

ANAHTAR

NO 22

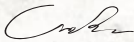
EYLÜL 2023

FUZUL GAYRİMENKUL YATIRIM ORTAKLIĞI ANONİM ŞİRKETİ

ESAS SERMAYESİ: GÜVENİNİZ

30 YILLIK FUZUL TECRÜBESİ HALKA ARZ OLDU VE
BORSAYA AÇILDI. TÜRKİYE'NİN %1,5'İ
FUZUL GYO'YA ORTAK OLDU.

Yönetim Kurulu Başkanı
Mahmut Akbal



Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı
Eyüp Akbal



Yönetim Kurulu Üyesi
Zeki Akbal



fuzul GYO

Türkiye'nin %1,5'i Fuzul GYO'ya ortak oldu! **TEŞEKKÜRLER TÜRKİYE!**

İstanbul'un en değerli lokasyonlarında binlerce yaşam alanını hayata geçiren Fuzul GYO olarak, 30 yıllık Fuzul tecrübesini halka arz ettik. Güveniniz ve desteğinizle daha da güçlenen halka arz sürecimizde 1.369.622 yatırımcıdan toplam halka arz büyüklüğünün bireyselde 3 katı, kurumsalda 4,3 katı kadar talep aldık. Halka arz dönemimizde Türkiye'deki GYO şirketleri arasında en yüksek bireysel katılımcı sayısına ulaşan şirket olduk. Yatırımlarıyla bize güvenini ve inancını bir kez daha gösteren, bu yolculuğumuzda bizimle birlikte ilerleyen herkese teşekkür ederiz.



- 20 Riskleriniz Akva Sigorta ile Teminat Altında
- 22 Pazarlama ve Marka Stratejileri, Veriler Üzerine İnşa Edilir
- 26 Finansal Çözümleri için Bireysel ve Kurumsal Kullanıcıların, Pazardaki İlk Tercihini Olmayı Hedefliyoruz
- 27 Borsa İstanbul'da Gong Fuzul GYO için Çaldı
- 28 Tasarruf Finansman Araştırma ve Uygulama Merkezi Kuruluyor
- 29 Başakşehir Ayazma 4. Etap Projesi için İlk Adım Atıldı
- 30 Müşterilerimizin Güvenilir Yol Arkadaşınız!
- 32 Empati Başarıyı Kaçınılmaz Kılıyor
- 33 En Büyük Motivasyonumuz: Ev, Araç ve İş Yeri Sahibi Yaptığımız Kişilerin Mutluluğu
- 34 Misafirlerimizin Doğru Yerde Olduğunu Hissetmeleri Bizler için Çok Önemli
- 36 Kimlik, İnanç ve Eylem Bütünlüğünden İbaretir
- 42 30 Yıl, 1 Dakikaya Sığar Mı?
- 46 İran, Görkemli Geçmişi ve Tarihi Hazinesi ile Kendine Hayran Bırakıyor
- 50 Kendini Değersiz Hissetme, Kendine Karşı Şefkatli Ol!
- 54 Türkiye'nin Dünyaya Açılan Kapısı: Fuarçılık
- 56 İstanbul'un Kurtuluşu, Millet'in İman Dolu Yüreğinin Zaferidir
- 58 Marka Dergileri, Şirketlerin Kurumsal Dinamizmini Gözler Önüne Seriyor
- 60 Aidiyetin Sırrı: Yaptığın İşini Sevmek, Sabır Göstermek ve Sebat Etmek
- 64 Gelişmiş Ülkelerde Ev Fiyatları ve Talebi Düşüyor, Türkiye Bunu Fırsata Çevirebilir
- 66 Fuzul'de Yaşayan Bir Eğitim Süreci Var
- 68 Bu Eylül Değilse Ne Zaman?
- 70 Sağlıklı Yaşamın Sırrı: Beslenmede Sadeleşme
- 72 Dijital Okuryazarlık, Etkili Bir Akıllı Cihaz Kullanımının Çok Daha Ötesinde



10

Dayanışma Ekonomisi'ni Dünyaya Örnek Olacak Bir Model Hâline Getireceğiz

14

Yatırımcıların Gösterdiği Yoğun İlgi, Bize Gösterilen Güvenin de Teyidi



18

**Fuzul GYO, Halka Arz
Tarihine Geçti**



38

**Marka Değerinin
Önem Kazandığı
Günümüzde,
Şirketlerin
Entelektüel
Sermayeleri de
Artıyor**

40

**Tanınmış Marka Başvurularıyla
Şirketler, Rekabetçi İş
Dünyasında Öne Çıkıyor**





İmtiyaz Sahibi

Fuzul Tasarruf Finansman AŞ Yönetim Kurulu Başkanı

Eyüp Akbal

Yayın Koordinatörü

Burak Salman

Genel Yayın Yönetmeni

Merve Ay

Yayın Koordinasyon

Cansu Kekeç Saatçioğlu

Sergen Yeşilalioğlu

Kübra Akbal Kuru

Emir Adıgüzel

Elif Ece Evren

Dağıtım Koordinasyon

Doğanay Akyel

Grafik Tasarım

wave.
Turkey

İletişim

Fuzul Tasarruf Finansman AŞ Genel Müdürlük

Nispetiye Mahallesi, Büyükdere Caddesi No: 100 B, 34340 Beşiktaş | İstanbul

444 63 13

Baskı

Matsis Baskı Çözümleri

Tevfikbey Mahallesi Dr. Ali Demir Cad. No: 51

Sefaköy - İstanbul

Tel: 0212 624 21 11 - matsisprint.com



Fuzul Tasarruf Finansman AŞ Yönetim Kurulu Başkanı
Eyüp Akbal

*Eyüp Akbal, Chairman of the Board of Fuzul Tasarruf
Finansman AŞ*

Türkiye'nin %1,5'i Fuzul GYO'ya Ortak Oldu

Değerli okurlarımız,

Fuzul Holding iştiraklerinden Fuzul GYO'nun halka arz haberini sizlerle paylaşmanın gururunu yaşıyoruz. 30 yıllık Fuzul tecrübesini halka arz ettik ve Türkiye'nin yüzde 1,5'i Fuzul GYO'ya ortak oldu. Bizlere gösterilen bu teveccühe layık olmak adına projelerimizi en iyi şekilde gerçekleştirmeye devam edeceğiz. Tasarruf finansman sektörü, bildiğiniz gibi dayanışmayı merkeze alarak kişilerin ev, araç ve çatılı iş yeri sahibi olmasını sağlıyor. Üstelik bunu yaparken de herhangi bir faiz ya da kredi kullanımı da söz konusu olmuyor. 30 yılı aşkın bir süredir, tasarruf finansman sistemiyle kişilerin bahsi geçen ürünlere sahip olabilmeleri adına finansman sağlanıyor olsa da sektörün regüle edilmesi ve akabinde lisanslama sürecinin tamamlanması yaklaşık 1,5 yıl önceye dayanıyor. Özellikle regülasyon sürecinin oluşturduğu güven algısının sektörün büyümesi noktasında önemli bir güç olduğu kanaatindeyim. Sektörün rakamsal verilerine bakacak olursak 2015-2022 yılları arasında sektörün aktif büyüklüğünün yüzde 740 oranında arttığını söyleyebilirim. Haziran 2023 döneminde toplam altı firma, 433 adet şube ve 4 bin 130 adet istihdam büyüklüğüne ulaşan sektörün müşteri sayısı, 337 bin kişi oldu. Tasarruf ve finansman dönemine ait sözleşme tutar toplamı ise Haziran 2023 tarihi itibarıyla 106 milyar TL'ye yükseldi. Bu sayısal verilerin çok daha iyi noktalara ulaşacağına şüphem yok. Sektörümüz adına ağustos ayında önemli bir protokol imzalandı. Finansal Kurumlar Birliği ile İbn Haldun Üniversitesi arasında imzalanan protokol ile Tasarruf Finansman Araştırma ve Uygulama Merkezi'nin kurulmasına yönelik ilk adım atılmış oldu. Bu oluşumun sektörümüzün geleceğine önemli katkılar sunacağı kanaatindeyim. Bahsi geçen Merkez'in tasarruf finansman sektörüne hayırlar getirmesi temenni ediyorum.

Bir sonraki sayıda tekrar buluşmak ümidiyle keyifli okumalar dilerim.

Saygılarımla.

1.5% of Türkiye became Partners in FuzulGYO

Dear Reader,

We are proud to share the news of the public offering of FuzulGYO, one of the subsidiaries of Fuzul Holding with you. We offered 30 years of Fuzul experience to the public and 1.5 percent of Türkiye took advantage of our offer and went into partnership with FuzulGYO. We will continue to realize our projects in the best way to be worthy of this trust.

As you know, the savings finance sector focuses on solidarity and enables people to own houses, vehicles and open-air workplaces. Moreover, no interest or credit is involved. The savings finance system has been providing financing for people to own the aforementioned products for more than 30 years, but the regulation of the sector and the subsequent completion of the licensing process dates back about 1.5 years. I believe that the perception of trust created by the regulatory process is an important force in the growth of the sector. If we look at the sector's numerical data, I can say that the sector's asset size increased by 740 percent between 2015 and 2022. The number of customers of the sector, which reached a total of six companies, 433 branches and 4,130 employees in June 2023, was 337 thousand. The total contract amount of the savings and financing period increased to 106 billion TL as of June 2023. I have no doubt that these numerical data will increase further.

An important protocol was signed in August on behalf of our sector. The first step regarding the establishment of the Savings Finance Research and Application Center was taken with the protocol signed between the Association of Financial Institutions and Ibn Haldun University. I believe that this formation will contribute significantly to the future of our sector. I hope that the aforementioned Center will bring good luck to the savings finance sector.

I hope to join you again in the next issue and wish you pleasant reading.

Best regards.



fuzul

**FUZUL'DEN
HERKESİN GÖNLÜNE GÖRE
KAMPANYA!**

3

ayda ev,



3

ayda
otomobil
sahibi olun.



444 63 13 | fuzulev.com

Fuzul GYO'ya Olan Talep, Bizleri Gururlandırdı

Anahtar Dergimizin kıymetli okurları,

Yaz mevsimini geride bırakıp sonbahara adım attığımız bu günlerde, 22'inci sayımız ile karşınızdayız. Bu sayımızda yine hem Fuzul Holding şirketleriyle ilgili kıymetli haberlere ulaşacak hem tasarruf finansman sektörüne yönelik bilgiler edinecek hem de keyifli aktüel yazılar bulacaksınız.

Dergimiz hazırlık aşamasındayken sizlerle paylaşmaktan mutluluk duyduğumuz bir gelişme yaşandı. Fuzul Holding iştiraklerinden Fuzul GYO'nun halka arzı gerçekleşti ve şirket, borsada işlem görmeye başladı. Halka arz olduğu dönemde Fuzul GYO, halka arz olan GYO şirketleri arasında en yüksek bireysel katılımcı sayısına ulaşan GYO unvanının da sahibi oldu. Türkiye'nin yüzde 1,5'i Fuzul GYO'nun ortağı oldu. Yatırımcılardan gördüğümüz bu yoğun ilgi, bizleri ziyadesiyle gururlandırdı.

Bu süreçte bir de sektörümüz adına önemli bir adım atıldı. Fuzul Tasarruf Finansman AŞ Yönetim Kurulu Başkanı Eyüp Akbal'ın önderliğinde Finansal Kurumlar Birliği ile İbn Haldun Üniversitesi arasında Tasarruf Finansman Araştırma ve Uygulama Merkezi kurulmasına yönelik bir protokol imzalandı. Bu Merkez, tasarruf finansman sektörünün bilinirliğin artmasına ve Türkiye ekonomisine sunduğu faydalardan daha çok istifade edilmesine olanak sağlayacak.

Gelelim 22'inci sayımızın içeriğinde neler olduğuna... Fuzul Tasarruf Finansman AŞ Yönetim Kurulu Başkanı Eyüp Akbal ile Tasarruf Finansman Araştırma ve Uygulama Merkezi'ni masaya yatırdığımız bir röportaj gerçekleştirdik. Diğer röportajlarımızı ise Fuzul GYO Yönetim Kurulu Üyesi Zeki Akbal ve Prof. Dr. Sadettin Ökten'le gerçekleştirdik. Zeki Akbal ile Fuzul Yapı'nın gayrimenkul yatırım ortaklığına dönüşümü ve halka arz sürecini, Sadettin Ökten'le ise İslam medeniyetinde şehir inşasını konuştuk. Kendilerine teşekkür etmek isterim.

Olimpa AVM Genel Müdürü Bayram Ayyıldız, Akva Sigorta Direktörü Hakan Zıç, Fuzul Pazarlama ve Marka İletişim Müdürü Burak Salman'ın da katkı sunduğu bu sayımızda; Prof. Dr. Fatma Ayanoğlu, entelektüel sermayeyi konu edindiği bir metinle yer buldu. Destek Patent CEO'su Faruk Yamankaradeniz, şirketlerin tanınmış marka başvuruları yapımlarıyla ilgili bir yazı kaleme aldı. NOT AD AGENCY Kurucu Ortağı Rıza Çağrı Çelik, Fuzul Holdig 30. Yıl filminin detaylarını *Anahtar* dergisi okurlarıyla paylaştı. Wave Medya & Wave Turkey Ajans Başkanı Mustafa Özkan, marka dergileri ile ilgili, Medya Direktörü Arif Bayraktar gayrimenkul sektörüyle ilgili, İbrahim Güneş ise fuarcılığın iş dünyasına katkılarıyla ilgili metniyle dergimize katkıda bulundu. Her birine teşekkür ederim.

Tüm bunların dışında dijital okuryazarlıktan İran rotasına, elektronik cihaz sigortasından beslenmeyle sadeleşmeye, İstanbul'un Kurtuluşu'ndan kişinin kendini değersiz hissetmesine kadar pek çok farklı konuda bu sayımızda yer aldı.

Bir sonraki sayıda tekrar buluşmak ümidiyle...

Merve AY

DAYANIŞMA EKONOMİSİ'Nİ DÜNYAYA ÖRNEK OLACAK BİR MODEL HÂLINE GETİRECEĞİZ

Finansal Kurumlar Birliği Tasarruf Finansman Şirketleri Sektör Kurulu Başkanı Eyüp Akbal ile Tasarruf Finansman Araştırma ve Uygulama Merkezi'ni mercek altına aldığımız bir röportaj gerçekleştirdik



Finansal Kurumlar Birliği Başkan Vekili **Eyüp AKBAL**

Ağustos ayında Finansal Kurumlar Birliği ve İbn Haldun Üniversitesi iş birliğiyle kurulacak Tasarruf Finansman Araştırma ve Uygulama Merkezi'nin imza töreni gerçekleştirildi. Konuyu Finansal Kurumlar Birliği Tasarruf Finansman Şirketleri Sektör Kurulu Başkanı Eyüp Akbal ile konuştuk. Akbal, "FKB çatısı altında sektör temsilcilerimizle birlikte kamunun da desteği ile tasarruf finansman sektörünün geliştirilmesi, bilinirliğinin artması ve sistemin toplumun geniş bir kesimi tarafından istife edilebilecek bir noktaya gelmesi için var gücümüzle çalışıyoruz." ifadelerini kullandı.

Finansal Kurumlar Birliği Tasarruf Finansman Sektör Kurulu ile İbn Haldun Üniversitesi arasında bir protokol imzalandı. Bu protokolle birlikte Tasarruf Finansman Araştırma ve Uygulama Merkezi'nin temelleri atılmış oldu. Bu merkezi sizden dinlemek isteriz.

İbn Haldun Üniversitesi ile Tasarruf Finansman Araştırma ve Uygulama Merkezi kurulmasına yönelik imzaladığımız protokol; temsilcisi olduğumuz tasarruf finansman sektörünün gelişimi, sürdürülebilirliğinin sağlanması, bilinirliğinin

toplumumuzun tüm kesimlerinde yaygınlaştırılması ve Türkiye ekonomisine sunduğu faydalardan daha çok istifade edilebilmesi adına atılmış çok önemli bir adımdır. Bu protokolün Dayanışma Ekonomisi'nin felsefesinin oluşturulması, bilimsel ve akademik çalışmaların yaygınlaştırılması konusunda önemli bir boşluğu dolduracağına inanıyorum.

Diğer yandan her ne kadar Dayanışma Ekonomisi, çeyrek asrı aşkın bir süredir var olmuş olsa da regüle edilerek sistemin Türkiye ekonomisine kazandırılması ve tasarruf finansman sektörü olarak adlandırılması oldukça yenidir. Dolayısıyla sektörümüz, bir yandan 30 yılı aşkın tecrübeye, bilgi birikimine sahip diğer yandan da yeni, genç ve dinamik bir oluşumdur. Keza İbn Haldun Üniversitesi de genç, dinamik ve vizyoner bir üniversite olması hasebiyle bu iş birliğinden büyük ölçüde istifade edeceğimizi düşünüyoruz. Bu da demek oluyor ki: İki dinamik ve vizyoner yapı, güçlerini birleştiriyor ve oluşturdukları sinerji ile Türkiye'nin hem ekonomik hem de sosyal alanda gelişimine katkı sunmaya hazırlanıyor.

Tasarruf Finansman Araştırma ve Uygulama Merkezi'nin ilk etaptaki amacı, tasarruf finansman sektörünün toplumumuzun tüm kesimleri tarafından bilinmesine yönelik çalışmalar gerçekleştirmek olacaktır

Tasarruf finansman sektörü temsilcileri olarak bugünlere kadar güven temeli üzerine inşa ettiğimiz sistemimizi, akademik camiada da başarılarla taçlandırmak istiyoruz. Tasarruf Finansman Araştırma ve Uygulama Merkezi çatısı altında gerçekleştireceğimiz çalışmalarla sektörümüzün sürdürülebilirliğine de katkı sunuyor olacağız.

Tasarruf Finansman Araştırma ve Uygulama Merkezi'nin amaçlarıyla ilgili neler söylemek istersiniz?

Tasarruf Finansman Araştırma ve Uygulama Merkezi'nin ilk etaptaki amacı, tasarruf finansman sektörünün toplumumuzun tüm kesimleri tarafından bilinmesine yönelik çalışmalar gerçekleştirmek... Bunu yaparken de Türkiye ekonomisine sunduğu katkının yanı sıra toplumsal faydayı da öncelemek olacaktır. Bir sonraki aşamada temel arzumuz: Tasarruf finansman modelimizi, Türkiye'de yaygınlaştırdıktan sonra dünyaya örnek teşkil edecek bir noktaya taşımaktır. Keza FKB olarak ülkemizin kültürel değerleriyle örtüşen ve Dayanışma Ekonomisi'nin en iyi örneklerinden biri olan tasarruf finansman sektörünün yurt dışında anlatılması için de akademik çalışmaları değerli buluyoruz. Bu nedenle dünyanın dört bir yanından ülkemize davet edeceğimiz alanında uzman isimler ve hocalarla düzenlenecek olan sempozyum, kongre ve konferanslar sistemin tanıtımı açısından oldukça faydalı olacaktır.

Özetlemek gerekirse, 30 yıldır reel piyasada rüştünü ispatlayan sektörümüz, İbn Haldun Üniversitesi ile gerçekleştirdiğimiz iş birliğiyle akademik literatürde de yer alacak. Biz bu merkezle sistemimizi ülke sınırlarının ötesine

yaymayı hedefliyoruz.

Kamu, özel sektör akademi dünyasının bulunduğu Tasarruf Finansman Araştırma ve Uygulama Merkezi'nin sektöre ne gibi katkıları olacağını düşünüyorsunuz?

Sektör temsilcilerimizle birlikte kamunun da desteği ile sektörümüzün geliştirilmesi ve sistemin toplumun geniş bir kesimi tarafından istifade edilebilecek bir noktaya getirmesi için var gücümüzle çalışıyoruz. Kamunun ve özel sektörün oluşturduğu sinerjiye şimdi de akademi dünyası katıldı. Böylelikle tasarruf finansman ekosisteminin tamamlandığını söylemek mümkün. Ayrıca kamu, özel sektör ve akademinin bir araya gelmesiyle Türkiye için örnek bir model de oluşmuş oldu.

FKB çatısı altında sektör temsilcilerimizle birlikte kamunun da desteği ile tasarruf finansman sektörünün geliştirilmesi, bilinirliğinin artması ve sistemin toplumun geniş bir kesimi tarafından istife edilebilecek bir noktaya gelmesi için var gücümüzle çalışıyoruz. Şimdi de akademi dünyasını da bu çarkın içine dahil ettiğimizde ekosistem tamamlanmış, 360 derece bir sektör hâline gelmiş de oluyoruz.

30 yıldan aldığımız güçle akademik alanda da sektörümüzü, her daim ileriye taşımayı boynumuzun borcu biliyor, tüm çalışmalarımızı bu yönde gerçekleştirmeye niyet ediyoruz.

Uzun yıllara dayanan tecrübelerimizle akademik alanı da süreçte dâhil ederek sektörümüzün sürdürülebilir gelişimine katkı sunmayı hedefliyoruz. Sürdürülebilir katkının dışında sektörün akademik tabanının oluşturulması, sosyal bir fayda da sağlıyor. Malumunuz toplumumuzda finansal okuryazarlık oranları düşük. Biz bunun geliştirilmesini önemsiyoruz. Öyle ki tasarruf finansman kavramlarının ve diğer finansal araçların hane halkına ve yatırımcılara doğru bir şekilde anlatılması, toplumsal tasarruf bilincinin geliştirilmesiyle tasarruf oranlarının artmasına katkı sağlayacaktır.





Finansal okuryazarlık demişken bu konuya da değinelim. Ülkemizde finansal okuryazarlık oranlarının çok düşük olduğu biliniyor. Bu konuda neler söyleyeceksiniz?

Finansal okuryazarlığın toplumun tüm kesimlerinde yaygınlaşmasının kritik öneme sahip olduğu kanaatindeyim. Öyle ki finansal okuryazarlığın toplum geneline yayılması, tasarruf bilincinin geliştirilmesine de katkı sunacaktır. Kişilere, tasarruf finansman sektörünü en açık, net ve sade bir biçimde anlatabilmek ne kadar önemliyse ilgili kişilerin finansal kavramları bilmesi, anlaması ve tasarruf araçlarını kullanabilmesi de o denli önemlidir.

Sayısal veriler ışığında tasarruf finansman sektörünün bugünü, sizden dinlemek isteriz...

Sektörümüz, 2015 yıl sonu itibarıyla iki şirket 66 şube ile faaliyetlerini yürütüyordu ve sektör 1,5 milyar TL aktif büyüklüğe sahipti. 2021'de ise aktif büyüklük 12,3 milyar TL, Aralık 2022'de 14,3 milyar TL iken Haziran 2023'ü bu rakam 15,6 milyar TL'ye buldu. Tasarruf finansman sektörünün aktif büyüklüğü 2015-2022 yılları arasında yüzde 740 oranında artış kaydetti. Haziran 2023 döneminde toplam altı firma, 433 adet şube ve 4 bin 130 adet istihdam büyüklüğüne ulaşan sektörün müşteri sayısı, 337 bin kişi oldu. Tasarruf ve finansman dönemine ait sözleşme tutar toplamı ise Haziran 2023 tarihi itibarıyla 106 milyar TL'ye yükseldi. Bu veriler ışığında nitelikli istihdama önemli bir katkı sunan sektörümüzün istikrarlı bir şekilde büyüdüğünü ve yüksek bir potansiyele sahip olduğunu ifade etmek isterim.

Muhtelif mecralarda yaptığınız açıklamalarda sektör olarak kimi revizyonlar beklediğinizden bahsediyorsunuz. Bunları bir de Anahtar dergisi okurları için yineler misiniz?

Öncelikle şunun altını bir kez daha çizmek isterim ki tasarruf finansman sektörü, rüştünü ispatladı. Az önceki soruda değindiğim sayısal veriler, oldukça iyi ve biz bunları çok daha ileriye götürmek istiyoruz. Sektörün önünün daha da açılacağına inancımız tam. Ancak bunun olabilmesi adına birkaç revizyona ihtiyacımız olduğunu da belirtmemde fayda var. Örneğin; bizim sektörümüzün çeşitli teşvik ve istisnalarla desteklenmesi gerektiği kanaatindeyim. Mesela Türkiye'de 2003 yılında faaliyete geçen Bireysel Emeklilik Sistemi, diğer yatırım araçlarından farklı olarak devlet katkısıyla da destekleniyor. Öyle ki BES'e dâhil olan tasarruf sahiplerine, ilk dönemde yatırımlarını her 100 TL'ye devlet tarafından yüzde 25 katkı sunuluyordu. Geçen yılın başında ise bu oran yüzde 30'a çıkarıldı. Böylelikle tasarruf sahipleri sisteme yatırımları tutara göre devletten katkı almış oluyorlar. BES'te yürütülen destek ve teşvikin bir benzerinin konut ediniminde sektörümüze uygulanması, Türkiye'deki tasarruf oranlarının artmasına katkı sağlayacaktır. Bu sayede düşük ve orta gelirlilerden ziyade tüm toplum tarafından da tercih edilen bir finansman modeli hâline gelebiliriz. Dolayısıyla bu yönde atılacak bir adım, vatandaşlarımızı daha fazla tasarruf etmeye yönlendirecektir.

Diğer önemli husus ise bugünkü konjonktürde tasarruf finansman sektörü, birikim sahiplerine yalnızca ev, taşıt ve çatışı iş yeri için finansal kaynak sağlamaktadır. Bizler sektör



Tasarruf finansman sektörü, Türk Lirası tasarruflarını artırmasının yanında bireylere tasarruf kapasiteleri oranında birikim yapma imkânı verdiğinden yastık altı birikimlerin ülke ekonomisine kazandırılması noktasında büyük öneme sahiptir

Tasarruf finansman sektörünün aktif büyüklüğü 2015-2022 yılları arasında %740 oranında artış kaydetti

temsilcileri olarak yeni ürün ve paketlerin de işin içine dâhil edilebilmesine yönelik adımlar atılabilmesi için gerekli görüşmeleri yapabilir ve ürün çeşitliliğini sağlayabilirsek tasarruf oranlarında bir ivmelenme yakalanacağını düşünüyorum.

Genel manada beklediğimiz revizyonları birkaç maddede özetleyeyim:

- Sektörümüzü sürdürülebilir kılmak adına yeni gelir modelleri oluşturabilmeliyiz.
- Müşterilerin daha fazla talebine karşılık bulabilmek adına ürün çeşitliliğinin de artırılması önemli.
- Yine sisteme katılım için belirlenen rakamlardaki kısıtlamaların kaldırılması da sektörün tabana yayılması noktasında elzem.
- Sektörde faaliyet gösteren tüm kuruluşların tıpkı bankalarda olduğu gibi itibar yönetimine ait düzenlemelere ihtiyaç duyduğunu söyleyebilirim.
- Devlet katkılı konut edindirme, ilk evim, ilk arabam gibi teşvikli modellerin kapsamına sektör kuruluşlarının da dâhil edilmesi gerekli bir adım olacaktır.

Son olarak da tasarruf finansman sektörünün Türkiye ekonomisine ne gibi katkıları olduğunu konuşalım derseniz... Dayanışma Ekonomisi ile tasarruf sahipleri; ev, araç ve çatılı iş yeri ihtiyaçları için gereken finansmana, faizsiz bir biçimde



yani ek maliyet yükünün altına girmeden ulaşabiliyor. Faizsiz, kredisiz ve tercihe göre peşinatsız da olan Dayanışma Ekonomisi, kişilerin taksit tutarlarını kendi ödeme güçlerine göre belirlemesine de imkân tanıyor. Dolayısıyla kişiler faizsiz olarak Türkiye'nin dört bir yanında kendi belirleyecekleri tutarlarla ev, araç ve çatılı iş yeri sahibi olabiliyor. Dolayısıyla sektörümüz, tasarruf oranlarının artmasında önemli bir konumda yer alıyor. Ayrıca tasarruf finansman sektörü, Türk Lirası tasarruflarını artırmasının yanında bireylere tasarruf kapasiteleri oranında birikim yapma imkânı verdiği için yastık altı birikimlerin ülke ekonomisine kazandırılması noktasında büyük öneme sahiptir. Hükümetimizin tasarrufların ekonomiye kazandırılması ve konut edindirme seferberliğinde sektör olarak yer almak istediğimizi de belirtmek isterim. Deprem bölgelerimiz başta olmak üzere kentsel dönüşüm projelerine yönelik ürünler geliştirilmesi de hedeflerimiz arasında yer alıyor.



YATIRIMCILARIN GÖSTERDİĞİ YOĞUN İLĞİ, BİZE GÖSTERİLEN GÜVENİN DE TEYİDİ

Fuzul GYO Yönetim Kurulu Üyesi Zeki Akbal, Fuzul Yapı'nın gayrimenkul yatırım ortaklığına dönüşümü ve halka arz sürecini *Anahtar Dergisi* okurları için değerlendirdi



Fuzul GYO Yönetim Kurulu Üyesi **Zeki AKBAL**

Geçen aylarda halka arz olan Fuzul GYO'nun Yönetim Kurulu Üyesi Zeki Akbal, Fuzul Yapı'nın gayrimenkul yatırım ortaklığına dönüşümünden halka arz sürecine ve şirketin bundan sonraki hedeflerine kadar bir dizi açıklamalarda bulundu. Akbal, "Fuzul GYO olarak bu topraklarda üreten, kazandığını yine bu toprakların insanı ile paylaşan bir vizyonla hareket ediyoruz. Halka arz sonrası sağlayacağımız kaynağın büyük bir bölümüyle yeni yatırımlara imza atacağız." dedi.

Halka arz gerçekleştirmek ve Borsa İstanbul'da işlem görmek konusunda sizleri motive eden faktörler neler oldu? Diğer bir ifade ile şirketler paylarını neden halka arz etmeliler, halka arzın şirketlere faydaları nelerdir?

Halka arzı, şirketlerin kurumsallaşması ve kârlılığını arttırmasına dönük önemli adımlardan biri olarak görüyoruz. Geçen yıl tüm yöneticilerimizle ortak aldığımız stratejik bir kararla gayrimenkul sektöründe faaliyet gösteren Fuzul Yapı'nın Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı'na (GYO) dönüşümü için SPK'ye başvurduk, 2023 yılının mart ayında ise ilk onayımızı almayı başardık. Bu motivasyonla da halka arz süreciyle ilgili gerekli tüm

prosedürleri yerine getirdik. Aynı zamanda sektörde önemli yer edinen Fuzul GYO'nun yeni yatırımcıları için de tanıtım çalışmaları gerçekleştirdik. Halka arz öncesi ve sonrasında yapılan çalışmalarda bizi memnun eden olumlu geri bildirimler aldık. Başarılı geçen bir halka arz faaliyeti sonrası uzun yıllardır üzerinde sabırla emek verdiğimiz şirketimizin piyasa değerini de saptama imkânı elde ettik.

Sabit fiyatla talep toplama yöntemi ile gerçekleştirilen halka arzımızı, bireysel ve kurumsal yatırımcı kategorisinde yoğun ilgi gördü. Toplam 1 milyon 369 bin 622 yatırımcının talepte bulunduğu halka arzda bireysel yatırımcı talebi, 1 milyon 369 bin 504 oldu. Böylece Fuzul GYO, halka arz olan GYO şirketleri arasında en yüksek bireysel katılımcı sayısına ulaşan GYO unvanının sahibi oldu. Elde ettiğimiz bu başarının da piyasa bilinirliğimize ve kredibilitemize olumlu etkileri olduğunu düşünüyorum. Tüm bunların yanı sıra harekete geçmek için de zamanlamamızı doğru yaptığımızı ve doğru iş ortakları ile çalıştığımızı inaniyorum. Bütün doğru parçalar bir araya geldiğinde başarı da beraberinde geliyor.

Başarılı geçen bir halka arz faaliyeti sonrası uzun yıllardır üzerinde sabırla emek verdiğimiz şirketimizin piyasa değerini de saptama imkânı elde ettik

Talep toplama sürecinizden de bahseder misiniz?

Talep toplama sürecimizde, halka arz olan GYO şirketleri arasında bir ilke imza attık. Yatırımcıların gösterdiği ilgi bizi çok gururlandırdı. Halka arzımıza yurt içi bireysel yatırımcılardan planlanan tahsisat tutarının 3 katı, yurt içi kurumsal yatırımcılardan ise yine planlanan tahsisat tutarının 4,3 katı talep geldi ve sonuçta şirketimizin 1 milyon 326 bin 874 yeni ortağı oldu. Fuzul GYO'nun kalitesini, ülkemiz için oluşturduğumuz değerleri, ilkelerimizi, finansal gücümüzü ve büyümemizi her dönemde destekleyen öz sermayemizi yatırımcılarımıza doğru şekilde aktardığımızı düşünüyorum. Bireysel yatırımcının ilgisini çekmek halka arz olan bir şirket için çok önemli. Yatırımcıların gösterdiği yoğun ilgi bir anlamda bize gösterilen güvenin teyidi. Bu güvene layık olmak için aynı motivasyonla çalışmalarımıza devam edeceğiz.

Şirketler için finansman temini yöntemlerinden biri olarak halka arz hakkındaki değerlendirmeleriniz nelerdir?

Halka arzın, cazip bir finansman yöntemi olduğunu söylemek mümkün. Kredi kullanımları gibi belli dönemlerde geri ödeme yükümlülüğü bulunmuyor. Bilançonuza mali bünneyi güçlendirici etki yapıyor, sağlanan kaynakla kısa ve uzun vadeli yatırımlarınızı finanse edebiliyorsunuz. Firmamız da halka arzdan elde ettiği kaynakla, likidite gücünü kullanarak mali yapısını daha da güçlendirme imkânı buldu ve piyasa kredibilitésini artırdı.

Halka arzın ve Borsa İstanbul'da işlem görmenin şirketinizin kurumsallaşma düzeyine olan etkileri hakkındaki görüşlerinizi öğrenebilir miyiz? Şirketinizin gelecek nesillere sağlıklı bir biçimde aktarılması kapsamında halka arzın önemli bir araç olduğunu düşünüyor musunuz?

Elbette ki halka arzın aile şirketlerin kurumsallaşmasına önemli bir katkısı bulunuyor. Bildiğiniz gibi Fuzul GYO, Fuzul Holding çatısı altında faaliyet gösteriyor. Biz bir aile şirketi-yiz. Holdingimizin kuruculuğunu üstlenen abilerimiz ve genç kuşakların da işe dâhil olduğu bir kurumsal yapıdayız. Özellikle son yıllarda genç kuşakların da aramıza katılmasıyla birlikte çok çeşitli sektörlere de adım atmış bulunuyoruz.

Ülkemizdeki aile şirketlerinin çoğunda maalesef şirket ömrü, aile bireylerinin ömrü ile sınırlı kalabiliyor. Fuzul GYO olarak şirketimizin halka açılarak sonraki nesillere daha sağlıklı şekilde aktarılması hususu, bizim için önem arz ediyor. Halka arz ile kurumsallaşma, raporlama disiplini, artan bilgilendirme ve denetim zorunluğunun olması, tüm süreçlerin daha disipline olmasını ve gelecek nesillere daha sağlıklı ulaşmasını sağlıyor. Bu da firmanızın gelecek nesillere daha güçlü olarak aktarılmasına olanak sunuyor. Bu açıdan değerlendirdiğimizde şirketlerimizin gelecek nesillere sağlıklı bir biçimde devir teslim edilmesi kapsamında halka arzın önemli bir araç olduğunu söylemek mümkün.

Halka arzın şirket ortaklarına faydaları nelerdir?

Halka arz, şirketlere pek çok önemli getiri ve fayda ile dönebiliyor. Elbette bu faydalar belli sorumluluklarla birlikte geliyor, ama bu sorumlulukların çoğu da sürdürülebilirlik anlamında zaten şirketlerimizin uyması gereken kurallar. İlk olarak sayabileceğim faydaları ise şunlar:





■ Sağlanan bu finansmanla yatırımların finanse edilebilmesi, finansal riski dağıtıcı etkisi, ortaklardan talep edilen öz kaynağın bu sayede azalması.

■ Şirketin kurumsal yönetime geçişi ve kurumsallaşmanın sağlanması, bununla birlikte performans takibi ve değerlendirilmelerin daha güncel hâle getirilebilmesi.

■ Şirketin büyümesinde pozitif etkisi, bulunduğu sektöre göre piyasada güvenilirliğinin daha da artması.

■ Halka arz süreçleri esnasında şirket değerlemelerinin yapılması ve ortakların şirketin piyasa değeri hakkında ve gelişimi hakkında fikir sahibi olarak gelecek planlamalarını daha kolay yapabilmeleri...

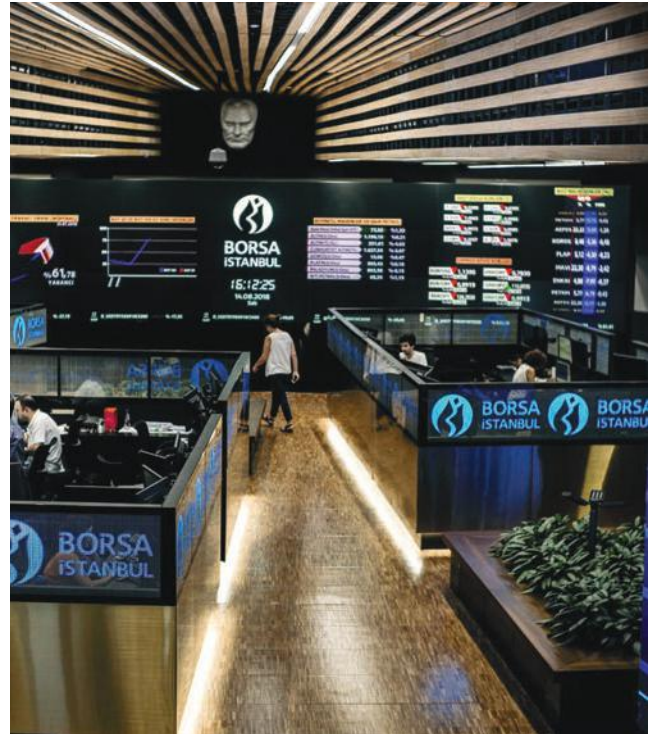
Halka arzdan elde edeceğiniz geliri nasıl değerlendirmeyi planlıyorsunuz?

Fuzul GYO olarak bu topraklarda üreten, kazandığını yine bu toprakların insanı ile paylaşan bir vizyonla hareket ediyoruz. Halka arz sonrası sağlayacağımız kaynağın büyük bir bölümüyle yeni yatırımlara imza atacağız. Gelirimizin yüzde 85'ini yeni yatırımlarda, yüzde 15'inin ise kredi finansmanında sermaye artırım yönteminde kullanmayı planlıyoruz. Halka arzdan önce 270 milyon liralık sermaye artırımına gittik, halka arzla birlikte 320 milyon liraya ulaştık. Bu motivasyonla da önümüzdeki dönemde şirketimize, Fuzul Holding'e ve ülkemize yaraşır yeni başarı hikâyeleri yazmayı hedefliyoruz.

Borsa İstanbul'da işlem görmenin şirketinizin tanınırlığı ve kredibilitesine etkileriyle ilgili neler söyleyeceksiniz?

Halka arz süreçlerinden geçmiş ve Sermaye Piyasası Kurulu ile Borsa İstanbul denetimlerine tabi olmuş bir şirketin finansallanna olan güven ile halka açık olmayan şirketler arasında çok fark olduğunu düşünüyorum. Halka arz olan bir şirket oldukça yüksek bir görünürlüğe kavuşuyor. Şirket, finansal medyanın

Gelirimizin %85'ini yeni yatırımlarda, %15'inin ise kredi finansmanında sermaye artırım yönteminde kullanmayı planlıyoruz



Yatırımcıların gösterdiği yoğun ilgi bir anlamda bize gösterilen güvenin teyidi. Bu güvene layık olmak için aynı motivasyonla çalışmalarımıza devam edeceğiz

yanı sıra analistler ve yatırımcılar tarafından da yakından takip ediliyor. Aynı zamanda hisse senetlerinin birçok bireysel ve kurumsal yatırımcıya dağılması, şirketin sağladığı ürün ya da hizmetler ile ilgili kamunun farkındalığı da artabiliyor. Müşteriler ve tedarikçiler açısından şirketin halka açık olması, mali ilişkileri bakımından bir güven ortamı oluşturabiliyor.

Halka arzı ve Borsa İstanbul'da işlem görmeyi düşünebilecek şirketlere bu konuda neler söylemek istersiniz? Şirketler halka arz karar vermeleri durumunda, halka arza nasıl hazırlanmaları gerekir?

Halka arzdan önce şirketlerin kendi kendilerini değerlendirmeleri ve test etmeleri gerekiyor. Halka arzdan belirli bir süre önce sanki halka açık bir şirket gibi kendi iç düzenlemelerini ve organizasyonlarını bu şekilde oluşturmaları faydalı olacaktır. Tabii ki en önemli konulardan biri de doğru zamanda harekete geçmek. Bu süreçte beraber çalışacağımız iş ortaklarını doğru seçmenin de büyük önemi olduğunu düşünüyorum. Yatırımcılara değer katabilecek şirketlere halka açılmalarını tavsiye ediyorum. Öncelikle ellerinizle büyüttüğünüz şirketinizin değerini tespit edebiliyorsunuz ve bunu bağımsız kuruluşlar aracılığı ile görebiliyorsunuz. Bu oldukça gurur verici bir tablo ortaya çıkarıyor. Ne mutlu ki biz halka arz tecrübemizde bu gururu yaşayabildik.



FUZUL GYO, HALKA ARZ TARİHİNE GEÇTİ

Türkiye’de gayrimenkul sektörünün öncü şirketlerinden biri olan Fuzul GYO, halka arz için SPK onayını almasının ardından Borsa İstanbul’da işlem görmeye başladı



Fuzul GYO Genel Müdürü **Murat ALTAY**

Türkiye’de markalı konut sektörünün yenilikçi ve öncü temsilcilerinden biri olan Fuzul GYO, halka arz sürecini başarıyla tamamladı. Geçen yıl aldığı stratejik bir kararla Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı’na (GYO) dönüşüm için SPK’ye başvuran Fuzul GYO, 2023 yılının mart ayında gayrimenkul yatırım ortaklığına dönüşüm iznini alarak, halka arz için SPK başvurusunu yaptı ve halka arz çalışmalarına başladı.

Fuzul GYO, Halk Yatırım ve İntegral Yatırım konsorsiyum liderliğinde 20-21 Temmuz tarihlerinde gerçekleşen talep toplama sürecini başarıyla tamamladı. Sabit fiyatla talep toplama yöntemi ile gerçekleştirilen halka arz, bireysel ve kurumsal yatırımcı kategorisinde yoğun ilgi gördü. Toplam 1 milyon 369 bin 622 yatırımcının talepte bulunduğu halka arzda bireysel yatırımcı talebi, 1 milyon 369 bin 504 oldu. Böylece Fuzul GYO, halka arz olan GYO şirketleri arasında en yüksek bireysel katılımcı sayısına ulaşan GYO unvanının sahibi oldu.

Fuzul GYO Hisselerinin %28,89’unu Halka Açtı

Fuzul GYO bu talebin 1 milyon 326 bin 756’sını karşıladı. Halka arzda, satışa sunulan 91 milyon 860 bin TL nominal

tutarlı payların tamamının satışı gerçekleşti. Buna göre Fuzul GYO’nun halka arz büyüklüğü 817 milyon 554 bin TL’ye ulaştı. Başarıyla tamamlanan halka arza; yurt içi bireysel yatırımcılara nihai tahsisat tutarının yaklaşık 3 katı, yurt içi kurumsal yatırımcılara ise yaklaşık 4,3 katı oranında talep geldi. Halka arzda satışa sunulan payların yüzde 70’i Yurt İçi Bireysel Yatırımcılara, yüzde 15 Yurt Dışı Kurumsal Yatırımcılara ve yüzde 15’i Yurt İçi Kurumsal Yatırımcılara tahsis edildi. Hisselerinin yüzde 28,89’unu halka açan Fuzul GYO’nun 254 milyon 140 bin TL olan halka arz öncesi mevcut sermayesi ise halka arz sonrası 318 milyon TL olacak.

Halka Arz Geliri Yeni Yatırımlara Gidecek

30 yıldır markalı konut üreticileri sektöründe edindiği bilgi birikimi ve güven ile oldukça geniş bir müşteri portföyüne sahip olan Fuzul GYO, halka arz gelirinin yeni yatırımlarda, Bugüne kadar hayata geçirdiği tüm projelerde müşterilerine katma değer sağlayan Fuzul GYO, halka arzdan elde ettiği gelir ile mevcut ve planlanan projeleriyle müşterilerine ve ortaklarına kazandırmaya devam etmeyi hedefliyor.

Fuzul GYO, şimdiye kadarki GYO şirketleri arasında bireysel katılımcı kategorisinde en fazla talebi alarak GYO ihracını gerçekleştiren ilk şirket oldu

Fuzul GYO Halka Arzı Başarıyla Tamamlandı

Konuyla ilgili açıklamalarda bulunan Fuzul GYO Genel Müdürü Murat Altay, “30 yılı aşkın bir süredir faaliyetlerini sürdüren, yenilikçi iş modelleriyle yepyeni sektörler oluşturan Fuzul Holding, gayrimenkul sektöründe de Fuzul GYO ile fark oluşturmayı sürdürüyor. Bugüne kadar imza attığımız projelerle binlerce kişiyi ev sahibi yaptık ve birikimlerini kaliteli, depreme dayanıklı, prim yapan ve yatırımcısına kazandıran gayrimenkullerde değerlendirmelerini sağladık. Şimdi bu deneyimimizi halka açılarak sermaye piyasalarına da yansıtmaya imkânı elde ettik. Şirketimiz oldukça başarılı bir talep toplama dönemi geçirdiği için gururlu ve mutluyuz. Halka arz olan GYO şirketleri arasında bir ilke imza atarak tarihe geçtik. Sabit fiyatla talep toplama yöntemi ile gerçekleştirilen halka arzımız, bireysel yatırımcı kategorisinde yoğun ilgi gördü. Toplam 1 milyon 369 bin 622 yatırımcının talepte bulunduğu halka arzda bireysel yatırımcı talebi, 1 milyon 369 bin 504 oldu. Böylece Fuzul GYO, şimdiye kadarki GYO şirketleri arasında bireysel katılımcı kategorisinde en fazla talebi alarak GYO ihracını gerçekleştiren ilk şirket oldu. Yatırımcılarımızın bize olan güvenini boşa çıkartmayacak adımlarla hep birlikte Fuzul GYO’nun küresel bir şirket olma yolculuğunu daha ileri taşımak için çalışacağız.” dedi.

Birlikte Büyümeye ve Gelişmeye Devam Edeceğiz

Sözlerine şu şekilde devam eden Altay: “Birlikte büyümeye ve gelişmeye devam edeceğimize yürekten inanıyorum. Fuzul GYO olarak bu motivasyonla, geçmişte olduğu gibi gelecekte de büyüyen, üreten, katma değer ve istihdam oluşturan bir şirket olacağımıza ve yatırımlarımıza daha hızlı şekilde devam edeceğimize inancımız tamdır.” ifadelerini kullandı.



TEM AVRASYA



BARBAROS48



BAŞAKŞEHİR AVRASYA

FUZUL GYO PORTFÖYÜNDEKİ PROJELER

Bugüne kadar Tem Avrasya, Başakcity, Kent Evila, Kent Ariva, Olimpa AVM, Olimpa Rezidans, Olimpa Park Plus, Vadiyaka Başakşehir ve 3. İstanbul Başakşehir projelerini hayata geçiren Fuzul GYO’nun devam eden projeleri arasında bulunan Barbaros 48, Başakşehir Avrasya 1, Başakşehir Avrasya 2, Başakşehir Avrasya 3, Fatih Otel projeleri de Fuzul GYO’nun portföyünde yer alıyor.



RİSKLERİNİZ AKVA SİGORTA İLE TEMİNAT ALTINDA

Akva Sigorta; teknik bilgi ile donatılmış, müşterine en ince ayrıntıya kadar ürün özelliklerini anlatan, doğru ürünü satabilen, çalıştıkları şirket ürününün yanında sektördeki diğer ürünlere de hâkim olan sigorta savaşıçlarıyla birlikte çalışıyor



Akva Sigorta Direktörü **Hakan ZİĞ**

Fuzul Holding'in kurucularından Mahmut Akbal, Eyüp Akbal ve Zeki Akbal'ın ilk göz ağrılarından Akva Sigorta, 28 yıllık geçmişe sahip deneyimli bir şirket.

1995 yılında tek şirket acenteliği olarak bir çalışanla yola çıkan Akva Sigorta Aracılık Hizmetleri A.Ş., yıllar içerisinde gelişti. Bugün ise Akva; büyüyen üretimi, komisyon kazancı ve poliçe adedi ile sigorta sektöründe adından söz ettiren güçlü bir kurum hâline geldi. Ancak ben inanıyorum ki önümüzdeki süreçte de Akva, Fuzul Holding bünyesindeki tüm şirketlerde emek veren çalışma arkadaşlarımızın gayreti ve inancıyla daha farklı, yenilikçi adımlar atacaktır.

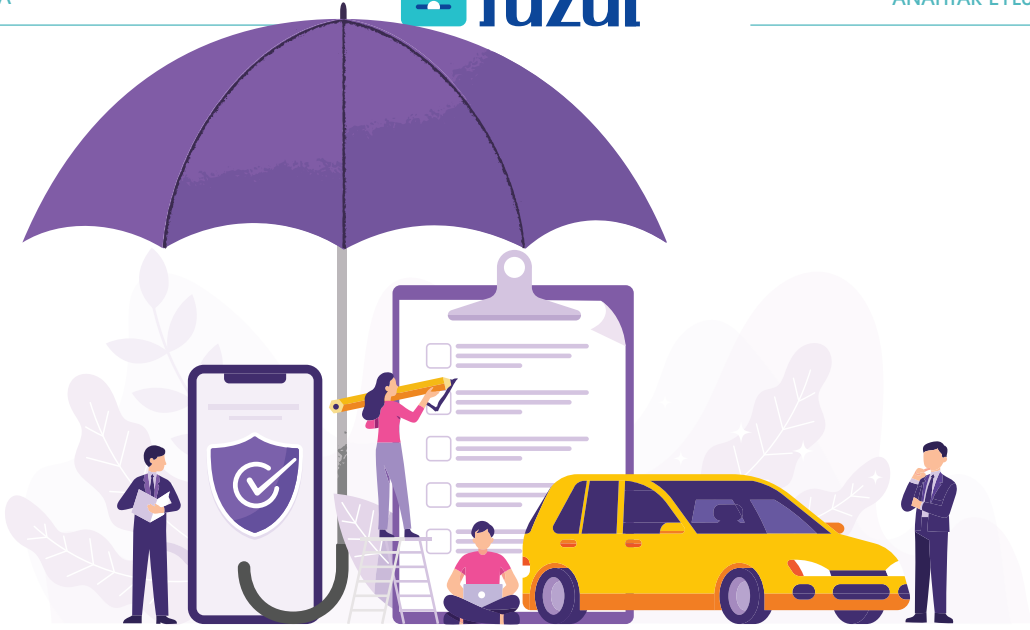
Fuzul Holding şirketlerinden, müşterilerinden ve çalışanlarından kuvvet alan ve yaptığı üretimlerle sigorta sektörünün gündemdeki yerini her geçen gün sağlamlaştıran Akva'nın bugün 17 sigorta şirketi ile anlaşması bulunuyor.

Akva Sigorta Hakkında

Akva Sigorta, sigorta sektöründe isim yapmış hem müşteri hem de çalışan memnuniyetini merkeze alarak faaliyetlerini gerçekleştiren ve bu konuda gün geçtikçe algısını artıran bir yapıya sahip.

Akva Sigortanın Çalışma Prensibi

Akva Sigorta olarak öncelikle çalıştığımız firmaları mutlu etmeye ve onların bize olan güvenlerini boşa çıkarmaya gayret ediyoruz. En büyük amacımız, bahsi geçen firmalarla iyi bir iş ortağı olabilmek... Diğer yandan biz, yalnızca poliçe yapan bir kurum olmaktan sıyrılıp sigorta konusunda danışmanlık da yapan bir yapıya kavuşmayı arzuluyoruz.



Biz Her Zaman Hazırız

Bizler, tüm Fuzul şirketlerinin müşterilerini, personellerini ve hatta onların çevrelerini potansiyel bir kaynak olarak görüyoruz. Yeter ki sigorta, bir masraf kalemi olarak konumlandırılmaktan sıyrılınsın ve ihtiyaç olarak görülsün. Biz her zaman en iyi hizmeti sunmaya hazırız.

Her Bir Ekip Arkadaşımız, Taze Kan Olarak Aramıza Katıldı

Akva Sigorta, dokuz kişilik dev bir ekiple faaliyetlerini sürdürüyor. Üstelik ekibin en kıdemlisi de dört yıldır Akva bünyesinde bulunuyor. Her birimiz sektöre çok yeni başlangıç yaptık ve farklı iş alanlarından gelerek Akva'da buluştuk. Hepimiz, birer taze kan olarak katıldık bu ekibe... Bazı gelecekselleşmiş iş akışlarını değiştirmek ve geliştirmek arzusundayız.

İlk Olarak Neler Yaptık?

Ben ve ekibim, tamamlayıcı sağlık sigortasını tüm şirketlerimize kazandırdık. Her bir çalışanımızın dışında isteyenlerin eş ve çocuklarını da bu poliçeye dâhil ettik. Yan hakların en zorunu, takip gerektirenini ve gerekli olanını sağladık. Umarız ki ihtiyaç olmaz, ama diğer yandan da eksikliğini de hissettirmez. Öte yandan bugün geldiğimiz noktada her teslimat müşterimize teklif sunabileceğimiz bir yapıya kavuşuyoruz. Bundan sonraki süreçte sigorta şirketlerimizi artırıp tüm müşterilerimizi bünyemizde tutacak fiyatlama politikası güdeceğiz. Bunun için de çalışmalarımızı hızlandırdık.

Yolumuz zor, bir o kadar da sorumluluk isteyen bir yapıda. Çünkü müşterilerimizin riskini satın alıyor, doğru poliçeyle onlara doğru hizmeti sunmaya çalışıyoruz

Poliçe Yenilemeleri, Vazgeçilmezimiz

Poliçe yenilemelerinin vazgeçilmezimiz olduğunu söyleyebilirim. Keza sadık müşteri oluşturmak oldukça zor bir süreç... Bilindiği üzere sigorta, takip ve ilişki gerektiren hatta bunu zorunlu kılan bir ürün. Biz de ekip olarak bunu başarabilmek adına kenetlendik. Çağrı merkezimiz ile yenileme çalışmalarına da start verdik. Bir proje olarak başlattığımız bu çalışmanın önümüzdeki aylarda çok verimli sonuçları olacağına inanıyoruz.

Hayat Branşında Yeni Bir Ürün Oluşturduk

Bir ilke imza attık ve Tasarruf Finansman Hayat Sigortası adlı yeni bir ürün oluşturduk. Bu ürünle Fuzul'den teslimat alan müşterilere her türlü vefat, maluliyet ve işsizlik teminatları ile taksit ödemelerinde aksama durumunda teminat sağlıyoruz.

Başarı için Emek, Yürek ve İstek Gerekliyor

Sigorta teknik personellerimiz, tüm şube ve müşterilerimize fiyatlama konusunda hizmet veriyor. Özellikle konutta konut ve DASK poliçeleri ile araçta ise trafik ve kasko ürünlerinin satışını gerçekleştiriyor. Fiyatları çalışmalarının dışında müşterileri aramaları, satış kapamalar ve tahsisat takipleri ile işlerini yönetiyorlar. Sigorta ve tasarruf finansman sektörüne hizmet veriyorlar. Fuzul'ün tüm şubelerine sigorta başlığı altındaki tüm konularda bilgi ve birikimlerini aktarabilecek durumdadalar.

Akva Sigorta olarak teknik bilgi ile donatılmış, müşteri görüşmeleri sırasında en ince ayrıntıya kadar ürün özelliklerini anlatan, doğru ürünü satabilen, çalıştıkları şirket ürününün yanında sektördeki diğer ürünlere de hâkim olan sigorta savaşılarıyla birlikte çalışıyoruz.

Yolumuz zor, bir o kadar da sorumluluk isteyen bir yapıda. Çünkü müşterilerimizin riskini satın alıyor, doğru poliçeyle onlara doğru hizmeti sunmaya çalışıyoruz. Aslında geleceklelerini maddi anlamda garanti altına almaya gayret ediyoruz.

Bunun için emek, yürek ve istek gerekiyor... O da Akva'da var...

PAZARLAMA VE MARKA STRATEJİLERİ VERİLER ÜZERİNE İNŞA EDİLİR

Fuzul Tasarruf Finansman Pazarlama ve Marka İletişim Müdürlüğü olarak FutureBright ile 2023 Mart ayında yaptığımız pazar araştırması neticesinde tasarruf finansman sektörü hedef kitlesinin satın alım motivasyonlarına ve bariyerlerine projeksiyon tutmayı amaçladık



Fuzul Pazarlama ve Marka İletişim Müdürü **Burak SALMAN**

Her markanın pazarlama, konumlandırma ve itibar yönetimi süreçlerinde bilimin ve verilerin ışığında ilerlenmesi gerekir. Subjektif planlar ve uygulamalar üzerinden giden çalışmalar, sürdürülebilir olmaz ve kişilere bağımlı olarak çalışır. Oysa tüm stratejiler, kişilerden bağımsız şekilde kurgulanmalı ve sistem işler hâle getirilmelidir.

İnsanın temel psikososyal ihtiyaçlarının en başında güven gelir. Güven duygusu olmadan "emanet etmek" düşüncesi şüpheyi, şüphe de huzursuzluğu beraberinde getirir. Hiç kimse çalışıp emek vererek yaptığı birikimi güvenilir olmayan bir kasaya koymak istemez, risk alan veya risk almayı seven herkes bilir ki paranın tamamıyla risk alınmaz.

Finansal Kurum ve Kuruluşların Tercih Edilmelerinde İlk Neden 'Güvenilirlik'

Dünya genelinde yapılan tüm araştırmalar gösteriyor ki finansal kurum ve kuruluşların ilk tercih edilme nedeni güvenilirlik. Dünyanın en köklü ve güçlü bankalarının bile uzun yıllardır güven temelli iletişim yapmaları da bunun bir göstergesi. Aktif büyüklük sıralamasında dünyanın önde gelen bankalarından olan Industrial and Commercial Bank of China (ICBC), Hong Kong and Shanghai Banking Corporation (HSBC) veya dünyanın en eski bankası olan Banca Monte dei Paschi di Siena (MPS) incelendiğinde yukarıda bahsettiğim güven temelli iletişimin karşılığını görmek mümkün.



Türkiye’den ise Ziraat Bankası’nı örnek gösterebiliriz. 1863 yılında kurulan, 160 yıldır faaliyetlerini sürdüren, Türkiye’nin aktif büyüklüğü en yüksek olan ve bin 743 şubesiyle hizmet vermeye devam eden Ziraat Bankası, her yıl yayınladığı imaj filmiyle köklü tarihini anlatarak “Güvenilirlik” duygusunu vurgular ve pekiştirmeye çalışır.

3. Finansal Devrim: Tasarruf Finansman

Tasarruf Finansman sektörü, her ne kadar 30 yıldan fazla süredir faaliyetlerini devam ettirse de 2022 yılının Nisan ayında yasal zemine oturdu ve bu alanda hizmet veren şirketlerden 6’sı BDDK lisansını aldı. Orta Çağ Avrupasında ve Bizans Anadoluşunda manastırların bir tür “finans merkezi” görevi gördüğü bilgisinden yola çıkarak konvansiyonel bankacılığın tarihini çok eskilere dayandırabiliriz. Bununla beraber 1984 yılından bu yana Türkiye’de “katılım bankacılığı” yani İslami

Finans yöntemi de uygulanıyor. Almanya’da 1885 yılından beri uygulanan “Bausparkasse für Jederman” sistemi de bir “yapı tasarruf sandığı” örneği olarak tasarruf finansman sistemine en benzer uygulama. Almanya’daki sistemin ayrıldığı nokta ise tasarruf, geri ödeme ve gecikme süreçlerinde işin içine faiz girilmesi. Bu bilgiler ışığında faizsiz ve tasarrufla dayalı sistem olarak “biricik” diye tabir edebileceğimiz tasarruf finansman sektörü için 3. Finansal Devrim demek mümkün. Bu model Türkiye’de ipotekli konut satışında yüzde 1 seviyelerinde. Pazar payını artırmak için de tasarruf finansman şirketlerine çok büyük görevler düşüyor. Sektör aynı zamanda toplumsal faydaya da zemin oluşturarak, üzerine tasarrufla kurulacak bir finansal gelecek planı inşa edilmesine önayak olmak istiyor. Bu finansal gelecek ve finansın sürdürülebilir yönetimi de Türkiye’de doğan alternatif finans yöntemi olarak tüm dünyaya örnek teşkil edecek.

Fuzul Tasarruf Finansman, Marka Sağlığı Araştırma Raporu Hazırlandı

Fuzul Tasarruf Finansman Pazarlama ve Marka İletişim Müdürlüğü olarak öncüsü olduğumuz tasarruf finansman sisteminin, bugün Türkiye’de yarın ise dünyanın çeşitli ülkelerinde daha fazla insana ulaşması için her zaman üzerimize düşeni yapma gayreti içerisindeyiz. FutureBright ile 2023 Mart ayında yaptığımız pazar araştırması neticesinde tasarruf finansman sektörü hedef kitlesinin, satın alım motivasyonlarına ve bariyerlerine projeksiyon tutmayı amaçladık.

Öncüsü olduğumuz tasarruf finansman sisteminin, bugün Türkiye’de yarın ise dünyanın çeşitli ülkelerinde daha fazla insana ulaşması için her zaman üzerimize düşeni yapma gayreti içerisindeyiz



Araştırmanın Yapıldığı Dönemin Konjonktürünü İyi Anlamak Gerekir

Araştırma çalışmasının detaylarını daha iyi analiz edebilmek için araştırma çalışmasının yapıldığı dönemde Türkiye'nin içinde bulunduğu durumu da iyi anlamak gerekir. Özellikle şubat ayında yaşadığımız deprem felaketi ve sonrasında ülke gündemini saran genel seçimleri yok saymak, verilerin doğru yorumlanmasının önüne geçebilir.

FutureBright raporuna göre; IMF 2023 Ocak ayında yayınladığı rapor ile 2022 yılında yüzde 8,8 olan küresel enflasyon oranının 2023 yılında yüzde 6,6'ya gerileceğini paylaştı. Buna karşın 2022 yılında yüzde 3,4 olan küresel büyüme oranının 2023 yılında Rusya-Ukrayna Savaşı'nın da etkisiyle yüzde 2,9'a gerileyeceğini, 2024 yılında ise yüzde 3,1'e yükseleceğini tahmin etti. Türkiye'nin en büyük ticari ortaklarından biri olan Euro bölgesi, 2023 yılındaki düşük büyüme oranı öngörüsü ile diğer bölgelerden negatif şekilde farklılaşta.

Ülkemize baktığımızda ise Hane Halkı İşgücü Araştırması Şubat ayı anket uygulaması, yaşadığımız deprem felaketi ile Adıyaman, Gaziantep, Hatay, Kahramanmaraş, Kilis, Malatya ve Osmaniye illerinde yapılamadı. Pandeminin etkilerinin zayıflamasıyla bir süredir istikrarlı bir yükseliş grafiği izleyen istihdam oranı, 2023 Şubat ayında yüzde 0,6'lık bir düşüş kaydediyor. Aynı dönemde işsizlik oranının 0,2 arttığı görülüyor.

Türkiye İstatistik Kurumu ve Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası iş birliği ile yürütülen tüketici eğitim anketi sonuçlarından hesaplanan Tüketici Güven Endeksi, 2022 Aralık'ta başlayan yükseliş grafiğinin 2023 Mart'ta kırılması ile düşüş gösteriyor. Tüketici Güven Endeksi 2023 Mart ayında bir önceki aya göre yüzde 2,9 oranında azalıyor. Şubat 2023'te yüzde 82,5'e yükselen endeks, Mart ayında yüzde 80,1'e geriliyor. Geçtiğimiz Şubat ayında yaşadığımız ve ülkemizi derinden

sarsan deprem felaketi ve hemen sonrasındaki dönemde ülke olarak önce panik ve korku, sonrasında da destek ve çözüm üretme sürecine geçtik. Elisabeth Kübler-Ross'un *On Death and Dying* kitabında bahsettiği Kübler-Ross yas dönemine girdik. Deprem sonrası dönemde ülkemizde en çok hissedilen duygu ise "kayı" oldu. Türkiye'de satın alma motivasyonu sıralamasında en büyük unsur yine her zamanki gibi "güven" olurken dijital ve sosyal medyanın da etkisiyle "empati" duygusu da değer kazandı.

Sektör/Sektörün Öncü Firmalarını Bilenlerin Oranı %99 Seviyesinde

FutureBright ile gerçekleştirdiğimiz araştırma raporuna tekrar dönecek olursak şunları söyleyebilirim: Türkiye'nin 10 ilinde 800 kişiyle, rassal hedef kitle üzerinden yaptığımız Türkiye'nin genel algısını ifade eden araştırma çalışmasında önümüzdeki üç yıl içinde konut veya araç sahibi olmayı planlayan ve bu konuda karar verici olan kişilerle görüştük. Sektörün önde gelen firmalarını marka bilinirliklerini üst seviyelere çıkarırken sektörün ne iş yaptığının anlaşılması noktasında zorlandı.

Araştırma sonuçlarına göre, sektörü veya sektörün öncü firmalarını bilenlerin oranı %99 seviyesinde, üstelik bunların yüzde 87'si tasarruf finansman sistemiyle ev ve araç sahibi olabileceğini söylüyor. Ancak buradaki kritik durum şu:

Araştırma çalışmamızdan yola çıkarak 2022 ve 2023 yılında ortaya koyduğumuz konseptin 2021 yılına oranla daha çok beğenildiğini ve anlaşıldığını görüyoruz

Tasarruf finansman sistemini ve bu sistemle nasıl ev/araç sahibi olunabildiğini bilenlerin oranı yaklaşık yüzde 29. Bu da demek oluyor ki tasarruf finansman sistemiyle ev ve araç sahibi olabileceğini söyleyenler dâhil pek çok insan, sistemin nasıl işlediğini bilmiyor. Tasarruf finansman sistemiyle ev ve araç sahibi olabileceğini söyleyen yüzde 87'lik kitlenin haricinde kalan yüzde 13 ise güven problemi yaşıyor. Buradan yola çıkarak şunu söylemek mümkün, yüzde 87'nin harekete geçmek için güven ve bilgiye ihtiyacı varken yüzde 13'ün hedef kitleye dâhil olabilmesi için öncelikle güven duymaya ihtiyacı var.

Sektördeki markaların bilinirlik düzeyi 2021 yılına göre artmış durumda. Tabii bunda regülasyon ve lisans süreçlerinin etkisi yadsınmaz. Özellikle Fuzul Tasarruf Finansman tarafından söyleyebilirim ki yapılan iletişimin markanın bilinirliğine olan etkisini pozitif anlamda görmek mümkün.

Bilinirlik ve hatırlanma anlamında 2021-2023 yıllarında Fuzul Tasarruf zirvede yer aldı. Buna karşın sektörün genel olarak hatırlanma oranının düştüğünü söylemek mümkün. Bu durum iletişim sıklığının sektör açısından yeterli olmadığını gösteriyor.

Hayallerimiz, Tecrübelerimizden Büyük!

Araştırma çalışması yapılırken tüketici kendisine yöneltilen sorulara her zaman mantığıyla cevap verirken, karar aşamasına geldiğinde duygusal motivasyonlar devreye girer. Joseph Kruskal'a göre önemi belirlemek için iki sorunun çapraz analizi yapılmalıdır: Marka seçimi ve imaj ifadeleri... Marka seçiminde tek marka belirten tüketicinin, imaj ifadelerinin hangisinde markayı tek geçtiğine baktığımızda, bu markanın tek görülmesine neden olan ifadeleri açığa çıkarmış oluruz.

Güven kelimesinin ardından bilgi, bilginin ardından da avantaj gelir. Her birimiz bir ürün veya hizmeti satın alırken önce güven duymak sonra da bu ürün veya hizmetle ilgili bilgi almak isteriz. Güven ve bilgi açığımızı kapattıktan sonra da rekabetteki avantaja odaklanırsınız. Çünkü tüketici kendisine vad edilen ürünü alabilmek ve alırken de avantaj sağlamak ister.

Ayrıca araştırma çalışmamızdan yola çıkarak 2022 ve 2023 yılında ortaya koyduğumuz konseptin 2021 yılına oranla daha çok beğenildiğini ve anlaşıldığını görüyoruz. Tüketici nezdinde yalın ve açık iletişimin her zaman için daha çok şey ifade ettiğini söyleyebiliriz.

Temel gayemiz daha fazla insana ulaşarak tasarruf finansman sistemini anlatmak ve herkesin ev veya araç sahibi olmasını kolaylaştırmak. Bu gaye uğruna da çalışmalarımıza aynı azim ve özveriyle devam edeceğiz.

Hayallerimiz, tecrübelerimizden büyük!

Temel gayemiz daha fazla insana ulaşarak tasarruf finansman sistemini anlatmak ve herkesin ev veya araç sahibi olmasını kolaylaştırmak



FİNANSAL ÇÖZÜMLERİ İÇİN BİREYSEL VE KURUMSAL KULLANICILARIN, PAZARDAKİ İLK TERCİHİ OLMAYI HEDEFLİYORUZ

Kullanıcılar Rubikpara'ya ücretsiz üye olarak hesap açabiliyor,
hesaplarına tüm bankalardan kolayca ve anında para yükleyebiliyor;
7/24 ücretsiz para transferi yapabiliyor

rubikpara

Fuzul Holding'in, 6493 no'lu yasa kapsamında lisans almış ve TCMB (Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası) tarafından denetlenen elektronik para kuruluşu Rubikpara, finansal işlemlerin kolay ve güvenle yapılmasını sağlıyor.

Kullanıcılar Rubikpara'ya ücretsiz üye olarak hesap açabiliyor, hesaplarına tüm bankalardan kolayca ve anında para yükleyebiliyor; 7/24 ücretsiz para transferi yapabiliyor. Ayrıca ücretsiz fatura ödeme hizmeti, ücretsiz e-pin satın alma, Türkiye'de yüzlerce noktada kampanyalardan yararlanma ve anında nakit cashback kazanımı da gene Rubikpara kullanıcılarına sunuluyor.

Rubikpara mobil uygulaması ile kolayca kullanılan ürün ve servislere 2023 içerisinde anında yurt dışı para transferi, 50 binden fazla noktada QR ile ödeme yapma ve puan kazanımı, ön ödemeli RubikKart, yatırım servislerine doğrudan erişim gibi ürünler de eklenecek.

KOBİ'ler ve kurumsal kullanıcıların kullanabileceği Sanal POS ve Fiziksel POS gibi ürünler de kısa sürede ürün portföyüne eklenecek.

Gelişmiş altyapısı ile güvenle ve kolayca kullanılabilen Rubikpara, ilerleyen dönemde finansal çözümleri için bireysel ve kurumsal kullanıcıların, pazardaki ilk tercihi olmayı hedefliyor.



BORSA İSTANBUL'DA GONG FUZUL GYO İÇİN ÇALDI

Bireysel yatırımcı rekoru ile Borsa İstanbul'a merhaba diyen Fuzul GYO'nun halka arzının büyüklüğü 817 milyon 554 bin TL oldu



Türkiye'de markalı konut sektörünün yenilikçi ve öncü temsilcisi Fuzul GYO, borsada işlem görmeye başladı. Yurt içinde büyük ilgi gören, bugüne kadar halka arz olan GYO şirketleri arasında en yüksek bireysel katılımcı sayısına ulaşan Fuzul GYO, yıldız pazarda işlem görmeye başladı.

Fuzul GYO'un halka arzı nedeniyle Borsa İstanbul'da düzenlenen gong törenine; Borsa İstanbul AŞ Genel Müdürü Korkmaz Ergun, Fuzul GYO Yönetim Kurulu Başkanı Mahmut Akbal, Fuzul GYO Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Eyüp Akbal, Fuzul GYO Yönetim Kurulu Üyesi Zeki Akbal, Fuzul GYO Genel Müdürü Murat Altay konsorsiyum liderleri Halk Yatırım Genel Müdürü Bülent Sezgin, İntegral Yatırım Yönetim Kurulu Başkanı Kadir Cenk Ulukartal ve Fuzul Holding ailesinin temsilcileri katılım sağladı.



GYO'ların En Yüksek Bireysel Katılımcı Sayısına Ulaşan İlk Halka Arzı

Gong töreninde konuşan Fuzul GYO Yönetim Kurulu Başkanı Mahmut Akbal, "Fuzul GYO'nun Borsa İstanbul ailesine katılmasından büyük mutluluk duyuyoruz. Fuzul GYO paylarının yıldız pazarda işlem görmeye başlayacağını bilmek ayrıca gurur verici. Çok başarılı bir halka arz süreci geçirdik. Türkiye'de GYO şirketleri arasında en yüksek bireysel katılımcı sayısına ulaşan ilk şirket olduk. Fuzul GYO'nun kalitesini, ülkemiz için oluşturduğumuz değerleri, ilkelerimizi, finansal gücümüzü ve büyümemizi her dönemde destekleyen öz sermayemizi yatırımcılarımıza doğru şekilde aktardığımızı düşünüyorum. Yatırımcıların gösterdiği yoğun ilgi bir anlamda bize gösterilen güvenin teyidi. Bu güvene layık olmak için aynı motivasyonla çalışmalarımıza devam edeceğiz." dedi.

Törende bir konuşma yapan Borsa İstanbul AŞ Genel Müdürü Korkmaz Ergun ise "Fuzul GYO 818 milyon TL halka arz tutarı ile başarılı bir halka arz gerçekleştirmiştir. Halka arzın, sermaye piyasalarımıza hayırlı olmasını diliyorum. Fuzul GYO'ya Borsamız ailesine hoş geldiniz diyorum." şeklinde konuştu.

TASARRUF FİNANSMAN ARAŞTIRMA VE UYGULAMA MERKEZİ KURULUYOR

Finansal Kurumlar Birliği Tasarruf Finansman Sektörü ile İbn Haldun Üniversitesi, Tasarruf Finansman Araştırma ve Uygulama Merkezi'nin kurulması yönünde bir iş birliği protokolüne imza attı



Finansal Kurumlar Birliği (FKB) çatısı altındaki Tasarruf Finansman Sektörü ile İbn Haldun Üniversitesi Rektörlüğü arasında, Tasarruf Finansman Araştırma ve Uygulama Merkezi'nin kurulmasına yönelik protokol imzalandı. Üniversite bünyesinde FKB'nin desteği ile kurulacak Tasarruf Finansman Araştırma ve Uygulama Merkezi; tasarruf bilincinin oluşması, ürün çeşitliliğinin artması, bilimsel araştırmaların yapılması, finansal okuryazarlığın yükselmesi için çalışmalar yürütecek.

FKB Başkanı Ali Emre Ballı, İbn Haldun Üniversitesi Mütevelli Heyeti Başkanı Prof. Dr. İrfan Gündüz, İbn Haldun Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Atilla Arkan ile Tasarruf Finansman şirketlerinin ve Birlik yöneticilerinin katılımı ile düzenlenen imza töreninde konuşan FKB Başkan Vekili ve Tasarruf Finansman Sektörü Başkanı Eyüp Akbal; "30 yılı aşkın süredir yüz binlerce kişinin ev, araba ve çatılı iş yeri sahibi olmasına aracılık eden tasarruf finansman sektörü temsilcileri olarak; İbn Haldun Üniversitesi ile yaptığımız iş birliği ile Dayanışma Ekonomisi'nin felsefesinin oluşturulması, bilimsel ve akademik çalışmaların yaygınlaştırılması konusunda önemli bir boşluğu doldurmuş olacağız." dedi.

Akbal; "Merkezimizin yapacağı AR-GE çalışmaları ile sektörün ürün çeşitliliğine katkı sunacağız. Yine finansal okuryazarlık

alanında önemli bir boşluğu dolduracağız. Tasarruf finansman kavramlarının ve diğer finansal araçların hane halkına ve yatırımcılara doğru bir şekilde anlatılması ise toplumsal tasarruf bilincinin geliştirilmesine ve tasarruf oranlarının artmasına katkı sağlayacak. Sektörün nitelikli personel ihtiyacının karşılanması açısından da proje son derece önemli. İbn Haldun Üniversitesi ile gerçekleştirdiğimiz iş birliğiyle akademik literatürde de yer alarak örnek bir model olmayı hedefliyoruz" şeklinde konuştu.

Tasarruf Finansman Araştırma ve Uygulama Merkezi Ekonomimizi Geliştirecek

İmza töreninde konuşan İbn Haldun Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Atilla Arkan ise "Finansal geleceğimizi güvence altına almanın önemini hepimiz biliyoruz. Bunu sağlamanın bir yolu da tasarruftan geçiyor. Ancak tasarruf derken sadece parayı biriktirmek değil, uygun yatırımlarla da değerlendirmekten bahsediyoruz. Dünyanın ekonomik anlamda sıkıntılı günler geçirdiği, bir dar boğaza girdiği şu günlerde tasarruf finansmanı bir kez daha önem arz etmekte. Kurulacak olan Tasarruf Finansman Araştırma ve Uygulama Merkezi'nin hem FKB çatısı altındaki sektörlerimize hem de ülke ekonomimize önemli katkılar sağlayacağını düşünüyoruz." ifadelerini kullandı.

BAŞAKŞEHİR AYAZMA 4. ETAP PROJESİ İÇİN İLK ADIM ATILDI

Emlak Konut GYO güvencesi ve Fuzul GYO ayrıcalığıyla hayata geçirilecek olan Başakşehir Ayazma 4. Etap projesi için ilk adım atıldı



Gayrimenkul yatırım ve geliştirme sektörünün öncüsü Emlak Konut ile yeni bir iş birliğine daha imza atan Fuzul GYO, Başakşehir'e değer katan projelerine bir yenisini daha ekledi. Yakın zamanda Emlak Konut GYO tarafından düzenlenen İstanbul Başakşehir Ayazma 4. Etap arsa satışı karşılığında gelir paylaşımı ihalesini kazanan Fuzul GYO, yeni bir yaşam alanının temellerini atmak üzere anlaşma imzaladığını duyurdu. Satış geliri bedeli 4 milyar 125 milyon TL olan Başakşehir Ayazma 4. Etap projesi, 22 bin 310 metrekarelik bir alanda hayata geçirilecek.

İnşaat sektörünün köklü temsilcisi Emlak Konut GYO ile uzun yıllardır iş birliklerinin devam ettiğini ifade eden Fuzul GYO Yönetim Kurulu Üyesi Zeki Akbal, "İstanbul'un yeni yaşam merkezi hâline gelen Başakşehir'de yine nitelikli bir projeye Emlak Konut GYO güvencesiyle imza atıyoruz. Başakşehir'in bizim açımızdan ayrı bir anlamı bulunuyor. Uzun yıllardır bölgeye yatırım yaparak yaşam kalitesi yüksek, modern yaşam alanları

hayata geçiriyoruz. Tüm projelerimizde olduğu gibi Başakşehir Ayazma 4. Etap projemizde de vatandaşlarımıza güvenilir ve yüksek getirili bir proje sunacağız. Bu değerli arsanın ihalesini başarıyla gerçekleştirmiş olmamız bize ve sektörümüze olan inancın göstergesidir. Yeni projemizin başta ülkemize ve vatandaşlarımıza hayırlı, uğurlu ve faydalı olmasını diliyorum. Bugüne kadar olduğu gibi Türkiye'nin geleceğine ve ekonomisine değer katan yatırımlarımıza bundan sonra da emin adımlarla devam edeceğiz.

Başakşehir'in Kalbinde

Olimpiyat Stadı, Başakşehir Çam ve Sakura Şehir Hastanesi'nin yanı başında yer alan arsanın kuzeyinde TEM otoyolu, güneyinde yine kentin ana ulaşım omurgalarından biri olan E5 Karayolu bulunuyor. İstanbul Havalimanı'na 10 dakika, ikinci köprüye ise 20 dakika mesafede olan proje, metro istasyonuna ise sadece 900 metre mesafede yer alıyor.

MÜŞTERİLERİMİZİN GÜVENİLİR YOL ARKADAŞIYIZ!

Teknolojik altyapısı ve uzman ekibiyle FZLPLUS, müşterilerine eksiksiz ve özelleştirilmiş bir iletişim deneyimi sunarak işletmelerin başarısına katkıda bulunuyor



FZLPLUS Müşteri İletişim Merkezi Müdürü **Hüseyin YERÇOK**

FZLPLUS Müşteri İletişim Merkezi; hayatın kendisi kadar hızlı, dinamik ve güncel olmakla beraber stratejik hedeflerine uygun olarak tasarlanmış aynı zamanda çalışma arkadaşlarımızın kişisel, mesleki ve teknik donanımlarını destekleyen, bireysel ve kurumsal öğrenmeyi sürekli kılan bir gelişim merkezidir. 2015 yılından bugüne kadarki yolculuğumuzda tasarruf finansman, elektronik para, inşaat, gayrimenkul yatırım ve sigorta gibi birçok farklı sektörde faaliyet gösterdik hâlâ da göstermeye devam ediyoruz.

Hedefimiz En İyi Olmak, En İyi Sunmak

FZLPLUS'ın en büyük hedefinin, katma değeri yüksek iletişim merkezi standartlarına yükselmek olduğunu söyleyebilirim. Bu hedef doğrultusunda müşterilerimizin ihtiyaçlarını doğru anlamaya odaklanıyor, ekibimizin eğitim süreçlerini destekliyoruz. Stratejimiz doğrultusunda çalışanımıza yapılan her türlü gelişim yatırımını önemsiyor, eğitim ve gelişim faaliyetleri ile de şirketimizi ileriye taşıyacak yaklaşımımızla sektörün referans noktası olmayı amaçlıyoruz.

Amacımız, Müşterilerimize Sunduğumuz Hizmetlerimizi Dünya Standartlarına Çıkarmak

Bizim için müşteri etkileşimindeki ilk ve en önemli faktör, onların ihtiyaçlarını iyi anlamak ve analiz etmektir. Müşterilerimizin ihtiyaçlarına özel çözümler öneriyor ve her zaman değerli, stratejik ve güvenilir bir ortak olmayı hedefliyoruz.

Değerlerimiz: Güven, Kalite, Şeffaflık ve İnsan Odaklılık

İş ortaklarına değer kattığımız, güven duygusu oluşturduğumuz ve sürdürülebilir ilişkiler kurduğumuz için gurur duyduğumuzun da altını çizmek isterim.

FZLPLUS Müşteri İletişim Merkezi'nde:

- Proaktif yaklaşım,
- Etkin müşteri yönetimi,
- Yeni teknolojiler ile entegre, uçtan uca hizmet anlayışıyla,
- Yetkin ve uzman ekipler ile müşteri ihtiyacına özel çözümler sunuyoruz.



Süreçlerimizi, Müşterilerimiz için Yenilemeye Devam Ediyoruz

FZLPLUS olarak müşteri ihtiyaç ve deneyimine odaklanarak uçtan uca çözümler geliştiriyoruz. Bu sayede kişilerin ihtiyaçlarına yerinde ve kalıcı çözümler sunuyoruz. Sadece çağrı sırasında değil, öncesindeki ve sonrasındaki müşteri deneyimini de iyileştiriyoruz.

FZLPLUS ailesi olarak sekiz yılı aşkın bir süredir, köklü bir tecrübe ve uzmanlıkla hizmet vermeye devam ederken, birçok farklı sektörde kazandığımız tecrübe ve bilgi birikimi sayesinde, yenilenen teknolojik imkânları kullanarak global trendlere uygun şekilde faaliyet göstermeye de devam ediyoruz.

FZLPLUS Çalışanları, Birer Yol Arkadaşı

Uzmanlığımız olan ve hizmet sunabildiğimiz konulardan bazılarını; müşteri memnuniyeti ve şikâyet yönetimi, kalite ve raporlama yönetimi, yeni kurulum ve hayata geçirme, insan kaynakları ve eğitimi olarak sıralayabiliriz.

Müşteri yönetimi hizmetlerimiz; müşteri ilişkilerinin geliştirilmesine ve sadık müşteri tabanı oluşturulmasına yardımcı oluyor. FZLPLUS'ın uzman ekibi, her aşamada etkili iletişim ve kişiselleştirilmiş hizmet sunarak markayı da değerli kılıyor. FZLPLUS ekibi, müşterilerine yalnızca bir çalışan değil aynı zamanda adeta bir yol arkadaşı gibi yaklaşarak çözüm sunuyor.

Müşterilerimizin ihtiyaçlarına özel çözümler öneriyor ve her zaman değerli, stratejik ve güvenilir bir ortak olmayı hedefliyoruz

Kalite Yönetimi Olmazsa Olmazlarımız Arasında

Pazarlama ve satış rakamlarında olumlu geliştirmeler yakalamak için hizmetlerimizde kalite yönetimi uygulamaları olmazsa olmazımızdır. Kalite yönetimi uygulamalarının kalıcı ve etkili olması, görüşme kalitemizi arttırmak için oldukça etkilidir. Kısacası müşterinin vakit kaybı yaşadığını hissetmeyeceği bir ortam sağlıyoruz. FZLPLUS, tüm faaliyet alanlarında kendini, kariyerini ve işini geliştirmek isteyen çalışanlarına ihtiyaç duydukları her alanda destek oluyor. Aynı zamanda yetkinlik gelişimini destekleyen eğitim programları organize ediyor. İş ortakları ve iç eğitimcilerinin desteğiyle de eşsiz bir deneyim sunuyor.

Sonuç itibarıyla FZLPLUS, 2015 yılından bu yana çeşitli sektörlerdeki müşterilerine hizmet sunan güvenilir ve yenilikçi bir iş ortağıdır. Bizler FZLPLUS olarak müşteri memnuniyeti ve kaliteli hizmet anlayışı ile birçok tanınmış markaya hizmet vermektен mutluluk duyuyoruz. Teknolojik altyapısı ve uzman ekibiyle FZLPLUS, müşterilerine eksiksiz ve özelleştirilmiş bir iletişim deneyimi sunarak işletmelerin başarısına katkıda bulunuyor.



EMPATİ

BAŞARIYI KAÇINILMAZ KILIYOR

**Ekip olarak birbirimize destek olarak çalışmayı tercih ediyoruz.
Bu da başarımızı olumlu yönde etkiliyor**



Kişileri; ev, araç ya da çatılı iş yeri sahibi yaptığımız sistemimize bilindiği gibi Dayanışma Ekonomisi diyoruz. Dayanışma Ekonomisi'nin, kadim medeniyetimizin kültüründe yer alan imce ile benzer özelliklere sahip olduğunu söyleyebilirim. Kişiler, ihtiyaç duydukları finansmana ulaşabilmek için benzer şartlardaki insanlarla bir araya geliyorlar. Taksit tutarı ve ödeme miktarına göre gruplara ayrılan kişilerden her biri, her ay istediği ev, araç ya da iş yerinin sahibi olabiliyor. Sistemimizin en önemli özelliği ise faizsiz olması...

Şehrimiz Sivas'ta da milliyetçi ve muhafazakâr bakış açısına sahip kişiler yoğun olarak yaşadığından buradaki insanların da faiz hassasiyeti yüksek. Bahsi geçen hassasiyete sahip kişilere çözüm olabilmek, onlara yol gösterebilmek ise bizim vazifemiz. Fuzul ailesi olarak inşallah daha çok insanı konut ve araç sahibi yapacağız.

Önceliğimiz, Kişileri Dinlemek ve Anlamak

Dayanışma Ekonomisi sistemiyle ilgili bilgi almak ya da ev veya araç sahibi olabilmek adına şubemizi ziyaret eden kişileri, ilk aşamada en iyi şekilde dinlemeyi tercih ediyoruz. Onları can kulağıyla dinlediğimizde neye ihtiyaçları olduğunu, hangi ödeme



Sivas Şube Müdürü
Mehmet DURSUN

ya da taksit tutarında sorun yaşamayacaklarını ve hangi sistemin onlar için daha uygun olduğunu anlıyoruz. Tüm bunların sonunda işlem yapıyoruz ve kişileri, sistemimize dahil ediyoruz.

Çalışma Prensibimizin Olmazsa Olmazı Müşteri Memnuniyeti

Müşteri memnuniyetini, çalışma prensibimizin olmazsa olmazı olarak niteliyorum. Bunun için de ekip arkadaşarımla birlikte kendimizi müşterilerimizin yerine koyuyoruz. Yani işlemlerimizi empati kurarak yapıyoruz bu da başarıyı kaçınılmaz kılıyor.

Mühim Olan Farklılıklardan Beslenebilmek

Günümüzün büyük çoğunluğunu iş yerlerimizde geçiriyoruz. Dolayısıyla evimizden daha çok vakit geçirdiğimiz iş yerlerimizde huzurlu çalışmak çok önemli. Öyle ki zamanla çalışma arkadaşlarımız da adeta ailemizden biriymiş gibi oluyor. Huzurlu ve mutlu bir ortamda oluşan motivasyonla da ekipler, başarıyı kolaylıkla yakalayabiliyor. Tabii ki birbirinden farklı karakteristik özelliklere sahip kişiler var. Mühim olan bu farklılıklardan beslenerek uyumlu bir sinerji ortamı oluşturabilmek. Bizler, birbirimize destek olarak çalışmayı tercih ediyoruz. Bu da başarımızı olumlu yönde etkiliyor.

EN BÜYÜK MOTİVASYONUMUZ: EV, ARAÇ VE İŞ YERİ SAHİBİ YAPTIĞIMIZ KİŞİLERİN MUTLULUĞU

Yıllar önce Fuzul'den araç sahibi olmuş birinin oğlunun bugün sisteme katıldığına şahit oluyoruz. Bu da Fuzul'ün rüştünü ispatladığının en büyük kanıtı...



MALATYA ŞUBE

Kişilerin iş birliği içerisinde yardımlaşarak daha adil, sürdürülebilir ve insan odaklı bir ekosistem oluşturmasıyla yani Dayanışma Ekonomisi ile çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Bu ekonomik sistemde kâr amacı değil, kişilerin ihtiyaçlarını en uygun bütçede karşılayabilmesi ve topluluk dayanışması ön planda tutuluyor.

Anadolu da tarih boyunca dayanışma kültürünü benimseyen bir coğrafya olmuştur. Malatya'da coğrafyadaki kadim bir şehir olarak geleneklerine bağlılığıyla tanınıyor. Dolayısıyla da 2017'den bu yana faaliyette olan Malatya şubemize ilginin yoğun olduğunu söylemem mümkün.

Müşterilerimizle Bir Araya Gelerek Güçlü Bağlar Kuruyoruz

Müşteri memnuniyetini çok önemsiyoruz. Müşteri memnuniyeti, insanların ihtiyaçlarını ve beklentilerini olumlu bir deneyimle karşılamak anlamına geliyor ve biz bunu içtenlikle yapıyoruz. Sistemimize katılmış, teslimatını almış ya da almamış fark etmeksizin tüm müşterilerimizle aile olmaya çalışıyoruz. Kimi zaman evlerinde kimi zaman iş yerlerinde kişi zaman şube toplantılarımızda müşteri-



Malatya Şube Müdürü
Mehmet Rahmi AYHAN

lerimizle bir araya geliyoruz. Böylelikle onlarla güçlü bağlar da kurmuş oluyoruz. İnsanların uzun yıllar hayallerini kurdukları ev ya da araca kavuşmalarına şahitlik etmek ve onların mutluluklarına ortak olmak, bu heyecanı onlarla paylaşmak bizleri son derece mutlu ediyor. Öyle ki onların mutluluklarına ortak olmanın en büyük motivasyon kaynağımız olduğunu söyleyebilirim. Ayrıca yıllar önce Fuzul'den araç sahibi olmuş birinin oğlunun bugün sisteme katıldığına şahit oluyoruz. Bu da Fuzul'ün rüştünü ispatladığının en büyük kanıtı...

Güçlü Bir Ekip, Verimliliği ve Başarıyı Getirecektir

Kaliteli hizmetin, müşterilerle güçlü iletişim kurabilmenin satış sonrasındaki süreci en iyi şekilde yürütebilmenin ve güçlü bir ekibin başarıyı getireceğine inanıyorum. Ekip demişken şunun da altını çizmek isterim ki ekip ruhu; kişilerin arasında iş birliğini, iletişimi ve dayanışmayı sağlayan olumlu bir çalışma dinamiğidir. Elbette ki güçlü bir ekip, verimliliği ve başarıyı getirecektir. Dolayısıyla ekibin kişisel gelişimine katkıda bulunulmasının da elzem olduğunu düşünüyorum. Bu bağlamda da ekibin ihtiyaç duyduğu bilgiyi edinebilmesi ve becerilerini geliştirebilmesi için eğitimler organize ediyoruz.

MİSAFİRLERİMİZİN DOĞRU YERDE OLDUĞUNU HİSSETMELERİ BİZLER İÇİN ÇOK ÖNEMLİ

Fuzul'ün Dayanışma Ekonomisi ile ev, araç ya da çatılı iş yeri sahibi olan kişileri her gördüğümde yaptığımız işin ne kadar kıymetli olduğunu bir kez daha anlıyorum



BURSA OSMANGAZI ŞUBE

Dayanışma ekonomisiyle ev ya da araç sahibi olmak hayal olmaktan çıkıyor. Tasarruf sahipleri bütçelerine uygun taksit ve ödeme koşullarıyla Türkiye'nin 81 ilinde ev, araç ya da çatılı iş yeri sahibi olabiliyor. Fuzul, 30 yılı aşkın tecrübesi ve oluşturduğu güven ile insanları, ev ve araç sahibi yapmayı sürdürüyor. Aldığımız mutlu müşteri geri bildirimleri ile biz de yolumuza daha büyük inançlarla devam ediyoruz. Şunu da belirtmek isterim ki Fuzul, müşteri memnuniyetini ön planda tutan çalışma prensibiyle Bursa'da fark oluşturmayı başardı.

Motivasyon Kaynağımız, Memnun Müşteriler

Bursa Osmangazi Şubesi olarak 2017 yılından beri kişileri, ev ve araç sahibi yapabilmek adına çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Bizi motive eden tarafısa onların mutluluğu oluyor. Bizler, bazen masamızda ağırladığımız bazen telefonun ucundaki bazen de iş yerlerinde ziyaret ettiğimiz kişilerin hayallerine kavuşmasını sağlamak için çabalyoruz. Günün sonunda memnun müşteri varsa insan inanılmaz motive oluyor. Başarımızın karşılığını da Fuzul'ü birbirine tavsiye edenler olduğunu gördüğümüzde alıyorsunuz.

BDDK süreci, tasarruf finansman sektörüne olan güvenin perçinlenmesi noktasında önemli bir adım oldu. Fuzul gibi



Bursa Osmangazi Şube Müdürü
Rabia KILIÇ

sektörde köklü bir geçmişe sahip bir şirket, BDDK lisansının da sahibi olunca insanların nezdinde güven temelli bir algı oluştu. Bizler de şubelerde Fuzul'e olan güveni koruyan elçiler olarak çalışmalarımızı sürdürmeye devam ediyoruz.

Odak Noktamız: Müşteri Memnuniyeti

Şubemize bilgi almak için gelen kişiler, sistemi bizden dinleyip koşulları öğrendiklerinde ev ya da araç sahibi olmanın zor olmadığını görüyorlar. Sistemimizin faizsiz olması nedeniyle ekstra bir maliyet yükünün altına da girmemiş oluyorlar. Bu duruma her şahitlik ettiğimde yaptığımız işin ne kadar kıymetli olduğunu bir kez daha anlıyorum.

Saygı Temelli Ekiplerde Başarı Kaçınılmaz Oluyor

Müşteri memnuniyeti odaklı bir yaklaşım benimsiyoruz ve bu bağlamda da şubemize misafir olan kişilerle ilk temas kurduğumuz andan süreç tamamlanana kadarki her evrede iletişimizi titizlikle sürdürüyoruz. Keza misafirlerimizin doğru yerde olduğunu hissetmeleri bizler için çok önemli. Şunun da altını çizmek isterim ki saygı temelli ekiplerde başarı kaçınılmaz oluyor.



Barbaros 48'in Boğaz Manzarası Altın Örümcek ile Taçlandı!

Fuzul GYO olarak sektörde fark yaratan lüks konut projemiz Barbaros 48'in web sitesi ile **21. Altın Örümcek Ödülleri'nde "Gayrimenkul&Yaşam Merkezleri" kategorisinde 3. seçildiğimizi bildirmekten gurur duyuyoruz!**

Hepinize büyük desteğiniz ve inancınız için teşekkür ederiz.

Bu başarıyı sizinle paylaşmaktan dolayı çok mutluyuz.

Hep birlikte daha da ilerlemek ve birlikte nice başarılarla ulaşmak dileğiyle...



ALTIN ÖRÜMCEK
ödülleri



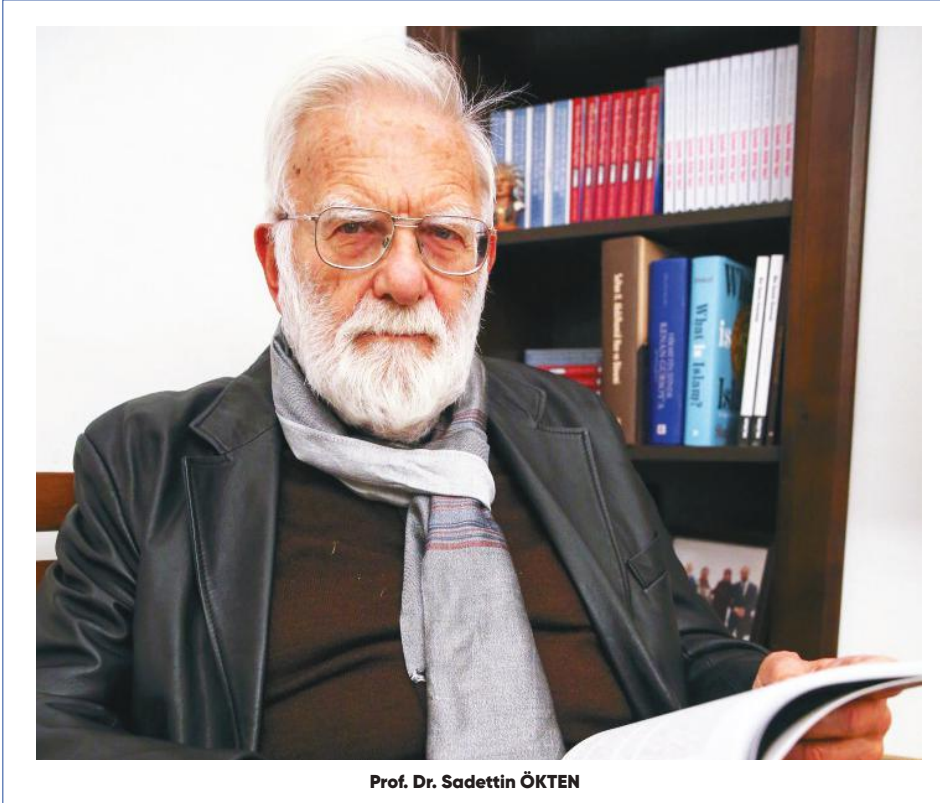
BARBAROS 48

fuzul ► HOLDING

KİMLİK, İNANÇ VE EYLEM BÜTÜNLÜĞÜNDEN İBARETTİR

Prof. Dr. Sadettin Ökten: "İslam Medeniyeti'nin şehri inşa etme konusunda üç tane temel ilkesi ortaya çıkıyor. Bunlardan birincisi nispet, ikincisi kifayet, üçüncüsü üslup ilkeleridir"

Röportaj: Merve AY



Prof. Dr. Sadettin ÖKTEN

Yüksek inşaat mühendisi olmasına rağmen daha çok şehir ve medeniyet konusundaki araştırmalarıyla bilinen Prof. Dr. Sadettin Ökten'le gerçekleştirdiğimiz röportajımızın ikinci bölümünü *Anahtar*'ın kıymetli okurlarıyla paylaşıyoruz.

Prof. Dr. Ökten: "Kadim İslam şehirleri de İslam Medeniyeti'nin değerlerine göre inşa edilmişlerdir ve İslam Medeniyeti'nin ahlaki denetiminden geçmişlerdir." diyor.

"İslam medeniyetinin değerlerini muhafaza ediyoruz, aynı zamanda moderniteden de mutluyuz. Bunların ikisini birleştirmek istiyoruz, ama bunlar birleşmez." diyorsunuz. Bu sözünüzden yola çıkarak şu soruyu sormak isterim: Kendi değerlerimizi muhafaza ederken günün şartlarına da uyum sağlayacak bir medeniyet inşası ne kadar mümkün? Gördüğüm kadarıyla biz toplum olarak henüz İslam Medeniyet Tasavvuru'nun değerlerine mensubuz. İç dünyamızda bu değer-

leri muhafaza ediyoruz ve yapabiliyorsak bu değerlerin eylemlerimizde görünür hâle gelmesini öncelleyen bir hayat kurguluyoruz. Bu olgu, tam anlamıyla dış dünyada gerçekleşmiyor. Çünkü dış âlemde çağımızda modernitenin küreselci versiyonu hayatı tanımlamaktadır. Modernite de kendine özgü değerleri olan bir medeniyet tasavvurudur. Onun küreselci versiyonunun da yine kendine özgü kabulleri ya da değer kelimesini iyice nötürleştirerek söylersek değerleri vardır. Problem, İslam Medeniyet Tasavvuru'nun değerler sistemiyle modernitenin değerler sisteminin çatışmasından zuhur ediyor. Bunlardan ilki aşkın dünyadan gelen haberi yani vahyi hayatın merkezine koyduğu hâlde ikincisi rasyonalliteyi yani aklı hayata rehber ediniyor. Birine inanıp diğerine göre yaşamak ise insan varlığını parçaladığı için bireyin iç dünyasında büyük bir azap doğurmaktadır. Yapılması gereken şey, İslam Medeniyet Tasavvuru'nun değerler sistemine göre bir hayat kurgulayıp, onu reel dünyada eylemlere yansıtmaya gayret etmektir. Bu olgu ne kadar başarılıdır tartışmaya açıktır. Ancak modernitenin tarihine baktığımız zaman onun duygu ve düşünce alanında gerek birey gerek toplum hayatında büyük boşluklar bıraktığını görmekteyiz. Bu boşlukları fark eden bir zihin ve gönül bunları kendi medeniyet değerleri doğrultusunda biçimler üretmek çok kolay doldurabiliyor.

Kemal Sayar ile gerçekleştirdiğiniz söyleşiler ışığında hayat bulan kitaplardan biri olan *Aşk ile Anı Seyretmek*'te şöyle bir ifadeniz var: "AVM'lerin, o koca binaların bir senaryosu var. O mekânlar belli bir hayat tarzının mekâna yansıyan izdüşümleri..." Kişilerin sahip oldukları konutlarla yaşam tarzını da satın alıyor olmasının genel manada toplum yapısına özeldir ise kişiye nasıl yansımaları olduğunu düşünüyorsunuz?

Mekân belli bir hayat tarzına göre inşa ediliyor. O hayat tarzını da o mekânı inşa eden gücün mensup olduğu medeniyet tasavvuru tanımlıyor. Bu açıdan değerlendirdiğimizde AVM'ler modernitenin kapitalist tüketici versiyonunun yoğunlaştığı ve görüldüğü mekânlardır. Bu kapitalist ve tüketici versiyonuna mensup insanlar da hayatta tükettikleri ölçüde var olmuşlardır. Bunların mekânları da korunaklı özel konutlar yani hep aynı insan modelinin yaşadığı sitelerdir. Böyle bir mekânsal kurguda yaşayan birey, kendisini toplumdan ayrılmış ve tüketimiyle daha üst düzeyde var olmuş olarak algılar. Modernitenin kapitalist tüketici versiyonunun var olma tarzı da budur. Böyle bir mekânda yaşıyorsanız bu mekânın yukarıda çözümlenen işlevsel ve duygusal şartlarının etkisinden asla kurtulamazsınız. Mensup olduğunuz medeniyet tasavvuru ne kadar farklı olursa olsun üzerinize bu kapitalist tüketici varoluş bu tür elitist bir gölge daima yapışır kalır.

Dem Bu Demdir Saat Bu Saat kitabınızda; bir şehir kurarken, tabiata müdahale ederken, bir inşa veya imar faaliyetlerinde bulunurken minimalist olmak mecburiyetindediriz diyor bunun da İslam ahlakına dayandığını ifade ediyorsunuz. Bahsi geçen faaliyetlerin İslam ahlakıyla ilişkisiyle ilgili neler söyleyeceksiniz?

Her medeniyet tasavvurunun mensupları, bu tasavvura ait değerleri eylemleriyle hayata yansıtmak mecburiyetindedir. Kimlik bu suretle ortaya çıkar. Diğer bir deyişle kimlik, inanç ve eylem bütünlüğünden ibarettir. İnandığı gibi yaşayamayan ya da yaşamayan bir birey veya toplum parçalanmış bir kimli-



ğin izdirabını daima bir yük olarak çekecektir. Şehir, toplumsal eylemler sonucu belli bir zaman sürecinde inşa ediliyor. Dolayısıyla bu eylemlerin o şehri inşa eden toplumun medeniyet değerleriyle örtüşmesi, yani o medeniyet tasavvurunun ahlaki denetimine maruz kalması gerekiyor. Modernitenin şehirleri, modernitenin değerleri doğrultusunda inşa edilmiştir ve modernitenin ahlaki değerlerine göre yapılan denetimlerden geçmiştir. Aynı olguyu kadim İslam şehirlerinde de görüyoruz. Kadim İslam şehirleri de İslam Medeniyeti'nin değerlerine göre inşa edilmişlerdir ve İslam Medeniyeti'nin ahlaki denetiminden geçmişlerdir. İslam Medeniyeti'nin şehri inşa etme konusunda üç tane temel ilkesi ortaya çıkıyor. Bunlardan birincisi nispet, ikincisi kifayet, üçüncüsü üslup ilkeleridir. Sorudaki minimalist sözcüğü İslam Medeniyeti'nin şehir inşasında ortaya koyduğu kifayet ilkesiyle örtüşüyor. Bir mümin dünyadan gerektiği kadar almalıdır. Buradaki gerektiği sözcüğü giderek azalan bir miktarı ifade eder. Dünyadan çok aldığınız zaman nefsiniz güçlenir ve gelişir. Buna karşılık kalbiniz daralır ve paslanır. İslam Medeniyeti'nin bireyle madde arasındaki ilişkiyi tanımlayan kuralları böyle ifade ediyor. Dolayısıyla şehir inşa ederken yaratılmış mevzun tabiatı en az müdahaleyle değiştirmelisiniz.

Aynı kitapta bir de şöyle bir sözünüz var: "Medeniyet değerlerine bir müdahale, bir itibarsızlaşma söz konusuysa, bir mabedi kapatıyor ya da gölgeliyor, belli bir açıdan görünüşünü bozuyorsa o binaların yaptırılmaması lazım." Peki, İslam medeniyeti değerlerini karşımıza konumlandırıp bir şehir inşa etmek istesek bugünün şehir yaşamından ne kadar uzağa gitmemiz gerekir?

Bu konuda çok keskin ve radikal bir şey söylemek istemiyorum. Esasında söylemem gerekir, ama şu andaki toplumun meyilleri ve hevesleri var. Hem onlara karşı çıkamam hem de toplumu ve kendimi müşkül durumda bırakamam. İslam Medeniyeti'ne göre inşa edilmiş şehir görmek istiyorsanız eski gravürlere, geçen yüzyılın hemen başında çekilmiş şehir fotoğraflarına, bir de edebiyatımızdaki kadim şehir tasvirlerine bakmanız lazım. Bu üç kaynaktan öne çıkan özellik, İslam Medeniyet değerlerini temsil eden yapıların şehirde belirgin, etkin ve hâkim olduğudur. İkinci özellik ise ilahi lütfun muhteşem bir göstergesi olan yeşil ve su ögesinin anıtsal yapıları destekleyen ikinci bir unsur olarak hem işlevsel hem simgesel boyutlarıyla var olmasıdır. Bireylere ait yapılar ise bu iki şehir ögesine saygılı bir tarzda daha mütevazı ölçülerde ortaya çıkmışlardır.

Yapılması gereken şey, İslam Medeniyet Tasavvuru'nun değerler sistemine göre bir hayat kurgulayıp, onu reel dünyada eylemlere yansıtmaya gayret etmektir

MARKA DEĞERİNİN ÖNEM KAZANDIĞI GÜNÜMÜZDE, ŞİRKETLERİN ENTELEKTÜEL SERMAYELERİ DE ARTIYOR

Yatırımcının gözünde bir şirketin katma değerinin yüksek olmasını sağlayan entelektüel sermayeye verilen önem, günden güne artış gösteriyor. Peki, entelektüel sermayeye dair ne kadar bilgi sahibiyiz?



Prof. Dr. Fatma AYANOĞLU

Şirkete para kazandıran her türlü soyut katma değere entelektüel sermaye diyoruz. Başka bir ifadeyle entelektüel sermayeyi, şirketin soyut sermayesi olarak tanımlamak mümkün. Soyut kavramlara örnek vermek gerekirse, know-how, tecrübe, çalışanların işletmeye kattığı bilgileri ve en önemlisi de marka değerini söyleyebilirim. Bir kurumun fiziksel varlıkları oldukça düşükken piyasadaki değeri çok yüksek olabiliyor.

Şirketler, Entelektüel Sermaye Boyutlarının Tümünü Birbirlerine Paralel Olacak Şekilde Ele Almak Zorunda

Entelektüel sermayenin; yapısal sermaye, çalışan sermayesi ve müşteri sermayesi olmak üzere üç tane boyutu bulunuyor. Şirketler; bu üç boyutu birbirlerine paralel olarak ele almak zorunda...

Şirketin markası, know how'ı, yapısı, esnekliği, öğrenen organizasyon olması ve bilinirliği yapısal sermayenin içerisinde yer alıyor. Çalışan sermayesi ise daha çok çalışanların bilgileri, şirkete sağladıkları katma değer ile kurum bünyesinde kritik düzeyler-

dekileri ve iç girişimci özelliğine sahip kişileri kapsıyor. Giderek inovasyonun önem kazandığı günümüzde çalışanın yaratıcı olması, kreatif bakış açısıyla şirket performansına ve katma değerine katkıda bulunması gibi konular oldukça mühim.

Müşteri sermayesi için de müşterinin şirkete olan bağlılığını yani sadakatini söylemek mümkün. Hepimizin bildiği gibi sadık müşteri, markadan vazgeçmiyor. O dönemde müşteri, maddi açıdan bahsi geçen markanın ürününü alamayacak durumda olsa bile, iki yerine bir tane alır, ama yine de sadakatinden ödün vermez. Dolayısıyla sadık müşteri, işletmenin kemikleşmiş kitlesidir ve yatırım değerlemesinde firmanın yatırımcılar nezdindeki değerini artıran bir faktördür.

Entelektüel Sermaye Olmadan Şirketler Ayakta Kalamaz

Entelektüel sermayesi olmadan şirketlerin ayakta kalması çok da mümkün değil. Şirketlerin markaları var, çalışan sadakatine ve müşteri memnuniyetine önem veriyorlar ya da kri-

Şirketlerin hem gelecekte inovasyonla buluşmaları hem de çalışanlarını geleceğe hazırlayabilmeleri için entelektüel sermaye kavramı kritik öneme sahip



tik konularda bilgi sahibi olan vazgeçemedikleri profesyonel yöneticileri bulunuyor. Diğer yandan müşteri memnuniyeti ve sadakatine yönelik çalışmalar da gerçekleştiriyorlar. Aslına bakarsanız şirketlerin birçoğu, büyüme evrelerinde bazı kurallara uyararak bu entelektüel sermaye değerlerini yükseltiyor. Dolayısıyla şirketler aslında bilerek ya da bilmeyerek zaten bu konulara yönelik çalışmalar gerçekleştiriyorlar. Ancak şirketlerin entelektüel sermaye değerini yükseltecek çalışmalarını bilinçli olarak yapması önemli. Öyle ki yukarıda bahsi geçen tüm boyutların bir arada koordineli şekilde büyütülmesi gerekiyor. Ayrıca bunun tek seferlik değil de sürdürülebilir olduğunda kıymetli olduğuna dair şirketlerin bilinçlenmesi elzem. Çünkü müşteri ve çalışan boyutunda gerçekleştirilen bütün faaliyetlerin bilinçli olarak yapılması gerekiyor ki günün sonunda şirkete katma değer sağlayabilsin.

Günümüzde Dijitalleşme Artarken Marka Değeri de Önem Kazanıyor

Entelektüel sermaye değerini yükseltirken şirketin yapısını, çalışan sermayesinin inovatif olmasını destekleyecek bir şekilde kurgulaması yani öğrenen organizasyonu inşa etmesi gerekiyor. İç girişimci özelliklerine sahip yeteneklerin doğru işi yapmasına zemin hazırlaması, ilgili kişileri en doğru şekilde yönlendirilmesi, bunun için gerekli tüm altyapıların kurulması diğer yandan da müşteri sadakatini artıracak çalışmalar gerçekleştirilmesi entelektüel sermaye değerini yükseltmenin olmazsa olmazları arasında yer alıyor. Dijitalleşmenin arttığı dolayısıyla da marka değerinin önem kazandığı günümüzde, şirketlerin entelektüel sermayelerini de artırıyor. Örneğin; şu anda Instagram'ın piyasadaki değerinin birçok holdingtten daha yüksek olmasının sebebi de bu. Müşterilerin bağlılığı, kullanım sıklığı ile piyasadaki değeri birbiriyle paralel.

Ölçemezseniz, Yönetemezsiniz!

Entelektüel sermaye soyut olduğundan bunun doğru ölçülmesi, performansa ve şirketin katma değerine doğru yansıtılması önem arz ediyor. Entelektüel sermaye değerini ölçmek için çeşitli yöntemler bulunuyor. En basit şekliyle bir şirketin fiziksel varlıklarından piyasadaki değerini çıkardığınızda entelektüel sermayeyi buluyorsunuz. Buradaki değeri yükseltmeye çalışmak ve yukarıda bahsettiğim boyutları şirketin içine yaymak oldukça önemli. Tabii ki entelektüel sermayenin birebir ölçüm yöntemleri de var ve bunlar genellikle profesyonel şirketler tarafından tercih ediliyor. Ancak öncelikle şirketler şu sorulara yanıt verebiliyor olmalılar: "Benim entelektüel sermaye değerim neydi, bugün hangi noktada ve yarın bunu hangi aşamaya getirmeyi amaçlıyorum?" Klasik bir şekilde şöyle ifade edebilirim: "Ölçemezseniz, yönetemezsiniz."

Çalışanların da Entelektüel Sermayelerini Yükseltmeleri Şart

Özetlemek gerekirse şirketlerin hem gelecekte inovasyonla buluşmaları hem de çalışanlarını geleceğe hazırlayabilmeleri için entelektüel sermaye kavramı kritik öneme sahip. Yalnızca patronların ve yöneticilerin değil, çalışanların da bu bilince sahip olması oldukça mühim. Konuyu bir de çalışanlar nezdinde ele almak gerekirse şunu söylemek mümkün: Artık uzaktan çalışmanın hâkim olduğu zamanlardayız, iş hayatında pek çok şey dijitalleşti, hatta robotlar iş hayatında yerini alıyor. Tam da burada işin içine know-how ve inovasyon giriyor. Bu bağlamda da artık çalışanlarının da kendi entelektüel sermayelerini yükseltmeleri zorunlu bir hâl oluyor. Çalışanların da günümüzde şirket içinde girişimci, yaratıcı ve inovatif olmaları gerekiyor ki vazgeçilmez olabilsinler.

TANINMIŞ MARKA BAŞVURULARIYLA ŞİRKETLER, REKABETÇİ İŞ DÜNYASINDA ÖNE ÇIKIYOR

Şirketlerin tanınmış marka başvuruları yapmaları, rekabetçi iş dünyasında öne çıkmak ve müşteri sadakatini güçlendirmek için önemli bir stratejik adım olarak kabul ediliyor



Faruk YAMANKARADENİZ CEO, Destek Patent

Tanınmış markalar, “Bir kişiye veya girişime sıkı bir biçimde bağlılık, güvence, kalite, reklam gücü, yaygın bir dağıtım ağına bağlı, müşteri ve diğer subjektif ilgi ve ilişkiler ayrımı yapılmadan coğrafi sınır, kültür ve yaş farkı gözötilmeksizin aynı çevredekilerce refleks hâlinde beliren bir çağrışım.” şeklinde tanımlanabilir.

Tanınmış Marka Tescili, Tüm Mal ve Hizmet Sektörlerinde Markayı Korumayı Sağlar

Bahsi geçen tanıma ve Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından deklare edilmiş kriterlere uygun başvuru ile “tanınmış marka” hakkı elde edilebilir. Hükümsüzlük ya da iptal talebi ile açılan bir davada da davacı markasının tanınmışlığının tespiti talep edilebilir. “Marka tescili, sahibine sadece belirli mal ve hizmet sektöründe koruma imkânı tanırken, tanınmış marka tescili tüm mal ve hizmet sektörlerinde markayı koruyabilir.

Tanınmış markalar, buldukları toplumda geniş bir bilinirliğe ulaşarak güç kazanırlar ve bu markalar, toplumda tanınır hâle gelmelerinden dolayı daha kapsamlı koruma haklarına sahiptirler. Böylece, markalar karşılaştıkları olası ihlaller ve sahtecilik girişimleri gibi durumlarda daha etkin bir şekilde mücadele edebilirler. Günümüzde şirketler, rekabetçi iş dünyasında öne çıkmak ve müşteri sadakatini sağlamak amacıyla tanınmış marka başvurularına yönelerek uzun vadeli başarılarını desteklemiş ve bir nevi bu başarıyı kontrol altına alarak sürdürülebilirliklerini sağlamış olurlar.

Tanınmış Marka Başvuruları, Müşteri Sadakatini Artırmada Etkili Bir Rol Oynuyor

Tanınmış marka başvuruları, rekabetçi pazarda büyük bir avantaj sağlarken aynı zamanda müşteri sadakatini artırmada da etkili bir rol oynuyor. Müşteriler genellikle, bilindik ve güvenilir bir markaya olan bağlılıklarını sürdürme eğilimindedirler. Bu

durum, şirketlerin müşteri tabanını korumasına ve mevcut müşterileriyle daha güçlü bir bağ kurmasına yardımcı oluyor.

Tanınmış bir markaya sahip olan şirketler, lisans ve ortaklık fırsatlarını daha kolay bir şekilde değerlendirebiliyor. Diğer şirketler, güçlü ve itibarlı bir markayla iş birliği yapma şansını kaçırmak istemiyor ve bu nedenle iş birlikleri daha olası hâle geliyor. Bu da şirketlerin gelir ve büyüme potansiyelini artırıyor, şirketin değerini de yükseltiyor ve yatırımcıların ilgisini çekiyor. Yatırımcılar, tanınmış bir markaya sahip şirketlere daha fazla güven duyarak yatırım yapma eğiliminde oluyorlar. Bu durum, şirketlerin sermaye çekme ve büyüme için daha iyi olanaklara sahip olmalarını sağlıyor.

Tanınmış Marka Başvuruları Yapma Eğilimi, Türkiye'de Ciddi Artış Gösterdi

En öncelikli olarak bir kurumun markasını resmî bir kurum tarafından tanınmış marka olarak sicile kaydetmiş olması önemli bir prestij sebebidir.

TANINMIŞ MARKA OLMAK NE SAĞLIYOR?

- Rekabetçi pazarda avantaj sağlıyor.
- Müşteri sadakatini artırmada önemli bir rol oynuyor.
- Müşteri tabanının korunmasına olanak sunuyor.
- Lisans ve ortaklık fırsatları daha olası hâle geliyor.
- Şirketlerin gelir ve büyüme potansiyeli artıyor.
- Şirketin değeri yükseliyor ve yatırımcıların ilgisini çekiyor.



Tüm bunları bir araya getirdiğinizde şirketlerin tanınmış marka başvuruları yapmaları, rekabetçi iş dünyasında öne çıkmak ve müşteri sadakatini güçlendirmek için önemli bir stratejik adım olarak kabul ediliyor.

Umut verici bir gelişme ki son yıllarda şirketlerin, markalarını yasal olarak koruma altına almak için tanınmış marka başvuruları yapma eğilimi Türkiye'de de ciddi artış gösterdi.

Son yıllarda şirketlerin, markalarını yasal olarak koruma altına almak için tanınmış marka başvuruları yapma eğilimi Türkiye'de de ciddi artış gösterdi



30 YIL, 1 DAKİKAYA SİĞAR MI?

Fuzul'ün 30 yıllık hikâyesinin de başarısının da merkezinde reklam filmimizdeki bu cümle yatıyor.

"Gönülleri kazanmayı amaçlarsan, işte o zaman Fuzul olursun"



NOT AD AGENCY Kurucu Ortağı **Rıza Çağrı ÇELİK**

Fuzul; 30 yıla farklı alanlarda imza attığı onlarca başarı, yüzlerce hikâye, biriktirdiği on binlerce müşteri sığdırmış güçlü bir marka... Tam da bu nedenle bu markaya imaj filmi çalışmak epey zorlu bir süreç oldu. Meslek hayatım boyunca elde ettiğim tecrübeye dayanarak şunu net bir şekilde söyleyebilirim ki eğer sıradan bir ürünün ya da bir markanın reklamını yapıyorsanız işiniz daha kolay. Bu ifadeyi kullanmış olmama belki de ilk duyduğunuzda biraz şaşırabilirsiniz. Ama dediğim gibi bahsi geçen ürün ya da markalarla çalışıldığında bir reklamcı olarak sorumluluğunuz daha az ve işiniz daha kolay oluyor. Çünkü elinizde boş, yani bembeyaz bir sayfa oluyor. Bu gibi işlerde reklamcılık hünerinizle bir kuş kondurmanız, yani sizin bir hikâye uydurabilir olmanız yeterlidir. Fuzul'de ise durum bunun tam tersiydi. Elimizde 30 yıllık müthiş bir hikâye vardı, ama bu 30 yılı anlatacak sadece 1 dakikamız...

"Gönülleri Kazanmayı Amaçlarsan, İşte O Zaman Fuzul Olursun"

Hâliyle bu bir dakikalık süre zarfında Fuzul'ün tüm başarılarını tek tek anlatmamız mümkün değildi. Ancak Fuzul'ü "Fuzul" yapan en önemli değeri anlatmamız için sadece bir cümlemin

yeterli olduğunu keşfettik. İşte o cümle: "Gönülleri kazanmayı amaçlarsan, işte o zaman Fuzul olursun". Aslında Fuzul'ün 30 yıllık hikâyesinin de başarısının da merkezinde reklam filmimizdeki bu cümle yatıyor. Müşteri memnuniyeti olarak da algılayabileceğiniz bu cümle; söz konusu Fuzul olunca çok daha farklı bir boyutta anlam kazanıyor. Fuzul için "müşteri memnuniyeti" demek, her bir müşterinin ailenin bir parçası olması, onların gönüllerini kazanmak demek.

Müzik, İlk Duyuşta Seyircinin Gönlünü Kazanmalıdı

Filmin hikâyesi de işte bu içgöründen hareketle ortaya çıktı. Filmin hayata geçiş sürecinde de oyuncu seçiminden müziğe, dublaj sanatçısından kostüm tercihine kadar her detayda bize "gönülleri kazanmayı amaçlarsan işte o zaman Fuzul olursun" cümlesi rehberlik etti. Filmimizin tüm detayları, Fuzul'ün 30 yıldır müşterileriyle kurduğu o sıcak bağı anlatmamıza yardımcı olmalıydı. Bu tarz bir filmdeki en güçlü silahlarımızdan biri elbette müzik oluyor. İşte bu yüzden reklam filmi müzikleri konusunda oldukça deneyimli bir isim olan Mehmetcan Erdoğan'la çalıştık. Ve kendisine bu filmin müziği için sipariş verirken tabii ki yine o sihirli cümleyle kullandık... "Gönülleri



kazanmayı amaçlarsan işte o zaman Fuzul olursun". Müziğin öyle bir duygusu olmalıydı ki ilk duyuşta seyircinin gönlünü kazanmalıydı. Ortaya çıkan işle bu amaca ulaştığımızı düşünüyorum. Filmin dış sesini ise hem tiyatro ve televizyon dünyasında hem de dublaj konusunda çok önemli bir isim olan Hakkı Ergök okudu.

Nice 30 Yıllara... Nice Gönülleri Kazanmaya...

Fuzul Holding her ne kadar Fuzul ve Fuzul GYO markalarıyla zihinlerde yer etmiş olsa da müşteriyi merkezinde tutarak oluşturduğu bu büyük ekosistemi anlatabilmemiz için elbette ki Nevita ve NEW INN gibi çok değerli yeni nesil markalarına da filmimizde yer vermemiz gerekiyordu.

Tüm bu değerleri bir araya getirdiğimiz zorlu, ama bir o kadar da keyifli bir sürecin sonunda çıktığı imaj filmimiz ortaya. Prodüksiyon süreçleri tamamlanıp hayata geçtiğinde çok keyif aldığımız işler arasındaki yerini aldı. Fuzul'ün 30 yıllık hikâyesini anlatmak bize nasip olduğu için de ayrıca hem çok mutlu olduk hem de gurur duyduk.

Nice 30 yıllara... Nice gönülleri kazanmaya...



FUZUL HOLDİNG YENİ İMAJ FİLMİ İLE 30 YILLIK HİKÂYESİNİ İZLEYİCİYLE BULUŞTURDU



1992 yılında otomotiv sektörü ile başlayan ve çeyrek asrı aşan deneyimini yeni nesil şirketleri ile bir araya getiren Fuzul, "Gönülleri Kazanmayı Amaçlarsan Fuzul Olursun" mottosu ile izleyicinin karşısına çıktı.

Geçmişten bugüne holding olma yolculuğunu anlatan reklam filminin çekimleri 8 farklı lokasyonda 2 günde tamamlandı.

■ **Reklamveren:** Fuzul

■ **Reklamveren Temsilcileri:** Mustafa K. Dalda, Burak Salman, Kübra Akbal Kuru, Cansu Kekeç Saatçioğlu, Sergen Yeşilatioğlu, Emir Adıgüzel, Elif Ece Evren, Merve Ay, Doğanay Akyel, Arda Rollas

■ **Kreatif Ajans:** Not Ad Agency

■ **Prodüksiyon Şirketi:** D&D Prodüksiyon

■ **Yönetmen:** Erhan Demir



fuzul»VENTURES

1

Bir yol uzun diye vazgeçersen başlamadan son bulur.
Bir yolculuğa çıkarsan binlerce hikayen olur.
Biz **30 yıl** önce upuzun bir yolculuğa beraber çıkmayı seçtik

rubikpara

STAY
ALL
WAYS
NEW
INN

2

Tek bir iş yaparsan faydan keline olur.
Bir ekosistem kurarsan herkese kazanç olur
Biz kurduğumuz dev ekosistem ile ülkemizin büyümesine katkıda bulunmayı seçtik.

akvasigorta

fuzul

fuzul

fuzul»ARSA

3

Bir ev alırsan sadece senin olur. Bir dayanışmanın içinde olursan herkesin mutlu yuvası, arabası olur.

4

Sadece yapı firması olursanyaptığın senin olur, bir GYO olursan mutluluk olur, huzur olur, halk başarılarına ortak olur.

NEVITA
Your trusted partner in real estate in Turkey

fuzul»GYO

fuzul

5

Ve gönülleride kazanmayı amaçlarsan işte o zaman

Fuzul Olursun!

fuzul

İRAN, GÖRKEMLİ GEÇMİŞİ VE TARİHİ HAZİNELERİ İLE KENDİNE HAYRAN BIRAKIYOR

Tarihi ve kültürel zenginliği ile bilinen İran, mistik ve unutulmaz bir seyahat deneyimi yaşamak isteyenler için en doğru adreslerden biri...



Fuzul Holding İç İletişim Yönetmeni **H. Kübra AKBAL KURU**

Türkiye'nin sınır komşusu, etrafı Basra Körfezi, Umman Körfezi ve Hazar Denizi ile çevrili, binlerce yıllık görkemli geçmişi ve görenleri kendine hayran bırakan tarihi hazineleri ile İran, dünyanın en çok dikkat çeken ülkeleri arasında yer alıyor.

Her ne kadar resmi dili Farsça da olsa Azerilerden Kürtlere Türkmenlerden Araplara kadar farklı coğrafyadan insanlara ev sahipliği yapıyor olması nedeniyle İran, en çok dilin konuşulduğu ülkeler arasında bulunuyor.

Alkol kullanımının yasak olduğu ülkede kişiler, istedikleri takdirde restoranlarda ve kafelerde kadınlar ile erkekler için ayrı bölümleri tercih edebiliyorlar. Diğer yandan kanuni olarak kadınların şal ve eşarpla örtünmeleri gerekli görülüyor, erkeklerin ise şort giymeleri çok uygun karşılanıyor.

Zamanınız Kısıtlı Değilse İran'a Trenle Gidebilirsiniz

Türkiye'den İran'a ister uçak ister otobüs ister tren isterseniz de kendi özel aracınızla rahatlıkla ulaşmanız mümkün. Ülkemizden İran'a İstanbul, İzmir, Ankara ve Antalya gibi büyük şehirlerden direkt uçuş bulunuyor. Diğer yandan ülkemizin çeşitli kentlerinden hareket eden otobüsler aracılığıyla da İran'a gidilebiliyor. Eğer herhangi bir zaman kısıtınız yoksa ve seyahatinizi eşsiz bir görsel ziyafetle taçlandırmak istiyorsanız İran'a giderken tren yolculuğunu tercih edebilirsiniz.

İran'a Gidilecek En Doğru Zaman: İlkbahar ve Sonbahar

Her ne kadar seyahatler kişiye özel olsa da diğer bir ifadeyle gezinin amacı ve rotasına göre en uygun zaman değişiklik gösteriyor olsa da konforlu bir gezi için gidilecek ülkenin iklim koşullarını dikkate almakta fayda var. Gelelim İran'ın iklimine... İran'ın iklimi, bölgelere göre farklılık gösterebiliyor. Öyle ki yaz aylarında Hazar Denizi kıyısı çok sıcakken ülkenin dağlık kesimleri daha serindir. Ama genel manada yaz, İran'da sıcak ve kurak geçerken kışlar soğuk ve az yağışlı oluyor. Dolayısıyla gerçekleştirilecek bir İran seyahati için en doğru zaman, havala-

rın ılık seyrettiği ilkbahar ve sonbahar mevsimleridir.

Taksiler Ucuz

İran'ın pek çok şehrinde toplu taşıma kullanmadan yürüyerek de şehri rahatlıkla gezebiliyorsunuz. Tahran, Tebriz ve İsfahan'da yaygın olarak toplu taşıma araçları tercih ediliyor. Diğer yandan burada dolmuşlar, taksiler ve motosikletler aracılığıyla da ulaşım sağlanıyor. Ülkede benzin fiyatlarının düşük olmasının paralelinde taksi ücretleri de uygun oluyor.

Pek Çok Konaklama Seçeneği Bulunuyor

Burada her ne kadar en çok otel konaklaması tercih ediliyor olsa da ülkede 5 yıldızlı lüks otellerden pansiyonlara ve yerel halkın turistlere kiraladığı odalara kadar pek çok konaklama seçeneği bulunuyor. Yine de önceden rezervasyon yaptırmak yer bulamayıp sıkıntı yaşama ihtimalinin önüne geçiyor.

Zengin Mutfak Kültürüne Sahip

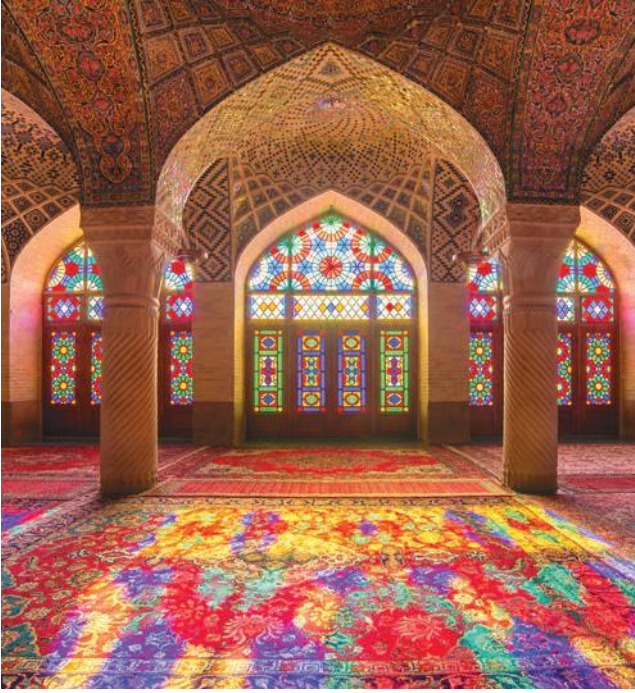
Orta Asya ve Orta Doğu arasındaki konumu itibarıyla İran'ın mutfağında Türk ve Fars kültürünün etkileri görülüyor. Bu açıdan bakıldığında İran'ın zengin bir mutfağı olduğunu söylemek mümkün. Bulgur, pirinç ve kuzu eti en sık tüketilen yiyeceklerdendir ancak Türk mutfağını aratmayan kebab ve lahmacun da İran'ın lezzet türleri arasında yer buluyor. Ayrıca İran ile Türk mutfağı arasında şöyle bir fark var. Türkiye'de pirinç pilavı, Osmanlı pirincinden İran'da ise Basmati pirincinden yapılıyor. Türkler, pilavın dibinin tutuşunu beceriksizlik sayarken İran'da özellikle dibinin tutması tercih sebebi oluyor.

Herkes Nazik ve Birbirine Güveniyor

İran o kadar güvenli bir ülke ki bir tomar paranızı düşürseniz dahi kimse dönüp de almıyor. Hırsızlık yok, herhangi bir saldırı yok. Tabii bunda şeriatın da etkisi büyük.

Gerçekleştirilecek bir İran seyahati için en doğru zaman, havaların ılık seyrettiği ilkbahar ve sonbahar mevsimleridir





Yas Tutma Kültürü

İran sokaklarında yakın zamanda gerçekleştirilmiş savaşlarda hayatlarını kaybedenlerin resimleri yer alıyor. Savaş nedeniyle vefat eden kişiler, bu şekilde yad ediliyor. Ağırıklı olarak Şii mezhebine mensup olan İranlılar, Kerbela'yı yad ettiklerinde de tüm şehire siyah bayraklar asıyorlar. Ayrıca ağıt yakma kulüpleri de oluşturuyorlar. Şehirde Hz. Fatıma ve Hz. Ali için yapılan ikramlara da rastlamak mümkün.

İran'da Sanat Anlayışı

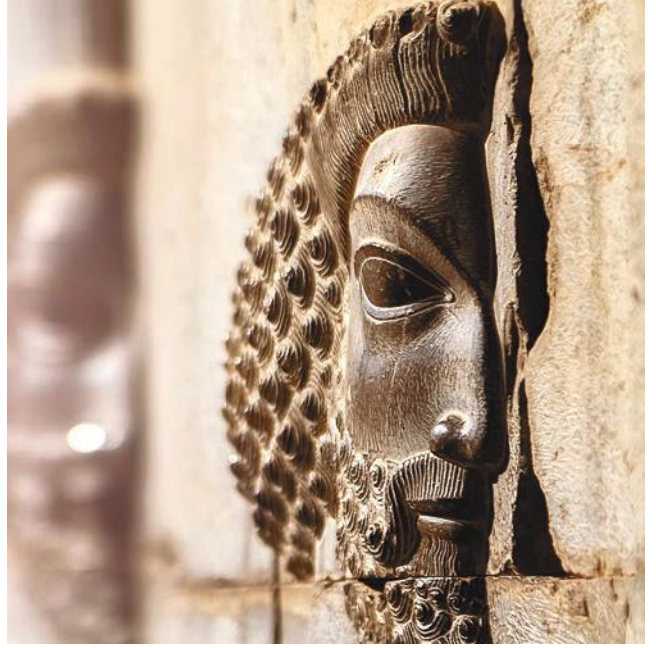
Ülkede sanat oldukça gelişmiş ve şehrin genelinde önemli bir yer tutuyor. Neredeyse tüm binaların kapıları oldukça ihtişamlı. Öyle ki her biri ayrı bir desen her biri farklı bir işçilik... İran'daki kişilerin nezaketlerinin, bu sanatsal ruhla bir bağlantısı olduğu kanaatindeyim.

İran Özelinde Turistlerin Gözde Rotaları

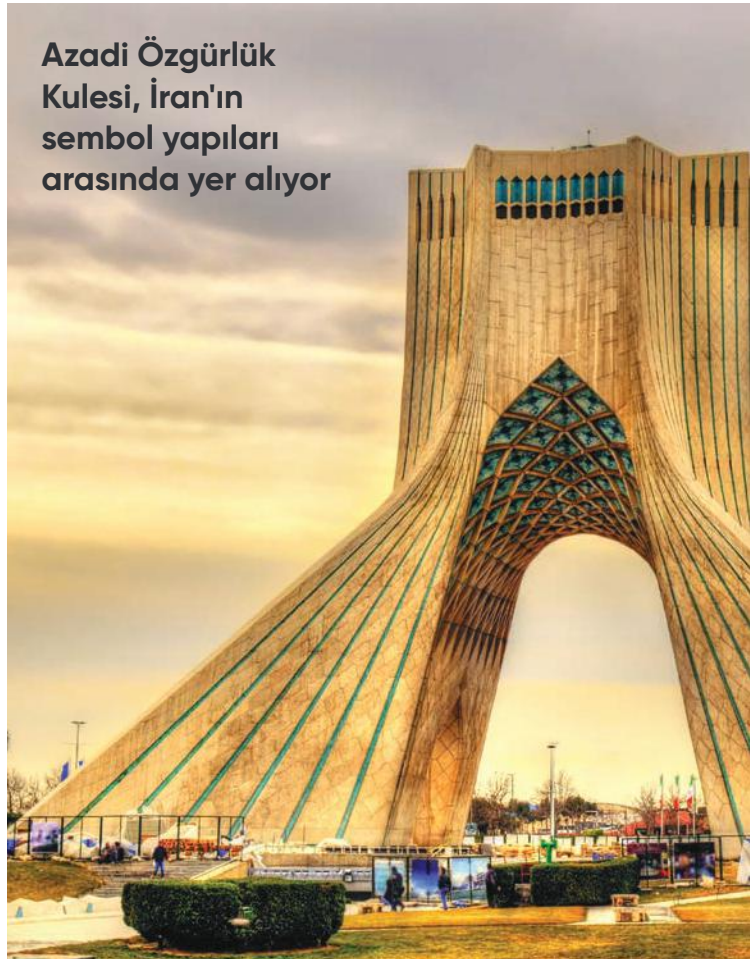
Tarihi ve kültürel zenginliği ile bilinen İran, mistik ve unutulmaz bir seyahat deneyimi yaşamak isteyenler için en doğru adreslerden biri... İran'ı keşfetmek isteyenler için yerli ve yabancı turistler tarafından en çok tercih edilen birkaç rotayı sizler için derledim.

Gülistan Sarayı

Tahran'ın en önemli yapıları arasında ilk sırada yerini alan Gülistan Sarayı, etkileyici mimarisiyle ön plana çıkıyor. UNESCO Dünya Miras Listesi'nde yer alan bu ihtişamlı saray, yerli ve yabancı binlerce turistlerin ilgi odağı hâline gelmiş durumda... Asırlara meydan okumuş ve mimarisiyle dillere destan olmuş Gülistan Sarayı'nda Avrupa ve Fars mimarisinin esintilerine şahitlik etmek mümkün. Öte yandan sarayın kristallerle döşenmiş olmasını, İran'ın ihtişamının göstergesi olarak nitelendirebiliriz.



Azadi Özgürlük Kulesi, İran'ın sembol yapıları arasında yer alıyor





İran Halı Müzesi

Halılarıyla dünyaya nam salmış İran'da 1970'li yılların ikinci yarısında İran Halı Müzesi kurulmuş. 16 yüzyıldan bugüne kadar gelmiş en seçkin halıların sergilendiği bu müze, büyüleyici mimari özellikleriyle dikkatleri üzerine çekiyor. Ziyaretçilerin yoğun ilgi gösterdiği müzede sergilenen halıların bir bölümü destanları, tarihi olayları ve kişileri anlatıyor.

Nakş-ı Cihan Meydanı

Nakş-ı Cihan Meydanı, İran'ın İsfahan şehrinin sembolleri arasında yer alıyor. Turistlerin rağbet gösterdiği bu meydanın ismi "dünyanın imgesi" anlamını taşıyor. Meydanın çevresi Bab-ı Ali Sarayı, Şeyh Lütfullah Camii ve Şah Camii gibi önemli tarihi yapılar ile İsfahan'ın çarşısı da keşfedilmeye değer yerler arasında bulunuyor.



Eram Garden

Muhteşem güzelliği ile turistlerin ilgi odağı olan Eram Garden, İran'ın Şiraz şehrinde bulunuyor. UNESCO Dünya Miras Listesi'nde yer bulan bahçede Selçuklu kalıntılarına rastlamak da mümkün. İsmi cennet bahçesi anlamına gelen Eram Garden, tarihi bir peyzaj bahçesi olarak halka da açık...

Demavend Dağı

Sönmüş bir yanardağ olan Demavend, doğaseverler ve tırmanışçılar için İran'ın en cazip rotalarından biri arasında yer alıyor. Sönmüş bir volkan olan ve yaklaşık 5 bin 600 metre yüksekliğe sahip Demavend Dağı'nın, Pers mitolojisinde de yeri önemli.

Milad Kulesi

Tahran'ın simge yapıları arasında yer alan Milad Kulesi, yılın her dönemi ziyaretçilerini bekliyor. Şehrin en fazla ziyaret edilen yapıları arasında bulunan ve 435 metre yüksekliğe sahip kule, şehrin muhteşem manzarasını seyretmek isteyenleri bekliyor.



KENDİNİ DEĞERSİZ HİSSETME, KENDİNE KARŞI ŞEFKATLİ OL!

İnsan neyin kendisine iyi geleceğini bilmezse, hedeflerini, değerlerini unutursa, güçlü yanlarını bilmezse, bir süre sonra kurumuş bir çiçek dalı gibi sarmaya başlar ve değersiz hisseder



Psikolog/Kurumsal Danışman **Ali ÖZSOYLU**

Kişilerin kendilerini değersiz hissetmelerine sebep olacak birçok etken bulunuyor. Dolayısıyla bu gibi durumlarda kişinin öncelikle kendine şu soruyu sorması gerekiyor: “Ben, neden değersiz hissediyorum?” Tabii ki bunun da pek çok cevabı olabilir. Kendilerini değersiz hisseden insanlar, genellikle her konuda kendilerini suçlarlar. Diğer yandan kendilerini işe yaramaz, başarısız ve yetersiz olarak görürler. Tüm bunların neticesinde de kendilerine verdikleri değer oldukça düşüktük, benlik saygıları önemli ölçüde azalmıştır. Bu kişiler, çoğunlukla yaşadıkları olay ve durumların olumsuz yönlerini görmeye daha meyillidirler. Metnin başında da belirttiğim üzere kişinin değersiz hissetmesinin birçok sebebi olabiliyor. Bu değersizlik hissinin oluşum sürecine bakacak olursak ilk adım olarak çocukluğu ele alarak başlayabiliriz.

Ebeveynin Çocuğa Nasıl Bakım Verdiği Önemli

Çocukluk döneminde kişiye ebeveyninin nasıl bakım verdiği oldukça önemli... Çocuğun yetiştirildiği çevre, bu ortamda deneyimledikleri, hangi olay ve durumlarla karşılaştığı, ne gibi geri bildirimler aldığı, kötü bir muameleye maruz kalıp kalmadığı gibi durumlar, kişinin kendisine olan bakışını yani öz saygısını

şekillendirmeye başlıyor. Bahsi geçen bu durumların süresi ve sıklığı ise kişinin benlik saygısının ne seviyede olacağını belirliyor. Tabii burada kişilik faktörü de önemli, dolayısıyla bunun da yabana atılmaması gerekiyor. Her bireyin yaşananlara karşı sergilediği tutum ve bakış açısının farklılık göstermesi çok normal.

Hangi Durumlar Kişinin Değersiz Hissetmesinde İtici Rol Üstleniyor?

Yoğun bir şekilde kendisini değersiz hisseden kişiler incelendiğinde genellikle benzer durumlar yaşadıkları görülüyor. Söz konusu durumları şu şekilde özetlemek mümkün:

- Ebeveyninin bebekliğinden itibaren çocuğunun bakımında yetersiz kalması,
- Kişinin küçüklüğünde taciz, yaralanma ve şiddet gibi travmatik bir durumla karşılaşmış olması,
- Ailesi ve çevresi tarafından sürekli eleştirilmesi,
- Aile içindeki iletişim tarzının genel itibarıyla sağlıklı olmaması,
- Kendisine karşı yıkıcı eleştirilerde bulunmayı alışkanlık hâline getirmesi,

- Mükemmeliyetçi bir ailede büyümesi nedeniyle sürekli yeterli olmadığına dair geri bildirip alıp takdir edilmemesi,
- Arkadaş ortamında ve kardeşleri arasında kötü muameleye maruz kalması,
- Sürekli stres düzeyi yüksek olaylar ve durumlar yaşaması.

Yoğun Değersizlik Duygusu, Depresyon İhtimalini Güçlendiriyor

Söz konusu maddeler, kişinin benlik saygısı inşasında ciddi etkiye sahip. Ancak üzerinden durulması gereken en önemli konu belki de kişinin kendisine karşı nasıl bir tutum sergilediği... Diğer bir ifadeyle kendisine karşı şefkatli olup olmaması... Örneğin; sürekli eleştiriye maruz kalan kişi, en ufak bir hatada kendini acımasızca eleştirebiliyor. En ufak bir yanlışta her şeyden sorumluymuş gibi hissediyor ve hiç hata yapmaması lazımmış gibi kendine has kurallar geliştirmiş olabiliyor. Bu düşünce yapısına sahip kişiler, tek bir sıkıntıdan dolayı kendilerinin tamamen değersiz ve hiçbir şeye yaramadığı sonucunu çıkarabiliyor. Ayrıca etrafındaki kişilerin, onlara verdikleri değerle kendilerini değerlendirebiliyorlar.

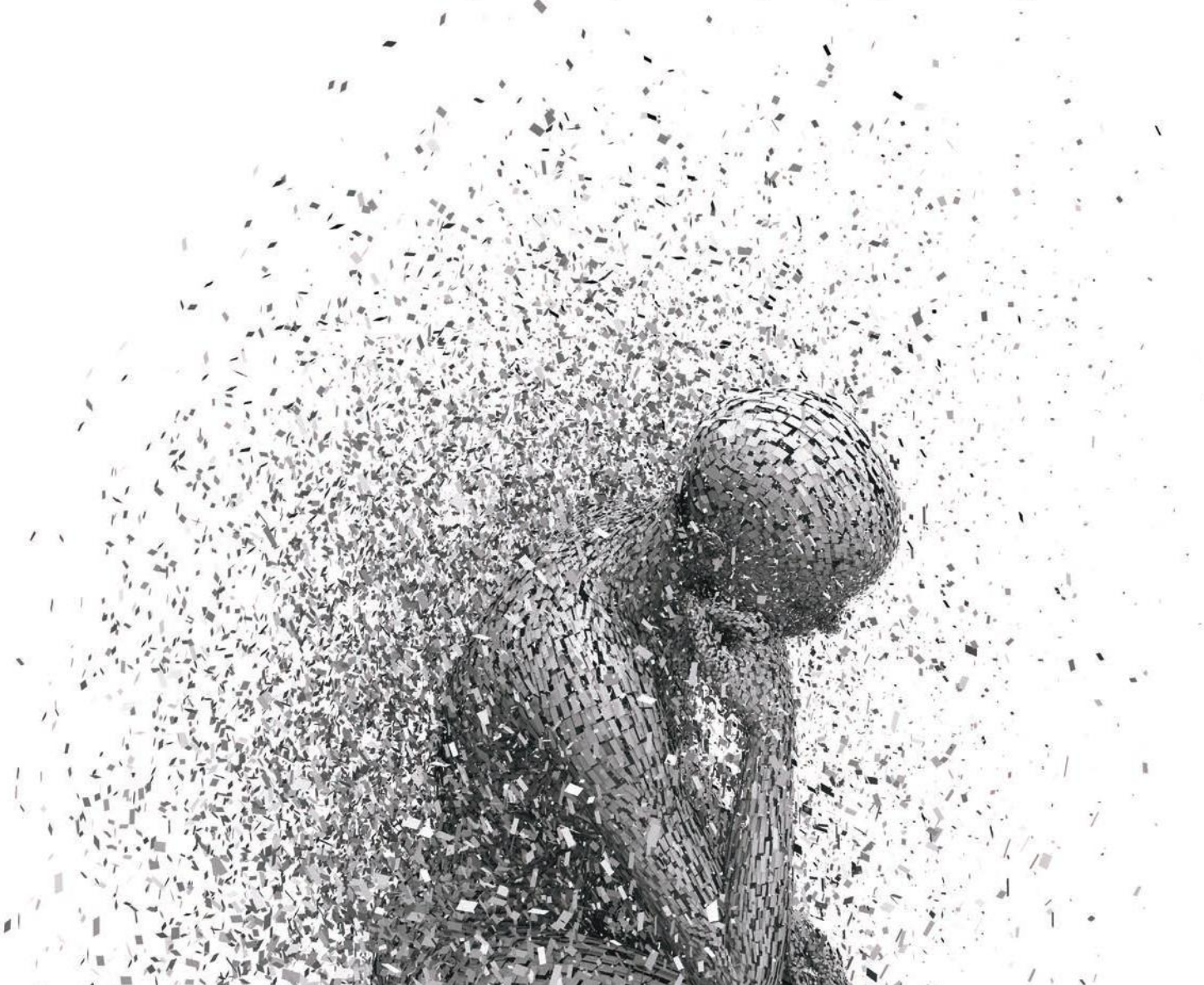
Altını çizmek istediğim bir diğer husus da kendini değersiz hissetme ile depresyon arasında yakın ilişki olduğu... Yoğun değersizlik duygusundaki kişiler, çökkün ve depresif bir ruh hâlinde oluyorlar. Bu da depresyon ihtimalini güçlendiriyor.

Değersizlik Duygusu ile Başa Çıkmak Ne Kadar Mümkün?

Kişilerin değersizlik duygusu ile başa çıkabilmeleri adına yapması gerekenlerle ilgili öneriler paylaşmak isterim:

- İlk olarak iyi yönlerinizin bir listesini yapın. Bunu, gerçekten güvendiğiniz ve samimiyetine inandığınız bir arkadaşınıza da sorabilirsiniz. Çünkü öncelikli olarak kişinin kendinin farkında olması, iyi ve güçlü yönlerini bilmesi önemli.

Yoğun değersizlik duygusundaki kişiler, çökkün ve depresif bir ruh hâlinde oluyorlar. Bu da depresyon ihtimalini güçlendiriyor



Hayatta her şey olabilir. Yeter ki mücadeleyi, yolda yürümeyi bırakma, devam et

- Aile, kardeş, arkadaş, iş ve sağlık gibi hayatta sahip olduğunuz şeyleri yazın. Burada önemli olan sahip olduklarınızın haritasını çıkarmak ve bunların farkına varmak.
- Hayatta üstesinden geldiğiniz, başardığınızı şeyleri düşünün. Arkanıza yaslanın geriye doğru bir yolculuk yapın. Bugüne kadar hangi zorlu durumların üstesinden geldiniz? Neleri başardınız? Üstelik bu başarının çok büyük olması da gerekmiyor. Çünkü unutmayın başarı, başarıdır. Kendinizi objektif olarak değerlendirmeye gayret edin.
- Kendinize şefkatle yaklaşın. En ufak bir sıkıntıda kendinize karşı yıkıcı eleştiriler yöneltmeyin. İnsan olduğunuzu ve hata yapabileceğinizi kendinize hatırlatın. Önemli olan hayattan dersler çıkartarak yola devam edebilmek. En yakın arkadaşınız bir hata yaptığında ona nasıl yaklaşıyorsanız kendinize de öyle yaklaşın.
- Öncelikle sen kendini sev, başkasından bekleme. Başkasının verdiği değerle kendini değerlendirme. Kendini bil. İnsanı değerli kılan insani özelliklerini, güçlüklerini kendine hatırlat.
- Sevdiğin şeylerin listesini yap. Neler seni mutlu ediyor? Neler yapmaktan hoşlanıyorsun? Bunları bir listele, araştır ve uygulamaya başla.
- Kendine iyi bak. Öz bakımına önem ver.
- Spor yap. Düzenli olarak sporu ihmal etme.
- Sağlıklı beslen. Dengeli beslenmeye özen göster.
- Olumsuz alışkanlıkları bırak. Alkol, sigara, madde gibi alışkanlıkları bırakmak için adım at.
- Sosyal ortamlarda daha çok bulun. Farklı ortamlar gir, yeni arkadaşlar edin.
- Risk al. Başarmak için mücadele et.
- Sorumluluklarını hatırla.
- İnsanlara yardım et. Onların hayatlarına dokun.
- Kendini olduğun gibi sev, kabul et, geliştir. Kimse mükemmel değildir, unutma.
- Hayatta değiştirebileceğin ve değiştiremeyeceğin şeyleri bil. Bizimle ilgili olan kendi davranışlarımızı ve çevremizi



değiştirebiliriz. Diğer insanların davranışları, düşünceleri ve dünyayla ilgili olan durumları değiştirme gücüne sahip değiliz.

■ Katı kuralları bir kenara bırak. Hayat bizim kurallarımıza göre işlemez. Esnek ol. Hayatta her şey olabilir. Yeter ki mücadeleyi, yolda yürümeyi bırakma, devam et. Dinlen, yine devam et. Böyle olmalı, şöyle olmalılarla hayat bizi yıpratır.

■ Hata yapabileceğini kabul et. İnsansın. Esnek ol. Açık ol. ■ Hayatta ki amaçlarını ve hedeflerini hatırla. Kâğıda yaz. Ne için yaşıyorsun? Bu hayatta senin için neler önemli? Değerlerin neler? Hedeflerin neler?

Bu maddelerin her biri bizim kendimizi bulmamız ve kendi değerimizi görmemizi sağlayacak yolda bize eşlik ediyor. Bir çiçek gibi insanın da kendisini nelerin beslediği ve bu kaynakların neler olduğunu bilmesi gerekiyor. Çiçeğe su vermezseniz, güneşe koymazsanız çiçek bir süre sonra ölür. İnsan da neyin kendisine iyi geleceğini bilmezse, hedeflerini, değerlerini unutursa, güçlü yanlarını bilmezse, yani kendine önem vermezse bir süre sonra kurumuş bir çiçek dalı gibi sarmaya başlar ve değersiz hisseder.



YENİ NESİL KONAKLAMA DENEYİMİ: **NEW INN!**

Serviced Apartment konseptinin lideri **NEW INN**,
yeni nesil konaklama deneyimi için Türkiye'nin birbirinden farklı
lokasyonlarında benzersiz hizmet kalitesini misafirleriyle buluşturuyor.



TÜRKİYE’NİN DÜNYAYA AÇILAN KAPISI: FUARCILIK

Fuarlar, farklı sektörlerden gelen birçok potansiyel müşteriyi ve iş ortağını bir araya getirme özelliğiyle ön plana çıkıyor. Şirketler, fuarlara katılarak rahatlıkla yeni müşterilerle tanışma ve iş bağlantıları oluşturma fırsatı yakalıyor



Fuar Dergisi Genel Yayın Yönetmeni **İbrahim Güneş**

Fuarlar, iş dünyasında büyük öneme sahip etkinliklerden biri olarak karşımıza çıkıyor. Katılımcı ya da ziyaretçi olmak fark etmeksizin fuarlara iştirak sağlamak şirketlere, büyük avantajlar sağlıyor. Günümüzde rekabetin arttığı iş ortamlarında fuarlara katılmamak, birçok fırsatın kaçırılmasına ve rekabet avantajının zayıflamasına neden olabiliyor. Fuarlara katılımın ya da ziyaretçi olmanın şirketlere sağladığı avantajları detaylandırmak gerekirse şunları söylemek mümkün.

Yeni Müşterilere ve İş Bağlantılarına Yönelik İmkânları Artırıyor

Fuarlar, farklı sektörlerden gelen birçok potansiyel müşteriyi ve iş ortağını bir araya getirme özelliğiyle ön plana çıkıyor. Şirketler, fuarlara katılarak rahatlıkla yeni müşterilerle tanışma ve iş bağlantıları oluşturma fırsatı yakalıyor. Öyle ki yüz yüze iletişim, güven oluşturma ve uzun vadeli iş ilişkilerinin temelini oluşturuyor.

Ürün ve Hizmet Tanıtımına Katkı Sağlıyor

Fuarlar, şirketlerin yeni ürün ve hizmetlerini hedef kitleye tanıtma ve sergileme imkânı sağlıyor. Canlı bir şekilde ürünü göstermek ve deneyimlemek, müşterilerin ilgisini çekmenin etkili bir yoludur. Dolayısıyla fuarlar, potansiyel müşterilerin

ürün veya hizmet hakkında bilgi sahibi olmalarına ve satın alma kararlarına olumlu yönde etki sunmaya imkân tanıyor.

Rakipleri Gözleme Fırsatı Sunuyor

Fuarlar, ayrıca sektördeki diğer şirketleri ve rakipleri gözleme fırsatı sunuyor. Şirketler, fuarlarda sergilenen ürün ve hizmetleri inceleyerek, sektördeki yeni trendleri ve müşteri ihtiyaçlarını anlama şansını elde ediyorlar. Bu da şirketlerin pazarlama stratejilerini geliştirmesine ve rekabet avantajı elde etmesine yardımcı oluyor.

Yeni İş Birliklerine ve Ortaklıklara Zemin Hazırlıyor

Fuarlar, firmalara iş dünyasındaki diğer şirketlerle iş birliği ve ortaklık oluşturma imkânı sunuyor. Fuar ortamlarında ilgili sektördeki uzmanlarla bir araya gelerek, yeni iş fırsatları ve iş birlikleri oluşturmak mümkün hâle geliyor. Bu da şirketlerin büyümesine ve genişlemesine katkı sağlıyor.

Fuarları kaçırmamak ve katılımcı ya da ziyaretçi olarak orada yer almak, şirketlerin büyümesi ve gelişmesi için kritik bir adımdır



Marka İmajı ve Bilinirliğine Destek Oluyor

Fuarlara katılan şirketler, marka bilinirliğini artırma ve marka imajını güçlendirme fırsatı buluyor. Profesyonel bir fuar standı ve etkileyici bir sunum, katılımcıların hafızasında olumlu bir izlenim bırakıyor ve şirketin itibarını güçlendiriyor.

Sektördeki Gelişmeleri Yakından Takip Edebilmeyi Sağlıyor

Fuarlar, sektördeki en son gelişmeleri takip etmek ve yeni teknolojileri keşfetmek için önemli bir platformdur. Ayrıca seminerler, paneller ve konuşmalar aracılığıyla şirketler, sektördeki uzmanlardan bilgi edinebiliyor ve işlerini geliştirecek yenilikçi fikirler keşfedebiliyor.

Fuara Katılım Şirketler İçin Büyük Öneme Sahip

Fuarların şirketler için önemi özetlemek gerekirse: Fuarlara katılım, şirketler için büyük önem arz ediyor ve onlara birçok avantaj da sunuyor. Yeni müşterilerle tanışma, ürün ve hizmet tanıtımı, pazar araştırması, iş birliği ve marka imajını güçlendirme gibi avantajlar, şirketlerin rekabetçi bir avantaj elde etmesine ve başarıya ulaşmasına yardımcı oluyor. Dolayısıyla fuarları kaçırmamak ve katılımcı ya da ziyaretçi olarak orada yer almak, şirketlerin büyümesi ve gelişmesi için kritik bir adımdır.

FUARLAR, KATILIMCILARA PEK ÇOK KATKI SUNUYOR

- Yeni müşteri ve iş bağlantılarının sağlanması noktasında önemlidir.
- Şirketlerin ürün ve hizmetlerinin tanıtımına katkı sağlar.
- Şirketlere pazar araştırmasına imkân verdiği gibi aynı zamanda rakipleri gözleme şansı da sunar.
- Şirketlerin faaliyet gösterdikleri sektördeki kişilerle bir araya gelmelerini sağlayarak, yeni iş birliklerinin ve ortaklıklarının oluşmasına zemin hazırlar.
- Marka imajının bilinirliği ve güçlendirilmesi konusunda destek olur.
- Sektördeki gelişmeleri ve trendlere hâkim olma hususunda önemlidir.





Marka İletişim Uzmanı
Emir ADİGÜZEL

İSTANBUL'UN KURTULUŞU, MİLLETİN İMAN DOLU YÜREĞİNİN ZAFERİDİR

30 Ekim 1918'te Mondros ile başlayan, Kasım'da Haydarpaşa'dan düşman kuvvetlerinin İstanbul'a girişi ile resmiyete dökülen o işgale elbette ki "Dur!" denilecekti

İstanbul... Milletimizin gözbebeği, iki kıtadan ibaret olmayan, içinden deniz geçen koca şehir...

İstanbul, İstanbul...

Ebu-Eyyûb El-Ensari'nin evi... Fatihi, Peygamber Efendimizin övgüsüne mazhar olmuş kutlu topraklar...

Tek bir ülke olsa dünya, başkenti olur denilen iktisadi başkentimiz...

Peki, nedir İstanbul'u bu denli önemli kılan? Tam 100 yıl önce bir 6 Ekim günü düşman işgalinden kurtulan, Türk'ün evi, İslam'ın kalesi olan bu yedi tepeli şehrin kurtuluş günü neler yaşandı? Bu soruların yanıtlarını bulabilmek adına gelin o zamana birlikte gidelim.

Dur!

30 Ekim 1918'te Mondros ile başlayan, Kasım'da Haydarpaşa'dan düşman kuvvetlerinin İstanbul'a girişi ile resmiyete dökülen o işgale elbette ki "Dur!" denilecekti.

TBMM, İstanbul'un İşgale Karşı İlk Adımını Attı ve Vatan Müdafaası Meşalesini Yaktı

1918 yılında imzalanan *Mondros Ateşkes Antlaşması*'nın ardından yurdun dört bir yanında işgalciler, gözlerini kutsal vatan topraklarına dikmişlerdi. Ancak Türk milleti tarih boyunca olduğu gibi kararlılık ve inançla bu işgali de bertaraf

etmeyi bilmişti. İşte bu azim, 23 Nisan 1920'de açılan Türkiye Büyük Millet Meclisi ile doruğa çıktı. Millî iradenin ışığı altında TBMM, İstanbul'un işgale karşı ilk adımını attı ve vatan müdafaası meşalesini yaktı.

Bu uzun ve zorlu mücadele, 1923 yılının Ekim ayında kazanılan zaferle doruğa ulaşacaktı. İstanbul'un kurtuluşu, yıllar süren işgal ve baskıların sonunda milletin kararlılık azim ve fedakârlığıyla taçlandırıldı. İstiklal aşkıyla dolup taşan kalplerimizin yankılanan duaları, bu zaferin taçlandırıcısı oldu. Camilerden yükselen salavatlar, minarelerden yankılanan selalar, milletin birlik ve beraberliğiyle Allah'a olan derin imanını ifade ediyordu.

6 Ekim, Manevi Bir Dirilişin Sembolüdür

6 Ekim tarihinde yaşanan bu yüce zafer sadece bir milletin özgürlüğü değil, aynı zamanda manevi bir dirilişin sembolüdür. İstanbul'un kurtuluşu, yalnızca toprakların kurtuluşu değil, milletin iman dolu yüreğinin zaferidir. Bu özel gün, mil-

6 Ekim tarihinde yaşanan zafer sadece bir milletin özgürlüğü değil, aynı zamanda manevi bir dirilişin sembolüdür

6 EKİM 1923

İSTANBUL'UN KURTULUŞU



İstanbul'un kurtuluşu, tarihi bir zafer olmasının yanı sıra manevi bir uyanışı da temsil eder. Bu özel günde, dualarla ve gönül coşkusuyla tüm Türkiye esasen bir araya gelir. Zira İstanbul sadece İstanbul'dan, yalnızca iki kıtadan ibaret değildir. Camilerden yükselen naatlar, minarelerden göğe yükselen salavatlar, milletin vatan ve dinine olan derin sevgisi ile birleşir her 6 Ekim'de ve birleşmelidir de... Zira İstanbul'un Kurtuluş'u demek esasen İslam âleminin de bir anlamda kendini bulmasıdır.

İstanbul'un kurtuluşu, tarihi bir zafer olmasının yanı sıra manevi bir uyanışı da temsil eder. Bu özel günde, dualarla ve gönül coşkusuyla tüm Türkiye esasen bir araya gelir. Zira İstanbul sadece İstanbul'dan, yalnızca iki kıtadan ibaret değildir. Camilerden yükselen naatlar, minarelerden göğe yükselen salavatlar, milletin vatan ve dinine olan derin sevgisi ile birleşir her 6 Ekim'de ve birleşmelidir de... Zira İstanbul'un Kurtuluş'u demek esasen İslam âleminin de bir anlamda kendini bulmasıdır.

Milletimizin İman Ateşi Hiç Sönmemiştir

1918'de *Mondros Ateşkes Antlaşması* ile yurdumuz işgalcilerin hedefine düşmüş, ancak milletimizin iman ateşi hiç sönmemiştir. Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ün liderliğindeki kahramanlar, milletin değerleri uğruna verdiği mücadelede Allah'ın yardımını hep yanlarında hissetmiştir. Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin 23 Nisan 1920'de açılmasıyla birlikte, millet iradesi ve İslamiyet'in yüce değerleri birleşerek, işgal ve haksızlığa karşı koymanın taçlandırıldığı bir döneme geçilmiştir. Bu kutlu mücadelenin doruğunda 6 Ekim 1923 tarihinde İstanbul'un kurtuluşu gerçekleşti. Bu zafer,

sadece askeri bir galibiyet değil, Allah'ın inayeti ve milletin samimi dualarıyla destanlaşmış bir mucizedir.

İstanbul'un kurtuluşu, milletin dini ve millî farklılıkların benzersiz bir buluşmasını yansıtır. Camilerden yükselen salavatlar, minarelerden gelen dualar, İstanbul'un kurtuluşunun manevi bir bayram olduğunu ilan ediyor. Milletimizin imanı, bu zaferin müjdecisi olmuş, dualarıyla göğe yükselmiştir. Bugün, 6 Ekim İstanbul'un kurtuluşu olarak coşkuyla kutlandığında, aslında Allah'a olan şükranın, İslam'ın değerlerine olan bağlılığın ve milletin birlik ve beraberliğin sembolü yeniden hatırlanmış oluyor. Bu tarih, Türk milletinin inancını, vatanseverliğini ve birlik ruhunu bir araya getiren özel bir gün olarak kalbimizin en güzel köşesinde yaşıyor. Tarihin altın sayfalarına kazınmış bu destanı yâd etmek ve yüceltmek için her yıl ekim ayında gönüllerimiz coşku ve minnetle doluyor. Bu önemli günde, İstanbul'un Kurtuluşu'nu yüreklerimizde millî ve dini duyguların en yüce şekilde birleşimi ile kutluyoruz.

MARKA DERGİLERİ, ŞİRKETLERİN KURUMSAL DİNAMİZMİNİ GÖZLER ÖNÜNE SERİYOR

Şirketler; şeffaf ve samimi bir şirket olduklarını, hazırladıkları içerikler ve yayınlarla okurlarıyla paylaşarak mevcut müşterilerinin aidiyetini kazanırken potansiyel müşterilerinin de onları tercih etmelerini sağlar



Wave Turkey Ajans Başkanı **Mustafa ÖZKAN**

Marka dergilerini, kurumsal iletişimin en kadim araçlarından biri olarak değerlendirmek mümkün. Dijital mecralardan önce markalar; çoğunlukla uzun soluklu iletişimlerini, belirli periyotlarla hazırladıkları kurumsal yayınlar üzerinden ilettiliyorlardı. Günümüzde ise sosyal medya platformları ve dijital teknolojilerin güçlenmesi ile tüm basılı mecralar gibi kurumsal yayıncılık da yerini zamanla “daha hızlı ve daha pratik” olduğu için bu mecralara bırakmaya başladı. Tabii ki bu demek değil ki kurumsal yayınlar, iletişim kanallarındaki yerini tümüyle kaybetti. Aksine rafine bir mecra olarak belirli bir seviye üzeri markaların iç iletişiminde ya da kamuoyu iletişiminde kullanılmaya devam ediyor. Belirli dönemlerde yayına hazırlanan marka dergileri, şirketin kurumsal dinamizmini de daima göz önünde tutuyor.

İster B2B ister B2C formatında bir şirket olsun, kurum yayınları şirketin hedef kitlelerinin gündeminde kalmasını sağlıyor. Dijital ortamlardan farklı olarak elle tutulabilir bir yayın, ortalama 8 saniyede bir atılan sosyal medya postlarından daha uzun soluklu bir iletişim vadediyor.

Marka Yayınlarının, Birçok Hedef Kitle Bulunuyor

Bir yayının hazırlanırken hedef kitlenin belirlenmesi son derece önemlidir. Marka dergilerinin bir ya da birden çok hedef kitle

için planlanması mümkün. Bahsi geçen dergi, bir iç iletişim yayını olarak kurgulanarak tüm personel için hazırlanabilir. Bu yayında ilgili şirkette çalışan personelle yapılabilecek hoş sohbetlere, onların kendi uzmanlık alanlarını anlatabilecekleri ya da özel ilgi alanlarını paylaşabilecekleri sayfalara ve ilgi çekici aktüel konulara yer verilebilir. Böylelikle bu yayınlar, iç iletişimde aranan motivasyonu ve verimliliği destekleyecek bir argüman hâline dönüşecektir.

Öte yandan “paydaş” ya da “tedarikçi iletişimi” diye adlandırılabilir, şirketin daima alışveriş hâlinde olduğu ekosistem için de bir yayın hazırlanabilir. Söz konusu yayının için oluşturulacak içeriklerde ortak projelerden bahsedilebilir. Böylelikle şirket, paydaşlarıyla arasındaki ortak çalışma kültürü ile markanın bambaşka bir yönünü de kitlelerle paylaşma imkânına sahip olur. Diğer bir kitle ise kamuoyu... Öyle ki markanın çalışmalarını, sosyal projelerini, çevre ya da iklim adına gerçekleştirdiği projeleri, tüm kamuoyuyla paylaşması da anlamlı olacaktır.

Şirketler; şeffaf ve samimi bir şirket olduklarını, hazırladıkları içerikler ve yayınlarla okurlarıyla paylaşarak mevcut müşterilerinin aidiyetini kazanırken potansiyel müşterilerinin de onları tercih etmelerini sağlar.



Kurumsal Yayıncılık Ne İş Yapar?

Her şirketin bir misyonu vardır ve onlar belirli bir ürün ya da hizmeti müşterilerine sunma amacıyla çalışmalar gerçekleştirirler. Tüm bunların dışında şirketlerin bir de marka gücü vardır. Bu soyut güç, ölçülemez ve satılamaz. Bu gücü ve yanı sıra markanın kurucularından bulunduğu ülkeye, beslendiği toplum katmanından kuruluş hikâyesinden gelen hassasiyetlerine ve misyonuna kadar pek çok konuyu, bu kurumsal yayınlar aracılığıyla anlatabilmek mümkün. Farklı bir ifadeyle markanın ilke ve değerleri, hedef kitleye bu yayınlar sayesinde aktarılabilir.

Hangi Markaya Nasıl İçerik Üretilmeli?

Marka dergisinin kurgusunu yaparken hitap edilen kitlenin değerlerini bilmek çok önemli... Yayının içinde hangi konulardan bahsedilmeli, ne gibi detaylar ele alınmalı sorularının cevabını, hedef kitlenin değerlerine derginin hangi amaçla hazırlandığı konusu eklendiğinde kolaylıkla bulabiliyoruz. Dikkat edilmesi gereken bir husus da şu: Derginin içinde sadece markadan bahsetmek okurların sıkılmasına, çok aykırı konuların ele alınması ise marka hassasiyetlerinden uzaklaşılmasına sebep oluyor. Tabii ki marka tarafında gerçekleştirilen son gelişmelere değinilmeli hatta bunlar oldukça sade ve anlaşılır bir dilde sunulmalı. Ancak diğer yandan gündemden teknolojiye rotadan farklı yemek kültürlerine dair içerikler de yayın kurgusunun keyifli hâle gelmesini sağlayacağından mutlaka dergide yer bulmalıdır.

Fuzul Holding'in Anahtar'ı

Şu an elinizde bulunan Fuzul Holding'in kurumsal yayını Anahtar, 2015 yılından bu yana yazımda bahsettiğim detaylar üzerinde düşünülerek sizler için hazırlanıyor. Anahtar, her sayısında iş dünyasının önemli isimleriyle gerçekleştiren röportajlara ve alanında uzman kişiler tarafından kaleme alınan makalelere ev sahipliği yapıyor. Diğer yandan Fuzul Holding'in bünyesinde bulunan şirketlerin günlük haberleri de okurlarla paylaşıyor. Yayında şirket çalışanlarının yazıları da yer buluyor. Ayrıca Anahtar, kurumsal tasarım kimliği doğrultusunda özenle tasarlanıyor.



Prestijli Yayın Güven Verir

Marka yayınlarında tasarım bakış açısı da oldukça mühim. Tasarım çizgisinin markanın kurumsal kimliğine uygun olması renk paletinin de derginin renklerini desteklemesi gerekir. Okur marka haberi dışında herhangi bir konuyla ilgili içerik okuyor olsa dahi marka kimliğinden uzak olmayan tasarım algıyı destekleyici unsur olacaktır. Okurlar, nitelikli konuları ilgili yayın üzerinden elde ettiğinde marka ile içerik arasında bağ da kuruyor. Bu bağ da doğru bir bakış açısıyla yapılan tasarımların desteklemesi gerekiyor.

AİDİYETİN SIRRI: YAPTIĞIN İŞİ SEVMEK, SABIR GÖSTERMEK VE SEBAT ETMEK

Fuzul, bir yandan günden güne büyümesini sürdürüyor hem de beni geliştiriyordu. Fuzul benim için daima bir okul oldu



Olimpa AVM Genel Müdürü **Bayram AYYILDIZ**

Yıl 1993... Fuzul'e başladığım ilk sene... O zaman 41 metre-karelik bir ofiste çalışıyorduk. Geriye dönüp bakıyorum da çaycılıktan tutun hemen her kademede emek vererek bugünlere geldim. Kariyerime Fuzul Otomotiv'de başladım, o zaman Türkiye'nin dört bir yanına hizmet veriyorduk. Kampanyamızı daha çok kişiye duyurabilmek için o süreçte bulunduğumuz yerdeki esnafları tek tek gezip onlarla tanışıp kendimiz tanıtıyor, sabaha kadar otobüslere billboard yapıştırıyor, broşürler dağıtıyorduk. Daha sonra muhasebe, teslimat ve pazarlama birimlerinde çalıştım. Fuzul, bir yandan günden güne büyümesini sürdürüyor hem de beni geliştiriyordu. Şunu da söylemeden edemeyeceğim, Fuzul benim için daima bir okul oldu.

O dönemlerde teslimatlarımızı toplu teslimat hâlinde yapar, bir şölen havasında gerçekleştirirdik. Noter huzurundaki çekilişlerimizde insanların yüzlerindeki o sevinçli görmenin mutluluğu tarifsiz...

Ve Fuzul Büyüdü, Gelişti...

Zaman geçti, Fuzul büyüdü ve bayilikler vermeye başladı. Bugünlere gelene kadar birçok kez ekonomik kriz yaşandı, 5 Nisan Kararları oldu, 1999 yılında deprem gerçekleşti. Dolayısıyla zorlu süreçler yaşadık, güçlendik ve bugüne ayakları

yerde sağlam basan kendine güveni tam bir şirket olarak geldik. O süreçte Fuzul, hiçbir personelini de müşterisini de mağdur etmedi.

Daha sonra Yeni Bosna'da Autocity açıldı, 2014 yılına kadar faaliyetlerini sürdürdü. Ben orada önce satış şefi sonrasında ise satış müdürü olarak çalıştım. Autocity'in açılışı, Fuzul için önemli bir atılım oldu. Diğer yandan Fuzul inşaat alanında da projeler gerçekleştirmeye ve bu alanda büyümeye devam ediyordu. 10.10.2010 yılında Başakşehir'in ilk alışveriş merkezi Olimpa AVM açıldı. Ben de 2017'de burada işletme müdürü olarak başladım ve 2021 yılından itibaren de Olimpa AVM'nin Genel Müdürü olarak görevimi sürdürüyorum. 2014 yılında FuzulEv ve FuzulOto tekrar hızlı bir yükselişe geçti ve önemli ilerlemeler katetti. Fuzul, büyüdükçe büyüdü ve holding oldu.

Fuzul Kendine Güveniyordu, Halkın Güvenini de Kazanınca Başarı Kaçınılmaz Oldu

Fuzul'ün 30 yılına şahit olmuş, bu süre zarfındaki her gelişmeye tanıklık etmiş biri olarak şirketimizin güven temeli üzerine inşa edildiğini söyleyebilirim. Fuzul kendine güveniyordu, sonrasında halkın güvenini de kazanınca büyüme ve başarı kaçınılmaz hâle geldi. Fuzul'ün her bir yeni sektöre adımı ya

Noter huzurundaki çekilişlerimizde insanların yüzlerindeki sevinci görmenin mutluluğu tarifsiz...

da gerçekleştirdiği faaliyet, kurumun vizyoner bakış açısının meyvesi oldu. Tüm bunlar hep bir ihtiyaç hâsıl olduğunda atılan adımlar oldu. Fuzul tüm şirketleriyle hızla büyümeye devam ediyor. Geçen günlerde de Fuzul GYO şirketimizin halka arzı gerçekleşti. Bunu bir Hindistan cevzinin kabuğunun kırılmasına benzetebiliriz. Adeta Hindistan cevzinin içindeki bembeyaz sütü; haram bulaşmamış, tertemiz bir ticaret olarak nitelendirebiliriz... Ve halkımızdan Fuzul GYO'ya yoğun bir talep geldi.

Fuzul'le Yollarım Kesiştiği için Şükrediyorum

Sözlerime son vermeden önce büyük Fuzul ailesinin bir ferdi olmaktan duyduğum mutluluğu ve gururu belirtmek isterim. Bundan tam 30 yıl önce sigorta girişim Fuzul ile olmuştu ve Fuzul'den emekli oldum. Hâlâ burada çalışmalarımı sürdürüyorum elhamdulillah. Fuzul'de evlendim, çocuk sahibi oldum, onları büyüttüm, evlendirdim. Fuzul'de çalışma fırsatı verdikleri için kıymetli patronlarım Mahmut Akbal'a, Eyüp Akbal'a ve Zeki Akbal'a teşekkür eder saygılarımı sunarım.



"Hata Yapar, Ama Yanlış Yapmaz."

Fuzul çatısı altındaki çalışma arkadaşlarıma ithafen birkaç konuya değinmek istiyorum. Diğer firmaların aksine Fuzul'de ciddiyet değil, samimiyet hâkimdir. Fuzul, şu zamana kadar hiç kimsenin hakkını yememiştir. Bu bağlamda ben çalışma arkadaşlarıma özverili olmalarını ve Fuzul'e güvenmelerini tavsiye edebilirim. Mahmut Akbal, "Hata yapar, ama yanlış yapmaz." dediği kişilerle çalışmak ister. Dolayısıyla Fuzul'de hatalar affedilir. Ayrıca Fuzul'de insanlara fırsatlar da sunulur. Verilen fırsatları en iyi şekilde değerlendirmek lazım. Aslında kilit nokta yaptığın işi sevmek, sabır göstermek, sebat etmek ve fırsatları iyi değerlendirmek...



YA ELEKTRONİK CİHAZLARIMIZIN BAŞINA BİR ŞEY GELİRSE?

Akıllı cihazlarımız sayesinde hayatımızda pek çok hususu organize ediyorken birdenbire onların yokluğuna maruz kalmak istemiyorsak yapabileceğimiz en doğru adım, onları sigortalatmak olacak

Merve AY

Teknolojinin gelişimi, her geçen gün daha da hızlanırken ve akıllı cihazlar hayatımızın tamamına bu denli sirayet etmişken teknoloji tabanlı ürünler ile bunların kullanım oranları da hızla artıyor. Cep telefonlarından masaüstü ve dizüstü bilgisayarlara, televizyonlardan güvenlik kameralarına hatta akıllı saatlere kadar pek çok cihazı, teknoloji tabanlı ürünler olarak saymak mümkün. Günümüzde bahsi geçen cihazları o kadar çok kullanır hâle geldik ki adeta onlar da birer uzvumuz gibiler... Örneğin; cep telefonlarımız aracılığıyla evlerimizde bulunan akıllı ev aletlerinin kontrolünü sağlayabiliyoruz, bir yere gideceğimiz zaman navigasyona başvuruyoruz. İş hayatımızın büyük çoğunluğunda da elektronik cihazlardan yararlanıyoruz. Hem şirket bilgisayarlarımıza hem cep telefonlarımızla mail süreçlerimizi takip ediyor, muhtelif uygulamalar aracılığıyla toplantılara katılıyoruz. Dört bir yanımız bu kadar çok elektronik cihazla çevrilmişken onların hiç beklenmedik bir anda bozulması, tüm rutinlerimizi bir anda yerle yeksan edebilir. Tabii ki elektronik cihazlarımızın başına bir şey gelmemesi için oldukça dikkatli davranıyor olabiliriz, ama bu yeterli değil. Akıllı cihazlarımız sayesinde hayatımızda pek çok hususu organize ediyorken birdenbire onların yokluğuna maruz kalmak istemiyorsak yapabileceğimiz en doğru adım, onları sigortalatmak olacak.

Elektronik Cihazlardaki Olası Bir Hasar, Tüm İşleri Sekteye Uğratabilir

Elektronik cihazlarımızı, çok sık kullanıyor olmamız onların yıpranmalarına dolayısıyla zamanla işlevlerini yaparken yavaşlamalarına ya da bozulmalarına yol açabiliyor. Ancak elektronik cihazların başına gelebilecek sorunlar yalnızca bundan ibaret değil. Öyle ki bahsi geçen cihazların, bozulmasının onlarca farklı sebebi olabiliyor. Bunlar, kullanıcı kaynaklı yani cihazın hatalı ya da özensiz kullanımından dolayı olabileceği gibi yangın, hırsızlık ya da gasp gibi durumlar nedeniyle gerçekleşebilir. Oluşacak bozulmalar ya da tamamen cihazın kullanılamaz duruma gelmesi, maddi zarara yol açıyor olmasının yanı sıra işlerin aksamasına da kapı aralıyor. Ancak bu gibi durumlar yaşanmadan da önlem almak mümkün. Bunun için kişilerin ihtiyacı olan tek şey bir elektronik cihaz sigortasına sahip olabilmek... Keza elektronik cihaz sigortası, elektronik cihazların muhtelif risklere karşı korunmasını temin edebilmek adına hazırlanmış bir sigorta türü olarak karşımıza çıkıyor.



Elektronik Cihaz Sigortası ile Maddi Kayıplar En Aza İndiriliyor

Elektronik cihaz sigortası, bahsi geçen ürünlerin çeşitli nedenlerden dolayı aniden bozulmasıyla ortaya çıkan masrafı yani onarım ve ikame cihaz masraflarını karşılıyor. Diğer yandan kasten bir durum olmadığı takdirde, kullanıcı hatasından kaynaklanan hasarlarda elektronik cihaz sigortası kapsamında yer alıyor. Böylelikle bilgisayarlardan telefonlara, endüstriyel makinelerden tıbbi cihazlara kadar pek çok elektronik ekipmanlar sigortalanabiliyor. Poliçede bulunan risklerin teminat altına alınıyor olmasının yanı sıra cihazları ek teminatlarla da güvence altına almak mümkün. Ancak sigorta primleri; sigorta kapsamından cihazların değerine, kullanım yerinden risk faktörlerine kadar çeşitli sebeplerden farklılık gösterebiliyor. Ayrıca ürünün markasından modeline, kapasitesinden hasar geçmişine kadar bir dizi faktör de elektronik cihaz sigortasının fiyatının belirlenmesinde etkili rol oynuyor.

Konut Sigortasıyla Elektronik Cihazlar, Teminat Altına Alınabilir mi?

Her ne kadar teminatlar sigorta şirketlerine göre farklılık gösteriyor olsa da konut sigortasının kapsamında yer alan elektronik cihaz teminatı ile söz konusu cihazları teminat altına almak mümkün oluyor. Başka bir ifadeyle konut sigortası poliçesinde yer alan elektronik cihazlara yönelik risklerin tamamı güvence kapsamında yer alıyor. Ancak televizyon, masaüstü bilgisayar, klima, kombi, çamaşır makinesi, bulaşık makinesi ve buzdolabı gibi ürünler sigortalanabiliyor olsa da taşınabilir cihazlar kapsam dışında kalıyor. Başka bir ifadeyle fotoğraf makineleri, telefonlar ile taşınabilir küçük ev aletleri, garantisi olan elektronik cihazlar ve yedi yaşından büyük cihazlar güvence altında bulunmuyor.

DİKKAT!

Her poliçenin birbirinden farklı olabileceğini unutmamak, poliçeyi dikkatlice incelemek ihtiyaca en uygunu belirlemek önemli!

ELEKTRONİK CİHAZ SİGORTASININ SİGORTALIYA NE GİBİ FAYDALAR SAĞLIYOR

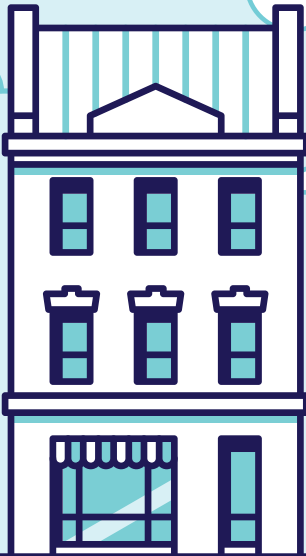
- Elektronik cihazın bir anda arızalanması ya da tamamen kullanılamaz hâle gelmesi durumunda oluşabilecek maddi kayıpların önüne geçilmiş oluyor.
- Elektronik cihazlar genellikle pahalıdır. Dolayısıyla onarım ya da cihazın tamamen değiştirilmesi gereken durumlarda sigorta, mali yükü ciddi oranda hafifletiyor.
- Şirketlerin iş süreçlerinde aksama yaşanmasına ya da iş kaybı oluşmasının önüne geçiliyor.
- Yangından yıldırım düşmesine, su baskınından hırsızlığa kadar geniş perspektifte cihazın maruz kalabileceği riskler güvence altına alınıyor.
- Sigorta poliçelerini ihtiyaca ve bütçeye göre özgünleştirmek mümkün.

GELİŞMİŞ ÜLKELERDE EV FİYATLARI VE TALEBİ DÜŞÜYOR, TÜRKİYE BUNU FIRSATA ÇEVİREBİLİR

Türkiye gayrimenkul sektörü dinamik bir yapıya sahip. 250'ye yakın alt sektörü doğrudan etkileyerek 6 milyondan fazla kişiye istihdam oluşturuyor



Medya Direktörü Arif BAYRAKTAR



Dünyanın önde gelen ekonomilerinin tümünde gayrimenkul piyasası, çalkantılı bir dönemden geçiyor. Bahsi geçen gelişmekte olan ekonomilerin çoğunda, “Kovid-19” süreci ve sonrasında gözlenen “aşırı fiyat şişkinliği” sorunu, yerini sert fiyat düzeltmelerine bırakıyor gibi görünüyor. Küresel enflasyonun seyri ve önde gelen merkez bankalarının enflasyonu dizginlemek pahasına para politikası faiz oranlarını yükseltme eğilimleri, bu şoku tetikliyor. Nitekim faiz oranlarındaki artış doğal olarak konut veya gayrimenkul kredilerinin maliyetlerini de yükseltiyor. ABD ve Çin ekonomisinde zayıf gayrimenkul talebi, bir dönem yüksek artış göstermiş olan gayrimenkul fiyatlarında gerilemeye ve sektördeki şirketlerde ciddi zararlara sebep olmakta. Çin’de emlak fiyatları aylık bazda şehrine göre yüzde 3-4 gerilemeyi sürdürüyor. Çoğu büyük OECD ülkesinde konut fiyatları da bu sebeple düşüş trendinde. Kanada, Avustralya ve Yeni Zelanda gibi ipotekli konut satışlarının yoğun olduğu ülkelerde negatif etki daha hızlı görülüyor. Avrupa içinde de Hollanda, Lüksemburg, İsveç ve Norveç özellikle yoğun ipotekli satışın olduğu ülkeler arasında. İsveç’te bu oran yüzde 85 seviyelerinde seyrediyor. (Türkiye’de ipotekli satışın payı temmuz itibarıyla yüzde 13,3’lere geriledi) Norveç, İsveç, Danimarka, Hollanda ve İsviçre’de hane halkı borçluluğu milli hasılanın yüzde 200 üzerinde. Hollanda gibi çoğu evin ipotek ile satın alındığı pazarlarda geçen yıl, ilk kez “Ya artık ev satın alamazsam” korkusu yaşanmaya başlamıştı. Bu endişe birçok ülkede ve Avrupa’da özellikle “Golden Visa” ile yabancılara ‘ikamet’ satan ülkelerde tepkiye de neden olmuştu. Bu tepkinin sonucunda Kanada’da yabancıya konut satışı yasaklandı. Yunanistan 250 bin euro olan “Golden Visa” paketini 500 bin

euro’ya çıkarma kararı aldı. Portekiz’de Temmuz 2023 itibarıyla durduruldu. İspanya’da ise tartışmaların odağında.

Tam Zamanı

Türkiye gayrimenkul sektörü dinamik bir yapıya sahip. 250’ye yakın alt sektörü doğrudan etkileyerek 6 milyondan fazla kişiye istihdam oluşturuyor. Bunun yanında Türkiye yatırım değeri, yapı kalitesi, doğal güzellikleri, iklimi, tarihi ve kültürel yapısı ile dikkat çekiyor ve uluslararası gayrimenkul piyasasında en çok emlak yatırımı alan ilk 10 ülke arasında bulunuyor. Yasal düzenlemelerin net olmadığı 1980-2012 arasında Türkiye’de yabancılara yapılan mülk satışları, 80 bin seviyesindeydi. Son 10 yılda bu rakam 350 bini aştı. Türkiye’de yabancıya satış daha çok vatandaşlık odaklı yönlendirildiği için talep de genelde o çerçevede görülüyor. Ancak Knight Frank’a göre 2023’te Dubai, Montenegro ve Türkiye gibi ülkeler uluslararası gayrimenkul yatırımcısına prim sağlayacak. Knight Frank’a göre artık Londra, Paris, Madrid yatırım amaçlı gayrimenkul listesinde değil. Hâlen en fazla kazandıran ülke ise Türkiye. Dünyada fiyatlar düşerken, talep kendini beklemeye almışken, Golden Visa Avrupa’da soruna yol açmışken, “emlakta en fazla prim sağlayan” ülke Türkiye, bunu fırsata çevirebilir. Gayrimenkul Yurtdışı Tanıtım Derneği’nin yeni gerçekleştirdiği Çalıştay’ın zamanlaması bu anlamda oldukça manidar. Uluslararası gayrimenkul yatırımcılarının ülkeleri dışında yaptıkları yatırım tutarı yıllık 400 milyar doları aşıyor. Bu pastanın yüzde 86’sı ikamet amaçlı yatırımlardan oluşuyor. Türkiye’nin bu pastadan payını artırması, ülkemizin ihtiyaç duyduğu nakit akışını da sağlayacaktır.

Türkiye, uluslararası gayrimenkul piyasasında en çok emlak yatırımı alan ilk 10 ülke arasında bulunuyor



FUZUL'DE YAŞAYAN BİR EĞİTİM SÜRECİ VAR

Fuzul Akademi, şirketimizin çalışanın gelişimine ve kalibrasyon sürecine verdiği desteği gözler önüne seriyor



Kıdemli Eğitim Geliştirme Uzmanı **Kübra MÜCAHİTOĞLU**

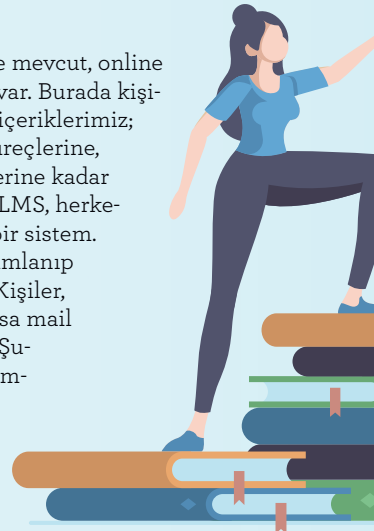
Üniversiteden mezun olup da iş yaşamına adım attığımızda eğitim hayatımızın bittiğini zannediyoruz. Hâlbuki bu önemli bir yanılsama. Keza eğitim, hayatımızda zamansız bir kavram olarak yer ediniyor. Çünkü öğrenme, yaşam boyu bir süreç. Usta eğitimcilerimizin de dediği gibi aslında öğrenmenin yaşı yok. Aslında öğrenmenin yaşı, en çok da iş hayatında yok. Hepimiz, çalışma yaşamına adım atmadan önce birtakım eğitimler alıp süreci o şekilde tamamlıyoruz. Profesyonel hayata başladığımızda ise eğitim dünyasının ne kadar geniş kapsamlı olduğunu daha net görmeye başlıyoruz. Asıl eğitim süreci mesleki hayata geçişten sonra başlıyor diyebiliriz. Bu bağlamda şunu net bir şekilde söyleyebilirim ki şirketlerde kurulan eğitim departmanları büyük önem arz ediyor. Çalıştığımız şirketin kendi bünyesinde Fuzul Akademi bulunması da çalışanın gelişimine ve kalibrasyon sürecine verdiği desteği gözler önüne seriyor.

Fuzul Akademi ile Eğitimlerimiz, Profesyonel Bir Şekilde Gerçekleştiriliyor

Fuzul olarak tüm eğitimlerimizi Fuzul Akademi çatısı altında gerçekleştiriyoruz. Burada eğitim grupları ve içerikleri oluşturuyoruz. Onun dışında da departmanların ihtiyaçlarına

göre de eğitimler açabiliyoruz. Fuzul'de eğitim süreçleri, Fuzul Akademi ile tamamen profesyonel bir şekilde gerçekleştiriliyor. Her ne kadar Fuzul'ün eğitim veren bir birimi olsa da bunun Fuzul Akademi olarak kurumsallaşması 2019 yılında oldu.

Fuzul Akademi'nin internet sitesi de mevcut, online eğitimlerimiz için LMS sistemimiz var. Burada kişiler, zorunlu eğitim alıyorlar. Eğitim içeriklerimiz; operasyon süreçlerinden tahsisat süreçlerine, hukuk süreçlerinden sigorta süreçlerine kadar pek çok konuyu kapsıyor. Bu arada LMS, herkesin kendi sicil numarasıyla girdiği bir sistem. Biz de anlık olarak eğitimlerin tamamlanıp tamamlanmadığını takip ediyoruz. Kişiler, eğer eğitimlerini tamamlamamışlarsa mail atarak onlara hatırlatma yapıyoruz. Şunun da altını çizmek isterim ki eğitimlerimizin büyük çoğunluğu sertifikalı... Zorunlu eğitimlerimizden örnekler vermek gerekirse "Suç Gelirlerinin Aklanması ve Terörün Finansmanını Önlenmesi",



“Bilgi Güvenliği”, “Tasarruf Finans Sektörü” ve “İş Sağlığı ve Güvenliği” ile ilgili eğitimleri sıralayabilirim.

Çalışanlarımızın İhtiyaçlarına Yönelik Eğitim Grupları Oluşturuyoruz

Günümüzde şirketler çalışanlarının daha nitelikli hâle gelebilmeleri ve iş yaşamlarında kendilerine fayda sağlayacak bilgileri öğrenebilmeleri için çeşitli gruplar oluşturarak ihtiyaca göre eğitimler açıyorlar. Biz de şirketimizdeki çalışanlarımızın ihtiyaçlarına yönelik eğitim grupları oluşturarak onların buldukları noktadan daha ileri gidebilmeleri ve kalibrasyonlarını sağlayabilmeleri için eğitim içerikleri hazırlıyoruz. Tam da bu aşamada eğitim ihtiyaçlarının tespiti gün yüzüne çıkıyor. Bu konuda da Fuzul’un Eğitim Departmanı olarak İnsan Kaynakları ve Satış Koordinasyon Departmanları ile birlikte işi temelde alan bir sistemle kurumumuzdaki eğitim ihtiyaçlarını analiz ediyoruz, akabinde de eğitim oluşturuyoruz. Sürecin nasıl işlediğiyle ilgili de bilgi vermek gerekirse şunları söyleyebilirim: Hedef odaklı satış eğitimleri düzenliyoruz. Eğitimimiz bir şubemize gidiyor ve şubenin ihtiyacına yönelik eğitim gerçekleştiriyor. Örnek vermek gerekirse bunlar; satış kapama, müşteri ilişkileri ve sistem eğitimi gibi konuları kapsayabiliyor.

Diğer yandan bir çalışma arkadaşımız ilk işe başladığında oryantasyon sürecini en sağlıklı ve güzel bir şekilde tamamlamasını istiyoruz. Bunun için de işe giren herkese oryantasyon eğitimi veriyoruz. Genel Müdürlüğümüzde “Excel bilmeyen kalmayın” diyerek yaklaşık 10 tane eğitim oluşturduk. Başlangıç seviyesi tamamlandı, şu an orta seviyedeyiz. Bundan sonra ise ileri seviyeye geçiş eğitimimizi nihayetlendireceğiz. Yönetici geliştirme programları da organize ediyoruz. Son beş yılda

bu konuyla alakalı dört oturum yaptık, 2023’te de planlıyoruz. Direkt şube müdürlerinin dâhil olacağı bir eğitim gerçekleştireceğiz. Ayrıca çalışma arkadaşlarımız İngilizce de öğrenecekler, geçen günlerde buna yönelik adımlar da attık.

Öte yandan mutfak personellerine ve tüm danışmanlara da eğitimler veriyoruz. Mutfak çalışanlarına yönelik hizmet kültürü eğitimi yapıldı. Mutfak çalışanın çayı nasıl demleyeceğinden moppu nasıl kullanacağına, servis yapmanın nasıl olması gerektiğinden kişiye nasıl hitap edilmesi gerektiğine kadar bir dizi konunun üzerinden geçtik. Öyle ki hijyen kuralları, yeme-içme adabı ve ikramın kimden başlaması gerektiğine kadar titizlikle konuştuk.

Türkiye’nin dört bir yanındaki 102 danışanımız için de Zoom üzerinden tam gün süren bir eğitim verdik. “Etkili İletişim” gibi kişisel gelişim eğitimlerimiz de oldu. Şu an ise gündemimizde “Zaman Yönetimi” konusu var.

Fuzul Akademi’de Herkes İçin Eğitim Var!

Özetlemek gerekirse şunu rahatlıkla söyleyebilirim ki Fuzul Akademi’de herkes için eğitim var. Eğitim ve gelişimin her alanda olduğunu biliyor, benimsiyor, eğitimlerimizi de bu yönde gerçekleştiriyoruz. Çalışanların düzenli aralıklarla eğitime tabi tutulmasının ve kişilerin kendilerini geliştirebilmelerine olanak sağlanmasının verimlilik açısından önemli bir unsur olduğu kanaatindeyiz. Yönetici, uzman, personel, danışma, mutfak görevlisi ve her alanda çalışanlarımız için oluşturduğumuz eğitim gruplarını hep bu doğrultuda hazırlıyoruz. Fuzul Akademi olarak bugüne kadar yaklaşık 3 bin kişiye eğitim verip iş hayatında ihtiyaç duydukları alanda gelişme & uzmanlaşma imkânı sağladık.



BU EYLÜL DEĞİLSE NE ZAMAN?

Şairinde dediği gibi "Her Eylül bir başlangıç, seç bir eylül gel sıra sen de."
Umudumuz, niyetimiz hep var olsun. Bu Eylül değilse, başka Eylül...



Fuzul Tasarruf Finansman YK Başkanı Özel Kalemci **Leyla YAYLA**

Ağustosun rehavetinin ardından gelen öyle sıradan bir ay değildir, Eylül.

Eylül sadece ay değil, başlı başına bir mevsimdir. Sorumluluğu çoktur, Dönüştürür, yeniler ve vakti gelince gider.

Yazın bitişi,

Doğanın dönüşümü,

Toprağın yağmur kokusu,

Yeşilin bütün tonsürton hâlleridir.

Öyle ki değişimiyle, dönüşümüyle tabiatın ta kendisinin gözümüze gözümüze soktuğu, bizi hayretler içerisinde bırakan muhteşem bir mevsimdir.

Bu dönüşüme kayıtsız kalamayacağımız, yenilenmenin kaçınılmaz olduğu hissini de ruhumuza işleyen bir öğretmen misali.

Yaza veda ederken, kışın soğuğuna geçmeden bizi misafirperverliği ile muazzam ağırlayan bir dönemdir, Eylül.

Yormadan, üzmeden usul usul o geçişi yaşatır bize.

Kavurucu sıcaklardan sonra nefes aldırın sonbaharı müjdeleyen, bizi silkeleyen, ayağa kaldıran yağmur kokusu ile

yeşilden kahveye dönen doğadaki renklerin cümbüşüdür.

Normale dönüşün ayıdır.

Harika başlangıçların vaktidir.

Kendi içimize dönüp yaptığımız muhakemelerin zamanıdır.

Yeni hedeflerin,

Kazanılacak sınavların,

Hazırlanacak sunumların,

Verilen sözlerin sıralandığı bir ajandadır.

Hazırladığımız uzun uzun listelerin adıdır.

Arınmadır,

Fazla olanı bırakmanın, yeni olanın kabulüdür.

Heyecandır, umuttur.

Ne yaza aittir ne kışa, tam nevi şahsına münhasırdır.

Aynı zamanda dindir de...

Güzelim yağmurlarının kokusu, ılık serin havasının ruhu ile huzur verir içimize.

Uzun uzun sohbetlere eşlik eden

kahvelerin içildiği,

Derin nefesler aldığımız yürüyüşlerin ev sahibidir.

Sevilesidir,

Öyle ki birçok şaire de bu yönüyle

ilham kaynağı olmuştur.
Vakti gelip vedalaşırken Eylül,
Bizi daha motive, daha planlı bir şekilde teslim eder diğer aylara.
Ve her sene bu döngü böyle devam eder.
Öyle kolay değildir vedalaşmak. Ağzımızda bıraktığı o tadın hüznü de vardır.
Zira sonlar sancılıdır, vedalar hüznüldür.
Tıpkı gövdesinden düşen ağacın yaprakları gibi.
Yenilenmeye açılan bir kapının mevsimidir Eylül.
Eskilere teşekkür, yeni oluşumlara merhabadır.

Şairinde dediği gibi “Her Eylül bir başlangıç, seç bir eylül gel sıra sen de.”

Umudumuz, niyetimiz hep var olsun.

Bu Eylül değilse, başka Eylül...

Çünkü Hz. Mevlana'nın da dediği gibi “Yapraksız kaldın diye gövdeni kestirme. Zira bu işin baharı var.”

Hedeflerimize yaklaştığımız ve gerçekleştirdiğimiz harika bir Eylül diliyorum.

SAĞLIKLI YAŞAMIN SIRRI: BESLENMEDE SADELEŞME

Beslenmede sadeleşme, kişinin günlük olarak tükettiği yiyecek ve içeceklerin miktarını ve sayısını azaltması, içeriğinin yanı sıra zamanlamasını da basit bir şekilde düzenlenmesidir



Yazı **Talip BAYRAM**

Sadeleşme ve minimalizm, hayatımızdaki fazlalıklardan kurtularak daha basit ve huzurlu bir yaşam sürmeyi amaçlayan bir felsefedir. Sade bir yaşam tarzı; daha az eşyaya sahip olma, daha az para harcama, daha az yiyeceklerle beslenme ve en önemlisi de daha kişinin kendine daha fazla zaman ayırması anlamına geliyor. Minimalist bir yaşam tarzı; bizi az stresli, daha mutlu ve daha üretken bir hâle getirebiliyor. Sade beslenme de karmaşık ve işlenmiş gıdalardan kaçınmak, basit ve doğal gıdalara odaklanmak anlamına geliyor. Bu tarz beslenme düzeninin faydalarını şu şekilde sıralamak mümkün: Daha sağlıklı bir yaşam, fazla enerji, doğru kilo kontrolü, iyi bir ruh hâli, doğru bir uyku düzeni ve daha az stres...

Beslenme Düzeninde Sadeleşmenin 6 Temel Kuralı Var

1. Mümkün olduğunca az işlenmiş gıda tüketmek,
2. Zeytinyağı ve hakiki tereyağı hariç, şeker ve yağ tüketimini azaltmak,
3. Daha fazla lifli ürünler tüketmek,
4. Doğal gıdalarla beslenmeye ağırlık vermek,
5. Düzenli bir şekilde egzersiz yapmak,
6. Vücudun sağlıklı çalışabilmesi adına yeterince su içmek.

Bahsi geçen sadelikte, kişinin beslenme ihtiyaçlarını karşılayan temel gıdaların bulunması mühim. Ayrıca kesinlikle doğal besinlere ağırlık verilmesi gerekiyor. Öyle ki bu besinler işlen-

miş gıdalara göre daha az kalori, şeker ve yağ içeriyor. Diğer yandan meyvelerin, sebzelerin, tam tahılların ve baklagillerin içinde bulunan lif, sindirim sisteminin sağlıklı çalışması için oldukça önemli.

Karmaşık Beslenme Düzeninden Uzak Durulmalı

İnsan sağlığı açısından beslenme düzeninin basit ve daha az karmaşık olması gerekiyor. Çünkü karmaşık beslenme düzenleri, kişinin temel besin ihtiyaçlarını karşılamak yerine daha fazla çaba gerektiren zorlama öneriler sunuyor. Bu da kişinin stres seviyelerini artırıyor ve sağlıklı beslenme düzenini sürdürmesini zorlaştırıyor. Kilo kontrolünü de zorlaştıran bu beslenme düzeninde, kişi genellikle çok fazla işlenmiş gıda, şeker, yağ ve karbonhidrat tüketiyor. İşlenmiş gıdalar, genellikle doğal olmayan katkı maddeleri ve koruyucular içeriyor. Tüm bunlar sağlık sorunlarına yol açarken bünyenin de kilo almasına neden oluyor. Özetle, karmaşık beslenme düzeni, kişinin genel sağlığını olumsuz etkilediğini söylemek mümkün.

Herkesin Kendine İyi Gelen Gıdaları Vardır

Sağlıklı bir yaşam için uzmana danışanların ilk olarak uzman desteğiyle kendine iyi gelen gıdaları belirlemesi gerekiyor. Öyle ki kişiden kişiye faydaları değişen gıdalar var. Bu durum kişinin genetik yapısı, yaşam tarzı ve sağlık durumu gibi



Sağlıklı bir beslenme düzeni, kişinin besin ihtiyaçlarını karşılar ve hastalıklara karşı bir kalkan görevi görür

faktörlere de bağlı... Örneğin; bazı insanlar laktoz intoleransı nedeniyle süt ürünlerini, bazı kişiler de gluten intoleransı nedeniyle gluten içeren gıdaları tüketemiyor. Ayrıca, bazı insanların belirli gıdalara alerjisi de olabiliyor. Dolayısıyla sağlıklı bir beslenme düzeni oluşturmak için kişinin bireysel ihtiyaçlarına dikkat etmesi çok önemli. Bunlar belki hastalıklara karşı tıbbi öneriler... Ancak benim söylemek istediğim bunların dışında tamamen kişinin kendine iyi gelen gıdalara yönelmesine odaklı... Konumuza dönecek olursak kişilerin gıdaların kendilerine iyi gelip gelmediğini test etmesi gerekiyor. Misal, “Bana et suyu çok iyi geliyor. Et sulu bir yemek yediğim zaman kendimi çok iyi hissediyorum. Hatta şekerim dahi düşük seyrediyor.” gibi farkındalıklardan bahsediyorum.

Yiyeceklerinizi Evde Tek Çeşit Hazırlayın

Her bireyin mutfakta biraz zaman geçirmesi gerektiğini düşünüyorum. Mutfak, yeni şeyler oluşturma, problem çözme ve becerilerini keşfetmek için harika bir yer. Aynı zamanda mutfakta yemek pişirmek, ailemiz ve arkadaşlarımızla sosyalleşmek için harika bir fırsat. Evde yemek yapmak, insanın hem ruh hem de beden sağlığına çok iyi geliyor. Bu sayede daha sağlıklı ve daha besleyici yemekler yiyebilirsiniz. Ancak bu abartıya kaçılmadan tek çeşit ana yemek ve yanında da sadece salata

olmalı. İçecek ne olursa olsun -su dâhil- yemekten iki saat sonra içilmelidir. Şeker, tuz ve yağ oranı yüksek paketlenmiş gıdalardan uzak durulması gerekiyor. Dolayısıyla evde yemek yaparak beslenmenizi daha fazla kontrol altında tutabilir ve uzun vadede sağlığınıza katkı sunabilirsiniz. Evde basit, yeni tarifler deneyerek farklı lezzetler keşfedebilirsiniz. Bu sayede yemeklerinizin tadını çıkarın. Evde yemek yapmak, keyifli bir lezzet deneyimi sayılabilir.

Özetle beslenmede sadeleşme, kişinin günlük olarak tükettiği yiyecek ve içeceklerin miktarını ve sayısını azaltması, içeriğinin yanı sıra zamanlamasını da basit bir şekilde düzenlenmesidir. Bu şekilde sağlıklı bir beslenme düzeni, kişinin besin ihtiyaçlarını karşılar ve hastalıklara karşı bir kalkan görevi görür.



DİJİTAL OKURYAZARLIK, ETKİLİ BİR AKILLI CİHAZ KULLANIMININ ÇOK DAHA ÖTESİNDE

İnternet bağlantısı bulunan bir akıllı cihazla kişiler, arama motorlarından hızlıca bilgi edinebiliyor olsalar da elde edilen veriler, her zaman doğru olmuyor. Doğru bilgiye ulaşabilmenin yolu da dijital okuryazarlıktan geçiyor



Teknoloji, tabiri caizse yaşamımızın tüm alanlarına sirayet etmekle kalmadı her geçen gün yerini daha da sağlamlaştırmış hâle geldi. Öyle ki akıllı cihazlarımızdan kopamaz olduk. Her yeni doğan güne cep telefonumuza kurduğumuz alarmla gözümüzü açıyor, bir yere gideceksek navigasyon kullanıyor, toplantılarımızı dijital platformlar üzerinden gerçekleştiriyor, arkadaşlarımızla iletişime geçmeyi de yine sosyal medya platformları üzerinden yapıyoruz. Diğer yandan online alışveriş sitelerinden alışveriş yapmak, bankacılık işlemlerini cep telefonu uygulamalarımızla gerçekleştirmek ya da teknoloji ürünlerinden olan saatlerimiz aracılığıyla muhtelif sağlık bilgilerimizi takip edebilmek... Bunların her biri teknolojinin nimetleri... Telefonumuzun alarmlarını kurmayı bir kenara bırakacak olursak diğer verdiğimiz tüm örnekler için ihtiyacımız olan iki şey var. Biri akıllı cihaz, diğeri ise internet bağlantısı...

Türkiye'de İnternet Kullanımının Temel Sebebi: Bilgi Edinmek

Türkiye'de tıpkı dünyada olduğu gibi akıllı cihaz ve internet kullanımı oranları oldukça yüksek. We Are Social tarafından hazırlanan "Dijital 2023 Türkiye" raporuna göre, Türkiye nüfusu 85.59 milyona ulaşmış durumda. Mobil telefon kullanıcıları 81.68 milyon, internet kullanıcıları 71.38 milyon, aktif sosyal medya kullanıcıları ise 62.55 milyon. Başka bir ifadeyle Türkiye'deki internet kullanıcıları, nüfusun yüzde 83.4'üne denk geliyor. Peki, internette geçirilen süre ne kadar? Aynı rapora göre, Türkiye'deki internet kullanıcıları, bir günün neredeyse 7,5 saatini internette geçiriyor. Araştırma, ülkemizde internet kullanımının en temel sebebinin yüzde 73.20 ile bilgi edinmek olduğunu söylüyor.

DİJİTAL OKURYAZARLIK, KİŞİYE NE SAĞLIYOR?

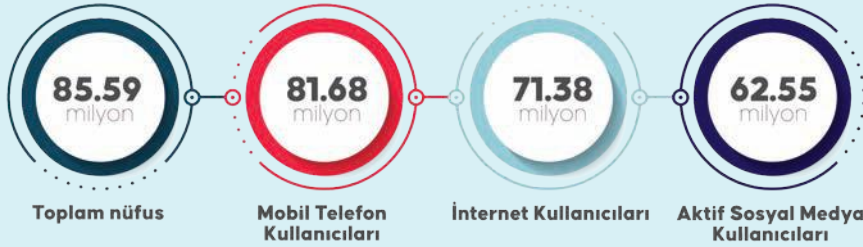


- Gereksemin duydukları bilgiye doğru bir şekilde ulaşabilmek adına güvenilir kaynakları bulup yararlanabiliyorlar.
- Ulaştıkları bilgiyi herhangi bir yerde kullanacakları zaman referans kullanma konusunda titiz davranıyorlar.
- Paylaşımlarını etik değerler çerçevesinde gerçekleştirdikleri için dolaylı da olsa hakaret içeren yorumların minimuma inmesi konusunda destekleyici oluyorlar.
- Dijital mecralarda doğru bilgiye ulaşma konusunda bilgi birikimleri olduğundan araştırma yaparken zaman kaybetmiyorlar, dolayısıyla zamanlarını da etkili kullanıyorlar.
- Dijital mecralarla ilgili bilgi sahibi olmalarıyla, art niyetli siber dolandırıcıların başarılı olmalarını engelliyorlar.

İnternet Ortamında Yapılan Araştırmada Elde Edilen Bilgiler Ne Kadar Doğru?

Çok değil bundan çeyrek asır önceye gittiğimizde bir bilgiye ulaşmak hiç de kolay değildi. Şimdi ne kadar kolay o da ayrı bir tartışma konusu. Evet, eskiden bilgiye ulaşmak adına ciddi bir araştırma yapmak gerekiyordu, ancak doğru ve güvenilir bilgiye ulaşıyordu. Bugün geldiğimiz noktada ise işin rengi bayağı değişti. Her ne kadar internet bağlantısı ve akıllı bir cihaz bir araya geldiğinde kişiler, arama motorlarından hızlıca bilgi edinebiliyor olsalar da bunların doğruluğu çok da kesin değil. Çünkü dijital dünyada aslında herkes birer bilgi üreticisi de oldu. Bu da yaptığımız her araştırma özelinde hangi bilginin doğru, hangisinin yanlış olduğu sorusunu gündeme getiriyor.

2023 TÜRKİYE DİJİTAL



MEDYADA GÜNLÜK HARCANAN ZAMAN



Türkiye'deki internet kullanıcıları bir günün neredeyse 7,5 saatini internette geçiriyor. Dijital 2023 Türkiye raporu ise ülkemizde internet kullanımının en temel sebebinin bilgi edinmek olduğunu söylüyor

Okuryazar İfadesi de Yeni Bir Forma Dönüştü

Türk Dil Kurumu'nun "okuması yazması olan, öğrenim görmüş kişi" olarak tanımladığı okuryazar kelimesi de internet jargonunda farklı bir şekilde yerini aldı. Bahsi geçen doğru bilgiye ulaşmanın ya da hangi bilginin yanlış olduğunu bilmenin gereği dijital okuryazarlık kavramını gündeme getirdi. Dijital okuryazarlık; akıllı cihazlar ile internet bağlantısı üzerinden bilgiyi en doğru şekilde bulmayı, anlamayı, analiz etmeyi, aynı zamanda üretebilmeyi, ve paylaşabilmeyi ifade ediyor. Tüm bunları en doğru şekilde yapabilen kişiye dijital okuryazar demek mümkün. Yani kişinin hayatının tüm alanlarında teknolojiyi, interneti ve dijital uygulamaları kullanıyor olması o kişinin iyi bir dijital okuryazar olduğu anlamına tabii ki gelmiyor. Dijital okuryazarlık, etkili bir akıllı cihaz kullanımının çok daha ötesinde... Kişi, burada etkili olmasının dışında doğru bilgiye ulaşabiliyor bir de üretim yapabiliyorsa dijital okuryazarlıktan söz etmek mümkün oluyor.

Dijital Okuryazarlık Her Geçen Gün Daha da Önemli Bir Hâl Alıyor

Dijital dünyanın tüm hayatımızda var olması, iş dışında eğitim hayatında da yer bulması, kimi zaman kültür sanat faaliyetlerinin de dijital mecralarda gerçekleşmesi, hatta sağlıkla ilgili bilgilere de internet üzerinden ulaşılabilir olunması dijital okuryazar olmanın önemi her geçen gün biraz daha arttıyor. Aslında bilgilerin doğruluğundan emin olmak, kaynaklarını bulmak ve söz konusu mecralarda verimli olabilmek adına kişiler, dijital okuryazarlık konusunda kendilerini geliştirmek zorunda kalıyor.



Dijital Okuryazar, Dijital Güvenlik Konusunda da Bilinçli Oluyor

Gün geçmiyor ki kişiler, çeşitli alışveriş siteleri ya da sosyal medya aracılığıyla art niyetli kişilerin hedefi duruma gelmesin. Güvenilir olmayan web sitelerine kredi kartı şifresinin verilmesi, mail gelen her linke tıklanmaması gerektiği gibi detaylar dijital okuryazarlar tarafından biliniyor. Dolayısıyla siber dolandırıcıların başarısız olmaları da aslında bilinçli bir dijital dünya insanı olmaktan geçiyor.



DENİZ DEĞİL, BOĞAZ MANZARASI!

Sınırsız boğaz & yarımada manzarası. Sadece 48 daire.



BARBAROS 48

barbaros48.com.tr



35 yıldır ev sahibi olamamıştık. İsmi duyunca ayaklarımız yerden kesildi. Fuzul'e çok teşekkür ederiz.

NİGAR KARABAŞ



Tüm Fuzul ailesi bize her sorunumuzda yardımcı oldular. Hep hoşgörü ve sevgi içinde karşılaştılar. Faysiz bir şekilde evimizi aldık.

AYŞE GÜNGÖR



Şubedeki arkadaşların sıcaklığı, yardımcı olma konusundaki hassasiyetleri beni cezbedti. Çok teşekkür ederiz.

SALİH SONGUR



Her şey prosedüre uygun, söylenildiği gün, söylenildiği an ilerledi. Fuzul'e çok teşekkür ediyorum.

FATMA YEŞİLYURT



Şubeye ilk girdiğimde adeta bir akrabama gitmiş gibi hissettim. Bütçeme uygun taksitlerle aracı aldım.

MUSTAFA DİKMEN



Ödediğim taksit miktarı önceki kiramın üçte biri kadar. Fuzul bizim için büyük bir şans.

ZAFER ACAR



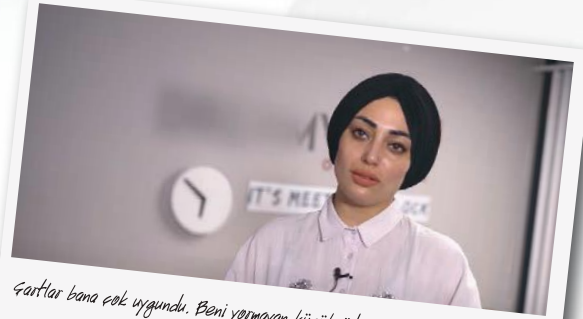
Bu zamanda, bu şartlarda daha hızlı ve daha güvenli bir yol olmadığımı düşünüyorum.

EMİNE ERDEN



Herkesin rahat bir şekilde ev ve araba sahibi olabileceği adres Fuzul. Arkadaşlarıma da aracı oldum. Şimdi bana teşekkür ediyorlar.

VELİ ÖZARSLAN



Şartlar bana çok uygundu. Beni yormayan küçük ödemelerle araba sahibi oldum.

ZEHRA AKKAYA



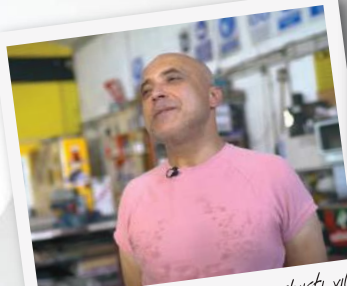
Faiz yok, aylık ödemelerimi bilerek dahil oldum, evimi aldım ve şu an keyfini sürüyorum. Güleriyim her zaman kaganır.

ÖZCAN ÖZKAN



Şubeden içeri girer girmez aldığımız enerji, ilgi ve samimiyet zaten insana kayıt ol diyor.

HANİFE ŞAHAN



Ailem yıllar önce Fuzul'den bir araç almıştı, yıllar sonra aynı servise yaşamak bize de nasip oldu.

UFUK İŞLER



Fuzul sistemi ile aldığımız tutarı faizsiz, bire bir geri ödiyor olmamız bizim ilginizi çekti. Fuzul'e çok teşekkür ederiz.

ÖZLEM ALTAY



Faiz ödemedim, isin isine faiz girmeden bütçemize uygun taksitlerle ev sahibi oldum. Bu fırsatı edilemez.

GÜLSÜM ÖZ

We will transform the Solidarity Economy into a model that will set an example for the world

We interviewed Eyüp Akbal, Chairman of the Savings Finance Companies Sector Board of the Association of Financial Institutions, about the Savings Finance Research and Application Center.

The Profound Interest of Investors is a Confirmation of the Trust in Us

Zeki Akbal, Board Member of Fuzul GYO, evaluated Fuzul Yapı's transformation into a real estate investment trust and the public offering process for the readers of Anahtar Magazine.

The Gong tolled for Fuzul GYO in Borsa Istanbul

The size of the public offering of Fuzul GYO, which greeted Borsa İstanbul with an individual investor record, was 817 million 554 thousand TL.

Your Risks are Covered by Akva Sigorta

Akva Sigorta works with insurance experts who are equipped with technical knowledge, who explain the product features to the customer in the finest detail, who can sell the right product, and who are familiar with other products in the sector in addition to the company product they work with.

Marketing and Brand Strategies are Configured on Data

As Fuzul Savings Financing Marketing and Brand Communication Directorate, our aim was to clarify the purchase motivations of the target audience and the obstacles in the savings finance sector with the results of the market research we conducted with FutureBright in March 2023.

Rubikpara Intends to Be the First Choice of Individual and Corporate Users for Financial Solutions in the Market

Users can open accounts as complementary members of Rubikpara, easily and instantly top up their accounts from all banks, and make free money transfers 24/7

Fuzul GYO made history with the Public Offering

Fuzul GYO, one of the leading companies in the real estate sector in Türkiye, started trading on Borsa Istanbul after receiving CMB approval for its public offering..

A Savings Finance Research and Application Center is being Established

The Savings Finance Sector of the Association of Financial Institutions and Ibn Haldun University signed a cooperation protocol for the establishment of the Savings Finance Research and Application Center

We are the Reliable Companions of our Customers!

FZLPLUS contributes to the success of businesses by offering its customers a complete and customized communication experience with its technological infrastructure and expert team.

Empathy Makes Success Inevitable

We prefer to work as a team by supporting each other. This has a positive impact on our success.

Our Main Motivation: The Happiness of those We Make Home, Vehicle and Business Owners

Today we witness that the son of someone who became a vehicle owner from Fuzul years ago has joined the system today. This is the biggest proof that Fuzul has proven its worth...

It is very important for us that our guests feel that they are in the right place

Every time I see people who own became home, vehicle or covered workplace owners with Fuzul's Solidarity Economy, I realize once again how valuable our work is.

Identity is a Unity of Conviction and Action

Prof. Dr. Sadettin Ökten: "Three basic principles of Islamic Civilization emerge in terms of building a city. The first of these is the principle of proportion, the second is the principle of sufficiency, and the third is the principle of style."

Intellectual Capital of Companies Increases as Brand Value Gains Importance

The importance attached to intellectual capital, which ensures a company's high added value in the eyes of investors, is increasing day by day. So how much do we know about intellectual capital?

Companies Stand Out in the Competitive Business World with Recognized Trademark Applications

Applications filed by companies for well-known trademarks are considered an important strategic step for prominence in the competitive business world and reinforcing customer loyalty.

Can 30 years be crammed into 1 minute?

This sentence is the focal point of Fuzul's 30-year story and success in our commercial. "You become Fuzul when you aim to win hearts "

Iran fascinates with its glorious past and historical treasures

Iran, known for its historical and cultural richness, is one of the best addresses for those who want to have a mystical and unforgettable travel experience ...

Don't Feel Worthless, Be Kind to Yourself!

If a person does not know what is good for him, if he forgets his goals and values, if he does not know his strengths, he starts to droop like a dried-up flower and feel worthless after a while.

Türkiye's Gateway to the World: Fair Organization

Fairs stand out with their ability to bring together many potential customers and business partners from different sectors. Companies have the opportunity to meet new customers and establish business connections easily by participating in fairs.

October 6, 1923 - Liberation of Istanbul The Liberation of Istanbul is the Victory of the Nation's Faith filled heart

It was inevitable that a halt would be called to the occupation that started on October 30, 1918 with Mudros and became official with the entry of enemy forces into Istanbul from Haydarpaşa in November.

Brand Magazines Reveal the Corporate Dynamism of Companies

Companies gain the loyalty of their customers and ensure that potential customers prefer them by sharing the content and publications they prepare with their readers and showing that they are a transparent and sincere company.

The Secret of Belonging: Love what you do, show patience and perseverance

Fuzul has not only grown day by day, it has helped me grow as well. Fuzul has always been an academy for me.

What if something happens to our electronic devices?

The best step we can take is to insure the smart devices that help us organize many aspects of our lives if we do not want to be suddenly left high and dry in their absence.

The Prices and Demand of Accommodation Units is Dropping in Developed Countries, Türkiye Can Turn This into an Opportunity

The real estate sector of Türkiye has a dynamic structure. The sector has a direct impact on nearly 250 sub-sectors and generates employment for more than 6 million people.

There is an ongoing Training Process at Fuzul

Fuzul Academy demonstrates the support our company gives to employee development and the calibration process.

When, If Not This September?

Like the poet said, "Every September is a beginning, choose a September and you're next."
May our hope and intention be eternal.
If not this September, another September..

The Secret to Healthy Living: Simplifying Nutrition

Simplifying the diet is the reduction of the amount and number of foods and beverages consumed on a daily basis and simplifying their content as well as their timing.

Digital Literacy is Far more than the Effective use of Smart Devices

People can quickly obtain information from search engines with a smart device with an internet connection, but the obtained data is not always accurate. The way to access correct information is through digital literacy.

FUZUL TÜRKİYE'NİN DÖRT BİR YANINDA!



fuzulev.com.tr/subelerimiz



Tüm şubelerimizin bilgilerine ulaşmak için
QR kodu okutun.



Portföyümüz



45%

Taşınmaya hazır
projeler



100+

Ticari birim



2.000+

Konut



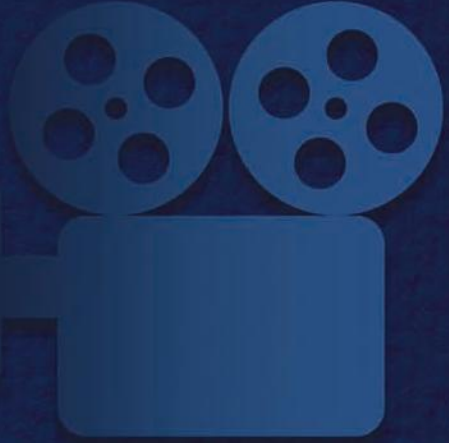
3.000+

Açılması planlanan
Konut Stoğu

2,5 MİLYAR DOLAR

Yönetim Altına Alınacak
Varlıklar





GÖNÜLLERİ
KAZANMAYI
AMAÇLARSAN

Fuzul Olursun!