

BUSINESS

NEWS FROM TRADEGROSS & BUSINESS WORLD

2022 • TEMMUZ / JULY



 **LOB'IN**
LEADERS OF BRANDING
INTELLIGENCE SUMMIT

35th
International
Consumer
Quality Summit

35. Uluslararası Tüketici Kalite Zirvesi'nde global ticareti yeniden şekillendiren TRadeGross, yenilikçi ve girişimci farkındalık ödülüne layık görüldü.

At the 35th International Consumer Quality Summit, TRadeGross, which reshaped global trade, was awarded the innovative and entrepreneurial awareness award.

GLOBAL TİCARETİN YENİ DÖNEMİ

**GAYRİMENKUL VE YATIRIM SEKTÖRÜ
NE DURUMDA?**

LOB'IN ÖDÜL TÖRENİ - TRADEGROSS'A KALİTE ÖDÜLÜ - GLOBAL TİCARETTE YENİ DÖNEM - DİJİTAL DÖNÜŞÜM - PANDEMİ DÖNEMİ E-TİCARET VE ÜLKELER ARASI TİCARİ ETKİLEŞİM - GAYRİMENKUL YATIRIMLARININ SON DURUMU - BİLİŞİM SEKTÖRÜ VE ARTAN YATIRIM PROJELERİ - BAŞARININ SIRRI : JAKLİN GÜNER VAKKO - TÜRKİYE'DE KADIN İSTİHDAMI - YENİ NESİL GELİR : EVDEN SATIŞ





GLOBAL İHRACATIN YENİ ROTASI

**TEDARİK & LOJİSTİK İHTİYAÇLARINIZIN VE
KÜRESEL TİCARETİN TÜM SÜREÇLERİNDE**

yanınızdayız.



BUSINESS

İmtiyaz Sahibi / Management & Publishing :
Kayel Group Gayrimenkul Danışmanlık Dış Tic. Ltd. Şti.
Elena SARIKAYA

Genel Koordinatör / General Coordinator :
Salih TUĞRAN

Yazı İşleri Editörü / Associate Editor :
Esra Nur GÜVEN

Genel Yayın Yönetmeni / Editor-In-Chief :
Emir BUDAKER

Yapım & Tasarım / Production & Design :
Kayel Yazılım

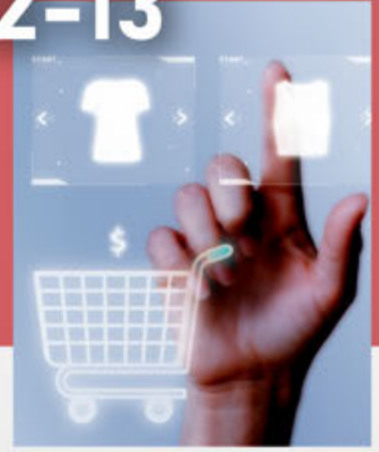
İÇİNDE

7-11



35. Uluslararası Tüketici Kalite Zirvesi
35th International Consumer Quality Summit

12-13



Dijital Dönüşüm
Digital Transformation

28-29



Emlak ve Yatırım
Piyasası
*Real Estate and
Investment*

30-31



Başarının Sırrı :
Jaklin Güner
*Secret of Success :
Jaklin Guner*

32-33



Türkiye'de Kadın
İstihdamı
*Women's Employment
In Turkey*

EKİLELER

14-17



Pandemi Dönemi
E-Ticaret
*E-Commerce
Due to Pandemic*

18-21



Bilişim Sektörü ve
Artan Yatırımlar
*IT Sector and
Increased Investments*

24-27



Gayrimenkule
Yakından Bakış
*Real Estates
Highlights*

34-37



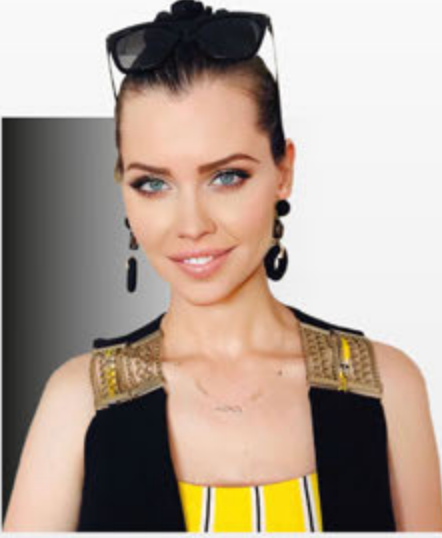
Yeni Nesil Gelir : Evde Üretim ve E-Ticaret
*Next Generation Income :
Home Production and E-Commerce*

38



Kültür & Sanat
Culture & Art

Sunum Presentation



Elena **SARIKAYA**

CEO

Teknolojinin gelişip, yaygınlaştığı günümüz dünyasında, sosyal medyanın ve internetin sıkça kullanılması dış ticaretin de önünü açıyor

2017 yılında kurulan Kayel Group şirketimiz, pandemi döneminde kapanmaya yüz tutmuş firmaların aksine birçok farklı projeleri ile yarına daha güçlü adımlar atmayı başardı.

Sürekli değişiklik gösteren teknolojiyi takip ederek, değişimlere ve yeni fikirlere açık, girişimci ruhuna sahip, alanında uzman bir ekip ile çalışmalarımızı devam ettirmekteyiz. Bizim için önceliğimiz her zaman müşterilerimizdir.

Müşterilerimizin hayallerini gerçekleştirmek, istek ve taleplerine hızlı geri dönüşler sağlayabilmek en önemli kalite politikamızdır. Hedef pazarınızda karşılaşılabileceğiniz olası aksilikleri ortadan kaldırıyor, bilişim & yazılım, dış ticaret, gayrimenkul ve danışmanlık gibi birçok farklı alanlarda destek vererek sizlere kaliteli bir gelecek sunuyoruz.

Dünyanın en büyük B2B pazarı olma hedefiyle yola çıktığımız projelerimiz gün geçtikçe önemi arttırıyor. Büyük ilgi gören TRadeGross projemiz ile ihtiyacınız olan ürün veya hammaddeler için talep oluşturabilir, oluşan taleplere üretici veya tedarikçi olarak cevap verebilir, kendi ticari ağıınızı oluşturabilir ve uluslararası taşımacılıkta işinizi kolayca bir üst seviyeye taşıyabilirsiniz.

By following the constantly changing technology, we continue our work with a team of experts in the field, open to changes and new ideas, with an entrepreneurial spirit. Our priority is always our customers.

Our most important quality policy is to realize the dreams of our customers and to provide fast responses to their requests and demands. We eliminate possible setbacks that you may encounter in your target market, and offer you a quality future by providing support in many different fields such as informatics & software, foreign trade, real estate and consultancy.

Our projects, which we set out with the aim of becoming the largest B2B market in the world, are increasing in importance day by day. With our TRadeGross project, which attracted great attention, you can create a demand for the products or raw materials you need, respond to the demands as a manufacturer or supplier, create your own commercial network and easily take your business to the next level in international transportation.



LOB'IN
LEADERS OF BRANDING
INTELLIGENCE SUMMIT

35.

ULUSLARARSI TÜKETİCİ KALİTE ZİRVESİ

Türkiye'nin stratejik ve coğrafi yapısı, dünyadaki pazar payını artırmak için önemli fırsatların yanı sıra yatırımcılara da fırsatlar sunuyor. Bu fırsatlara dikkat çekiyoruz. Günümüzün rekabetçi piyasa koşullarında sadece kalite-maliyet hesapları sağlamak için yeterli olmamaktadır. Pazarda kalıcı olabilmek için Ar-Ge ekseninde yaratılan kalite ve inovasyon yeteneğinin sürdürülebilir olması gerekiyor. Bunu başarmak için Londra'da Kalite Zirvesi düzenlendi. Türk iş dünyasının girişimci ruhu, dünya pazarında yer edinmemizi sağlayarak rekabet gücümüzü artırıyor. Lobin International tarafından sektör temsilcilerine sunacağı farkındalık programları sertifikaları ve ödülleri, önemli pazarlama avantajları sağlıyor ve sağlamaya devam edecek.



ULUSLARARASI TÜKETİCİ KALİTE ÖDÜLLERİ SAHİPLERİNİ BULDU

15 Mart Dünya Tüketici Hakları Gününde Kalite Zirvesinin İlgi Odağı TRadeGross Oldu.

2017 yılında kurulan Kayel Group Şirketi'nin sahibi Elena SARIKAYA, pandemi döneminde kapanmaya yüz tutmuş firmaların aksine birçok farklı projeleri ile yarına daha güçlü adımlar atmayı başardı.

Türkiye ve Dünya genelinde tüketicilerin bilinçlenmesi ve ekonomideki değişimlerin takip edilmesi amacıyla Lob'in International tarafından düzenlenen European Business Clup Association ve DMW Diplomatlar Birliği tarafından desteklenerek Avrupa Birliği'ne akredite gerçekleşen 35. Uluslararası Tüketici Kalite Zirvesi iş, sanat, siyaset ve akademik dünyayı bir araya getirdi.

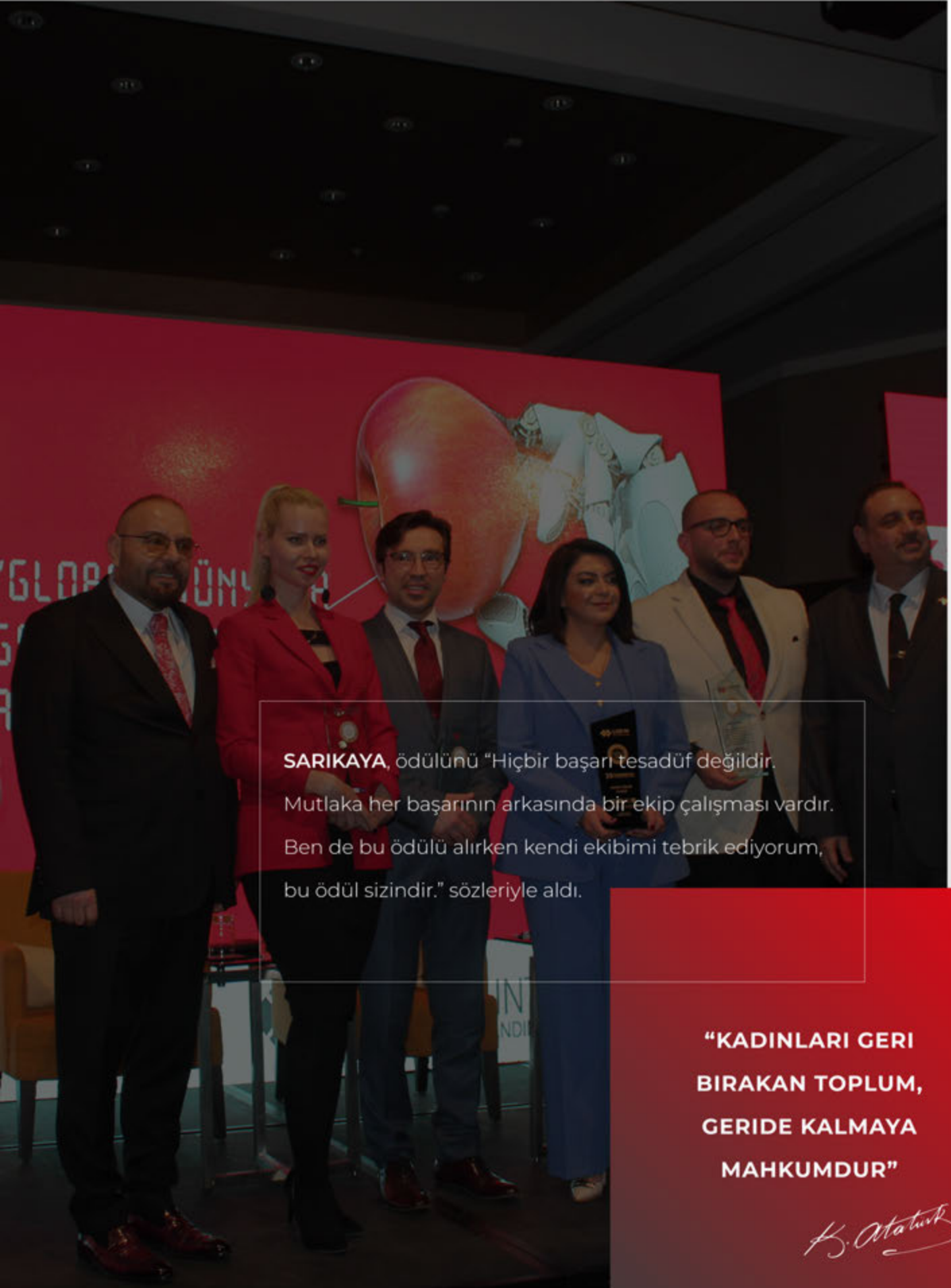
16. Uluslararası Avrupa Kalite Zirvesi'nde TRadeGross, Lob'in International tarafından Londra'da yenilikçi ve girişimci farkındalık ödülüne layık görüldü.

Başarıları ile marka bilinirliğini günden güne arttıran TRadeGross, aynı zamanda 35. Uluslararası Tüketici Kalite Zirvesinde bir sunum gerçekleştirdi.

2020 yılında Kayel Group tarafından kurulan "TRadeGross", yenilikçi sistemler ve geleceğe yönelik planlama seçenekleriyle uluslararası ticareti bir adım öteye taşıyor. TRadeGross, dünyanın her yerinden üreticileri, tedarikçileri ve tüketicileri herhangi bir aracı olmaksızın bir araya getiriyor. Farkındalık yaratarak girişimci ve yenilikçi çalışmaları ile TRadeGross, bütün gözleri üzerine çekmeyi başardı.

TRadeGross'un ülkedeki ihtiyaç sahibi tedarikçileri ve potansiyel alıcıları komisyon sistemi olmadan bir araya getirdiğini vurgulayan SARIKAYA, üyelere özel network ve premium sistemleri ile firmaların müşterilerine kolayca ulaşmasını, doğru alıcıdan doğru teklifleri almalarını, ihracat ve ithalat işlemlerini kolayca tamamlayabileceklerini belirtti.





SARIKAYA, ödülünü "Hiçbir başarı tesadüf değildir. Mutlaka her başarının arkasında bir ekip çalışması vardır. Ben de bu ödülü alırken kendi ekibimi tebrik ediyorum, bu ödül sizindir." sözleriyle aldı.

**"KADINLARI GERI
BIRAKAN TOPLUM,
GERIDE KALMAYA
MAHKUMDUR"**

H. Atatürk



Turkey's strategic and geographical structure offers important opportunities to increase its market share in the world, as well as opportunities for investors. We highlight these opportunities. In today's competitive market conditions, it is not sufficient to provide only quality-cost calculations. In order to be permanent in the market, the quality and innovation capability created on the R&D axis must be sustainable. To achieve this, the Quality Summit was held in London. The entrepreneurial spirit of the Turkish business world increases our competitiveness by enabling us to take a place in the world market. Awareness programs, certificates and awards to be presented by Lobin International to industry representatives provide and will continue to provide significant marketing advantages.

SARIKAYA, presented his award as "No success is a coincidence. There is definitely a teamwork behind every success. I congratulate my team while receiving this award, this award is yours." took with his words.

TRadeGross was the focus of the Quality Summit on March 15, World Consumer Rights Day.

Elena SARIKAYA, the owner of Kayel Group Company, which was established in 2017, has managed to take stronger steps towards tomorrow with many different projects, unlike companies that were about to close during the pandemic period.

The 35th International Consumer Quality Summit, which was organized by Lob'in International and supported by the European Business Club Association and DMW Diplomats Association, accredited to the European Union, in order to raise awareness of consumers in Turkey and around the world and to follow the changes in the economy, brought business, art, politics and the academic world together. brought.

At the 16th International European Quality Summit, TRadeGross was awarded the innovative and entrepreneurial awareness award by Lob'in International in London.

Increasing its brand awareness day by day with its successes, TRadeGross also made a presentation at the 35th International Consumer Quality Summit.

Founded by Kayel Group in 2020, "TRadeGross" takes international trade one step further with innovative systems and future-oriented planning options. TRadeGross brings together manufacturers, suppliers and consumers from all over the world without any intermediaries. With its entrepreneurial and innovative works by creating awareness, TRadeGross has managed to attract all eyes.

Emphasizing that TRadeGross brings together the needy suppliers and potential buyers in the country without a commission system, SARIKAYA stated that with its member-specific network and premium systems, companies can easily reach their customers, get the right offers from the right buyer, and complete their export and import transactions easily.

*İş modelinde Türkiye geneli franshise ön başvurularına başlayan TRadeGross, başvurularını **tradegross.com "franchise"** sayfası üzerinden takip etmektedir.*

*TRadeGross, which started pre-applications for franchising across Turkey in its business model, follows up its applications on the **tradegross.com "franchise"** page.*

“
From Digital Transformation to Future of Global E-Commerce”

Dijital Dönüşüm'den E-Ticaretin Global Geleceğine

Dijital dönüşümün arkasındaki itici güçler nelerdir?

Bu konuya fazla dalmadan önce şu soruyu cevaplamamız doğru olur: Dijital dönüşüm nedir? Dijital bir süreç uğruna geride bıraktığınız her bir fiziksel süreç kapsamında bir dijital dönüşüm stratejisine girersiniz. Basit bir örnekle açıklamak gerekirse, kağıt kalem kullanmak yerine dijital bir not alma uygulamasını kullanmaya başlamak bir dijital dönüşüm şeklidir.

Diğer dijital dönüşüm örneklerinden bahsetmek gerekirse: Posta el ilanlarından e-posta pazarlamasına geçiş. Bulut bilişim gibi yeni teknolojileri benimsemek. Ürün etkileşimini artırmak için sosyal medya gibi dijital araçları kullanmak. E-ticareti mağazadan teslim alma ile birleştirmek; BOPIS (Mağazadan Online Teslim Satın Alın). Hedeflenen çok kanallı pazarlama planları oluşturmak için verilerden yararlanma.



Dijital dönüşüm e-ticaretin geleceğini nasıl etkileyecek?

Daha Fazla Fiziksel Perakende İşletmesi, Birincil Gelir Akışı Olarak E-Ticarete Geçiyor.

Pandemi tüm gücüyle etkisini gösterdiğinde, karantinadaki tüketiciler hemen hemen her şey için internete yöneldi. Mağazalarda tuvalet kağıdı bittiğinde, kullanıcılar otomatikman e-ticaret sitelerine yönelmek durumunda kaldı. Bu durumun sonucunda bazı ticaret mağazalarının stokları tükendi, diğerleri ise ürünlere satın alma limitleri koydu. Şimdi ekonomistler, perakende e-ticaret satışlarının 2017'de 279,7 milyar dolardan 2024'e kadar 476,5 milyar dolara ulaşacağını tahmin ediyor.

Bir e-ticaret perakendecisi veya işletmeler arası toptancı olarak, dijital dünyaya zaten sıkı bir şekilde hakim olduğunuzu var sayalım. İşinizin bittiğini ve artık yapılacak bir şey olmadığını düşünmek kesinlikle yanlış bir hareket olacaktır.. Dijital dönüşümün bir bitiş noktası yoktur.

Arkanıza yaslanıp "Tamam işte bu kadar" dediğiniz bir an ne yazık ki olmayacaktır. Web siteniz, şirketinizin dijital dönüşümünün yalnızca bir yönüdür. Ayrıca, müşteri demografinizin ihtiyaçlarını karşılamak için taktiklerinizi değiştirebilmeniz için tüketici beklentileri ve davranışlarındaki değişimleri takip etmeniz gerekir.

Son olarak, rakiplerinize ayak uydurmalısınız. Örnek vermek gerekirse, rakipleriniz ücretsiz kargo hizmeti sunuyorlarsa, siz de ücretsiz kargo hizmetini devreye sokmalısınız.

Şirketler doğrudan tüketicilere mal sattıklarında, dışarıda yakın çevresine ürün önerilerinde bulunan ve söz konusu markaya bağlılığını belirten marka misyonerleri ilişkileri kurarlar. Belirli bir markaya bağlılık hisseden tüketiciler, o markaya yıllarca bağlı kalma eğilimindedir, bu sayede markalar değerli varlıklar haline gelirler ve böylece müşteri tutma oranlarını artırır.

More Physical Retail Businesses Are Switching To E-Commerce As Their Primary Income Stream.

When the pandemic hit with all its might, quarantined consumers turned to the internet for almost everything. When toilet paper ran out in stores, users had to automatically turn to e-commerce sites. As a result of this situation, some trade stores have run out of stock, while others have placed purchase limits on products. Now, economists predict retail e-commerce sales will grow from \$279.7 billion in 2017 to \$476.5 billion by 2024.

Let's assume that as an e-commerce retailer or business-to-business wholesaler, you already have a firm grip on the digital world. It would be a mistake to think that your job is done and there is nothing to be done anymore. Digital transformation has no end point.

Unfortunately, there won't be a moment when you sit back and say "Okay, that's it". Your website is only one aspect of your company's digital transformation. You also need to track changes in consumer expectations and behavior so that you can change your tactics to meet the needs of your customer demographic.

When companies sell goods directly to consumers, brand missionaries, who make product recommendations to their immediate surroundings and express their loyalty to the brand in question, establish relationships. Consumers who feel committed to a particular brand tend to stay committed to that brand for years, thereby making the brands valuable assets and thus increasing their customer retention rate.

Pandemi Dönemi E-Ticaret

Covid-19 salgınının getirdiği özgün koşullarla birlikte E-Ticarete ki dönüşüm daha da hızlandı. Bu dönüşüm süreci özellikle müşterilerle birebir etkileşimi esas alan satış ve pazarlama gibi fonksiyonlarda dijitalleşme ve veri analitiğine dayalı büyük operasyonel değişiklikleri beraberinde getirdi.

Pandemi sebebiyle 2020 e-ticaret faaliyetlerinde 2019 yılına göre düşüş yaşayan sektörler de bulunuyor. Hava yolları sektöründe yüzde 40, seyahat, taşımacılık ve organizasyon sektöründe yüzde 46, konaklama sektöründe yüzde 33, eğlence ve sanat sektörlerinde ise yüzde 50'ye varan düşüşler gözleniyor.

Pandemi döneminde tüketicilerin evlerde kalarak online kanal üzerinden siparişlerini artırması sonucu 2020 yılında yaklaşık yüzde 165 oranında artış gösteren Türkiye e-ticaret pazarı, ortalama üç yılda ulaşması beklenen seviyeye bir yılda ulaşarak 220 milyar TL değer yakaladı. Hızını alamayan e-ticaret pazarının, 2025 yılının sonunda 638 milyar TL değere ulaşması bekleniyor.

Pandeminin pazarda yarattığı etkilere yüksek çevrimiçi talebi karşılamak için limitli sayıda firma hazırlıklıydı, normal şartlarda ilgili talebi karşılayabilecek firmaların sürece hazırlıksız yakalanması, talebin yarattığı satış değerinin olması gerekenden daha az gerçekleşmesine yol açtı.



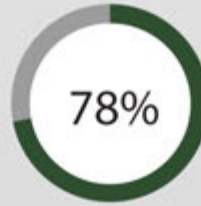
Yerli E-Ticaret Pazarı

Kapanma dönemi online alışveriş verilerine göre, yurt içi e-ticaret hacminde yüksek artışlar görüldü.



Taşımacılık Sektörü

Salgının en çok etkilediği taşımacılık ve organizasyon sektörleri verilerine göre son iki yılda iki kat düşüş yaşandı.



Bilişim Sektörü

Pandeminin neden olduğu kısıtlamalar çevrimiçi uygulamaların kullanımını yükseltti ve sektöre alan yarattı.



Turizm & Eğlence

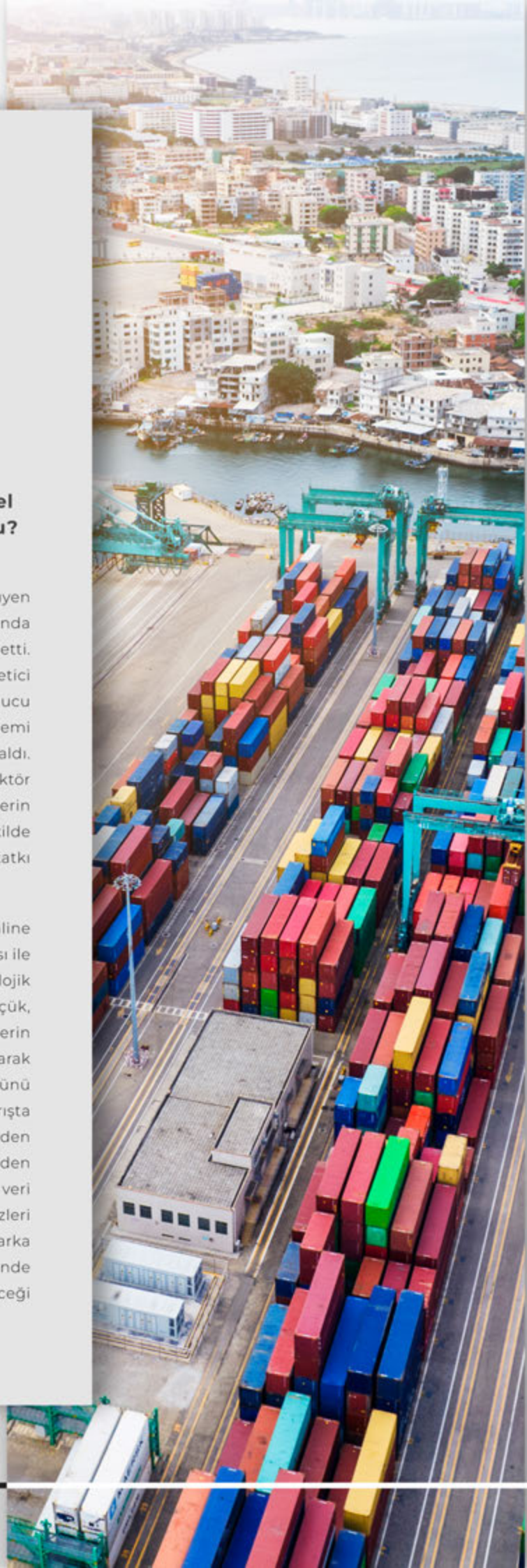
Global kapanma sonucu taşımacılık sektörüyle birlikte turizm'de gerileme yaşandı.

Global Katkı ve Gelişim

Değişen standartların küresel dönüşüme etkileri neler oldu?

2015'ten bu yana çift haneli büyüyen küresel e-ticaret pazarı, 2020 yılında yüzde 28 oranında bir büyüme kaydetti. Teknolojinin gelişmesi ve tüketici alışkanlıklarının değişmesinin bir sonucu olarak pazarda beklenen artış, pandemi etkileri ile birlikte daha keskin bir hâl aldı. Talebin gidişat için belirleyici faktör olduğu e-ticaret pazarında, tüketicilerin online kanallarda yoğun bir şekilde alışveriş yapması, büyümeye önemli katkı sağladı.

Ürün ve hizmet satıcılarının online kanallardaki penetrasyonunun artması ile birlikte günümüzde teknolojik gelişmelere adapte olamamış, küçük, orta ve büyük ölçekli işletmelerin e-ticaret alanına giriş yaparak buldukları sektörlerde rekabet gücünü artırdığı görülüyor. İşaretler, bu yarışta geride kalmak istemeyen her sektörden firmanın, online veya mobil üzerinden sunduğu hizmetler, uygulamalar, veri toplama, veri analizi, uygulama arayüzleri gibi birçok müşteriye dokunan ve arka planda bulunan metrikler özelinde yatırım yapmaya devam edeceği



“With the effect of the pandemic, radical changes took place in the fields of trade and shopping around the world.”

The Impact of Pandemic

With the unique conditions brought by the Covid-19 pandemic, the transformation in E-Commerce has accelerated. This transformation process brought along major operational changes based on digitalization and data analytics, especially in functions such as sales and marketing, which are based on one-to-one interaction with the customer.



Due to the pandemic, there are also sectors that experienced a decrease in e-commerce activities in 2020 compared to 2019. Decreases are observed in the airline industry by 40 percent, in the travel, transportation and organization industry by 46 percent, in the accommodation industry by 33 percent, and in the entertainment and arts sectors by up to 50 percent.

The Turkish e-commerce market, which increased by approximately 165 percent in 2020 as a result of consumers staying at home and increasing their orders through the online channel during the pandemic period, reached the level expected to reach in an average of three years, reaching a value of 220 billion TL in one year. The e-commerce market, which has not picked up its pace, is expected to reach a value of 638 billion TL by the end of 2025.



What are the global effects of changing standards?

A limited number of companies were prepared to meet the high online demand for the effects of the pandemic on the market, companies that could meet the relevant demand under normal circumstances were caught unprepared for the process, causing the sales value created by the demand to be less than it should have been.

The global e-commerce market, which has grown in double digits since 2015, recorded a growth of 28 percent in 2020. As a result of the development of technology and the change in consumer habits, the expected increase in the market has become sharper with the effects of the pandemic. In the e-commerce market, where demand is the determining factor for the trend, the intense shopping of consumers in online channels contributed significantly to growth.

With the increase in penetration of product and service sellers in online channels, it is seen that small, medium and large-sized enterprises that have not been able to adapt to technological developments today have increased their competitive power in their sectors by entering the e-commerce field. On the other hand, companies from all sectors that do not want to be left behind in this race should continue to invest in metrics that touch many customers and are in the background, such as the services they offer online or mobile, applications, data collection, data analysis, application interfaces.

YATIRIMCININ YENİ GÖZDESİ

BİLİŞİM SEKTÖRÜ

“Bilgi ve İletişim Teknolojileri Sektörü 2021 Yılı Pazar Verileri” raporunu açıkladı. Rapora göre **bilışim sektörü, son 4 yılın ardından geçen yıl dolar bazında büyüme elde etti.**

Büyümenin en büyük bileşenleri ise 19 milyar TL ile kur etkisi, 18,5 milyar TL ile yazılım ve 15,3 milyar TL ile elektronik haberleşme oldu. Türkiye’de sektör büyüklüğü TL bazında 2021 yılında bir önceki yıla kıyasla yüzde 36 artışla 266 milyar TL’ye ulaştı. En büyük payı geçen yıl olduğu gibi BT yazılımı aldı, bu kategorideki ihracat yüzde 62 oranında büyüyerek yaklaşık 15 milyar TL’ye ulaştı. Sektör, geçen yıl son 4 yıldan farklı olarak dolar bazında da yüzde 7 büyüyerek, 2021 yılında 29,9 milyar dolara ulaştı. Sektörde 2021 yılında bir önceki yıla kıyasla yüzde 58’lik artışla 17,5 milyar TL’lik ihracat gerçekleştirildi.

Raporun sonuçlarının açıklandığı toplantıda konuşan TÜBİSAD Başkanı Levent Kızıltan, sektörün büyüklüğünün 266 milyar TL’ye ulaştığını kaydetti. Kızıltan, yıllık büyüme oranının geçmiş yıllara kıyasla yüksek seviyede gerçekleşmesinin en büyük nedeninin, yıllık yüzde 149 büyüme oranı ile Teknokentlerin cirosundaki artış olduğunu söyledi.

Kızıltan, şunları söyledi: “Türkiye’de yaşanan finansal sorunlar ve enerji girdilerindeki artışların dünya genelinde emtia fiyatlarında gerçekleşen yükselişlerle bir araya geldiği bir dönemden geçiyoruz. Küresel tedarik zinciri sorunları dünya genelinde pek çok ürünün rafı arda yer alamamasına neden oluyor. Bunlara Ukrayna’da yaşanan savaşın getirdiği olumsuzluklar da eklendiğinde hammadde temin süreleri de artıyor. Aslında bu olumsuz faktörler teknolojinin ve dijital dönüşümün hayati önemini bir kez daha gözler önüne seriyor. İstenen düzeye ulaşamamakla birlikte, dijitalleşme etkisi ile iki yıldır sektörümüz, büyük kurum ve kuruluşların yatırımları ve bireysel tüketim artışı sayesinde büyümesini sürdürdü.

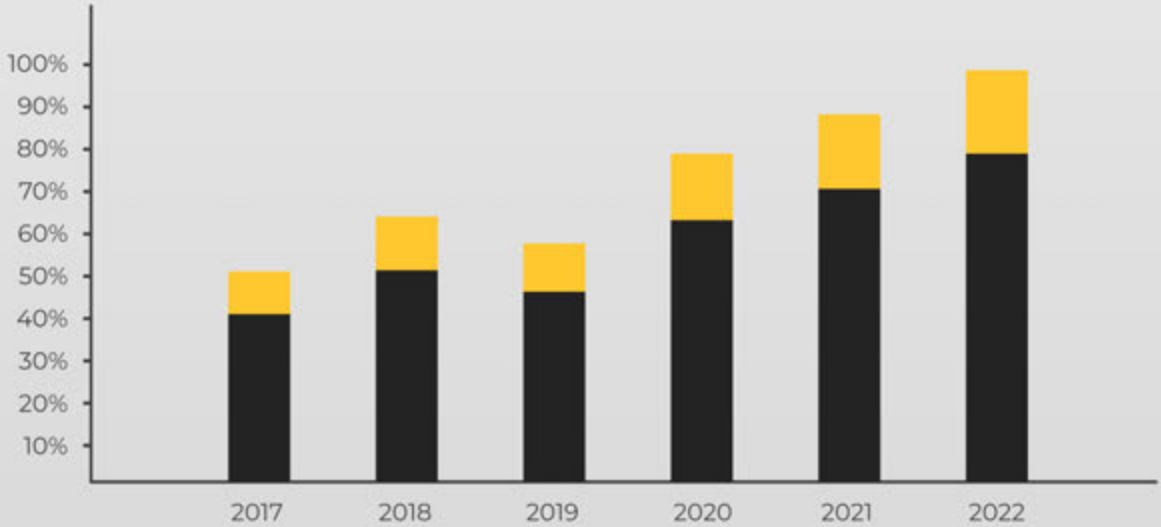
The new favorite of investors is IT sector.

announced the report of “Information and Communication Technologies Sector 2021 Market Data”. According to the report, the IT sector achieved growth in dollar terms last year, after the last 4 years.

The biggest components of the growth were exchange rate effect with 19 billion TL, software with 18.5 billion TL and electronic communication with 15.3 billion TL. The size of the sector in Turkey, on TL basis, reached 266 billion TL in 2021 with an increase of 36 percent compared to the previous year. IT software took the biggest share, as it was last year, and exports in this category grew by 62 percent and reached approximately 15 billion TL. Unlike the last 4 years, the sector grew by 7 percent in dollar terms last year and reached 29.9 billion dollars in 2021. In the sector, exports of 17.5 billion TL were realized in 2021 with an increase of 58 percent compared to the previous year.

Sektörün önde gelen yöneticileri ve araştırmacılarına göre alt kategoriler bazında incelendiğinde bilgi teknolojileri pazarının yüzde 59 büyüyerek 114,5 milyar TL'ye ulaştığını ve 2021 yılında pazarın %43'ünü oluşturduğunu belirtildi. Deloitte Türkiye Ortağı Hakan Göl ise; "İletişim teknolojileri ise yüzde 26 büyüme oranıyla 151,4 milyar TL'ye ulaşarak toplam pazarın yüzde 57'sini oluşturdu. Geçen senenin dağılımıyla kıyaslandığında, BT'nin sektördeki ağırlığı artarak toplam pazar içinde yüzde 7 oranında yeni pay kazandı. Alt kategorileri bazında BT donanım yüzde 41 büyüyerek 43,5 milyar TL seviyesine, BT yazılım yaklaşık iki kat büyüyerek 51 milyar TL'ye, BT hizmet ise yüzde 41 büyüyerek 20 milyar TL'ye ulaştı. Yerli ürünlerin ağırlığı bilgi teknolojileri içinde en yüksek yazılım kategorisinde oldu. Bilgi teknolojileri yazılım kategorisinde yerlilik oranı yüzde 82 iken bilgi teknolojileri hizmet kategorisinde ise yerlilik oranı %69 olarak gerçekleşti. 2021 yılında sektördeki toplam istihdam 185 bin kişiye ulaştı." dedi.

“
Yeni nesil yatırım ve
start-up projelerinde
yerlilikte ağırlığı yazılım
oluşturuyor.



Son altı yılın verilerine göre bilişim ve yazılım alanında gerçekleşen yatırım ve proje artışları.

The software and informatics sectors constitute the investment and start-up density in the domestic market.



According to the leading managers and researchers of the sector, when analyzed on the basis of sub-categories, it was stated that the information technologies market grew by 59 percent and reached 114.5 billion TL and constituted 43% of the market in 2021. Deloitte Turkey Partner Hakan Göl said; "Communication technologies, on the other hand, reached 151.4 billion TL with a growth rate of 26% and constituted 57% of the total market. Compared to last year's distribution, IT's weight in the industry has increased, gaining a new 7 percent share in the total market. On the basis of sub-categories, IT hardware grew by 41 percent to reach 43.5 billion TL, IT software nearly doubled to 51 billion TL, and IT services grew by 41 percent to 20 billion TL. The weight of domestic products was in the highest software category among information technologies. While the locality rate in the information technologies software category was 82 percent, the localization rate in the information technology service category was 69%. In 2021, the total employment in the sector reached 185 thousand people."



**TAKE YOUR PLACE
IN THE
FUTURE.**

visit our website :
www.kayelyazilim.com/en/

DESIGN. WEB SITES. CYBER SECURITY. FORENSIC. CODING. SOCIAL MEDIA
SOFTWARE. GRAPHIC DESIGN. WEB SITES. CYBER SECURITY. FORENSIC. CODING

“

Let's move forward
together in line
with your goals
with a perspective
that follows
advanced
technologies and
innovative software
policies.





TÜİK, Mart ayında, geçen yılın aynı ayına göre %31'lik artışla 5.567 yabancıya konut satıldığını bildirdi. Buna göre, Mart 2022'de toplam konut satışları içinde yabancılara yapılan konut satışının payı %4,1 oldu

GAYRİMENKUL SEKTÖRÜNE YAKINDAN BAKIŞ

Konut fiyatları ve kiralara neden artıyor?

Son yıllardaki yaşanan maliyet artışı hem yeni inşa edilen evlerin fiyatlarını artırırken, hem de konut üretiminin azalmasına sebep olarak arzın azalmasına ve mevcut evlerin de fiyatlarının artmasına neden oluyor.

Sektör temsilcileri ise tüm bu fiyat artışlarına rağmen konut talebinde azalma olmadığını, aksine ciddi bir talep karşısında yeteri kadar ev stoku bulunmadığını belirtiyor.

Ancak sektör temsilcilerine göre konut satış ve kira fiyatlarındaki artışın tek nedeni, inşaat sektöründe yaşanan dövizle bağlı maliyet artışı değil, Türk Lirası'na duyulan güvensizliğin gayrimenkulü tekrar yatırım aracına dönüştürdüğü ve yatırımcıların paralarını yoğun biçimde gayrimenkule çevirmek istediği görülüyor.



“ Birkaç ay önce emlak piyasasında yaşanan kiralık ev krizi yerini gayrimenkul satışlarına bıraktı. Kiraların fahiş olduğu bu nedenle de ev satışlarının hareketlendiği ülkemizde şimdilerde emlak satışlarında da ciddi bir duraksama yaşanıyor.

Kredi faizlerine yanaşılmıyor.

Müteahhit ve yap-işletçi kesimin elindeki inşaatları maliyetlerin yükselmiş olmasına rağmen tamamlayarak bir an önce nakte çevirme isteğinin yanı sıra gelen zamlar nedeniyle yükselen konut fiyatları piyasayı adeta kilitledi.

Özellikle yeni yapım bazı dubleks ve tripleks evlerdeki fiyatların yanına yaklaşılır gibi değil. Ortalama 180-220 m2 civarındaki bir evin fiyatı bugünlerde 2,5,3 Milyon'dan satışa sunulmakta.

Daire tipi 105-135 m2 konutların satışları ise 700-800 Bin liraya satışa sunuluyor.

Elinde nakdi olanın parasını bankada tuttuğu biliniyor. Parası olmayanların da kredi ile ev alma istekleri, yüksek faiz oranları nedeniyle gerçekleşmiyor.

Piyasanın önlenemeyen yükselişi nedeniyle yaşanan rehabetin birkaç ay daha devam edebileceğine dikkat çekiliyor.

Türkiye genelinde konut fiyatları yıllık yüzde 100'e yakın artışla rekor kırdı. Sektör temsilcileri ise bazı bölgelerde konut fiyatlarının 3 katına çıktığını, ilk kez konut fiyatlarındaki artışın dolar kurundaki artışın önüne geçtiğini söylüyor.

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) Konut Fiyat Endeksi'ne göre İstanbul'da konut fiyatları son bir yılda ikiye katlanırken, İzmir'de ilk kez metrekare fiyatı 10 bin TL'yi aştı. Şubat ayında yeni konutlar endeksi yıllık yüzde 102,2 yükseldi. Yeni olmayan konutların fiyatlarındaki artış oranı da yüzde 95,3 oldu.

Ekonomistler ise geliri resmî enflasyon kadar artan çalışanların konut sahibi olabilmelerinin giderek daha da zorlaştığını söylüyor.

The cost increase experienced in recent years not only increases the prices of newly built houses, but also causes a decrease in housing production, resulting in a decrease in supply and an increase in the prices of existing houses.

Sector representatives, on the other hand, state that despite all these price increases, there is no decrease in housing demand, on the contrary, there is not enough house stock in the face of a serious demand.

However, according to sector representatives, the only reason for the increase in housing sales and rental prices is not the increase in the cost of foreign currency in the construction sector, it is seen that the distrust in the Turkish lira has turned real estate into an investment tool again and investors want to turn their money into real estate intensively.

“A few months ago, the rental house crisis in the real estate market left its place to real estate sales. In our country, where rents are exorbitant and therefore house sales are moving, there is a serious pause in real estate sales nowadays.”

Loan interest rates are so high.

The housing prices, which rose due to the price hikes, as well as the desire to complete the constructions in the hands of the contractors and build-operators, despite the increased costs, and to turn them into cash as soon as possible, almost locked the market.

In particular, the prices of some duplex and triplex houses, which are newly built, are not close to each other. The price of a house of 180-220 m² on average is offered for sale at 2.5.3 million these days.

The sales of flat-type 105-135 m² residences are offered for 700-800 thousand liras.

It is known that those who have cash in their hands keep their money in the bank. The desire of those who do not have money to buy a house with credit is not realized due to high interest rates.

It is noted that the complacency experienced due to the unavoidable rise of the market may continue for a few more months.



YATIRIMDA ÖNEMLİ NOKTALAR

Gayrimenkul yatırımı, ülkemizde en çok yapılan yatırımlar arasında yer almaktadır. Ev, dükkân veya arsa gibi gayrimenkulleri yatırım aracı olarak kullanabilirsiniz. En önemli noktalardan biri gayrimenkul yatırımlarının uzun vadede hep kazandırmasıdır. Çünkü gayrimenkul yatırımlarının getirisi dediğimiz gibi ev, dükkân veya arazilerden oluşmaktadır.

Gayrimenkul yatırımı yaparken nelere dikkat edilmeli?

Paranızı uygun bulduğunuz şekillerde değerlendirmelisiniz. Gayrimenkul yatırımı yapacağınız zaman, risklerin her alanda olduğunu unutmayın ve riskleri göze almanız gerekmektedir.

Uzun Vadeli Gayrimenkul Yatırımı


Uzun vadeli yatırım denilince önce herkesin aklına tarlalar gelmektedir. Boş tarlalar üzerinden konuşacak olursak yatırımdan kazanç sağlayabilmek için bir süre beklenmesi gerekmektedir. Tarla yatırımlarında dikkat etmeniz gereken ilk husus tarla topraklarının verimli olmasıdır. Hiç bir şey yetişmeyen boş tarlalar, gelir elde edemediğinizden kaynaklı yatırımınız boşa gidecektir.

Orta- Kısa Vadeli Gayrimenkul Yatırımı

Orta-kısa vadeli gayrimenkul yatırımları için en doğrusu ev ve ya dükkândır. Gayrimenkul yatırımı için alacağınız ev ya da dükkânın konumu çok önemlidir. Yatırım yapmadan önce konumunu ve çevresini iyice araştırmanızda fayda vardır. Gayrimenkul yatırımında ev satın alırken en önemli husus bölgedeki kira değerleridir. Satın aldıktan sonra kiraya verebileceğiniz miktarı kafanızda netleştirebilirsiniz. Bu sayede ne kadar zaman sonra kâra geçeceğinizi de öğrenmiş olursunuz.

Gayrimenkule yatırım yaparken nelere dikkat etmeniz gerektiğine gelin birlikte göz atalım.





Gayrimenkul ve yatırım alanında profesyonel ekibimizden yardım almak için adresimizi ziyaret edebilirsiniz.

www.kayelgroup.com.tr

Gayrimenkul alacağınız bölgeyi seçin ve araştırın. Gayrimenkul yapacağınız bölgeyi seçtikten sonra en önemlisi o bölge hakkında araştırma yapmanızdır. Seçtiğiniz bölgenin okullarını, suç oranını, istihdam potansiyeli gibi durumları öncelikle öğrenmeniz gerekmektedir.

İlk araştırmanızı tamamladıktan sonra, seçeneklerinizi en düşük suç oranı, en düşük işsizlik ve en yüksek istihdam potansiyeline göre daraltın. Böylece yatırım yapmaya en uygun yerlerin listesini çıkarmış olacaksınız.

Ev, dükkân veya arsa hangisine yatırım yapmak istiyorsunuz?

Gayrimenkul yatırımcıları genellikle hangisine yatırım yapacaklarını karar vermişlerdir. Konut yatırımı düşünüyorsanız bile dükkân ya da arsa karşınıza çıkarsa fikrinizi değiştirmekten çekinmeyin, ancak bahsettiğimiz gibi araştırmalarınıza göre seçmekte fayda var.

Gayrimenkulü ziyaret edin.

Açıklamalara ve fotoğraflara uyduğundan emin olabilmek için her bir taşınmazı mutlaka müsait olduğunuz bir vakitte gidip ziyaret etmeniz ve fotoğraflarla uyumlu olup olmadığını görmeniz gerekmektedir.

Bölgede hangi hizmetlerin bulunduğunu öğrenin. Kanalizasyon, su, çöp toplama, internet ve kablolu hizmetlerin bölgede olup olmadığını kesinlikle öğrenmeniz gerekmektedir.

Tüm masrafları değerlendirin

Hasar, tamirat gerektiren tüm durumları ve masraf çıkabilecek tüm detaylar dâhil olmak üzere teklif vermeden önce dikkat edilmesi gereken en önemli hususlardan biridir.

Banka kredisi uygunluğu, deprem yönetmeliğine uygunluğa dikkat!

Satın alacağınız gayrimenkulün banka kredisine uygunluğuna bakmanız önemli bir husustur. Satın alacağınız gayrimenkulün deprem yönetmeliğine göre inşa edilmiş olması da önemli hususlardan biridir.

Gayrimenkulü düşük fiyattan satın alıp, değeri arttığında satmanız gerekmektedir! Gayrimenkul yatırımı yapacaksanız önemli olan hususlar şunlardır:

Ne kadar parayla yatırım yapacağınız ve satın alacağınız gayrimenkulün size ne zaman kazanç sağlamasıdır.

Gayrimenkul yatırımında bir diğer önemli husus piyasayı kontrol ederek düşük fiyata satın alarak, değeri yükseldiğinde satmanızdır.

**daha fazla bilgi
yatırım ve danışmanlık için ;**

+90 312 504 37 79
info@kayelgroup.com.tr



BAŞARININ SIRRI

JAKLİN GÜNER

İş hayatına 1987 yılında Arçelik'te finans uzmanı ve sistem analisti olarak başladı. 1989 ile 1997 yılları arasında SET Holding şirketlerinden İtalcementi Ciments Français'te sistem yöneticisi olarak görev yaptı. 1997 yılında Yeni Karamürsel Mağazaları'nda sistem geliştirme yöneticisi olarak çalışmaya başlayan Jaklin Güner, 2000 yılına kadar sürdürdüğü bu görevinin ardından aynı kuruluştaki tedarik zinciri ve iş sistemleri geliştirme müdürü ve genel müdür olarak görev yaptı.

Capital dergisi tarafından "Türkiye'nin en güçlü 30 iş kadını" arasında gösterilen Jaklin Güner, 2008 Perakende Güneşi Ödülleri'nde "En başarılı profesyonel yönetici ödülünü kazandı.

Mayıs 2012'den 1 Eylül 2014'e kadar FLO, Polaris, Kinetix, Docker's ve Lumberjack gibi markaları bünyesinde bulunduran Zıylan Grubu'nun yönetim kurulu başkanı olarak görev yaptı.

Jaklin Güner, Birleşik Markalar Derneği başkan yardımcısı ve yönetim kurulu üyesi, AMPD'nin yönetim kurulu üyesi ve TOBB Perakende Meclisi üyesidir.

“

İstanbul Teknik Üniversitesi Endüstri Mühendisliği mezunu. İş hayatına Arçelik'te başladı. 1997 yılında YKM bünyesine katıldı. YKM'de pek çok yeniliği hayata geçirdi. 2012'de Zıylan Grup'ta CEO olarak göreve başladı. 2014'ten beri Vakko'nun CEO'su olan Güner, Fortune dergisi tarafından Türkiye'nin En Güçlü 50 İş Kadını arasında gösterildi.

1997 yılında YKM bünyesine katılan Güner, şirketin kurumsallaşmasına önemli katkılarda bulundu. YKM'nin genel müdürlüğünü yaptığı dönemde Garanti Bankası ortaklığıyla, çipli ve puan toplama sistemli ilk kredi kartı olan Bonus Card'ın yaratılmasında rol oynadı.

Tedarikçilerin barkod sistemi uygulamasına geçişinin sağlanması, ilk SAP Retail uygulamasının başlatılması, perakendede kapsamlı mağaza yazılımı gibi uygulamalarla Türkiye perakendesinin gelişimine katkıda bulunan öncü projelere imza attı.

Güner, who joined YKM in 1997, made significant contributions to the institutionalization of the company. During his term as the general manager of YKM, he played a role in the creation of Bonus Card, the first credit card with a chip and point collection system, in partnership with Garanti Bank.

He undersigned pioneering projects that contributed to the development of Turkish retail with applications such as ensuring the transition of suppliers to the barcode system application, launching the first SAP Retail application, and comprehensive store software in retail.

She started his career at Arçelik in 1987 as a finance specialist and systems analyst. Between 1989 and 1997, he worked as a system administrator at Italcementi Ciments Français, one of the SET Holding companies. Jaklin Güner, who started to work as a system development manager at Yeni Karamürsel Stores in 1997, served as the supply chain and business systems development manager and general manager in the same organization after this position he held until 2000.

Jaklin Güner, who was shown as one of the "30 most powerful business women in Turkey" by Capital magazine, won the "Most successful professional manager" award at the 2008 Retail Sun Awards.

From May 2012 to September 1, 2014, she served as the chairman of the board of Ziyilan Group, which includes brands such as FLO, Polaris, Kinetix, Docker's and Lumberjack.

Jaklin Güner is the vice president and board member of the United Brands Association, a board member of AMPD and a member of the TOBB Retail Council.



Graduated from Istanbul Technical University Industrial Engineering. He started his career at Arçelik. He joined YKM in 1997. He implemented many innovations at YKM. He started to work as the CEO of Ziyilan Group in 2012. Güner, who has been Vakko's CEO since 2014, was named among Turkey's 50 Most Powerful Business Women by Fortune magazine.

Güner, sahip olduğum her şeyi merak ve araştırmaya borçlu olduğumu dile getirerek, kendini **"Uzun uzun yıllar dünyayı gezdim. Her yere bir kere gittim, ikinci kez aynı yere gitmedim. Yeni bir yer görmek istedim ve gördüklerim hep bana ilham verdi. Yapabilirsem yakında merak üzerine bir kitap yazmak istiyorum. Çünkü merak insanın hayatını zenginleştiriyor, kalitesini artırıyor"** şeklinde ifade etti.

Expressing that he owes everything I have to curiosity and research, Güner said, "I traveled the world for many years. I went to every place once, I did not go to the same place twice. I wanted to see a new place and what I saw always inspired me. I want to write a book on curiosity soon if I can. Because curiosity enriches people's lives and increases their quality."

TÜRKİYE'DE KADIN İSTİHDAMI

Kadınların istihdam oranınının erkeklerin yarısından daha az olduğu görüldü

Hanehalkı işgücü araştırması sonuçlarına göre; 2020 yılında, Türkiye'de 15 ve daha yukarı yaştaki istihdam edilenlerin oranı %42,8 olup bu oran kadınlarda %26,3, erkeklerde ise %59,8 oldu.

En yüksek istihdam oranı, 2020 yılında %50,9 ile TR21 (Tekirdağ, Edirne, Kırklareli) bölgesinde gerçekleşti. En düşük istihdam oranı ise %26,0 ile TRC3 (Mardin, Batman, Şırnak, Siirt) bölgesinde oldu. En yüksek kadın istihdam oranı, %34,7 ile TR90 (Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane) bölgesinde iken en yüksek erkek istihdam oranı, %67,9 ile TR21 (Tekirdağ, Edirne, Kırklareli) bölgesinde gerçekleşti. En düşük istihdam oranı ise kadınlarda %12,6, erkeklerde %40,4 ile TRC3 (Mardin, Batman, Şırnak, Siirt) bölgesinde oldu.

It was seen that the employment rate of women is less than half of men

According to the results of the household labor force survey; in 2020, the rate of employed people aged 15 and over in Turkey was 42.8%, while this rate was 26.3% for women and 59.8% for men.

The highest employment rate was realized in TR21 (Tekirdağ, Edirne, Kırklareli) region with 50.9% in 2020. The lowest employment rate was in the TRC3 (Mardin, Batman, Şırnak, Siirt) region with 26.0%. The highest female employment rate was in TR90 (Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane) region with 34.7%, while the highest male employment rate was in TR21 (Tekirdağ, Edirne, Kırklareli) region with 67.9%. The lowest employment rate was in the TRC3 (Mardin, Batman, Şırnak, Siirt) region with 12.6% for women and 40.4% for men.

Hanehalkı işgücü araştırması sonuçlarına göre; eğitim durumuna göre işgücüne katılım oranı incelendiğinde; 2020 yılında kadınların eğitim seviyesi yükseldikçe işgücüne daha fazla katıldıkları görüldü. Okuryazar olmayan kadınların işgücüne katılım oranı %12,4, lise altı eğitimli kadınların işgücüne katılım oranı %24,1, lise mezunu kadınların işgücüne katılım oranı %29,9, meslekî veya teknik lise mezunu kadınların işgücüne katılım oranı %37,0 iken yükseköğretim mezunu kadınların işgücüne katılım oranı %65,6 oldu.



Kadınların istihdamda yarı zamanlı çalışma oranı %19,5 oldu

Hanehalkı işgücü araştırması sonuçlarına göre; yarı zamanlı çalışanların istihdam içindeki oranı 2020 yılında toplamda %12,4 olurken, kadınlarda bu oran %19,5, erkeklerde ise %9,3 oldu.

Hanehalkı işgücü araştırması sonuçlarına göre; hanesinde 3 yaşın altında çocuğu olan 25-49 yaş grubundaki bireylerin istihdam oranı, 2014 yılında %59,8 iken 2020 yılında %56,8 oldu. Bu oran cinsiyete göre incelendiğinde; 2020 yılında hanesinde 3 yaşın altında çocuğu olan 25-49 yaş grubundaki kadınların istihdam oranınının %25,2, erkeklerin istihdam oranınının ise %85,5 olduğu görüldü.



According to the results of the household labor force survey; When the labor force participation rate is analyzed by education level; In 2020, it has been observed that women participate more in the workforce as the education level rises. The labor force participation rate of illiterate women is 12.4%, the labor force participation rate of women with less than high school education is 24.1%, the labor force participation rate of women with high school graduates is 29.9%, the labor force participation rate of women with vocational or technical high school graduates is 37.0%. female labor force participation rate was 65.6%.

işte, evde, her yerde.

**EŞİTİZ
BERABERİZ.**



Women's part-time employment employment rate was 19.5%

According to the results of the household labor force survey; While the rate of part-time workers in employment was 12.4% in total in 2020, this rate was 19.5% for women and 9.3% for men.

According to the results of the household labor force survey; While the employment rate of individuals in the 25-49 age group with children under the age of 3 in their household was 59.8% in 2014, it became 56.8% in 2020. When this ratio is analyzed by gender; In 2020, the employment rate of women in the 25-49 age group with children under the age of 3 in their household was 25.2%, while the employment rate for men was 85.5%.



Elinde Üret, Evinde Sat.

Sizde evinizde üreterek internetten satışa başlayabilir ve ev ekonomisine katkıda bulunabilirsiniz.

İnternette satış yapmak için neden arayanlardan biri olabilirsiniz. En basit neden, para harcamak isteyen potansiyel müşterilerin alışverişlerini internet üzerinden gerçekleştirmeleridir. Tüketici grubunun alışveriş alışkanlıkları değişti ve büyük oranda dijitalleşti. Müşterinin mağazaya gitme olayına karşılık bir de mağazanın müşteriye gitme durumu doğdu. Dolayısıyla müşteriye giden mağazalar, potansiyel müşterilerin önemli bir bölümünü elde etme açısından artık daha avantajlı.

Ticari hayatınızın hangi evresinde olduğunuz fark etmeksizin, her zaman popüleritenin faktörlerinden olmanız gerekir. Çünkü artık ürünlerin kalitesi ve fiyatı ile birlikte popüleritesi de müşteriler için önemli bir metrik. İnternette satış, markayı ve ürünleri popülerleştirmek için de yapılmalıdır.

Online mağaza açmak hemen her işletmenin ihtiyaç ya da gerek duyabileceği bir ticari adımdır. Öyle ki siz yeni bir girişimci de olsanız fiziksel mağaza sahibi de olsanız, rakiplerinizin çoktan internette satış yapmaya başlamış olması kuvvetli bir ihtimaldir. E satış yapmanın zararı neredeyse yoktur ve bu yola giren rakiplerinizle aranız bir anda açılabilir. Rekabet gücünüzü artırabilmeniz için de internet üzerinden satış yapmaya başlamanız gerekir.



“İnternette satış yapmak kişi ve işletmeler için oldukça önemli bir durumdur.” Çünkü

internette satış sayesinde perakende ticaret yapan işletmeler daha kolay bir şekilde işlerini geliştirebilmektedir. Bunun yanı sıra yeni bir iş kurmak isteyen girişimciler ise e-ticarete adım atarak az sermaye ile bir iş sahibi olabilmektedir.



**Düşük maliyet,
düşük iş gücü
yüksek potansiyel.**



You can start selling online by producing at home and contribute to the home economy.

Sell From Home

“Selling on the Internet is a very important situation for individuals and businesses.”

Because, thanks to internet sales, retail businesses can develop their businesses more easily. In addition, entrepreneurs who want to start a new business can step into e-commerce and have a business with little capital.

You may be one of those who are looking for reasons to sell online. The simplest reason is that potential customers who want to spend money do their shopping online. The shopping habits of the consumer group have changed and the transition to digital has occurred to a large extent. In response to the event of the customer going to the store, there was also the situation of the store going to the customer. Therefore, stores that go to customers are now more advantageous in terms of acquiring a significant portion of potential customers.

No matter what stage you are in your business life, you should always be one of the factors of popularity. Because now the popularity of the products, along with the quality and price, is an important metric for customers. Online selling should also be done to popularize the brand and products.

Opening an online store is a commercial step that almost every business needs or may need. So much so that whether you are a new entrepreneur or a physical store owner, there is a strong possibility that your competitors have already started selling online. There is almost no harm in making e-sales, and you can suddenly break up with your competitors who enter this path. In order to increase your competitiveness, you need to start selling online.

Evde Ne Yapabilirim?

Para kazanmanın çok da kolay olmadığı günümüz şartlarında, ev kadınlarını üretmeye teşvik ederek ev ekonomisine katkı sağlayacakları birbirinden kolay el işi fikirlerine birlikte göz atalım.

Organik Marmelat :

Organik ürünlerin piyasada daha çok rağbet gördüğü ve daha iyi fiyata satıldığı günlerden geçiyoruz. Muhtemelen bundan yıllar sonra da insanların bu ürünlere olan arzı azalmayacak. O nedenle şimdiden kendi marmelat markanızı üretebilir ve ufak satışlara başlayabilirsiniz.

Dekoratif Sabunlar :

Son zamanlarda birbirinden güzel desenli ve kokulu sabunlar yalnızca banyolarınızı süslemiyor. Öyle dekoratif sabunlar yapılıyor ki, oturma odanızda bu sabunları kullanarak hem bir dekor oluşturabilir hem de hoş kokusundan faydalanabilirsiniz. Gerekli malzemeleri temin ettikten sonra rengarenk ve birbirinden güzel dekoratif sabunlar yapabilirsiniz.

Etamin & Kanaviçe :

Günümüzde oldukça yaygınlaşan ve herkes tarafından ilgi gören etamin setleri, kanaviçe ürünleri evinizde kolaylıkla yapabilirsiniz. Etamin seccade, yatak örtüsü, havlu, pano, kolye, bileklik gibi alternatifleri bol modeller çıkarabilirsiniz.

Çeşitli örgü ürünleri, dantel, biblo, tasarım saksılar, mum ve mumluklar gibi ve daha yüzlerce el yapımı ürün ile kendi mağazanızı ve müşteri kitlenizi oluşturabileceğiniz Kermesten.com'da hemen satış yapmaya başlayabilirsiniz.



Kermesten.com birbirinden harika ürünlere ev sahipliği yapan; bireysel satıcılar, KOBİ ya da büyük işletmelerin mağaza açıp, işlerini büyüttüğü güvenli bir alışveriş platformu ve e-ticaret sitesidir.

What Can I Make At Home?

You can start selling right away on Kermesten.com, where you can create your own store and customer base with various knitted products, lace, trinkets, design pots, candles and candle holders and hundreds of other handmade products.



Kermesten.com is place to wonderful products; It is a secure shopping platform and e-commerce site where individual sellers, SMEs or large businesses open stores and expand their businesses.



In today's conditions, where it is not so easy to earn money, let's take a look at the easy handicraft ideas that will contribute to the home economy by encouraging housewives to produce.

Organic Marmalade :

We are passing through the days when organic products are more popular in the market and are sold at better prices. Probably years from now, people's supply of these products will not decrease. Therefore, you can already produce your own marmalade brand and start small sales.

Decorative Soaps :

Recently, beautiful patterned and scented soaps are not only decorating your bathrooms. So decorative soaps are made that by using these soaps in your living room, you can both create a decor and benefit from its pleasant scent. After procuring the necessary materials, you can make colorful and beautiful decorative soaps.

Etamine & Cross Stitch :

You can easily make etamine sets and cross-stitch products at home, which have become very common today and attract everyone's attention. You can produce models with plenty of alternatives such as Etamin prayer rugs, bedspreads, towels, panels, necklaces, bracelets.

KÜLTÜR & SANAT

Culture & Art
Current Events

Organized by the Istanbul Foundation for Culture and Arts (IKSV), the 29th Istanbul Jazz Festival starts this weekend. The festival, which will host the leading names of contemporary music and jazz in different venues of Istanbul until July 7, will also spread to parks in 6 different districts of the city with free park concerts.

Istanbul Jazz Festival awaits visitors of all ages to its free Jazz in the Park concerts, which will be held in Beşiktaş Artists Park and Beylikdüzü Yaşam Vadisi, on the first weekend.

29. İSTANBUL CAZ FESTİVALİ ÜCRETSİZ KONSERLERLE BAŞLIYOR

YAKLAŞAN ETKİNLİKLER :

Masterpiece Ankara Heykel – Saksı Kadın
(16 Temmuz 2022 Cumartesi 13:30, 19:00)

Masterpiece bir kurs değil, kil ve formlar ile dolu geçireceğiniz bir keyif seansı. Heykeltıraşlarımızın adım adım yönlendirmeleri ile sonunda evinize, ofisinize götürebileceğiniz, arkadaşlarınıza hediye edebileceğiniz size ait bir heykeliniz olacak.

Ölümcül Oyun
(6 Temmuz 2022 Çarşamba 20:00)

Ölümcül Oyun aslında geçmişle bugünün hesaplaşmasıdır. Kariyerinin zirvesinde, şehrin gözdesi bir kadın, hedeflerine sadece bir gecede ulaşmak isteyen genç bir adam ve tek derdi düştüğü bataklıktan kurtulmak olan, her şeyden habersiz bir güvenlik görevlisi. Psikolojik/gerilim türündeki bu oyunda ipler kimin elinde olacak?

Ran (21 Temmuz 2022 Perşembe 20:30)

Yurdaer Okur'un Nazım Hikmet'in şiir ve mektuplarından sahneye uyarladığı Taylan Aygar'ın müzikal testere ve viyolonceli ile eşlik ettiği 'RAN', 21 Temmuz'da sizlerle...

İstanbul Kültür Sanat Vakfı (IKSV) tarafından, düzenlenen 29. İstanbul Caz Festivali bu hafta sonu başlıyor. 7 Temmuz'a kadar güncel müzik ve cazın önde gelen isimlerini İstanbul'un farklı mekanlarında ağırlayacak festival ücretsiz park konserleriyle de şehrin 6 farklı ilçesindeki parklara da yayılacak.

29. İstanbul Caz Festivali; köklü festival mekanlarının yanı sıra şehrin dört bir yanına yayılmış parklarda ve +1'li Gece Gezmesi'yle, 40'a yakın konserle, bu yaz da İstanbulluları caz müziğinin efsaneleri, güncel müzik toplulukları ve popüler isimlerin yeni projeleriyle buluşturacak.

İstanbul Caz Festivali ilk hafta sonunda Beşiktaş Sanatçılar Parkı ve Beylikdüzü Yaşam Vadisi'nde gerçekleştireceği ücretsiz Parklarda Caz konserlerine her yaşta ziyaretçisini bekliyor.

İSTANBUL
KÜLTÜR
SANAT
VAKFI





kermesten.com

#EVİNDEÜRET



MOBİL UYGULAMAMIZ

App Store ve Google Play üzerinden Kermesten.com uygulamasını edinebilir, tüm ürünlere mobil ortamda erişebilirsiniz.

BİZİ TAKİP EDİN



Sosyal medya üzerinden bizi takip edip, yeni mağazaları, ürünleri, etkinlik ve sosyal sorumluluk projelerini takip edebilirsiniz.

EL İŞİ ÜRÜNLER

Kadın istihdamını ön planda tutan kimliğimiz sayesinde birbirinden çeşitli ve el emeği binlerce ürün arasında alışveriş yapın.

ÖZEL TASARIMLAR

Özel tasarım sanat eserleri, tablolar, süslemeler, biblolar ve çeşitli dekorasyon ürünlerinin hepsi Kermesten.com'da sizi bekliyor.

EV İHTİYAÇLARI

Ev eşyalarınız için ihtiyacınız olan tüm araç ve gereçler, mutfak takımları, nevresim, örgü, dantel gibi el işi ürünleri inceleyin.

Sizde Kermesten.com'a katılıp el işi ürünlerinizi satabilir, ev ekonomisine katkıda bulunabilirsiniz!

Kermesten.com bir "Kayel Group" markasıdır,

www.kermesten.com

BUSINESS

STEP INTO THE NEW ERA OF GLOBAL TRADING.

The evolution of digital technology has dramatically changed the perception of business and ways of doing business worldwide. With the increasing supply of products and services in the global market, competition is increasing rapidly. The fact that traditional methods have a direct impact on costs in the business-to-business model has created a serious need in this area and has brought with it new initiatives.



Mustafa Kemal Mah. Dumlupinar Blv.
Mahall Ankara C2 Blok No: 129
Cankaya, Ankara / Turkey
06530



+90 312 504 37 79



info@tradegross.com



STANDART MEMBERSHIP	GOLD MEMBERSHIP	PREMIUM MEMBERSHIP	PLATINUM MEMBERSHIP	DELUXE MEMBERSHIP
CAN ADD 1 PRODUCT	CAN ADD 10 PRODUCT	CAN ADD 50 PRODUCT	CAN ADD 250 PRODUCT	CAN ADD 1000 PRODUCT
\$0.00 PER YEAR	\$199.00 PER YEAR	\$299.00 PER YEAR	\$499.00 PER YEAR	\$999.00 PER YEAR



+90 312 504 37 79
info@kayelgroup.com.tr
www.kayelgroup.com.tr

Mustafa Kemal Mh. Dumlupinar Blv.
Mahall Ankara C2 Blok Kat: 16 No: 129
Çankaya / Ankara