PROMAG

Promosyon ve Matbaa Sanayici İş Adamları Derneği

Aralık 2019 - Ocak - Şubat 2020 | Sayı:2
December 2019 - January - February 2020 | Issue: 2

FİRMANIZ İÇİN ÇEVRECİ BİR PAZARLAMA MÜMKÜN

Environmental Marketing is Possible for Your Company

Türkiye'nin İlk Sektörel Konsept Organizasyonu: Promosyon Show İstanbul

Turkey's First Sectoral Concept Organization: Promosyon Show Istanbul

Kış Mevsiminin Promosyonları

Winter Promotions

Bireysel Emeklilik Sistemi

Hayalinizdeki gelecek bugün başlar

Katılım Emeklilik'in bireysel emeklilik planları ile hayalini kurduğunuz geleceğe bugün bir adım atın. Siz sadece fonlarınızı seçin, gerisini bize bırakın.

Kuveyt Türk şubeleri, Albaraka Türk şubeleri ve Katılım Emeklilik acentelerinde!

Katılım Emeklilik

0850 226 0 123
www.katilimemeklilik.com.tr
/katilimemeklilik /katilimemek

Katılım Cep uygulamasını indirmek için QR-Code'u okutun.

Google play

App Store

İçindekiler / *Contents*

18

Promosyon Sektörünün Reklam Mecralarındaki Payı

Promotion Sector's Share in Advertising Channels

26

Promosyon Ürünleri Kurumsallık Algısını Güçlendiriyor

Promotions Strengthen the Perception of Institutionalism

36

PSI Fuarı, Promosyon Ürünlerinin Dünyadaki Sesi Oluyor

PSI Fair, the Voice of Promotion Products in the World

46

Yeni Trend: Sanal Reklamlar

New Trend: Virtual Advertising

44

Firmalar, Kaliteli Ürüne Yöneliyor

Companies Move Towards Quality Products

İçindekiler / *Contents*

52

Türkiye'nin İlk Sektörel Konsept Organizasyonu: Promosyon Show İstanbul

Turkey's First Sectoral Concept Organization: Promosyon Show Istanbul

62

Kış Mevsiminin Promosyonları

Winter Promotions

68

PROMASİAD 1. Olağan Genel Kurulu Gerçekleştirildi

PROMASİAD's 1st Ordinary General Assembly Held

PROMAG

Promosyon ve Matbaa Sanayici İş Adamları Derneği

PROMASİAD Adına Sahibi Genel Başkan
Owner on behalf of PROMASİAD, Chairman
Ömer Karatemiz

Genel Yayın Yönetmeni
Executive Editor
Murat Erdoğan

Yazı İşleri Sorumlusu
Editor in Chief
Ramazan Çağrı Karakaya

Yayın Yönetim
Publishing Management
Mehmet Cebeci
Muhammed Kurt
Ceyhun Yavaş
Murat Eren
Mustafa Duru

Genel Merkez
General Center
Adres/*Address:* Maltepe Mahallesi, Litros Yolu Sokak Fatih Sanayi No: 12/149 Zeytinburnu / İSTANBUL

Telefon/*Telephone:* 0212 565 05 44 – 0212 612 93 89 **Fax/***Fax:* 0212 613 48 52

MATSİS MATBAA HİZMETLERİ SAN. ve TİC. LTD. ŞTİ.
Tevfikbey Mah. Dr. Ali Demir Caddesi NO:51
Sefaköy/İSTANBUL
0212 624 21 11
info@matbaasistemleri.com
Matbaa Sertifika No:20706

YAYIN YÖNETİM / *Release Management*

cube medya

Grup Yayın Direktörü
Group Publishing Director
Mustafa Özkan

Yayınlar Koordinatörü
Publications Coordinator
Merve Ay

Editörler / *Editors*
Cem Eker
Gültuğ Erdöl
Serdar Ergün

Görsel Yönetmen / *Visual Director*
Özge Lafçı

Finans Sorumlusu / *Finance Officer*
Mine Demirkan

promosyonshow.com

istanbul

Capital of Promotional Products Industry in Eurasia

@promosyonshow

PROMOTION SHOW ISTANBUL

PROMOTIONAL PRODUCTS TRADE SHOW

16 - 19 September 2020 PULLMAN CONVENTION CENTER

Let's meet in Bosphorus

Sky TRADE FAIRS

PROMASIAD

pullman HOTELS AND RESORTS

Başkandan
From The Chairman

PROMASİAD, GÜÇLÜ VİZYONUYLA ÇALIŞMALARINI SÜRDÜRÜYOR

Değerli sektör mensuplarımız,
Kıymetli okurlarımız,

Dergimizin ikinci sayısıyla karşınızda olmanın memnuniyeti ile siz değerli okuyucularımıza sevgi ve selamlarımı iletiyorum.
PROMAG, ilk sayısı ile birlikte sektörümüzde önemli bir boşluğu doldurmuş oldu ve sektör temsilcisi değerli meslektaşlarımız tarafından beğenildi. Dergimizin bu sayısında da renkli ve zengin bir içerik oluşturmaya gayret ettik.
Türk promosyon ve matbaa sektörlerinin en önemli temsilcilerinin güçlü bir koordinasyon ile bir araya gelerek oluşturdukları derneğimiz PROMASİAD, geçtiğimiz altı aylık süreçle birlikte kuruluş ve teşkilatlanma aşamalarını tamamlayarak; büyüme ve gelişme aşamalarına geçti. PROMASİAD, güçlü vizyonu ve etkili faaliyetleriyle yurt içinde sektörümüzün büyümesini; yurt dışında ise Türk promosyon ve matbaa sektörlerinin temsilini en başarılı şekilde gerçekleştirmeyi amaçlamaktadır. Ürün ve hizmet kalitesi, maliyet avantajı, hızlı ve butik üretim imkânları ile ülkemiz, bugün promosyon-matbaa sanayi alanında dünyanın üretim üssü olma yolunda hızla ilerlemektedir. PROMASİAD ve yayın organı *PROMAG*, önümüzdeki dönemde Türk promosyon ve basım sanayilerinin tanıtım ve temsil platformu olmaya daha güçlü bir şekilde devam edecek.
Bu yıl 7-9 Ocak 2020 tarihlerinde Dusseldorf'da düzenlenecek olan Avrupa'nın en büyük promosyon ürünleri fuarı PSI, sektöre yönelik binlerce ürünü ve yüzlerce firmayı aynı çatı altında toplayacak. 58'inci kez kapılarını açacak olan fuar, bu sene İstanbul Ticaret Odası öncülüğünde millî katılım kapsamına alındı. Bu vesile ile Türk promosyon sektörü, fuarda daha güçlü bir katılım ve temsil imkânı sağlamış olacak ve Avrupalı tedarikçilere önemli fırsatlar oluşturulacak.
Bir sonraki sayıda görüşmek üzere, sağlık ve mutluluk dileklerimi sunarım.

Ömer Karatemiz
PROMASİAD Genel Başkanı

PROMASİAD Continues Its Work with Its Strong Vision

Our esteemed industry members,
Dear our readers,

With the pleasure of being with you in the second issue of our magazine, I extend my love and greetings to our esteemed readers.

PROMAG filled an important gap in our sector with the first issue and was appreciated by our valuable colleagues who are the sector representatives. In this issue of our magazine, we tried to create colorful and rich content.

Our association PROMASIAD, which is formed by a strong coordination of the most prominent representatives of the Turkish promotion and printing sectors, has completed the establishment and organization stages with the last six months and has gone through the stages of growth and development. PROMASIAD aims to realize the growth of our sector domestically with the strong vision and effective activities and to represent the Turkish promotion and printing sectors in the most successful way abroad.

With its product and service quality, cost advantage, and fast and boutique production facilities, our country is rapidly progressing towards becoming the production base of the world in the field of promotion-printing industry. PROMASIAD and its publication organ PROMAG will continue to become a platform for publicity and representation of Turkish promotion and printing industries in the coming period.

PSI, the biggest promotion products fair of Europe, which will be held in Dusseldorf on 7-9 January 2020 this year, will gather thousands of products for the sector and hundreds of companies under the same roof. The fair, which will open its doors for the 58th time, has been included in the national participation with the leadership of Istanbul Chamber of Commerce this year. Hereby, the Turkish promotion sector will provide a stronger participation and representation possibility in the fair and will offer important opportunities to European suppliers.

See you in the next issue, I wish you health and happiness.

Ömer Karatemiz
The Chairman of PROMASİAD

PROMASİAD KURUM DEĞERLERİ

PROMASIAD Corporate Values

PROMASİAD, KURUM DEĞERLERİNİ OLUŞTURURKEN TÜRKİYE PROMOSYON VE MATBAA SEKTÖRLERİNİN KÜRESEL ÇAPTA SÜRDÜRÜLEBİLİR GELİŞİMİNİ ÖNCELEDİ

- **Uluslararası rekabet gücü**
  International competitiveness
- **Promosyon ve matbaa sektörleri arasında dayanışma**
  Solidarity between promotion and printing sectors
- **PROMASİAD üyelerinin hak ve menfaatlerini gözetme önceliği**
  Priority to protect the rights and interests of PROMASIAD members
- **Sektörel sorunların çözümünde liderlik**
  Leadership in solving sectoral problems
- **Gelişim ve inovasyon odaklı yaklaşım**
  Development- and innovation-oriented approach
- **İş dünyasının evrensel iş ahlakı ilkelerine riayet**
  Compliance with the universal business ethics principles of the business world
- **Promosyon ve matbaa sektörleri ile ortak aksiyon**
  Common action with promotion and printing sectors
- **Uluslararası ekonomik sistemde sürdürülebilir yükseliş**
  Sustainable rise in international economic system
- **Verimlilik ve kalite esaslı üretim anlayışı**
  Efficiency- and quality-based production concept
- **Sektörler arası ortak projeler için altyapı desteği**
  Infrastructure support for joint cross-sectoral projects
- **Promosyon ve matbaa sektörlerinin gelişimine yönelik eğitim**
  Training for the development of promotion and printing sectors
- **Toplumsal gelişime katkı sağlamak adına sosyal ve kültürel etkinlikler**
  Social and cultural activities to contribute to social development
- **Küresel standartlarda üretime teşvik**
  Promoting production at global standards

PROMASIAD investigated the global development of promotion and printing sectors in Turkey when establishing its corporate values.

Çocuklara Sunulan Promosyonlara Düzenleme Getirildi

It was brought an arrangement for Promotions Offered to Children

Asıl ürünün dışındaki ürünler, hediye olarak verilemeyecek

Aşırı tüketimi tavsiye edilmeyen gıdalarda, çocukların ilgi alanlarına ve beğenilerine yönelik asıl ürünün dışındaki ürünler, promosyon olarak sunulamayacak. T.C. Ticaret Bakanlığının Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik'i Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girdi. Buna göre, ürünle hediye edilen promosyonun tüketicilerce kolay şekilde edinilebilmesi amacıyla promosyonu düzenleyen tarafından her türlü etkin yöntem sağlanacak.

Silah Reklamına da Kısıtlama Geldi

Yapılan düzenlemeyle, yetkili makamlardan izin alarak faaliyet gösteren silah üreticisi ve satıcıları, ilgili mevzuatta yer alan hükümlere aykırı olmamak koşuluyla kendilerine ait kurumsal internet sitelerinde fuarlara katılım için hazırladıkları materyaller aracılığıyla ve özel olarak avcılık ve atıcılık üzerine tematik yayın yapan mecralarda reklamlarını yapabilecek. Ayrıca, her türlü ateşli veya ateşsiz silah ile bunların üreticisi ve satıcısının reklamı da yasak olacak.

In foods that are not recommended for excessive consumption, products other than the actual product for children's interests and tastes will not be offered as promotions.

T. C. The Regulation on the Amendment of the Regulation on Commercial Advertising and Unfair Trade Practices of the Ministry of Commerce was published in the Official Gazette and entered into force. Accordingly, the organizer of the promotion will provide all kinds of effective methods in order to make it easier for consumers to obtain the promotion.

Weapons Advertisement Restricted

With the regulation, arms manufacturers and sellers operating with permission from the competent authorities will be able to advertise, if it is not contrary to the provisions of the relevant legislation, on their corporate websites through the materials they prepare for participation in the fairs and in the thematic publications specifically on hunting and shooting. In addition, advertising of any kind of firearm or fireless weapon as well as the advertising of the manufacturer and seller thereof will be prohibited.

Products other than the original product cannot be given as a gift.

ASYA BAYRAK®
Flag Production Center

ISO 9001 | ISO 10002 | ISO 14001 | OHSAS 18001

info@asyabayrak.com

Güneşli Mah. Mahmutbey Cad. 1297. Sk.
No: 4 Kat: 1-2-3-4-5 Bağcılar/İSTANBUL

+90 212 515 52 44 +90 545 515 52 44

www.asyabayrak.com

Lisenin Matbaa Bölümünde Hedef 1,5 Milyon Liralık Ciro

Target: 1.5 Million TL Turnover in Printing Department of High School

Malatya Yunus Emre Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesinin Matbaa Bölümü, üç aylık yaz tatili sürecinde de faaliyetlerini sürdürüyor.
Kentte 1981 yılında kurulan lisede açılan ve 80 öğrencinin eğitim gördüğü Matbaa Bölümü, İl Sağlık Müdürlüğüne bağlı hastaneler başta olmak üzere, üniversiteler ve diğer kamu kuruluşlarının evrak, tanıtım, bilgilendirme gibi materyal ihtiyaçlarını karşılıyor. Öğrenciler, elde edilen ürünlerin satılmasıyla hem cep harçlıklarını çıkarıyor hem de okulun döner sermayesine katkı sağlıyor.
Geçen yıl 800 bin lirayı bulan bir üretim kapasitesine çıkan öğrenciler, bu yıl sonunda yıllık 1,5 milyon lira ciro hedefliyor.

The Printing Department of Malatya Yunus Emre Vocational and Technical Anatolian High School continues its activities during the three-month summer holiday period.
The Printing Department, which opened in high school that founded in 1981 in the city, and 80 students are educated in, meets the material needs of hospitals, universities, and other public institutions such as documents, publicity and information. By selling the obtained products, students both benefit from pocket money and contribute to the school's revolving fund.
Students, who reached a production capacity of 800 thousand TL last year, aims at an annual turnover of 1.5 million TL at the end of this year.

Çocuklara Sıfır Atık Farkındalığı Kazandırılacak

Zero Waste Awareness for Children

TEMA Vakfı tarafından; Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı ve Tetra Park Türkiye iş birliğiyle hayata geçirilen Sıfır Atık Eğitim Projesi'nin tanıtım toplantısı Çırağan Sarayı'nda gerçekleştirildi.
Proje kapsamında, üç yılda 280 bin çocuğa doğal varlıkların korunması, doğa dostu tüketim alışkanlıkları, atık yönetimi konularında farkındalık kazandırılması hedefleniyor. Eğitimlerde çocuklara sıfır atık kavramı, 5D modeliyle tanıtılacak. Çocuklar, gündelik yaşamlarında atıkları nasıl azaltacakları, nasıl daha az tüketecekleri ve farklı şekillerde nasıl değerlendirebilecekleri konularında da bilinçlendirilecek.
Sıfır atık eğitimleri bu yıl 20 ilde, okullarda TEMA Vakfı gönüllülerinin desteğiyle öğretmenler tarafından uygulanıyor. Proje için bu yıl özel olarak tasarlanan kutu oyunuyla okul öncesi ve ilkokul seviyesindeki çocukların sıfır atık kavramını eğlenerek pekiştirmeleri sağlanacak.

The introduction meeting of Zero Waste Education Project, which was realized by TEMA Foundation with the cooperation of Ministry of Environment and Urban Planning, Ministry of Education and Tetra Pak Turkey, was held at the Çıragan Palace.
Within the scope of the project, it is aimed to raise awareness to 280,000 children in three years about the protection of natural assets, environmentally friendly consumption habits and waste management. In the trainings, the concept of zero waste will be introduced with 5D model to children. Children will be made aware of how to reduce waste, consume less, and evaluate it in different ways.
Zero waste trainings are carried out in 20 provinces this year by teachers with the support of TEMA Foundation volunteers. This year, a specially designed box game will help preschool and elementary school children to reinforce the concept of zero waste.

DURU ÇANTA

" Doğayı Seviyoruz "

Doğayı Seviyoruz !
We Love **Nature !**

18.yıl

RAW CLOTH BAG
HAM BEZ ÇANTA

RIPS BAG
RIPS ÇANTA

CANVAS BAG
CANVAS ÇANTA

PATENTED PRODUCTS
PATENLİ ÜRÜNLER

TELA BAG
TELA ÇANTA

LAMINATED PRODUCT
LAMİNASYONLU ÜRÜNLER

www.durucanta.com

www.promosyonbezcanta.com • www.durubag.com

ISO 9001 ISO 14001 OHSAS 18001

21. Yüzyılın Matbaası: Matsis

Matsis, the Printing House of 21st Century

Matsis Matbaa, zengin makine içeriği ve dinamik yapısıyla müşteri memnuniyetini esas alarak matbaa hizmetleri vermeye devam ediyor

İşlemlerinde son teknolojili ürünler kullanan Matsis Matbaa; tesisinde, tek renkten sekiz renge kadar uygulama yapılabiliyor. Firmanın; katalog, broşür, takvim, ajanda, süreli yayın, eğitim yayınları, poster, dergi ve kitap basım gibi hizmetlerinin yanı sıra sert kapaklı/sıvamalı butik üretim hizmeti veriyor. 3 bin metrekare kapalı alanda kurulu tesisiyle 7 gün 24 saat hizmet verebilen şirket; gofre, varak, lokal lak, yaldız, özel kesim, sıvamalı işler, numaratör ve kazı kazan gibi uygulamalarda da uzman ekibiyle faaliyet gösteriyor.

Tüm işlemlerinde müşteri memnuniyetini esas alan Matsis Matbaa; özgünlük, yaratıcılık, süreklilik, itina, yüksek verimlilik, uzun vadeli ilişkiler kurma, durumlara ve sorunlara hızlı çözüm seçenekleri sunma gibi önemli başlıkları da hedeflerinin arasında barındırıyor. Kendisini; gerçekleştirdiği her hizmetin performansından sorumlu hisseden şirket, dünyadaki değişimin ve gelişimin bilinciyle tüm kaynakları da verimli kullanıyor. 2009 yılında kurulan Matsis, o tarihten bu yana izlediği kalite odaklı politikaları sayesinde bugün kendi kâğıdını ithal ediyor ve toplam beş ülkeye ihracat gerçekleştiriyor. Matsis, marka değerini yükseltmek için yurt içi ve yurt dışında birçok faaliyet, aktivite, fuar ve organizasyonlara da katılıyor.

Matsis Printing House continues to provide printing services based on customer satisfaction with its rich machine content and dynamic structure

In Matsis Printing House facility, which uses products with the latest technology in its operations, application from one color to eight colors can be made. The company provides services such as catalogs, brochures, calendars, agendas, periodicals, educational publications, posters, magazines and book printing, as well as hard covered / plastered boutique production services. The company, which can service 24/7 with its facility established in a closed area of 3 thousand square meters, operates with its expert team in applications such as embossing, foil, local lacquer, gilding, special cutting, plastering works, numerator and scratch card.

Based on customer satisfaction in all its operations, Matsis Printing House's goals include important topics such as originality, creativity, continuity, care, high productivity, long-term relationships, and quick solutions to situations and problems. Feeling responsible for the performance of every service it performs, the company uses all resources efficiently with the awareness of the change and development in the world. Established in 2009, Matsis imports its own paper and exports to five countries thanks to its quality-oriented policies since then. Matsis also participates in many operations, activities, fairs and organizations both in Turkey and abroad in order to increase its brand value.

matsis
Matbaa Hizmetleri San. ve Tic.Ltd.Şti.

doğru ekip
sonucu etkiler

eğitimli ve tecrübeli ekip,
geniş makina parkuru,
7 gün 24 saat kaliteli ve hızlı hizmet...

bir matbaada aradığınız her şey...

Tevfikbey Mah. Dr. Ali Demir Cad. No: 51 Sefaköy / İSTANBUL
Tel.: 0212 624 21 11 **Faks:** 0212 624 21 17 **E-mail:** info@matbaasistemleri.com **Web:** www.matbaasistemleri.com

Kalitenin Buluşma Noktası: TheCey

Meeting Point of Quality: TheCey

TheCey, ucuz ve dayanıksız promosyon ürünü algısını kırarak, dev markaları müşterileri ile buluşturuyor

TheCey, birbirinden kaliteli markaları ve göz dolduran tasarımları ile adından söz ettirmeye devam ediyor. Schneider, Pininfarina Segno, ve Deonet ile promosyon sektöründeki başarısını sürdüren marka, kaliteden taviz vermeyenlerin gözdesi olmaya devam ediyor.

Çevre duyarlılığı alanında EMAS sertifikasına sahip Alman Schneider Pen'in distribütörlüğünü yapan TheCey, ucuz ve dayanıksız promosyon kalemi algısını kırarak, müşterilerine uzun ömürlü mükemmel yazım performansı sunuyor. Ayrıca İtalya'nın dev tasarım firması Pininfarina da yazı gereçleri ile TheCey bünyesinde yer alarak teknoloji, malzeme ve dizayn anlamında kullanıcılarına görsel zevk yaşatıyor. Space Moon Landing isimli fütüristik modele imza atan firma, Da Vinci'nin patentli ETHEGRAF sistemi ile ömür boyu kullanılabilecek bir yazı gereci oluşturuyor.

TheCey, tüm bunların yanı sıra Deonet markasının Türkiye'deki tek distribütörü olarak uygun fiyat ve yüksek performansı JBL Go 2 taşınabilir kablosuz hoparlörde bir araya getiriyor. JBL Go 2 hoparlör, su geçirmez şekilde üretilerek bluetooth özelliği bulunan tüm cihazlarda ses sistemi ve telefon görüşmesi için kullanılabiliyor.

TheCey brings giant brands together with customers by breaking the perception of cheap and nondurable promotional items

TheCey continues to become popular with its quality brands and impressive designs. The brand, which maintains its success in the promotion sector with Schneider, Pininfarina Segno, and Deonet, continues to be the favorite of those who do not compromise on quality.

TheCey, which is the distributor of the German Schneider Pen with EMAS certification in the field of environmental awareness, breaks the perception of cheap and nondurable promotional items and offers long-lasting excellent writing performance to its customers. In addition, Italy's giant design company Pininfarina takes part in TheCey with its writing instruments and provides visual pleasure to its users in terms of technology, materials and design. The firm, which signed out the futuristic model named Space Moon Landing, creates a writing tool that can be used for life with Da Vinci's patented ETHEGRAF system.

In addition to these, TheCey, as the sole distributor of the Deonet brand in Turkey, combines affordable price and high performance with the JBL Go 2 portable wireless speaker. JBL Go 2 speaker, which is produced in a waterproof manner, can be used for audio system and phone calls on all devices with Bluetooth capability.

Promosyon Şapka Denilince
"Hasat Şapka"

When You Say Promotion Hat: "Hasat Şapka"

Hasat Şapka; baskılı şapkaları bir günde, nakışlı özel imalat şapkaları da 7 ila 10 gün içerisinde imal edebiliyor.

Hasat Şapka, Şubat 2012'de promosyon sektöründeki yerini aldı. Kurulduğu günden bu yana "kaliteli, uygun fiyatlı ve kullanışlı" ürünlerle hizmet vermeyi hedefleyen firma, tamamen yerli üretim ile piyasaya sürdüğü; şapka, iş elbisesi, tişört ve genel tekstil promosyonu ürünlerini yalnızca yurt içinde değil; Irak, Azerbaycan, Rusya ve Balkan ülkelerinde de pazarlıyor.

Mevsimsel ihtiyaçları odağına alan Hasat Şapka, yazları şapka ve tişört ile promosyon sektörüne katkıda bulunurken, kış mevsiminde ise ağırlıklı olarak yelek ve bere gibi ürünler üretiyor. Şapka imalatı noktasında her kalite ve renkte üretim yaparak müşteri memnuniyetini göz ardı etmeyen firma, müşterilerin taleplerine göre baskılı, nakışlı ve transfer baskılı olmak üzere çok çeşitli miktarda şapka üretimi yapabiliyor.Hasat Şapka; baskılı şapkaları bir günde, nakışlı özel imalat şapkaları da 7 ila 10 gün içerisinde imal edebiliyor. İş elbiseleri ve tişört alanında ise firmaya özel üretim yapan Hasat Şapka, üretim kalitesi ve hızı ile promosyon tekstilindeki başarısını ortaya koyuyor.

Hasat Sapka took its place in the promotion sector in February 2012. Aiming to provide service with "high quality, affordable and convenient" products since the day it was founded, the company markets hats, working clothes, T-shirts and general textile promotion products which it releases completely with domestic production not only in Turkey but also in Iraq, Azerbaijan, Russia and Balkan countries.

Focusing on seasonal needs, Hasat Sapka contributes to the promotion sector with its hats and T-shirts in the summer, and mainly produces vests and beanies in winter. The company, which does not ignore the customer satisfaction by producing in every quality and color at the point of hat production, is able to produce a wide variety of hats, including printed, embroidered and transfer printed according to customers' demands. Printed hats can be manufactured in 1 day and embroidered special hats can be produced in 7 to 10 days. Hasat Sapka, which makes company-specific production in the field of working clothes and T-shirt, reveals its success in promotion textiles with its production quality and speed.

Hasat Sapka can produce printed hats in one day and embroidery custom-made hats in 7 to 10 days

Sıradanlıktan Uzak Tasarımların Adresi: Ağaçkurdu Promosyon

The Address of Non-Ordinary Designs: Ağaçkurdu Promosyon

ağaçkurdu wood factory

Ağaçkurdu Promosyon, üretimini gerçekleştirdiği tüm ürünleri; metal, pleksi, cam ve deri gibi materyallerle destekleyerek tasarımda sınırları zorluyor

Ağaçkurdu Promosyon, 2005 yılından beri kaliteli, teknolojiyi takip eden ve sıradanlıktan uzak duran tasarımları ile İstanbul'da hizmet vermeye devam ediyor. Ahşap promosyon ürünleri ayrıca ahşap kutu ve ambalaj üretimi ile geniş bir ürün yelpazesine sahip olan Ağaçkurdu Promosyon, üretimini gerçekleştirdiği tüm ürünleri; metal, pleksi, cam ve deri gibi materyallerle destekleyerek tasarım ve üretimde sınırları daima zorluyor. Her ürün ve tasarımda farklılığı odak noktasına alan uzman kadrosu ve yenilikçi bakış açısıyla tüm mamullerini özenle ve kişiye özel şekilde üreten firma; CNC kesim, lazer kesim ve markalama ile UV baskı gibi son teknoloji hizmetlerini bünyesinde barındırması sayesinde üretim hızı açısından da büyük bir avantaj sağlıyor. Marka, tüm ürünlerini ahşap malzeme ile tasarlayarak uzun yıllar boyunca dayanıklılığını muhafaza edecek promosyon hizmetlerine imza atıyor.

Ağaçkurdu Promosyon tüm bu özellikleri ile her yerde benzer ürünler görmekten sıkılan, çeşitlilik ve farklılık arayan, orijinal fikirleri olan ancak aklındakileri ne şekilde ürettirebileceği konusunda tereddüt yaşayan tüm müşteriler için en doğru adres olarak öne çıkıyor.

Agaçkurdu Promosyon pushes the limits in design by supporting all the products it produces with materials such as metal, plexy, glass and leather

Agaçkurdu Promosyon continues to serve in Istanbul with its high-quality, technology-following and non-ordinary designs since 2005. Agaçkurdu Promosyon, which has a wide range of products with the production of wooden promotional products, wooden boxes and packaging production, always pushes the limits in design and manufacturing by supporting all the products it produces with materials such as metal, plexy, glass and leather. The company, which manufactures all its products carefully and individually with its expert staff and innovative perspective that focuses on the difference in every product and design, provides a great advantage in terms of production speed thanks to incorporate the latest technology services such as CNC cutting, laser cutting and marking and UV printing. The brand carries out promotional services that will maintain its durability for many years by designing its all products with wooden materials.

With all these features, Agaçkurdu Promosyon comes to the forefront as the right address for all customers who are bored of seeing similar products everywhere, looking for diversity and difference, who have original ideas but are hesitant about how they can produce what they have in mind.

nam
TEKSTİL PROMOSYON

Biz HAM BEZ ÇANTA VE T-SHIRT ÜRETİYORUZ...

STOKLU
HAM BEZ ÇANTA
35X40CM
100.000 ADET
STOKLU

STOKLU
HAM BEZ ÇANTA
40X50CM
20.000 ADET
STOKLU

0552 211 12 99
0312 309 20 20

HAM BEZ ÇANTAYI STOKLU
ÇALIŞAN TEK FİRMAYIZ

nam@nampromosyon.com www.namgrup.com.tr Zübeyde hanım mah. sebze bahçeleri cad.
keskinler iş hanı 80/8-29 İskitler / Altındağ / ANKARA

Promosyon Sektörünün

Reklam Mecralarındaki Payı

Promotion Sector's Share in Advertising Channels

PROMOSYON ÜRÜNLERİ; VERİLECEK MARKA MESAJINI VE TANITIM İMGESİNİ, TÜKETİCİLERİN HAYATINA SICAK BİR ŞEKİLDE TAŞIYABİLEN RAKİPSİZ BİR REKLAM ARACIDIR

Ömer Karatemiz
PROMASİAD Genel Başkanı
PROMASİAD Chairman

Promotional products are an unrivaled advertising tool that can convey the brand message and promotional image to the lives of consumers in a warm way

Promosyon, dünya genelinde en çok tercih edilen tanıtım çalışmalarının başında geliyor. Promosyon ürünleri de, bu çalışmalar alanında birçok açıdan dinamik bir yapıya sahip. Reklam mecraları konusunda hedef kitleye bu kadar rahat ulaşabilen, tüketici hayatının içerisinde kendisine bu kadar geniş yer bulabilen başka bir platform bulunmuyor. Örneğin; bir tüketici, çalışma süreci boyunca bir duvar saatine saatte iki kez bakarsa, günde minimum 16 kez saatin üzerinde yazan mesajı görecektir. Yine 96 yaprak bir not defteri kullandığında, defteri kullandığı süre boyunca yazılan mesajla karşılaşacaktır. Notlarını farklı kişilerle paylaşırsa bu sayı daha fazla artacaktır. Sonuçta kullandığımız kalem, USB bellek, powerbank, ev ve arabamızda kullandığımız anahtarlıklar, şahsi çantalarımız gibi hayatın her alanında evlerimiz ve ofislerimize kadar uzanabilen çok geniş bir ürün yelpazesin-

Promotion is one of the most preferred publicity activities worldwide. Promotional products have a dynamic structure in many aspects in this field. There is no other platform that can reach the target audience so easily in terms of advertising media and that finds such a wide place in the consumer life. For example; If a consumer looks at a wall clock twice per hour during the working process, he or she will see the message on the wall clock at least 16 times a day. Again, when the consumer uses a notebook of 96 sheets, he or she will encounter the message written during the time he or she uses the notebook. This number will increase more if the consumer shares his or her notes with different people. After all, we are talking about a wide range of products that can be extended to our homes and offices in all areas of life such as the pen, USB memory, power bank, keychains used in our homes and cars,

den bahsediyoruz. Bu ürünler, verilecek marka mesajını ve tanıtım imgesini, tüketicilerin hayatına sıcak bir şekilde taşıyabilen rakipsiz bir reklam aracı.

Düşük Bütçelerle Etkili Geri Dönüş

Küçük ve orta boy işletmelerimiz açısından baktığımızda gazete, dergi, radyo ve televizyon gibi reklam araçları, bütçe olarak oldukça yüksek rakamları da beraberinde getiriyor. Özellikle ekonomik daralmanın yaşandığı dönemlerde promosyon ve tanıtım ürünleri sayesinde, düşük bütçelerle daha etkili sonuçlar alınabilirken, hedef kitleye daha kolay ulaşma imkânı da sağlanıyor. Bu ürünler, böyle dönemlerde diğer yüksek bütçeli reklam araçlarından önemli bir pazar payı alabiliyor. Alternatif bir reklam mecrası olarak görülen promosyon ve tanıtım ürünlerinin etkisi giderek artarken, dünyada ve ülkemizde kurumsal ölçekteki şirketlerin bu ürünlere ilgisi de paralel şekilde ilerliyor.

Üretim Ağırlıklı Bir Yapı Sayesinde Uluslararası Alanda Yeni Kapılar Açıldı

Sektörde dünya genelinde yaşanan gelişmeleri Türkiye de yakından takip ediyor. Birçok yenilikçi ürünü ülkemizde de görebiliyoruz. Ancak kabul etmemiz gerekir ki ülkemizin sektörel anlamda mevcut durumu, taşıdığı potansiyelin çok altında bulunuyor. Bununla birlikte son iki-üç yıl içinde ithal ürünlere getirilen yüksek seviyedeki ek vergiler ve artan döviz kurları, sektörümüzün ithalat ağırlıklı yapısını üretim odaklı bir yapıya dönüştürdü. Böylece uluslararası alanda önümüze yeni kapıların açılmış olduğu sektörün hemen her alanında üretim yatırımları arttı ve artmaya da devam ediyor. Getirilen ek vergiler ve bu yüksek döviz kurları, hem iç piyasada firmalarımıza üretim, yatırım ve istihdam imkânı sağlıyor hem de dış pazarlarda ihracat fırsatları sunuyor. Promosyon sektörümüzün ihracatı 2 milyar dolara yükseldi. Bu rakamın artan üretim yatırımlarıyla birlikte orta vadede 5 milyar dolara ulaşacağını öngörüyoruz. Bugün birçok ürün dalında Çin ile rekabet edebilecek firmalarımız var. Birçok üretici işletmemizin de uluslararası alanda rekabetçi gücü ve yüksek ihracat potansiyeli bulunuyor. Önemli olan bu değişimi hızlıca görebilmemiz ve bu kapsamda gerekli dönüşümü gerçekleştirmek durumunda olmamız.

and our personal bags. These products are an unrivaled advertising tool that can convey the brand message and promotional image to the lives of consumers in a warm way.

Effective Return with Low Budgets

When we look at in terms of small and medium size businesses, advertising tools such as newspapers, magazines, radio and television bring high figures in terms of budget. Especially during periods of economic contraction, it can be achieved more effective results with low budgets and it is provided easier access to the target audience by means of promotion and promotional products. During these periods, these products could gain a significant market share from other high-budget advertising tools. While the effect of promotion and promotional products, which are seen as an alternative advertising medium, is gradually increasing, the interest of corporations in the world and in our country towards these products is progressing in parallel.

New Doors Opened Internationally Through Production-Based Structure

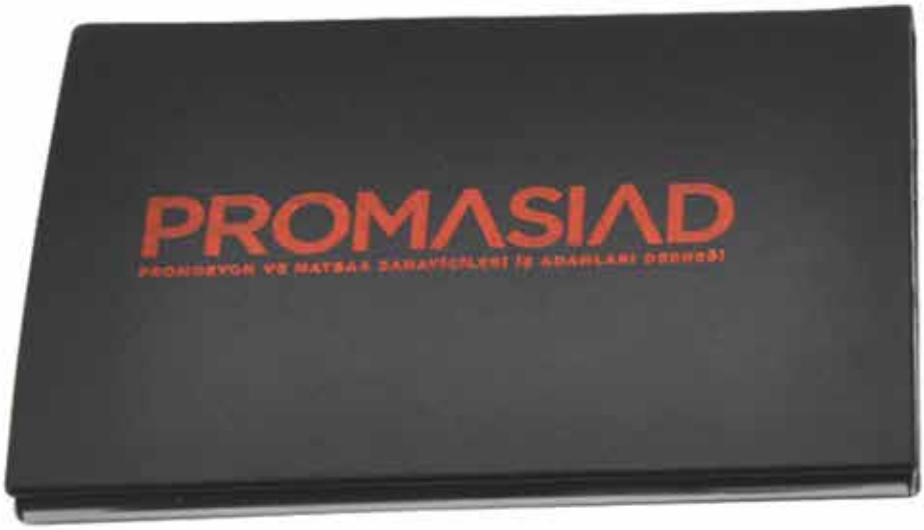
Turkey is also closely following the developments in the sector throughout the world. We can also see many innovative products in our country. However, we have to accept that the current situation of our country in the sectoral sense is far below its potential. However, the high level of additional taxes on imported products and increasing exchange rates in the last two to three years have transformed the import-oriented structure of our sector into a production-oriented structure. Thus, production investments have increased and continue to increase in almost every area of the sector where new doors are opened in the international arena. The additional taxes imposed and high exchange rates provide to our companies both investment and employment opportunities in the domestic market and export opportunities in foreign markets. Exports of our promotion sector increased to 2 billion dollars. We expect this figure to reach $ 5 billion in the medium term with increasing production investments. Today we have companies that can compete with China in many product branches. Many of our companies have competitive power and high export potential in the international arena. What is important is that we can see this change quickly and have to make the necessary transformation in this context.

The additional taxes imposed and high exchange rates provide to our companies both investment and employment opportunities in the domestic market and export opportunities in foreign markets

GETİRİLEN EK VERGİLER VE YÜKSEK DÖVİZ KURLARI; HEM İÇ PİYASADA FİRMALARIMIZA ÜRETİM, YATIRIM VE İSTİHDAM İMKÂNI SAĞLIYOR HEM DE DIŞ PAZARLARDA İHRACAT FIRSATLARI SUNUYOR

ANAHTARLIK

MADALYA METAL ETİKET



Triko Center M1 Blok No:13 34306 İkitelli / İstanbul
+90 (212) 659 55 77
info@ozenpromosyon.com
www.ozenpromosyon.com
www.ozenkeychain.com

ROZET

BRONŞ KRAVAT İĞNESİ

ÖZEN
PROMOSYON

PROMASİAD, Çok Renkli Bir Orkestra

PROMASİAD, A Multicolored Orchestra

Röportaj: Serdar Ergün

PROMOSYON SEKTÖRÜNÜN SON DURUMUNU, FİRMALAR İÇİN PROMOSYONUN ÖNEMİNİ VE PROMASİAD'IN KONU HAKKINDAKI ÇALIŞMALARINI, DERNEĞİN YÖNETİM KURULU ÜYESİ MURAT EREN'DEN DİNLEDİK

PROMASİAD Yönetim Kurulu Üyesi Murat Eren, promosyon sektörünün içinde bulunduğu son durumu, PROMASİAD'ın hedeflerini ve gerçekleştirdiği çalışmaları PROMAG okurları için değerlendirdi. Eren, " 'Organize olamamış bir sektör, mesleği geliştiremez.' İşte tam da bu noktada bir şeyler yapılması gerektiği düşüncesiyle değerli yol arkadaşlarımızla birlikte ciddi bir karar alıp, PROMASİAD adıyla yola çıktık." diyor.

Teknolojik gelişmeler promosyon sektörü için bir fırsat mı? Yoksa dezavantaj mı?
Teknolojinin gelişmesiyle eş zamanlı olarak promosyon sektöründe de kullanılan teknolojik ürünler çoğalmaktadır. Bununla birlikte yeni teknolojili ürünlerin albenisi tüketiciye daha cazip geldiği için tercih sebebidir.

Murat Eren, PROMASIAD Board Member, evaluated the current situation of the promotion sector, the goals of PROMASIAD, and the works realized by PROMASIAD for PROMAG readers. Eren says, "'An unorganized sector cannot improve the profession.' At this point, we made a serious decision together with our valuable friends with the idea that something should be done and we set out as PROMASIAD."

Are technological advances an opportunity for the promotion sector? Or disadvantage?
Technological products used in promotion sector are increasing simultaneously with the development of technology. However, because the appeal of new technology products is more attractive to the consumer, these products are preferred.

Öte yandan günümüzde teknolojik ürünlerin birçoğu da ithal edilmektedir. Bu noktada ülke olarak sanayimizi geliştirmemiz ve teknolojik ürün üretimimizi arttırmamız gerekmektedir. Özetleyecek olursak, ülkemizde yerli üretim teknoloji ürünleri yok denecek kadar az olduğundan teknolojik gelişmelerin şimdilik sektör için dezavantaj olduğunu düşünüyorum.

Bir işletme için promosyon ne kadar önemli?
Bilinirlik her işletme için önemlidir. Şüphesiz herkes, firmasının ya da ürününün tanınmış olmasını ister. İşletmelerin de promosyon ürünü seçerken dikkat etmesi gereken hassas noktalar vardır. Doğru ürünü seçtiklerinde, hedef kitleye bu ürünleri ulaştırabilirlerse kısa zamanda olumlu dönüşler almaları mümkündür. Her bütçeye göre bir promosyon mutlaka vardır. Latifeyle bana; '5 TL bütçem var' deseniz, size marketten bir kutu şeker alıp dağıtmanızı öneririm. Hediyede küçük-büyük fark etmez, amaç ağzı tatlan-

On the other hand, most of the technological products are imported today. At this point, as a country, we need to develop our industry and increase our production of technological products. To summarize, I think that technological developments are a disadvantage for the sector for now as there are almost no domestic production technology products in our country.

How important is promotion for a business?
Awareness is important for every business. Of course, everyone wants his company or product to be recognized. There are sensitive points that businesses should pay attention to when choosing a promotional product. Once they have chosen the right product, it is possible that they will receive positive returns in a short time if they can deliver these products to the target audience. There is absolutely a promotion for every budget. If you say, "I have a budget of 5 TL" jokingly, I recommend you to buy a box of

Hediyede küçük-büyük fark etmez, amaç ağzı tatlandırmaktır. Eğer tat verebiliyorsanız, bu mutluluk her şeyden önemlidir

It does not matter if the gift is small or big, the purpose is to sweeten the mouth. If you can taste it, this happiness is more important than everything

candy from the market and distribute it. It does not matter if the gift is small or big, the purpose is to sweeten the mouth. If you can taste it, this happiness is more important than everything.

In addition to all these, any company that does not understand the spirit of time and fails to capture the agenda is doomed to be left behind. At this point, the development of promotional products in demand has become a worldwide sensation.

What is the promotion industry in Turkey? Are the studies sufficient? Is the capacity used correctly?
Every structure has a life process. In the 1990s, the promotional sector has come to the forefront. The sector became tired in 2015 and entered the old age phase. Nowadays, the sector becomes ill because it does not reach professionalism.

'An unorganized sector cannot improve the profession.' At this point, we made a serious decision together with our valuable friends with the idea that something should be done and we set out as PROMASIAD. To be at the forefront of the Union also brings along the order. The topics discussed at each PROMASIAAD meeting excite all our companions and me. The aim of this Association is to make conscious of all colleagues who are stuck in the darkness, away from innovations, working without knowing the agenda and what to do about the future, and

dırmaktır. Eğer tat verebiliyorsanız, bu mutluluk her şeyden önemlidir.
Tüm bunların yanı sıra zamanın ruhunu kavramayan ve gündemi yakalayamayan her şirket, geride kalmaya mahkûmdur. Bu noktada promosyon ürünlerin de rağbet görerek gelişmesi, dünya çapında hissedilecek bir hâle bürünmüştür.

Türkiye'deki promosyon sektörü ne durumda? Çalışmalar yeterli mi? Kapasite doğru kullanılıyor mu?

Her yapının yaşam süreci vardır. Promosyon sektörü de 1990'lı yıllarda kendini ciddi anlamda öne çıkarmıştır. Sektör 2015 yılına doğru yorgunlaşarak yaşlılık evresine girmiş, günümüzde ise profesyonelliğe ulaşmadığı için hasta hâle gelmiştir.
'Organize olamamış bir sektör, mesleği geliştiremez.' İşte tam da bu noktada bir şeyler yapılması gerektiği düşüncesiyle değerli yol arkadaşlarımızla birlikte ciddi bir karar alıp, PROMASİAD adıyla yola çıktık. Birliğin ön planda olması, düzeni de yanında getirir. Her PROMASİAD toplantısında ele alınan konular, beni ve tüm yol arkadaşlarımızı heyecanlandırmaktadır. Bu Derneğin amacı; sektörde karanlıklar içinde kalmış, yeniliklerden uzak, gündemi ve gelecek hakkında ne yapacağını bilmeden çalışan tüm meslektaşları bilinçli hâle getirip, çalışma zamanını da değerli kullanarak kapasitelerini arttırmaktır.

Daha geniş ölçekten bakacak olursak dünyada son yıllarda promosyon sektörünün öne çıktığını görüyoruz. Bununla ilgili neler söylemek istersiniz?

Dünyada promosyon sektörünün öne çıkmasındaki yegâne sebep, işini seven insanların var olmasıdır. Promosyonlarda çeşitlilik arttıkça doğru ürünü seçme imkânı bulan firmalar, tanıtım yaptırma ihtiyacı duymaktadır. Bu noktada sektörün tekdüze mantığı renklendirilerek yeni ürünlerin sürekli tüketiciyle buluşturulması, dikkati üzerine çekmesini sağlamaktadır.

Yeni kurulan bir oluşum olarak geçtiğimiz yıl yaptığınız çalışmalar hakkında bilgi verir misiniz?

PROMASİAD'ın düzenlediği her toplantı, yıllardır susmuş bir sektördeki temsilcilerin her fikrini özgürce beyan ettiği bir platform şeklinde gerçekleşir ve Derneğimizde adeta çok sesli bir orkestranın ahengiyle eserler üretilir. Fikirlerin farklı olması, doğruyu bulmak için önümüze binlerce kapı açıp ona yönelmemizi sağlamaktadır. Bununla birlikte toplantılarımızın eğitici ve eğlendirici olması, her toplantıda daha çok iştirak ile fark edilmektedir.
Çalışmalarımıza baktığımızda yeni kurulan PROMASİAD'ın içerisindeki oluşumu sağlamak, vizyonu ve amacı belirlemek başlıca faaliyetlerimizden oldu. Bu kapsamda Derneğimize üye olmak için müracaatta bulunmuş firmalarımızı araştırdık ve üye sayımızı 81 firmaya çıkararak zincirimize yeni halkalar ekledik.

PROMASİAD geleceğe nasıl bakıyor? 2020 yılını baz almanızı istesek Derneğin hedefleri arasında neler bulunuyor?

PROMASİAD'ın çok renkli vizyonu sayesinde her birey, düşüncelerini rahatlıkla dile getirmektedir. Bu durumun paralelinde tüm üyeler, bahsi geçen düşünceleri faydalı olacak şekilde gündeme taşıyarak istişare etmektedir. Derneğimizin 2020 hedeflerine gelecek olursak ana hatlarıyla; devletimizin destek olduğu her imkândan tüm üyelerimizi haberdar etmek, yurt dışı fuar katılımlarımızı çoğaltarak ihracatı arttırmak, iç piyasa içerisinde bağlarımızı güçlendirmek, kapasite ve kalite konusunda sektörün gücünü her üyeye hissettirmek ve daha fazlasını yapabilecekleri konusunda onları teşvik etmektir.

to increase their capacity by using the valuable working time.

If we look at the wider scale, we see that promotion sector has come to the fore in the world in recent years. What would you like to say about it?

The only reason for the prominence of the promotional industry in the world is that there are people who love their jobs. As the diversity of promotions increases, companies that have the opportunity to choose the right product need to make promotion. At this point, to be colored uniform logic of the sector and to bring new products to consumers continuously attracts the attention.

As a newly established organization, can you give us information about the activities you did last year?

Each meeting organized by PROMASIAD takes place as a platform where representatives from a quiet sector for years can freely express every opinion and works are produced with the harmony of a polyphonic orchestra in our association. The fact that the ideas are different allows us to open thousands of doors and turn to the right to find the truth. However, the fact that our meetings are educational and entertaining is noticed with more participation in each meeting.

When we look at our work, to provide the formation in the newly established PROMASIAD, to determine the vision and purpose was one of our main activities. In this context, we searched the companies that applied for membership in our Association and increased the number of our members to 81 companies and added new rings to our chain.

How does PROMASIAD look to the future? What are the objectives of the Association if we want you to base 2020?

Thanks to PROMASIAD's multicolored vision, every individual expresses his / her thoughts easily. In line with this situation, all members consult the relevant ideas by bringing them to the agenda. As for the 2020 targets of our Association, outlined; it is to inform all members of every opportunity supported by our state, to increase our exports by increasing our participation in international fairs, to strengthen our ties in the domestic market, to make each member feel the power of the sector in terms of capacity and quality and to encourage them to do more.

Each meeting organized by PROMASIAD takes place as a platform where representatives from a quiet sector for years can freely express every opinion

GRA • MA • FON®

promosyon 2020

www.gramafon.com.tr

Oruçreis Mah. Tekstilkent İş Merkezi B/16 Blok No:29 Esenler / İSTANBUL

Promosyon Ürünleri

Kurumsallık Algısını Güçlendiriyor

FİRMALAR İÇİN BİRÇOK REKLAM ARACI MEVCUT, PROMOSYONLAR DA BUNLARDAN BİRİ. BU ÜRÜNLERİN DİKKAT ÇEKİCİ YANI İSE AZ MALİYETLİ OLMASI VE KURUMSALLAŞMADAKİ KATKISI

Serdar Ergün

Promotions

Strengthen the Perception of Institutionalism

There are many advertising tools for companies and promotions are one of them. What is remarkable about these products is their low cost and their contribution to institutionalization.

Teknoloji ve iletişimin zirvede olduğu günümüzde firmaların önceliği, sektördeki rakiplerinden ayrılma çabası olmuştur. Güçlü bir marka yönetimi ise bu çabanın başarıya ulaşmasındaki en büyük etkenlerden biridir. Bir firmanın pazarda güçlü konuma gelmesi için yapılan çalışmaların tümünü kapsayan marka yönetimi doğru yapılmadığı takdirde markanın, geniş kitlelere hitap etmesi imkânsıza yakın hâle gelir. Markaların ortaya çıkmasından itibaren başlayan bu yönetim süreci doğru kontrol edilirse; firmaların değerinin yükselmesini, geniş alanlara yayılmasını ve akıllarda kalmasını sağlayacaktır. Tüketici için de doğru ve bilgili bir satın alma olanağı oluşturan marka yönetimi, kurumların devamlılığına da katkı sunacaktır. Bulunduğu pazarda kendisine büyük pay hedefleyen markalar, tüketicisine ulaşmanın en etkili yolu olan reklamları da doğru kullanmalıdır. Pazarlama tekniklerinin başında gelen bu alan, kendi içerisinde de

Nowadays when technology and communication peak, the priority of companies has been to distinguish it from competitors in the sector. Strong brand management is one of the most important factors in the success of this effort. If brand management, which covers all the efforts to place a company in a strong position on the market is not done correctly, it becomes almost impossible for the brand to appeal to large masses. If this management process, which started with the emergence of brands, is controlled correctly it will increase the value of companies, enable them to cover comprehensive areas and make them memorable. Brand management, which provides an accurate and informed purchasing opportunity for the consumer, also contributes to the continuity of businesses. Brands that aim for a large share in their relevant markets should also use advertising, which is the most effective way to reach their consumers, correctly. This field, which is one of the leading marketing techniques, is divided into different branches. Companies that apply different advertising methods in order to stand out from among their competitors and be preferred have also prepared the ground for the establishment of new tools. These tools have

MALİYETİ DÜŞÜK OLAN PROMOSYON ÜRÜNLERİ SAYESİNDE BİRÇOK İNSANA TEMAS EDEREK MARKANIZA KATKI SAĞLAMIŞ OLURSUNUZ

farklı dallara ayrılır. Rakiplerinin arasından sıyrılıp tercih edilebilmek için farklı reklam yöntemlerine başvuran firmalar, yeni araçların oluşumuna da zemin hazırlamıştır. Bu araçlar son dönemde çok çeşitlenmiş ve sonrasında promosyon reklam ürünleri ortaya çıkmıştır.

Bilinirliği Yüksek Markalar Tercih Ediliyor

İş dünyası, her alanda rekabetin döndüğü bir ortamdır. Faaliyet gösteren binlerce firma, doğru hedef kitlesine ulaşabilmek için çeşitli çalışmalar yürütür. Reklamını doğru yapması da firmaların marka değerini yükseltmesi açısından hayli önemlidir. Çünkü üretilen bir ürün veya hizmetin pazarlanması için markanızın tüketici tarafından tanınması gerekir. Genellikle reklam kullanılarak oluşturulan marka bilinirliğindeki en önemli etken ise faaliyet gösterdiğiniz sektör temsilcileri tarafından da tanınıyor olmanızdır.

Bilinirliği yüksek olan ürünler, her zaman diğerlerine göre daha çok tercih edilir. Örneğin; üzerinde marka etiketi olmayan ürünler belirli bir fiyatın üzerinde satılamıyorken bazı markalar, etiketiyle birlikte çok yüksek ücretlere alıcı bulabilir. Güçlü markalar, bu yönüyle kendilerine ait bir imajla birlikte sadık bir tüketici kitlesine de sahiptir.

Modern yaşamın bu denli içinde olan markalar, hitap ettiği kitleyle bütünleşmek adına insana ait özellikleri de bünyesinde taşımalıdır. Bu nedenle özellikle güçlü markalar; ürün ve hizmet gamlarının yanı sıra tanıtım faaliyetlerinde de resmî, heyecanlı, yenilikçi, titiz, dağınık ve enerjik gibi karakter özelliklerini ön plana çıkarmaktadır. Bu durum; insanların arkadaş çevresini kendisiyle aynı özellikleri taşıyan kişiler-

You can contribute to your brand by contacting many people thanks to low cost promotional products

recently diversified to a great extent and subsequently promotional advertising products have emerged.

Well recognized brands are preferred

The business world is an environment where competition is around every corner. Thousands of companies operate in order to reach the right target group. Correct advertising is also very important in terms of increasing the brand value of companies. Your brand must be recognized by the consumer in order to market a produced product or service. The most important factor in brand awareness, which is usually created by advertising, is that you are also recognized by the sector representatives in which you operate.

den seçmesine benzetilebilir. Kısacası bir markanın müşterisine ulaşması ve sürdürülebilir başarısı, onun hedef kitlesini ne ölçüde yansıttığına bağlıdır. Bu da markanın gücünü ifade eder.

Marka Sadakati Oluşturun

Kalıcı olmak isteyen her işletme, hedef kitlesinin sadakatini kazanmalıdır. Bunun için tüketicisini iyi tanımalı, sadece satın alma öncesi değil sonrasında da kaliteli ve taleplere uygun hizmet vererek güvenilirliğini pekiştirmelidir. Rakiplerinden farklı özelliklerini ön plana çıkaran markaların, bu sadakati daha çabuk oluşturduğu rahatlıkla gözlemlenebilir. Firmaların oluşturduğu imajı kendisine yakın hisseden tüketici, olumlu tecrübeleriyle birlikte üreticiye sadık kalarak sürekli o markanın ürünlerini tercih etmektedir. Tüketiciler devamında, memnun olduğu markayı çevresine de önererek marka güvenilirliğine katkıda bulunmakta, firmalar da uyguladığı reklam stratejileri ile bunun zeminini sağlamlaştırmaktadır.

Hedef Kitlenize Kendinizi Doğru Anlatın

Öte yandan markanızın tüketici tarafındaki algısı da çok önemlidir. Çünkü bireyler, vereceği kararları çoğu kez zihnindeki algısına bırakır. Bu denli öneme sahip algıların, firmalar tarafından detaylı olarak irdelenmesi, başarıyı da beraberinde getirecektir. Tam da bu noktadan hareketle her firmanın markası için bir algı oluşturması gerekmektedir.

Tüketicilerin her aşamada markanızı izlemesi, onun hakkında bir algı oluşturmasını sağlamaktadır. Bu algılar da marka başarısıyla tamamen doğru orantılıdır. Bir markanın başarıya ulaşması için gerçekleştirilen çalışmaların tümüne "marka yönetim süreci" denir. Belirli bir ivme yakalamış her firmanın, başarılı bir marka yönetimi vardır. Öyle ki hedef kitlenize kendinizi ve ürünlerinizi doğru anlatamadığınız takdirde, dünyanın en kaliteli malzemesini dahi üretseniz pek bir anlamı olmaz. Bunun yanı sıra her kuruluş, rakiplerine karşı teknolojiye ayak uydurmalı ve sürekli kendisini yenilemelidir. Bu açıdan düşünüldüğünde, kendisini yenileyemeyen her markanın yerinde saymaya mahkûm olduğu söylenebilir.

Reklam dâhisi olarak anılan Leo Burnett'e göre

KALICI VE PROFESYONEL OLAN HER FİRMA, REKLAMA CİDDİ BÜTÇE AYIRARAK GÜNÜMÜZ DÜNYASININ BÜTÜN İMKÂNLARINI KURUMU İÇİN FIRSATA DÖNÜŞTÜRÜR

Products with high recognition are always more preferred than others. For example, some brands can find buyers for very high fees with their label, while products without a brand label cannot be sold above a certain price. With this aspect, strong brands have an image of their own along with a loyal consumer base.

Brands that are embedded in modern life at this level should also include human characteristics within themselves in order to integrate with the masses they address. Therefore, especially strong brands promote character features such as conventionality, excitement, innovation, fastidiousness, disorganization and energy in addition to their product and service ranges. This situation can be likened to the fact that people choose their circle of friends from people who share their characteristics. In short, a brand's reach to its customers and its sustainable success depends on the extent to which it reflects its target audience. This manifests the strength of the brand.

Establish Brand Loyalty

Every business that wants to be permanent has to gain the loyalty of its target audience. In order to do this, they should get to know their consumers well and strengthen their credibility by providing quality and appropriate service not only before but after the purchase. It is easy to observe that the brands that distinguish themselves from their competitors establish this loyalty more quickly. The consumer, who feels an affinity with the image established by a company, prefers the products of that brand with his positive experiences and remains loyal to the manufacturer. Consumers continue to contribute to brand reliability by recommending the brand that they are happy with to those in their environment, and companies reinforce the ground for this with their advertising strategies.

Explain yourself Correctly to your Target Audience

On the other hand, the perception of your brand on the consumer side is also very important. Individuals often leave decisions to the perception in their minds. A detailed examination of such perceptions by companies will bring success. Therefore, every company should establish a perception for its brand.

Consumers establish a perception about your brand by following it at every stage. These perceptions are directly proportional to the success of the brand. All the works carried out for the success of a brand is called the "brand management process". Every company that has achieved a certain momentum has a successful brand management. In fact, if you cannot present yourself and your products correctly to your target audience, it does not matter if you

Every permanent and professional company devotes serious budgets to advertisement and turn all opportunities of today's world into an opportunity for the company.

de sunulan ürünlerin reklamını gerçekleştirirken inandırıcılığınızı da kaybetmemeniz gerekmektedir. Ünlü reklamcı Burnett, bu durumu şöyle özetlemektedir: "Temel satış düşüncesi, içine girme ve işe yararlılık, elbette her zaman olduğu gibi önemli, ancak günümüzün reklamcılık anlayışında kendinizi fark ettirmez ve inandıramazsanız, hiçbir şey yapamazsınız."

Promosyon Reklam Ürünleri Öne Çıkıyor

Markanızı geliştirmek ve hedef kitlenize ulaşabilmek için kullanacağınız en önemli unsur olan reklamlar, gelişen dünya ile birlikte çok farklı boyutlara ulaştı. İnsanlar artık sıradanlaşmış reklam araçlarından sıkıldı. Herhangi bir ilan panosuna, gazeteye ve televizyona verilen reklamın elbette olumlu dönüşleri olacaktır; fakat bunlardan önce insanlara dokunabilen küçük promosyonlar şüphesiz daha etkilidir. Önemsendiğini görmek, insanın iyi hissetmesini sağlar. Aynı zamanda maliyeti düşük olan bu promosyon ürünleri sayesinde birçok insana temas ederek markanıza katkı sağlamış olursunuz. Bir ana yolda bulunan reklam panosunu, gün içinde binlerce kişi okuyabilir ama gün bitiminde çok az insanın aklında kalır. Buna karşılık müşterinin kahve içtiği bardakta, yazı yazdığı kalemde, saatinde, ajandasında veya takviminde sürekli firmanızın bilgilerini görmesi; akılda kalması yönünden de bambaşka bir öneme sahiptir.

produce the best quality materials in the world. Furthermore, every organization must keep pace with technology and constantly renew itself against its competitors. From this perspective, it can be said that any brand that cannot renew itself is doomed to go nowhere fast.
According to Leo Burnett, also known as an advertising genius, you should not lose your credibility when advertising the products offered. The renown advertiser Burnett sums it up as follows: "The idea of basic sales, getting involved and usefulness are, of course, as important as ever, however if you can't make yourself stand out and convince yourself within the framework of current advertising, you can't do anything."

Promotional Advertising Products Stand Out

As the most important element that you will use to develop your brand and reach your target audience, advertisements have reached many different dimensions with the developing world. People are bored with ordinary advertising tools. Advertising on any billboard, newspaper and television will of course have positive returns; however small promotions that can reach out to people before them are undoubtedly more effective. People feel good when they see that they are cared about. At the same time, you can contribute to your brand by contacting many people with these low cost promotional products. Thousands of people can read the billboard on a main road, but very few people will

With light and portable promotion options, it may be possible to reach more customers in a short period of time

MARKAYA UZUN VADEDE SADAKAT SAĞLAMAK İÇİN DÖNEME VE MEVSİME UYGUN PROMOSYON ALTERNATİFLERİNİ TERCİH ETMEK SON DERECE ÖNEMLİ

Kaliteli Promosyonlar Kullanılmalı

Firmanız için kullanacağınız bu promosyon ürünleri, dağıtımı gerçekleştirildikten sonra reklam niteliği taşıyarak markanızı temsil etmektedir. Bu açıdan da bakıldığında kaliteli ürünleri tercih etmeniz hem ürünün kullanım süresini uzatacak hem de akıllarda kaliteli bir marka olduğunuz imajını oluşturacaktır. Promosyonlarınızı yaptırmadan numuneleri iyi incelemeniz ve maksimum fayda sağlayacak ürünleri tercih etmeniz isabetli bir karar olacaktır.

Profesyoneller Kullanıyor

Firmanın profesyonel bir imaja sahip olması, akıllarda pozitif bir algı oluşturmasını sağlar. Kalıcı ve profesyonel olan her firma, reklama ciddi bütçe ayırarak günümüz dünyasının bütün imkânlarını kurumu için fırsata dönüştürür. Bu kuruluşların promosyon reklam ürünlerini de aynı şekilde kullandığı söylenebilir. Kurumsallaşma; firma devamlılığının kişilere bağlı olmadan oluşturulmasıdır denir. Bu yapının oluşturulmasındaki temel amaç, markaların kalıcılığının sağlanmasıdır. İş yaşamına profesyonel olarak devam eden kuruluşlar, kurumsallığı hedefler. Konu ile bağdaştıracak olursak kurumsal firmaların promosyonlarına ağırlık verdiği de gözlemlenmektedir. Bu kapsamda promosyonların kurumsallıkla olan ilişkisinden de rahatlıkla söz edilebilir.

remember it at the end of the day. On the other hand, in terms of being memorable, the mindset of the customer who constantly sees your company's information on the mug he uses for drinking coffee, the pen that he writes with, his watch, diary or calendar is in a different league altogether.

Use Quality Promotions

These promotional products that you will use for your company, will represent your brand and advertise you after they have been distributed. Therefore, choosing a quality product will both prolong the use of the product and establish the image of a quality brand in the minds. It is a good decision to examine promotion samples well beforehand and choose the products that will give you maximum benefits.

Professionals Use Them

Having a professional image enables a company to establish a positive perception in the minds. Every permanent and professional company devotes a serious budget to advertising and turns all opportunities in today's world into an opportunity for the organization. It can be said that these organizations use promotional advertising products in the same way. Ensuring the continuity of a company without dependency on individuals is called institutionalization. The main reason for establishing this structure is to ensure the permanence of brands. Organizations that continue their business lives professionally, aim to establish institutionalism. If we reconcile with the issue, it is noted that corporate companies focus on promotions. In this context, the relationship between promotions and institutionalism is readily asserted.

In order to bring brand loyalty in the long run, it is of utmost importance to choose from promotion alternatives that comply with the period and season

Yaratıcılığın Doğru Kullanımı

Yaratıcılığın doğru kullanılması sayesinde daha az harcama ile daha fazla satış yapılabilir. Doğru kullanılan yaratıcılık, söylediğinizi yavanlıktan kurtaracak; onu daha geçerli, daha inandırıcı ve daha ikna edici kılacaktır.
Bill Bernbach

Correct Use of Creativity

With the correct use of creativity, more sales can be made with less expenditure. Correctly used creativity will spare your message from being a platitude and make it more valid, more convincing and more persuasive.
Bill Bernbach

İletişim Dünyası İçin Promosyon

Promotion for Communication World

Promosyon, iletişim dünyası içerisinde kurumsallığın, vizyonun ve karakterin bir çıktısıdır

Adem Dönmez
Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK) Kurumsal İletişim Direktörü
Foreign Economic Relations Board (DEİK) Corporate Communications Director

Promosyon kavramını doğru algılamanın önceliğimiz olması gerektiği kanaatindeyim. Çünkü promosyonu, sadece müşteri adaylarına kendimizi tanıtma veya bir pazarlama aracı olarak düşünürsek yeteri kadar derine inememiş oluruz.

Promosyonda asıl önemli olan insana ne verdiğinizden çok söz konusu ürünle karşınızdaki insana ne hissettirebildiğiniz ve algıyı nasıl doğru konumlandırabildiğinizdir. Bu da konunun üzerine çok düşünülüp en doğru kararı vererek hareket edilmesini gerektirir.

Maddi olarak bir değeri olsa dahi üstünkörü seçilmiş ve karşımızdaki insanda bir etki bırakamayacak promosyon ürünleri, üzerimizde negatif etki oluşturacaktır. Promosyon; iletişim dünyası içerisinde kurumsallığın, vizyonun ve karakterin bir çıktısıdır. Ancak doğru planlanmış ve yeterince emek sarf edilmiş promosyonlar, kalıcı etkiler bırakabilir.

Bir promosyon ürününü seçerken özellikle dikkat etmemiz gereken iki soru var.
"Neyi hedefliyorum?", "Kendimi doğru anlatabilecek miyim?" Bu soruların cevabını bulabildiğimizde doğru promosyonu yapabileceğimizi düşünebiliriz.

Biz kurum olarak promosyona önem veriyoruz ve bu bağlamda çeşitli çalışmalar yürütüyoruz. Özellikle aramızdaki etkileşimi artırıcı, samimiyeti güçlendirici ve zamana meydan okuyabilecek kalıcı paylaşımlar yapmayı hedefliyoruz.

Promotion is an output of institutionalism, vision and character in the world of communication

I believe that the correct perception of the concept of promotion should be our priority. Because if we think of promotion only as a tool that introducing ourselves to prospective customers or as a marketing tool, we will not be able to go deep enough.

The most important thing in the promotion is what you can make feel to person against you and how you can position the perception correctly rather than what you give to the person. This requires to be acted with the rightest decision by thinking a lot on the subject.

Even if it has a material value, promotional items that are randomly selected and cannot have an impact on against us will have a negative effect on us. Promotion is an output of institutionalism, vision and character in the world of communication. However, promotions that properly planned and adequately worked can leave lasting impacts.

There are two questions to consider especially when choosing a promotional product. "What am I aiming for?", "Will I be able to tell myself correctly?" When we can find the answers to these questions, we can think that we can make the right promotion.

As an institution, we attach importance to promotion and carry out various activities in this context. In particular, we aim to make permanent shares that increase the interaction between us, strengthen sincerity and can challenge time.

Wall and table calendars, which include the rarest works of our calligraphy collection, are our main promotional products.

Burak Yedek
Albaraka Türk İletişim ve Marka Yönetimi Müdürü
Albaraka Türk Communications and Media Management Manager

Promosyonların, Kurumumuza Katacağı Değeri Önemsiyoruz

We Care About the Value that Promotions Will Add to Our Institution

Ana promosyon ürünlerimizi, hat koleksiyonumuzun en nadide eserlerini içeren duvar ve masa takvimleri oluşturuyor

Ülkemizde ve dünyada promosyon, firmaların hem mevcut hem de potansiyel müşterilerine kendini ifade etmesi, ürünlerini tanıtması ve pazarlaması amacıyla kullanılan bir tanıtım aracıdır. Bu nedenle bizim tercih ettiğimiz promosyon ürünler, hayatın her anında müşterilerimizle birlikte olan ve varlığımızı yanlarında hissetmelerini sağlayacak niteliktedir. Banka olarak günlük hayatta sıkça kullanılan ve sürekli elimizin altında bulunan ürünleri tercih ediyoruz. Aynı zamanda bunların kaliteli ve kullanışlı olmasını, hediyenin geniş zaman diliminde sahibi ile birlikte kalabilmesini ve onlara bankamızı hatırlatmasını önemsiyoruz. Söz konusu ürünün hem maliyet açısından optimal noktada olmasını istiyoruz hem promosyon kalitesinden ödün vermiyoruz. Çünkü bu ürünlerin, kurumumuza katacağı değeri önemsiyoruz. Ayrıca mekânların görsel dekorunda kullanılan hat eserleri ve türev ürünleriyle de piyasada farklılaşmayı hedefliyoruz. Tüm bu bilgiler ışığında ana promosyon ürünlerimizi, hat koleksiyonumuzun en nadide eserlerini içeren duvar ve masa takvimlerimiz oluşturuyor. Dönemsel olarak hat tablosu, kalem, kalem setleri, duvar saati, çanta, kulaklık, küp bloknot, anahtarlık, USB, defter ve prestij kitaplarımız da kullandığımız promosyon ürünlerin arasında yer alıyor.

In our country and in the world, promotion is a promotional tool used by companies to express themselves to their current and potential customers, promote its products and to market them. For this reason, our preferred promotional products are together with our customers at every moment of life and has the feature that will enable our customers to feel our presence. As a bank, we prefer products that are frequently used in daily life and are always at hand. At the same time, we care about its quality and usefulness, to be with the gift holder in the widest possible time frame and to remind them of our bank. We both want the product to be at an optimal point in terms of cost and do not compromise on the quality of the promotion. Because we care about the value that these products will add to our organization. We also aim to differentiate in the market with calligraphy works and derivative products used in the visual decor of the places. In the light of all this information, wall and table calendars, which include the rarest works of our calligraphy collection, are our main promotional products. Calligraphy painting, pen, pen sets, wall clock, bag, headphones, cube notepads, keychains, USB, notebooks and prestige books are among the promotional products that we use from time to time.

Promosyonlarımızda Kaliteye Dikkat Ediyoruz

We pay attention to quality in our promotions

Müşterilerimizin hayatını kolaylaştıracak ve ilgilerini çekebilecek cazip ve kullanışlı ürünler seçmeye özen gösteriyoruz

Cansu Kekeç Saatçioğlu
Fuzul Grup Kurumsal İletişim Yönetmeni
Fuzul Group Corporate Communications Director

Müşterilerimiz ile bağ kurmak ve hedef kitlemize kendimizi daha iyi tanıtabilmek için promosyon kullanımına oldukça fazla önem veriyoruz ve bu konuda çok hassas davranıyoruz. Müşterilerimizin hayatını kolaylaştıracak ve ilgilerini çekebilecek cazip ve kullanışlı ürünler seçmeye özen gösteriyoruz. Ayrıca çözüm ortaklarımız için de özel günlerde onların yanında olduğumuzu hissettirmek adına o günün anlam ve önemini anımsatacak özel tasarımlı hediyeler yaptırıyoruz.

FuzulEv olarak promosyonda çok geniş ürün çeşidi kullanıyoruz. Kalem, ajanda, bloknot, takvim, saat, başucu sürahileri, usb bellek, powerbank, bardak altlığı, mouse pad ve anahtarlık gibi birçok ürünümüzün yanı sıra çocuklar için özel boya kitapları ve dergiler hazırlıyoruz. Özel etkinliklerimiz şehir dışında bir alanda yapılıyorsa o bölgeye özel ürünler yaptırıyoruz. Bu ürünlere bakır pano, şapka, sürahi ve bileklik gibi ürünleri örnek gösterebilirim.

Promosyonlarımızda en çok dikkat ettiğimiz konu kalitedir. Kullanıcıya sıkıntı yaşatmadan uzun süre kullanacağı ve memnun kalacağı ürünler seçmeyi ilk hedefimiz olarak görüyoruz ve üretici firmamızı buna göre seçiyoruz.

We take care to choose attractive and useful products that will make our customers' lives easier and more interesting.

We attach great importance to the use of promotions in order to connect with our customers and to introduce ourselves better to our target audience and we are very sensitive about this issue. We take care to choose attractive and useful products that will make our customers' lives easier and more interesting. We also make special design gifts for our solution partners to remind us of the meaning and importance of that day in order to make us feel that we are with them on special days.

As FuzulEv, we use a wide range of products in promotion. We prepare special paint books and magazines for children, as well as pencil, calendar, notepad, calendar, clock, bedside jugs, usb memory, powerbank, coaster, mouse pad and keychain. If our special events are held in an area outside the city, we have special products made for that region. I can give example such as Copper panels, hats, pitchers and bracelets to these products.

The most important issue in our promotions is quality. We consider choosing our products as the first target to use and stay satisfied for a long time without inconvenience to the user and we choose our manufacturer accordingly.

ArınPromosyon®

SANAYİ TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ

HAYALDEN ÇOK GERÇEĞİ YANSITIR

KALEMLER

ANAHTARLIKLAR

TEKSTİL ÜRÜNLER

ÇAKMAKLAR

TEKNOLOJİK ÜRÜNLER

TERMOS/KUPA ÜRÜNLERİ

www.arinpromosyon.com.tr info@arinpromosyon.com.tr

tel: 0212 659 29 46-47 fax: 0212 659 29 77

Tekstilkent Tic. Merk. Oruçreis Mah. Tekstilkent Cad.
Blok No: B15 Kapı No: 25-26 Esenler / İSTANBUL

PSI Fuarı, Promosyon Ürünlerinin Dünyadaki Sesi Oluyor

PSI Fair, the Voice of Promotion Products in the World

Röportaj: Gültuğ Erdöl

İsmail Sezen
ISTexpo Fuar Yönetimi ve Hizmetleri Genel Müdürü
General Manager of Istexpo Fair Management and Services

Promosyon sektörünün en kapsamlı fuarlarından biri olan PSI Uluslararası Promosyon Ürünleri Fuarını, hakkında tüm merak edilenleri ISTexpo Fuar Yönetimi ve Hizmetleri Genel Müdürü İsmail Sezen ile konuştuk.

PSI Uluslararası Promosyon Ürünleri Fuarı bu yıl 7-9 Ocak 2020'de Almanya Düsseldorf'ta gerçekleştirilecek. Avrupa'nın en büyük promosyon ürünleri fuarı olarak anılan bu etkinlik ne kadar zamandır devam etmekte? Fuarın tarihçesi ve niteliğinden bahseder misiniz?

PSI (Promotional Product Service Institute), 1960 yılında kurulmuştur. Kendisini Avrupa promosyon ürünleri endüstrisinin organizatörü ve dünyadaki sesi olarak gören kuruluş, tüm dünyada yaklaşık 8 bin profesyonel üyesi bulunan ve söz konusu alandaki uluslararası mecrada büyük başarı gösteren en önemli promosyon derneklerindendir. Derneğin her yıl Düsseldorf'da organize ettiği PSI Uluslararası Promosyon Ürünleri Fuarı da promosyon sektörüne yönelik yüzbinlerce ürünü aynı çatı altında toplamaktadır. Bu yıl 58'inci kez kapılarını açacak olan fuar, 7-9 Ocak 2020'de yerli ve yabancı tüm promosyon ürünleri üreticileri ile ziyaretçilerini bekliyor olacak.

PSI, Avrupa promosyon ürünleri endüstrisinin organizatörü ve dünyadaki sesi olarak yaklaşık 8 bin profesyonel üyesi ile hizmet vermektedir

Geçtiğimiz yıl 925 katılımcı ve 17 bin 342 profesyonel ziyaretçiyi ağırlayan PSI Fuarı oldukça büyük bir katılımcı ağına sahip. Etkinliğin Türk promosyon sektörüne katkıları hakkında neler söylersiniz?

Türk promosyon sektörü, yurt dışındaki promosyon pazarı ve ürün ağı açısından çok avantajlı bir konuma ulaşmıştır. PSI Fuarı da bu anlamda gerek ülkemiz üreticilerine gerek ise Avrupalı tedarikçilere önemli bir

We spoke with Ismail Sezen, General Manager of ISTexpo Fair Management and Services, about PSI International Promotional Products Fair, which is one of the most comprehensive fairs in the promotion sector, and all the curious about it.

PSI International Promotion Products Fair will be held this year on 7-9 January 2020 in Düsseldorf, Germany. How long has this event, which known as the biggest promotional products fair in Europe, continued? Could you tell us about the history and quality of the fair?

PSI (Promotional Product Service Institute) was founded in 1960. The organization, which sees itself as the organizer of the European

As the organizer of the European promotion products industry and the voice of the world, PSI serves with about 8.000 professional members

PSI fuarı gerek ülkemiz üreticilerine gerek ise Avrupalı tedarikçilere önemli bir network ve bağlantı ağı sunmaktadır

network ve bağlantı ağı sunmaya devam etmektedir. Nitekim son dört yıldaki dış satışımıza bakıldığında, Avrupa'ya olan ihracatımızın yüzde 70 oranında artış gösterdiğini görmekteyiz. Bunda hiç şüphesiz Türk promosyon sektörünün, ithalata getirilen kısıtlamanın ardından yerli üretim ve istihdamı arttırması etkili olmuştur. Ancak esas hedef, firmaların butik üretimle dünya piyasalarına daha çok ihracat yapmalarıdır. Yaklaşan yeni yılla birlikte mikro ölçekli kurumlardan, küresel şirketlere kadar pek çok işletme, bütçelerinin önemli bir bölümünü promosyon ürünlerine ayırmaya başladı. Yıllık gelirinin ortalama yüzde 5'ini promosyon malzemelerine ayıran kurumlar, bu oranın yüzde 30'unu yani 6 milyar TL'sini kasım ve aralık aylarında harcıyor. Türkiye'de promosyon sektörü yıllık 20 milyar TL'lik bir büyüklüğe sahip. Modern zamanın en etkili tanıtım araçlarından olan promosyon ürünleri, firmalar tarafından özellikle potansiyel müşterilerin dikkatini çekmek, mevcut ürünleri pazarlamak ve tüketici sadakati yaratmak amacıyla kullanılıyor. Promosyon sektörü, dijitalleşmenin her alanı istila ettiği bu çağda bile yenilmeyerek, 20 milyar TL'lik büyüklüğe ulaşırken, sektörün ihracatı da yaklaşık 2 milyar euro olarak gerçekleşti. PSI Fuarı'nın, bu ihracat rakamının arttırılmasında ve Türk firmalarının mevcut hedeflerini gerçekleştirmelerindeki rolünün çok büyük olduğunu düşünüyorum.

PSI fair offers an important network and connection network to both Turkish manufacturers and European suppliers

promotional products industry and the voice of the world, is one of the most important promotion associations with approximately 8.000 professional members all over the world and has achieved great success in the international arena in this field. The PSI International Promotional products fair, organized by the Association in Düsseldorf every year, brings together hundreds of thousands of products for the promotion sector under the same roof. The fair, which will open its doors for the 58th time this year, will be waiting on January 7-9, 2020 for all domestic and foreign promotional product manufacturers and visitors.

The PSI Fair, which hosted 925 exhibitors and 17.342 professional visitors last year, has a large network of exhibitors. What would you say about the contribution of the event to the Turkish promotion sector?

The Turkish promotion sector has reached a very advantageous position in terms of the promotion market and product network abroad. In this sense, PSI fair continues to offer an important network and connection network to both Turkish manufacturers and European suppliers. As a matter of fact, when we look at our foreign sales in the last four years, we see that our exports to Europe have increased by 70 percent. Undoubtedly, to increase in domestic production and employment of the Turkish promotion sector following the restriction on imports has been effective in this. However, the main target is to make more exports to world markets of firms with boutique production. With the coming new year, many business budgets, from micro-scale corporations to global corporations, began to devote a significant portion of their budget to promotion products. Institutions that devote 5 percent of their annual revenue to promotional materials spend 30 percent of this rate, ie 6 billion TL, in November and December. Promotion sector in Turkey has a size of 20 billion TL annually. Promotion products, which are among the most effective publicity tools of modern times, are used by companies to attract the attention of potential customers, to market

The only condition for Turkish companies to participate in PSI fair is to become a member of PSI Association. During the fair, our sales team provides all kinds of support to our exhibitors

Türk firmalarının PSI Fuarı'na katılmalarının tek şartı, PSI Derneğine üye olmalarıdır. Fuar boyunca satış ekibimiz, katılımcılarımıza her türlü desteği sunmaktadır

Fuara, Türk firmalarının katılımı ne ölçüde gerçekleşiyor? Mevcut sayıyı yeterli buluyor musunuz?

Geçtiğimiz yıl PSI Fuarı'na Türkiye'den 45 lider firma katılım gösterdi. Önümüzdeki yıl için ise şu an itibarıyla 25 Türk firması daha katılımlarını onaylamış durumda. Dolayısıyla 22 bin metrekare sergileme alanındaki toplam katılımcı sayımız 70'e çıkmış hâlde. Ayrıca tekstil, dekorasyon hizmetleri, spor ve iş kıyafetleri ürün gruplarını barındıran PromoTex Expo da aynı alanda PSI Fuarı'yla paralel olarak 13'üncü holde düzenleniyor. Her geçen sene ülkemizden Avrupa promosyon pazarına dahil ettiğimiz Türk katılımcı sayısı ve fuardaki alanımız genişlemeye devam ediyor. Bunda hem Türk promosyon sektörünün büyümesinin hem de PSI için belirlenen bireysel katılım teşvik rakamının büyük bir rolü var.

Her yıl düzenlenen fuar için katılım şartları nelerdir? Fuarın katılımcı profili ne tarz ürünlerin üreticilerinden oluşuyor?

Türk firmalarının PSI Fuarı'na katılmalarının tek şartı, PSI Derneği'ne üye olmalarıdır. Fuar öncesi, esnası ve sonrasında satış ekibimiz katılımcılarımıza her türlü desteği sunmaktadır. PSI Fuarı'nın katılımcı profili; kurumsal promosyon ürünler, özel tasarım ürünleri, tekstil promosyon ürünleri , yüzey ve birleştirme teknolojileri , porselen, cam, metal, ahşap, deri ürünler , elektronik eşyalar, kırtasiye ve kağıt ürünleri, hediyelik eşyalar, kozmetik ürünler ve medikal promosyon ürünleri üreticilerinden oluşmaktadır.

existing products and to create consumer loyalty. Even though the promotion sector has not been defeated even in this age where digitalization has invaded every field, it has reached a size of 20 billion TL and the export of the sector has been realized as 2 billion euros. I think that PSI fair has a great role in increasing this export figure and in achieving the current targets of Turkish companies.

To what extent are Turkish companies participating in the Fair? Do you find the current number sufficient?

Last year, 45 leading companies from Turkey attended the PSI fair. As of now, 25 Turkish companies have approved their participation for the coming year. Therefore, our total number of exhibitors in the exhibition area of 22 thousand square meters has increased to 70. In addition, PromoTex Expo, which

Yıllık gelirinin ortalama yüzde 5'ini promosyon malzemelerine ayıran kurumlar, bu oranın yüzde 30'unu kasım ve aralık aylarında harcıyor

ISTexpo olarak tam on bir yıldır yurt içi ve yurt dışında düzenlediğiniz uluslararası fuarlar ile markaların doğru bağlantılar kurmasına vesile oluyorsunuz. Fuarcılık deneyimlerinizden hareketle, promosyon sektöründeki markaların doğru tanıtımı gerçekleştirebilmesi için neler önerirsiniz?
Promosyon sektöründeki firmalar giderek zorlaşan rekabet koşulları içerisinde bir yandan yeni ve kaliteli ürünler geliştirmek, bir yandan rakiplerini takip etmek, bir yandan da mevcut ve potansiyel müşterilerine ulaşarak onların düşünce, istek ve beklentilerini belirlemeye çalışmak durumundadır. Fuara katılım öncesi geçirilen süreç, firmaların marka tanıtımları için büyük önem taşımaktadır. Bu süreçte firmalar marka tanıtımlarını nasıl yapacaklarını, hedef müşteri kitlesine ürünlerini nasıl ulaştıracaklarını ve fuarda yer alacak diğer rakip firmaları tanıma maddelerini çok iyi planlamalıdır. İhtisas fuarları, pazarlama araştırmalarının gerçekleştirilmesi için önemli fırsatlar sunmaktadır. Örneğin, eğer katılımcı firma yeni bir ürün ya da hizmeti pazara sunmayı düşünüyorsa, katıldığı ihtisas fuarındaki ziyaretçiler üzerinden çalışmalar yürüterek, fiyatlama ve dağıtım gibi konular hakkına fikir geliştirebilmekte, ürünün sahip olması gereken temel özellik ve faydalar ayrıca kalite standartları hakkında bilgi toplayabilmektedir. Katılımcı firmalar, fuar alanında iyi eğitilmiş stant personeli, aktif ve başarılı fuar öncesi ve fuar sırası tanıtım çalışmaları, destek faaliyetleri, dikkat çekici bir stant dizaynı ve özenle yürütülen fuar sonrası çalışmaları sayesinde rakiplerinden daha başarılı bir konuma geçebilmektedir. Bu düzen içinde kullanılan mobilyalar, dekorasyon malzemeleri, renkler, afişler, broşürler gibi diğer tanıtım materyalleri de firmaların öne çıkmasına katkıda bulunmaktadır.

hosts textile, decoration services, sports and work clothing product groups, is held in the 13th hall in parallel with PSI fair in the same area. The number of Turkish exhibitors that we have added to the European promotion market from our country every year and our field in the fair continues to expand. Both the growth of the Turkish promotion sector and the individual participation incentive figure set for PSI play a major role in this.

What are the conditions of participation for the fair that held in every year? What kind of products does the exhibitor's profile produce?
The only condition for Turkish companies to participate in PSI fair is to become a member of PSI Association. Our sales team provides all kinds of support to our exhibitors before, during and after the fair. The participant profile of the PSI fair consists of corporate promotion products, custom design products, textile promotion products, surface and assembling technologies, porcelain, glass, metal, wood, leather products, electronic goods, stationery and paper products, gift items, cosmetic products and medical promotional products manufacturers.

As ISTexpo, you have been contributing to establish the right connections with the international fairs you have organized in Turkey and abroad for eleven years. Based on your experience in the fair, what do you recommend for the publicity of the brands in the promotion sector?
The companies in the promotion sector, on the one hand, have to develop new and high quality products, follow their competitors, and on the other hand try to determine their thoughts, wishes and expectations by reaching their existing and potential customers in increasingly difficult competitive conditions. The process before the fair has great importance for the brand publicity of the companies. In this process, companies should plan how to publicize their brand, how to deliver their products to their target customers and to recognize the other competing companies in the fair. Specialized fairs provide important opportunities for marketing research.
For example, if the exhibitor intends to introduce a new product or service to the market, he / she can work on the visitors at the specialized fair to develop ideas about pricing and distribution, and to be able to gather information about the basic features and benefits that the product should have and also quality standards. Exhibitor companies can become more successful than their competitors by means of their well-trained stand staff, active and successful pre-fair and in-line publicity activities, support activities, a remarkable stand design and carefully conducted post-fair activities. Other publicity materials such as furniture, decoration materials, colors, posters, brochures used in this order also contribute to the prominence of companies.

ilpen

www.ilpenpromotion.com

30 years of experience | 5000m² production facility | Over 3000 product range | High stock quantities | TOBB 100 Turkey's of fastest growing 100 companies

ILPEN was founded in 1989 in Istanbul, the heart of the Turkish economy. Our company with the principle of continuous self-development since it has established, is continuing it's activities with 4000 square meter closed area, more than 100 staff and 9 plastic enjections.

CMYK

Our company has pad printing, silk screen, laser engraving, UV printing and blind embossing services which is the largest capacity printing facility in promotional sector in Turkey. We can offer you %100 customization service.

Our company is one of the leading companies of the sector in Turkey. With customer satisfaction, quality products, reasonable price and fast delivery. To ensure shorter delivery times we always keep certain quantities of each product in stock.

ilpen

www.ilpenpromotion.com

Select your favorite model amongst our models, design it in your favorite. Colors and let us produce it. Please don't hesitate to contact us for your further inquiries.

Quality starts from the design of the product for us and covers the whole process. The whole production process can be monitored from beginning to end with barcode system.

Environment is a priority for us and and this why we are using respectful materials and offering eco friendly products to raise awareness.

PSI

PROMASIAD

Kredi, İman ve Faiz

Credit, Faith and Interest

What we need to do is not to borrow with interest because of our faith, and to stick to the debt by knowing that losing confidence is equivalent to losing life

Mehmet Cebeci
İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, İslam Ekonomisi ve Uluslararası Finans Ana Bilim Dalı Doktorantı, PROMASİAD Yönetim Kurulu Üyesi
Istanbul Sabahattin Zaim University, Islamic Economics and International Finance PhD Candidate, PROMASIAD Board Member

BİZE DÜŞEN, İMANIMIZ GEREĞİ FAİZLE BORÇLANMAMAK VE GÜVENİ KAYBETMENİN YAŞAMI KAYBETMEYE EŞ DEĞER OLDUĞUNU BİLEREK ALINAN BORCA SADIK KALMAKTIR

Kredi kelimesinin, Türk Dil Kurumuna göre "borç ödemede güvenilir olma durumu", "ödünç alınan veya verilen mal, para" ve "güven, saygınlık, itibar" olmak üzere üç tanımı bulunuyor.

Bu kavram; dilimize Fransızca "crédit" kelimesinden, Fransızca'ya İtalyanca "credito", İtalyanca'ya ise Latince "creditum" kelimesinden gelmiştir ve hepsi aynı anlamı taşımaktadır. "Creditum"un kökenine baktığımızda 1200'lü yıllarda Latince "credo"dan evrildiğini görüyoruz. "Credo" ise kelime manası itibarıyla iman demektir. Hristiyan Katolik inancına temel olan Apostles ve Nicene inancı, bugün dahi iman manasında kullanılmaktadır.

Etimoloji Başka Bir Şey Söylüyor

Günümüzde ise kredi kelimesi neredeyse banka ile eş değer olarak görülüyor. Toplum içine karışıp bir sosyal deney yapsak ve "kredi nedir, nerede bulunur?" desek, herhâlde büyük bir bölüm bankada diyecektir. Oysa yukarıda belirttiğimiz gibi etimoloji bize başka bir şeyler anlatmaya çalışıyor.

Etimolojik sözlük bize, imanı olan bir insanın/kurumun itibarlı, kredilendirilebilir yani borç verilebilir olduğunu anlatıyor. Peki, "İmanı olan bir insanın faizle borçlanmak için bankada ne işi var?" Sorum radikal mi geldi? Gelin vahiy temelli semavi üç dinin faize bakışını beraberce irdeleyelim.

According to the Turkish Language Institution, the word credit has three definitions: "trustworthiness in debt repayment", "goods, money borrowed or given", and "trust, respectability and reputation".

This concept comes from the French word "credit" to our language, from Italian "credito" to French, from Latin "creditum" to Italian, and they all have the same meaning. When we look at the origins of "Creditum", we see that it evolved from Latin "credo" in the 1200s. "Credo" means faith in its meaning. The Apostles and Nicene beliefs, which are the basis of Christian Catholic belief, are still used in the sense of faith even today.

ETİMOLOJİK SÖZLÜK BİZE, İMANI OLAN BİR İNSANIN/ KURUMUN İTİBARLI, KREDİLENDİRİLEBİLİR YANİ BORÇ VERİLEBİLİR OLDUĞUNU ANLATIYOR

Üç Semavi Dinde Faiz

Yahudilik, Hristiyanlık ve İslamiyet; para veya malın, fazlasıyla tahsil edilmek üzere borç verilme eylemini yasaklamıştır.

Tevrat, Tesniye, 23/19 ve İbranice Kitab-ı Mukaddes'te 23/20 "Para faizi olsun, zahire faizi olsun yahut ödünç verilen her şeyin faizi olsun, faizle ödünç vermeyeceksin" emri açıkça yer almaktadır.

İsa dağdaki vaazında şöyle der: "Sizden bir şey dileyene verin, sizden ödünç isteyeni geri çevirmeyin." (Matta 5:42)

306 yılında Elvira'da kurulan kilise meclisi bu işi bir karara bağlamayı istemiş ve hükmünü vermiş: "Faiz alan kişi günahından dolayı af dilerse ve faizciliği bırakırsa affedilecektir. Eğer bu şeytan işine devam ederse aforoz edilecektir." (Madde 20) (2).

Kuran-ı Kerim'de faiz farklı ayetlerde yer buluyor. Biz burada iki tanesine yer verelim: "Faiz yiyenler ancak şeytan çarpmış olanın kalkışı gibi kalkarlar. Bu onların 'Alım satım da ancak faiz gibidir.' demelerinden dolayıdır. Oysa Allah alışverişi helal, faizi haram kılmıştır. Kime Rabbinden bir öğüt gelir de faize bir son verirse, artık geçmişi kendisine, işi de Allah'a aittir. Kim faize geri dönerse artık onlar ateşin halkıdır, orada sürekli kalacaklardır. Allah, faizi yok eder de sadakaları arttırır. Allah, günahkâr kâfirlerin hiçbirini sevmez." (Bakara 275-276)

"Ey iman edenler, Allah'tan sakının ve eğer inanmışsanız faizden arta kalanı bırakın. Şayet böyle yapmazsanız, Allah'a ve Resulü'ne karşı savaş açtığınızı bilin. Eğer tövbe ederseniz artık sermayeleriniz sizindir. Böylece ne zulmetmiş olursunuz, ne zulme uğratılmış olursunuz." (Bakara 278-279)

Bir öleni geri getiremezsiniz bir de kaybolan güveni demiş atalarımız. Bize düşen, imanımız gereği faizle borçlanmamak ve güveni kaybetmenin yaşamı kaybetmeye eş değer olduğunu bilerek alınan borca sadık kalmaktır.

Etymology Says Another Thing

Today, the word credit is seen as almost equivalent to the bank. If we intervene in society and do a social experiment and say, "What is credit, where is it?,, Most of them will say that it is in the bank. However, as mentioned above, etymology tries to tell us something else.

The etymological dictionary tells us that a person / institution with faith is reputable, creditable, that is loanable. So, "what is a person with faith doing in the bank to borrow with interest?" Did my question sound radical? Let us examine together the view of interest of the three religions based on revelation.

Interest in Three Heavenly Religions
Judaism, Christianity and Islam prohibits the lending of money or goods for excessive collection.

The Torah, Deuteronomy, 23/19 and 23/20 in the Hebrew Bible clearly state that you will not lend with interest, whether it be money interest, interest for grain or interest for all that is loaned.
In his sermon on the mountain, Jesus says, "Give it to anyone who asks for something, and do not turn down whoever asks for it. " (Matthew 5:42)

The church council in Elvira, which was founded in 306, wanted to conclude this decision and decided: "If the person who receives interest begs for forgiveness for his sin and quits interest, he will be forgiven. If this devil continues his work he will be excommunicated. (Article 20) (2).

Interest in the Quran takes place in different verses. Let us include two of them here: Those who consume interest cannot stand [on the Day of Resurrection] except as one stands who is being beaten by Satan into insanity. That is because they say, "Trade is [just] like interest." But Allah has permitted trade and has forbidden interest. So whoever has received an admonition from his Lord and desists may have what is past, and his affair rests with Allah . But whoever returns to [dealing in interest or usury] - those are the companions of the Fire; they will abide eternally therein. Allah destroys interest and gives increase for charities. And Allah does not like every sinning disbeliever. (Al Baqarah 275-276)

"O you who have believed, fear Allah and give up what remains [due to you] of interest, if you should be believers. And if you do not, then be informed of a war [against you] from Allah and His Messenger. But if you repent, you may have your principal - [thus] you do no wrong, nor are you wronged." (Al Baqarah 278-279)

One you can not bring back the deceased, and also the lost trust said our ancestors. What we need to do is not to borrow with interest because of our faith, and to stick to the debt by knowing that losing confidence is equivalent to losing life

The etymological dictionary tells us that a person / institution with faith is reputable, creditable, that is loanable

DEONET HOLLANDA SATIŞ DİREKTÖRÜ ALEX OFMAN; PROMOSYON SEKTÖRÜYLE İLGİLİ ÖNEMLİ KONULARI, *PROMAG* OKURLARI İÇİN DEĞERLENDİRDİ

Firmalar, Kaliteli Ürüne Yöneliyor

Companies Move Towards Quality Products

Röportaj: Serdar Ergün

Deonet Netherlands Sales Director Alex Ofman evaluates key promotional issues for Promag readers

Promosyon sektöründeki başarısıyla bilinen ve dünya markalarıyla iş birliği içerisinde olan Deonet Hollanda firmasının Satış Direktörü Alex Ofman ile promosyon sektörünün son durumundan, ürettikleri promosyon ürünlerin içeriğine kadar sektörle ilgili birçok başlığı mercek altına aldık. Ofman'ın PROMASİAD (Promosyon ve Matbaa Sanayici İş Adamları Derneği) üyelerine de önerileri bulunuyor.

İşletmenizdeki mevcut durumu ve hedeflerinizi anlatır mısınız?

Deonet olarak işimizin kapsamını genişletmek için satıcılarla gerçekleştirilecek iş birliğinin gücüne inanıyoruz. Ana rakiplerimiz Çinli tedarikçiler olduğu için doğrudan dijital baskı ve doming ile son derece hızlı teslimatlı (iki-beş gün) kişiselleştirilmiş ürünlere odaklanıyoruz. Aynı zamanda faaliyet gösterdiğimiz pazarın, son iki yılda maliyetsiz hediyeler yerine kaliteli ürünlere geçtiğini görüyoruz. Öte yandan 2020 yılı için iki ana hedefimiz bulunuyor. Bunlardan ilki uluslararası alanda kabul görmüş dünya markaları ile daha fazla sözleşme imzalayarak iş birliğine gitmek, ikincisi ise Deonet ürün sayısını arttırmak.

Deonet ne tür promosyon ürünleri üretiyor? Ürün yelpazeniz hakkında bilgi verir misiniz?

20 yıldan uzun süredir pek çok satıcı bizi, taşınabilir bellek üretimimizle tanıyor. Ancak, geliştirdiğimiz ve tasarladığımız artan sayıda benzersiz ürünümüz de var. Deonet, Avrupa'daki promosyon satıcıları aracılığıyla 25 milyondan fazla parça üretti ve sattı. Taşınabilir şarj cihazı, kalem, mıknatıs, anahtarlık, etiket ve diğer birçok

Thanks to our high quality and fast deliveries from stock we are at a very good point in Turkey

farklı ürünü de üretiyoruz ve kişiselleştiriyoruz. Yelpazemizdeki son gelişme ise ürünlerinin kişiselleştirilmesi ve promosyon satıcılarına sunulması için JBL, Sony, Duracell ve Kodak gibi markalarla sözleşme imzalamamızdır. Bu durum da yelpazemizi genişletmek ve daha fazla ciro elde etmek için bize harika bir fırsat sunuyor. Promosyonların benzersiz ve yenilikçi olması önemlidir. Ürünlerimizle satıcılar daha fazla kâr edebilir. Çünkü malzemelerimizin birçoğu henüz pazarda mevcut değil.

Deonet'in Türkiye ile ciddi ticari ilişkileri bulunuyor. Bu bağlamda, Türkiye'yi tanıtım açısından pazar alanı olarak nasıl konumlandırıyorsunuz?
Türkiye'deki tanıtım pazarının şirketimiz için çok önemli olduğunu söyleyebilirim. Ülkede birkaç yıldan beri ürünlerimizi pazarlayan ve satan güvenilir bir ortağımız da bulunuyor. Düşük maliyetli Türk tedarikçilerinin baskı ve doming konusundaki rekabetiyle karşı karşıya kalmamıza rağmen, yüksek kalitemiz ve stoktan hızlı teslimatımız sayesinde ülkede çok iyi bir noktadayız.

Tanıtım ve basım sektörlerinde kurulan dernek birlikteliklerinin sektöre katkısı hakkında neler söylemek istersiniz?
Dernek birliktelikleri, Avrupa ülkelerinde profesyonel bir pazar geliştirmemize yardımcı oluyor. Bu durumun tüm dünyada geçerli olduğunu düşünüyorum. Kısacası iş birliğini pekiştiren dernekler, tüm sektörlerde olduğu gibi bizim alanımızda da kritik önem taşıyor.

Sektörde faaliyet gösteren PROMASİAD üyelerine önerilerinizi dinleyebilir miyiz?
Sektörümüzde en çok önem verilmesi gereken noktanın; maliyetsiz hediyeler yerine kaliteli ürünlere odaklanılması olduğunu düşünüyorum. Bu noktada, kaliteye gereken önem verilmeli. Aynı zamanda; Avrupa pazarının, çevre dostu ürün trendi nedeniyle de hızla değişeceğini de hatırlatmak isterim.

YÜKSEK KALİTEMİZ VE STOKTAN HIZLI TESLİMATIMIZ SAYESİNDE TÜRKİYE'DE ÇOK İYİ BİR NOKTADAYIZ

We examined many titles with Deonet Holland Sales Director Alex Ofman, who is known for his success in the promotion sector and cooperates with the world brands, related to the sector from the latest state of the promotion sector to the content of the promotional products they produce. There are Ofman's suggestions to PROMASIAD (Promotion and Printing Industrialists Businessmen Association) members.

Could you tell us about your current situation and goals in your business?
We, as Deonet, believe in the power of cooperation with vendors to expand the scope of our business. Since our main competitors are Chinese suppliers, we focus on personalized products with extremely fast delivery (two to five days) by direct digital printing and doming. At the same time, we see that the market in which we operate has shifted to quality products rather than cost-free gifts in the last two years. On the other hand, we have two main targets for 2020. The first of these is to cooperate with more internationally recognized world brands by signing more contracts, and the second is to increase the number of Deonet products.

What kind of promotional products does Deonet produce? Could you give us information about your product range?
For more than 20 years, many vendors have known us for our portable memory production. However, we also have an increasing number of unique products that we develop and design. Deonet has produced and sold more than 25 million parts through promotion vendors in Europe. We also manufacture and personalize portable chargers, pens, magnets, key rings, labels and many other products. The latest development in our range is the signing of contracts with brands such as JBL, Sony, Duracell and Kodak to personalize their products and offer them to promotional vendors. This gives us a great opportunity to expand our range and achieve more turnover. It is important that promotions are unique and innovative. Sellers can make more profit with our products. Because many of our materials are not yet available in the market.

Deonet have serious trade relations with Turkey. In this context, how do you position Turkey as a market area in terms of promotion?
I would say that it is very important the publicity market in Turkey for our company. We also have a reliable partner in the country that has been marketing and selling our products for several years. Despite the competition with low cost Turkish suppliers in printing and doming, we are in a very good position in the country thanks to our high quality and fast delivery from stock.

What would you like to say about the sector contribution of association togetherness established in promotion and printing sectors?
Association togetherness helps us develop a professional market in European countries. I think this is true all over the world. In short, associations that reinforce cooperation are critical in our field as in all sectors.

Can we listen to your suggestions to PROMASIAD members operating in the sector?
I think that the most important point in our sector is to focus on quality products instead of cost-free gifts. At this point, the importance should be given to quality. I would also like to remind you that the European market would change rapidly due to the environmentally friendly product trend.

Yeni Trend: Sanal Reklamlar

New Trend: Virtual Advertising

SEKTÖRDE REKABET EDEN FİRMALARIN SIKLIKLA KULLANDIĞI SANAL REKLAMLAR, MÜŞTERİLERE DE BİRÇOK KONUDA AVANTAJ SAĞLIYOR

Gültuğ Erdöl

Virtual ads, which are frequently used by companies competing in the sector, provide advantages to customers in many areas as well.

Sanal reklamcılık ve internet faaliyetlerinin günümüz dünyasına kazandırdığı en önemli kavramlar; hızlı alışveriş, anında geri bildirim, müşteri ihtiyaç-beklentilerine yönelik promosyon ve küreselleşmedir. Bu kavramlar içinde geri bildirim ve promosyonlara ayrı bir parantez açmak gerekir. Geri bildirimler sayesinde işletmeler, sundukları ürün veya hizmetler hakkında hedef kitlelerinin düşünce ve yorumları doğrultusunda değişiklik, düzeltme ya da tamamen farklı bir pazarlama stratejisi oluşturma yönünde çalışmalar yapma imkânı elde eder. Ayrıca internet aracılığıyla, aktif müşterilerin ürün ve hizmetler hakkındaki beğenileri yahut şikâyetleri görülebilir. Bu sayede yeni müşteri adayları da yapacakları alışverişin fiyat-kalite dengesini ve alıcı memnuniyetini sağlayıp sağlamadığını anlayabilir.

Bireyin Alışveriş Tercihleri Görülebiliyor

Sosyal medyanın etkileşim gücü sayesinde birey-

The most important concepts that virtual advertising and internet activities bring to today's world are fast shopping, instant feedback, promotion and globalization for customer needs and expectations. Within these concepts, it is necessary to open a separate parenthesis for feedback and promotions. With the help of feedback, companies have the opportunity to make changes, corrections or to create a completely different marketing strategy in line with the opinions and comments of their target audience about the products or services they offer. In addition, the likes or complaints of active customers about products and services can be seen on the internet. Thus, new prospective customers can understand whether their shopping provides a price-quality balance and customer satisfaction.

An Individual's Shopping Preferences Are Visible

Thanks to the interactive power of social media, individuals have the opportunity to see brand preferences or shopping tendencies of not only

SANAL REKLAMLARI GELENEKSEL REKLAMLARDAN AYIRAN EN ÖNEMLI AVANTAJ, DAHA KISA SÜREDE ETKILEŞIM OLUŞTURMASI

ler yalnızca tanımadıkları müşterilerin değil, ailelerinin ve arkadaşlarının da marka tercihlerini ya da alışveriş eğilimlerini görme olanağı bulur. Dolayısıyla sanal reklamların, geleneksel reklamlara göre daha kısa sürede etkili olmasında sadece reklamın bir anda sayfada karşımıza çıkması etken değildir. Aynı zamanda kişiler, arkadaşlarının onlarca üründen hangisini tercih ettiğini, hangi markanın sayfasını beğendiğini görerek reklamı yapılan konuda güvenilir kaynaklardan referans da almış olur.

Kullanıcı Tavsiyeleri Satışı Etkiliyor

Kişinin satın alma isteğini tetikleyen unsur, sadece reklamla sınırlı kalmayıp kişisel ve çevresel bir çağrışımla da desteklenir. Sektör içerisinden verilen bir örnekte bu durum şöyle ifade edilmiştir: "Eğer bir anne sosyal medyada 15'e yakın arkadaşının aynı model bebek arabası satın aldığını görürse yeni bebek arabası almak için araştırmaya daha fazla vakit harcamayacaktır. Çünkü bu zaten daha önce arkadaşları tarafından yapılmıştır. Bu şekilde toplamda milyarlarca araştırma yapılacak süre, bireyler için kendi adlarına kullanabilecekleri daha anlamlı ve kaliteli zaman hâline dönüşmektedir."

Promosyonlar Bilinçaltına Yerleştiriliyor

Promosyon yani tanıtımlar ise kişilerin sosyal medyada vakit geçirdikleri süre boyunca sık sık karşısına çıkarak pazarlanması amaçlanan her türlü ürünü ve hizmeti daima göz önünde tutup bilinçaltına yerleştirmeyi amaçlar. Ayrıca promosyonların beraberinde getirdiği indirim kampanyaları, kapıda ödeme gibi cazip ödeme seçenekleri, bir alana bir bedava gibi hediye ürün uygulamaları, sabit mağazalar üzerinden de alınabilecek ürünleri çok daha avantajlı fiyatlarla müşteriye sunmayı sağlar. Satın alınan ürünlerin tüketicinin istediği adrese tek tıkla ulaştırılması da alışveriş miktarının artmasına önemli bir katkı sağlar. Tüm bunlar sanal tanıtımların reklam sektöründe ne kadar başarılı olduğunun bir kanıtıdır.

Süre Açısından Avantajlı

Küreselleşmenin her alana yayılması ile birlikte dünya genelinde tüm marka ve sektörler arasındaki satış rekabeti inanılmaz boyutlara ulaştı. Firmalar, pazarlama hacmini genişletmek için kaliteli hizmet vermesinin yanı sıra bu hizmeti; kalıcı, orijinal ve rekabete uygun şekilde sunmak mecburiyetinde. Ancak günümüzde markaların "en çok tercih edilen" olma yarışında hız da bir o kadar önemli. Söz konusu hız olduğunda ise sanal reklamcılığa duyulan ihtiyaç kaçınılmaz hâle geliyor.

customers they do not know but also those of their families and friends. Therefore, virtual ads are not more effective than traditional ads in a short time just because the ads appear suddenly on a page. At the same time, people will see what their friends prefer among dozens of products, which brand's page they like, and get references from trusted sources.

User Advice Affects Sales

What triggers a person's desire to purchase is not limited only to advertising, it is also supported by a personal and environmental association. In an example given within the sector, this situation is stated as follows: "If a mother sees that 15 of her close friends are buying the same model prams on social media, she will not spend any more time searching for a new pram. That search has already been done by friends. This way, the time used for billions of searches in total is transformed into more meaningful quality time for individuals to use on their behalf."

Promotions Penetrate the Subconscious

Promotions, in other words presentations, aim to place all of the products and services that are intended to be marketed into the subconscious of people during the time they spend on social media by keeping them visible at all times. In addition, the discount campaigns that accompany promotions, attractive payment options such as payment at the door, gift product applications such as buy one, get one free enables customers to get products that can be bought from regular stores at much more advantageous prices. One-click delivery of the purchased products to the address of the consumer also makes a significant contribution to increasing the amount of shopping. All this is a testament to the success of virtual advertising in the advertising industry

Advantageous in terms of time

With the spread of globalization in every field, sales competition among all brands and sectors worldwide has reached incredible levels. In addition to providing quality services, companies need to expand their marketing volume in a way that is permanent, original and competitive. However, speed is also as important as being the 'most preferred' brands in today's race. When it comes to speed, the need for virtual advertising becomes inevitable.

The most important advantage that distinguishes virtual ads from traditional ads is that they can interact in less time.

İNSANLARIN ÇEVREYE VERDİĞİ ZARAR, KORKUNÇ BOYUTLARA ULAŞTI. İŞLETME OLARAK BU DURUMA REKLAMLARINIZ ARACILIĞIYLA BİR SES YÜKSELTEBİLİRSİNİZ

Serdar Ergün

Firmanız İçin Çevreci Bir Pazarlama Mümkün

Environmental Marketing is Possible for Your Company

THE DAMAGE INCURRED BY HUMANS TO THE ENVIRONMENT HAS REACHED HORRIFIC LEVELS. AS A BUSINESS YOU CAN RAISE YOUR VOICE ABOUT THESE CIRCUMSTANCES THROUGH YOUR ADVERTISEMENTS.

Varoluşundan bu yana insanoğlunun sürekli doğaya müdahale etmesi ve doğal kaynakları bilinçsizce tüketmesi, çevre sorunlarını da beraberinde getirdi. Korkunç boyutlara ulaşan zarar, yaşayan her canlıyı da yakından ilgilendiriyor. Gelecek nesillerin yaşam standardını düşürmemek ve onlara daha güzel bir dünya bırakmak, insan olmanın bize yüklediği en önemli sorumluluklardan biri. Bunu gerçekleştirmek içinse doğal kaynakları doğru kullanmalı ve çevreye duyarlı birer birey olmalıyız. Peki, nasıl çevreye duyarlı bir insan oluruz? Bunu sağlamak aslında o kadar zor değil. Boş yere akan bir musluğu kapatmak, bir fidan dikmek, var olan yeşile iyi bakmak ve doğada çözünmesi zor olan ambalajlardan kaçınmak yapılabilecek davranışlardan sadece bir kısmı. Günümüzde hemen herkes tüm bunları rahatlıkla gerçekleştirerek gelecek nesillere olan sorumluluğunu en azından kendi adına ödeyebilir.

Son dönemde gerek devlet gerekse özel girişimlerin uyguladığı politikalar, konu hakkındaki duyarlılığı

The green marketing approach aims to meet consumer needs without harming the ecological balance

YEŞİL PAZARLAMA ANLAYIŞINDA TÜKETİCİ İHTİYAÇLARININ, EKOLOJİK DENGEYE ZARAR VERMEDEN KARŞILANMASI HEDEFLENİYOR

artırdı. Güncel bir örnek verecek olursak marketlerde ücretli poşet uygulaması, plastik poşet kullanımını azaltmasıyla şimdiden doğaya çok ciddi yarar sağladı. Peki, bu duruma işletme olarak ses yükselterek hem doğaya hem de firmanıza katkı sağlamak mümkün mü? Gelin hep birlikte bu sorunun cevabını oluşturalım.

Yeni Pazarlama Yöntemi: Yeşil Pazarlama

Yukarıda da vurguladığımız gibi uygulanan bu çevreci yaklaşımlar, bireylerle birlikte kurumları da etkileyerek yeni pazarlama yöntemlerinin ortaya çıkmasına neden oldu. Öyle ki çoğu markanın sunduğu promosyon ürünler ve yürüttüğü diğer çalışmalarda izlediği çevreci politikalar, "yeşil pazarlama" adı verilen bir yöntemin ortaya çıkmasının da temelini oluşturdu. Bu yöntem, firmanızın ne kadar çevreci olduğunu gözler önüne sererek başarılı bir reklam gerçekleştirebilmenize de olanak sağlıyor.

Yeşil pazarlama yöntemini özetleyecek olursak 1980'li yıllarda konuşulmaya başlanan bu biçimi kullanan markalar, "sürdürülebilirlik" ilkesini benimseyerek çevreye verdiği önemi hedef kitlesine hissettirmeyi amaçlıyor. Söz konusu pazarlama anlayışında tüketici ihtiyaçlarının, ekolojik dengeye zarar vermeden karşılanması hedefleniyor. Bu kapsamda sunulan ürünlere doğa dostu ambalajlar, içerisinde tohum bulunan kalemler ve organik ürün kılıfları gibi birçok örnek verilebilir. Böyle bir türün ortaya çıkışındaki en önemli neden ise doğal kaynakların tükenme noktasına gelmesi...

Eko Etiket

Öte yandan bu pazarlama anlayışı "eko etiket" gibi kavramları da beraberinde getirdi. Eko etiket, firmaların gerek üretim gerekse dağıtım aşamalarında ne kadar çevreci olduğunu gösteren bir etiketleme sistemi. Küresel ölçekte çevre kirliliğinin artmasıyla doğru orantılı olarak bu uygulamaya verilen önem de arttı. Dünyada ilk defa Amerika Birleşik Devletleri'nde uygulanmaya başlanan eko etiket, zamanla birçok ülkede yaygınlaştı. 1992 yılında ortaya çıkan bu kavram, çevreye verilen zararı en aza indirmek için insanları çevre dostu ürünlere yönlendirmeyi amaçlıyor. Uygulama, günümüzde Türkiye dâhil olmak üzere birçok ülkede kullanılıyor. Bu etiket sayesinde firmanın çevreci olup olmadığı konusunda tüketici bilgilendiriliyor ve bir pazarlama gerçekleştirilmiş oluyor.

Since the beginning, the constant interference of human beings with nature and the insensible consumption of natural resources has brought about environmental problems. The damage that has reached horrific levels is also of concern to every living creature. One of the most important responsibilities of being a human being is not to decrease the living standards of future generations and leave them a better world. We must use natural resources correctly and each of us needs to become an environmentally conscious individual to achieve this. So, how do we become environmentally conscious individuals? Actually it is not that hard to achieve. Closing a running tap, planting a sapling, taking good care of the existing greenery, and avoiding packaging that is difficult to dissolve in nature are just some of the things that can be done. Today, almost everyone can do all this easily and at least fulfill the responsibility for future generations on their own behalf.

Recently, the policies implemented by both public and private enterprises have increased the sensitivity regarding the issue. To give an up-to-date example, the application of paying for bags in the markets has already benefited nature to a major degree by reducing the use of plastic bags. Is it possible to contribute to both nature and your company by raising your voice as a business? Let's establish the answer to this question together.

A New Marketing Method: Green Marketing

As underlined above, these environmentalist approaches have influenced individuals and institutions and triggered the emergence of new marketing methods. In fact, the promotional products offered by most brands and the environmental policies pursued in other activities was the basis of the emergence of a method called 'green marketing'. This method also enables you to realize successful advertising by revealing how environmentally friendly your company is.

To summarize the green marketing method, brands that use this form which started to be discussed in the 1980s aim to make the target group feel the importance they attach to the environment by adopting the "sustainability" principle. This marketing approach aims to counter consumer needs without harming the ecological balance. Many examples such as environmentally friendly packaging, pencils containing seeds and organic product cases can be given for products offered in this context. The main reason for the emergence of this type is the depletion of natural resources ...

Eco Label

On the other hand, this marketing approach was accompanied by concepts such as the 'eco label'. The eco label is a labeling system that shows how environmentally friendly companies are in production and distribution stages. The importance given to this practice has increased in parallel with the increase of environmental pollution on a global scale. The eco label, which was introduced in the United States for the first time in the world, became widespread in many countries over time. This concept, which emerged in 1992, aims to direct people to environmentally friendly products in order to minimize damage to the environment. The application is used today in many countries, including Turkey. Thanks to this label, the consumer is informed whether the company is environmentally friendly and a marketing is realized.

Kullan-Ek Devrini
Başlatan Çanta
The Bag Starting Use-Plant Period

PROMOSYON SHOW İSTANBUL FUARI'NDA YENİ PROJESİNİ TANITAN DURU ÇANTA, SEKTÖRE YENİ BİR ANLAYIŞ KAZANDIRMAYI AMAÇLIYOR

PROMASİAD'ın destekleriyle İstanbul'da gerçekleştirilen Promosyon Show İstanbul Fuarı'na katılan Duru Çanta Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Duru, firmasının yeni ürünü tohumlu bez çantayla ilgili önemli bilgileri katılımcılarla paylaştı.

Projelerinin ortaya çıkış hikâyesini aktaran Mustafa Duru, "Bizim hikâyemiz, aslında herkesin yaptığı ödev. Öğretmenlerimiz bizlere, bir fasulye tanesinin pamuklar içerisinde nasıl filizlendiğini gösterdi. Burada verilen önemli mesajlardan biri de pamuğun doğal bir ürün olarak toprak görevini üstlenmesiydi. Sözünü ettiğim hikâye, dünya genelinde neredeyse bütün öğrenciler tarafından bilinen ve insanların küçük yaşta bilinçaltına yerleştirilen bir olay." dedi.

Projemizde Ülkemizin Sıfır Atık Hedefleri Etkili Oldu

Günümüzde Türkiye'nin sıfır atık hedefleri sonucunda yeni çalışmaların gerçekleştirildiğini, bunların en basit örneğinin

Mustafa Duru, Chairman of Duru Çanta, which participated in the Promotion Show Istanbul Fair held in Istanbul with the support of PROMASIAD, shared important information about the company's new product seedy cloth bag with the participants.

Mustafa Duru, who tells the story of the emergence of his projects, "Our story is actually homework everyone does. Our teachers showed us how a bean seed sprouted in cotton. One of the important messages given here was that cotton assumed the role of soil as a natural product. The story I'm talking about is an event that is known to almost all students around the world and placed in the subconscious of humans at an early age.", he said.

Zero Waste Targets of Our Country Was Effective in Our Project

Saying that today Turkey carried out new studies on the results of zero waste goals, the most simple example of these were initiation of the use of cloth bags by prohibiting plastic bags, Duru, "We, as Duru Çanta, use cotton fabric in our cloth bags that we produce from this point of view. The most important feature of the fabric I'm talking about is that it is produced from 100 percent natural cotton and can be mixed with nature in 90 days. So much so that these bags are a material that can be destroyed without the need for any recycling facility without any treatment.", he said.

Let the Use-Plant Period Begin instead of Use-Throw

Expressing that although everyone uses these eco-friendly cloth bags, no one buries them in the ground, and after a certain use, they find themselves in garbage containers, Duru said that this was the most important point that accelerated the emergence of his projects. Duru also mentioned the details of his project, "Our study has two important pillars. As a company, we say that we can recycle the packaging material that we use the bag and let us grow a seedling thanks to the seed we put in the bag. Let's finish the use-throw period and start the

de plastik poşetlerin yasaklanmasıyla bez çanta kullanımının başlatılması olduğunu söyleyen Duru, "Biz de Duru Çanta olarak tam da bu noktadan hareketle ürettiğimiz bez çantalarımızda pamuklu kumaş kullanıyoruz. Bahsettiğim kumaşın en önemli özelliği yüzde 100 doğal pamuktan üretilmesi ve 90 günde doğaya karışabilmesi. Öyle ki sözünü ettiğim bu çantalar, hiçbir işleme tabi tutulmadan herhangi bir geri dönüşüm tesisine muhtaç olmadan yok olabilen bir malzeme." şeklinde konuştu.

Kullan-At Yerine, Kullan-Ek Devri Başlasın

Bahsi geçen doğa dostu bez çantaları herkesin kullanmasına rağmen kimsenin toprağa gömmediğini, bez çantaların, belirli bir kullanımdan sonra kendilerini çöp konteynerlerinde bulduğunu aktaran Mustafa Duru, projelerinin ortaya çıkmasını hızlandıran en önemli noktanın bu durum olduğunu söyledi. Projesinin detaylarından da bahseden Duru, "Çalışmamızın iki tane önemli ayağı bulunuyor. Biz firma olarak diyoruz ki hem poşeti kullandığımız ambalaj maddesini geri dönüşüme kazandıralım hem de çantanın içerisine koyduğumuz tohum sayesinde bir fidanın büyümesine vesile olalım. Kullan-at devrini bitirip kullan-ek devrini başlatalım. Çantamızı imha ederek çevre kirliliğine de sebep olmasına engel olalım. Tam tersine doğaya da bir fidan kazandıralım." bilgisini paylaştı.

Patent Başvurularını Gerçekleştirdik

Çantalarının ulusal ve uluslararası alanda patent başvurularını da yaptıklarını dile getiren Mustafa Duru, çalışmalarının yeni ve güncel bir proje olduğunu, üzerinde ciddi bir fikir emeği bulunduğunu da anımsatarak şunları kaydetti:

"Proje, yaptığımız kapsamlı araştırmalar sonucunda şekillendi. Öte yandan tohum, çoğu işletme tarafından kullanılan bir malzeme. Bu kapsamda, daha önce tohumlu kalemler üretildi fakat hiçbiri birbirini bu kadar iyi kombinleyen ürünlerden oluşmuyor. Doğal bir bez çantayla fidan tohumunun birleştirilmesi çok anlamlı. Tohumlu bez çantamızla ilgili oldukça pozitif dönüşler alıyoruz. 'Tencere kapak misali olmuş' şeklinde yorumlar yapılıyor. Ürüne gün geçtikçe artan bir talep var, çok fazla sipariş aldık. Bu fuara yetişmesi de bizim için çok önemliydi. Böyle bir organizasyonun içerisinde bulunmak ve ürünlerimizi sergilemek de büyük bir onur. Organizasyonda emeği geçenlere şahsım ve firmam adına teşekkürlerimi sunuyorum."

YENİ ÜRETİLEN VE TEK OLMA ÖZELLİĞİ TAŞIYAN TOHUMLU BEZ ÇANTALAR, KULLANICILARI TARAFINDAN YÜKSEK İLGİ GÖRÜYOR

Newly produced and unique seedy cloth bags draw great interest by users

use-plant cycle. Let's destroy our bag and prevent it to cause environmental pollution. On the contrary, let's give nature a sapling.", he said.

Patent Applications

Mustafa Duru, who stated that they have also applied for national and international patents of his bags,

Stating that their bags have also applied for national and international patents, Mustafa Duru reminded that his works is a new and up-to-date project and that there is a serious idea effort on it, and said:

"The project was shaped as a result of our extensive research. Seed, on the other hand, is a material used by most businesses. In this context, seed pens have been produced before, but none of them consist of products that combine each other so well. The combination of a natural cloth bag and seed is very meaningful. We receive very positive feedback about our seed cloth bag. Comments such as "it is like saucepan and cover" are made. There is an increasing demand for the product, we have received too many orders. It was very important for us to reach this fair. It is a great honor to be in such an organization and to exhibit our products. On behalf of myself and my company, I would like to thank those who contributed to the organization."

Türkiye'nin İlk Sektörel Konsept Organizasyonu:

Promosyon Show İstanbul

Turkey's First Sectoral Concept Organization: Promosyon Show Istanbul

PROMOSYON SHOW İSTANBUL, 3'ÜNCÜ KEZ 25-28 EYLÜL TARİHLERİ ARASINDA PULLMAN CONVENTİON CENTER'DA DÜZENLENDİ

Kurumsal pazarlama, tanıtım, reklam ürünleri, baskı sistemleri ve hediyelik ürün sektöründe Türkiye'nin en büyük marka fuarlarından birine dönüşen Promosyon Show İstanbul, üçüncü kez 25-28 Eylül tarihleri arasında Pullman Convention Center'da gerçekleştirildi. Organizasyon; konferans, seminer ve endüstri tasarımı yarışması gibi etkinliklerle sektörün ana platformu olma özelliğini korudu. Uluslararası alanda da belli bir saygınlığa ulaşan organizasyon, ayrıca Anadolu'nun belli şehirlerinde gerçekleştirdiği günübirlik "mini fuar" konseptindeki etkinlikleriyle, yenilikçi hizmet anlayışında sektöre yeni boyutlar kazandırıyor.

Fuar, Önemli Bir Marka Hâline Geldi

SKY Fuarcılık Yönetim Kurulu Başkanı Barış Göktürk, yaptığı konuşmada promosyon sektörünün ülkeyi kalkındıracak birkaç sektör arasında olduğuna vurgu yaptı. Göktürk, "Bu sektör, özellikle üretim ve istihdam anlamında artış yaşayan, aynı zamanda Türkiye'de ihracat potansiyeli en yüksek olan sektörlerin başında geliyor. Üç sene önce bu fuarı, bin 700 metrekare olarak açmıştık. Bugün ise önemli bir marka ve çok ilgi gören bir fuara dönüştü." diye konuştu.

Promosyon Show Istanbul, which turned into one of the Turkey's biggest brand fairs in corporate marketing, promotion, advertising products, printing systems and gift products industry, was held for the fourth time between 25-28 September at Pullman Convention Center.

The organization maintained its position as the main platform of the sector with events such as conference, seminar and industry design competition. The organization, which has achieved a certain prestige in the international arena, also brings new dimensions to the sector in its innovative service approach with its activities in the one-day "mini fair" concept that it organized in certain cities of Anatolia.

The Fair Became An Important Brand

Barıs Göktürk, Chairman of SKY Fuarcılık, in his speech, emphasized that promotion sector is among the few sectors that will develop the country. Göktürk, "This sector, especially is increasing in terms of production and employment, and at the same time is the leading of sectors that have the highest export potential in Turkey. Three years ago, we opened this

Promosyon Show Istanbul was held for the 3rd time at the Pullman Convention Center on 25-28 September

Fuarda konuşan Mobil İletişim Aksesuarları İş Adamları Derneği (MOBASDER) Başkanı Cemil Azun ise fuarların ekonomiyi canlandıran etkinlikler olduğunu dile getirdi. Başkan Azun, "Dünyanın içinde bulunduğu global ekonomi türbülansının içindeyiz. Bu türbülanstan güçlenerek hep beraber çıkacağız. Bunda fuarlar ve B2B toplantılar etkili olacaktır." dedi.

Yüzde 33 Oranında Büyüme Yaşandı

Fuar vesilesiyle yurt içi ve yurt dışından katılım sağlayanlara teşekkür ederek sözlerine başlayan Promosyon ve Matbaa Sanayici İş Adamları Derneği (PROMASİAD) Başkanı Ömer Karatemiz, yoğun bir katılımla açılan fuarın düzenlenmiş olmasından duyduğu memnuniyeti dile getirdi. Promosyon sektörünün, reklam mecraları arasında ağırlığını artırdığını paylaşan Başkan Karatemiz, birçok geleneksel medyanın gerileme yaşadığı dönemde sektörün yüzde 33 oranında büyümeye ulaştığını söyledi. Karatemiz, "Yurt dışıyla, özellikle Çin'le rekabet edebilecek şirketlerimiz yayıldı. Zor ekonomik şartlar altında promosyon sektörü sürekli gelişti ve uluslararası çapta rekabet gücü kazandı." ifadelerini kullandı.

İTO Tarafından Sektöre Dair Toplantılar Gerçekleştiriliyor

Tüm Kırtasiyeciler Derneği (TÜKİD) Başkanı Mehmet Helvacıoğlu, TÜKİD'i promosyon sektörünün yan sanayisi olarak düşünmek gerektiğini; promosyonun güzellik, duygusallık ve kalbe giden yol olduğunu kaydetti.

İstanbul Ticaret Odası (İTO) Yönetim Kurulu Üyesi Levent Taş ise Türkiye'de fuar organizasyonları adına önemli adımlar atıldığının altını çizdi. İTO olarak promosyon sektörü konulu zümre toplantısı gerçekleştirdiklerini söyleyen Taş, bu tarz toplantılarda sektörel sorunlara değindiklerini belirtti. Levent Taş, fuardan çıkan sonuçla ülkeye ve ekonomiye katkı sağlayıp kârlı işler çıkarmayı umduklarını sözlerine ekledi.

fair as 1.700 square meters. Today it has become an important brand and a very popular fair.", he said.

Speaking at the fair, Mobile Communication Accessories Businessmen Association (MOBASDER) President Cemil Azun expressed that the fairs are events that stimulate the economy. President Azun, "We are in the turbulence of the global economy in which the world is located. We're going to get out of this turbulence together. Fairs and B2B meetings will be effective in this.", he said.

Growth of 33% Occured

Ömer Karatemiz, President of the Promotion and Printing Industrialists' Businessmen's Association (PROMASIAD), who started his speech by thanking those who participated in the fair both in Turkey and abroad on the occasion of the fair, expressed his satisfaction that the fair was organized with an intense participation. President Karatemiz, who shared that promotion sector increased its weight among advertising channels, said that the sector reached 33 percent growth in the period when many traditional media experienced a decline. Karatemiz, "Our companies, which are able to compete abroad and especially China, expanded. Under difficult economic conditions, the promotion sector has evolved and gained international competitiveness.", he expressed.

Meeting related to the sector are carried out by ICOC All Stationers Association (TÜKID) President Mehmet Helvacıoglu said that TÜKID should be considered as a sub-industry of the promotion sector; the promotion is the way to beauty, sensuality and heart.

Levent Taş, The Board Member of Istanbul Chamber of Commerce (ICOC), also underlined the important steps taken on behalf of fair organizations in Turkey. Taş, who said that they, as ICOC, held a group meeting

Promosyon Show Istanbul brings new dimensions to the sector in its innovative service approach with its activities in the one-day "mini fair" concept that it organized in certain cities of Anatolia

PROMOSYON SHOW İSTANBUL, ANADOLU'NUN BELLİ ŞEHİRLERİNDE GERÇEKLEŞTİRDİĞİ GÜNÜBİRLİK "MİNİ FUAR" KONSEPTİNDEKİ ETKİNLİKLERİYLE, YENİLİKÇİ HİZMET ANLAYIŞINDA SEKTÖRE YENİ BOYUTLAR KAZANDIRIYOR

Organizasyonda T.C. Aile Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı ilk kez yer aldı. Bakanlık adına konuşan Aile Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı İstanbul İl Müdürü Önal İnaltekin, farklı bir noktaya değinerek, Bakanlık olarak bütünleşik sosyal hizmet modelleriyle yaşlı ve engelli vatandaşlara yardım ettiklerini belirtti. İnaltekin, Bakanlık standında engelli rehabilitasyon merkezleri ve huzurevlerinde yaşlı ve engellilerin el emeği ürünlerinin sergilendiğini kaydetti. Kendilerine bu imkânı veren SKY Fuarcılık ve PROMASİAD yetkililerine teşekkür etti.

PROMOSYONİK, Bilinirliğini Artırmak için Promosyon Show'a katıldı

Promosyon sektöründeki tecrübesiyle müşterilerinin beklentilerine cevap veren PROMOSYONİK, üretimini yaptığı ürün gruplarındaki ihracat operasyonlarıyla da sektörün dışa açılan penceresi olarak faaliyetlerini sürdürüyor. Fuarda görüş belirten PROMOSYONİK Promosyon Genel Müdürü Muhammed Sinan Atlas, beş yıldan beri faaliyet gösterdiklerini ve ağırlıklı olarak oto kokusu üretimi gerçekleştirdiklerini söyledi. Promosyon Show'a yaklaşık 15 gün öncesinden hazırlanmaya başladıklarını ifade eden Atlas, "Fuardan beklentimiz, marka bilinirliği ve daha iyi hizmet sağlayabilmektir. Promosyon sektörü fuarlarla hareketleniyor, fuardan sonra ivme kazanıyor. Bu ivme mart ayına kadar sürüyor. Üretimde de mevsime göre hareket ediyoruz. Yaz mevsiminde tişört üretimine ağırlık veriyoruz." şeklinde konuştu.

Happy Gifts Kurumsal Müşterilerini Bekliyor

Kurumsal firmalara promosyon ürünler sağlayarak firmaların marka değerini artıracak çalışmalar sunan ve yurt dışında çözüm ortakları da bulunan Happy Gifts de Promosyon Show'daki yerini aldı. Fuara dair konuşan Happy Gifts Yetkilisi Ümit Kaya şunları söyledi: "Geçen sene ekonominin getirdiği sonuçlarla birlikte bir zorluk yaşandı. Bu sene bir toparlanma olacağını düşünüyoruz. Son iki aydır piyasa hareketlendi. Henüz stant kurulurken bile firmalarla tanışma olanağı bulduk. Fuarlarda yer almaya devam ederek kurumsal müşterilere ulaşmak istiyoruz."

Cey Promosyon, Matbaa Ürünlerini Tanıttı

Kaliteli promosyon ürünleri ve markaları vasıtasıyla promosyon bayilerine hizmet veren Cey Promosyon, alanında üretim yapan ve yeterli ihracat potansiyeli bulamayan üreticilere destek oluyor. Aynı zamanda Hollandalı Deonet, Alman Sneijder ve İtalyan Penilife markalarının distribütörlüğünü de yürüten firma, birçok baskılı ürünün kurumsal anlamda tedarikini yapıyor. Fuara katılma amaçları hakkında konuşan Cey Promosyon Genel Müdürü Ceyhun Yavaş, " The Cey Promosyon ve Danışmanlık olarak tekstil ürünleri, çantalar ve matbaa ürünlerimizle ihracat yapıyoruz. Promosyon Show'a gelen müşteriler, aynı zamanda matbaa ürünleriyle de ilgileniyorlar. Bu ürünler de artık sektörün bir parçası oldu. Promosyon, büyük bir sektör ve gelişmeye devam ediyor. Özellikle yabancı firmaların gelmesiyle sektör daha kaliteli hâle geldi. Önümüzdeki günlerde ülkenin genel anlamdaki stabilitesi devam ederse sektörün daha da ileri gideceğini düşünüyorum." dedi.

Eforgup: "Satış Arttırıcı Promosyonlar Konusunda Oldukça Güçlüyüz"

Promosyon firması olarak 2008'de faaliyete geçen Eforgrup, tanıtıcı ve satış arttırıcı promosyon olmak üzere iki alanda hizmet veriyor. Senator marka kalemin Türkiye distribütörlüğünü yürüttüklerini söyleyen Eforgrup Promosyon CEO'su Oktay Ilgın, faaliyetlerine dair yaptığı açıklamada "Promosyon sektörünün Türkiye'de 12 ay süren tanıtıcı bir materyal olduğu kanıtlandı ve bu bağlamda yıl boyunca promosyon ürünleri ve tanıtım promosyonu konusunda çalışmalar yapılıyor. Satış arttırıcı promosyonlar konusunda oldukça güçlüyüz. Bu ürünler içerisinde cep telefonları, televizyonlar, beyaz eşyalar ve elektrikli ev aletleri gibi marka ürünler bulunuyor." ifade-

on promotion sector, stated that they mentioned sectoral problems in such meetings. Levent Taş added that they hope to do profitable works by contributing to the country and the economy together with results from the fair.

Ministry of Family, Labour and Social Services of Turkey Republic took part in the organization for the first time. Speaking on behalf of the Ministry, Önal inaltekin, Istanbul Provincial Director of Ministry of Family, Labour and Social Services, by touching on a different point, said that they, as a ministry, help elderly and disabled citizens with integrated social service models. Inaltekin said that handicraft products belonging to the elderly and disabled people in the disabled rehabilitation centers and nursing homes were exhibited at the Ministry stand, thanked SKY Fuarcılık and PROMASIAD officials for giving them this opportunity.

PROMOSYONİK Joined Promosyon Show to Increase its Awareness

PROMOSYONIK, which responds to the expectations of its customers with its experience in the promotion sector, continues its activities as the window opening out of the sector with its export operations in the product groups it produces. Muhammed Sinan Atlas from PROMOSYONIK, who stated his opinion at the fair, said that they have been operating for five years and mainly produced auto smell. Atlas, who stated that they started to prepare for Promosyon Show about 15 days ago, "Our expectation from the fair is to provide brand awareness and better service. The promotion sector is revived with fairs and gains momentum after the fair. This momentum continues until March. We also act according to the season in production. We focus on the production of T-shirts in the summer." he said.

Happy Gifts Waits for Corporate Customers

Happy Gifts, which provides promotional products to corporate firms and offers solutions to increase the brand value of companies and solution partners abroad, took its place in Promosyon Show. Ümit Kaya from Happy Gifts, who spoke about the fair, said: "There was a challenge with the results of the economy last year. We think there will be a recovery this year. There has been

lerini kullandı. Sektör hakkında genel bir değerlendirme de yapan Ilgın, "Dünya pazarına baktığımızda, Türkiye'deki promosyon sektörünün payı oldukça düşük. Bu bilinçle beraber firmalar, Türkiye'de yıllık yaklaşık 50-100 milyon TL promosyon bütçesi ayırıyor.. Bunun en büyük örneklerini içecek, boya, inşaat gibi sektörlerde görüyoruz. PROMASİAD olarak sektörün hak ettiği yere gelmesi için çalışıyoruz. Bu tür derneklerin artması, STK'ların çoğalması değer teşkil ediyor." şeklinde konuştu.

Özen Promosyon Kalite ve Fiyat Anlamında İddialı

Özen Promosyon, anahtarlık ve rozet üretimi konusunda hizmet veriyor. Fuar hakkında beklentilerini açıklayan Özen Promosyon ortaklarından Orhan Navriz, yurt içi fuarların yanı sıra yurt dışındaki fuarlara da katılarak Türkiye'yi en iyi şekilde temsil etmeyi hedeflediklerini belirtti. Navriz, "Yaptığımız işler sayesinde ithal edilen anahtarlıkların önüne geçtik. Gerek kalite gerekse fiyat anlamında iddialı bir pozisyondayız. Hedefimiz, istihdamı arttırarak firmamıza, tedarikçilerimize ve ülkemize daha iyi hizmet vermektir." şeklinde konuştu. Navriz, sektörün genel durumunu ise "Promosyon sektörü, ülkemizde hak ettiği değeri görmüyor. Yurt dışında reklama bütçe ayrılıp harcandığında geri dönüşünün olacağına inanılıyor. Kendinizi tanıtmak ve reklam yapmak istiyorsanız bir şekilde bütçe ayırmak zorundasınız. Firma olarak anahtarlık, rozet grubu gibi ürünlerle tanıtıma daha kolay yönlendirebiliyoruz. Diğer promosyon ürünleri daha maliyetli olduğu için zaman zaman maddi açıdan sıkıntılar yaratsa da bu bize yansımıyor. Yenilikçi firma oluşumuz ve yeni ürünler geliştirmemizden dolayı tercih sebebiyiz." sözleriyle özetledi.

activity in the market in the last two months.. We had the opportunity to meet the companies even while the stand was set up. We want to reach corporate customers by taking part in fairs."

Cey Promosyon Introduces Printing Products

Cey Promosyon, which provides service to promotional dealers through its high quality promotional products and brands, supports the producers that are producing in their field and cannot find sufficient export potential. The company, which is also the distributor of Dutch Deonet, German Sneijder and Italian Penilife brands, supplies in the corporate sense of many printed products. Ceyhun Yavaş, General Manager of Cey Promosyon, who spoke about the aims of participating in the fair, "As The Cey Promosyon & Danışmanlık, we export with our textile products, bags and printing products. Customers coming to Promosyon Show are also interested in printing products. These products are now a part of the industry. Promotion is a big sector and continues to develop. Especially with the arrival of foreign companies, the sector has become more qualified. If the country's general stability continues in the coming days, I think the sector will go further." he said.

Eforgroup: "We Are Strong In Sales Increasing Promotions"

Eforgroup, which was established in 2008 as a promotional company, provides services in two areas: introductive and sales enhancer promotion. Oktay Ilgın from Eforgroup, who said that they carry out the Turkey distributor of Senator brand pen, "It is proved that promotion is an introductory material that continues through 12 months in Turkey and in this context, activities on promotional products and introduction promotion are carried out throughout the year. We are very strong in sales enhancer promotions. These products include branded products such as mobile phones, televisions, white goods and household electrical appliances." he said in a statement about their activities. Ilgın, who also made a general evaluation about the sector, "Looking at the world market, the share of the promotion sector in Turkey is quite low. Together with this consciousness, firms reserve about 50-100 million TL annual promotion budget in Turkey. We see the biggest examples of this in sectors such as beverage, paint and construction. As PROMASIAD, we work to bring the sector to the right place. The increase of such associations and the increase of NGOs are worthwhile.", he said.

Özen Promosyon Ambitious in terms of Quality and Price

Özen Promosyon provides services on keychain and badge production. Orhan Navriz, one of the Özen Promotion Partners, who explained his expectations about the fair, stated that they aimed to represent Turkey in the best way by participating in domestic fairs as well as in fairs abroad. Navriz, "Thanks to our works, we prevented the imported keychains. We are in an assertive position in terms of both quality and price. Our aim is to provide better service to our company, suppliers and country by increasing employment.," he said. Navriz summarized the general situation of the sector with his words, "The promotion sector is not at the value it deserves in our country. It is believed that when the budget is allocated and spent abroad, it will be returned. If you want to promote yourself and advertise you have to somehow allocate budget. As a company, we are able to direct the promotion more easily with products such as keychain, badge group. Even if other promotional products cause financial problems from time to time because they are more costly, this is not reflected in us. We are preferred because we are an innovative company and develop new products."

PROMODESIGN Promosyon Ürünleri Tasarım Yarışması Ödülleri, **Sahiplerini Buldu**

PROMODESIGN Promotional Products Design Competition Awards Found Their Owners

The awards of the design competition for university students and new graduates were presented in cooperation with PROMASIAD and ETMK

PROMASİAD VE ETMK İŞ BİRLİĞİNDE ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ VE YENİ MEZUNLARA YÖNELİK DÜZENLENEN TASARIM YARIŞMASININ ÖDÜLLERİ TAKDİM EDİLDİ

Promosyon Show İstanbul, PROMASİAD (Promosyon ve Matbaa Sanayici İş Adamları Derneği) ve ETMK (Endüstriyel Tasarımcılar Meslek Kuruluşu) iş birliğiyle üniversitelerin endüstriyel tasarım bölümlerinde öğrenim gören ve aynı bölümden en fazla bir yıl önce mezun olmuş öğrencileri kapsayan bir tasarım yarışması organize etti.

Başarı potansiyeli olan genç tasarımcıları teşvik ederek sektöre kazandırmak amacıyla bu yıl ilki düzenlenen yarışmada ödüller, Promosyon Show Fuar Gala Program'ında kazananlara takdim edildi. Fuar ve organizasyon sponsoru işletmelere hediyelerinin de sunulduğu program, yoğun katılımla gerçekleşti.

Dereceli Tasarımlar PSI Düsseldorf'ta Görücüye Çıkacak

Yarışmada mansiyon ödülü Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesinden Simay Yaman ve Umut Deniz Demir'e, 3'üncülük ödülü Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesinden Yeşim Emecen'e, 2'ncilik ödülü Anadolu Üniversitesinden İdil Sancer'e, 1'incilik ödülü ise Selçuk Üniversitesinden Muhammed Mehti Can Günay'a (törene katılamadığı için kendisini temsilen ETMK İstanbul Şubesi Yönetim Kurulu Üyesi Aslıhan Yılmaz'a) verildi.

Dereceye giren tasarımlar, 7-9 Ocak 2020'de Promosyon Ürünleri Fuarı PSI Düsseldorf'ta sergilenecek.

Promosyon Show Istanbul, in cooperation with PROMASIAD (Promotion and Printing Industry Industrialists Association) and ETMK (Industrial Designers Professional Organization), organized a design competition involving students who are studying in industrial design departments of universities and graduated from the same department at most one year ago.

In the competition, which was held first this year and was organized to encourage young designers with success potential and bring them to the sector, awards were presented to the winners at the Promosyon Show Fair Gala Program. The program, where gifts were presented to fair and organization sponsor enterprises, was realized with intense participation.

The Winning Designs Will be Showcased at PSI Düsseldorf

It was given Honorable mention to Simay Yaman and Umut Deniz Demir from Mimar Sinan Fine Arts University, 3rd prize to Yesim Emecen from Mimar Sinan Fine Arts University, 2nd prize to Idil Sancer from Anadolu University, 1st prize to Muhammed Mehti Can Günay from Selçuk University (as he was unable to attend the ceremony, the award was given on behalf of him to Aslıhan Yılmaz, a member of the Board of Directors of ETMK Istanbul Branch.)

The winning designs will be exhibited at the Promotional Products Fair PSI Düsseldorf on 7-9 January 2020.

Murat İçer
Sky Fuarcılık Genel Müdür Yardımcısı
Deputy General Manager at SKY Fuarcılık

Promosyon Show İstanbul'un Dördüncüsü 2020'de

Fourth of Promotion Show Istanbul in 2020

PROMOSYON SHOW; SİVİL TOPLUM ÖRGÜTLERİYLE GERÇEKLEŞTİRDİĞİ İŞ BİRLİKLERİ SAYESİNDE, SEKTÖRDEKİ TÜM KURULUŞLARLA ORGANİK BİR BAĞ KURDU

Promosyon Show; established an organic connection with all organizations in the sector thanks to its cooperation with non-governmental organizations

Zaman ve mekân bağımlılığı her etkinlik için aşılması gereken zorunlu eşiklerdir. Kurumsal pazarlama ve tanıtım ürünleri sektörünün markalaşmış fuarı; Promosyon Show İstanbul, bu iki eşiğe eklemiş olduğu "ruh" ile yeni bir gelenek oluşmasını sağladı. Doğru zaman ve yerde doğru kişilerin buluşmasını hedef edinen fuar; Matbaacılar Federasyonu, PROMASİAD gibi sivil toplum örgütleriyle gerçekleştirdiği iş birlikleri sayesinde sektörde faaliyet gösteren tüm kuruluşlarla organik bir bağ kurmayı da başardı. Bunları yeterli görmeyen Promosyon Show İstanbul, birçok yeniliğe daha imza atacak.

Avrasya'ya Yöneliyor

Kendini sektörün pazarlama platformu olarak konuşlandıran fuar; dünyanın neresinde olduğumuzu, avantaj ve zorluklarımızı da göz önünde bulundurarak 2020 yılında bölgesel bir hub oluşturmak için Promosyon Show Avrasya markasıyla; Azerbaycan, Rusya, Gürcistan gibi ülkelerdeki ihracat limanlarına yönelecek. Organizasyon; sektörün dünüyle bugününün konuşulduğu, aynı zamanda büyük ilgi-beğeni toplayan; konferans ve seminer organizasyonlarının yanı sıra geleceğin trendlerinin de belirlendiği bir platforma dönüşen Promosyon Ürünleri Tasarım Yarışması PROMODESIGN gibi sektör dinamiklerini yönlendiren etkinliklere de yenilerini ekleyecek. Konaklama, ikram ve servisleriyle zengin bir profil çizen fuar, seçkin ve nitelikli ziyaretçi kitlesiyle katılımcılarının sezona pozitif bir ivme kazanarak girmesini sağlayacak.

Time and space dependence are mandatory thresholds to be overcome for each activity. Branded exhibition of corporate marketing and promotional products sector; Promosyon Show Istanbul has created a new tradition with "the spirit" it has added to these two thresholds. The fair, which aims to meet the right people at the right time and place, has managed to establish an organic connection with all organizations operating in the sector thanks to the cooperation it has made with non-governmental organizations such as Printing Federation and PROMASIAD. Promosyon Show Istanbul, which does not consider them sufficient, will sign many more innovations.

It is going towards Eurasia

The fair, which locates itself as the marketing platform of the sector, will go towards export ports in countries such as Azerbaijan, Russia and Georgia with the brand of Promosyon Show Eurasia to create a regional hub in 2020 by taking into account where we are in the world and our advantages and challenges. The organization will add new events to the industry dynamics such as PROMODESIGN, the Promotional Products Design Competition, which has become a platform where the trends of the future are determined as well as the conferences and seminars, where today's world and today's industry is discussed, which also attracts great attention. The fair, which draws a rich profile with accommodation, catering and services, will enable its participants to enter the season with a positive acceleration with its distinguished and qualified audience.

Endüstriyel Reklam ve Dijital Baskı Sektörü SIGN İstanbul'da Buluştu

Industrial Advertising and Digital Printing Sector Meets in SIGN Istanbul

ALANINDA AVRASYA'NIN EN BÜYÜĞÜ OLAN SIGN İSTANBUL, 30 ÜLKEDEN 350 FİRMANIN KATILIMIYLA 19-22 EYLÜL TARİHLERİ ARASINDA DÜZENLENDİ

Tarsus Turkey tarafından bu yıl 21'incisi düzenlenen SIGN İstanbul Fuarı'nda "Dijital Baskı, Tekstil Baskı, Sign Teknolojisi, Görsel İletişim, LED&LED Ekran, Endüstriyel Baskı, 3D Baskı ve Promosyon" ana başlıkları altında en yeni teknolojiler bir arada sergilendi.

Sektör Duayenleri Birikimlerini Paylaştı

T.C. Ticaret Bakanlığı ve KOSGEB'in de desteklediği SIGN İstanbul, yeni teknolojilerin yanı sıra önemli etkinliklere de ev sahipliği yaptı. Programda Marketing Türkiye konferansları, katılımcı firma yetkilileri ve sektör duayenlerinin birikimlerini paylaştığı özel oturumlar düzenlendi. "Trendler Üzerinden Geleceği Konuşmak", "Girişimcinin Müşteriye Sunacağı Değer Önerisi" ve "İşleri Farklılaştırarak Kârlılığı Arttırmak" gibi ana başlıklar altında gerçekleşen konferans ve oturumlara katılanlar, bu konularda bilgi sahibi oldu.

Fuara Özel Promosyon Sokağı Kuruldu

Fuarın açılış töreninde söz alan Tarsus Turkey Ge-

SIGN Istanbul, which is the largest of Eurasia in its field, was held between 19-22 September with the participation of 350 companies from 30 countries

At the SIGN Istanbul Fair, which is organized its 21st this year by Tarsus Turkey, the latest technologies were exhibited together under the main titles of "Digital Printing, Textile Printing, Sign Technology, Visual Communication, LED & LED Display, Industrial Printing, 3D Printing and Promotion".

T.C. TİCARET BAKANLIĞI VE KOSGEB'İN DE DESTEKLEDİĞİ SIGN İSTANBUL, YENİ TEKNOLOJİLERİN YANI SIRA ÖNEMLİ ETKİNLİKLERE DE EV SAHİPLİĞİ YAPTI

nel Müdürü Zekeriya Aytemur, endüstriyel reklam ve dijital baskı sektörünün son 20 yıl içinde en hızlı değişen sektörlerden birisi olduğunu vurgulayarak, SIGN İstanbul'un da bu değişimle uyumlu biçimde büyümesini sürdürdüğünü dile getirdi. Bu yıl ilk defa Promosyon ve Matbaa Sanayici İşadamları Derneği (PROMASİAD) iş birliğinde fuar alanına özel bir sokak kurduklarının bilgisini paylaşan Aytemur; gelecek yıllarda promosyon sektörünün, endüstriyel reklam alanının önemli bir parçası olarak SIGN İstanbul ile birlikte yoluna devam edeceğine inandığını kaydetti.

Ziyaretçi Sayısında Rekor Artış

Türkiye ile birlikte 21 ülkeden 300'e yakın katılımcı firmanın yer aldığı fuar, bu yıl ziyaretçi sayısında rekor düzeyde artışa imza attı. 3 bin 296'sı yurt dışından olmak üzere toplam 23 bin 516 ziyaretçiyi ağırlayan SIGN İstanbul, endüstriyel reklam ve dijital baskı dünyasında fuarcılığın çıtasını bir kez daha yukarı taşıdı.

Sector Veterans Shared Their Experience

SIGN Istanbul, which is supported by Turkish Republic Ministry of Commerce and KOSGEB (small and medium enterprises development organization), hosted important events as well as new technologies. It was held Marketing Turkey conferences and special sessions where participant company officials and industry veterans shared their know-how. Participants in the conferences and sessions, which was held under the main headings such as "Talking the Future through Trends", "Value Proposition to be Offered by Entrepreneur to the Customer" and "Increasing Profitability by Differentiating Businesses", were informed about these issues.

It was Established Promotional Street Special for the Fair

Tarsus Turkey General Manager Zekeriya Aytemur, who spoke at the opening ceremony of the fair, emphasized that the industrial advertising and digital printing sector has been one of the fastest changing sectors in the last 20 years and expressed that SIGN Istanbul continues to grow in line with this change. Aytemur, who shared information that they established a special street to the fairground for the first time this year by the cooperation with the Promotion and Printing Industrialists Businessmen Association (PROMASIAD), and said that he believes that the promotion sector, as an important part of the field of industrial advertising, will continue its way together with SIGN Istanbul in the coming years.

Record Increase in Number of Visitors

Fair, where close to 300 exhibitor firms from 21 countries along with Turkey, signed a record increase in the number of visitors this year. SIGN Istanbul, which hosted a total of 23 thousand 516 visitors, including 3 thousand 296 visitors from abroad, raised the bar of the fair in the industrial advertising and digital printing world once again.

SIGN Istanbul, which is supported by Turkish Republic Ministry of Commerce and KOSGEB (small and medium enterprises development organization), hosted important events as well as new technologies

İdeal Yeni Yıl Promosyonları

Ideal New Year Promotions

Murat Ekinay

FİRMA OLARAK YENİ YILA UYGUN PROMOSYONLARLA MERHABA DEMEK İSTİYORSANIZ, BU YAZIYI MUTLAKA OKUMALISINIZ

IF YOU WANT TO GREET THE NEW YEAR WITH SUITABLE PROMOTIONS, YOU SHOULD READ THIS ARTICLE.

Yaklaşan yeni yılla birlikte markalar, promosyon çalışmalarını hızlandırıyor. Özellikle takvim, ajanda ve dosya kaydetme özelliğine sahip anahtarlık gibi seçenekler yılbaşı öncesinde sıklıkla tercih ediliyor.

Zamanı Planlamayı Kolaylaştıran Takvimler

Yeni yıl promosyonları söz konusu olduğunda kuşkusuz akla ilk gelen seçeneklerden biri takvim. Hem masa hem de duvarlara yerleştirilebilen takvimlerle ofisinizin dekorasyonunu hareketlendirirken zaman takibini de kolaylaştırabilirsiniz. Üstelik poster şeklinde tasarlanabilen takvimler, markalara kişiselleştirme alanında pek çok alternatif sağlıyor.

Etkinlik ve Organizasyonların Yardımcısı Ajandalar

Yılbaşı döneminde veya hemen öncesinde planlanan bir etkinliğiniz varsa katılımcıların rahatlıkla not alabilecekleri ajandaları tercih edebilirsiniz. Hem tarihli hem de tarihsiz opsiyonları bulunan ajandaların kalın kapaklı ve lastikli modellerini seçtiğinizde daha uzun süre kullanılabilen bir promosyon aracına sahip olabileceğinizi hatırlatalım. Küçük ajandalar, özellikle sık seyahat edenlere rahat taşıma kolaylığı sağlıyor. Orta ve büyük boyutlu alternatifler ise ofis içinde veya dışında düzenlenen toplantılarda çalışanlara geniş bir not alma alanı sunuyor.

We With the approaching New Year, brands are accelerating their promotion activities. Especially options such as key rings that have diary, calendar and file saving features are often preferred before the New Year.

Calendars That Make Time Planning Easy

One of the first options that comes to mind when it comes to New Year promotions is the calendar. With calendars that can be placed both on desk as well as on the walls, you can simplify time tracking in your office as you jazz up your office decoration. Moreover, calendars that can be designed as posters provide brands with many alternatives for personalization.

Kış mevsimine denk gelen yılbaşında ısınmayı kolaylaştıran polar montlar, akıllıca bir promosyon ürünü

Fleece jacket that make it easier to warm up on the New Year which coincides with winter, are smart promotional products

Dizüstü Bilgisayar Taşımaya Uygun Çantalar
Yılbaşı öncesinde dağıtacağınız promosyonun tüm sene boyunca kullanılmasını amaçlıyorsanız, son yılların en büyük ihtiyaçlarından biri hâline gelen bilgisayar çantası ile bu hedefinize kolayca erişebilirsiniz. Dizüstü bilgisayarları koruyacak şekilde özel olarak tasarlanan çantalar, dayanıklı malzemeleri sayesinde şehir dışına yapılan yolculuklara da büyük rahatlık getiriyor.

Soğuktan Koruyan Polar Montlar
Hava sıcaklıklarının iyice azaldığı kış mevsimine denk gelen yılbaşında ısınmayı kolaylaştıran bir alternatife ne dersiniz? Yanıtı evet olanlar için rengarenk polar montlar her yönüyle harika. Farklı beden seçenekleri bulunan montları markanıza uygun tasarımla canlandırarak müşterilerinizin veya çalışanlarınızın karşısına, kullanmaktan keyif alacakları bir sürprizle çıkabilirsiniz.

Tadı Damakta Kalan Şekerler
Yeni yıla nasıl girilirse tüm sene öyle devam edeceği söylenir. Bu inanışa sahip olanlar için bir başka muhteşem seçenek ise renkleriyle göze, tadıyla ise damağa hitap eden şekerler. Ambalaj üzerine kurum logosu eklenebilen şekerlerle hem maliyeti düşük hem de etkisi yüksek tanıtım çalışmalarına imza atmak mümkün. Özel olarak kutulanan şekerleri, doğrudan müşterilerinize ve iş ortaklarınıza gönderebileceğiniz gibi dilerseniz etkinlikler sırasında da dağıtabilirsiniz.

Teknolojik Cihaz ve Yardımcılar
Günümüz dünyasında evde, ofiste veya otomobilde yani kısaca hayatın her alanında teknolojiyle iç içe yaşıyoruz. Haliyle elektronik cihazlar ve onların kullanımına destek olan yardımcılar, promosyon alanında giderek daha fazla ilgi çekiyor. Cep telefonlarını araç içinde yerleştirmeye yarayan aparatlar sayesinde görüşmelerinizi çok daha kolay gerçekleştirebilirsiniz. Birden fazla fonksiyona sahip el fenerleri ise hem şehir yaşamında hem de doğanın içine yapılan yolculuklarda kullanıcıların vazgeçilmezi hâline geliyor. Ayrıca USB bellek olarak da kullanılabilen anahtarlıkları tercih edebilir, böylece özellikle son yıllarda gitgide artan veri depolama ihtiyacına pratik bir çözüm sunabilirsiniz.

Event and Organization Aiding Diaries
If you have an event planned during or just before the New Year, you can opt for diaries where participants can easily take notes. Please note that you can have a promotional tool that can be used for a longer period of time if you choose thick-covered models equipped with plastic strips diaries with both dated and undated options. Small calendars are easy to transport especially for those who travel frequently. Medium and large-scale alternatives offer employees a wide range of note-taking space at meetings held in or outside the office.

Suitable Cases for Carrying Laptop
If your intention is that the promotion material you distribute before the New Year is used all year round, you can easily reach this goal with a computer carrying bag which has become one of the main must haves in recent years. Bags designed specifically to protect laptops bring great comfort to trips out of town thanks to their durable materials.

Cold Repelling Fleece Jackets
What do you say to an alternative that makes it easier to warm up during the New Year, which coincides with the winter season when temperatures drop? Colorful fleece jackets are great for all those who say yes. You can appear before your customers or employees with a surprise that they will enjoy using with jackets having different size options in a design that is commensurate with your brand.

Delicious Candy
Rumor has it that how you launch into the New Year is how it will continue all year. Another great option for those who believe this rumor is candy that appeals to the eye with their colors and the palate with their taste. The corporate logo can be added on the packaging and enable promotional activities that have both a low cost as well as a high impact. You can send specially boxed candy directly to your customers and business partners or distribute them during events.

Technological Devices and Auxiliaries
In today's world, technology is with us at home, in the office or in the automobile, in short, technology is integrated in every aspect of our lives. Electronic devices and their aids, which support their use, are attracting more and more attention in the field of promotion. Thanks to the apparatus for placing mobile phones in vehicles, you can make your calls much easier. Flashlights with multiple functions become indispensable for users both in urban life and on journeys into nature. You can also choose key chains that can be substituted as USB memory sticks and offer a practical solution to the ever growing need for data storage, especially in recent years.

Kış Mevsiminin Promosyonları

Winter Promotions

PROMOSYONLAR, KIŞ MEVSİMİNDE DE GÜZEL SEÇENEKLER SUNUYOR. SİZ DEĞERLİ OKURLARIMIZ İÇİN MEVSİME UYGUN PROMOSYON ÜRÜNLERİNİ DERLEDİK

Murat Ekinay

PROMOTIONS ALSO OFFER GOOD OPTIONS IN WINTER. WE HAVE COMPILED APPROPRIATE SEASONAL PROMOTIONAL PRODUCTS FOR YOU, OUR DEAR READERS

Havalar iyice soğuduğunda ve kar taneleri gökyüzünden süzülmeye başladığında kış mevsiminin geldiğini anlarız. Kalın giysilerimizi tekrardan üzerimize geçirdiğimiz bu dönem, aynı zamanda promosyon dünyası için de pek çok fırsatı beraberinde getiriyor. Kış aylarının en ideal promosyon seçeneklerine göz atmaya ne dersiniz?

İçinizi Isıtacak Termoslar

Kış mevsiminde termometre değerlerinin düşmesiyle birlikte kahve ve çay gibi sıcak içeceklere ihtiyacımız giderek artıyor. Durum böyle olunca içine doldurulan içeceklerin ısısını uzun süre

When the weather cools and snowflakes begin to float through the sky, we realize that winter is here. This period when we put our thick clothes back on is also accompanied with many opportunities for the promotion world. What do you say to taking a look at the best winter promotion options?

Thermoses to warm you up

With the decrease in thermometer values in the winter season, we need more and more hot drinks such as coffee and tea. When this happens, thermoses that are able to maintain the temperature of beverages they are

Thermoses that can be equipped with a brand logo or slogan are very good advertising options especially for corporate companies.

koruyabilen termoslar bu dönem için en uygun promosyon alternatiflerinden birini oluşturuyor. Üzerine marka logosu veya slogan yerleştirilebilen termoslar, özellikle kurumsal firmalar için oldukça iyi bir reklam seçeneği. Üstelik tercihinizi termostan yana kullandığınızda renk ve tasarımlar konusunda hayal gücünüzü zorlayabilirsiniz. Farklı boyut alternatifleri de bulunan termoslar, sızdırmaz kapakları sayesinde kullanıcılarına yaşamın her alanında büyük kolaylık sağlıyor.

Hayal Gücünü Zorlayan Kupalar

Promosyon dünyasının vazgeçilmezleri arasında yer alan kupalar, özellikle kış sezonunda hayli revaçta. Kişiselleştirme anlamında pek çok avantaj sunan kupaların üzerine istediğiniz tasarımı kolayca uygulayabilirsiniz. Son yıllarda popülerliği artan sihirli kupalar ise sürprizleri seven markaların gözdesi. İçine sıcak içecek doldurulduğunda tasarımı değişen sihirli kupalarla şaşırtıcı deneyimlere imza atabilir ve hedef kitlenizi gülümsetebilirsiniz.

El Yakmayan Karton Bardak Tutacakları

Kimse çayının veya kahvesinin keyfini çıkarırken elinin yanmasını istemez. Tam da bu noktada bardağın çevresini saran tutacaklar, işlevsel olduğu kadar kalıcı bir çözüm de sunuyor. Öyleyse bu kış düzenleyeceğiniz etkinlik ve organizasyonlarınız sırasında firma logonuz veya hayalinizdeki tasarımlarla süsleyeceğiniz bardak tutacaklarına bir şans vermeye ne dersiniz? Markalara maliyet konusunda da avantaj sağlayan tutacaklar, kar-

Üzerine marka logosu veya slogan yerleştirilebilen termoslar, özellikle kurumsal firmalar için oldukça iyi bir reklam seçeneği

filled with for a long time constitute one of the most suitable promotional alternatives for this period. Thermoses that can be equipped with brand logos or slogans are a very good advertising option, especially for corporate companies. Moreover, when you use your preference in favor of a thermos, you can challenge your imagination regarding colors and designs. Thermos flasks with different size alternatives provide great convenience to users in all areas of life thanks to their sealed caps.

Mugs that challenge the imagination

Mugs are among the indispensables in the promotion world and especially popular in the winter season. You can easily apply a desired design on mugs that offer many advantages in terms of personalization. In recent

Üzerine logo baskısı yapılabilen battaniyeler, kış için ideal promosyonlar arasında

ton bardaklarla birlikte hem dönemlik etkinlikler hem de uzun süreli kullanıma elverişli seçeneklerden birini oluşturuyor.

Soğuğa Karşı Koruyan Battaniyeler

Nerede olduğumuz fark etmeksizin hızlıca ısınmak istediğimizde imdadımıza yetişen battaniyeler, aynı zamanda kış için ideal promosyonlar arasında. Üzerine logo baskısı yapılabilen battaniyeler sayesinde katılımcıların ilgisini kısa sürede çekebilirsiniz. Üstelik şehir dışına bir şirket organizasyonu planladığınızda promosyonunuzu yolculuk sırasında dağıtarak çalışanlarınızın veya müşterilerinizin beğenisini kazanmanız da mümkün.

Ofis Masalarının Dostu: Bardak Altlıkları

Havalar soğuduğunda tıpkı sıcak içeceklere olduğu gibi üzerine kupa yerleştirilebilen bardak

years, magic mugs which are increasingly popular are the favorites of brands that like surprises. You can create amazing experiences and put a smile on your target audience's face with magical mugs that change design when they are filled with hot drinks.

Cardboard Cup Holders that prevent the hands from burning

Nobody wants their hands burned when they enjoy their tea or coffee. At this point, the handles surrounding the cup offer a functional as well as permanent solution. So, how about giving a chance to cup holders that will be adorned with your company logo or your dream designs for your events and organizations this winter? The holders together with cardboard cups which also provide cost advantages for brands, constitute an option that is suitable for both periodic activities and long-term use.

Blankets that protect against the cold

Blankets, which come to our rescue when we want to warm up quickly, regardless of where we are, are also ideal promotions for the winter. You can attract the attention of participants in a short time thanks to blankets that can be printed with a logo. Moreover, when you plan a company event outside the city, you can distribute your promotion material during the journey and gain the appreciation of your employees or customers.

The Friend of Office Desks: Coasters

The demand for coasters to be placed under mugs increases in parallel with the demand for hot drinks when the weather cools. Commonly used in offices and workplaces, coasters provide brands with a wide range of design and imagination while

We believe that PROMASIAD can bring Turkish promotion and printing industries more advantages

altlıklarına da talep artıyor. Ofis ve iş yerlerinde sıklıkla kullanılan bardak altlıkları, masaları korurken markalara tasarım ve hayal gücü konusunda geniş bir alan sağlıyor. Ayrıca isterseniz üstüne ekleyeceğiniz esprili mesajlarla bu renkli seçeneği çok daha çekici hâle getirebilirsiniz.

İlham Veren Not Defterleri

Kış mevsimi boyunca yaz ve bahar aylarına kıyasla iç mekânlarda daha fazla zaman geçiriyoruz. Bu duruma yağan karın oluşturduğu eşsiz manzaralar da eklenince yazı yazmayı sevenler için tek eksik harika bir not defteri oluyor. Üzerine mevsimin sembollerini yansıtan kardan adam gibi şekiller de eklenebilen not defterleri sayesinde kullanıcıların her an yanlarında bulundurmak isteyecekleri harika bir promosyon çalışmasına imza atabilirsiniz. Üstelik geri dönüştürülen malzemelerden üretilen alternatifleri tercih ettiğinizde markanızın imajını güçlendirirken doğanın korunmasına da destek olabileceğinizi unutmayın.

Alışverişlerin Olmazsa Olmazı Bez Çantalar

Kış döneminde yağmur ve kar yağışına karşı dayanıklı olan çantaları tercih ettiğinizde uzun süre kullanılabilecek işlevsel bir promosyon çalışması gerçekleştirebilirsiniz. Bez çantayı tercih eden yöneticiler tarafından dikkat edilmesi gereken di-

they preserve desks. You can also make this colorful option even more attractive with humorous messages.

Inspirational Notebooks

We spend more time indoors during winter than in summer and spring. Adding the unique landscapes created by the floating snow, the only thing missing for those who love to write is a notebook. Thanks to the notebooks which can be adorned with shapes like a snowman reflecting the symbols of the season, you can put your signature on a great promotional material that users will want to have with them at all times. Moreover, when you choose alternatives made from recycled materials, remember that you can support the protection of nature while strengthening the image of your brand.

Must-Have Fabric Tote Bags

If you prefer bags that are resistant to rain and snow during winter, you can carry out a functional promotional work that can be used for a long time. Another issue that should be considered by administrators who prefer a fabric bag is the potential use of the product. This allows you to choose size, color and material more accurately. When you add your company's logo on the bags, you can get an advertising medium that continues to be effective throughout the life of the bag.

With our sales representatives who do their job the best they can, we have achieved all of our goals so far in Turkey.

Yağışlara karşı dayanıklı olan çantaları tercih ettiğinizde uzun süre kullanılabilecek işlevsel bir promosyon çalışması gerçekleştirebilirsiniz

ğer bir konu ise ürünün potansiyel kullanım alanları. Böylece boyut, renk ve malzeme seçimini çok daha doğru bir şekilde yapabilirsiniz. Söz konusu çantaların üzerine şirketinizin logosunu eklediğinizde ise kullanım süresi boyunca etkisini sürdüren bir reklam mecrası elde edebilirsiniz.

Birbirinden Şık Atkı ve Şallar

Şüphesiz soğuk havalardan korunmanın en iyi yollarından biri de şıklığı rahatlıkla buluşturan şal ve atkılar. Tıpkı battaniye gibi bu mevsimde yanımızdan ayırmak istemediğimiz iç ısıtan aksesuarlar, kış boyunca yapılan promosyon çalışmalarının vazgeçilmezleri arasında sıralanıyor. Tek kullanımlık alternatiflere kıyasla maliyeti daha yüksek gelebilen atkı ve şalı, özellikle uzun dönemli etki oluşturmak istediğiniz kampanyalarınız arasına dahil edebilirsiniz.

Sıkılan Bünyelere Stres Topu

Kış mevsimi süresince kapalı alanlarda daha fazla zaman geçirdiğimiz gerçek. Özellikle ofiste uzun saatler boyunca çalıştığımızda veya boş kaldığımız zamanlarda kolaylıkla sıkılabiliyoruz. Ancak bu noktada çözüm oldukça basit. Üzeri çeşitli tasarımlarla renklendirilebilen stres topları, farklı ve alışılmışın dışında bir promosyon seçeneği arayanların yardımına koşuyor.

Telefonları Şarj Eden Harici Cihazlar

Neredeyse yıl boyunca elimizden bir an olsun düşmeyen cep telefonlarımızı, kış aylarında her zamankinden daha fazla kullanıyoruz. Bu dönemde yoğunluğu giderek artan iş hayatı, uzun süren konuşmalar ve sosyal medya takibi nedeniyle şarjımız çabucak bitebiliyor. Üstelik bu mevsimde karla kaplanan doğanın eşsiz görüntülerini yakalamak için de fazladan şarja ihtiyaç duyabilirsiniz. Dolayısıyla son dönemlerin gözde promosyon alternatifleri arasında sayılan harici şarj cihazları soğuk günlerde de popülerliğini sürdürüyor. Artan taleple birlikte görüntüleri de giderek çeşitlenen cihazların üstüne dilediğiniz gibi logo veya tasarım ekleyebilirsiniz. Farklı kapasite seçenekleriyle sunulan harici şarjları tercih ettiğinizde pil hacmine dikkat etmenizde yarar var. Ayrıca cihazın mümkün olduğunca ince ve hafif olmasına özen göstermelisiniz. Böylece promosyonunuzun kullanım sıklığını ve ulaştığı kişi sayısını arttırabilirsiniz.

Beyaz Dünyayı İç Mekânlara Taşıyan Kar Küreleri

Eğer fazla kar yağmayan bir bölgede yaşıyorsanız, beyaz manzaralara olan özleminizi son derece dekoratif kar küreleri ile giderebilirsiniz. Ofis masalarına ve evlere çok yakışan küreleri dilediğiniz gibi kişiselleştirerek sadece size özel bir seçenek hâline getirebilirsiniz. İçine yazı veya fotoğraf da eklenebilen kar küresi, kalıcı olduğu kadar nostaljik bir promosyon malzemesi arayanlar için adeta biçilmiş kaftan.

Stylish Scarves and Shawls

It goes without saying that one of the best ways of protection against cold weather is shawls and scarves that combine elegance with comfort. Just like blankets, these heart warming accessories that we want with us at all times during this season are among the indispensables of promotional activities for winter. Although the cost of scarves and shawls is likely to be higher than the cost of disposable alternatives, they can be included especially in campaigns where you want to establish a long-term impact.

Stress balls for bored constitutions

It is true that we spend more time indoors during the winter season. We can easily get bored, especially when we work in the office for long hours or when we are idle. At this point the solution is quite simple. Stress balls, which can be colored with various designs, rush to the aid of those looking for different and unusual promotion options.

External Devices for Charging Phones

We use our mobile phones which are glued to our hand throughout the year more than ever during the winter months. During this period, the battery can go dead as a result of the increasing intensity of business life, long conversations and social media monitoring. You may also need extra charge to capture the unique images of the snow-covered nature during this season. Therefore, the most popular promotional alternatives in recent years, external chargers maintain their popularity during the cold days. You can add your logo or the design that you want onto the devices, the appearances of which are becoming increasingly diversified with the increasing demand. If you prefer external chargers with different capacity options, you should pay attention to the battery volume. You should also make sure that the device is as slim and light as possible. Thus you will be able to increase the frequency of your promotion's usage as well as the number of people it reaches.

Snow Globes Carrying the White World Indoors

If you live in an area with minimal snow fall, you can satisfy your longing for white landscapes with extremely decorative snow globes. You can personalize the spheres that suit office desks and homes as you wish and make them an option that is uniquely yours. The snow globe, which can be added with text or photos, is a tailor made solution for those looking for lasting yet nostalgic promotion material.

Dönüşüm
Şirketlerde Transformasyon Zamanı!

Transformation
Transformation Time in Companies!

VERİNİN PARA VE KÂRLILIKTAN ÇOK DAHA ÖNEMLİ OLDUĞU BİR ZAMAN DİLİMİNE GELDİK. BU DÖNEMDE ŞİRKETLERİMİZİ HIZLA DEĞİŞEN DİNAMİKLERE ALIŞTIRMAMIZ GEREKİYOR

Ceyhun YAVAŞ
MBA ve Cey Promosyon Genel Müdürü
General Manager, MBA and Cey Promotion

2020 yılına gireceğimiz şu günlerde gerek promosyon gerekse diğer tüm sektörlerde global piyasalara açılma isteği son derece tavan yapmış durumda. Peki dış piyasalar mevcut şirketlerimizi mevcut durumlarıyla kabul edecekler mi? Bunun cevabı yine bizde yani çekirdek şirketlerimizde yatıyor. Anahtar kelime "transformasyon"!

Şirketlerimizi hızla değişen dinamiklere alıştırmamız gerekiyor. Günümüzden 10 sene öncesini düşünün ve bu tarihten sonra oluşan yeni meslekleri gözünüzün önünde canlandırın. Büyük veri analisti, otonom araç mühendisi, Youtube içerik yöneticisi, Über şöförü ve daha nicelerini görebilirsiniz. Verinin para ve kârlılıktan çok daha önemli olduğu bir zaman diline geldik. Eskiden çevremizdeki varlıklı kişilere "merkez bankası gibi adam" derken, şimdi ise "google gibi adamsın" demek daha önemli bir durum hâlini aldı. Burada kilit transformasyonlar şirketlerdeki kar odaklılığından değerselliğe, basit planlamalardan deneyimlemeye, kontrol merkezcilikten yetkilendiriliciğe, hiyerarşik düzenden ağsal düzene ve gizli yaklaşımdan şeffaf yaklaşıma dönüşümle gerçekleşebilir. İş insanları şirket modellemelerini çok iyi sorgulamalı her hatayı insan ve çalışan kaynaklı göstermekle sadece günü geçiştirmiş olunuyor. Düşüncem odur ki çalışanların mesai başlangıç ve saatine odaklanan geleneksel tarzda iş insanlarının çalışma anlayışı bitmiştir. Bunu kabullenmek gerekiyor. Artık önemli olan anlayış, çalışanların eğitim ve fikirlerini önemsemek durumunda iş insanlarımız. Firmalara eğitimli, katma değer katacak özgür görüşlü çalışanlar gerekli.

Yapısal değişiklikleri ve modellemeleri gerçekleştiren şirketlerimiz global piyasalara ürün satmanın öneminden çok çözüm satmanın daha önemli olduğunu da anlayacaklardır!

We have come to a time when data is more important than money and profitability. In this period, we need to adapt our companies to rapidly changing dynamics

In these days we enter the year 2020, and the desire to open up to global markets in both promotion and all other sectors has been extremely high. Well, Will foreign markets accept our current companies as they are? The answer lies in our core companies. Keyword "transformation!"

We need to adapt our companies to rapidly changing dynamics. Let us think about 10 years before today and visualize the new professions that emerged after this date. You can see big data analyst, autonomous vehicle engineer, YouTube content manager, Uber driver and more. We have come to a time when data is more important than money and profitability. While we used to call the wealthy people around us "a man like the central bank" formerly, now it is more important to say, "You're a man like google." Here, key transformations can make real with transformations that from companies' profit focus to valorization, from simple planning to experience, from control centrism to empowerment, from hierarchical order to network order and from secret approach to transparent approach. Business people should question the company modeling very well, and it is only a day slurred over by showing every mistake from human and employee sources. I think that business people's traditional understanding of working, which focuses on employees' start and end time of work, is over. We need to accept it. Now, it is important understanding that our business people have to care about employees' training and ideas. Companies need employees who educated, freethinking and will provide added value.

Companies that realize structural changes and modeling will understand that it is also more important to sell solutions than to sell products to global markets!

PROMASİAD

1. Olağan Genel Kurulu Gerçekleştirildi

PROMASİAD's 1st Ordinary General Assembly Held

PROMASİAD ÜYELERİ, GERÇEKLEŞTİRİLEN İLK OLAĞAN KURULLA İKİ YIL BOYUNCA GÖREV ALACAK YENİ YÖNETİMİNİ SEÇTİ

PROMASIAD MEMBERS ELECTED THEIR NEW MANAGEMENT FOR TWO YEARS WITH THE FIRST ORDINARY COMMITTEE

PROMASİAD'ın 1. Olağan Genel Kurulu, Wow İstanbul Hotel ve Kongre Salonunda gerçekleştirildi. PROMASİAD üyeleri düzenlenen kurulda, iki yıl görev alacak olan yeni yönetimi seçti. Hayli yoğun bir katılımla 2 Kasım'da gerçekleştirilen genel kurulda PROMASİAD Yönetim Kurulu Başkanlığına Ömer Karatemiz seçilirken, Başkan Yardımcılığı görevini Murat Erdoğan ve Muhammed Kurt, Sayman Üyelik görevini de Ceyhun Yavaş üstlendi. Kurulda seçilen asil üyeler; Mehmet Cebeci, Murat Eren, Mustafa Duru şeklindeyken yedek üyeler ise; Yaşar Kaymakçıoğlu, Ali Özbilen, Ercan Şen, Orhan Navriz, Selen Erdeniz Kahraman, Selman Yıldırım ve Emre Aykut oldu.

Ömer Karatemiz'in Konuşmasından Satır Başları

PROMASİAD'ın 1. Olağan Genel Kurulunda konuşma yapan Yönetim Kurulu Başkanı Ömer Karatemiz, kurul toplantısına katılımlarından dolayı tüm misafirlere teşekkür ederek, ge-

PROMASIAD's 1st Ordinary General Assembly was held in Wow Istanbul Hotel and Congress Hall. PROMASIAD members chose the new management that will serve for two years. Ömer Karatemiz was elected as the Chairman of PROMASIAD at the General Assembly held with a very intense participation on November 2, while Murat Erdoğan and Muhammed Kurt were appointed as Vice Chairman and Ceyhun Yavaş as Treasurer. Mehmet Cebeci, Murat Eren, and Mustafa Duru were selected as the permanent members of the board and substitute members were Yaşar Kaymakçıoglu, Ali Özbilen, Ercan Şen, Orhan Navriz, Selen Erdeniz Kahraman, Selman Yıldırım and Emre Aykut.

Highlights from Ömer Karatemiz's Speech

Speaking at the 1st Ordinary General Assembly of PROMASIAD, Ömer Karatemiz, Chair-

nel kurulun; PROMASİAD, firmalar, sektör ve tüm ülke için hayırlara vesile olmasını diledi. PROMASİAD'ın altı aylık kısa bir zaman diliminde kuruluş ve örgütlenme aşamalarını tamamladığını anımsatan Karatemiz, bugün gerçekleştirilen ilk genel kurul toplantısıyla birlikte gelişme ve büyüme aşamasına da geçilmiş olacağını söyledi. Karatemiz, "Sektörümüz için örgütlü ve sistemli bir çalışma imkânının yakalanamadığı, firmalarımızı temsil kabiliyeti taşıyabilecek bir üst yapının uzun yıllar boyunca oluşamadığı karamsar dönemin sonunda, bugün ciddi bir inanç taşıyoruz. PROMASİAD; çalışmalarını, aynı meslek dallarında faaliyet gösteren işletmelerimiz için her şeyden önce birlik ve beraberliğin mümkün olabilmesi amacıyla sürdürüyor. Ekonomik açıdan zor dönemlerden geçiyoruz ve bugün aynı pazar dâhilinde faaliyet gösteren işletmelerimizin rekabet sarmalından çıkarak ortak hareket edebilmesi, daha da zorlaşabilecek şartlara hazırlıklı olmamızı sağlayacaktır." dedi.

"PROMASİAD'ın; sadece ticari ilişkilerin amaç olduğu bir dernek değil, üyeleri arasında sosyal ilişkilerin de kurulduğu yaşayan bir platform olmasını istiyoruz"

"We want PROMASIAD to be a living platform where not only commercial relations are aimed, but also social relations among its members"

man of the Board of Directors, thanked all the guests for their participation in the meeting and wished the general assembly to be beneficial for PROMASIAD, companies, sector and the whole country. Reminding that PROMASIAD completed the establishment and organization stages in a short period of six months, Karatemiz said that it would be passed to the development and growth phase with the first general meeting held today. Karatemiz, "At the end of the pessimistic period where an organized and systematic working opportunity for our sector could not be achieved and a superstructure capable of representing our companies could not be formed for many years, today we have a serious belief. First, PROMASIAD continues its activities in order to enable unity and solidarity for our businesses operating in the same profession. We are going through difficult economic times and the fact that our businesses operating within the same market today can move out of the competition spiral and act jointly will enable us to prepare for conditions that may become more difficult.", he said.

PROMASIAD Has Three Important Objectives
Ömer Karatemiz said that as PROMASIAD, they determined three important goals at their starting points and explained the details of these goals one by one:
"Firstly; to create a common working platform for promotion products and press-printing industry those target markets, suppliers, fields of activity, and problems are almost the same. Thus, to build a culture of solidarity and working together, which is missing in both sectors. Secondly; to perform the representation of our business people both in Turkey and abroad in the best way with strong activities in promotion and printing sectors. In this context, PROMASİ AD aims to create an effective lobbying power in our sector in our country, and to increase the perception of Turkish promotional products and printing industry sectors even further abroad. Third and lastly, to increase the lost reputation of the promotion and printing areas in the private sector and public sector to the level they deserve. We have endeavored to create a structure that will make it easy to us in order to achieve the objectives that we have determined during the last six months of establishment and organization. Today, our association, which has reached 81 members, will continue to serve our sectors and businesses even more strongly."

You See PROMASİAD as Your Own Home

Ömer Karatemiz, who states that PROMASIAD should be seen as a platform where all problems and solution proposals could be discussed and, at the same time, the initiatives or activ-

"We want PROMASIAD to be a living platform where not only commercial relations are aimed, but also social relations among its members"

"Derneğimiz, yeni döneminde kurumsallaşma süreçlerini tamamlamalı ve olabildiğince fazla üye katılımını da bünyesinde oluşturacağı komisyonlar vesilesiyle sağlamalıdır"

PROMASİAD'ın Üç Önemli Amacı Bulunuyor

PROMASİAD olarak çıkış noktalarında kendilerine üç önemli amaç belirlediklerini söyleyen Ömer Karatemiz, bu amaçlarının detaylarını tek tek şöyle aktardı:

"Birinci olarak; hedef pazarları, tedarikçileri, faaliyet alanları, problem ve sıkıntıları hemen hemen aynı olan iki sektör; promosyon ürünleri ve matbaa-basım sanayisi için ortak bir çalışma zemini oluşturmak. Böylelikle her iki sektörde de eksik olan dayanışma ve birlikte çalışma kültürünü inşa edebilmek. İkinci olarak; promosyon ve matbaa sektörlerinde güçlü faaliyetlerle ülkemiz iş insanlarının gerek Türkiye gerekse yurt dışındaki temsiliyetini en iyi şekilde gerçekleştirmek. Bu kapsamda PROMASİAD, ülkemizde sektörel anlamda etkili bir lobi gücü oluşturmayı, yurt dışında ise Türk tanıtım ürünleri ve basım sanayi sektörlerinin algısını daha da yukarılara çıkarmayı hedeflemektedir. Üçüncü ve son olarak da promosyon ve matbaa alanlarının özel sektörde ve kamuda kaybolan saygınlığını, tekrar hak ettiği seviyeye çıkarmaktır. Geçtiğimiz altı aylık kuruluş ve örgütlenme sürecinde belirlediğimiz bu amaçlara ulaşmak için bizlere kolaylık sağlayacak bir yapı oluşturmaya gayret ettik. Bugün 81 üyeye ulaşan birlikteliğimiz, bundan böyle daha da güçlü bir şekilde sektörlerimize ve işletmelerimize hizmet etmeye devam edecektir."

PROMASİAD'ı Kendi Eviniz Gibi Görün

PROMASİAD'ı; tüm sorunların ve çözüm önerilerinin tartışılabileceği, aynı zamanda yapılacak atılımların veya faaliyetlerin de planlanabileceği bir platform olarak görülmesinin elzem olduğunu belirten Ömer Karatemiz, her üyenin bu çatıyı kendi evi olarak benimsemesini ve derneğin faaliyetlerine katkı sağlamasını rica etti. Karatemiz, "PROMASİAD, ancak sizlerin sahip çıkması ve destek vermesi durumunda

ities could be planned, asked each member to adopt this roof as his own house and contribute to the activities of the association. Karatemiz, "PROMASIAD will not be one of thousands of signboard associations in the country only if you own and support it; will be an upper roof that will produce benefits for our companies, sectors and our country. We want PROMASIAD to be a living platform where not only commercial relations are aimed, but also social relations among its members. In this context, we have made our member admissions so far not only based on application, but also on a sensitive analysis based on the reference system. While we were bringing members to our association, we imagined this roof as a family and acted with the idea that we would gain a member of our family. I hope this sensitivity will continue in the coming period.", he said.

We Have Completed the Founding Phase

Karatemiz, who said that the establishment phase of PROMASIAD was completed with the general assembly meeting, "Today, the temporary board of directors will transfer the task to the newly elected association bodies for a period of two years. Our Association should complete the institutionalization process in the new period and ensure the participation of as many members as possible through the commissions it will form within its structure.", he shared the information.

PROMASİAD'ın yeni dönemde uygulayacağı OECD tarafından da benimsenen dört temel yönetim ilkesi bulunuyor

ülkedeki binlerce tabela derneğinden birisi olmayacak; şirketlerimize, sektörlerimize ve ülkemize fayda üretecek bir üst çatı olabilecektir. PROMASİAD'ın, sadece ticari ilişkilerin amaç olduğu bir dernek değil, üyeleri arasında sosyal ilişkilerin de kurulduğu yaşayan bir platform olmasını istiyoruz. Bu bağlamda şimdiye kadarki üye kabullerimizi; sadece başvuru esasına göre değil, referans sistemini baz alarak hassas bir analizle gerçekleştirdik. Derneğimize üye kazandırırken bu çatıyı bir aile olarak tahayyül ederek, ailemize bir üye kazanıyoruz düşüncesiyle hareket ettik. Umuyorum bu hassasiyet, önümüzdeki dönemde de devam edecektir." şeklinde konuştu.

Kuruluş Evresini Tamamladık

PROMASİAD'ın kuruluş evresinin, gerçekleştirdikleri genel kurul toplantısıyla tamamlanmış olduğunu söyleyen Karatemiz, "Bugün geçici yönetim kurulu, görevini yeni seçilecek dernek organlarına iki yıl süre için devredecek. Derneğimiz, yeni döneminde kurumsallaşma süreçlerini tamamlamalı ve olabildiğince fazla üye katılımını da bünyesinde oluşturacağı komisyonlar vesilesiyle sağlamalıdır." bilgilerini paylaştı.

Uygulanacak Yönetim İlkeleri

PROMASİAD'ın yeni dönemde faaliyetlerini sürdürürken uygulaması gereken bazı yönetim ilkeleri olduğunu, bunların OECD tarafından da benimsenen dört temel yönetim ilkesi olma özelliğini taşıdığını ifade eden Ömer Karatemiz, söz konusu ilkeleri şu şekilde aktardı:

"Birincisi adillik ilkesi; her üyemizin adil ve eşit şartlara sahip olmasını ifade eder. İkincisi şeffaflık ilkesi; dernek faaliyetleriyle ilgili her üyemizi ve kamuoyunu ilgilendiren tüm bilgileri açık bir şekilde paylaşılmasını kapsar. Üçüncüsü hesap verebilirlik ilkesi; dernek faaliyetleri ve uygulamalarının sonuçlarıyla birlikte açıklanmasıdır. Bu ilke de dernek yönetiminin üyelerine karşı hesap verebilmesine yönelik düzenlemelerin yapılmasını ve takip edilmesini ifade eder. Dördüncüsü sorumluluk ilkesi; derneğimizin kendi üyelerine ve dışarıya karşı olan tüm sorumluluklarının belirlenmesidir. Sorumluluk ilkesiyse dernek bünyesinde gerekli görev dağılımlarının yapılarak birimlerin sorumluluk alanlarının belirlenmesi ve kontrol edilmesini sağlar."

Sözlerine son verirken, gerçekleştirilen genel kurulun hayırlı sonuçlara vesile olmasını dilediğini aktaran Ömer Karatemiz; derneğin kuruluşunda imzası olan kurucular kuruluna, 1. Olağan Genel Kuruluna dek geçen süre içerisinde görev alan yönetim kuruluna, fuar komitesine ve diğer tüm organizasyonlarda aktif rol alan tüm paydaşlarına teşekkür etti. Etkinlikte bulunan tüm katılımcılara da destekleri için şükranlarını sunan Karatemiz, "PROMASİAD'ın gücünü ve itibarını daha da yukarılara taşıyacak olduğuna inandığım, bugün seçilecek olan yeni yönetim kurulundaki arkadaşlarıma şimdiden başarılar diliyorum. Yeni dönem başarılı faaliyetlere kapı açsın, hayırlı hizmetlerimizde Cenab-ı Allah önümüzü açsın. Birlik ve beraberliğimiz daim olsun diyorum ve sizleri saygıyla selamlıyorum." diye konuştu.

Management Principles to be Applied

Ömer Karatemiz, who stated that PROMASIAD has some management principles that should be applied while continuing its activities in the new period and that have the four basic management principles adopted by the OECD, explained these principles as follows:

"The first is the principle of fairness; it means that each of our members has fair and equal conditions. The second is the principle of transparency; it covers the clear sharing of all information relating to the activities of the association to each member and the public. Third, the principle of accountability; is to explain the association activities and practices together with the results. This principle refers to the making and monitoring of the arrangements for the accountability of the association management to its members. Fourth, the principle of responsibility; is to determine all the responsibilities of our association to its members and to the outside. Responsibility principle allows the determination and control of the areas of responsibility of the units by making the necessary distribution of duties within the association."

Ömer Karatemiz, who concluded his speech and said that he wished the general assembly to be beneficial for good results, thanked the founders' committee who signed the foundation of the association, the board of directors who took office until the 1st Ordinary General Assembly, the fair committee and all the stakeholders who took an active role in all other organizations. Karatemiz, who also expressed gratitude to all participants in the event for their support, "I wish success to my friends on the new board of directors that will be elected today, which I believe will bring PROMASIAD's strength and reputation even higher. May the new era open the door to successful activities, May Almighty Allah open our way in our auspicious services. I say that our unity and solidarity will always exist and I greet you with respect.", he said.

PROMASIAD has four basic management principles that implement in the new period and adopted by the OECD

PROMASİAD İLE ARED GÖRÜŞ ALIŞVERİŞİNDE BULUNDU

PROMASİAD Exchanged of Views with ARED

PROMASİAD, endüstriyel reklam sektörünün büyümesi için önemli çalışmalarda bulunan ARED'e (Açıkhava Reklamcılığı Derneği) bir ziyaret gerçekleştirdi. Ziyaret kapsamında, önümüzdeki dönemde birlikte gerçekleştirilebilecek projeler üzerinde fikir alışverişinde bulunuldu. Toplantıda ARED Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Özdemirel'in yanı sıra Yönetim Kurulu Üyeleri de hazır bulundu.
Türkiye'de açık hava reklamcılığını bilinçlendirilmiş ve mesleki standartları belirlenmiş bir sektör hâline getirmek için çalışan ARED, uluslararası standartlarda hizmet veren bir kuruluş olmayı hedefliyor.

PROMASIAD paid a visit to ARED (Sign Association of Turkey) that makes important efforts for the growth of the industrial advertising sector. Within the scope of the visit, it was compared notes on the projects that could be realized together in the coming period. ARED Chairman Ahmet Özdemirel as well as members of the Board of Directors were present at the meeting.
ARED, which works for turning outdoor advertising in Turkey into a sector of professional standards identified and raised awareness, aims to be an organization providing services of international standards.

PROMASİAD'IN ÇALIŞMALARI ASKON İLE PAYLAŞILDI

PROMASİAD's Works were Shared with ASKON

PROMASİAD heyeti, ASKON'a (Anadolu Aslanları İş Adamları Derneği) kurumsal bir ziyaret gerçekleştirdi. ASKON Genel Merkez Binası'ndaki ziyarete Genel Başkan Ömer Karatemiz, Genel Başkan Yardımcıları Murat Erdoğan ve Muhammed Kurt, Yönetim Kurulu Üyeleri Yaşar Kaymakçıoğlu, Selman Yıldırım, Tarık Güncü ve Orhan Navriz katılım sağladı. Görüşmede ASKON'un ileriye yönelik vizyonu, PROMASİAD'ın çalışmaları ve son ekonomik gelişmelere ilişkin karşılıklı görüş alışverişi yapıldı. Ziyarette ASKON tarafında ise Başkan Orhan Aydın, Başkanvekili Bekir Aydın ve Yönetim Kurulu Üyeleri Uğur Ünsal ile Mustafa Mertcan hazır bulundu.
ASKON, üye işletmelerin ve ülkenin rekabet gücünü arttıracak çalışmalar yaparak iktisadi hayatın ahlaki temelde şekillenmesine katkıda bulunuyor.

PROMASIAD delegation paid a corporate visit to ASKON (Anatolian Lions Businessmen's Association). Chairman Ömer Karatemiz, Vice Chairman Murat Erdogan and Muhammed Kurt, Board Members Yasar Kaymakçıoglu, Selman Yıldırım, Tarık Güncü and Orhan Navriz participated in the visit at ASKON Headquarters Building. During the meeting, it was held mutual exchange of views about ASKON's vision for the future, PROMASIAD's work and the latest economic developments. President Orhan Aydın, Vice President Bekir Aydın and Board Members Ugur Ünsal and Mustafa Mertcan from ASKON were present at the visit.
ASKON contributes to the shaping of economic life on a moral basis by making efforts to increase the competitiveness of member enterprises and the country.

PROMASİAD'DAN FESPA EURASİA FUARI'NA ZİYARET

PROMASİAD's Visit to the Fespa Eurasia Fair

Endüstriyel reklam teknolojileri ve baskı sektörleri alanında oldukça önemli bir buluşma olan Fespa Eurasia Fuarı, 5-8 Aralık 2019 tarihinde İstanbul Fuar Merkezi'nde düzenlendi. 120'den fazla katılımcı firma ve 500'den fazla sergilenen markanın yer aldığı fuar, Avrasya bölgesindeki profesyonellerin işleri için uygun çözümler sundu. Fuar ziyaretçileri, en son teknolojiler ve sarf malzemeleri konusunda bilgi sahibi olma fırsatı yakaladı. Ayrıca fuar boyunca vaka çalışmaları, seminerler, ürün demoları ve atölye çalışmaları gibi oldukça çeşitli etkinlikler de gerçekleştirildi.
Fuara, PROMASİAD Genel Başkanı Ömer Karatemiz ve Genel Sekreter Çağrı Karakaya katılım sağladı.

Fespa Eurasia Fair, which is a very important meeting in the field of industrial advertising technologies and printing sectors, was held on 5-8 December 2019 at Istanbul Expo Center. With more than 120 exhibitors and over 500 exhibited brands, the fair offered suitable solutions for the work of professionals in the Eurasian region. The fair visitors had the opportunity to learn about the latest technologies and consumables. In addition, various events such as case studies, seminars, product demos and workshops were held during the fair. PROMASIAD Chairman Ömer Karatemiz and Secretary General Çağrı Karakaya participated in the fair.

PSI 2020 DÜSSELDORF KATILIM DEĞERLENDİRME TOPLANTISI YAPILDI

PSI 2020 Düsseldorf Participation Evaluation Meeting was Held

PROMASİAD, Almanya'nın Düsseldorf şehrinde 7-9 Ocak 2020'de düzenlenecek olan Avrupa'nın en büyük promosyon ürünleri fuarı PSI Fuarı'na katılım sağlayacak üyeler ile değerlendirme toplantısında bir araya geldi. Fuar Komisyonu Başkanı Mustafa Duru'nun koordinasyonunda düzenlenen toplantıda; fuar hazırlık, yolculuk, konaklama, ürün sunum, stant tasarımı, katalog hazırlama, yabancı dil yeterlilik, fuar sonrası takip gibi konularda üyeler arasında tecrübe ve bilgi paylaşımı yapıldı. PROMASİAD, Türk promosyon sektörünün büyümesi ve ülke ihracatının artması için çalışmalarına hız kesmeden devam ediyor.

PROMASIAD met with the members who will participate in PSI Fair, the biggest promotional products fair in Europe, which will be held on 7-9 January 2020 in Düsseldorf, Germany, at the evaluation meeting. In the meeting organized under the coordination of the Chairman of the Fair Commission Mustafa Duru, experience and knowledge were shared among the members on topics such as fair preparation, journey, accommodation, product presentation, stand design, catalog preparation, foreign language proficiency, and follow-up after the fair. PROMASIAD continues its work without slowing down for the growth of the Turkish promotion sector and the increase of the country's exports.

PROMASİAD, AKADEMİ ÇALIŞMALARINI HIZLANDIRDI

PROMASİAD Accelerated Academy Works

Fatih Güner'in sunumuyla yapılan "Satış ve Pazarlamada Etkili İletişim" ana başlıklı eğitim programı, üyeler ve üye şirket personellerinin katılımlarıyla Giyimkent Yönetim Binası Konferans Salonu'nda gerçekleştirildi.
Koordinasyonunu PROMASİAD Yönetim Kurulu Üyesi Oktay Ilgın'ın yaptığı, iki gün süren eğitim kapsamında; ilk yedi saniye kuralı, beden dili ve önemi, açık-kapalı sorular, bay zafer bay yenilgi, mazeret hastalıkları, değişim için başlangıç gibi başlıklar derinlemesine incelendi.
PROMASİAD'ın akademi çalışmaları, önümüzdeki dönemde de farklı başlıklarla sürmeye devam edecek.

Training program main titled "Effective Communication in Sales and Marketing", which was performed with the presentation of Fatih Güner, was held in Giyimkent Management Building Conference Hall with the participation of members and member company personnel. Within the scope of the two-day training organized by PROMASIAD Board Member Oktay Ilgın; the first seven-second rule, body language and its importance, open-closed questions, Mr. Victory, Mr. Defeat, excuse diseases, and the beginning for change were examined in depth.
PROMASIAD's academic studies will continue with different titles in the coming period.

PROMOSYON SEKTÖRÜNÜN DURUMU PANELDE GÖRÜŞÜLDÜ

Status of Promotion Sector Discussed in Panel

Promosyon ürünleri sektöründeki gelişmeler ve gelecek beklentileri, İstanbul Ticaret Odası'nda (İTO) yapılan "Alternatif Bir Reklam Mecrası Olarak Promosyon ve Tanıtım Ürünleri" Paneli'nde masaya yatırıldı. Panelin oturum başkanlığını PROMASİAD Genel Başkanı, İTO Bilgi, İletişim ve Medya Meslek Komite Üyesi Ömer Karatemiz yaptı.
İstanbul Sanayi Odası Basım, Yayın Meslek Komitesi Başkanı Zekeriya Acar, Türkiye İhracatçılar Meclisi Delegesi Kemal Kaşo ve Yıldız Teknik Üniversitesi Öğretim Üyesi Prof. Dr İbrahim Kırcova'nın sunumlarının yer aldığı panelde, İTO'nun millî katılımını düzenlediği PSI 2020 Fuarı ve sektörün genel durumu da ele alındı.

Developments in the promotion products sector and their future expectations were discussed at the "Publicity and Promotion Products as an Alternative Advertising Channel" panel held at the Istanbul Chamber of Commerce (ITO). Ömer Karatemiz, Chairman of PROMASİ AD, Member of ITO Information, Communication and Media Profession Committee, did the session chairmanship of panel.
In the panel where the presentations of Zekeriya Acar, President of Istanbul Chamber of Industry Printing and Publishing Sectoral Committee, Kemal Kaİ o, the Delegate of Turkish Exporters Assembly, and Prof. Dr. İ brahim Kırçova, Yıldız Technical University Faculty Member, took place, PSI 2020 Fair in which ITO organized national participation and the general situation of the sector were also discussed.

limon®
Promosyon ve Tekstil Baskı

www.limonpromosyon.com

Türkiye'nin Reklam Ajansı

HIZLI & KURUMSAL ÇÖZÜMLER
Schnelle Unternehmenslösungen

Kişi ve firmalara özel baskılı ve baskısız tekstil ürünleri
Bedruckte und unbedruckte Textilprodukte speziell für Individuelle und Unternehmen

Sweatshirt	Sweatshirt
T-shirt	Tees
Mont Polar	Mäntel Vlies
Şapka & Bere	Hut
Yelek	Weste

Transfer tekstil baskı kağıdı üretimi,
Offset transfer baskı kağıdı üretimi,
Dijital baskı tekniği uygulaması,
Reflektif ve tekstil folyosu uygulaması
ile hizmetinizdeyiz...

Transfer-Textildruckpapierherstellung,
Offset-Transferdruckpapierherstellung,
Anwendung der Digitaldrucktechnik
Wir sind für Sie da, wenn es um reflektierende
und textile Folien geht

Limon Promosyon Reklam Matbaa Ürünleri San. Tic. Ltd. Şti.
Perpa Ticaret Merkezi B Blok 8.Kat No:1096 Şişli - İstanbul / TURKEY
+90 212 320 50 05
+90 553 327 57 05
info@limonpromosyon.com
www.limonpromosyon.com

@limonpromosyon
@limonpromosyon
@baskilidunyam

taç promosyon
tanıtım ve matbaa hiz. san. tic. ltd. şti.

Litros Yolu Fatih Sanayi Sitesi No:12 / 149
Topkapı - Zeytinburnu / İSTANBUL
0212 565 05 44 - 0212 612 93 89 - 0212 612 93 89
www.tacpromosyon.com.tr

HİS PROMOSYON

"SİMDİPROMOSYONZAMANI"

İSTOÇ, 28. Ada No: 66-68
Bağcılar - İstanbul
Tel: 0 [212] 659 53 69
Tel: 0 [212] 674 13 14

TOPKAPI, Emintaş Kazım Dinçol
Sanayi Sitesi No: 81-85
Zeytinburnu-İstanbul
Tel: 0 [212] 493 20 58

www.hispromosyon.com
info@hispromosyon.com