

haftanın
YILDIZI



Kahve keyfi

Cappuccino, latte macchiato, cafe crema ve filtre kahve gibi tüm sıcak kahve lezzetlerini hazırlayabileceğiniz Cafissimo, renkli

tasarımıyla da mutfaklarınıza farklı bir hava katıyor. Standart Antrasit renginin yanı sıra sarı (Sunny), yeşil (Granny Green), turuncu (Orange) renklerinden birini seçebilirsiniz. Tchibo mağazaları ile diğer tüm satış noktalarında ve tchibo.com.tr internet mağazasında sınırlı stoklarla satışa sunulan Cafissimo Sunny'nin fiyatı 249,95 TL. Üstelik Cafissimo alan herkese dört paket Cafissimo kapsülü de hediye!



Bilal Gürlen

Aksesuarcı The She Lafayette yolcusu

İlk mağazasını iki yıl önce açan ve 7 mağazayla aksesuar sektöründe faaliyet gösteren The She, Fransa'nın ünlü çok katlı mağazası Galeries Lafayette'de dükkan açmak için hazırlanıyor. Markanın Yönetim Kurulu Başkanı Bilal Gürlen, görüşmelerin sona yaklaştığını ve Lafayette'deki ilk Türk markası olacaklarını dile getirdi. Türkiye'deki yapılanmaya

ağırlık verdiklerini ifade eden Gürlen yıl sonuna kadar 5 mağaza açacaklarını söyledi. Gürlen, "Yeni açılacaklarla birlikte 12 mağazada bizim olacak. Bugüne kadar 2 milyon TL mağaza yatırım yaptık. 1 milyon TL daha yapacağız. 2012 yılında hedefimiz bayiler aracılığıyla 50 mağazaya ulaşmak" dedi.

Bakü mağazası Aliyevlerin

40 ülkeye ihracat yaptıklarını hatırlatan Gürlen, en büyük pazarlarının Rusya olduğunu ifade

ederek şunları anlattı:

"Aliyev ailesine mensup bir kişiye Bakü'de bayilik verdik. Erbil'de yeni açılacak olan alışveriş merkezinde de yer almak istiyoruz. 40 ülkeye ihracat yapıyoruz. Bu yılki toplam ciro hedefimiz 10 milyon TL."

Dizilerde kullanılan bujiterile-

Beste Önkol
Perakende Analiz
beste.onkol@milliyet.com.tr



rin krizde satışlara olumlu etkisi olduğunu ifade eden Gürlen, "Yeni sezonda gösterime girecek olan 5 diziyeye ürün sponsoru olacağız. Ayrıca Türkiye'nin önde gelen tekstil firmalarından 6'sına ürün üretiyoruz" diye konuştu. Mağazalarını 30-100 metrekarede kurduklarını belirten Gürlen, "30 metrekare mağazanın bayilik bedeli 80 bin lira. Mağaza 12 ayda geri dönüşünü sağlıyor" dedi.

Tchibo Türkiye'de haftalık temaya geçti

Kahvenin yanı sıra belirli sürelerde değiştirdiği özel konseptlerle perakendecilikte de yer alan Tchibo, Türkiye'de de konseptini, faaliyet gösterdiği diğer ülkelerde olduğu gibi hafta da bir yenilemeye çevirdi. Markanın günlük ziyaretçi sayısı yüzde 20 artarken, Tchibo Türkiye, büyüyen pazarlar arasında lider olan Polonya'nın yerine geçmeye hazırlanıyor. Markanın Türkiye'ye alışma süresinde temaları iki haftada



Şenay Küçük

bir yenilediklerini söyleyen Tchibo Genel Müdürü Şenay Küçük Tanşu, "Eskiden havuz içinde temaları seçerdik şimdi dünya ile aynı gidiyoruz" dedi.

Kahve markası olmalarına rağmen cirolarının yüzde 80'inin gıda dışı ürünlerden geldiğini anlatan Tanşu, yılı yüzde 25'lik büyümeyle tamamlayacaklarını kaydetti. 40 mağazaya ulaştıklarını bildiren Tanşu internet satışları için çalışmalarını yoğunlaştırdıklarını söyledi.

Migros'ta iPad'e yoğun ilgi

Nisanda ABD'de piyasada çıkan Apple'ın son ürünü iPad dün Migros'larda satışa sunuldu. Firma yoğun bir ilgiyle karşılaştı. 1000 adet iPad'in 700'ü dün 17.00 itibarıyla tükendi. Ürünün tamamının en geç bu sabah saatlerinde bitmesi bekleniyor.

İkinci partinin salı günü geleceği ifade edilirken metropoller arasında en yoğun satışlar İstanbul, Ankara ve Antalya'da yaşandı. Anadolu'da ise yüksek satış rakamları Trabzon, Malatya, Afyon'da gerçekleşti.

www.kangurum.com.tr'de ise



100 adet ürün satıldı.

Migros raflarındaki iPad'lerin 32 GB hafıza kartlı, 3G özellikli modelinin fiyatı 2 bin 290 lira, 64 GB ve 3G özellikli versiyonun fiyatı ise 2 bin 490 lira.

Kahve keyfinizi renklendirin

Gerçek bir kahve uzmanı olan 'Cafissimo'

şık tasarımı, kolay kullanımı ve yepyeni renkleriyle kahve molalarınıza ayrıcalık katıyor.

Profesyonel

kahve keyfi yaşatan Cafissimo birbirinden farklı renkleriyle yeni heyecanları beraberinde getiriyor.

Tchibo mağazaları ile diğer tüm satış noktalarında kahve severlerle buluşan ve sınırlı stoklarla satışa sunulan Cafissimo'yu mutlaka deneyin.



Kent Meydanı AVM
Meydan Çarşı Katı'nda
yer alan Tchibo'nun

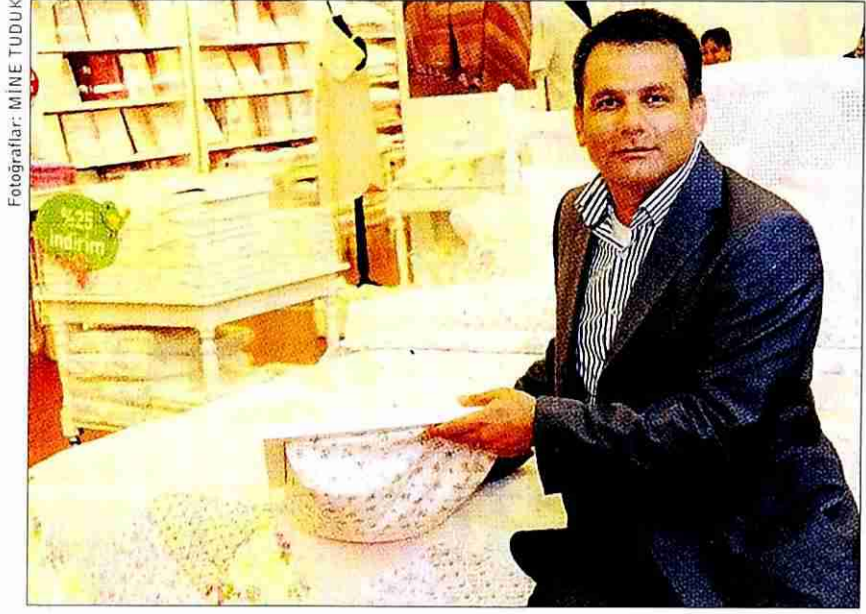
Afrika esintisi

Tchibo'nun yeni
temasında, yaz
şıklığı yaratan

bu haftaki teması 'Afrika'nın Renkleri' olarak
belirlendi. Yaz mevsiminin canlılığını kıyafetlere de
yansıtan Tchibo'nun yazın ruhunu taşıyan
rengarenk teması tchibo.com.tr internet
mağazasında ve tüm Tchibo mağazaları
ve satış noktalarında müşterileriyle
buluşuyor. Canlı renklerle farklı
kombinasyonlar yaratma imkanı sunan

elbiseler, rahatına düşkünlere uygun rengarenk spor
ayakkabılar, stilleri tamamlayan şallar, yaz kadar
hafif tunikler ön plana çıkıyor. Tchibo'nun
yeni temasında, odalara tarz katan küp
şeklinde dördü raf, iki farklı kullanım
imkanı sunan çanta, dekoratif
çerçeve ve stillerde farklılık yaratan
halka uçlu kolye de dikkat çekiyor.





Fotoğraflar: MINE TUDUK

Erhan Bostan 160 çalışandan 80'inin ev kadını olduğunu söylüyor.

Şirketler ikna gücü için ev kadınlarının peşine düştü

MINE TUDUK - İSTANBUL

Ailesi için saçını süpürge eden, evin ekonomisini döndüren, en iyiyi ve kaliteliyi bulmak için kılı kırk yaran, çarşı-pazar dolaşan ev kadınları en bilinçli tüketici... Bir satış temsilcisinin onları ikna etmesi hiç de kolay değil. Ama onlar deneyimleri ile en zor tüketiciyi bile ikna edecek bir kabiliyete sahip. İşte ev kadınlarının bu güçlü ikna kabiliyeti firmalara istihdam politikalarını yeniden gözden geçirtti.

Dünya çapında 1200 mağazası, 120 bin satış noktası, Türkiye'de ise 40 mağazası, 17 corner'ı bulunan Tchibo ve tekstil sektörünün önde gelen markalarından English Home da ev kadınlarının rüzgârına kapıldı. English Home'da toplam 160 kadın çalışıyor ve bunların 80'i ev kadını. Tchibo'da da ev kadınları çalışan kadınların yarısını oluşturuyor.

Her iki marka da ev kadınlara mağazalarında satış temsilciliği, mağaza yöneticiliği gibi görevler vererek satışlarını artırıyor.

20'liklere taş çıkartıyorlar

Ev kadınlarının işlerine bağlılığı, müşteri memnuniyetine verdikleri önem ve güçlü ikna kabiliyetleri firmaları cezbeden ana faktörler. Firmalar, ev kadınları sayesinde satışların yüzde 20-25 oranında arttığını açıklıyor. Kariyer merdivenlerinde yolculuğa çıkan ev kadınlarının 35 ila 55 yaş aralığında olduğu dikkat çekiyor.

İşe alındıktan sonra satış ve pazarlama eğitimine tabi tutulan kadınların kimi part-time kimi de tam gün çalışan olarak görevlerinin başına geçiyor.

Türkiye pazarna 4 yıl önce giren Alman perakende markası Tchibo, mağazalarında ev kadınlara satış elemanı olarak istihdam sağlıyor. Tchibo Türkiye Genel Müdürü Şenay Küçük Tanşu, çalışmak için başvuran ev kadınlarında tecrübe aramadıklarını vurgulayarak "Kimi çocuğunu okula yolladıktan sonra part-time çalışıyor kimi de full time çalışan elemanımız oldu. 3 haftalık eğitimden sonra işe başlıyorlar" diyor. Ev kadınlarının empati kurma yeteneğinin ve ikna kabiliyetinin çok yüksek olduğuna dikkat çeken Tanşu, şöyle devam ediyor: "20'liklere taş çıkartıyorlar. Her mağazada 3-4 ev kadını çalışmamız var. Şimdiye kadar 100 ev kadınına istihdam sağladık. Satış elemanı olarak part-time işe başlayıp, mağaza müdürlüğüne kadar yükselen ev kadınlarımız bile var."

Mağazanın 'abla'sı ev kadınları

Aydın Örne ve Milen Tekstil'in birleşmesinden oluşan English Home'un kurucu ortağı Erhan Bostan da ev kadınlarının satış performansından çok memnun olduklarını anlatıyor. Ev tekstiliyle ilgili ürün satmaları nedeniyle kullanıcıları olan ev kadınlarının ürünü daha doğru şekilde tanıttığını ve satışları daha başarılı bir şekilde gerçekleştirdiklerini vurgulayan Bostan, "Özellikle deneyimli ev kadınları, müşteriyi çok çabuk anlayıp, beklentilerini en iyi şekilde karşılıyor. Onların sayesinde satışlarımızda çok olumlu artışlar görüyoruz" diye konuşuyor. English Home bünyesinde 160 kadın çalıştığını ve bunların 80'inin ev kadını olduğunu dile getiren Bostan, şunları söylüyor: "Ev kadını ve emekliler, part-time ya da full-time satış danışmanı olarak başvuruda bulunuyor. 2 haftalık eğitimden geçip, tecrübeli bir satış elemanının yanında 2 hafta da staj yapıyorlar. Hatta ilk işe aldığımız ev kadını, kızının çeyizi için bizden alışveriş yaparken iş başvurusunda bulunan bir müşterimizdi. Artık English Home mağazalarının her birinde, 'abla' denilen, deneyimli bir ev kadını satış danışmanı bulunuyor. Bunu bir model haline getirdik. Satışlarımızda da çok olumlu yansıyan artışlar görüyoruz."



Songül Silvanoğlu (45):

Evlenince işi bırakıp çocuklarımı büyüttüm. 5 ay önce Tchibo'da satış elemanı olarak göreve başladım. Eski bir Tchibo müşterisiyim. Yaşımdan dolayı işe alacaklarını tahmin etmiyordum. Kendimi sosyal açımdan verimli hissediyorum. Artık karşı taraftan da baktığım için müşteri isteklerini daha iyi anlıyorum.



Yeşim Kapılar (43):

Ev kadınıyım. Oğlumun ihtiyaçları için Tchibo'dan alışveriş yapıyordum. 4 ay önce çalışmaya başladım. Evde sınırlı bir çevreye sahipken, çevrem birdenbire genişledi. Tchibo bence facebook'tan daha iyi. Yıllardır görmediğim birçok arkadaşımın müşteri olarak geldikleri mağazada karşılaştık.



Şükran Zincir (55)

English Home'un kuruluşundan bu yana 3 yıldır Bakırköy mağazasında çalışıyorum. 1 torunum var. Ev kadınıydım, ancak çok sıkılmıştım. Müşteri olarak mağazaya geldiğimde iş başvurusunda bulundum. Ev kadınları olarak daha becerikli ve bilgiliyiz. Ev tekstili olduğu için bence diğerlerine göre daha başarılıyız.



Nihal Bozkaya (50)

Emekli olduktan sonra evde oturmaya başladım ancak bu beni tatmin etmiyordu. 1.5 yıl önce English Home mağazasının kapısındaki ilanı görerek başvurudum. Mağazanın içindeki renkler beni çok etkilemiş ve içeri çekmişti. Şimdi de çok huzur bulduğum bir ortamda çalışıyorum. Burası tıpkı kendi evimiz gibi.

Şirketler ikna gücü için ev kadınlarının peşinde



Tchibo Müdürü Şenay Küçük, ev kadınlarında tecrübe aramadıklarını söylüyor.

MINE TUDUK - İSTANBUL

En bilinçli tüketiciler kuşkusuz ev kadınları. Bir satış temsilcisinin onları ikna etmesi hiç de kolay değil. Ama onlar deneyimleri ile en zor tüketiciyi bile ikna edecek kabiliyete sahip. İşte ev kadınlarının bu güçlü ikna kabiliyeti firmalara istihdam politikaları-

nı yeniden gözden geçirtti. Türkiye'de 40 mağazası, 17 corner'ı bulunan Tchibo ve tekstil sektörünün önde gelen markalarından English Home da ev kadınlarının rüzgârına kapıldı. English Home'da toplam 160 kadın çalışıyor ve bunların 80'i ev kadını. Tchibo'da da ev kadınları çalışan kadınların yarısını oluşturuyor. 12'de