma' ödülü Aygaz'a



Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın düzenlediği 14. Geleneksel Tüketici Ödülleri sahiplerini buldu. 'Tüketici Memnuniyetini İlke Edinen Firma' kategorisi ödülü ikinci kez Aygaz'ın oldu. 21 Mart'ta Ankara'da gerçekleştirilen törende ödülü Aygaz adına Yağiz Eyüboğlu, Sanayi ve Ticaret Bakanı Nihat Ergün'den aldı. Başvuru sahiplerinin 2010 yılı faaliyetleri dikkate alınarak yapılan değerlendirmede Aygaz, tüketicilere kanunlar ve diğer mevzuatla tanınan haklardan daha ileri haklar tanınması, "Tüketici Danışma Masası" ve ücretsiz "Danışma Hattı" kurarak bunları fiilen işletmesi, tüketicileri bilgilendirici çalışmalar yürütmesi sayesinde ödüle layık görüldü. Ödülle ilgili olarak değerlendirmede bulunan Yağiz Eyüboğlu, "Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın Aygaz'a layık gördüğü ödül, ürün ve hizmetlerimizde daha iyisini sunma çabalarımızda bize güç verecek" şeklinde konuştu.

Altın Pusula'da büyük ödül



TÜHİD Halkla İlişkiler Derneği'nin düzenlediği 10. Altın Pusula Ödülleri'nde Etkinlik Yönetimi kategorisinde Aygaz "Sagalassos'un Uyandırılması" projesiyle ödül aldı. Başarılı halkla ilişkiler çalışmalarını ödüllendirmek ve teşvik etmek amacıyla 1999'dan bu yana düzenlenen Altın Pusula Ödülleri'ne bu yıl etkinlik yönetimi kategorisine 15 proje başvurdu. Anadolu'nun, tarih ve kültür zenginliğini

koruyarak, gelecek nesillere kazandırmayı amaçlayan Aygaz'ın Sagalassos Projesi araştırma, planlama, uygulama, yaratıcılık ve ölçüleme kriterlerine göre yapılan değerlendirme sonucunda büyük ödül almaya hak kazandı.

Aygaz'a Gümüş Effie

Aygaz, 2010 yılında düzenlediği "Geliştirilmiş Formüllü Aygaz Euro LPG+" reklam kampanyasıyla "Gümüş Effie" ödülü aldı. Reklamcılar ve Reklamverenler Derneği tarafından iki yılda bir düzenlenen ve 26 kategoriden oluşan Effie 2011 Türkiye Ödülleri'ne bu yıl 164 başvuru yapıldı. Ön elemelerde 127 kampanyanın finale kaldığı yarışmada Aygaz'ın otogaz reklam kampanyası, "otomotiv ürünleri" kategorisinde ödüle layık görüldü. 16 Mart'ta düzenlenen törende ödülü, Aygaz adına Pazarlama Direktörü Ercüment Polat, Otogaz Pazarlama Müdürü Murat Yılmaz ve Otogaz Pazarlama Sorumlusu Ayşe Gündüz ve TBWA Reklam Ajansı adına Müşteri İlişkileri Direktörü Özlem Hanoğlu aldı.



Reklamda Mizah Ödülü Aygaz'ın



Mizah Üretenler Derneği'nin düzenlediği 6. Mizah Ödülleri'nde Reklamda Mizah kategorisinde Aygaz, Tüpler Uzayda adlı reklam filmiyle ödüle layık görüldü. İstanbul'daki Yunus Emre Kültür Merkezi'nde 4 Nisan'da düzenlenen törende ödülü Aygaz adına Aygaz Pazarlama Direktörü Ercüment Polat, Tüplügaz Pazarlama Müdürü Burcu Cihan Işık ve Tüplügaz Pazarlama Sorumlusu Özge Ağar Uysal aldı.

Uydu aracılığıyla hızlı sipariş olanağı sağlayan Aygaz Ekspres Sistemi'ni tanıtmak amacıyla hazırlanan ve Aygaz'ın tüpgaz siparişlerinde tüketicilere sunduğu avantajı esprili bir şekilde anlatan reklam filmi TBWA|İSTANBUL tarafından hazırlandı.

Aygaz'a mükemmellik ödülü



Aygaz, iklim değişikliğine dikkat çekerek, toplumda farkındalık yaratmayı amaçlayan, "Yarın Hava Nasıl Olacak?" projesinin başarısını uluslararası ödüllerle taçlandırıyor. Proje, İngiliz Halkla İlişkiler Enstitüsü'nden (The Chartered Institute of Public Relations-CIPR) tarafından her yıl düzenli olarak verilen Mükemmellik Ödülleri'nde "Kurumsal Sorumluluk" kategorisinde birincilik ödülüne layık görüldü. Yaklaşık 700 projenin başvuruda bulunduğu 2011 CIPR Mükemmellik Ödülleri'nde 27 kategoride 153 proje finale

kaldı. Aygaz'ın projesi araştırma, planlama, uygulama, yaratıcılık ve ölçümleme kriterlerine göre değerlendirilerek ödüle hak kazandı. 1 Haziran'da Londra'da düzenlenen törende ödülü Aygaz adına Kurumsal İletişim Müdürü Devrim Çubukçu aldı.

Aygaz Proje Ekibi: Kurumsal İletişim Müdürü Devrim Çubukçu, Kurumsal İletişim Sorumlusu Eda Gökay, Kurumsal İletişim Sorumlusu Fulya Kanbek İrkilata, Kurumsal İletişim Sorumlusu Asu Ege ve Kurumsal İletişim Asistanı Emine Songur



Altın Küre ödülü de Aygaz'ın

Halkla İlişkiler dünyasının en önemli ödülllerinden IPRA Altın Küre Ödülü de 50. kuruluş yıldönümünü kutlayan Aygaz'ın oldu. Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği (IPRA) tarafından bu yıl yirmincisi düzenlenen 'Altın Küre Ödülleri'ne 50 ülkeden 400'den fazla proje başvuruda bulundu. 17 Haziran'da Lizbon'da toplanan jüri, Aygaz'ın "Yarın Hava Nasıl Olacak?" projesini çevre alanında dünyanın en iyi kampanyası seçti.

Başarılı bir yıl geride kaldı

Aygaz'ın 50. Olağan Genel Kurul Toplantısı 31 Mart'ta Genel Müdürlük binasında gerçekleştirildi. Yapılan oylamada Aygaz Yönetim Kurulu üyelerine Rahmi M. Koç, Ömer M. Koç, Temel K. Atay, Dr. Bülent Bulgurlu, Osman Turgay Durak, Shelby R. Du Pasquier ve Erol Memioğlu, denetçi olarak da Serkan Özyurt ve Kemal Uzun seçildi.

Toplantıda Aygaz'ın 2010 yılı toplam cirosunun, bir önceki yıla göre %24 artışla 4,7 milyar TL'ye ulaştığı ve net kârının da 239 milyon TL olduğu açıklandı. Toplam LPG satışı %2 artışla 1,6 milyon tona çıktı. İhraç edilen LPG miktarı da %39 arttı. Aygaz Yönetim Kurulu Üyesi ve Koç Enerji Grubu Başkanı Erol Memioğlu Aygaz'ın doğalgaz ve elektrik üretimi alanlarında da iddialı olduğunu, elektrik santrallerine yatırım yaparak beş yıl içinde, 300 MW'dan 3000 MW kurulu güce çıkmayı ve pazarın lider oyuncularından biri olmayı hedeflediğini belirtti. 2010 yılı finansal sonuçlarını değerlendiren Aygaz Genel Müdürü Yağız Eyüboğlu, LPG ihracatına, deniz yolu ticareti eklenerek satış hacminin büyütüldüğünü, Aygaz Doğal Gaz ile ürün portföyünün boru gazı satışıyla çeşitlendirildiğini belirtti ve "Enerji havuzunun önemli unsurlarından biri olan doğalgaz segmentinde de hedeflerimizi gerçekleştirmek üzere oluşan fırsatları değerlendiriyoruz" dedi.



50. yıla özel 50 TL Worldpuan

Aygaz, "50. Yılında 50 TL Worldpuan" kampanyasıyla Tüpgaz sektöründe bugüne kadar verilmiş en büyük hediye müşterilerine sundu. Kampanya kapsamında, 15 Şubat-15 Nisan tarihleri arasında Yapı Kredi World üye işyeri olan Aygaz bayilerinde, Worldcard'la tek ödemede yapılan birinci ve ikinci ev tüpü alışverişine 5 TL ve üçüncü ev tüpü alışverişine 40 TL Worldpuan hediye edildi. 50 TL üzerindeki alışverişlerde geçerli olan kampanyada, diğer bir seçenek olarak taksitle ödeme imkânı sunuldu.

Ödeme şeklinin taksit olarak seçilmesi durumunda, tüketiciler alışverişlerini iki taksit veya beş taksite böldü. Anadolubank, Fortis ve Vakıfbank Worldcard'larının da kullanılabildiği kampanyaya ilgi büyüktü. Günlük Worldcard ciroları Şubat 2010'a göre %76, Mart 2010'a göre de %95'lik artış gösterdi. Kampanya kapsamında Abone Servis Görevlileri de kazandı. Her bölgede en fazla yeni müşteri getiren ilk üç, toplamda 27 Abone Servis Görevlisi'ne Grundig 1010 dizüstü bilgisayar hediye edildi.



Hizmet ödülleri sahiplerini buldu

Yarımcı Terminal Müdürlüğü 13 Ocak 2011'de hizmet ödüllü törenine ev sahipliği yaptı. Hizmet ödüllü almaya hak kazanan 16 Aygazlıya ödülleri verildi. Törende Ahmet Uslu 25'inci, Yalçın Şen, Erdem Koç, Ömer Uğur, Yaşar Eroğlu ve Faruk Açıköz 20'nci, Yakup İkinci, İlker Koçaş, Mustafa Oruç, Soner Kılıç, Mehmet Emin Üstün, Murat Döğer, Cevat Şerik, Salih Baş, Ali Kemal Eker ve Birol Demir de 10'uncu yıl hizmet ödüllü aldı.



Şehitler anıldı

Aygaz Deniz Filosu'nda görev yaparken 42 yıl önce hayatını kaybeden deniz şehitleri, 24 Mart'ta Edirnekapı Mezarlığı'nda düzenlenen törenle anıldı. Anma törenine Aygaz Üst Yönetimi, müdür ve yöneticiler katıldı.



Bahar Napolitenler ile karşılandı

Her ay farklı konseptlerle gerçekleştirilen Aydabir konserlerinin ilki 17 Mart'ta Aygaz Genel Müdürlüğü'nde düzenlendi. KONSERE Genel Müdürlük, Ambarlı, Yarımcı ve Gebze çalışanları katıldı. "Napolitenler" konserine İstanbul Devlet Opera ve Balesi'nden soprano Beril Yüreklî ve tenor Onur Ertur solist olarak katıldı. Simten Şenpolat da solistlere piyanoyla eşlik etti. İkinci konser ise "Müzikaller" konseptiyle düzenlendi. Konserler sonrasında, seslendirilen eserlerden oluşan bir CD çalışanlara hediye edildi.



Ustalarla buluşma

Aygaz-Opet Türk Müziği Korosu, çalışmalarını sırasında Şair Tekin Gönenç ve TRT Ses Sanatçısı Çiğdem Kırömeoğlu Yarkın'ı ağırladı. Buluşmada Tekin Gönenç, şiir yazmaya nasıl başladığından, kitaplarından, yaptığı çalışmalardan bahsetti ve koro üyeleriyle sohbet etti. Avni Anıl'ın Yağmur Duası ve Unutamıyorum adlı çok sevilen eserlerinin de söz yazarı olan Gönenç, Avni Anıl'la tanışmasını ve şiire yaptığı yolculukta başından geçen anıları anlattı. Çalışmanın sonunda koro üyeleri için Saklambaç adlı şiirini imzaladı. Çiğdem Kırömeoğlu Yarkın da koro üyelerinin sorularını yanıtladı. Müziğe nasıl başladığından, eğitimci kimliğinden, eserleri seslendirirken nelere dikkat edilmesi gerektiğinden, Türk müziğinin bugün geldiği noktadan, kurduğu ve şefliğini yaptığı amatör koronun çalışmalarından ve konserlerinden bahsetti. Çiğdem Kırömeoğlu Yarkın koro üyeleri için Coşkun Açıköz'ün kanunu eşliğinde üç şarkı seslendirdi.

‘Yarın Hava Nasıl Olacak?’ takımı Dragon Festivali’nde



28-29 Mayıs tarihlerinde İstanbul-Haliç İmrahor Parkı’nda düzenlenen Dragon Festivali’ndeki yarışmalarda, Aygaz Grubu “Yarın Hava Nasıl Olacak?” isimli takımıyla iklim değişikliğine karşı kürek çekti. Toplam 80 firmadan 112 takımın katılımıyla düzenlenen festivalde, Aygaz Takımı Mavi Marmara Caddesi üzerindeki çadırında yer aldı.

2008 yılından beri artan bir katılımı gelişmeye devam eden Dragon Festivali, 2011’de beş ilde, altı festivalle, 600’e yakın firmayı ve binlerce kişiyi dragon boat ile tanıştırdı. İstanbul, Ankara, İzmir, Adana, Bursa’da mavi ve yeşilin iç içe olduğu ortamlarda, alanlarında lider prestijli kurumların katıldığı Dragon Festivali, ülkemizde kurumlar arası gerçekleştirilen en geniş katılımlı sportif etkinlik. 16 kürekçi ve onlara tempo veren bir davulcudan oluşan takımlar, özel tasarlanmış dragon botlarının üzerinde 200 metrelik parkuru en hızlı şekilde geçmeye çalışıyorlar.

Eğitim Otobüsü yollarda

Aygaz Eğitim Otobüsü’nde bayi çalışanlarına yönelik olarak 2008 yılından bu yana verilen “Mükemmel Hizmet ve Güvenlik” eğitimleri devam ediyor. 2011 yılında yenilenen eğitim programında yer alan müşteri memnuniyeti, iş güvenliği ve işçi sağlığı, güzel konuşma ve temel İngilizce konularıyla çalışanların daha da donanımlı hale getirilmesi amaçlanıyor.

Bayi çalışanlarının yanı sıra Tüketici Bilgilendirme Eğitimlerini de içeren 2011 Eğitim Turu 1 Nisan itibarıyla İstanbul ve Trakya’da başladı. Bu bölgenin ardından eğitimlere Anadolu’da devam edilmesi planlanıyor. Bugüne kadar toplam 239 eğitimde 3.564 bayi çalışanına ulaşıldı. Bu eğitimlerin yanı sıra kanunen alınması zorunlu olan LPG Yetkili Personel Eğitimlerinde de 80 eğitimde 2.053 bayi çalışanın LPG Yetkili Personel belgesi alması sağlandı.

Abone tespit çalışmaları sürüyor

Türkiye genelinde yapılan abone tespit çalışmaları 2011 yılında da devam ediyor. 2010’da 16 noktada 90 bine yakın anket gerçekleştirilen çalışmada bu yıl daha fazla kişiye ulaşılması amaçlanıyor. Türkiye’nin farklı bölgelerinde 250 bin kapı ziyaretiyle 150 bine yakın anket yapılması planlanıyor. Ankete katılan mevcut ve potansiyel abonelere çeşitli hediyeler veriliyor. Bu yıl önceki yıllardan farklı olarak potansiyel abonelere paro kart aracılığıyla avantajlar sağlanıyor. Paro kartıyla alışveriş yapan potansiyel müşterilere Arçelik’ten üç program üstü bulaşık makinesi veya yedi kg ve üstü çamaşır makinesi aldıklarında Aygaz’a özel 100 TL ve Koçtaş’tan 100 TL harcama yapanlara 10 TL indirim avantajı sunuluyor. Yenilenen soru formuyla tüm kayıtlar Aygaz Ekspres programına aktarılıyor ve aktif olarak takip edilebiliyor.



Evlilik kampanyası sosyal medyada

Evlilik sezonunun açılmasıyla birlikte Aygaz Evlilik Kampanyası sosyal medyaya taşınıyor. Yoğun olarak dijital medya ve yazılı basın kullanılarak yapılacak kampanya iletişim çalışmalarında hedef kitlenin en çok kullandığı web siteleri ve yayınlar seçildi. Aygaz Tüpgaz Facebook hayran sayfası içeriğinde yeni bir bölüm oluşturuldu ve Aygaz ana sayfası içeriğinde kampanyaya özel bir sayfa hazırlandı.

Evlilik Kampanyası’nın içeriğine Aygaz tüpgaz hediyelerine ek olarak Paro kart aracılığıyla Aygaz Euro LPG+, Arçelik, Koçtaş, Setur ve Divan markalarından da çeşitli avantajlar dâhil edildi. Evlilik kampanyasına katılanlara Aygaz tüpgaz depozitosu, dedantör ve güvenli bağlantı seti hediye ediliyor. Katılımcılar ayrıca 50 TL ve üzeri Aygaz Euro LPG+ alımına altı, uçak hariç diğer Setur ürünlerinde beş, 75

TL ve üzeri Divan Pastanesi alışverişlerinde ise beş kat, 250 TL ve üzeri Koçtaş alışverişlerinde ise 15 TL Paropuan kazanıyor. Arçelik’ten no frost buzdolabı ya da yedi program ve üzerinde çamaşır makinesi, 82 ekran ve üzeri LCD/LED TV ya da dört program ve üzeri bulaşık makinelerinde 200 TL indirim fırsatı da kampanya katılan müşterileri bekliyor. Kampanyaya katılmak isteyenler 444 4 999 Aygaz Hizmet Hattı’nı arayarak ya da www.aygaz.com.tr adresinden form doldurarak kampanya avantajları sağlayan Paro kart edinebiliyorlar.

Facebook'ta Aygaz hayranları artıyor

Aygaz Tüpgaz Facebook sayfası 13 Ocak'ta açıldı. Sayfada Tüpler Uzayda reklam kampanyasıyla paralel olarak "Tüpler Uzayda" yarışması düzenlendi. Aygaz ve uzay konularıyla ilgili çeşitli soruların bulunduğu yarışma uygulaması, büyük ilgi gördü ve sorular 3.851 kişi tarafından cevaplandı. Bir günde en çok soruya en kısa sürede doğru yanıt veren toplam 105 kişiye Aygaz ev tüpü, yarışma genelindeki en başarılı beş yarışmacıya da Aygaz barbekü hediye edildi.



Tüpler Uzayda yarışması sonrası sayfa içeriğinde mevcut kampanya ve ürün iletişimlerine devam edildi. Ürün ve kampanya görselleri sayfada paylaşıldı. Aygaz Tüpgaz Facebook sayfası 2011 Mart sonu itibarıyla toplam 72.027 kere ziyaret edildi. Tekil ziyaretçi sayısı 48.262 olarak gerçekleşti. Facebook hayran sayfası ise 4.535 kişi tarafından aktif olarak takip ediliyor.



2011 Bayi Eğitimleri başladı

Aygaz bayi eğitimleri bu yıl Nevşehir Ürgüp'te 43 bayinin katılımıyla başladı. Aygaz uygulamaları ve ürünleri, LPG genel bilgiler, Müşteri Profilleri ve Paro Kart uygulamaları, insan kaynakları, nakliye ve dağıtım, finans, tesisler ve hukuk bölümlerini kapsayan eğitimler, konularında uzman Aygaz çalışanları tarafından verildi. Geçen yıl sırasıyla Safranbolu, Ankara, Diyarbakır, Dörtöyl ve İzmir'de verilen eğitimlere 169 bayi katılmıştı. 2011 yılındaki eğitimlerde ise 400 Aygaz bayisine eğitim verilmesi hedefleniyor.

Bayi Portalı'nda Cihaz Sipariş Sistemi

Aygaz ürün yelpazesinde yer alan tüm cihazların bayiler tarafından kolay ve hızlı bir şekilde sipariş edilebilmesi amacıyla Bayi Portalı üzerinde Cihaz Sipariş Sistemi oluşturuldu. İş yükünü önemli oranda azaltacak olan bu sistem sayesinde stok takibi etkin olarak yapılabilir. Ürünlerin sipariş ve sevki sırasında bayilere ve ilgili saha yöneticilerine siparişle ilgili bilgilendirme yapılacağından takip kolaylığı da sağlanacak. Sistem sayesinde ürün tedariki en hızlı şekilde gerçekleştirilecek.



Sevgi Gönül Tiyatro Günleri 10. kez düzenlendi

Koç Üniversitesi Tiyatro Kulübü'nün bu yıl 10. kez düzenlediği Sevgi Gönül Tiyatro Günleri 12 Nisan'da başladı. Koç Üniversitesi oyuncularının Kaos Teorileri adlı oyunu ile başlayan ve 25 Nisan'a kadar süren festivalde farklı üniversitelerin tiyatro projeleri de yer aldı. Festival kapsamında sahnelenen toplam 12 oyun arasında Ali Poyrazoğlu Tiyatrosu'nun İyi Günde Kötü Günde ve Tiyatro Şenay'ın Aşk Kokusu adlı eserleri de izleyicilerle buluştu. Oyuncu ve yönetmen söyleşileri de festival boyunca devam etti.



Koç Fest üniversite spor oyunları sona erdi

Koç Holding desteğiyle gerçekleştirilen 8. Türkiye Koç Fest Üniversite Spor Oyunları, 18 Mayıs'ta sona erdi. 2010-2011 sezonunda basketbol, voleybol, hentbol, futsal, yüzme, sutopu, atletizm, cimnastik, tekvando ve halter branşlarında müsabakalar gerçekleştirildi. Organizasyona 20 binin üzerinde üniversite öğrencisi sporcu katıldı. Yedi ilde düzenlenen final karşılaşmalarında ise 5 bin 350 sporcu mücadele etti. Müsabakalarda dereceye girenler Koç Holding sponsorluğuyla Türkiye'yi yurt dışında temsil edecekler.

Aygazlı sporculara ödül yağdı

Bu yıl 22'ncisi düzenlenen Koç Topluluğu Spor Şenlikleri'ne Aygaz Grubu'ndan, dört bölgeden, 227 çalışan katıldı. Çeşitli spor dallarında centilmence yarışan Aygazlı sporcular toplam dört kupa, iki altın, bir gümüş bir de bronz madalya almaya hak kazandılar. Koç Topluluğu Spor Şenliği Genel Kapanış ve İstanbul Kupa Dağıtım Töreni İstanbul Yapı Kredi Bağlarbaşı Korusu'nda yapıldı.



Kan bağışına Aygaz desteği



Koç Holding'in, kan bağışının insan hayatı için önemi konusunda farkındalık oluşturmak, düzenli ve gönüllü kan bağışçısı sayısını artırmak amaçlarından yola çıkarak başlattığı 'Ülkem İçin Kan Veriyorum' kampanyasına Aygaz Grubu da destek veriyor. Topluluk çalışanları ve bayileri geçtiğimiz yıl 32.580 ünite kan bağışlayarak 100 bin kişiye umut oldu. Kampanya kapsamında kan bağışlayanlar arasından toplam 1.588 kişi beş ve üzeri, 431 kişi

de 10 kez ve üzeri kan bağışladı. 26 Aygaz Grubu çalışanı da 10 kez ve üzeri kan bağışında bulunanlar arasında yer aldı. Kampanyanın ilk yılına ilişkin değerlendirmelerin yapıldığı, ikinci yılının başlatıldığı basın toplantısına, Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç, Türk Kızılayı Başkanı Tekin Küçükali, Koç Topluluğu yöneticileri, 10 kez ve üzeri kan bağışlamış düzenli kan bağışçısı olan Koç Topluluğu çalışanları ve İstanbul'daki Ülkem İçin Elçileri olan bayiler de katıldı.

Isparta'da "Geliştirme ve Uyum Kursu"

Isparta Mesleki Eğitim Merkezi Müdürlüğü ile Aygaz-Mogaz ve Güröz Ltd. Şti işbirliğiyle düzenlenen Geliştirme ve Uyum kursu tamamlandı. Isparta Dolum Tesisi'nde LPG dolum ve boşaltım personelinin 32 kursiyere 40 saatlik kurs düzenlendi. Kursiyerlere İnsan Sağlığı ve İş Güvenliği, LPG ile ilgili standartlar, genel elektrik bilgisi ve işyerlerinde acil durum yönetimi konularında eğitim verildi. Eğitim sonucunda başarılı olan kursiyerler törenle belgelerini aldı.

Dönüşümcü firmalar bir arada

İlki Antalya'da düzenlenen otogaz dönüşümcü firma çalışanlarını kapsayan iletişim toplantılarına Ankara ve Konya'da devam edildi. Toplantılar 18 Ocak'ta Konya Dedeman Otel'de 85, 1 Mart'ta ise Ankara Bilkent Otel'de 243 dönüşümcü firma çalışanının katılımıyla gerçekleştirildi. Ankara'daki toplantıya Yağız Eyüboğlu ve Tufan Mut da katıldı. LPG sektörü, Aygaz'ın sektöre katkıları ve teknik bilgilendirmelerin yapıldığı toplantılar, soru-cevap bölümüyle tamamlandı. Toplantı sonrasında yemek düzenlendi. Katılımcılar, pek çok konuda bilgi sahibi oldukları organizasyondan memnun kaldıklarını ve bu tip etkinliklerin daha geniş kapsamlı olarak düzenlenmesini arzu ettiklerini dile getirdi.

Dönüşümcü atölyesi satışları artırdı

Aksaray'da 2001 yılından bu yana bayilik yapan Dilekçiler Petrol'ün sahipleri Ömer Dilekçi ve Eren Dilekçi ile istasyonda dönüşümcü atölyesi kurulması için proje geliştirme çalışmaları yapıldı. Bu doğrultuda Aksaray'da faaliyet gösteren MMO belgeli en iyi dönüşüm firması araştırıldı. Bölgenin ilk dönüşüm firması olan Reyhan Otogaz seçildi. 1997'den bu yana 14 bine yakın dönüşüm gerçekleştiren Reyhan Otogaz'ın sahibi Hüseyin Aktürk'le yapılan görüşmelerde projenin detayı üzerinde çalışıldı. Birlikte yürütülecek proje için istasyonda idari ofis olarak kullanılan alan bu işe tahsis edildi. Bayi ofisi, standartlara uygun bir dönüşüm atölyesi haline çevrildi. Dönüşüm atölyesi Aralık 2010'da devreye girdi. 2011 satışları, 2010'a göre %62 oranında arttı. Projenin satışlara yaptığı katma değer ise yaklaşık % 32 oranında olduğu gözlemlendi.

Bursa'da eğitim zamanı

Bayi eğitim programı kapsamında bu yıl ikinci bayi eğitimi 15 Mayıs'ta Bursa Kervansaray Otel'de gerçekleştirildi. Bursa bayilerinden toplam 33 kişinin katıldığı eğitimde, Marmara Bölge Tüplügaz Saha Yöneticisi Hasan Akpınarlı bölgenin satış, rekabet, pazar payları ve yapılan bölgesel faaliyetleri içeren bir sunum yaptı. Eğitim sonunda bayiler için hazırlanan bayi teknik bülteni dağıtıldı ve katılımcılara sertifika verildi.



Kunduz'da Offroad heyecanı



Bu yıl ikincisi düzenlenen Vezirköprü Kunduz Ormanı Off-road Kampı 7-8 Mayıs'da yapıldı. Organizasyona Karadeniz Offroad Birliği kulüp ve dernekleri, çeşitli illerden offroad ve motorsporları kulüplerinden 100'e yakın araç bulunuyordu. Zorlu arazi koşullarında, performanslarını sergileyen sürücüleri izlemek ve onlara destek olmak üzere çevre il ve ilçelerden çok sayıda seyirci de Kunduz'daydı. Aygaz Vezirköprü bayileri Naim-Süleyman Ceylan ve Aygaz Karadeniz Bölge Satış Müdürü Ahmet Baç ve müdürlük çalışanları Cem Topaç, Harun Sel, Özcan Sarısakal ve Halit N. İlker de etkinliğe katıldı. Samsun-Vezirköprü Otogaz Bayisi ve Ceylanlar Petrol iki gün boyunca devam eden organizasyonun sponsorları arasında yer aldılar.

Piknik Keyfi



Dörtüyl Terminal'in geleneksel pikniği, 4 Haziran'da, Amanosların eteğindeki Beşikgöl Vadisi'nde yapıldı. Terminal çalışanlarının tamamına yakınının eş ve çocuklarıyla katıldığı piknik çok eğlenceli geçti. Adana Tüp Dağıtım Merkezi (TDM) Personel Pikniği ise 14 Mayıs'ta TDM bünyesinde gerçekleşti. Dörtüyl Terminali'nden ve Çukurova Mali İşler'den gelen misafirlerin katılımıyla yapılan piknikte tüm çalışanlar oldukça keyifli vakit geçirdi.

Aygaz, MKÜ Kariyer Festivali'nde



Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi'nde iki gün devam eden kariyer günlerine katılan Aygaz çalışanları, etkinlikte yeni mezunlara Koç Holding ve Aygaz hakkında bilgi verdiler. Hatay Valisi M. Celalettin Lekesiz, Rektör Hüsnü Salih Güder ve Hatay İşkur Müdürü de Aygaz standını ziyaret ederek yeni mezunlara gösterilen ilgiden memnuniyet duyduklarını ifade ettiler.

Bursiyerler Kuzguncuk Gemisi'nde

Kocaeli-Gebze Darıca Lafarge Aslan Çimento ATL., AML., TL ve EML Zümrüt Grubu bursiyerleri ve Okul Müdür Yardımcısı Hakan Çelik, Aygaz Kuzguncuk Gemisi'ni ziyaret ettiler. 1. Kaptan Cengiz Altuntaş, 2. Kaptan Erdoğan Demir, Başmühendis Muhittin Tunalı, 2. Mühendis Aydın Toker ve diğer gemi personeli tarafından ağırlanan öğrenciler hem merak ettikleri soruların yanıtlarını öğrendiler hem de bir gemiyi yakından tanıma fırsatı elde ettiler. Sınav stresini gezi sayesinde attıklarını belirten öğrenciler, gezinin her yıl tekrarlanmasını istediklerini de belirtti.



Mersin Dolum Tesisi piknikte

Mersin Dolum Tesisi'nin geleneksel piknik organizasyonu 8 Mayıs'ta gerçekleştirildi. Pikniğe 58 kişi katıldı. Tesis çalışanlarının aileleriyle birlikte katılabilmesi için pazar günü yapılan etkinlikte herkes hoşça vakit geçirdi. Çocukların memnuniyetinin yüzlerine yansımaları, organizasyonun başarıya ulaştığının en önemli göstergesi oldu.

Tüpraş kârlılığını sürdürdü



Tüpraş Genel Müdürü Yavuz Erkut, 2011 yılı ilk çeyrek dönemi sonunda lojistik konumuyla ağır ham petrol işleme avantajını optimum kullanan Tüpraş'ın, satış hacmi ve ham petrol fiyatındaki artışa paralel olarak üretim miktarlarını ve satış gelirlerini artırdığını açıkladı. Faaliyet kârı 351 milyon TL'ye ulaşan Tüpraş, ilk çeyreği 306 milyon TL net kârla kapattı. Ayrıca ülkemizin ihtiyaç fazlası olan fuel oil'i daha yüksek katma değere sahip motorine dönüştürmek üzere başlatılan yaklaşık iki milyar dolarlık Fuel Oil Dönüşüm yatırımında da detay mühendislik çalışmaları tamamlanma aşamasına geldi.



Fehim Paşa Konağı sahnelendi

Tüpraş Sosyal Etkinlik Kulüpleri (SEK) bünyesindeki Genel Müdürlük ve İzmit Rafinerisi Tiyatro Kulübü başarılı sahne performansını sürdürüyor. Geçtiğimiz yıl Müjdat Gezen'in "Bir Çocuksu Sergüzeşt (İstanbul Müzikali)" oyununu sahneleyen Tiyatro Kulübü ikinci oyun için Turgut Özakman'ın "Fehim Paşa Konağı" adlı eserini seçti. Yoğun geçen provalardan sonra 4 Mayıs'ta İzmit Süleyman Demirel Kültür Merkezi'nde yapılan prömiyere Tüpraş Genel Müdürü Yavuz Erkut, Genel Müdür Yardımcıları Gürol Acar, Yılmaz Bayraktar, İzmit Rafineri Müdürü Mesut İlter, Koç Holding Denetim Koordinatörü Serkan Özyurt, Petrol İş Sendikası Kocaeli Şube Başkanı Ali Ufuk Yaşar da katıldı. Oyuna Tüpraş çalışanları ve aileleri de yoğun ilgi gösterdi.

Opet'in yenilediği 57. Alay Şehitliği açıldı

Opet'in 2006 yılında Gelibolu Yarımadası'nı çağdaş bir görünüme kavuşturmak için başlattığı "Tarihe Saygı Projesi" kapsamında bu kez de "57. Alay Şehitliği" yenileme çalışmaları tamamlanarak, 24 Nisan 2011'de düzenlenen devlet töreniyle ziyarete açıldı. Törene Dışişleri Bakanı Ahmet Davutoğlu, Çanakkale Valisi Güngör Azim Tuna, Dışişleri Bakanlığı Koordinatörü Büyükelçi Aykut Sezgin, I. Ordu Komutanı Hayri Kıvrıkoğlu, II. Kolordu Komutanı Raif Akbaş ve Avustralya, Yeni Zelanda, İngiltere, Fransa, Hindistan, İrlanda, Almanya, Bangladeş ve Amerika Birleşik Devletleri üst düzey diplomatları katıldı. Törende ayrıca Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi Semahat Arsel, Opet Petrolcülük Yönetim Kurulu Başkanı Fikret Öztürk, Koç Holding Enerji Grubu Başkanı Erol Memioğlu, Opet



Petrolcülük Yönetim Kurulu Üyesi Ufuk Öztürk ve Opet Petrolcülük Genel Müdürü Cüneyt Ağca da hazır bulundu. 57. Alay Şehitliği'nin yenileme çalışmaları sırasında şehitlik içindeki

yanlış isimler de düzeltilerek doğru yazıldı. 322'si mezar taşı, 1.945'i anıtta olmak üzere toplam 1.817 şehidimizin adı doğru bir biçimde tarihe kazandırıldı.



> Av. Tacettin Akyener - Aygaz Hukuk Müşaviri

Hayatımızdaki kurullar

Sayıları hızla artan bağımsız idari otoriteler, tüm dünyada olduğu gibi Türk hukukunda da büyük önem kazanmaya başladı.

İlk defa Amerika'da ortaya çıkarak uygulanmaya başlanan ve son yıllarda, "üst kurullar", "bağımsız düzenleyici kurumlar", "regülasyon kurumları" gibi kavramlarla anılan ve sayıları hızla artan bağımsız idari otoriteler, tüm dünyada olduğu gibi Türk hukukunda da büyük önem kazanmaya başladı. Bu kurumların düzenledikleri ve denetledikleri alanların Türkiye ekonomisindeki yerleri göz önüne alındığında, bu kurulların özellikle regülasyon yetkilerinin ne kadar önemli olduğu ortaya çıkacaktır. Bu kurullar almış oldukları kararlar ile çalışma ve ticaret hayatının farklılaşmasına sebep olduklarından hayatımızda önemli fonksiyonları bulunmaktadır.

Türkiye'nin Avrupa Birliği (AB) ile olan ilişkilerinde temel unsur olan Gümrük Birliği, Türkiye'nin Avrupa Birliği ile entegrasyonu yönünde 1963 Ortaklık Anlaşması (Ankara) ile çerçevesi çizilen ve 1973 tarihli Katma Protokol ve son olarak 1/95 sayılı Ortaklık Konseyi Kararı (OKK) ile uygulama usul ve esasları düzenlenen bir süreçtir. 1/95 sayılı Ortaklık Konseyi toplantısında, Katma Proto-

kol ile başlatılan Gümrük Birliği sürecinin tamamlanması için gerekli koşulların olduğu kararı alınmış ve işleyişine yönelik karşılıklı yükümlülükler belirlenmiştir. Bu karar Türkiye'nin uygulamada 1971 yılında AB piyasasında sanayi ürünleri ihracatına ilişkin tek taraflı olarak elde ettiği hakların eşitlenmesi anlamına gelmektedir. Gümrük Birliği'nin Türkiye ekonomisine etkileri değerlendirilirken, Türkiye'nin 1971 yılından itibaren sanayi ürünlerini sıfır gümrükle AB ülkelerine ihraç imkânı elde etmesi ve bu imkânın yıllar içinde yarattığı değişim ile ekonomiye katkısı göz ardı edilemez.

Bir diğer önemli husus da 10-11 Aralık 1999 tarihli Helsinki Zirvesi'nde Avrupa Birliği'ne adaylığı teyit edilen Türkiye'nin, Kopenhag Kriterleri kapsamındaki önemli yükümlülüklerinden biri olan müktesebatinin AB ile uyumlu hale getirilmesi yükümlülüğüdür. Gümrük Birliği çerçevesinde yerine getirilen mevzuat uyum çalışmaları, bir yandan Türkiye'nin diğer aday ülkelere oranla müzakere aşamasında çok daha hızlı

ilerlemesi sonucunu ortaya çıkarmış, diğer yandan da Türkiye'de yaşamın etkileneceğine dair önemli bir belirti olmuş ve regülasyonlar getirmiştir.

Bu çerçevede bazı yasalar değişmiştir. Marka Haklarından Faydalanmanın Korunmasına Yönelik Düzenleme, Rekabetin Korunması Hakkındaki 4054 Sayılı yasa, Tüketicinin Korunması Hakkındaki 4077 sayılı yasa ve Aygaz A.Ş.'in içinde bulunduğu LPG Piyasasını ve Akaryakıt Piyasasını düzenleyen 5307 sayılı yasa ile 5015 yasa bunlardan bazılarıdır. Tabi ki bu yasalara istinaden Rekabet Kurulu, EPDK ve Reklam Kurulu, bunların yanında SPK, Radyo Televizyon Üst Kurulu, Tütün ve Alkollü İçki Piyasasını Düzenleme Kurulu, Bankacılık Denetleme Kurulu gibi bazı piyasaları düzenlemek ve denetlemek amacıyla bazı önemli kurullar oluşmuştur.

Hayatımızı düzenleyen ve bazı sonuçlara bağlayan bu kurulların ortak nitelikleri, hepsinin güçlerini yasadan almaları ve yetkilerinin yasa ile belirlenmiş ve bir çerçeveye oturtulmuş olmasıdır. Bağım-

sız Düzenleyici Kurul (BDK) olarak da tanımlanan bu kurulların sahip olması gereken temel özellikleri bağımsız, özerk ve idari otoriteye sahip olmalarıdır. Kurulların diğer resmi kurumlardan farklılaşmasına sebep olan bu temel özellikler, BDK'lara yasa ile tanımlanan faaliyetleri ifa ederlerken başka kuruluşların ve özellikle siyasi otoritenin etki alanında kalmamaları, kurulların oluşumunda ve belirli görevleri kendi başına, kendi organları eliyle görebilmesi ve bunun için gerekli kaynaklara sahip olabilmesi, kendi hareketlerine hâkim olacak kurulların yine kendisini düzenleyebilme yetkisine sahip olarak hareket edip idare adına düzenleyici işlemler yapma ve düzenleyici normları yayınlama yetkilerinin bulunmasıdır.

Üst kurullar, dayandıkları yasa gereği, ilgili sektöre ilişkin politikaları belirleyecek, sektörü yapılandıracak, denetleyerek mevcut ihlallerin önüne geçmek amacıyla ceza kesecek ve cezayı uygulayacak, sübvansedecek nitelikteki değişimleri, düzenlemeleri ve denetlemeleri yapabilecek veya kendi adına yaptırabilecek yetkilere haiz olup buldukları piyasaları regüle etme hakkına ve yetkisine sahiptirler. BDK, merkezi yönetim içinde bakanlıklar tarafından üstlenilen tüm sorumlulukları ve fonksiyonları üstlenmektedirler.

Üst kurulların en belirgin bir başka özelliği, kendi alanlarında kural koyma (bir çeşit yasama), karar alma ve uygulama (bir çeşit yürütme) ve ceza verme (bir çeşit yargı) yetkileri ile temel devlet organları haline getirilmeleridir. Siyasal sistemin meşruluğu gereği birbirinden bağımsız olması gereken bu üç temel erke sahip olmalarına karşın, siyasi sorumluluğu bulunmayan bir yapılaşmadır.

Son yıllarda "Üst kurullar", kavramlarla anılan ve sayıları hızla artan bağımsız idari otoriteler haline geldi. Türkiye ekonomisindeki yerleri göz önüne alındığında, bu kurumların toplumu oluşturan

bireyler olan gerçek veya tüzel kişileri etkileyebilecek düzenleme yetkilerinin ne kadar önemli olduğu ortaya çıkmaktadır. Diğer bir ifade ile ve daha basit bir anlatım ile, bu kuruluşlar dolaylı veya doğrudan insanların hayatlarını etkilemekte düşünce ve davranış biçimlerini değiştirmektedir.

Kurumsal açıdan bakıldığında hayatımıza yeni giren akaryakıt ve LPG piyasasını düzenleyen ve değiştiren bazı kurulların temel amaçları şöyle ifade edilebilir;

Reklam Kurulu, 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 17. maddesine göre oluşturulmuştur. Kurulun amaç ve faaliyetleri hakkında en iyi bilgiyi yönetmelikte bulabileceğimiz için yönetmelik aşağıya alınmıştır. Buna göre ticari reklam ve ilanlarda uyulması gereken ilkeleri belirlemek, bu ilkeler çerçevesinde ticari reklam ve ilanları incelemek ve yaptırımlarda bulunmak, inceleme sonucuna göre yapılması gereken uygulamalar hakkında bakanlığa önerilerde bulunmak amacıyla kurulan Reklam Kurulu'nun kuruluş, görev, çalışma usul ve esaslarını düzenlemektir.

Rekabet Kurumu 4054 sayılı kanun ile teşebbüsler (gerçek veya tüzel kişi) bazında, mal ve hizmet piyasalarındaki rekabeti engelleyici, bozucu veya kısıtlayıcı anlamdaki, karar ve uygulamaları ve piyasaya hâkim olan teşebbüslerin bu hakimiyetlerini kötüye kullanmalarını önlemek, bunun için gerekli düzenlemeleri yaparak, rekabetin korunmasını sağlamak, birleşme ve devralmaları kontrol etmek amacıyla oluşturulmuştur. Tabi ki diğer kurullarda olduğu gibi düzenleyici işlemleri yapmak ve ihlallerin önüne geçilmesi için para cezası uygulama yetkisi de bulunmaktadır.

Elektrik Piyasası Düzenleme Kurumu (EPDK) 4628 sayılı yasa ile kurulmuş, daha sonra, 4646 sayılı Doğal Gaz

Piyasası Kanunu ile de Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu adını almıştır. Kuruma, 5015 Sayılı Petrol Piyasası Kanunu ile petrol piyasasını, 5307 Sayılı Sıvılaştırılmış Petrol Gazları (LPG) Piyasası Kanunu ile de sıvılaştırılmış petrol gazları piyasasına düzenleme ve denetleme görevleri verilmiştir. Enerji Piyasası Düzenleme Kurulu 19.11.2001 tarihinde görevine başlamıştır. Bu kanunların amacı; elektrik, doğal gaz, petrol ve LPG'nin yeterli, kaliteli, sürekli, düşük maliyetli ve çevreyle uyumlu bir şekilde tüketicilerin kullanımına sunulmasıdır. Rekabet ortamında özel hukuk hükümlerine göre faaliyet gösterebilecek, mali açıdan güçlü, istikrarlı ve şeffaf bir enerji piyasasının oluşturulması, piyasada bağımsız bir düzenleme ve denetimin sağlanması, diğer kurullar gibi gerekli değişimleri sağlayacak düzenlemelerin yapılması ve gerektiğinde ihallerin engellenmesi amacı ile yaptırımların hayata geçirilmesi gibi fonksiyonlara sahiptir.

Temel amacımızın bu kurulların ve kurumların yaptığı düzenlemelere ayak uydurmak ve hayatımızı bu düzenlemelere göre yönlendirmek olması artık zorunlu hale gelmiştir. İfade etmeye çalıştığım hususların altında yatan, zaten bu kurulların temel amacının insana hizmet etmek olmasıdır. Ancak yine bu temel amacın gerçekleşmesi ise, bu kurulların amaçlarına uygun olarak hizmet etmeyi sağlayacak yapılara kavuşmasının temin edilmesinin kuşkuyla yer bırakmamasıdır. Bu da, eğitim düzeyi yükseltilmiş bireylerin oluşturduğu toplumsal mutabakat ile yasama organının demokratik argümanlar ile düzenlenmesi yoluyla sağlanacak olgudur.

Sorularınız için:
aygazhukukmusavirligi@aygaz.com.tr



> Dr. Metin Akgün

Kan bağıışı

Koç Topluluğu çalışanları tarafından başlatılan kan bağıışı kampanyası sosyal yardımlaşmanın önemli bir göstergesi olarak öne çıkıyor.

Bireysel sağlıktan çok, sosyal yardımlaşmanın kuvvetli bir göstergesi olan "Kan Bağıışı", topluluğumuzun "Ülkem İçin" projesinin geçen seneki temasıydı. Kampanya kapsamında, Aygaz olarak 460 ünite kan bağıışında bulunduk. Amacımız 2011 yılında daha fazla kan bağıışında bulunarak kampanyaya destek vermek.

Nerelerde kan bağıışında bulunabiliriz?

İllerdeki "Ülkem İçin Elçileri" olan bayilerimizin ya da işyerlerimizde organize ettiği seyyar kan bağıışı organizasyonlarında ya da tüm Türkiye'de bulunan Kızılay kan bağıışı merkezlerinde bağıış yapılabilir.

Kimler kan bağıışlayabilir?

18-65 yaş arasında, ağırlığı 50 kg. üzerinde, önemli bir sağlık sorunu olmayan, kan merkezine kan vermek için geldiğinde yapılan muayenede sağlığı uygun olduğu tespit edilen ve hemoglobinin düzeyi uygun olan herkes üç ayda bir kez, yılda toplam dört kez kan bağıışında bulunabilir.

Kan bağıışı ne kadar sürer?

Kayıt, muayene, kan verme ve ikram

işlemlerinin tamamı yaklaşık 30-35 dakika sürmektedir.

Kimlik bildirim zorunlu mu?

Kan bağıışçıları, isim-soyadı, doğum tarihi (gün/ay/yıl), T.C. kimlik numarasını içeren bir kimliği ve kalıcı adres bilgilerini vererek kendilerini tanıtmalıdır. Aksi takdirde kan bağıışı için kabul edilmezler. Güvenli kan sağlanabilmesi için bu bir zorunluluktur.

Bağıışta bulunmak bağıışının kansız kalmasına neden olur mu?

Bağıışlanan kan 450 mililitre (bir kutu kola, 330 ml'dir) kadardır. Vücudumuzda ortalama 5000-6000 mililitre kan mevcut olup, bu miktar vücut ağırlığının %8'ini oluşturur. Alınan kan vücudumuzdaki kanın yaklaşık 1/13'ü kadar olup kişiye zarar vermez. Ayrıca kan bağıışı öncesinde sağlık yönünden yeterli için kan sayımı ve ilave olarak muhakkak görevli doktor tarafından değerlendirme yapılır.

Kan bağıışlamak sağlığa faydalı mıdır?

Kan bağıışlamanın sağlığa herhangi bir zararı olmadığı gibi faydası da tıbbi olarak kanıtlanmış değildir. Kan ba-



ğışçısına manevi olarak doyum sağlar, tanımadığı bir kişinin hayatını kurtarmak bağışçıyı mutlu eder. Sadece kana ihtiyacı olan hastalara faydası vardır. Hayat kurtarıcıdır.

Kan bağışı kilo aldırır mı? Kilo vermeye neden olur mu?

Kan bağışının tıbbi olarak kanıtlanmış kilo aldırıcı veya verdiren özelliği yoktur. Genellikle kan bağışı sonrasında yeni kan hücrelerinin üretilmesi sonucu iştah açtığı söylenir. Ancak bu durum psikolojiktir. Bağışlanan kanın yerine konulması düşüncesiyle çok gıda alınması ise, kilo alınmasına sebep olabilmektedir.

Kan bağışlarken herhangi bir hastalık bulaşır mı?

Kan bağışlarken kişiye herhangi bir hastalığın bulaşması mümkün değildir. İğneler steril olup kullanıldıktan sonra torbadan özel bir cihazla ayrılıp imhaya gönderilir. Bu iğneler torbaya birleşik üretilmektedir. İğnenin kapağı açıldıktan sonra tekrar takılması ve iğnenin başka bir kişide kullanılması mümkün değildir.

Sarılık geçirilmesi kan bağışlayamaya engel midir?

Hangi sarılığın, kaç yaşındayken ge-

çirildiği önemlidir. 10 yaşından sonra bulaşıcı sarılık (Hepatit A) geçirenler ile sarılık (Hepatit B ve C) geçirenler hiçbir zaman kan bağışı yapamazlar.

İlaç kullanımı kan bağışlamaya engel midir?

Bazı ilaçlar kan bağışı için engel oluşturabilir. Kullanılan bütün ilaçlar hakkında bilgiyi kan bağışı öncesinde var ise işyeri hekiminize ve muayeneyi yapan görevli kan merkezi doktoruna kesinlikle bildiriniz.

Kan bağışladıktan sonra nelere dikkat etmek gerekir?

Genelde kan bağışı günlük yaşantı akışında önemli bir değişikliğe yol açmaz yine de dikkat edilmesi gereken bazı konular vardır:

- Kan verme işlemi bittikten sonra ayağa kalkmak için acele edilmemeli ve görevli hemşirenin bu konudaki önerilerine kesinlikle uyulmalıdır.
- Kan bağışından sonra bir süre dinlenerek ikram edilen içecek ve bazı yiyecekleri almakta büyük fayda vardır.

- İlk dört saat boyunca her zaman olduğundan daha çok sıvı gıdalar (su, meyve suyu vb.) almak çok önemlidir

ancak alkollü içecekler vücuttan sıvı kaybını artıracığı için içilmemelidir.

- Sigara kullanımı varsa kan bağışından sonra en az 30 dakika geçmeden sigara içilmemelidir. Çünkü böyle bir durumda sigara kullanımı baş dönmesi, bulantı gibi şikâyetlere yol açabilmektedir.

- Tekrar kanamaya neden olabileceğinden ilk birkaç saat kan verilen kol ile ağır şeyler taşınmamalıdır.

- Sporla uğraşıyorsa kan bağışı yapıldığı gün ağır spor faaliyetlerinden kaçınılmalıdır.

- Kan bağışladıktan sonraki ilk dört saat aşırı sıcak ortamlarda (hamam, sauna gibi) bulunulmamalıdır.

- Bağış sonrası eğer baygınlık hissi, baş dönmesi olursa hemen bir sağlık profesyoneline ulaşılmalı, eğer ulaşılmıyorsa bir yere uzanarak veya başı iki dizin arasına alacak şekilde oturmak gereklidir.

Kaynak

<http://www.kanver.org/>

Aygaz ailesine yeni katılanlar

Doğuştan Aygazlılar, evlenerek ailemize katılanlar, yeni çalışma arkadaşlarımız... Hepinizi kutluyor ve aramıza katıldığınız için mutluluk duyuyoruz. Ailemiz sizin varlığınızla zenginleşerek daha da sıcak bir yuva haline gelecek.

Aramıza Yeni Katılanlar

Adı Soyadı	Ünvan	Departmanı
Volkan Akşahin	İşletme Sorumlusu	Ambarlı Terminal Müdürlüğü
İbrahim Ergül	Tesis Operasyon Yöneticisi	Tesis Operasyon Yöneticiliği
Onur Damcı	Saha Yöneticisi	Trakya Tüplügaz Satış Yöneticiliği
Mehmet Atakan Kayrak	Saha Yöneticisi	Trakya Tüplügaz Satış Yöneticiliği
Emre Çelik	Üretim Yönetimi Sorumlusu	Üretim Plan. ve Yardımcı İşletmeler Müd.
Tunç Demir	Saha Yöneticisi	Marmara-Otogaz ve Dökmegaz Satış Ynt.
Ali Eren Çelenk	Teknik Müşteri Hizmetleri Sorumlusu	Teknik Müşteri Hizmetleri Müdürlüğü
Yasin Yıldız	Su Üretim ve Kontrol Sorumlusu	Diğer Ürünler Satış Müdürlüğü
Mustafa Önder Cengiz	Satınalma Sorumlusu	Satınalma Müdürlüğü
Yusuf Ziya Özgül	Elektrik Teknisyeni	Ambarlı Terminal Müdürlüğü
Ahmet Evren Altunkese	Enspektör	Anadoluhisari Tankercilik A.Ş.
Seda Sanlı	Sap Proje Sorumlusu	Bilgi Sistem Müdürlüğü
Erkman İleri	Otogaz ve Dökmegaz Dağıtım Sorumlusu	Mali İşler Yöneticiliği (Oab-Karadeniz)
Cüneyt Acar	Sap Modül Sorumlusu	Bilgi Sistem Müdürlüğü
Cem Armağan Akbaş	Lpg Temin ve Ticaret Sorumlusu	Lpg Temin Müdürlüğü
Bengi Turhan	Lpg Temin ve Ticaret Sorumlusu	Lpg Temin Müdürlüğü
Kazım Şengöz	Su Üretim ve Kontrol Sorumlusu	Diğer Ürünler Satış Müdürlüğü
Gökhan Öcal	Yatırım Sorumlusu	Yatırımlar Yöneticiliği
Cüneyt Ocak	Saha Yöneticisi	Karadeniz-Tüplügaz Satış Yöneticiliği
Mustafa Altınsoy	Saha Yöneticisi	Karadeniz-Tüplügaz Satış Yöneticiliği
Dinçer Doyuran	Saha Yöneticisi	Çukurova-Otogaz ve Dökmegaz Satış Ynt.

Çocuğu Olanlar

Adı Soyadı	Çocuk Ad	Doğum
Barış Sarıpolat	Baray	18/01/2011
İbrahim Palta	Fatma Ceylin	25/01/2011
Murat Yıldız	Asya	07/02/2011
İsmail Özgen	Asya Ada	17/02/2011
Yasin Yıldız	Elanur	08/03/2011
Murat Çelik	Can Demir	08/03/2011
Recep Ejder Öğüt	Ecrin	17/03/2011
Nazım Türker	Tuana	28/03/2011
Selin Sanver Nasuhoğlu	Kaan	14/04/2011

Evlenenler

Adı Soyadı	Eşi	Evlilik Tarihi
Hakan Gürel	Işın	09/04/2011
Erol Çağlar	Solmaz	03/05/2011
Onur Damcı	Gülşen	21/05/2011



Türkiye'nin en çok tercih edilen otogaz markası



7726 AYGAZ HİZMET HATTI 444 4 999 / www.aygaz.com.tr

Ekstra çekiş gücü. Ekstra performans.



AYGAZ
50 YIL

ÖDÜLÜMÜZ GÖRÜNDÜĞÜNDEN DAHA BÜYÜK.

Aygaz, dünyadaki birçok canlı türünü tehdit eden iklim değişikliğine karşı yürüttüğü "Yarın Hava Nasıl Olacak?" projesiyle İngiliz Halkla İlişkiler Enstitüsü'nün Mükemmellik Ödülü'ne layık görüldü. Böylece, onların geleceğini korumaya bir adım daha yaklaşırken, 50 yıldır sektöründe elde ettiği sayısız öncülük ve birinciliklerin yanına toplumsal sorumluluklarının ve duyarlılığının sembolü olan bir birinciliği daha ekledi.

