

®

# KRİSTAL

T Ü R K İ Y E

# FRANCHISE DÜNYASI WORLD

PUBLICATION OF UFRAD FRANCHISING ASSOCIATION  
www.franchisedunyasi.com

ŞUBAT FEBRUARY 2024 • SAYI • ISSUE 56



## T MUTFAK E FRANCHISING HISING IN ITCHEN SECTOR

T  
ZYA  
İLE  
STİRİLDİ  
G WAS  
SIAN  
AND  
SSOCIATION

**UFRAD ÜYELERİ  
MARMARİS BÜFE 1964  
EV SAHİPLİĞİNDE  
BİR ARAYA GELDİ**  
UFRAD MEMBERS CAME  
TOGETHER HOSTED  
BY MARMARİS BÜFE 1964

**UFRAD ARALIK AYI  
YÖNETİM KURULU  
TOPLANTISI  
GERÇEKLEŞTİRİLDİ**  
THE UFRAD DECEMBER  
BOARD MEETING  
WAS HELD

STESİ • FRANCHISE AND BRAND DEALERSHIP LIST



**KRİSTAL®**  
TÜRKİYE

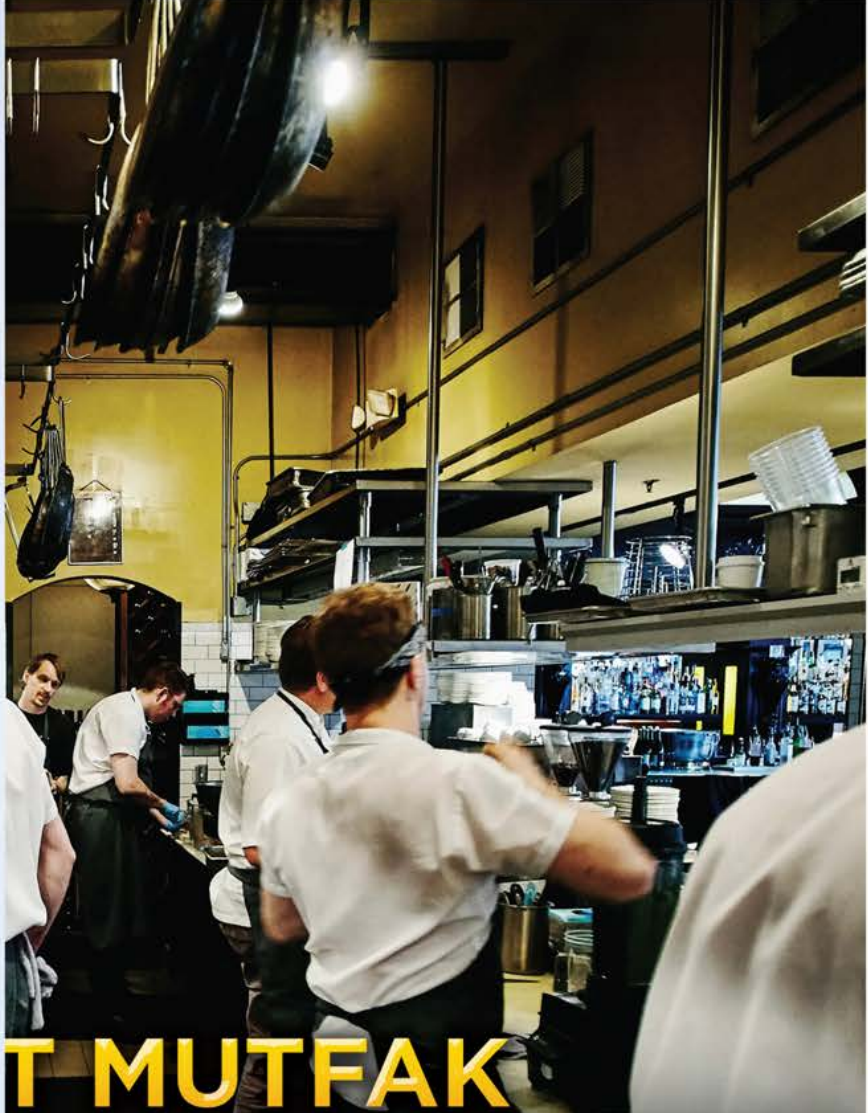
**TÜRKİYE'NİN GÜVENİLİR**

**GAYRİMENKUL MARKASI**

**FRANCHISE**  
**DÜNYASI** WORLD

PUBLICATION OF UFRAD FRANCHISING ASSOCIATION  
[www.franchisedunyasi.com](http://www.franchisedunyasi.com)

ŞUBAT FEBRUARY 2024 • SAYI • ISSUE 56



**T MUTFAK**  
**E FRANCHISING**  
HISING IN  
ITCHEN SECTOR

TYA  
İLE  
TİRİLDİ  
G WAS  
SIAN  
ND  
SSOCIATION

**UFRAD ÜYELERİ**  
**MARMARİS BÜFE 1964**  
**EV SAHİPLİĞİNDE**  
**BİR ARAYA GELDİ**  
UFRAD MEMBERS CAME  
TOGETHER HOSTED  
BY MARMARİS BÜFE 1964

**UFRAD ARALIK AYI**  
**YÖNETİM KURULU**  
**TOPLANTISI**  
**GERÇEKLEŞTİRİLDİ**  
THE UFRAD DECEMBER  
BOARD MEETING  
WAS HELD

**TESTİ** • FRANCHISE AND BRAND DEALERSHIP LIST



# FRANCHISE **DÜNYASI** WORLD



FRANCHISING DERNEĞİ'NİN YAYINIDIR PUBLICATION OF UFRAD FRANCHISING ASSOCIATION

ŞUBAT FEBRUARY 2024 • SAYI • ISSUE 56

www.franchisedunyasi.com



## HAYALET MUTFAK SEKTÖRÜNDE FRANCHISING FRANCHISING IN THE GHOST KITCHEN SECTOR

UFRAD ÜYELERİ  
BAYDÖNER  
EV SAHİPLİĞİNDE  
BİR ARAYA GELDİ

UFRAD MEMBERS CAME  
TOGETHER HOSTED  
BY BAYDÖNER

MALEZYA TİCARET  
BAKANLIĞI VE MALEZYA  
FRANCHISE DERNEĞİ İLE  
YUVARLAK MASA

TOPLANTISI GERÇEKLEŞTİRİLDİ  
A ROUND TABLE MEETING WAS  
HELD WITH THE MALYSIAN  
MINISTRY OF TRADE AND  
THE MALYSIAN FRANCHISE ASSOCIATION

UFRAD ÜYELERİ  
MARMARİS BÜFE 1964  
EV SAHİPLİĞİNDE  
BİR ARAYA GELDİ

UFRAD MEMBERS CAME  
TOGETHER HOSTED  
BY MARMARİS BÜFE 1964

UFRAD ARALIK AYI  
YÖNETİM KURULU  
TOPLANTISI  
GERÇEKLEŞTİRİLDİ

THE UFRAD DECEMBER  
BOARD MEETING  
WAS HELD

FRANCHISE VE MARKALI BAYİLER LİSTESİ • FRANCHISE AND BRAND DEALERSHIP LIST



# TÜRKİYE'NİN EN AVANTAJLI FRANCHISE SİSTEMİ

Mood'lu Olmak Yatırımcının da Hakkı!!

## Şimdi Siz de Brew Mood'lu Olun!

Online Başvuru ve  
Franchise Kataloğu için  
[www.brewmood.com.tr](http://www.brewmood.com.tr)  
[@brewmoodturkiye](https://www.instagram.com/brewmoodturkiye)



Aliye İzzet Begoviç Cad Mansuroğlu Mah.  
269/12 Sk. No: 2/A Bayraklı İzmir  
Tel: +90 232 502 10 40  
Email: [info@brewmood.com.tr](mailto:info@brewmood.com.tr)

2015 DEN  
BU GÜNE  
TECRÜBE

80'İN  
ÜZERİNDE  
ŞUBE

VADE  
AVANTAJLARI

KALİTE

HIZLI  
PROJELENDİRME

KURUMSAL  
GÜÇ

ANAHTAR  
TESLİM



# hot döner

YÜKSEK KAZANÇ  
FIRSATI İÇİN  
BAYİMİZ OLUN



Yatırımınız 18 Ayda  
Geri Döner!

**Franchise Bilgi Hattı:**

**0534 797 87 00**  
**0850 302 30 93**

info@hotdoner.com-www.hotdoner.com



**YILIN LEZZET MARKASI  
HOT DÖNER**

Güçlü bir Türkiye için  
Türk markalarını seçin!...



TÜRKİYE MARKA ZİRVESİ

TÜRKİYE ALTIN MARKA ÖDÜLLERİ





# Kendi işinizi kurmanın en akıllı yolu...

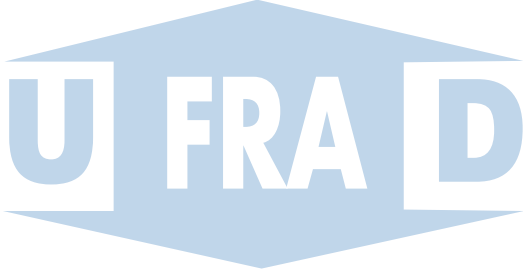
Kendi işinizi kurarken büyük düşünün, büyük bir markanın gücünden yararlanın.

Büyük bir marka çatısı altında, güvenli bir yatırım için Franchise Sistemine katılan girişimciler, dünyada önemli başarılar elde ettiler. Türkiye’de de pek çok sektörde ulusal ve uluslararası markalar, küçük ve orta ölçekli girişimcilere franchise vererek büyüyorlar.

[www.ufrad.org.tr](http://www.ufrad.org.tr)







**Doç. Dr. MUSTAFA AYDIN**  
**UFRAD Franchising Derneği**  
**Genel Başkanı ▪ UFRAD President**



**Değerli Dostlarım,**

Sizlerle Franchise Dünyası dergisinin yeni sayısında buluşmanın heyecanını yaşamak bize büyük mutluluk veriyor. Franchise sektöründe yaşanan güncel gelişmeleri ve haberleri sizlerle paylaşmanın yanı sıra, Türkiye’de gözlenen franchising trendlerini değerlendirmek de ayrı bir keyif.

Ülkemizde franchising, gıdadan gayrimenkule, otomotivden eğitime kadar geniş bir yelpazede hızla büyüyen bir sistem haline gelmiştir. Farklı sektörlerden birçok markanın başarılı franchise uygulamaları, sektörümüzün dinamizmini ve çeşitliliğini göstermektedir. Özellikle yiyecek ve içecek sektöründeki markaların ulusal ve uluslararası arenada elde ettiği başarılar, Türk girişimcilerinin potansiyelini ve kalitesini bir kez daha ortaya koymaktadır.

Gıda sektöründeki başarıların yanı sıra, inşaat sektöründeki büyüme eğilimiyle birlikte gayrimenkul danışmanlığı alanında da franchise sistemine ilgi büyümekte. Oto yıkama, kuru temizleme, spor, güzellik, eğlence ve eğitim gibi farklı sektörlerde de franchise fırsatlarının çeşitlenmesi, girişimcilere geniş bir yelpazede iş yapma imkanı sunmaktadır.

Franchise sistemi, Türkiye’nin yanı sıra dünya genelinde kabul görmüş bir ekonomi ve büyüme modelidir. Bir franchise işletmesi satın almak; yeni bir iş kurma zorluklarıyla uğraşmadan, markalaşma avantajına sahip olmanızı sağlar. Franchisor tarafından sağlanan “know-how” ve eğitimle birlikte, işletme daha hızlı bir büyüme grafiği çizebilir.

Ülkemizin dinamik ekonomisi ve girişimci ruhu, uluslararası markaların Türkiye’ye olan ilgisini artırmış ve franchising sektörünü desteklemiştir. Restoran, perakende, otomotiv, giyim ve hizmet sektörleri gibi birçok alanda, Türkiye’de faaliyet gösteren markaların franchising fırsatları bulunmaktadır.

Markalaşma, bir ülkenin kalkınması için kritik bir faktördür. Güçlü ekonomilere sahip ülkeler, dünya pazarlarını kendi markalarıyla şekillendirirler. Türkiye’nin inovatif düşünceleri ve kaliteli ürünleriyle uluslararası alanda rekabetçi markalar oluşturması, franchising sistemiyle mümkündür.

Bu yıl TÜYAP organizasyonunda ve UFRAD iş birliğinde gerçekleşecek FRANCHISE ISTANBUL EXPO Fuarı, 6-10 Şubat 2024 tarihlerinde düzenlenecektir. UFRAD olarak amacımız, markalarımızın ulusal ve uluslararası büyüme süreçlerine maksimum destek sağlamaktır.

Üyelerimiz başta olmak üzere tüm markalarımızın küresel büyüme ve başarılarına destek olmaktan gurur duyuyor, sizleri de bu büyük yolculukta yanımızda görmekten mutluluk duyuyoruz.

Gelecek sayımızda tekrar görüşmek üzere sağlık ve mutluluk dileklerimi sunarım.

Sevgi ve Saygılarımla,

**Dear Friends,**

It gives us great pleasure to experience the excitement of meeting you in the new issue of Franchise World magazine. In addition to sharing with you the current developments and news in the franchise industry, it is also a pleasure to evaluate the franchising trends observed in Türkiye.

In our country, franchising has become a quickly growing system in a wide range of sectors from food to real estate, automotive to education. The successful franchise practices of many brands from different sectors demonstrate the dynamism and diversity of our sector. In particular, the success of brands in the food and beverage sector in the national and international arena once again demonstrates the potential and quality of Turkish entrepreneurs.

In addition to the successes in the food sector, interest in the franchise system is growing in the field of real estate consultancy with the growth trend in the construction sector. The diversification of franchise opportunities in different sectors such as car wash, dry cleaning, sports, beauty, entertainment and education offers entrepreneurs a wide range of business opportunities.

The franchise system is a globally recognized economic and growth model in Türkiye as well as around the world. Buying a franchise business allows you to have the advantage of branding without the hassle of starting a new business. With the “know-how” and training provided by the franchisor, the business can chart a faster growth graph.

Our country’s dynamic economy and entrepreneurial spirit have increased the interest of international brands in Türkiye and supported the franchising sector. Brands operating in Türkiye have franchising opportunities in many areas such as restaurant, retail, automotive, clothing and service sectors.

Branding is a critical factor for a country’s development. Countries with strong economies shape the world markets with their own brands. It is possible for Türkiye to create internationally competitive brands with innovative ideas and quality products through the franchising system.

This year, the FRANCHISE ISTANBUL EXPO Fair, which will be held under the organization of TÜYAP and in cooperation with UFRAD, will be held on 6-10 February 2024. As UFRAD, our aim is to provide maximum support to the national and international growth processes of our brands.

We are proud to support the global growth and success of all our brands, especially our members, and we are happy to see you with us on this great journey.

I wish you health and happiness and hope to see you again in our next issue.

Best Regards,



**Concessionaire**  
**On Behalf of UFRAD**  
**UFRAD Adına İmtiyaz Sahibi**  
Doç. Dr. Mustafa Aydın

**Executive Editor**  
Genel Yayın Yönetmeni /  
**In charge Editor-in-chief**  
Sorumlu Yazı İşleri Müdürü  
Alpay Erüs  
alpayerus@goldencitymedia.com

**Grafik Tasarım**  
Graphic Design  
Ferhat Gedik

**Editor**  
Editör  
Şebnem Atılğan  
sebnematilgan@goldencitymedia.com

**Publishing Council**  
**Yayın Kurulu**  
Prof. Dr. M. Salih Çelikkale  
Prof. Dr. Zafer Aslan  
Yrd. Doç. Dr. Mesut Demirel  
Tevfik Özkavcı  
Günseli Özen Ocakoğlu  
Gürkan Donat  
Özkan Mutlugil  
İlhan Erkan  
Osman F. Bilge

**Communication Coordinator**  
İletişim Koordinatörü  
İrem Arman  
iremarman@ufrad.org.tr

**Communication Specialist**  
İletişim Uzmanı  
Gülçin Şahinkuş  
gulcintekgulcuk@ufrad.org.tr

**Advertisement Manager**  
Reklam Müdürü  
Sema Erüs  
sema@goldencitymedia.com

**Advertisement Officer**  
Reklam Sorumlusu  
Derya Yaman  
derya@goldencitymedia.com

**Advertisement Officer**  
Reklam Sorumlusu  
Seval Sayılan  
seval@goldencitymedia.com



**Managerial Center**  
İDARE MERKEZİ  
Beşyol Mah. İnönü Cad. A Blok  
No: 40 Kat:7  
Sefaköy - Küçükçekmece / İST  
Tel: 0212 599 17 84  
0212 425 61 51 Dahili: 1263-1264  
www.ufrad.org.tr  
ufrad@ufrad.org.tr

**Printing-Binding** Baskı - Cilt  
**Şan Matbaa**  
Anadolu Cad.  
No:50/3 Kağıthane / İSTANBUL  
0212 289 24 24  
www.sanofset.com  
**Sertifika No: 45170**

# İÇİNDEKİLER CONTENT



# 06

## UFRAD ÜYELERİ BAYDÖNER EV SAHİPLİĞİNDE BİR ARAYA GELDİ UFRAD MEMBERS CAME TOGETHER HOSTED BY BAYDÖNER



# 08

## MALEZYA TİCARET BAKANLIĞI VE MALEZYA FRANCHISE DERNEĞİ İLE YUVARLAK MASA TOPLANTISI GERÇEKLEŞTİRİLDİ A ROUND TABLE MEETING WAS HELD WITH THE MALAYSIAN MINISTRY OF TRADE AND THE MALAYSIAN FRANCHISE ASSOCIATION



# 10

## UFRAD ÜYELERİ MARMARİS BÜFE 1964 EV SAHİPLİĞİNDE BİR ARAYA GELDİ / UFRAD MEMBERS CAME TOGETHER HOSTED BY MARMARİS BÜFE 1964



# 12

## UFRAD ARALIK AYI YÖNETİM KURULU TOPLANTISI GERÇEKLEŞTİRİLDİ THE UFRAD DECEMBER BOARD MEETING WAS HELD

# FRANCHISE

DÜNYASI

ŞUBAT ■ FEBRUARY 2024  
ISSUE ■ SAYI: 56

**Publication Preparations**  
Yayına Hazırlık



**GOLDEN CITY MEDIA • www.goldencitymedia.com**  
PERPA İş Merkezi B Blok Kat: 13 No: 2307  
Okmeydanı / Şişli / İST Tel.: 0212 320 00 34

**SÜRELİ YEREL YAYIN** • Franchise Dünyası dergisi iki ayda bir yayınlanır. Dergideki yazılar ve görseller izin alınmaksızın kullanılamaz. İlanların sorumlulukları ilan verenlere aittir.  
**Periodical General Publication** • Franchise World is published every 2 months. The articles and visuals in the Franchise World cannot be used without permission. The owners of the advertisements are responsible for their own advertisements.

# FRANCHISE





# BAZI FIRSATLAR ÇOK HIZLI KAÇAR!

Türkiye'nin en hızlı büyüyen kahve zinciri, tek fiyatlı kahve noktası COFFY, benzersiz konseptiyle sizi kazanç dolu geleceğe davet ediyor.

COFFY ile ilgili [ayrıntılı bilgi ve franchise fırsatları coffy.com.tr](http://coffy.com.tr)'de.  
Hala fırsatınız varken acele edin.



Bu yılın en çok kazandıran girişimlerinden tek fiyatlı kahve noktası Coffy, büyümeye devam ediyor. Kahvenin yeni modeli hızla yükseliyor. Coffy franchise fırsatlarından yararlanmak için şansınız devam ediyor, acele edin.

**COFFY**

[www.coffy.com.tr](http://www.coffy.com.tr)

Coffy ailesine  
nasıl katılırım?





# UFRAD ÜYELERİ BAYDÖNER EV SAHİPLİĞİNDE BİR ARAYA GELDİ

UFRAD MEMBERS CAME TOGETHER HOSTED BY BAYDÖNER



**UFRAD Franchising Derneği Yönetim Kurulu ve Yuvarlak Masa toplantıları Yönetim Kurulu Üyesi Sayın Yavuz Dönmez ve Baydöner Yönetim Kurulu Başkanı Sayın Bülent Polat ev sahipliğinde Baydöner Forum İstanbul AVM'de 13 Eylül Çarşamba günü gerçekleştirildi. Sektörel güncel gelişmelerin değerlendirildiği Yuvarlak Masa toplantısına çok sayıda dernek üyemiz katılım sağladı.**

Üyeler, firma başarı hikayeleri ve franchise sistemleri hakkında konuşma gerçekleştirdiler. Marka iş birlikleri, sorunlar ve çözüm önerilerinin tartışıldığı toplantıda tüm sektör paydaşlarına Franchise konsepti ve sistemleri konusunda bilgi ve deneyim alışverişini yapacakları bir network imkanı sağlandı. Akşam yemeği eşliğinde gerçekleşen Yuvarlak Masa toplantısı Genel Başkan Sayın Doç. Dr. Mustafa Aydın'ın, Sayın Yavuz Dönmez Bey'e ev sahipliği münasebetiyle plaket takdimleri ile sona erdi.

**UFRAD Franchising Association Board of Directors and Round Table meeting were hosted by Mr. Yavuz Dönmez, Board Member and Mr. Bülent Polat, Chairman of Baydöner, at Baydöner Forum Istanbul Shopping Mall on Wednesday, September 13th. Many members of our association participated in the Round Table meeting where current developments in the sector were evaluated.**

Members made speeches about company success stories and franchise systems. In the meeting where brand collaborations, problems and solution suggestions were discussed, all sector stakeholders were provided with a network opportunity to exchange information and experience on franchise concepts and systems. The Round Table meeting held by dinner, ended with the presentation of a plaque by Assoc. Prof. Mustafa Aydın, Chairman of the General Assembly, to Mr. Yavuz Dönmez on the occasion of hosting the meeting.





# STARK MENÜ

Menü Kabi & Deri Ürünleri Otel Ekipmanları



## İSTANBUL / MERKEZ

MALTEPE MAH. DAVUTPAŞA CAD.  
BARAN İŞ MERKEZİ  
NO:75/79 TOPKAPI / İSTANBUL

+90 212 613 37 50 Pbx  
+90 530 385 21 51 Gsm

stark@starkmenu.com.tr

## ŞUBE / İSTANBUL / TOPKAPI

LİTROS YOLU 2.MATBAACILAR  
SİT. C BLOK KAT:1 NO:ZC-24  
TOPKAPI / İSTANBUL

+90 212 519 13 33 Pbx  
+90 554 186 00 97 Gsm

topkapi@starkmenu.com.tr

## ŞUBE / İSTANBUL / İSTOÇ

İSTOÇ TOPTANCILAR ÇARŞISI  
4.ADA (PTT CADDESİ)  
NO:118 MAHMUTBEY  
BAĞCILAR / İSTANBUL

+90 212 659 00 97  
+90 553 167 21 80 Gsm

istoc@starkmenu.com.tr

## ŞUBE / ANTALYA

KIZILSARAY MAH. YENER ULUSOY  
BULVARI 82.SOKAK AKAY APT. NO:2/3  
MURATPAŞA / ANTALYA

+90 242 241 62 43  
+90 530 385 21 59 Gsm

antalya@starkmenu.com.tr







## MALEZYA TİCARET BAKANLIĞI VE MALEZYA FRANCHISE DERNEĞİ İLE YUVARLAK MASA TOPLANTISI GERÇEKLEŞTİRİLDİ

A ROUND TABLE MEETING WAS HELD WITH THE MALAYSIAN MINISTRY OF TRADE AND THE MALAYSIAN FRANCHISE ASSOCIATION

Malezya Ticaret Bakanlığı ve Malezya Franchise Derneği'nin resmi ziyaretleri kapsamında UFRAD Franchising Derneği Yönetim Kurulu Üyeleri ile düzenlenen toplantı 27 Ekim Cuma günü İstanbul Aydın Üniversitesi ev sahipliğinde gerçekleştirilmiştir. Türkiye'de Franchise sistemi ve Franchise hukuku hakkında bilgi verilen toplantıda UFRAD Franchising Derneği, çatısı altında yer alan markalarını temsil etti.

As part of the official visits of the Malaysian Ministry of Trade and the Malaysian Franchise Association, a meeting was organized, and UFRAD Franchising Association Board Members hosted the event on Friday, October 27<sup>th</sup>, at Istanbul Aydın University. The meeting provided information about the franchise system and franchise law in Türkiye, and UFRAD Franchising Association represented the brands under its umbrella.



1977'den bugüne,



yarına birlikte

## KÂRLI YATIRIM, MEŞHUR LEZZET

Türkiye'nin meşhur lezzeti  
**Meşhur Safranbolu Lokumcusu**  
Franchise fırsatlarıyla  
kazandırıyor!



Bayimiz olmak için:  
**+90 216 441 10 82**  
[www.safranlokum.com.tr](http://www.safranlokum.com.tr)  
🐦 📺 📷 / safranlokum





Mustafa SARGIN



Doç. Dr. Mustafa AYDIN

## UFRAD ÜYELERİ MARMARİS BÜFE 1964 EV SAHİPLİĞİNDE BİR ARAYA GELDİ

### UFRAD MEMBERS CAME TOGETHER HOSTED BY MARMARİS BÜFE 1964

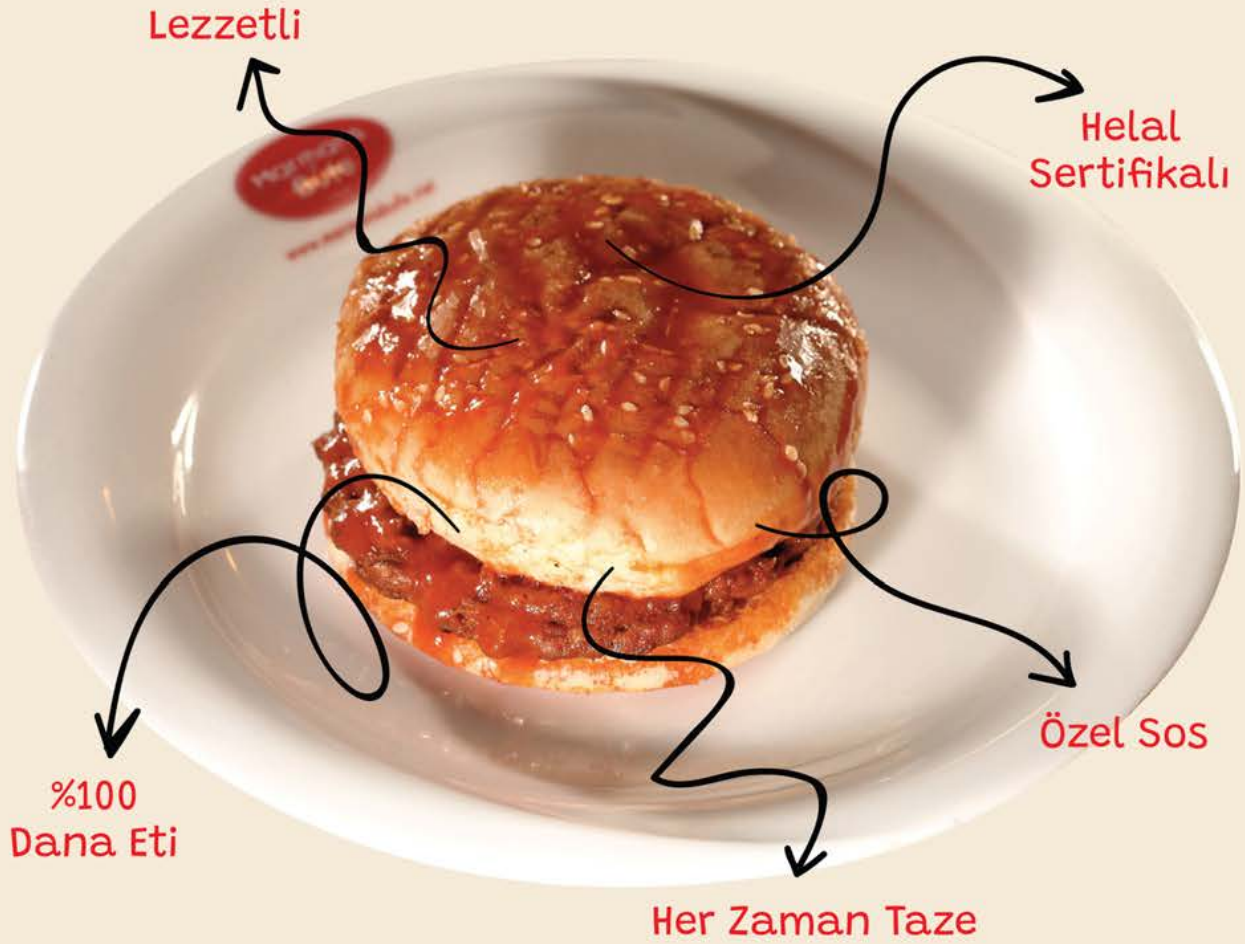
**UFRAD Kasım ayı Yönetim Kurulu toplantısı ve Yuvarlak Masa toplantısı UFRAD Üyesi Marmaris Büfe 1964 Yönetim Kurulu Başkanı Sayın Mustafa Sargin Bey'in ev sahipliğinde Cemile Sultan Korusu'nda 15 Kasım 2023 tarihinde gerçekleştirildi.**

Güncel gelişmeleri yoğun bir gündem ile ele alındığı toplantıda yapılan faaliyetler, yeni projeler, fuar çalışmalarımız ve yeni üyelik başvuruları değerlendirildi. Yönetim Kurulu Toplantısı akabinde UFRAD Üyeleri ile gerçekleştirilen Yuvarlak Masa toplantısında Adres Patent Yönetim Kurulu Başkanı Sayın Av. Ali Yüksel Bey; "İş Kiralarının Durumu ve Artış Sınırları" hakkında bilgilendirme sağladı. Düzenli olarak UFRAD Üyelerinin bir araya geldiği Yuvarlak Masa Toplantısında aynı zamanda 2023 yılı Franchise sektörü değerlendirilirken, 2024 yılı planlarımızı, öneri ve görüşleri, karşılıklı deneyim ve paylaşımlarda bulunuldu. Akşam yemeği eşliğinde gerçekleşen Yuvarlak Masa toplantısı Genel Başkan Sayın Doç. Dr. Mustafa Aydın'ın, Sayın Mustafa Sargin Bey'e ev sahipliği münasebetiyle plaket takdimleri ile sona erdi.

**The UFRAD November Board Meeting and Round Table Meeting took place on November 15, 2023, hosted by Mr. Mustafa Sargin, the Chairman of the Board of Marmaris Büfe 1964, at Cemile Sultan Corps.** The meeting, which featured a comprehensive agenda discussing current developments, covered activities, new projects, fair preparations, and the evaluation of new membership applications. Following the Board Meeting, a Round Table meeting was held with UFRAD members, where Mr. Ali Yüksel, the Chairman of the Board of Adres Patent, provided information on the 'Status and Increase Limits of Business Leases'. At the Round Table Meeting, which UFRAD members regularly attend, the evaluation of our franchise sector for the year 2023 was discussed, plans, suggestions, and opinions for the year 2024 were shared through mutual experiences and discussions. The Round Table meeting, which took place over dinner, concluded with the presentation of plaques by UFRAD President Assoc. Prof. Mustafa Aydın to Mr. Mustafa Sargin as a gesture of appreciation for hosting the event.



# İSİMLER TAKLİT EDİLİR, DÜNYA GENELİNDE BAYİLİKLER VERİLMEKTEDİR. LEZZETLER ASLA...



GORALI SANDVIÇ



ÖZEL

KÖFTE PORSİYON



ÖZEL

KÖFTE SANDVIÇ



ÖZEL

BURGER MENÜ



ÖZEL

Marmaris Büfe®



www.marmarisbufe.com.tr

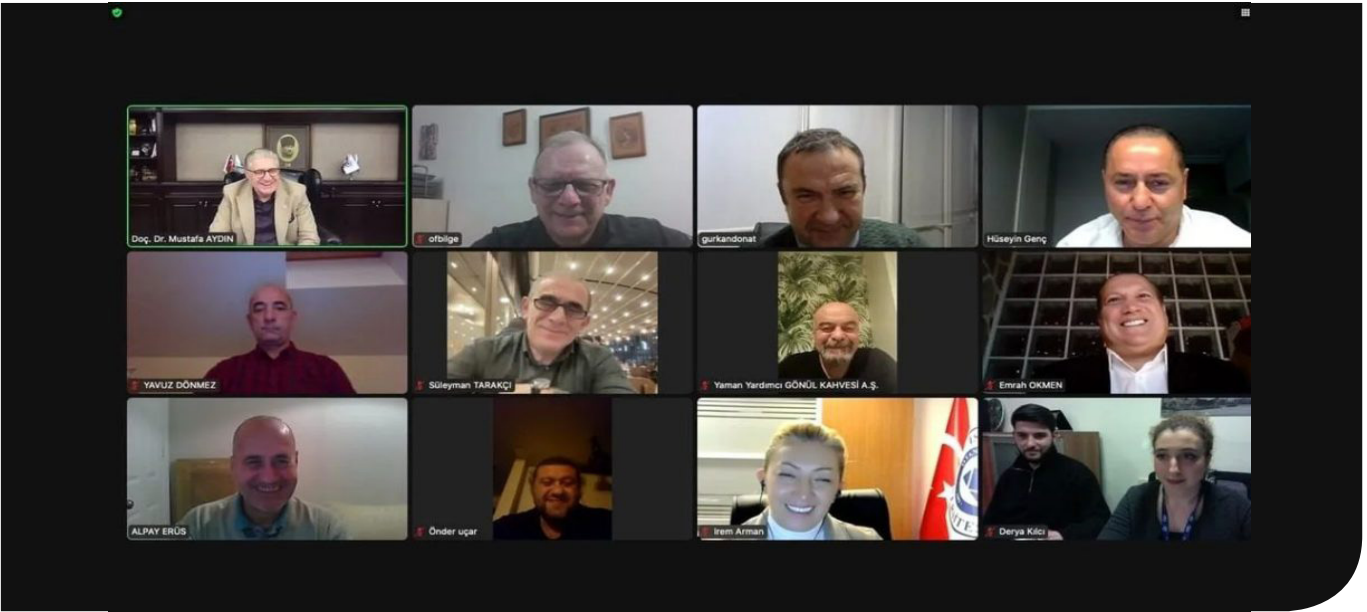
Sur Yapı Exen Residence Tantavi Mh., Estergon Cd. F Blok  
No.24 D: 276, 34764 Ümraniye/İstanbul

**Franchise Destek Hattı**

0216 411 02 66 - 0532 169 00 53

info@marmarisbufe.com.tr





## UFRAD ARALIK AYI YÖNETİM KURULU TOPLANTISI GERÇEKLEŞTİRİLDİ

### THE UFRAD DECEMBER BOARD MEETING WAS HELD

Aralık ayı UFRAD Yönetim Kurulu toplantısı 29 Aralık 2023 Cuma günü zoom uygulaması aracılığı ile gerçekleştirildi. Bir önceki Yönetim Kurulu toplantı kararları gözden geçirilerek üyelik başvuruları değerlendirildi. Dernek faaliyetleri hakkında tüm Yönetim Kurulu üyeleri bilgilendirildi. Her Yönetim Kurulu toplantısında olduğu gibi son sektörel gelişmelerin markalara ve ülke ekonomimize olan etkileri konuşuldu. Önümüzdeki dönem faaliyet ve çalışma planlarının değerlendirildiği Aralık ayı Yönetim Kurulu toplantısı, dilek ve temenniler ile sona erdi.

The UFRAD December Board Meeting was held on Friday, December 29, 2023, via the Zoom application. The decisions from the previous Board Meeting were reviewed, and membership applications were evaluated. All Board Members were briefed on the association's activities. As is customary in every Board Meeting, discussions took place regarding the recent developments in the sector and their impact on brands and the country's economy. The December Board Meeting, which involved the evaluation of upcoming period activities and work plans, concluded with wishes and hopes.



# HD İSKENDER'DEN ÖDÜL GİBİ BİR YATIRIM İLE FRANCHISE FIRSATI!



20 ilde,  
100'e yakın restoran



[f](#) [x](#) [@](#) /hdiskender1995 | [hdiskender.com/franchise](http://hdiskender.com/franchise)

Franchise İletişim Hattı: 0212 281 63 64 | [franchise@hdiskender.com](mailto:franchise@hdiskender.com)

\*HD İskender, Alışveriş Merkezi Yatırımcılar Derneği ve Akademetre Araştırma tarafından 2017, 2018, 2019 ve 2022 yıllarında düzenlenen 1 Numaralı Markalar araştırmasında, "Restoran" kategorisinin birincisi seçilmiştir.





BURSA KEBAP EVİ CEO'SU HÜSEYİN GENÇ



ÖZSÜT İŞ GELİŞTİRME DİREKTÖRÜ BURAK GİRAY



MİDAS YÖNETİM KURULU BAŞKANI SALİM SOYLUK



ZARIF ÇİĞKÖFTE GENEL MÜDÜRÜ RAMAZAN YÜRÜK

## FRANCHISE DÜNYASI PROGRAMI YAYINA DEVAM EDİYOR

### THE FRANCHISE DÜNYASI PROGRAM CONTINUES BEING BROADCAST

UFRAD Yönetim Kurulu Üyesi Alpay Erüs'ün hazırlayıp sunduğu "Franchise Dünyası" programı konuklarını ağırlamaya devam ediyor.

***The "Franchise World" program, which prepares and presents by UFRAD Broad Member Mr. Alpay Erüs, continues to welcome its guests on that program.***

UFRAD üyesi olan, Franchise veren işletmeler ve destekçi üyelerin konuk edildiği program, Türkiye ve dünyadaki güncel franchise bilgilerini, franchise sektöründeki yeni gelişmeleri, markaların başarı sırlarını ve franchise verme şartlarını konuklarıyla birlikte ele alıyor.

İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi stüdyoları ev sahipliğinde hazırlanıp sunulan program şimdiye kadar birçok işletmeyi ve sektörün duayenlerini ağırladı. Franchise sektörüne farklı bir soluk getiren ve beğeniyle takip edilen program, bundan sonra da değerli konuklarını ağırlamaya devam edecek. Program, Youtube kanalında yayınlanıyor.

The guests are members of UFRAD, owners of companies which offer Franchises and supporters. On the program knowledge of the development of Franchising in Türkiye and in the world, the new systems which are being used, the secrets for successes brands use and the conditions which are involved when franchises are given all such subjects are discussed mutually with guests.

The Communication Faculty of the Istanbul Aydın University is the studio where guests are welcomed and during the many programs managers and their veterans have been received there. The programs have brought a breath of fresh air to the sector and are watched with great enjoyment thus we shall continue to welcome our valuable guests. The Program is broadcast on YouTube.



# 100'DEN FAZLA FRANCHISE'I ANCAK **CHARISMA. FMS** İLE KOLAYCA VE RAHATÇA YÖNETİRSİNİZ!

(CharismaFMS, Franchise Yönetim Sisteminde geliştirilmiş ilk ve tek programdır.)



**CharismaFMS**  
Franchise Management Systems



✉ bilgi@charismafms.com

🌐 charismafms.com

☎ 0850 346 0 276





# 2023 YILINDA BURSA KEBAP EVİ 10 MİLYON ZİYARETÇİ AĞIRLADI

## IN 2023 THE BURSA KEBAP EVİ WELCOMED 10 MILLION GUESTS



**Türkiye'de "Casual Dining" restoranlığın önemli markalarından biri olan Bursa Kebap Evi, 2023 yılında yerli ve yabancı olmak üzere toplamda 10 milyon misafiri ağırladı. 2024 senesinde misafir sayısını 12 milyona çıkarmayı hedeflediklerini belirten Bursa Kebap Evi Yönetim Kurulu Başkanı M.Cem Helvacı, 2022 senesinde 102 olan şube sayımızı 130'a çıkardık, açtığımız 28 yeni şubeyle bir önceki yıla göre şube sayısı bazında %27 büyüme gösterdiğini de sözlerine ekledi.**

"Hizmet İhracatçıları Birliği"nin düzenlediği ve hizmet sektörlerinin ödüllendirdiği "2022 Yılı Hizmet İhracatı Şampiyonları" etkinliğinde "Gastronomi Hizmetleri" kategorisinde ödül alan Bursa Kebap Evi, Almanya, İngiltere, Kanada, BAE, İran, Irak, Suudi Arabistan ve Pakistan başta olmak üzere 8 ülkede 19 şube ile hizmet veriyor. 2024 yılında ise yurt dışı şube sayısını 30'a çıkarma hedefinde...

### "Ülke ekonomisine de önemli ölçüde katkı sağlıyoruz"

Toplamda 8 ülkeye başta et ve yan ürünler olmak üzere, Bursa Kebap Evi franchise sistemini ve know-how'ını dünyaya ihraç eden marka, 2023 yılını 1 milyon dolar ihracat ile kapattı. Birbirinden özel lezzetleri en şık şekilde beğeniye sunan Türkiye'nin ödüllü iskender markası Bursa Kebap Evi Yönetim Kurulu Başkanı M. Cem Helvacı, "Kaliteli ürünlerimiz, yıllara dayanan tecrübemiz ve iyi hizmet anlayışımızla hem yurt içinde hem de yurt dışında yer alan şubelerimizde misafirlerimizi ağırlıyoruz. Güçlü ve yenilikçi yönetim kadromuz ve başarılı franchise yapılanmamız sayesinde yurt dışında yatırımcıların güvenini kazanarak hızlı bir büyüme grafiği çizdik. İhraç ettiğimiz hizmet ve ürünlerle ülke ekonomisine döviz kazandırıyoruz. Bu başarı bizi gururlandırıyor. Bu yıl 1 milyon dolar ihracat ile kapatıyoruz. 2024 yılında ise 1 milyon 500 bin dolar ihracat hacmine ulaşma hedefindeyiz..." dedi.

### "Yurt dışı yatırımlarımıza devam edeceğiz"

Hedefledikleri stratejik pazarlarda en çok tercih edilen yeme-içme markalarından biri olmayı amaçladıklarını belirten M.Cem Helvacı, "Türkiye'de doğup global bir marka olmak, ülkemizdeki başarı yolculuğumuzu yurt dışında da devam ettirmek en büyük amacımız. Şu anda birçok ülkeden franchising talebi alıyoruz ve bu bizim için gurur verici... Avrupa ve Amerika kıtalarında daha çok ülke ve şehirde, devamında da Dünya'nın farklı coğrafyalarında Bursa Kebap Evi lezzetlerini misafirlerimizle buluşturmak öncelikli hedeflerimiz arasında yer alıyor. Bu büyümeyi yönetirken de sektöre yenilikler getirmeye ve yaptığımız her işi "Bursa Kebap Evi" imzası ile yapmaya devam etmek istiyoruz." dedi.

*In the Turkish 'Casual Dining' restaurant sector the Bursa Kebap Evi is one of the most important names, in 2023 a combination of 10 million locals and foreigners were welcomed there. In 2024 the brand has the goal of turning that figure to 12 million. The Chairman of the Board M.Cem Helvacı stated that in 2022 they had increased the number of its branches from 102 to 130 that increase showed a 27% growth more than the previous year. "The Hizmet İhracatçıları Birliği" (The Association for Exporting) held an event for the 2022 winners of awards and there the Bursa Kebap Evi was awarded a prize for "Gastronomic Services" for its exports primarily to Germany, England, Canada, the BAE, Iran, Irak, Suddi Arabia and Pakistan the 8 countries where their 19 branches abroad are situated. For 2024 their goal is to have 30 branches abroad..."*

### "We are making an important addition to the economy of our country"

To a total of those 8 countries primarily meat and its side dishes along with the Bursa Kebap Evi franchising system and its know how are exported. We closed the year 2023 with 1 million dolar in exports. With its special tastes offered in the most chic manner owner of the Turkish award the Bursa Kebap Evi works for the enjoyment of its customers. The Chairman of the Board stated "With our high quality products, resulting from our years of experience added to our understanding of good service we are now able to welcome our customers both here and abroad. We have a strong, forward looking management team and with the our franchise system have won great respect and belief so that our graph shows an ongoing upward growth. This success makes us very proud and with the export of our goods and services we are increasing the economy of our country. The year 2023 as I stated we have effected 1 million dollars of export while in 2024 we have the goal of 1 million 500 thousand dollars..."

### "We shall continue to invest abroad"

M.Cem Helvacı explain they wish to become one of the most preferred brands of the food and beverage sector then said "A brand born in Türkiye growing and becoming a world brand this is a success for our country and our strongest wishes are to continue this successful journey both home and abroad. We wish also as well as in Europe and America to be on other continents and other parts of the globe where we can offer people this home cooking flavour. While being occupied with these ambitions we hope also to bring more innovations to the sector and continue to put our "Bursa Kebap Evi" signature on all.



Bursa Kebap Evi Yönetim Kurulu Başkanı / The Chairman of the Board M.Cem HELVACI





# BKE LEZZETİ BİR DÜNYA MARKASI



**#herdilezzet 9 ÜLKE - 130 ŞUBE**

TÜRKİYE'DE 47 İL'DE 111 ŞUBE VE YURTDIŞINDA 19 ŞUBE İLE BKE LEZZETİ HER YERDE!

**TÜRKİYE**



**İNGİLTERE**



**KANADA**



**ALMANYA**



**BAE**



**İRAN**



**İRAK**



**SUUDİ ARABİSTAN**



**PAKİSTAN**  
ÇOK YAKINDA!



FRANCHISE BİLGİ: [bursakebapevi.com](http://bursakebapevi.com)

**HELVACI GROUP**



# BULUT BATUM CARREFOURSA İCRA KURULU ÜYESİ VE GENEL MÜDÜR YARDIMCISI

BULUT BATUM IS A MEMBER OF THE CARREFOURSA EXECUTIVE BOARD AND IS ASSISTANT TO THE GENERAL MANAGER



*Bu topraklarda kurulan ve hizmet veren bir marka olarak 30. yılımızı kutladığımız 2023 yılında, 'Doğrusu CarrefourSA'da söylemi ve 'Yeni Nesil Market' vizyonumuzla müşterilerimizin ihtiyaç ve beklentilerini anlayıp doğru üreticiden doğru ürünü temin ederek, doğru hizmet anlayışı ile doğru fiyata sunmaya devam ederken, büyüme planlarımızı da bayilik yapılanması üzerine kuruyoruz.*

Organize gıda perakende sektöründe bir ilk olarak 2020 yılında hayata geçirdiğimiz bayilik yapılanması hem sektör hem de Türkiye ekonomisi açısından çok değerli bir konumda. Bayilik sistemiyle Türkiye'nin farklı bölgelerindeki girişimcilerin yanı sıra işini geliştirmek ve ileriye taşımak isteyen yeni nesil esnafları da destekliyoruz.

Tüm paydaşlarımız için doğrusunu yapmak anlayışıyla hayata geçirdiğimiz bu sistemle hem müşterilerimizin CarrefourSA kalitesi ve deneyimine erişimini kolaylaştırıyoruz hem de yerli girişimciye güçlü bir yatırım imkânı, buldukları bölgeye ise istihdam fırsatı sağlıyoruz.

Sektörümüzün geleceği ve sürdürülebilirliği için önemli bir öncülük yaptığımız bu sistemin en büyük avantajı ise esnaf ve girişimcinin CarrefourSA'nın uluslararası Carrefour'dan aldığı sektör tecrübesi ve Sabancı markasının gücünü arkasında hissetmesi. Bunların yanında 30 yıllık bilgi birikimimiz, büyük satın alma gücümüz, lojistik ağıımız, pazarlama becerilerimiz ve güçlü teknoloji altyapımızı da esnafımız ve girişimcilerimizin hizmetine sunuyoruz. CarrefourSA çatısı altında buluşan bayilerimize ürün ve stok yönetimi, IT sistemleri, lojistik süreci, tasarım ve muhasebe gibi tüm konularda destek vererek, esnafımızın bulunduğu bölgede doğru ürünü, CarrefourSA kalite ve güvencesiyle müşterilerimize sunmasını sağlıyoruz.

Türkiye'nin farklı bölgelerinde güçlü esnaflarımız var. Buna ek olarak bakkal ya da küçük marketlerde artık yönetim ikinci neslin eline geçiyor. İkinci nesil dijitalleşme ve yenilenme, trendleri yakalama konusunda oldukça hevesli. Aynı zamanda sıfırdan girişimle bayi olmak isteyenler de var. En önemli avantajlarımızdan biri, bayilerimizden sistemimize giriş için herhangi bir ücret talep etmememizdir. Burada bayi tarafından yapılacak olan yatırım, bayiliğin konsepti ve büyüklüğüne göre değişiklik gösterebiliyor. Yatırımın geri dönüş süresi ise 2 yıl gibi kısa bir süre içerisinde tamamlanıyor. Bayilik sistemini hayata geçirdiğimiz her bölgede çok dikkatli davranıyoruz. Ölçüm kriterlerimiz doğrultusunda uzman ekiplerimiz saha araştırması gerçekleştiriyor ve yatırımının bulunmak istediği lokasyonun uygun olup olmadığına karar veriyor. Uygun olan talepleri sisteme dahil ediyoruz. Bu çalışmalarla bayilerimizin kazancını da koruyor, kazan-kazan sistemiyle bayilerimizle birlikte büyüyoruz.

Bayilik sisteminde şu anda 350 mağazaya ulaştık ve bu bayilerimizin 54'ü kadın girişimciler tarafından işletiliyor. Üç yıl sonunda bayi sayımızı 1.000'e ulaştırmayı hedeflerken, kadın bayi sayımızı artırmak için de çalışmalarımız devam ediyor.

*We are a brand which was established in our land and has been in action for 30 years. With slogans of 'Doğrusu CarrefourSA' (the right one is CarrefourSA) and now with our vision of 'Yeni Nesil Market' (New Generation Market) we supply our customers and understand their requirements and expectations resulting in our always obtaining the correct products at the right price and from the right suppliers and continuing this method as now in our planned enlargements we are taking on dealers.*

In the organized food retail sector we first began this method in 2020 ours is a first and is extremely important both for the sector and valuable for the Turkish economy we are in this manner in many different districts, as well as helping entrepreneurs we are also making it easier for new generations to enlarge their small businesses. It is correct to state that all stake owners should effect this method as customers are easily able to obtain our good products while it is also helping new entrepreneurs who wish to effect a strong investment opportunity while at the same time it adds to employment in the different districts. With our new system we are strengthening our sector and ensuring the continuation of it. There is the experience that CarrefourSA has gained from foreign Carrefours and the awareness of the Sabancı brand support. Additionally with our 30 years of sectoral experience, the strength of our bulk buying when supplies are being obtained, our logistic network, our abilities in marketing and our strong technological foundations all of which we offer to our dealers and our entrepreneurs we also support the persons working under the auspices of CarrefourSA, we teach them product and stock management, IT systems, logistical periods, design and accounting we support all and everyone, we ensure that our dealers have the specific variety of goods for their district in all we ensure that all CarrefourSA branches are able to supply everyone with the quality and the surety of our brand.

In Türkiye in different regions we have many strong dealers. Additionally there are small grocers and markets and management of these small businesses is now passing to the new generation who are extremely keen on digitalization and innovations and strongly wish to introduce these modern trends. Also there are those who wish to become dealers for a strong brand when effecting their first investments. One of the most important advantages we offer is that we do not demand any brand fee when they first begin with us. Pricing can differ based on the concept of the dealer and the size of the premises. The return of investment can be completed in the short time span of 2 years. We pay great attention to the position of dealers opening in different regions. In addition to our required size of premises our specialized teams pay great attention to the district which the new dealer wishes to be in and it is they who make the final decision. Suitable positions we accept into our system such extreme care is essential as the earnings of the dealers must be protected and in this win-win situation we are enlarging together with our dealers.

Within this dealership system we have now reached the number of 350 shops, 54 of which are run by female entrepreneurs. We hope by the end of three more years to have 1000 dealers and we also continue to encourage more female entrepreneurs to work with us.



Carrefour  SA 

# CarrefourSA Bayisi Olmak Çok Doğru Yatırım

Her zaman doğrusunu  
müşterileriyle buluşturan CarrefourSA,  
şimdi de esnafımızı doğru yatırımlarla buluşturuyor.  
**Kazançlı gelir sahibi olmak için  
hemen başvurun.**



Carrefour  SA   
*süper*

 Hoş geldiniz / Welcome



Gelişimin bir parçası  
olmak isteyen tüm girişimciler,  
[www.carrefoursaisortagi.com](http://www.carrefoursaisortagi.com)  
üzerinde yer alan  
CarrefourSA bayilik  
başvuru formunu  
doldurarak başvurabilir.



SA



# SEMİHA DEMİRAL: "ÖNÜMÜZDEKİ YILLARDA ÇİĞ KÖFTE PAZARI DAHA DA BÜYÜYECEKTİR."

SEMİHA DEMİRALP: "IN THE UPCOMING YEARS THE ÇİĞ KÖFTE SECTOR WILL ENLARGE EVEN MORE."

**komagene**  
etsiz çığ köfte

**Türkiye ve dünyada en çok bilinen çığ köfte markalarından biri olan Komagene, sadece bir çığ köfte üreticisi değil. İçli köfteden tavuklu pilava, yaprak sarmadan biber dolmasına kadar benzersiz lezzet çeşitleriyle 200'e yakın ürün yelpazesi bulunan Komagene hakkında Semiha Demiral ile konuştuk.**

**Sizi kısaca tanıyabilir miyiz?**

Ben Semiha Demiral. Yurt içi ve Yurt dışı Satış, Pazarlama ve Franchise'dan sorumlu Genel Müdür Yardımcısı olarak görev yapıyorum.

**Firmanızın kuruluş ve gelişim süreci hakkında bilgi alabilir miyiz?**

2005 yılında kurulan Komagene, bugün 2.625 şubesiyle Türkiye'nin 1 numaralı fast food markasıdır. Yurt dışında 9 ülkede 60 şubemizle hizmet vermekteyiz. Aynı zamanda hem Türkiye'de hem dünyada en çok bilinen en ünlü çığ köfte markasıdır, ancak sadece bir çığ köfte üreticisi değildir! İçli köfteden tavuklu pilava, yaprak sarmadan biber dolmasına kadar benzersiz lezzet çeşitleri ile 200'e yakın ürün yelpazesi bulunan bir markadır. Markamızın 11 bin m<sup>2</sup> alanda kapalı alanı bulunan Gebze'deki Komagene Lezzet Üssü, günlük 80 tonluk üretim kapasitesine sahiptir. Komagene'nin Türkiye'nin değişik yerlerinde 14 bölge deposu ve en üst seviyede soğuk zincir taşıma kapasitesine sahip 13'ü TIR 110 araçlık filosu bulunmaktadır.

**Girişimcilerin firmanızı tercih etme nedenleri nelerdir?**

Komagene şubelerinin Yüzde 99'u Franchisee olarak başarılı bir şekilde işletilmektedir. Dolayısıyla Komagene, franchise adaylarına denenmiş ve başarısı yüzde yüz kanıtlanmış bir iş modeli sunmaktadır. Komagene, düşük yatırım maliyeti ile yatırımın hızlı geri dönüş oranı ve karlılık açısından en çok franchise talebi alan markadır. Yatırımın geri dönüş hızı, verimliliği ve süre performansı açısından Türkiye'nin en çok kazandıran markası da yine Komagene'dir. Yaptığınız yatırımı ortalama 6-12 ay arasında geri kazanırsınız! Böylece hem karlı işletmenin sahibi olurken hem de sürekli değer kazanan yatırımın sahibi olabilirsiniz. İşte tüm bu avantajları nedeniyle markamız yatırımcılar tarafından yoğun olarak tercih edilmektedir.

**Faaliyet gösterdiğiniz alanın geleceği ile ilgili düşünceleriniz neler?**

Önümüzdeki yıllarda çığ köfte pazarı daha da büyüyecektir. Çünkü çığ köfte her keseye uygun ve erişimi kolay ve doyurucu bir ürün olduğu için her geçen gün daha çok tüketilen bir gıda maddesidir. Çığ köfte; enfes tadıyla ve yeşillikleri, soslarıyla herkesin beğendiği ve vazgeçemediği bir lezzettir. Dolayısıyla pazarın çok daha büyüyeceğine inanmaktayım.

**Önümüzdeki dönem hedeflerinizle ilgili bilgi alabilir miyiz?**

Marka olarak 2027 yılı hedefimiz Türkiye'de 3.500 ve yurt dışında 250 şubeye ulaşmaktır. Ayrıca Kandıra'da ikinci üretim üssümüzün de kurulması için çalışmalarımız devam ediyor. İlk etapta 17 bin metrekare kapalı alana kurulacak fabrikamızı önümüzdeki süreçte faaliyete geçireceğiz.



*Komagene is in Türkiye and in the world one of the most famous brands. It is not simply a producer of \*çığ köfte. It also produces stuffed meatballs, rice with chicken grape leaf dolmas, pepper dolmas a choice of tastes which cannot be beaten in fact the company has almost 200 different products. We discussed Komagene with Semiha Demiral.*

*Will you please briefly introduce yourself?*

I am Semiha Demiral, I am Assistant to the General Manager of Domestic and International Sales and Franchises.

*Will you tell us of the founding and developing of your company?*

Komagene was founded in 2005, today it has 2,625 branches in Türkiye and is the number one fast food brand it also has 60 branches abroad those are spread over 9 countries. At the same time we are in Türkiye and in the world the best known most famous çığ köfte producer but we are not simply makers of çığ köfte! We have stuffed meatballs, rice and chicken, stuffed grape leaves, and pepper dolmas an unbeatable choice we are a brand with near to 200 products. Our brand has an 11 thousand sq.m. closed production unit which is in Gebze and is the Komagene Taste Base with a production capacity of 80 tons daily. Komagene has warehouses in 14 regions of Türkiye and a

fleet composed of 13 very high quality cold TIR(Trucks) and 110 vehicles.

*Which are the reasons that entrepreneurs wish to work with your company?*

99% of Komagene branches work extremely well with the Franchisees. Based on this fact Franchise candidates obtain from Komagene a 100% tried and proven Franchise model. The investment is small with swift return of capital and profit these are the reasons that we receive many franchise requests. Komagene is one of the best profit making companies in Türkiye. You see return of capital within 6-12 months! Consequently you become owner of a profitable business and owner of an investment which always increases in value. It is due to all these advantages that investors are so keen to join us.

*What are your thoughts on your sector and its future?*

In the up coming years the çığ köfte sector will without doubt enlarge. The reason being that its prices are reachable for every budget, they are easy to obtain as well as filling these are the reasons that each day we see a rise in the number of persons eating them. Çığ Köfte with its super taste added to with salad greens is enjoyed by everyone, its a taste one can't forget. These are reasons I believe it will increase in the sector.

*Will you tell us of the future goals of your company?*

As a brand by 2027 we intend to have 3,000 branches in Türkiye and abroad 250 branches. Also in Kandıra we wish to found our second taste base, work has already begun on that project. In the first stage it will have 17 thousand sq.m. of closed premises and its factory will soon be in action. \*Çığ köfte are raw meat balls



İŞİNE  
5-0 ÖNDE  
BAŞLA

DÜŞÜK  
YATIRIM İLE  
YÜKSEK KAZANÇ  
ELDE EDEREK



KENDİ İŞİNİN  
PATRONU  
OL!

- 1 DÜŞÜK BÜTÇEM VAR, NE İŞ YAPABİLİRİM,
- 2 İŞİ BİLMİYORUM,
- 3 MÜŞTERİYİ NASIL BULACAĞIM,
- 4 ÜRÜNLERİ NEREDEN ALACAĞIM,
- 5 YATIRIMIM NE OLACAK?

DİYE ENDİŞELENMEYE GEREK YOK **YANINDAYIZ!**



komagene.com.tr



**komagene**  
etsiz çiğ köfte



# 3 YILLIK ARGE SONUCU MAXIJETT'İ KURDUK **MAXIJETT**

## MAXIJETT WAS FOUNDED AS A RESULT OF 3 YEARS OF R&D



*Kendi bünyesindeki uzmanları ile yazılımını geliştiren Maxijett, Denizli'de çiçek, çikolata ve yemek dağıtım hizmeti vermeye başladı. Kentte restoranları tek tek dolaşarak beklenti ve taleplere göre yazılımı güncelleyen Maxijett, sıcak yemek kurye hizmetine odaklandı. Maxijett Yönetim Kurulu Başkanı Ramazan Varlıklı, 2,5 yıl süren çalışmalar sonunda 90 kurye ile 160 restorana sıcak yemek kurye hizmeti verdiklerini, sabah 09.00'dan gece 03.00'e kadar günde bin 500 adet teslimat sayısına ulaştıklarını söyledi.*

### **Türkiye'ye açıldı**

Sistemin şeffaf bir şekilde izlenebildiğine dikkat çeken Varlıklı, geliştirdikleri sistemle firmaların yüksek kurye ve ekipman maliyeti, kurye izlenebilirliği, yoğun saatlerde farklı lokasyonlardan gelen sipariş taleplerine cevap verme, paket başına düşen maliyetini düşürme çözümlerini sunduklarını açıklayan Varlıklı, "Artık sistemi tüm çözümleri sunabilir hale getirdiğimiz için Denizli dışına da kendi şubelerimizi kurarak ve bayilikler vererek açılma kararı aldık. 10 ilde bayiliğimizi açtık. 2024 hedefimiz ise en az 50 ilde Maxijett olarak kurye hizmeti vermek" diye konuştu.

### **Maxijette İnovasyon Bitmez**

Türkiye pazarına açılmaya paralel olarak, yurt dışına da açılma planları 2024'ün ikinci yarısı itibarıyla başlayacak. Her bir ülkenin tüketim alışkanlıkları, iş gücü piyasa yapısı ve şehir yapılarının dikkatli incelenerek Maxijett sistemine en uygun ülkelere başlanacak. Ayrıca Üniversite kampüsleri ve büyük siteler için drone dağıtım projesine başlanacak. Bunların haricinde de 2 ayrı projemiz henüz düşünce aşamasında, bununla ilgili bir teknoloji firması için inovasyonun sürekli olmasının gerektiğinin farkındayız ve ona göre organizasyon yapılarımızı sürekli geliştiriyoruz.

*Developing its software with its own experts, Maxijett started providing flower, chocolate and food delivery services in Denizli, during which engineers visited the restaurants in the city one by one and updated the software according to expectations and demands, focused on the hot food courier service. Maxijett Chairman Ramazan Varlıklı said that after 2.5 years of work, they provided hot food courier service to 160 restaurants with 90 couriers and reached 1,500 deliveries per day from 09.00 in the morning to 03.00 at night with %95 of packages delivered within 30 minutes.*

### **Spreading to Turkey**

Pointing out that the system can be monitored transparently, Varlıklı explained that with the system they developed, companies offer a solution to reduce high courier and equipment costs, courier traceability, respond to order requests from different locations during busy hours, and reduce the cost per package, and said, "Now that we have made the system able to offer all solutions." We decided to expand outside Denizli by establishing either our own branches or giving dealerships. We opened our dealership in 10 provinces. "Our goal for 2024 is to provide courier services as Maxijett in at least 50 provinces," he said.

### **Innovation Never Ends At Maxijett**

In parallel with the Turkish expansion, plans to expand abroad will begin in the second half of 2024. By carefully examining the consumption habits, labor market structure and city structures of each country, we will start with the countries most suitable for the Maxijett system. In addition, a drone distribution project will be started for university campuses and large sites. Apart from these, we do not find it appropriate to announce two separate projects as they are still at the thought stage. But we are aware that innovation must be continuous for a technology company, and we constantly improve our organizational structure accordingly.





## 01 NEDİR?

Maxijett, toplumumuzda ihtiyaçları değişen/gelişen paket taşıma sistemlerine ortak havuz sistemiyle çözüm üreterek, hızlı ve güvenilir paket teslimatı sağlayan bir sistemdir. Maxijett sisteminin çözüm ortakları:  
Bayi: İşletmeleri ve kuryeleri yöneten birim  
İşletme: Paket hazırlayan restoranlar  
Kurye: Sigortalı veya esnaf kurye olarak bayi tarafından işe alınan motorlu taşıyıcılar

## NASIL KAZANDIRIR? 02

Sistemin verimli çalışabilmesi için her bir şehir içinde 10-15 km<sup>2</sup> çapında bölgelerde kurye havuzları oluşturulur. Örneğin 10 km<sup>2</sup> çapında bir bölgede 40 işletme için 15 veya 25 kuryeden oluşan bir havuz düşünülebilir. Bu bölgeler bayilik modeliyle girişimciler tarafından çalıştırılır. Kurye ve motor operasyonları tamamen bayilere aittir. İşletmeler abonelik yöntemiyle bayilere dahil olurlar ve bayiler %15 ile %30 arası brüt kar marjı ile çalışır.

## 03 NASIL ÇALIŞIR?

Maxijett, işletmelere ve bayilere web arayüzü sunar. İşletmeler ve bayiler bu arayüzden kendilerine özel bilgileri görebilir, paket takibi yapabilir, kurye çağırabilir. Kuryeler için ise mobil uygulama bulunmaktadır. Kuryeler bu uygulamayı telefonlarına kurarak bayilere dahil olur ve bütün işlemleri mobil uygulamadan gerçekleştirirler.

## NERELERDE VARIZ? 04

Türkiye'nin farklı illerinde 11 bayi ile hizmet vermekteyiz. 2024 yılında tüm illerde faaliyet göstermeyi hedefliyoruz.

## 05 AVANTAJLARI

- Paket taşıma ücretleri taksimetre usulüyle olduğu için rekabetçi olmasının yanında işletmelere adil bir fiyatlandırma politikası sunar.
- Kuryelik tecrübesi olmayanlara kuryelik eğitimi sunar.
- Çoklu sipariş birleştirme özelliği sayesinde muazzam bir maliyet optimizasyonu sunar.
- Müşterilerden tahsil edilen sipariş ücretleri restoranlara çok kısa sürelerde ulaştırılır
- Kurye takip sistemi: konum, paket sayısı, çalışma süresi ve detaylı istatistikler sunar.
- Analiz ekranları ile verimli kurye mesai planlaması sağlanır.

## TEKNOLOJİ 06

- Maxijett teknoloji altyapısında bilgi birikimi ve teknik uzmanlıkla donanmış bir ekip bulunuyor. 30 mühendis, kendi alanlarında uzmanlık sahibi olmanın yanı sıra, takım çalışması ve yaratıcılık konusundaki yetenekleriyle de öne çıkıyor.
- Yenilik ve teknolojiye olan tutkularını birleştiren bir ekip, 3 yıl boyunca gece gündüz demeden çalışarak bir hayali gerçeğe dönüştürdü. Bu heyecan verici yolculuk, 30 yetenekli mühendisin titiz çalışması ve azmi sayesinde şekillendi.
- Projelerinin her aşamasında karşılaştıkları zorluklara karşı cesaretleri ve kararlılıklarıyla dikkat çeken bu ekip, sonunda ortaya çıkan ürünle teknoloji dünyasına damgasını vurmaya hedefliyor. Yapılan yoğun AR-GE çalışmaları ve inovasyon sayesinde, hayata geçirilen start-up'ın sunduğu çözümler, ilgili sektörde çığır açacak niteliktedir.
- Yola çıkarken bir hayalden fazlasını hedefleyen bu girişim, yatırımcılardan ve sektör profesyonellerinden büyük ilgi görüyor. Maxijett, sadece teknoloji dünyasına yeni bir soluk getirmekle kalmayarak, aynı zamanda istihdam yaratma ve sektöre katma değer sağlama hedefiyle de öne çıkıyor.

TÜRKİYE GENELİ  
BAYİLİK  
VERİLMEYE  
DEVAM ETMEKTEDİR



E-mail  
info@maxijett.com.tr

Web sitemiz  
maxijett.com.tr





# B-FIT'İN YENİ HEDEFİ YÜZDE 50 BÜYÜMEK VE YURT DIŞINA AÇILMAK

B-FIT HAS NEW GOALS WHICH ARE TO ENLARGE BY 50 PERCENT AND TO ENTER THE GLOBAL MARKET



KADINLARIN SPOR VE YAŞAM MERKEZİ

*Her yaş grubu ve her gelir seviyesinden kadına spor yapma alışkanlığı kazandırarak kadınların bedensel ve zihinsel gücünü artırmaya hizmet eden b-fit'in Yönetim Kurulu Başkanı Burcu Topal, 2024 sonuna kadar hedeflerinin Türkiye'de 65 olan şube sayılarını yüzde 50 oranında artırmak ve Türkiye'de büyümeye devam ederken yurt dışına açılmak olduğunu söyledi. Topal, b-fit'in 4 ay gibi kısa sürede yatırım maliyetini çıkarıp para kazandırmaya başladığını belirtti.*

*The b-fit Chairwoman of the Board Burcu Topal stated their company wishes to have females of all ages and all incomes become used to regularly effecting sport so that they can both physically and mentally increase their strengths. This is the goal of the company which presently has 65 branches in Turkey and it has the intention of opening an additional fifty percent domestically and also to open branches abroad in 2024. Topal stated that the b-fit businesses offer a return of investment in only 4 months.*

Altı kadın tarafından 2006 yılında her yaş ve gelir grubundan kadına spor yapma alışkanlığı kazandırarak daha sağlıklı ve mutlu bir yaşam sürdürmelerini sağlamak amacıyla kurulan b-fit, kadınların sosyal etkinlik ve projeler yaparak kendi yaşamları ve çevreleriyle ilgili farkındalıklarının artmasına hizmet etmek vizyonuyla yoluna devam ediyor.

## **Çok sayıda kadına spor yapma imkanı sağlayacağız**

b-fit'i Mayıs 2023'de devraldığını belirten b-fit Yönetim Kurulu Başkanı Burcu Topal, "2024 sonuna kadar hedefimiz Türkiye'de 65 olan şube sayılarımızı %50 oranında artırmak ve Türkiye'de büyümeye devam ederken yurt dışına açılmak. b-fit olarak temel sosyal hedefimiz kadın girişimci sayısını ve kadın istihdamını artırırken çok daha fazla sayıda kadına spor yapma imkanı sağlamak." dedi.

## **b-fit'ten 4 ayda yatırımını çıkartan iş modeli**

Topal, sağlıklı yaşam ve sporu seçen girişimci için b-fit şubesi açmanın detaylarını ve artılarını da anlatarak, b-fit'in 4 ay gibi kısa sürede yatırım maliyetini çıkarıp para kazandırmaya başladığını belirtti. Topal, "b-fit merkezi açmanın maliyeti bulunulan şehre, lokasyona ve spor merkezinin metrekare büyüklüğüne göre değişim gösteriyor.

Franchise bedeli dahil ortalama 500 ila 700 bin TL arasında hizmet vermeye hazır bir b-fit spor ve yaşam merkezi açılabilir. Harcanacak para; yeni franchise isteklerine göre değişiklik gösteriyor. Yer bulma, tabela tasarımı, cephe giydirmeye, iç dekorasyon, satış ve pazarlama desteği, oryantasyon gibi tüm alanlarda birlikte çalışıyoruz. b-fit'in tüm yeni kadın girişimcilerine ve antrenörlerine eğitim ve oryantasyon veriyoruz. Türkiye'de franchise vermeyi hedeflediğimiz ilk 5 il Kayseri, Eskişehir, Ankara, Konya ve Adana, yurt dışında ise önceliğimiz Kıbrıs'ta. Tüm gelir modellerinde yatırımın amorti edilme süresi 4 ay ila 1 yıl arasında değişiyor. Doğru lokasyonda ve doğru işletmecilik anlayışı ile yola çıkan tüm franchiselarımızı kısa sürede yüksek kazançlar elde etmeye başladı." şeklinde konuştu.

## **Güçlü kadınlara sahip bir toplum idealimiz var**

Hedeflerinin altında yatan temel sebebin daha güçlü bir toplum yaratmak olduğunu da sözlerine ekleyen Topal, "Kadınları güçlü toplum yaratmayı çok önemsiyoruz. Kadınlar toplumların neredeyse %50'sini oluşturuyor ve kadının ekonomik ve sosyal hayata katkısı doğruca toplumun gelişmesini sağlıyor. Türkiye'de kadınların girişimcilik konusunda, kendi işlerini açma konusunda oransal olarak çekimser kaldıklarını, zorluklar yaşadıklarını gözlemliyor ve bunun değişmesi için mücadele ediyoruz. On sekiz yıldır Türkiye'nin her yerine b-fit merkezleri açarak spor yapma alışkanlığını artırma misyonuyla çalışıyoruz. 2024 yılında ise, Türkiye sınırlarını aşarak Kıbrıs'a da merkezler açmayı hedefliyoruz." diyerek sözlerini tamamladı.



Yönetim Kurulu Başkanı Burcu TOPAL

In 2006 six females opened together their b-fit business. Their goal was to encourage all women of any age or any income group to become used to sports so that they became both healthier and happier in their lives. b-fit held social events and effected projects their aim is always to help women improve the positive vision of their own and consequently of those around them. The six continue along this path today.

We shall ensure more and more females have the opportunity of doing sports. Burcu Topal took over as the b-fit Chairwoman of the Board in May 2023 she stated "by the end of 2024 we shall have increased the number of our domestic branches by 50% and while effecting that will also enter the international market. Our main social goal is to increase the number of female entrepreneurs, offer work opportunities while making possible for a much larger group of women have the possibility to effect sport.

The b-fit uses a model which ensures return of investment within the short period of four months then a profit starts to be made. Topal stated the b-fit model of opening a center was based on many factors in which city, the location of the premises and the size

of them. Including also the franchise fee the result was 500-700 thousand TL ready for opening. Naturally the financial amount actually spent virtually depends on the choices of the franchisee. We work together with them on each and every point, choice and position of premises, design of the outside title panel, the decoration of the exterior, inside decor, sales and marketing support together with orientation. In Turkey the 5 provinces in which we wish to open are Kayseri, Eskişehir, Ankara, Konya and Adana. Our first foreign country Cyprus. All our different models of b-fit are based on return of investment between 4 months and 1 year. With the correct location and understanding of management all our franchisees soon begin to make a good profit."

An important ideal for us is that we become a population which has strong females Topal explained that the roots of all their aims was to ensure a stronger population in our country she continued "We attach tremendous importance to developing a strong female population, they form approximately 50% of it and females need to have financial and social strengths it is in such a manner that we need to develop our population. In our country female entrepreneurs are much fewer than males, we are aware that they meet with difficulties while attempting to open consequently they are wary, it is for these reasons that we are effecting our attempts to change this mentality. For eighteen years we have been opening b-fit centers so as to increase female interest and have them effect sport. As I stated in 2024 we aim to pass the borders of our country and to open a center in Cyprus."



# b-fit'ten

**UYGUN FRANCHISE BEDELİ İLE  
kendi işinin sahibi ol!**

*hem spor yap, hem kazan!*

18 yıldır Türkiye'nin kadınlara özel, franchise veren en büyük spor markasıyız!  
**Seni de aramızda görmek istiyoruz!**

## Franchise Açılış İçeriği

✓ Spor Ekipmanları

✓ Mobilyalar

✓ Açılış Paketi Ürünleri

✓ Tekstil Ürünleri

✓ Satış/Pazarlama Desteği

✓ Eğitimler ve Daha Fazlası



Bilgi için:



0530 498 78 26



franchise.b-fit.com.tr







**GÜRKAN DONAT**  
UFRAD Yönetim Kurulu Üyesi

# Doğru Franchise Seçimi

## The Correct Choice of a Franchise



- Hangi sektör
- Hangi Bütçe
- Hangi Marka ve daha birçok sorunun cevabı bu yazıda

Merhaba değerli franchise dostları. Yine yeni bir sayıda birlikteyiz. Önümüzde UFRAD'ın desteklediği Türkiye'nin en büyük franchise fuarı 'Franchise İstanbul Expo – 6-10 Şubat' varken, konumuzu franchise sistemine girme planları olanlara yönelik seçtik.

Evet, bu yazı franchise sektörüne bir franchise olarak girme planları yapanlara bir rehber niteliği taşıyor. Sektörde geçirdiğim 25 yıldan fazla zaman içinde bana en çok sorulan soru hep 'Hangi markayı önerirsiniz, hangi zincire yatırım yapalım, hangi sektörü tavsiye edersiniz?' olmuştur. Öyle ya yola çıkarken doğru araç ve akabinde doğru güzergah sizi hedefe en emin bir şekilde ulaştırır. Doğru franchise aracınız, doğru güzergah ise o franchise'in size sağladığı destekler ve franchise alma sürecinde dikkatlice ele aldığınız araştırmayı ifade etmektedir. Franchise alma düşüncesinde olan yatırımcının kafasında cevaplaması gereken birçok soru vardır.

- Hangi işi yapmalıyım?
- Ne kadar bir yatırım gerekiyor?
- Nerede yapmalıyım?
- Franchise koşulları neler?

Belki ülkemizde bir 20 sene önce çok fazla seçenek yoktu. Zira ağırlıklı olarak yiyecek içe-

- Which sector
- Which budget
- Which brand to these and many other queries the answers are in this article.

Hello my valuable franchise friends. Again we are together in a new edition. In front of us we have the fair which is supported by UFRAD it is the biggest Franchise Fair in Turkey the 'Franchise İstanbul Expo-6-10 February' that is the reason for this choice of subject, and it is directed at those persons who are making plans to choose a Franchise.

Yes, this article is for those planning to take a franchise and it has the function of being a directory. Throughout my 25 years of being in franchising the questions are always the same 'Which brand do you advise, into which chain should we invest, which sector do you advise?' Actually it's correct while setting off on the road the vehicle should be correct, the route should be correct so that with those supports you arrive at the correct destination. Those situations resemble franchising where by paying attention to the conditions you will be effecting your research.

Those who think of investing in a franchise ask themselves so many questions

- Which type of business should I be in ?
- How much investment is needed?
- Where should I set it up?
- What will be the conditions of the franchise?





cek sektörü odaklı onlarca ifade edilebilecek sayıda zincir vardı. Ancak günümüzde sadece Türkiye'de 2000'nin üzerinde franchise zinciri, hemen hemen her sektör içinde faaliyet gösteriyor. Gıda yine en ön sırada olsa da, eğitim, güzellik, spor, emlak, evcil hayvan bakımı, sağlıklı yaşam, yaşam koçluğu ve hatta çöpçatanlık dahi seçim yapabileceğiniz sektörler arasında. Olasılıkları daraltmak ve doğru franchise'ı seçmek adına, ilk önerdiğimiz kriter, sizin kendi ilgi odağınızı öncelemeniz olacaktır. Severek yapacağınız, kendi fikirleriniz ile geliştirebileceğiniz ve yeteneklerinize uygun bir sektör, yıllarca sürecek bir iş ortaklığı için başarınıza çok katkı yapacaktır.

Seçenekleri elemeye işinize yarayacak ikinci kriter ise, franchise yatırım miktarıdır şüphesiz. Yola çıkarken iş için ayırdığınız bütçe limiti içinde kalan iş fırsatlarını ayırarak, doğal olarak bunlar arasından size en uygun olan modeli seçeceksiniz.

Yukarıda belirttiğimiz iki adım eleme yaparken en kolay adımlar. Örneğin bir cafe ya da güzellik bakım üzerine yoğunlaşmak istiyorsunuz, bu alanda faal olan franchise zincirleri ve onlar arasında bütçeniz sınırları içinde franchise verebilecek markalar belli oldu. Bundan sonraki adımlar daha titiz ve özenli çalışmayı gerektirir.

#### • Franchise'in sözleşme süresince sunduğu destekler neler?

Birçok marka, sunduğu lokasyon seçme, sizin ve personelinizin eğitimi, el kitapçığı, düzenli eğitim ve denetim, reklam desteği, satış desteği, müşteri artırma gibi birçok alanda destekleri olduğunu duyurur. Mevcut franchisee'lerini ziyaret ederek hangi destekleri gerçekten aldıkları ve etkilerini araştırmanızda fayda var.

#### • Franchisor'un Franchisee'lerine olan yaklaşımı nasıl?

Franchisor ile yapacağınız görüşmede karşınızda önünüzdeki yıllar süresince sizinle yol yürüyen bir iş ortağı anlayışını yoksa size ürününü satmayı hedefleyen bir iş adamı mı olduğunu anlayabilirsiniz.

#### • Sözleşme ve Koşullar

En dikkat etmeniz ve mutlaka bir avukat desteği almanız önerdiğimiz bu adımda, sözleşmenin adil, her iki tarafın çıkar ve haklarını koruyan ve franchisor hakkında bilmeniz gereken tüm soruları cevaplayan bir sözleşme olduğundan emin olmalısınız. Özellikle, franchisor kimdir, eğitimi, iş tecrübesi ve iş hayatı geçmişi, var ise iflas geçmişi gibi konuları araştırmanızdır. Franchise almak, üretim yapmak, satış sistemi ve marka oluşturmak gibi birçok pahalı ve zahmetli süreçlerin önünüze hazır geldiği ve başarı şansınız alacağınız desteklerle çok daha fazla olan bir iş modelidir. Bu süreçte birlikte yol yürüyeceğiniz Franchisor (Marka Sahibi) ile vizyonunuz ne kadar örtüşüyor, karşılıklı beklentileriniz ne kadar aynı gibi soruların cevapları size doğru yol arkadaşını bulduracaktır. Mutlaka franchise fuarını ziyaret etmenizi, bu konudaki panel ve konferansları da takip etmenizi öneriyoruz.

O halde Franchise İstanbul Expo' da görüşmek üzere, hepinizi sağlıklı günler diliyorum.

Erasing certain possibilities helps then the second criteria is without doubt the amount of investment needed. When you are setting off on your journey you need to compare the amount you can invest with the possibilities open within such a price range then it's more natural to choose the one of these which most suits you.

The two steps which I have mentioned above actually are the two easiest. For example if you are focusing on a cafe or a beauty salon then you must study those two chain sectors and which are giving franchises which are within your means. Following on from these steps a more carefully attentive search must begin.

#### • Which supports does the Franchisor give to the Franchisee during the contract period?

many brands tell of all the support they give to the Franchisee e.g. while making the choice of a position, training for you and your personnel, hand brochures, regular training and checking up on, advertising support, sales support, and increasing of customer numbers. It is worth the while of Franchisors to visit their Franchisees and really control the exact support that has been received and if that support has been useful.

#### • What kind of attitude do Franchisors have when talking to Franchisees?

Is the person in front of you one with whom you would wish to make the journey with or is it a business person who is simply aiming to sell products to you try to understand the situation.

#### • The contract and its conditions

This is a step for which we believe you must definitely use a lawyer, the contract must be fair, it must protect the rights and profits of each side and must answer all questions that you have about the capacities of the Franchisor who that person is, what is his/her education the experience they have and the past of their business life, have they at anytime become bankrupt all such subjects must be queried. Taking a franchise means effecting production, sales systems and brand legalities all are expensive and difficult situations but with the Franchise they come to you already solved and your chances of success are higher because of the support you receive all are advantages which the brand gives you. If you feel that the Franchisor has similar principles to you then you seem to have found a friend on the journey. You must certainly visit the franchise fair and we advise you to also participate in panel discussions and follow the conferences.

Therefore looking forward to seeing you at the Franchise İstanbul Expo I wish you all healthy and happy days.







## 120 YILLIK LEZZET: GÖVEÇÇİ SÜLEYMAN

120 YEARS OLD TASTE: GÖVEÇÇİ SÜLEYMAN



**Göveççi Süleyman, faaliyetine 120 yıl önce Musa Efendi Balıklı Mahallesi eski tarihi Saat Kulesi Sokak'ta güveç fırını olarak başladı.** 1980 yılına kadar firmada, güveç, kebab, pide ve ekmeğin çıkarıldığı. 1980'den sonra ise güveç ve kebab yapmaya başlandı. Dördüncü kuşak Atilla Uğurtay tarafından işletilen Göveççi Süleyman, Türk kültürünün geleneksel lezzeti olan güveç tüm Türkiye'de tanınır bir marka yapma yolunda ilerliyor. Firma, son üç yıldan bu yana donuk güveç üzerinde çalışıyor. Dondurulmuş güveç üretimiyle Türkiye'de bir ilk olacak olan Göveççi Süleyman'ın standart ve güvenliği, uluslararası ISO 9001:2008 Kalite Yönetimi ve ISO 22000:2005 Gıda Güvenliği Üretim Akredite Kuruluşu tarafından belgelenmiştir. Markalaşma ve kurumsallaşma yolunda büyük adımlar atan Göveççi Süleyman, gelenekselliğe ve kaliteye olan bağlılığıyla hizmet sunmaya devam ediyor.

**Göveççi Süleyman became active 120 years ago in the Musa Efendi Balıklı District in the old historical Saat Kulesi Sokak (the clock tower street) as a güveç oven.** Until 1980 the firm was making güveç, kebab, pide and bread, after 1980 the firm also produced güveç and kebab. The fourth generation saw Atilla Uğurtay managing the firm Göveççi Süleyman, now the traditional flavours of the Turkish Culture güveç are offered by the firm and the brand is moving well on the road of being a well known brand in Türkiye. The company for the last 3 years has been working on frozen güveç. In actual fact frozen güveç is a first for Türkiye but the firm with its standards and the security it offers now hold the quality international certificate of ISO 9001-2008 for management quality and the ISO 22000: the firm is accredited with the 2005 Food Production Certificate. The firm has taken big steps on the journey to branding and institutionalizing and in this manner the brand of Göveççi Süleyman continues to serve always with its attachment to tradition and quality.





# ÜSTASINDAN KUZU TANDIR

Güveç • Tandır • İç pilav

*1920'den beri*

0542 723 49 32

goveccisuleyman@gmail.com

Balıklı Mah. Saatkule Sk. No:52 • KÜTAHYA

/govecci



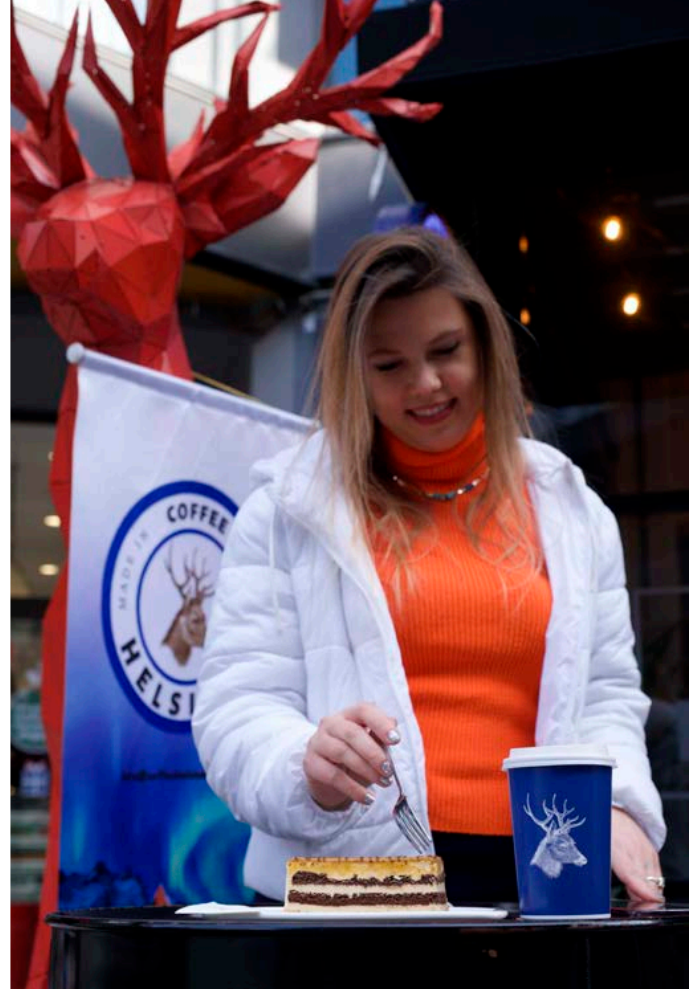




**HELSINKI**  
COFFEE  
MADE IN FINLAND

# KAHVE KÜLTÜRÜNDE YENİ BİR SOLUK: HELSINKI COFFEE

## A BREATH OF FRESH AIR IN THE COFFEE CULTURE: HELSINKI COFFEE



**Helsinki Coffee, Finlandiya'nın kahve kültüründen ilham alarak Türkiye'deki kahve sektöründe fark yaratmak için yola çıktı. Finlandiya, dünyanın en çok kahve tüketen ülkelerinden biridir ve kahve kültürü, yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir.** Bu kültürden esinlenen Helsinki Coffee, Türkiye'de de kaliteli kahve deneyimi sunmayı hedeflemektedir. Kahve sektörü sürekli gelişmekte ve yeniliklere açık bir sektördür. Bu gelişmelere açık bir anlayışla yaklaşan Helsinki Coffee, kahve çekirdeklerini özenle seçiyor, özel kavurma teknikleriyle lezzetli ve aromatik kahve çeşitleri oluşturuyor. Ayrıca, özgün tariflerle hazırladığı farklı kahve içecekleriyle de müşterilerine lezzetli bir alternatif sunuyor. Helsinki Coffee, müşterilerine sadece kahve deneyimi sunmuyor, aynı zamanda samimi bir ortamda keyifli zaman geçirmelerini sağlıyor. Kahve deneyiminin yanı sıra, kahve ile uyumlu taptaze pasta ve atıştırmalıklarıyla da lezzetli bir mola noktası oluşturuyor.

### **Kaliteli kahve, özenli servis ve samimi ortam**

Minimalist ve modern bir mimari konsept ile tasarlanan Helsinki Coffee, beyaz ve mavi renklerin hakim olduğu mekanlarda ahşap detaylarla da doğallık hissi veriyor. Kafe içinde geniş ve rahat oturma alanları bulunuyor. Aydınlatmalar ve renkler, sıcak bir ortam yaratmak için dikkat çekiyor. Tüm mekan Helsinki Coffee'nin karakteristik stili ve atmosferini yansıtıyor. Mimari konseptinde, müşterilerin rahat etmesi ve keyifli bir ortamda kahvelerini içmelerini önemseyen Helsinki Coffee, konforlu koltuklar ve rahatlatıcı müziklerle, müşterilerin kahvelerini yudumlarırken rahat bir deneyim yaşamalarını sağlıyor.

**The brand of Helsinki Coffee obtained its inspiration from Finland when it began its journey to offer a difference in the Turkish coffee sector. Finland is one of the world countries which drinks the most coffee and its coffee culture has become indispensable to its way of life.** Our goal when we brought their method to Turkey was to offer a high quality taste here. The coffee sector is constantly enlarging and always open to welcoming different tastes

The brand preparation commences with choosing special coffee beans which are then roasted by a special procedure and made into flavorful and aromatic coffee. Additionally other distinctive Coffees made by the brands private recipes offer other delicious mixes which offer flavorful choices to their customers. Helsinki Coffee does not only offer coffee tasting it creates at the same time an inviting atmosphere where customers can relax and enjoy themselves. The premises are not only for coffee they have other totally fresh cakes and other snacks making it into an agreeable stopping place.

### **High quality coffee, served with care and a friendly atmosphere**

The premises are designed with a modern architectural concept, Helsinki Coffee has as its main colors of decor blue and white and they use wooden furniture so as to give a more rustic air. Inside the premises there is a wide space with comfortable sitting places the lighting and colors draw attention with their warm, welcoming surroundings. All the premises resemble the characteristic Helsinki Coffee places with comfortable sitting spaces and soft music for relaxed coffee enjoyment.



# LEZZET DOLU ANLAR, COFFEE HELSINKI İLE BAŞLAR! HELSINKI İLE YENİ BİR BAŞLANGIÇA NE DERSİNİZ?

Kurulduğu günden bu yana kalite standartlarını  
kaybetmeyen, EŞSİZ BİR AROMA ve hijyen  
konusuna önem veren COFFEE HELSINKI'nin  
franchise fırsatlarını keşfedin.

[info@coffeehelsinki.com](mailto:info@coffeehelsinki.com)





# HAKTAN MAZMANOĞLU: “YENİ GİRİŞİMCİLERİ YATIRIMCI AĞIMIZA BEKLİYORUZ.”



**HAKTAN MAZMANOĞLU: “OUR DOORS ARE OPEN TO NEW INVESTORS AND WE WELCOME THEM TO OUR NETWORK.”**



**SR Döner Marka Danışmanı Haktan Mazmanoğlu markalarının yola çıkış hikayesini, değer odaklı yaklaşımını, nasıl sadık müşteri kitlesi oluşturduklarını, farklı demografi ve yaş grupları ile kurdukları ilişkiyi ve kurumsallaşma süreçlerini bizler için anlattı.**

“İlk SR Döner şubemini Ankara Etimesgut'ta açtık,” diyor Haktan Mazmanoğlu ve ardından müşterilerin yoğun ilgisi sayesinde hızla büyüdüklerini belirterek, markaları hakkında şu bilgileri veriyor. “Değer odaklı bir yaklaşım sergiledik. Menülerimizi hazırlarken; maliyeti değil, kaliteyi baz aldık. Sadece lezzet değil, temiz ve hijyen bir mutfak ve restoran ortamı oluşturduk. Soğuk hava zincirimizin tüm halkalarını eksiksiz oluşturarak, gıdayı bozulmadan müşterimize servis ettik. Devamlı kalite kontroller yaptık, ‘müşteri memnuniyeti’ bizim için ilk şubemizden beri temel maddemiz oldu. Edindiğimiz bu felsefe ve özenle yaptığımız çalışmalar sayesinde gittikçe artan bir müşteri kitlemiz oluştu. Sadık ve mutlu bir müşteri kitlesi bir markanın çalışanlarının en büyük motivasyon kaynağıdır. Bizim için de öyle oldu. Yıllar içinde insanların zevkleri değişti; buna damak zevkleri de dahil. Biz de mutfağımıza zamanla farklı yeni ürünler de ekledik. Bulduğumuz lokasyonlarda öğrenci, asker gibi Türkiye'nin her yerinden gelen insanlar, farklı yaş gruplarından SR'yi yeni deneyimleyenler var. Bizim başarımız farklı demografileri, yaş gruplarını kaliteli hizmetimizde, ürün çeşitliliğimiz ve yenilenen konseptlerimizde buluşturmadır. Her ne kadar sevilen bir markaya dönüşseniz de sürdürülebilir bir marka olmak ve geleceğe taşınmak ancak kurumsallaşmayla olur. Her büyüyen yapı, daha büyük lojistik hatlarına, daha sıkı denetime, acı tatlı deneyimlerin kurumsal hafızaya taşınmasına ve gittikçe genişleyen ve her çalışanın rollerinin iyi belirlendiği bir organizasyon şemasına sahip olmalıdır. Temel algının aksine, hiyerarşi kurmak ve emir komuta zinciri oluşturmak ‘kurumsallaşmak’ demek değildir. Alttan üste doğru geri bildirimler toplamak, geri bildirimlerin üstte kurum felsefesiyle sentezlenip, tüm kurum tarafından uygulanacak pratiklere dönüştürülmesi kurumsallaşmadır. Hepsinden önceki mesele ise tüm çalışanlar, yatırımcılar ve müşteriler tarafından sahiplenecek kurum kültürünü oluşturmaktan geçer. SR'yi rakiplerinden ayırtıran ve temas ettiği insanlar gözünde farklı kılan ilk başta budur.”

Sektöre kattığı değeri büyütme ve yıllar içinde edindiği tecrübeyi paylaşmak için dijital dünyayı bilen ve kreatif çözümler üretebilen yeni girişimcileri yatırımcı ağına bekleyen SR Döner, başvuracak adayları değerlendirme sürecine alacağı dile getiriyor.

**The SR Doner Brands Coordination Expert Haktan Mazmanoglu discussed with us the story of how the brand set out on this journey, how they were focused on value, on how they could form a regular customer group, the relationships they formed with civilians of different ages and places and about the period of their becoming institutional.**

We opened the first SR Doner branch in Ankara Etimesgut and viewing the great amount of interest that it drew very quickly enlarged. Hakan Mazmanoglu said about the brand “We showed a focus on value. While preparing our menus we did not prepare them because of costs instead we took quality as our base. We did not only base ourselves on taste we set up a clean and hygienic kitchen and restaurant. With our chain of cold carrying vehicles we ensured that absolutely everyone could be fed with everything served fresh to customers. We constantly effected quality controls and for us ‘customer satisfaction’ has always been our priority. With this philosophy and by effecting all our work in an extremely careful manner we now have a happy and faithful customer group and this is one of the important aspects as having a highly motivated staff is the result of it. That is how it has been for us. Over the years peoples choices change this naturally is the same with the palate. We in our kitchens from time to time add different items to our menus. Just as students and members of our army come from all parts of our country so do the people in their different age groups love to try our quality services, our menu choices and our new concepts. However much a loved brand you are in order to continue and to carry your brand to the future the only manner you can put that into effect is to institutionalize. Every enlarging action needs wider logistic lines, needs controlling more often and the memories of the bitter and sweet happenings all play a role in one’s development which means that a company needs to have a planned form of each persons work status. Many believe that to institutionalize means the old fashioned hierarchy manner but that is not correct for today everyone must understand the practices which the brand is effecting workers, investors and customers must all embrace the culture which is making SR different to its competitors this is at the head of the differences being made.” SR Doner has added value to its sector and has the years of gaining experience behind it to share this knowledge one must know the digital world and its creative solutions SR Doner will accept applications from candidates wishing to enter its network which will bring credit to the evaluation process.





Gönül Kahvesi, Türkiye'nin ilk butik zincir kahve evidir. Türk Kahvesindeki tadı ve lezzeti, kendi geliştirdiği özgün ürünleri özel formülleriyle sunmaktadır. Markamız, Türk Kahvesi'ne hak ettiği itibarı "Gönül Harmanı" ürünü ile kazandırmıştır. İlk şubesini 2002 yılında İzmir'de açan Gönül Kahvesi, bugün 67 şube ile toplamda 5 ülkede hizmet vermektedir. Gönül Kahvesi kendi iş alanında en bilinen marka olma hedefini belirlemiştir.



## Franchise İletişim

+90 549 831 96 79

+90 (216) 688 81 11

franchise@gonulkahvesi.org

 gonulkahvesi

 gkahvesi

 gonulkahvesi





# HOT DÖNER EMİN ADIMLARLA HEDEFİNE DOĞRU YÜRÜYOR

## HOT DÖNER IS FOLLOWING ITS GOAL WITH SURE STEADY STEPS



**2011 yılında kurulan Hot Doner, çeşitli baharatlar kullanarak ürettiği kendine özgü soslarıyla müşterilerinin damaklarında lezzet şöleni yaşıyor. Bu lezzetini, 2021'de Türkiye Altın Marka Ödülleri'nde "Yılın Lezzet Markası" seçilerek tescilleyen marka, insanların en çok tercih ettiği ürünlerden biri olan tavuğu, Hot Doner restoranlarında özel sosuyla vazgeçilemez bir tada dönüştürerek tercihlerin ilk sırasında yerini alıyor.**

Hot Doner, Hatay'a has kendi özel sosuyla yapılan dönerlerini yine kendi üretim noktalarında hazırlıyor ve son tüketiciye kadar ulaştırıyor. Marka bu başarısını ve hedeflerini, "Müşterilerimize kulak verdiğimiz hem et hem de tavuk dönerde vazgeçilmez olduğumuzu görüyoruz, özellikle tavuk döner yemekten türlü nedenlerle çekinen tüketicilerin de güvenilir adresi olmayı başardık. Bu nedenlerden dolayı alanımızdaki en iddialı ve başarılı markayız," şeklinde açıklıyor. Hot Doner sadece döner restoranları içerisinde değil, sektörde de en hızlı büyüyen markalar arasında yer alıyor.

### Üretim gücü

Üretim gücünün altını çizen marka, "Oksijen Et bizim ana firmamızdır. Tavuk da ise Türkiye'nin en büyük üreticilerinden biri olan tedarikçimizden yüksek kalite ve lezzet standartlarımıza uygun tavuğu tedarik ediyor ve üretimi de biz yapıyoruz. Yani biz hem tavuk döneri hem de et döneri kendi tesislerimizde kendimiz yapıyoruz. Bunun da avantajı; üretimin bizim kontrolümüzde olması, daha hijyenik ortamlarda olduğunu gözümüzle görmemizdir. Üretimi kendimiz yaptığımız için içimiz rahat bir şekilde hizmet veriyoruz," açıklamasında bulunuyor.

### "Pandemi döneminde markamız"

Özel sosu, yüksek kalitesi ve vazgeçilmez lezzetiyle çok beğenilen ve tercih edilen ürünler, paket servis başarısıyla birleşerek markanın pandemi dönemini başarıyla geçirmesinde önemli bir faktör olarak öne çıkıyor. Firma bu başarısını, "Hot Doner markası, bu dönemde üretim gücünü, geniş restoran ağını ve vazgeçilemez lezzetini paket sipariş operasyonu başarısıyla birleştirerek çok ciddi büyüme sağlamıştır. Pandemi döneminde yükselen performansını sürdürülebilir standart performansa dönüştüren Hot Doner yatırımcı memnuniyetini bu dönemde arttırabilen nadir markalardan biri olmuştur. Kimsenin bir daha hayal bile etmek istemeyeceği bu tür ciddi sarsıntılı zamanlarda bile markanın başarıyla büyümesi, mevcut yatırımcı memnuniyetini arttırırken yeni yatırımcı adaylarının ilgisini de ciddi olarak yükseltmiştir." cümleleriyle dile getiriyor. Hot Doner yükselen performansıyla, düşük yatırım maliyetinin geri dönüşünü daha hızlı bir süreye ulaştırmıştır. Türkiye'nin tüm şehirlerinde ve birçok ilçesinde olmayı hedefleyen Hot Doner, ailesine katılan yeni iş ortaklarıyla hedefine doğru emin adımlarla yürümeye devam ediyor.

*Hot Doner was founded in 2011, it uses many different spices to make its own special sauces and with those it offers a feast to the palates of its customers. These delicious sauces resulted in, at the Turkish Gold Medal Ceremony in 2021, the brand being awarded with "The brand with the best flavours of the year" it was a definite proof. One of the most preferred dishes in the Hot Doner Restaurants is the cooked chicken, previously people who for some reason did not eat chicken Doner now greatly enjoy eating it. Food that no one can forget due to its own wonderfully special sauces.*

The Doner of the brand Hot Doner is produced in Hatay the sauces prepared there and the brand ensures that the specialities meet all of their customers wishes. When we heard from our customers and saw for ourselves we realized that customers wished to have both chicken and meat doner, and especially for people who for some reason had not previously been keen on eating chicken Doner become our regular customers. That is the reason that we are able to declare outright that we are the most pretentious and successful brand. "Hot Doner is not simply a Doner restaurant we are in the sector the most rapidly enlarging one.

### The strength of our production

The brand while describing its production strengths, "for meat Oksijen Et is our main supply company, while for chicken we use one of the biggest firms in Türkiye which ensures that we obtain the best high standard of chicken then we, in our own production units cook both the meat and the chicken. The obvious advantage is of course in this manner production is always under our control and we can see with our own eyes that hygienic standards are always maintained, having effected the production ourselves we feel comfortable offering our foods to all.

### "Our brand during the Pandemic"

Our special sauces, high quality and unforgettable tastes are much enjoyed and preferred and during the pandemic we successfully combined our much loved tastes with home deliveries. That was a great success and the main factor in our successfully passing through that period. Our Hot Doner brand with its productive strengths, its wide network of restaurants successfully combined with the packet service operation resulted in our very rapid growth, in fact we were one of the very few companies able to enlarge in that period. The manner in which we grew in that period gave their investors great pleasure. No one wishes to even think about that seriously difficult period again but as our brand weathered it successfully and in fact enlarged as stated investors were very satisfied also now many additional Franchise requests have been received. Hot Doner with its constantly expanding performance and the capital return of the small investment has become even quicker. The brand wishes to increase and be in all the cities of Türkiye and in more districts and Hot Doner together with the new investors who are becoming part of their family will continue to move forward with sure steady steps.





# MARKANIZI DÜNYAYA TANITILIM



## Ortadoğu ülkelerinde ve İran'da markanızın şubeleri olsun ister misiniz?

**Buy Business Turkey** kapsamlı uluslararası pazar araştırması ve analizleri ile markanıza en uygun lokasyonları tespit edip kazancınızı maksimize etmenizi sağlar ve sizleri yeni yatırımcılarla tanıştırır.

Türkiye dışında ise mimari, personel, ekipman ve reklam desteği ile markanızın her daim hizmetindedir.





# BARGELLO PERFUME YATIRIMLARI İLE BÜYÜMEYE DEVAM EDİYOR

## BARGELLO PERFUME CONTINUES TO GROW WITH ITS INVESTMENTS



**Bursa'da 9.000 m<sup>2</sup>'lik tesislerinde uluslararası standartlara uygun ve %100 yerli üretim yapan Bargello, yatırımları ile büyümeye devam ediyor. Yüzlerce farklı kokuya sahip marka ürünlerini Avrupa, Afrika, Asya ve Orta Doğu bölgelerinde bulunan 40'tan fazla ülkede 600'ü aşkın mağazasıyla müşterilerine sunuyor.**

1950 yılında kurulmuş döneminin ünlü kolonya markası Gonca Kolonyalarının satın alınmasıyla faaliyetlerine başlayan Bargello, 70 yılı aşkın deneyimi ile sürekli inovasyon ve gelişen teknolojiyi yakından takip ederek sektöründe dünyanın en iyi markaları arasında olmayı hedefliyor. Marka, perakende kanalındaki geniş tecrübesi ile 30 ile 90 m<sup>2</sup> arası; yaya trafiği işlek lokasyonlarda cadde üstü mağaza, AVM mağaza ve kiosk konseptinde yatırımlar yapmaya devam ediyor. 300'den fazla koku alternatifi ve geniş ürün yelpazesine sahip Bargello; parfüm, vücut spreyi, duş jeli, sıvı sabun, kolonya, deodorant, roll on, antiperspirant, mum, ortam kokusu, araç kokusu ve kurumsal kokulandırma cihazı olan ScentPlus gibi farklı ürünleri kalite standartlarına uygun olarak tüketicilerinin beğenisine sunuyor. Koku alanında uzmanlaşan kadrosu ile ürün yelpazesini her geçen gün çeşitlendiren Bargello, özellikle Niche ve kreatif serisinde ürün çeşitlerini artırmaktadır. Kişisel bakım ürünlerinde de çalışmalarını devam ettiren marka, duş jelinden sonra sıvı sabunlarını da ürün yelpazesine ekledi. Marka, tesislerinde ISO 9001 ve ISO 22716 (GMP) kalite standartları, aynı zamanda IFRA ve HALAL standartlarında üretim yapıyor. Sektöründe, kullanıcıları nezdinde marka memnuniyetinde ilk sırada yer alan Bargello 2023 yılında, GfK araştırma şirketinin yaptığı anket verilerine göre %83 ile sektöründeki en yüksek marka bilinirliğine sahip firma olup, %75 ile sektörün en çok tercih edilen ve lider marka skoruna sahiptir. Sektörünün en bilinen ve en çok tercih edilen güvenilir markası konumunda bulunan Bargello, sürecin haklı gururunu yaşıyor.

Misyonunu çevre dostu, yenilikçi, güvenilir, uluslararası standartlara sahip müşterilerinin tarzlarına uygun ürünleri en ulaşılabilir şekilde sunmak olduğunu belirten Bargello'nun vizyonu sürdürülebilir bir büyüme ile koku alanında ilk akla gelen marka olmaktır. Toplum ve ülkesine karşı sorumluluklarını yerine getiren Bargello, personeline daima önem veren, kaliteli personel yetiştiren ve yaptığı projeler ile sektörü belirli bir seviyeye taşımış bir markadır. Merkez ofis, fabrika ve yurt içi mağazalarında görev yapan 1000'in üzerinde çalışanı mevcut.

Ayrıca Bargello koku üzerine sahip olduğu tecrübe ve uzmanlığı ile farklı markaların özel üretim çalışmalarını da yapıyor. Müşterilerine parfüm, kolonya, ortam kokusu, araç kokusu gibi ürünleri, Ar-Ge, Ür-Ge gibi uzun ve masraflı süreçleri beklemeden, büyük bir yatırım yapmadan, en kaliteli şekilde sunuyor. Böylece markalar, tüm testlerden geçmiş ve gerekli sertifikalara uygun olarak, markalarına özgü, kendilerine özel üretilmiş ürünleri müşterilerine sunabiliyor.

2012 yılında online alışveriş sitesi [www.e-bargello.com](http://www.e-bargello.com)'u kurarak ürünlerini dijital dünyaya taşıyan Bargello, hazır ve doğru işleyen bir e-ticaret sürecine sahip olmanın önemini ve markanın vizyoner yapısının bir örneğini daha sergilemiş oldu. Kendi e-ticaret sitesinin yanı sıra alanında adını duyurmuş ve geniş kullanıcı kitlesine sahip dijital pazar kanallarında da yer almaktadır.

*Bargello, which produces 100% domestically and in accordance with international standards in its 9,000 m<sup>2</sup> facilities in Bursa, continues to grow with its investments. The brand offers its products with hundreds of different scents to its customers in more than 600 stores in more than 40 countries in Europe, Africa, Asia and the Middle East.*

Bargello, which started its activities with the purchase of Gonca Cologne, the famous cologne brand of its time, founded in 1950, aims to be among the best brands in the world in its sector by closely following continuous innovation and developing technology with its more than 70 years of experience. With its extensive experience in the retail channel, the brand offers a range of products ranging from 30 to 90 m<sup>2</sup>; It continues to invest in high-street stores, shopping mall stores and kiosk concepts in locations with busy pedestrian traffic. Bargello has more than 300 fragrance alternatives and a wide product range; It offers different products such as perfume, body spray, shower gel, liquid soap, cologne, deodorant, roll on, antiperspirant, candle, ambient scent, vehicle scent and ScentPlus, a corporate scenting device, to its consumers in accordance with quality standards. Bargello, which diversifies its product range day by day with its staff specialized in the field of fragrance, increases its product range, especially in the Niche and creative series. Continuing its work on personal care products, the brand also added liquid soaps to its product range after shower gel. The brand produces in its facilities in accordance with ISO 9001 and ISO 22716 quality standards, as well as IFRA and HALAL standards. Bargello, which ranks first in brand satisfaction among its users in its sector, is the company with the highest brand awareness in its sector with 83% in 2023, according to the survey data conducted by GfK research company, and has the most preferred and leading brand score in the sector with 75%. Bargello, which is the most well-known and most preferred reliable brand in its sector, is rightfully proud of the process. Stating that its mission is to offer environmentally friendly, innovative, reliable products that meet the styles of its customers with international standards in the most accessible way, Bargello's vision is to be the first brand that comes to mind in the field of fragrance with sustainable growth. Fulfilling its responsibilities towards society and its country, Bargello is a brand that always attaches importance to its personnel, trains qualified personnel and has carried the sector to a certain level with its projects. It has over 1000 employees working in the head office, factory and domestic stores. In addition, Bargello also carries out special production works for different brands with its experience and expertise on fragrance. It offers its customers products such as perfumes, colognes, ambient scents and vehicle scents in the highest quality, without waiting for long and costly processes such as R&D and P&D, and without making a large investment. Thus, brands can offer their customers products unique to their brands, produced specifically for them, having passed all tests and in accordance with the necessary certificates. Bargello, which brought its products to the digital world by establishing the online shopping site [www.e-bargello.com](http://www.e-bargello.com) in 2012, demonstrated the importance of having a ready and functioning e-commerce process and another example of the visionary structure of the brand. In addition to its own e-commerce site, it is also present in digital market channels that have made a name for themselves in their field and have a wide user base.





# BARGELLO PERFUME

## Mis gibi yatırımla

# KENDİ İŞİNİZİN PATRONU OLUN!

Yurt içi ve yurt dışında **600'den fazla mağaza**

300'den fazla koku alternatifi ve geniş ürün yelpazesine sahip Bargello; **Parfüm, Vücut Spreyi, Duş Jeli, Sıvı Sabun, Kolonya, Deodorant, Roll on, Antiperspirant, Mum, Oda Kokusu, Araç Kokusu ve Kurumsal Kokulandırma Cihazı** olan **ScentPlus** gibi farklı ürünleri kalite standartlarına uygun olarak tüketicilerinin beğenisine sunuyor.

- Global marka gücü
- Yüksek kâr marjı sunan iş modeli
- Marka bilinirliği
- Geniş ürün yelpazesi



bargelloperfume/  
bargello.com.tr



ÜCRETSİZ DANIŞMA HATTI

444 0 BRG  
274



# “BİZİM DEĞİL DONDURMAMIZIN BİR HİKAYESİ VAR!”

“ITS NOT US ITS OUR ICECREAM WHICH HAS A STORY TO TELL”

**MADO**  
GERÇEK LEZZETLER



**Mado'nun Osmanlı'ya uzanan hikâyesi, hem çalışanları hem tüketicileri için kuşaktan kuşağa bir yolculuktur. Kara eklenen pekmez, bal, meyve özleriyle yapılan ve “Karşambaç” adı verilen ilk dondurmadan günümüzdeki gerçek Maraş dondurasına kadar geçen sürede bir devrim ve değer yaratıldı.**

Tam 170 yıldır lezzet serüveni içinde yol alan MADO'nun ilk tohumları, Osman Kanbur'un o zamanın imkânlarıyla başladığı dondurmacılık ile atıldı. “Dedemiz, 1800'lü yıllarda Ahir Dağ'ından gelen kar ile pekmezi karıştırarak karşambaç yapmış. Sonra süt ile salebi karıştırarak karın içinde bekletmiş ve görmüş ki süt kıvam almış. Bu Kahramanmaraş Dondurmasının ilk adımıdır”, diyor Mehmet Kanbur. İlerleyen yıllarda oğlu Yaşar Kanbur, 1962 yılında bir dondurma imalathanesi kurarak mevcut faaliyetleri geliştirdi ve Yaşar Pastanesi'nin temellerini oluşturdu. Bu adım, MADO markasının yaratılmasında emek ve alın terinin karşılığı olarak önemli bir dönüm noktası oldu ki “MADO dondurmasının taklit edilmesini imkansız kılan bu coğrafyada yetişen keçilerin eşsiz aromalı sütleri, mucizevi salebi ve elbette ustalaktır. Dünyanın konuştuğu, bildiği dondurmaya yapmak ustalık ister,” bilgisini vererek Mado'nun gelişmesindeki etkenin altını çiziyor Mehmet Bey ve şöyle devam ediyor. “Biz 4'üncü kuşak olarak mesleği büyüklerimizden devraldığımızda 25 metre karelik bir dükkan içerisinde sadece 4 masa vardı. Bizim çırağımız yoktu. Annem sütü pişirir, babam dükkanda dondurmaya yapar, bizde çıraklık eder dondurmaya satardık. İlerleyen yıllarda 'bu dondurmaya bilinir, konuşulur yapacağız' dedik ve üç kardeş olarak yola çıktık. Maraş dondurmasını sırtladık, Türkiye'nin 81 iline ve dünyaya götürdük. Bugün Türkiye'de 300'den fazla şubemiz var. Yurtdışında ise 40 ülkeye Mado'nun bayrağını diktik. Ben babamdan sadece iki çeşit dondurma aldım; biri sade kaymak dondurma diğeri de fıstıklı dondurma... Bugün 350 çeşit dondurma üretiyoruz. Yeşil çaylıdan, pirinçli dondurmaya varıncaya kadar. Biz dondurmacılıkta 170 yılı aşkın süredir varız. Bugün Maraş dondurmasının adını 5 kıtada duyurduk. Bunun için çok çalıştık çok mücadele ettik. Maraş dondurmasının marka olmasını Mado sağladı diyebiliriz. Mado, Maraş ve dondurmanın birleşiminden oluşuyor. Böylece dünyanın her yerine Mado ismiyle Türk dondurmasının ününü duyurduk ve duyurmaya da devam ediyoruz. Dedemin yanında çırak olarak başladığım işimin şimdi patronuyum. Mado'yu bir dünya markası yapmak hiç kolay olmadı. Kardeşler olarak çok çalıştık. Bizde şimdi gençlere destek olmak için “Kendi işini kendin kur” projesini hayata geçirdik. Gençlere, “kendilerinin çalışması kaydıyla küçük dondurmacı dükkanları kurun, sonunda kendi iş yerinin sahibi olun” diyoruz. Gençler, hayal edin, kendinize güvenin. Diğerlerinden farklı olmak için çok çalışın ki model olun, yük olmayın.”

*The story of Mado is one which reaches back to Ottoman times it is a journey taken generation by generation, pekmez, honey and fruit were added to snow, given the name of “Karşambaç” that was the beginning of our icecream until the period of adding value resulted in the true Maraş Icecream of today.*

It was exactly 170 years ago when the first roots of the MADO adventure were sown. Osman Kanbur threw himself into icecream making with only the possibilities of that time. “Our grandfather in the 1800s made his icecream with snow from the Ahir Mountains mixed it with Pekmez and made Karsambaç (kar means snow) then it was mixed with milk and salep and left for a time until it had reached a milk consistency. This was the first step of the Kahramanmaraş Icecream said Mehmet Kanbur. In the following years his son Yaşar Kanbur in 1962 founded a production unit, developed its method and effected the foundation of the Yaşar Pastry House. This step with the hard work involved became a very important turning point. He pointed out that “it was impossible to copy the MADO icecream as only in that special geographical position did the goats have such wonderfully scented milk which together with the miracle of salep and of course the person who could make it was required while explaining the development of MADO Mehmet Bey added we are the fourth generation to take over this profession from our forefathers in the beginning when we took over there were only 4 tables in a 25sq.m shop.

There were no waiters, our mother boiled the milk, our father made the icecream in the shop and my brothers and I were the waiters who sold the icecream. In the following years when talking together one of us exclaimed this icecream is known and talked about we are going to produce it. Then the 3 brothers set off on the journey and so the Maraş icecream became famous and we have carried it to 81 districts in Türkiye and through the world. Today we have more than 300 branches in Türkiye. Abroad we have raised the Mado flag in 40 countries. I received teaching only on 2 flavours one was classic cream the other had nuts added... Presently we are producing 350 kinds of icecream, from green tea on until rice icecream. We have existed in icecream for almost 170 years. Today all 5 continents know the name of Maraş Icecream and we have the right to say that it was Mado which made it possible for the name Mado to make Turkish Icecream famous and continues to do this I started by being a waiter for my grandfather and now I am the boss. However it has not been easy making our brand a world wide one we brothers have all worked extremely hard, now to support the younger generation we have set up a project of “Form your own business for yourself” we tell the young people “as long as you work in it yourself open a small icecream parlour so that eventually you will be owner of your own business. Young people, use your imagination, have faith in yourselves. Work really hard to be different from others, and be a model for them not a burden.







# Gerçek dondurmanın ustasından benzersiz bir konsept!

30 yıllık MADO franchising tecrübemiz ve işletmeciliğimizin bize kazandırdığı deneyimle günümüzde yaşanan zorlukları fırsata çeviriyoruz. Küçük, ekonomik ve modern konseptimiz ile artık herkes iş sahibi olabilir.





# TÜRKİYE'NİN EN BÜYÜK %100 YERLİ SERMAYELİ GAYRİMENKUL MARKASI: EPA



## TURKEY'S LARGEST 100% DOMESTIC CAPITAL REAL ESTATE BRAND: EPA

**İHTİYACINIZ OLAN  
DESTEK BURADA!**

**HEMEN  
FRANCHISE OL!**

**Emlak Pazarlama Yatırım ve Danışmanlık Hizmetleri A.Ş., 2017 yılında, %100 yerli sermaye ile kurulmuş bir Emlak Franchising firmasıdır. Finansal bağlamda ofislere yük olmadan, "erişilebilir bir yol arkadaşı" sistemiyle çalışan EPA, %100 yerli sermayeli bir marka olmasının getirdiği sorumlulukla, "sürdürülebilir" bir yaklaşımı önemsemekte ve benimsemektedir.** Emlak sektöründe, ilkel ve işini en iyi şekilde yapan meslektaşlarını "aile çatısı" altında birleştiren EPA, ülkemizdeki ve dünyadaki sosyoekonomik gelişmeleri ve sektördeki yenilikleri yakından izlemekte, hizmet sektöründeki iletişim teknolojilerini sektöre katmakta ve bu gelişmeler ışığında sektördeki hizmet anlayışına büyük farklılıklar getirmektedir.

Yerli ve milli bir firma olarak misyonunu, müşterilerine, iş ortaklarına, danışmanlarına ve gayrimenkul sektörüne kattığı değerleri artırarak sürdürülebilir bir hizmet sunmak şeklinde belirleyen EPA, Türkiye'deki, en yaygın franchise ağına sahip, Türkiye'nin en büyük %100 yerli sermayeli gayrimenkul markasıdır.

#### Neden EPA?

- Cirodan pay almayan (Erişilebilir, yıl bazında sabit aidat)
- İşlem başına ücret almayan ➤ Korunmalı bölge sistemi
- Sınırsız portföy desteği ➤ Ücretsiz teknolojik alt yapı (CRM)
- Reklam ve pazarlama desteği ➤ Periyodik eğitimler
- Minimum katılım payı maksimum hizmet anlayışı
- Güçlü kurumsal bir kimlik ➤ Birbirine rakip değil, birbirleriyle iş paylaşan ofisler
- Sürekliliği hedefleyen, sürdürülebilir ofis yaklaşımı ➤ Hukuki, teknik, mali konularda danışmanlık hizmeti

*EPA the real estate Marketing, Investing and Consulting sector is the largest company in Turkey founded by 100% domestic capital. It is a Property Franchising company and was founded in 2017. From a financial approach it does not place additional expense on its branches rather its approach is as "a reachable friend on the journey" additionally EPA is hugely aware of the responsibilities that being a 100% domestically funded company brings, consequently believes in the importance of "sustainability" and has adopted this approach.* In the Real Estate sector EPA primarily joins together under a "family roof" together with principled and knowledgeable colleagues, it closely follows social economic situations in the world and domestically in addition to innovations. EPA in the service sectors follows developments and passes them on in such a manner it brings a hugely different approach in its services to the sector. As a domestic company EPA explains its mission, its partnerships and its consulting to the real estate sector as methods to improve the sector by adding value to it. EPA has the widest franchise network in Turkey and the largest company founded by 100% domestic investment.

#### Why EPA?

- It does not take a part of the profit (there is a reachable yearly fee)
- No payment taken at the commencement ➤ It has a protective district system
- Limitless portfolio support ➤ Has free technological foundations (CRM)
- Gives support in marketing and advertising ➤ Has periodical training
- Works with the mentality minimum price but maximum service ➤ Has a strong institutional being ➤ All are not competitive of the others but shared offices ➤ Ongoing aims and office approaches ➤ Legal, technical and financial consultancy services are given.



**“BAŞARIYA  
AÇILAN  
KAPI”**

epaturkiye 

epa.turkiye 

EPATurkiye 

info@epaemlak.com.tr 

+90 312-447 44 47 

epaemlak.com.tr 

Epa Türkiye 



EPA FRANCHISE FIRSATLARI İLE  
**BÜYÜYÜN !**



# ESRA KIVRAK: "PIZZALAZZA MARKAMIZI, AKTİF FRANCHISING STRATEJİMİZLE BÜYÜTÜYÜRÜZ."

## ESRA KIVRAK: "WE ARE ENLARGING OUR BRAND PIZZALAZZA WITH OUR ACTIVE FRANCHISING SYSTEMS."

*Turgut Aydın Holding bünyesinde 2014 yılında temelleri atılan PizzaLazza, kaliteli, sağlıklı, güvenilir ve helal sertifikalı ürünler ve günlük açılan taze hamurla ürettiği pizzalarıyla kısa sürede tüketicilerin beğenisini kazandı. Marka hakkında Esra Kıvrak ile konuştuk.*

### **Firmanızın kuruluş ve gelişim süreci hakkında bilgi alabilir miyiz?**

Esra Kıvrak - PizzaLazza ve Saloon Burger CEO'su: Türkiye'nin en büyük pizza zinciri restoranlarından biri olma vizyonu ile çıktığımız bu yolda, 10 yıldan kısa bir süre içerisinde PizzaLazza markamızı önde gelen yerli pizza zinciri restoran markası haline getirdik. Son iki yıl içinde 5 farklı ilde 54 restoran açılışı gerçekleştirdik ve bu immeyi 2024 yılında da sürdürüleceğiz. Hali hazırda hizmet veren 123 PizzaLazza restoranımızdan 85'i Franchise iş ortaklarımızca işletiliyor.

### **Girişimcilerin firmanızı tercih etme nedenleri nelerdir?**

Pazarlama yatırımlarımız ve lezzet inovasyonlarımızla sürekli desteklediğimiz PizzaLazza markamızı, aktif Franchising stratejimizle büyütüyoruz. Restoranlarımızın, ilk yatırım maliyetlerini karşılama süresinin sektöre nazaran çok daha kısa sürede olacağını rahatlıkla söyleyebiliriz ve ödeme koşullarında sağladığımız kolaylıklar, birçok Franchise işletmemizin kendi kendini finanse edebilir duruma gelmesini sağlıyor. Müşterisini dinleyen, veri ile hareket eden, sahadan operasyonel ve pazarlama iç görülerini sentezleyen, değişen şartlara hızlı uyum sağlayabilen ve hızlı karar alabilen, sonuç odaklı organizasyon yapımızla tüketicilerimiz, şirketimiz, iş ortaklarımız ve ülke ekonomisi için değer üretiyor. Franchise iş ortaklarımıza Eğitim, El Kitabı, Yer Seçimi, Proje, Pazarlama, Finansman, Personel Temini, Ortak Reklam, Mal temini gibi konularda da destek sağlıyoruz. Bölge seçimi konusunda çok hassas davranıyoruz, mevcut şubemize yakın bir lokasyonda şube açacağımız zaman tercih önceliğini en yakın Franchise işletmemize tanıyoruz. Böylelikle iş ortaklarımızın da verimliliklerini arttırmalarını hedefliyoruz.

### **Faaliyet gösterdiğiniz alanın geleceği ile ilgili düşünceleriniz neler?**

Hızlı servis restoranlar içerisinde önemli yer tutan pizza mutfağı, çok daha büyüme için güçlü bir potansiyel gösteriyor. Pizza günün her anında, farklı okazyonlarda evde tüketime ve dışarıya servise çok uygun bir ürün. Bu potansiyeli değere dönüştürüp, restoranlarımızın iş hacminde gelişimi sürekli kılmak için, evde tüketim ve diğer toplumsal dinamikleri doğru okuyup, buna uygun ürünler ve stratejiler geliştiriyoruz.



*Within the Turgut Aydın Holding our brand of PizzaLazza has been active since 2014 our products are high quality, healthy and to be trusted, we also hold the Halal certificate our fresh dough is opened daily and with it we make our pizzas. In only a short time period they have gained customer approval. We talked about the brand with Esra Kıvrak.*

### **Can we get information about the establishment and development process of your company?**

Established under Turgut Aydın Holding in 2014, our PizzaLazza brand quickly won consumers' appreciation with its quality, healthy, reliable, and Halal-certified products and pizzas made with freshly rolled dough daily. With the vision of becoming one of the Turkey's largest pizza chain restaurants, we transformed our PizzaLazza brand into a leading domestic pizza chain restaurant brand in less than 10 years. In the last two years, we have opened 54 restaurants in 5 different cities and will continue this momentum in 2024. Currently, 85 out of our 123 PizzaLazza restaurants are operated by our Franchise partners.

### **What are the reasons entrepreneurs preferring your company?**

Entrepreneurs prefer PizzaLazza for its effective Franchising strategy, supported by marketing investments and flavor innovations. The brand offers a faster return on investment compared to the industry average, along with flexible payment terms that help Franchise businesses become self-sufficient. PizzaLazza's organizational structure is customer-focused, data-driven, and adapts swiftly to changing market conditions. They also provide comprehensive support to Franchise partners in areas like training, location selection, marketing, financing, and supply management. The brand prioritizes existing Franchise partners for new openings near current locations to boost their operational efficiency. We are growing our PizzaLazza brand, which we constantly support with our marketing investments and flavor innovations, with our active franchising strategy. We can easily say that the initial investment costs of our PizzaLazza restaurants, which are attracting the attention of our consumers, will be covered in a much shorter period of time compared to the sector. In addition to this, the ease of payment terms we offer enables many of our franchises to become self-financing. In addition to our product and service quality, we create value for our consumers, our company, our business partners, and the national economy with our organizational structure that listens to its customers, acts with data, synthesizes operational and marketing insights from the field, adapts quickly to changing conditions, makes quick decisions and is result-oriented. We also provide comprehensive support to Franchise partners in areas like training, location selection, marketing, financing, and supply management. Many of our franchises have more than one PizzaLazza restaurant. We are very sensitive about the choice of region; when we open a branch in a location close to our current branch, we give priority to the closest franchise. In this way, we aim to increase the productivity of our business partners.

### **What are your thoughts about the future of the field you are operating in?**

In the fast-service restaurant sector, pizza cuisine holds a significant position and demonstrates strong growth potential. Recognizing pizza's versatility for various occasions and its suitability for both home consumption and delivery, we're continuously developing targeted products and strategies to leverage this potential and drive sustained growth in our restaurant operations.





# PizzaLazza

## PİZZALAZZA'DA YÜKSEK FRANCHISE BAŞARISI İLE TANIŞIN

2014 yılından bugüne emin adımlarla büyüyen ve Türkiye çapında 123 şubeye ulaşan tamamen yerli **PizzaLazza** ailesine katılın, siz de sektörün parlayan yıldızı ile kazançlı çıkın.



İletişim için [franchise@pizzalazza.com.tr](mailto:franchise@pizzalazza.com.tr)

[WWW.PIZZALAZZA.COM.TR](http://WWW.PIZZALAZZA.COM.TR)

[f](#) [@](#) [d](#) /PizzaLazza



# HARİTA TABANLI PROJE VE ÇÖZÜMLER İÇİN BAŞARSOFT

BAŞARSOFT IS THE COMPANY WHICH EFFECTS PROJECTS

AND SOLUTIONS WHICH ARE MAP BASED



Bugünü Haritalandırıyor,  
Geleceği Şekillendiriyoruz

*Başarsoft Coğrafi Bilgi Sistemleri, 1997 yılından beri Türkiye ve dünya genelinde Coğrafi Bilgi Sistemleri (CBS) alanında modern, yenilikçi ve ölçeklenebilir güncel harita hizmetleri ve harita tabanlı proje ve çözümler sunan önde gelen bir yazılım ve danışmanlık firmasıdır.*

Firma, yazılım geliştirme (web, mobil ve masaüstü), temel haritalar, navigasyon haritaları, veri toplama, lisans, eğitim, danışmanlık, proje yönetimi ve entegrasyonlar (CRM, acil durum ve sipariş yönetimi, saha iş gücü, ERP vb.) gibi birçok ürün ve hizmet sunmaktadır. Bu ürün ve hizmetlerin arasında öne çıkanlar; perakende, FMCG, kargo, lojistik, e-ticaret v.b. tüm firmaların adres, şube yeri seçme analizi, şube depo alanları- belirleme, potansiyel müşteri analizi ve -optimizasyon çözümleri, kamyon, tır, tehlikeli madde taşımacılığı gibi özelleşmiş araçların rotalama, sipariş dağıtım sıralarının belirlenmesi hizmeti gibi birçok sektörün harita altyapısı ve optimizasyon ihtiyaçları konusunda sağlanan sistemlerdir. Bunun yanı sıra firma şube adreslerinin Google Maps v.b. navigasyon haritalarına işlenmesi, yanlış adreslerin düzeltilmesi ve yönetimi gibi alanlarda da hizmet ve destek vermektedir.

Başarsoft'un global çapta hizmet verdiği ve iş birliği yaptığı firmalar arasında Google, Apple, IGO, GFK, ESRI gibi birçok uluslararası şirket vardır. Başarsoft, ürettiği sayısal haritalarla, altyapı projelerinin yanı sıra kamu kurum ve kuruluşları ve özel sektöre ait yüzlerce projede harita ihtiyacını karşılamaya, projeler ve yazılımlarını geliştirmeye ve ürettiği çözümleri global çapta yaygınlaştırmaya devam etmektedir.

*Başarsoft Coğrafi Bilgi Sistemleri has been in business since 1997 it effects for Türkiye and the world generally CBS it brings to the sector modern,innovative and measurable maps in addition to all map based subjects,software and solutions.Effectively it is one of the foremost consulting companies covering these subjects.*

The company develops software(web, mobile and desktop)for all map based subjects,navigational maps,data collecting,licensing,educational,consulting,project managing and integration(CRM,urgent situations,strength in the sector,ERP etc.)all such actions.Among these large numbers of products and services it is observed that;retail,FM CG,cargo,logistics,e-ticaret etc are the primary subjects.All company addresses,analysis of possible branch positions,positions of warehouses for branches,potential customer analysis and optimizational solutions,lorries,trucks,vehicles for carrying dangerous items or substances,the rotation of the use of those special vehicles,effecting order deliveries all such subjects are offered.In addition to all of these the company effects Google Maps etc use of navigational maps,correction of printed wrong addresses all are directed and supported. Başarsoft is able to give service on a world wide scale among its customers are many international companies such as Apple,IGO,GFK,ESRI.In addition to its numerical maps and its infrastructural projects it effects hundreds of project maps for both Public and Private installations,it develops project software and produces global solutions while it is always continuing to enlarge.





# GeoMarketing

İşletmeniz/Yatırımınız için  
**En Doğru Lokasyonda Buluşalım**

**GeoMarketing  
Kullanan İşletme**



**GeoMarketing  
Kullanmayan İşletme**



+90 534 495 65 39

contact@basarsoft.com.tr

www.basarsoft.com.tr

in f @ x v Başarsoft



**başarsoft**



# BURGER'İN YERLİ MARKASI: SALOON BURGER

## BURGER'S LOCAL BRAND: SALOON BURGER



**Turgut Aydın Holding bünyesinde 2015 Nisan ayında ilk restoranını açan Saloon Burger, hem orijinal lezzet kodlarını koruyan burgerleri hem yerel tatlarıyla farklılaştırılan özel hamburgerleriyle 55 restorana ulaşmış durumda. Marka hakkında Esra Kıvrak ile konuştuk.**

**Firmanızın kuruluş ve gelişim süreci hakkında bilgi alabilir miyiz?**

**Esra Kıvrak - PizzaLazza ve Saloon Burger CEO'su:** Saloon Burger markamızın çıkış noktasını, hak ettiği hızla servis edilebilen ürünleri, lezzeti katmerleyen keyifli bir oturma düzeninde ve gönüllü zengin Türk duruşuyla sunmak oluşturuyor. Tüketici beklentilerini ve tüketim trendlerini yakından takip edip, en cazip ürün ve menü tekliflerini geliştiren Burger'in yerli markası Saloon Burger, hızlı servis ve paket serviste yenilikçi pazarlama stratejileriyle Burger Mutfağındaki payını büyütüyor.

**Girişimcilerin firmanızı tercih etme nedenleri nelerdir?**

Tüketicilerimizin beklentilerini çok yakından takip ediyoruz ve lezzet sınırlarını zorlayan, hayatlarının akışındaki tüketim okazyonuna eşlik ürün ve menülerimizi, cazip fiyat avantajlarıyla sunuyoruz. Saloon Burger Restoranlarımızda kendi bünyemizde işletme stratejisiyle hareket ediyoruz. Önümüzdeki dönem Türkiye genelindeki büyüme hedefimiz içinde franchise verme stratejisi de mevcut.

**Faaliyet gösterdiğiniz alanın geleceği ile ilgili düşünceleriniz neler?**

Hızlı servis restoranlar hem pazar büyüklüğü hem de büyümenin en önemli kriterlerinden biri olan sipariş adetlerindeki yıllık artış oranlarında güçlü bir büyüme ivmesi gösteriyor. Adrese teslim büyümesini sürdürüyor, her 3 siparişin biri adrese teslim olarak gerçekleşiyor. Öte yandan, 'gel-al' siparişler de güçlü bir şekilde büyüyor. Pandemiyle hız kazanan evde tüketim alışkanlığının kalıcı hale geldiği çok açık bir şekilde görülüyor. Öte yandan dijital yaşam, günümüzün en önemli sosyal dinamikleri arasında ön sırada. Dijital yaşam ve evde tüketim alışkanlıkları, markalar için önemli fırsatlar sunuyor. Her iki markamızla da dijital kanallarda sürdürülebilir büyümeye büyük önem veriyoruz ve bu alana düzenli yatırım yapıyoruz. Önde gelen Online sipariş platformlarının tümüyle güçlü ilişkilerimiz ve başarılı kampanya yönetimimizle büyümeye devam ediyoruz. Bu kanalların ana sayfa bannerlarında görüntü payımızı arttırıyor, kampanya iletişimimize devam ediyoruz.

**Önümüzdeki dönem hedeflerinizle ilgili bilgi alabilir miyiz?**

Saloon Burger markamızla 2024 sonuna dek 80 restorana ulaşmayı hedefliyoruz. PizzaLazza ve Saloon Burger ile son yıllarda çok hızlı bir büyüme gerçekleştirdik ve 2024 yılı sonuna dek kadar Türkiye genelinde yaygın bir marka olmak için stratejik planlarımızı hazırladık. Müşteri memnuniyeti ile deneyimini en mükemmel seviyeye taşımayı, kısa sürede Türkiye'nin en hızlı büyüyen hızlı servis restoran zincirleri arasına girip, sektörün önemli markaları olmayı başarmış PizzaLazza ve Saloon Burger'i, her geçen gün güçlendirmeyi, ülkemizin en yaygın, en çok tercih edilen yerli Pizza ve yerli Burger markaları haline getirmeyi hedefliyoruz.

*Operating under the Turgut Aydın Holding Saloon Burger has opened its first restaurant in April 2015, and has reached 55 restaurants with its burgers that preserve original taste codes, as well as special hamburgers differentiated with local flavors. We talked about the brand with Esra Kıvrak.*

*Can we get information about the establishment and development process of your company?*

Operating under the Turgut Aydın Holding Saloon Burger has opened its first restaurant in April 2015, and has reached 55 restaurants with its burgers that preserve original taste codes, as well as special hamburgers differentiated with local flavors. Saloon Burger's essence is swift fast-food service with a generous Turkish behavior, and in an enjoyable seating arrangement that enhances the experience. Delivering consumer expectations and consumption trends, burger's domestic brand Saloon Burger is expanding its market share with innovative marketing strategies in fast service and delivery.

*What are the reasons entrepreneurs preferring your company?*

We follow consumers' expectations closely and offer our tasty products and menus that fit the consumption occasions in their life flow, with attractive price advantages. While we operate Saloon Burger Restaurants with an in-house business strategy, there is also a strategy to grant franchises as part of our growth target throughout Turkey in the coming period. What are your thoughts about the future of the field you are operating in?

The fast-service restaurant industry is experiencing robust growth in both market size and order volume, with home delivery notably expanding - now accounting for one in every three orders. The trend of home consumption, accelerated by the pandemic, has become a lasting habit. Digital life and home consumption present significant opportunities for brand growth. We are committed to sustainable growth through regular investments in digital channels for our brands. Our growth is further fueled by strong relationships with major online ordering platforms and effective campaign management, enhancing our visibility through these channels.

*Can we get information about your goals for the upcoming period?*

We aim to reach 80 Saloon Burger restaurants by the end of 2024. We have achieved rapid growth with PizzaLazza and Saloon Burger in recent years, and we have prepared our strategic plans to become a widespread brand throughout Turkey by the end of 2024. PizzaLazza and Saloon Burger have already become important brands in the industry, and we aim to be Turkey's fastest-growing fast-service restaurant chains, as the most widespread and preferred domestic Pizza and Burger brands in Turkey with the highest level for customer satisfaction and experience. We will continue to grow with our strong partnership structure, our command of our business, our expert and determined team, our product and service quality, our ability to take fast action, our marketing strategies that differentiate our brand, and by creating shared values with our business partners.







# %100 TÜRK MARKASI SALOON BURGER İLE FRANCHISE OLMA ŞANSI

Saloon Burger ailesinin başarılarla dolu hikayesine ortak olmaya hazır mısınız? 9 ilde 55 şube ile adını duyuran %100 Türk markasıyla kazançlı bir yatırımın tadını çıkarın. Siz de Saloon Burger ile kendi başarı öykünüzü yazın!



[info@saloonburger.com.tr](mailto:info@saloonburger.com.tr)





## SOĞUK ZİNCİR TAŞIMACILIĞINDA UZMAN KADRO A SPECIALIZED STAFF WITH THE COLD CHAIN TRANSPORTERS

**Narlog Lojistik İstanbul'da kurulmuş olup, 2013 yılından bu yana soğuk zincir taşımacılığı konusunda uzman ekibi ile birlikte gıda firmalarına depolama ve nakliye hizmeti vermektedir. "Kaliteli hizmet" ihtiyacı ile doğan Narlog Lojistik, bilinçli ve eğitilmiş ekibi ile kurulumunun ilk gününden itibaren amacından sapmamış, amatör ruh profesyonel çalışma ideolojisini benimsemiştir.**

Kurucusu Şükrü Anar'ın, franchise lojistiği alanında edindiği 10 yılı aşkın tecrübesi ve güçlü referansları ile Narlog Lojistik, büyük projelere imza atmakta ve her geçen gün sektörde büyümeye devam etmektedir. Franchise lojistiği alanında donuk, soğuk, serin ve kuru gıda taşımacılığında; doğru sıcaklık ve zamanında teslimatın önemini farkında olarak; hızlı, çözüm odaklı, en doğru dağıtım ağı ile müşteriye özel butik hizmet üretmektedir. Firma, gıda güvenliği şartlarına uymayı, çalışanların ve paydaşlarının bu şartları benimsemesini, gıda güvenliği risklerini belirlemeyi ve en aza indirmeyi, gıda güvenliği yönetim sisteminin kurulmasında, yaygınlaşmasında ve sürekli iyileştirilmesinde öncülük ve taahhüt etmektedir. Narlog Lojistik, ısı kontrollü 150'yi aşkın özmal filo, konusunda uzman 200'ü aşkın sürücü kadrosu, operasyonel takip konusunda uzman OPT, 7 bölgede mikro dağıtım opsiyonu, tüm Türkiye'de sık frekanslarla mikro dağıtım, 1.000.000 üzerinde Km, tam zamanlı araç ve ısı takibi ve operasyonel izlenebilirlik özelliklerinde dağıtım alt yapısına sahiptir. Bununla birlikte, stok yönetimi, barkodlama, etiketleme ve elleçleme yapılabilen 7 bölgede toplam 11 depo ve cross dock alanı depolama hizmetleri vermektedir.

**Narlog Logistics Istanbul was founded in 2013 and from that date it has effected cold chain transportation together with its expert personnel. Food is transported to a brands warehouse, with its 'Quality Service' Narlog has a knowledgeable and trained personnel and from the day of its founding it has never deviated from its ideology of an amateur approach with professional actions.**

It's founder is Şükrü Anar who with the more than 10 years of experience in Franchise logistics and very strong references has putting his signature to many important business projects so that each day the brand grows in the sector. In the Franchise logistic sector frozen, cold, cool and dry transportation are all required there and the company is totally aware of the importance of on time deliveries at the correct temperature, it is focused on the correct deliveries within its network, solutions to any problems if needed are effected in fact it actually offers a boutique service. The company is extremely aware of following the rules of foodstuff transportation, it is aware of the risks involved with that type of transportation and the minimizing of those risks so consequently has set up its very suitable system, it is committed to widening its network. Narlog Logistik has a fleet of almost 150 heat controlled vehicles and almost 200 driving personnel. On the subject of follow up controls they have specialist OPT, in 7 regions there is the option of micro deliveries and all of Türkiye repeat micro deliveries. More than 1,000,000 kilometers of road can be controlled for correct timing and correct temperatures this is by means of the delivery data which has such an ability, in addition to this there is stock control, barcode effecting, labelling, handling. In 7 districts the brand has even a total of 11 warehouses and cross dock areas where goods can be put in warehouses.





## Zuffy Bubble Tea

Türkiye'nin ilk tescilli  
franchise markasıdır.

# İLK 10 FRANCHISE İSİM HAKKI BEDELİ YOK!

 /zuffybubbletea

**BUBBLE TEA DENİNCE  
AKLA GELEN LEZZET!**



**05307885961**  
[www.zuffybubbletea.com](http://www.zuffybubbletea.com)





## Zuffy Bubble Tea

Türkiye'nin ilk tescilli  
franchise markasıdır.

# İLK 10 FRANCHISE İSİM HAKKI BEDELİ YOK!

 /zuffybubbletea

**BUBBLE TEA DENİNCE  
AKLA GELEN LEZZET!**



**05307885961**  
[www.zuffybubbletea.com](http://www.zuffybubbletea.com)



# ANIL ÖVENÇOĞLU: "BİZ PROFESYONEL BİR GAYRİMENKUL YATIRIM DANIŞMANLIK ŞİRKETİYİZ."

ANIL ÖVENÇOĞLU: "WE ARE A PROFESSIONAL REAL ESTATE INVESTMENT ADVISORY COMPANY."



REALTOR GLOBAL®  
REAL ESTATE

**Operasyonel süreçlerin tamamını uluslararası perspektifle yöneten Realtor Global, yatırımcı müşterilerine eksiksiz ve profesyonel hizmet sunuyor. Bir yatırım danışmanlık şirketi gibi çalışıklarının altını çizen Anıl Övençoğlu ile şirketin çalışma prensipleri hakkında konuştuk.**

Realtor Global is a company which, during operations manages always with an international perspective, we offer to our investors extremely complete and professional services. We discussed with Anıl Övençoğlu the principles of this investment advisory company.

## Firmanızın kuruluş ve gelişim süreci hakkında bilgi alabilir miyiz?

Anıl Övençoğlu: Realtor Global dokuz yıl önce faaliyetlerine başlamış, tüm operasyonel süreçlerini uluslararası bir perspektifle yöneten bir Türk markasıdır. Uluslararası perspektiften kastım, Realtor Global'in müşterilerinin 40 farklı milliyetten olması dışında, şirketin finans, pazarlama, iş geliştirme, teknoloji vb. tüm birimlerinin, Türkiye ve diğer ülkelere uygun olarak yapılandırılmış ve yönetiliyor olmasıdır. Bir örnek vermek gerekirse, pazarladığımız tüm gayrimenkul en az üç dilde ilana koyulur, kullandığımız tüm resmi dokümanlar, sözleşmeler en az üç dilde hazırlanır ve hepsi her daim günceldir. Farklı bir ülkeyle ilgili mevzuat konusunda o ülkenin müşavirlerinden hizmet alınır. Realtor Global, bir yatırım danışmanlık şirketi gibi çalışır ki ana müşterisi mülk sahipleri olduğu kadar, gayrimenkul yatırımcılarıdır. Yatırımcı müşterilerine, ilk temastan itibaren, eksiksiz, profesyonel bir hizmet sunar ve bu hizmet kişilerden bağımsız olarak, teknolojiyle de desteklenir. Her bir şube kendi içerisinde departmanlar halinde çalışır. Departmanlar arası koordinasyon Broker ve ofis müdürü tarafından sağlanır ve her iki yönetici de bilfiil tüm operasyonun içerisinde yer alır.

## Sizce girişimcilerin firmanızı tercih etme nedenleri nelerdir?

Biz profesyonel bir gayrimenkul yatırım danışmanlık şirketiyiz. Sektördeki 'bir masa - bir kasa' ezberlerinin tamamen dışında, müşteri memnuniyetini ön planda tutarak, bilgiye ve uzmanlığa dayalı, işini teknoloji ile bütünleştirmiş ve sürekli güncellenen, geliştiren bir iş anlayışımız var. Diğer taraftan sektörde Franchise veren zincir gayrimenkul firmalarından da farklıyız. Bizim çalışma şeklimiz 'bolca portföy al, ilan sitelerine yükle ve doğru alıcının seni bulmasını bekle' değil, 'alıcıyı işin merkezine koy, onu iyi anla, onu ihtiyaçlarına en uygun yatırım fırsatlarıyla buluştur' şeklindedir. Kendimize özel geliştirdiğimiz CRM programımız ise, tüm iş akışını ve iletişimi sistem üzerinden yürütmemizi, departmanların birbirleriyle koordinasyon sağlamasını, yöneticilerin çalışanların performansını izlemesini, ölçmesini ve gerekli raporlara erişimi sağlıyor. Yerli ve yabancı personelimiz bizimle çalıştıkları süre boyunca uluslararası ve Türk eğitimcilerden gayrimenkul, hukuk, tapu, müşteri ilişkileri, pazarlama ve iletişim eğitimlerini alır. 2023 yılı itibarıyla İstanbul genel merkez ofisimizde Övençoğlu Akademi projemizi hayata geçirdik. Yine diğer franchise markalardan farklı olarak, bizim markamızda işler departmanlar üzerinden yürütülür. Kurduğumuz günden bugüne ara vermeden devam ettiğimiz uluslararası pazarlama çalışmalarımız kapsamında dünyanın en etkin gayrimenkul pazarlama platformlarını, fuarları ve etkinlikleri çok uygun şartlarla kullanabilme gücüne sahibiz.



## Will you tell us of your company's founding and development?

Anıl Övençoğlu: Realtor Global was founded nine years ago it is a Turkish brand which manages all its operational services by means of an international perspective. What this means is it not only serving customers from more than 40 countries, but also our company finances, marketing, business, technological etc. all our expertise is effected for Turkey and other countries and ensures the formations conform to official criterias. If I offer an example all our actions for sale of property are advertised in at least 3 different languages as are our official documents, contracts and all are totally up to date. When there is the question of legislation for a different country then service is effected by a legislator in that country. Realtor Global works as advisory it's clients are mainly real estate owners as are equally real estate investors. From the first contact with the investing client they are offered professional service support and that service is not attached to the company rather it is boosted by technology. Each branch within itself works in separate departments cooperating is effected by Brokers and office managers and both of those officials are de facto in all operations.

## Which do you believe are the reasons entrepreneurs prefer to work with your company?

We are a professional real estate advisory company. We are set up totally differently to the sectors general setting up of 'bir masa-bir kasa' (a table and a safe is sufficient to set up a real estate office). Ours is an approach which totally differs, ours is based on customer satisfaction and supported by our knowledge and expertise, this is tied up to technology and ongoing bringing up to date and constant enlargement. We differ from others which are franchisees in the real estate sector our formation does not as they do take lots of portfolios load them on the internet and allow the correct investor to come and find them our approach is have the buyers to our central, try to really understand them then according to their needs propose applicable and suitable opportunities. As for our private technological CRM which we have developed it facilitates the flow of the business, can coordinate departments, managers can evaluate the work of personnel and can reach the required reports. Domestic and foreign personnel as long as they are working for us can be educated in Turkish and international real estate, law, title deeds, client approachment and marketing. From 2023 onwards in our Istanbul general center the Övençoğlu Academy has brought this project into being. Additionally we differ from other sectoral companies in that business is effected via our work department. From the day of our founding to the present we have never deviated from our international marketing, we also ensure that we are the worlds most forceful real estate marketing platforms and also have the strengths to be accepted at real estate events and fairs under very fair conditions.





İLHAN ERKAN

UFRAD Denetleme

Kurulu Üyesi

UFRAD Auditing

Board Member

ilhamerkan@gmail.com

# FRANCHISE ALMAK İÇİN OBTAINING A FRANCHISE



Yıllardır franchise sektörüne girmek isteyen veya ilgi duyan yatırımcı adayları için Franchising sistemi ve sektörel yaklaşımlar konusunda dergimizdeki çeşitli makalelerimde, franchise almak isteyen yatırımcı adaylarının ilgilerini çekebileceğini düşündüğüm konuların altını çizmeye çalışıyorum. Gözlemlerim, aldığım telefonlar, mesajlar ve takip ettiğim vakalardan özellikle franchise almadan önce doğru araştırma yapılmadığı için doğru adımların atılmadığını, danışılmadığını, Markaların ve Franchise verenlerin doğru incelenmediğini, evet sırf bu yüzden mağdur olduklarını görüyorum. Bu sebepten dolayı bu konuya bir kez daha açıklık getirebilmeyi yatırım arayışında olan girişimcilere yardımcı olabileceğimi düşünüyorum.

Franchising'in farklı bir işletim modeli ve sistemi olduğunun bir kez daha altını çizmeliyim. Kazandırmayan hiçbir sistem franchise edilmez, edilememesi gerekir düşüncesinde olduğumu belirtmeliyim. Franchising sisteminde Franchisor'ler markanın yatırımcısı olmak isteyenlerden değişik adlarda tanımlanmış bedelleri talep ederler. Bu bedeller markalara göre değişiklik göstermekle beraber, tüm yatırımcı adayları sisteme giriş bedeli olarak ta tanımlayacağımız Opening Fee ödemeyi, sürekli aylık

For years our magazine has set out much advice for those who wish to enter the Franchise system and those entrepreneurs interested in it, I have written many articles which would be of use and of interest to them. Now I wish to stress again some of those points. From what I have seen, from the telephone enquirers I have received and from the situations I perceive that enough attention is not paid to the research of a franchisor This when not done results in the right steps not been taken as no advice is obtained, the Franchisor or Brand has not been correctly reviewed simply for these reasons I have seen so many problems arise. It is because of this that once again I believe it is useful for me to again underline certain acts.

I wish to stress again that Franchising is a totally different system of effecting business I believe that any business which does not bring in a profit should not be offered for franchising. In the Franchising system the Franchisor brand requires from the investor payments (under various different names) an Opening fee, there are Royalties which are paid each month, there are monthly fees which are for advertising that the franchisee must be aware of and be willing to accept. When a brand which is well known and which is believed to have market value and whose name you will have



ödemeler olarak tanımlanan Royalty ile yine aylık reklam katılım bedellerinin sürekli ödeneceğini biliniyor ve kabul ediliyor olunması gereklidir. Tanınmış ve pazarı olduğuna inandığınız, seçtiğiniz marka için, markayı ve kurmuş olduğu sistemi, kullanma imtiyazına sahip franchisor'e sistemi ve markayı kullanmak için bu bedelleri ödemekten rahatsızlık duymamalısınız. Yapmayı düşündüğünüz bu iş birliği, imzaladığınız sözleşme ile beraber Markanın size önce işletmenizi açınca kadar sürede sahip olduğu tüm imkanları ile lokasyon seçimi, proje ve kendisine özgün ekipmanların seçimi ile doğru yatırımı yapmanıza destek olacak, devamında ise markanın prestijinin yanı sıra eğitimi operasyon, pazarlama, denetleme, lojistik desteklerini sunarak, bilmediğiniz bir sektörde iş yapma yeteneği kazanmanıza yardımcı olmaları markaları açısından da önemlidir.

Tüm doğru Franchisor'ler bu imkân ve destekleri yatırımcılarına sunarlar. Ancak siz hangisini seçeceğinize nasıl karar vereceksiniz? Ve bir Markaya karar verdiğinizde yatırımlarınızın ve yapmış olduğunuz tasarrufların riskini azaltabilmek için neler yapmalısınız? Sizler için ilk önce uygun olan markanın seçimini ele alalım. Uygun olan Franchise Markasının seçilmesinde birçok değişken önemli rol oynarken deneyimler, tutkunun en önemli faktör olduğunu göstermiştir. Eğer yaptığınız işi seviyorsanız başarı da ardından gelecektir. Bu konudaki diğer faktörler ise; Yatırım bedeli ve bunun ödeme şekli, başarı için gerekli olan iş yetenekleri ve insan becerilerinin gerekli olup olmadığı, çalışma saatleri (özellikle gıda sektöründe 365 gün ve günlük uzun çalışma saatleri), yönetim stili, iş planınız. Kişiliğiniz huyunuz nasıl? Kendiniz çalışırken mi, yoksa başkalarıyla çalışırken mi daha iyisiniz. Kendi saatlerinizi kendiniz mi ayarlamayı seviyorsunuz, yoksa her sabah aynı saatte iş başında bulunmaya hazır mısınız? Franchising sisteminin kurallarına uyabilecek misiniz yoksa kendi kurallarınızı kendiniz mi koymayı seviyorsunuz? İnsanları yönetmeyi seviyor musunuz yoksa sevdiğiniz şeyi yapmak için tek başınıza mı kalmak istiyorsunuz? Sonraki 10-20 yıl için taahhütte bulunabilecek misiniz? Potansiyel Markayı ve franchisor'ü dikkatli bir şekilde araştırmak oldukça önemlidir. Sistemdeki diğer franchisee ler ile görüşme yapabildiniz mi? Franchisee, Franchisor ilişkileri nasılmış? Etkili bir Franchisee birimi bulunuyor mu? Franchisor dinliyor mu? Eğitim programı nasıl? Franchisor ne tür destekler sağlıyor veya sağlayacak? Bu konuda bir takım web sitelerinden de araştırma yapıp şikayetleri inceleyebilirsiniz. Ancak yine de bunlara fazla güvenmeyin derim. Kendi deneyiminiz de güvenin ayrıca profesyonel desteklerinde olabildiğini bilin ve Franchisee lerle direkt olarak konuşmayı tercih edin. Franchisor karşı taraftan gelecek taleplere açık mı? Gerçek olmayacak kadar iyi vaatlerde mi bulunuyorlar? Gerçekçiler mi ve çok uzun saatler çalışmanın önemini vurguluyorlar mı? Uyguladıkları sistemde istikrarlılar mı?

Gelecek 10-15 yılda önemini koruyacak ve büyüme potansiyeli bulunan sektörleri seçin. Dünyada hızlı gelişmekte olan bazı sektörlerin varlığından haberdar olun araştırın. Sizin işiniz tüm size uygun sektörleri incelemek ve riskleri aza indirmektedir. Yatırım yapmayı düşündüğünüz bölgede bu ürün veya hizmet için ihtiyaç var mı? Varsa, bu ihtiyaç diğer mevcut firmalarca karşılanıyor mu? Pastadaki dilimin büyüklüğü ne? Büyük pazarda yüzde bir, küçük pazardaki yüzde yirmiden daha iyidir görüşünü değerlendirin. Franchise almanız yaşamınızı iyi ya da kötü değiştirecektir. Kendinizi korumanız gereklidir. Belki de görmediğiniz kadar avukat veya para göreceksiniz! Kimse kendi ameliyatını kendi yapamaz ya da iş yerinde inşaat, tadilat yapamaz. Bunlar için gerekli ve yetkili kişilere başvurulur. Hiçbir zaman kendi avukatlığınızı yapmayın, bu konuda iyi bir yasal yardım almanız ileride baş ağrısı çekmenizi önleyecektir. Ve dikkatli seçim yapın. Oyunun kuralları franchising de farklıdır ve her iş avukatı aynı değildir. Franchising'i iyi bilen bir avukat ile çalışın. Mali ihtiyaçlarınızı, giderlerinizi, nakit akışınızı inceleyecek iyi bir mali uzmanınız olsun.

Aynı şeyler doğru Franchise Markası bulmada da geçerlidir, birçok danışmanlık firmaları sadece bu amaçla vardır. Potansiyel franchisee'lere danışmanlık yapmak için bulunurlar. Bu danışmanlar her iki taraf için de uygun seçimlerin yapılmasına çalışırlar. Her şeyden önemlisi bu konuya zaman ayırın merak etmeyin hiçbir şeyi kaçırmazsınız, çünkü her zaman yaklaşmakta olan bir franchise markasına ve onun sunacağı fırsatlara rastlayacaksınız.

use of along with its working system a Franchisee should not see payment as unfair. When an entrepreneur signs a contract in a business partnership with the Franchisee the brand then supports them totally with choice of location, the project, its own special equipment, helps you correctly invest then educates if you are new to the sector, helps you gain experience which is naturally of great importance for the prestige of the brand.

All correct Franchisors offers those possibilities and that support. However how will you decide on the brand to choose? Once you have chosen what must you do so as to protect as much as possible the risk to your investment? Let's first of all consider the choice of brand involved as in this of the many factors involved we see that experience in and attachment to that sector are most important. If you love your work success will definitely follow then viewing the other factors; the amount of investment and the conditions of that, your capability and your ability to manage personnel? The working hours required (especially in the food sector this involves 365 days a year of long working hours), your managerial plan, do you prefer you yourself working or other people doing the work. Do you prefer to work to fixed hours or to a timetable you yourself determine? Will you be able to follow the rules of the Franchising system or do you prefer following your own rules? Do you enjoy managing other people or do you enjoy effecting your own loved work alone? Are you able to commit to the next 10-20 years?

It is of importance that the potential brand and franchisor be researched well. Have you talked to other Franchisees of that brand? How is the relationship of the Franchisor and the Franchisee? Do they have a well developed unit of Franchisees. Does the Franchisor listen to the franchisee? Is there an educational program? Which kinds of support will the Franchisor give? Much information can be gathered on various websites regarding the complaints on the brand however I personally do not think all complaints are true so don't put too much trust in them. From our own experience we find it is preferable to obtain professional help and discuss face to face with them. Is the Franchisor willing to accept pointers from others? Does he/she offer unreal promises which are not kept?

Does he stress the true situation that it is important to work long hours? Is the system which the Franchisor uses a stable one? Choose a sector which you believe for 10-15 years will maintain its importance and have the ability to enlarge. Study news of world wide brands which are developing rapidly. Study the sector which you personally are interested in and attempt to envisage how to minimize the risks it holds. Does the district in which you wish to effect your investment have need of your product or service? If they do why are other businesses there not effecting it? How big would the slice of the cake be you could obtain? When effecting this evaluation you should base it on calculating 1% of a large market place and 20% of a small one. Your obtaining a Franchise will change your life positively or negatively. It is essential you protect yourself. Perhaps you see the fees for lawyers or for the investment are too large. No person can effect their own operation, or make their premises or alter them themselves. One must approach the knowledgeable and experienced persons needed. Never effect your legal work yourself instead find good legal people this is essential to protect yourselves for the future. Choose that lawyer with care as they are not all working on the required subjects. Choose a lawyer that is knowledgeable on the totally different system of Franchising which works by very different rules. You also need a good accountant who will review your needs, your expenses and your cash flow.

Actually all requirements are the same for the Franchisor Brands. Many of today's companies are focused only on consulting for such subjects. Those consultants direct their actions to finding the most suitable compromise for both sides. Most important of all you must not view the time given to the consultants as time lost, you must realize that is not so. Be sure that nothing is lost you will always find another Franchisor who will make you an offer.





## “KAZANDIKÇA DAHA ÇOK KAZANDIRAN SİSTEM”

### “A SYSTEM THAT EARNS MORE AS YOU EARN”

*Good Invest Gayrimenkul, 2019 yılında Ankara'da yerli sermayeyle kurulmuş bir firmadır. Vizyonu, uluslararası alanda sunulan emlak danışmanlık hizmet kalitesini ülkemize getirmek ve daha yukarılara taşımak olan Good Invest Gayrimenkul, bu hedefe ulaşmak için teknoloji ve eğitim alanlarına büyük yatırımlar yapmış, sunduğu hizmet kalitesiyle takdir toplamıştır. Türkiye genelinde kısa süre içerisinde girişimcilerimizin yoğun ilgisiyle karşılaşmış ve açılan franchise şube sayısını 40'ların üzerine çıkarmıştır. Yurt dışında temsilcilikler kurmak üzere çalışmalarını kararlılıkla devam ettirmektedir.*

"Bir emlak ofisi açarak, piyasaya prestijli bir giriş yapmak için belirli adımları atmanız gerekir," diyor firma yetkilileri, hukuki prosedürlerden başlamak üzere, kurumsal kimlik, görsel tasarım, teknoloji, eğitim, saha tecrübesi edinme ve ortak çalışma gibi aşamaların her birinde Good Invest Gayrimenkul olarak düşük bir yatırım maliyeti karşılığında yatırımcısına kaliteli bir kurumsal altyapı sunmaktadır. Emlak sektörüne Good Invest Gayrimenkul ile giriş yapacak tüm girişimcilerin bu kalite standartlarına ekstra maliyetlere katlanmadan sahip olabileceklerini altını çizen yetkililer, uyguladıkları model ve teşvik mekanizmalarıyla firmaların, kazandıkça daha çok kazanacaklarının altını çiziyor. Firma bununla birlikte emlak danışmanlık hizmetleri hakkında şu açıklamalarda bulunuyor: "GİG KURUMSAL adını verdiğimiz teknolojik altyapımız sayesinde bir broker veya danışmanımız, müşteri yönetim sistemine, ön muhasebe sistemine, ilan yönetim sistemine, ilan paylaşım havuzuna, sosyal medya görsel paylaşım modülüne ve Gig Akademi, Gig Belgeler gibi birçok farklı hizmete bilgisayar veya cep telefonu aracılığıyla tek bir noktadan erişme imkanına sahiptir. Danışman oryantasyon programları, broker eğitimleri, temel eğitimler, ileri düzey eğitimler, franchise eğitimleri, aylık focus start eğitimleri, mesleki tecrübe paylaşımı, mentörlük ve koçluk programları uyguluyoruz. Kayda alınan bu eğitimleri, Gig Akademi modülü altında video eğitim olarak kullanıcılarımıza ücretsiz sunuyoruz. Sektörü hiç bilmeyen kişilerin bile kısa süre içerisinde emlak danışmanlık hizmeti işini eksiksiz öğrenmesini sağlıyoruz. Good Invest Gayrimenkul olarak bu başarı yolculuğunda bize eşlik edecek uzun vadeli iş ortakları arayışı içerisindeyiz. Emlak sektörüne girmeye kararlı, birlikte daha çok kazanmayı hayal eden tüm dostlarımıza kapımız açık. Gayrimenkul sektöründe kazanmanın, başarının doğru ve güvenli adresine davetlisiniz."

*Our company Good Invest Gayrimenkul was founded in Ankara in 2019 and is financed totally domestically. Our company with its vision, its global real estate consultancy, our quality service all are focused on bringing business to our country and so as to effect this we have effected large investments in technology and the educational field and the quality of our service is much admired. Throughout Turkey in only a short time period entrepreneurs are showing great interest and already our number of franchise branches is over 40. We continue determinedly with great efforts so as to have representatives abroad.*

"To open a real estate office and prestigiously entering the sector certain steps are essential," states one of the authorities of the company, prior to commencing legal procedures - an institutional formation, attractive design, technology, education and mutual business each and everyone of the mentioned categories must be effected. Good Invest Real estate will effect these actions along with a quality infrastructure for the franchisee at a low cost. The authorities of the company stress that those entering the real estate sector with them receives this quality service without additional expense and the method mechanism that they use ensures earnings bring more earnings. The company also states that its real estate consulting service are founded on a technological infrastructure "GİG KURUMSAL" with this one is able to reach a broker or a consultant, a client management system, a primary accounting system, an advertising system, a mutual advertising pool, a social media film, the Gig Akademi, Gig Documentary so many different options all which can be reached from one single point. Consultancy orientational programs, brokerage lessons basic education, high grade education, franchising, monthly focused commencement education, exchange of experiences from co workers, mentoring and coaching programs it is possible to attend them. These educational courses are recorded by the Gig Akademi module and for those who wish they can be obtained free of charge. Even those who are entering the real estate without any knowledge quickly learn, we ensure this. Good Invest Gayrimenkul searches for those who will be long standing business partners of ours. To people who are determined to enter the sector, all who wish to earn more together our door is wide open to such friends, those people who dream of earning and being successful in this sector all are invited to our trustworthy address."





#### % 100 Özel Et

Dana etinden yapılan ürünlerimizde hiçbir katkı maddesi bulunmamaktadır. Etlerimiz 1.5 - 2 yaş arasındaki yerli danaların Sampi Kalitesinde entegre tesislerimizde İslami kurallara uygun olarak kesilmesi ile üretilmiştir.



#### Sağlıklı, Hafif, Lezzetli

% 20 - % 40 arasında değişen yağ oranlarının aksine Sampi kıymalı pidesinde yağ oranı % 4'tür. Kaşar peynirimiz yarım yağlı olup, pastirmalarımız ise çemenisizdir.



#### Günlük Taze Hamur

Hergün, taze olarak hazırlanan hamurlarımız hiçbir katkı maddesi içermemektedir.



#### Özel Sebzeler

Pidelerimiz, en seçkin tedarikçilerden günlük seçilen sebzeler ile hazırlanır. Özel hazırlanmış soğanımız koku yapmamaktadır.



#### Özel Peynir

Pidelerimizde kullanılan peynirlerin Sampiye özel yarım yağlı üretilmesi ile pidelerimiz hafif ve düşük kalorili olmaktadır.

SİZDE BU LEZZETE ORTAK OLMAK İÇİN  
**BİZE KATILIN.**

Başvurularınız için sizleri [www.sampi.com.tr](http://www.sampi.com.tr)'ye bekliyoruz. **0505 188 90 00**

**sampi** | PİDE

*Pide Ustalık İster*

● İSTANBUL ● ANKARA ● ÇANAKKALE ● ANTALYA ● KIBRIS ● DANİMARKA/KOPENHAG

[www.sampi.com.tr](http://www.sampi.com.tr) | [sampipideonline](https://www.instagram.com/sampipideonline) | [SampiPideOnline](https://www.facebook.com/SampiPideOnline) | [sampipideonline](https://www.twitter.com/sampipideonline)





## ASLI YENİ GİRİŞİMCİLERİNİ BEKLİYOR

### ASLI IS WAITING FOR THE NEW ENTREPRENEURS

*Türkiye'de 41 şubesinde 300'den fazla ürün çeşidini ziyaretçileriyle buluşturan Aslı, yenilenen konsepti ve zenginleşen menüsüyle şube sayısını artırmayı hedefliyor. Girişimcilere uygun franchise koşulları sunan marka yeni bayilerine, mekanın konumlandırılması, dekorun uygulanması, mutfaktan komi hizmetlerine çalışan eğitimleri gibi işletme yönetimi konularında tek merkezden A'dan Z'ye danışmanlık hizmeti ve pazarlama desteği sunuyor.*

Türkiye'nin 20 yıldır en sevilen zincir kafe-restoranları arasında yer alan Aslı, yenilenen konsepti ile Türk ve dünya mutfağından lezzetleri misafirleriyle buluştururken şube sayısını artırmaya devam ediyor. Börek çeşitleri başta olmak üzere kahvaltılık seçenekler, tatlılar, mantı, zeytinyağlı sarma ve yemek menüsüyle farklı beğenilere cevap veren Aslı, kendi işini kurmak isteyen girişimcilere de yepyeni fırsatlar sunuyor.

#### **Kazançlı iş ortaklığı için davet**

Konuyla ilgili değerlendirmelerde bulunan Aslı Genel Müdürü Salih Usta, 2021 yılında Türkiye'nin önde gelen şirket topluluklarından Eksim Holding ailesine katılan Aslı'nın güçlü ve kurumsal yapısı, profesyonel kadrosu ve kaliteli hizmet anlayışıyla sektördeki yerini her geçen gün daha da güçlendirdiğinin altını çizerek, "Perakende gıda mağazacılığında yaklaşık 20 yıldır önemli bir yere sahip markamızın kültürünü ve tecrübesini, yeni girişimcilere aktarmak konusunda heyecan duyuyoruz. Yenilenen mağaza ve mutfak konseptimiz ile misafirlerimize daha keyifli bir deneyim sunarken güçlü, profesyonel ve güvenilir bir marka ile yola çıkmak isteyen yeni iş ortakları arıyoruz. Kapsamlı bir destek sağladığımız franchise modelimizde; doğru mekan seçimi, dekorun uygulanması, çalışanların işe alım süreçleri ve eğitimi, ekipman ve ürünlerin güncellenmesi ve geliştirilmesi, hizmet standartlarının sağlanması gibi işletme yönetimi konularında tek merkezden A'dan Z'ye danışmanlık hizmetleri sunuyoruz. Ayrıca şubelere düzenli olarak pazarlama ve tanıtım desteği veriyoruz. Gıda alanında Türkiye'nin ilk zincir mağazalarından Aslı ile riskleri azaltılmış bir franchise modeli ve kazançlı bir iş ortaklığı fırsatına sahip olmak isteyen girişimcileri Aslı çatısı altına davet ediyoruz." açıklamalarında bulundu.

#### **Modern tesis, rahat atmosfer, zengin menü**

İstanbul Dudullu Organize Sanayi Bölgesi'nde 15 bin metrekarelik modern fabrikasında üretim yapan Aslı, alan ve kapasite bakımından Türkiye'nin sayılı unlu mamul tesislerinden birine sahip. Ev konforundaki rahat atmosferi ve konuksever yaklaşımı ile günün her saatinde uygun eklettik bir menü oluşturan Aslı, başta su böreği olmak üzere bol çeşitli kahvaltılar, hem göze hem damağa hitap eden geleneksel Türk mutfağı ve dünya mutfağından lezzetli yemekleri, eşsiz sütlü ve şerbetli tatlıları, taze pasta, kahve ve soğuk içecek çeşitleri ile her yaşta misafirlerine keyifli bir deneyim sunuyor.

*Aslı has 41 branches in Turkey and is able to offer customers more than 300 kinds of products. The brand has renewed its concept and with such an enriched menu has the intention of enlarging the number of its branches. It offers to new investors very viable franchise conditions it supports in the choice of positions, the effecting of the decorations, trains the kitchen personnel, management all such supports from A to Z are effected by central in addition to being consultants for the new entrepreneurs.*

Over the last 20 years Aslı has taken its position of being one of the most loved of the cafe-restaurant chains. With its renewed concept it offers to its guests choices from the world and the domestic kitchens as it continues its enlargement. The choice of Boreks is at the fore of its breakfast choices as well as desserts, mantı, Olive oil dolmas and a food menu in other words it has a great number of choices. Aslı offers to new entrepreneurs who are wishing to setup their own business many totally new opportunities.

#### **An invitation to become a partner in a profitable business.**

To discuss the topic we met with the Aslı General Manager Salih Usta who in 2021 joined the Eksim Holding one of Turkey's leading company groups under the auspices of the Holding company Aslı has a strong institutional formation, an experienced professional team and its quality service all being factors which strengthen it. The General Manager stressed "We who have been in the retail food venues for almost 20 years while taking our important role in it, are excited to be able to pass on our brand quality and experience to new entrepreneurs. While we are offering our customers an even more enjoyable atmosphere with our renewed shops and kitchens we are also looking for new partners who wish to join our strong, professional and trusted brand and begin their own journeys. Our franchise model is a very complete model of support; choice of the correct position for a shop, effecting decorations, taking on employees and training them, renewing and improving equipment and products, our service standards in fact from our central we coordinate from A to Z. In addition we regularly support them with marketing and introductory activities. With Aslı one of Turkey's first food chains you are offered a method by which risks are decreased and a profitable brand is established so that those who are searching for such an opportunity we invite them under the Aslı roof."

#### **Modern facilities, comfortable atmosphere, rich menu**

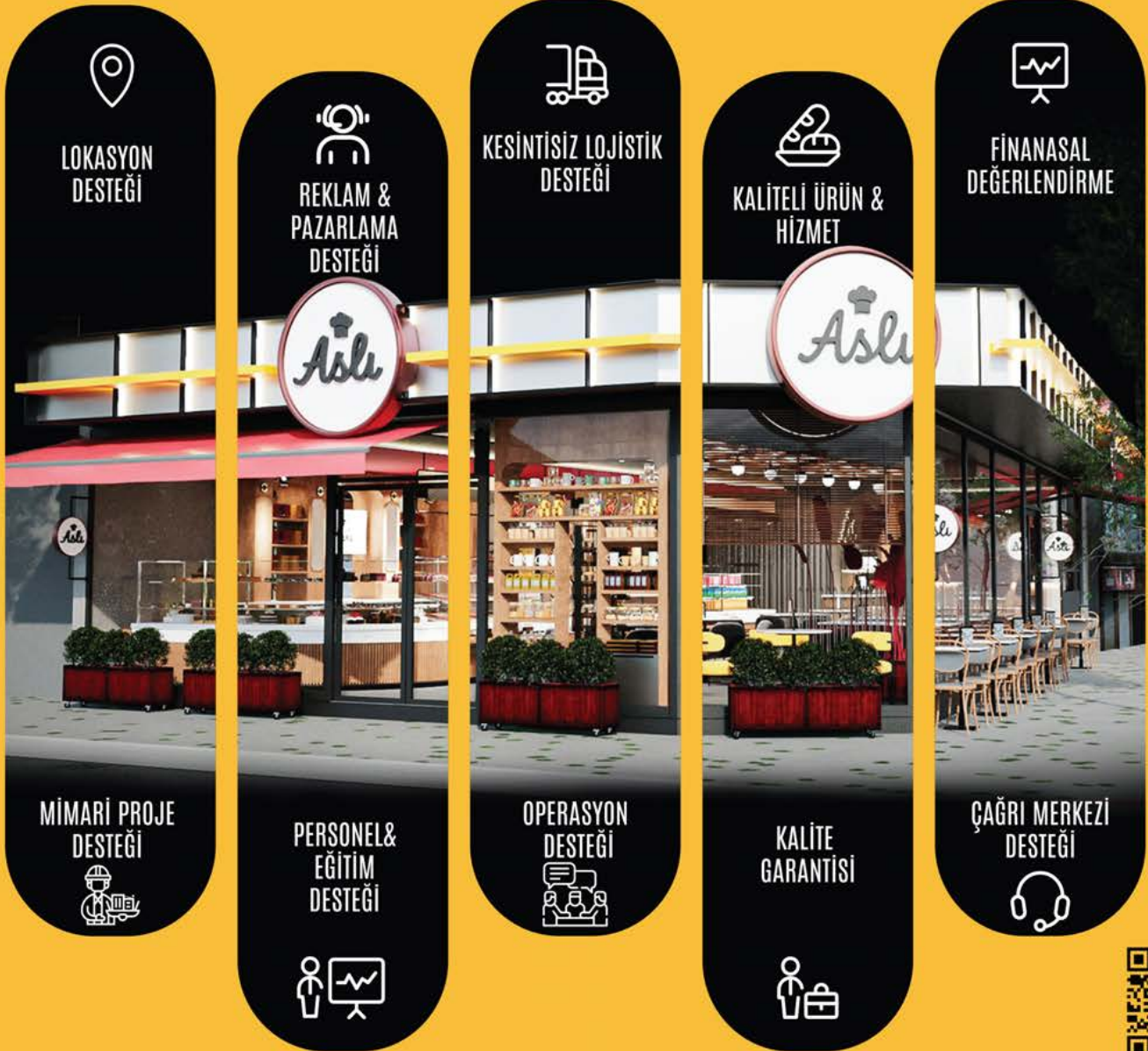
In the Istanbul Dudullu Organized Industry District in its 15 thousand sq.m. modern factory Aslı effects production. From the point of view of size and capacity it is one of the largest facilities of productions in flour in Turkey. At all times of the day customers can within an atmosphere of home comfort and welcome enjoy an eclectic menu. Primary choices on the menu are su böreği, together with other breakfast menus which appeal both to sight and taste from regional Turkish kitchens and the world kitchens, unbeatable milk and sherbet desserts, fresh cakes, coffee and choices of cold beverages which ensure guests of every age are offered an enjoyable visit. \*The traditional Turkish products names are not translated.



# Aslı

## KENDİ İŞİNİN PATRONU OLMAK İSTER MİSİN?

Aslı'nın yenilenen konsepti ve lezzetleri ile sizi kazançlı bir iş ortaklığına davet ediyoruz. Eksim Holding çatısı altında faaliyet gösteren Aslı olarak; güçlü ve kurumsal yapımız, profesyonel kadromuz ve kaliteli hizmet anlayışımız ile sektördeki yerimizi her geçen gün daha da sağlamlaştırıyoruz. Yenilenen mağaza ve mutfak konseptimiz ile misafirlerimize daha keyifli bir deneyim sunarken profesyonel ve güvenilir bir marka ile yola çıkmak isteyen yeni iş ortaklarımızı arıyoruz. Size özel franchise fırsatlarını öğrenmek için bize ulaşın!



**LOKASYON DESTEĞİ**

**REKLAM & PAZARLAMA DESTEĞİ**

**KESİNTİSİZ LOJİSTİK DESTEĞİ**

**KALİTELİ ÜRÜN & HİZMET**

**FİNANASAL DEĞERLENDİRME**

**MİMARİ PROJE DESTEĞİ**

**PERSONEL & EĞİTİM DESTEĞİ**

**OPERASYON DESTEĞİ**

**KALİTE GARANTİSİ**

**ÇAĞRI MERKEZİ DESTEĞİ**





# SERKAN İMRAK: "FRANCHISING MODELİ İLE 100 ŞUBE AÇMAYI PLANLIYORUZ."

# I LOVE FISH

DARDANEL  
alesinden

## SERKAN İMRAK: "WE PLAN TO OPEN 100 BRANCHES BY THE FRANCHISING SYSTEM."

**Franchise sahipleriyle birlikte büyümeyi ve markayı ulusal düzeyde daha da güçlendirmeyi hedeflediklerini dile getiren Serkan İmrak, bu büyüme sürecinde kalite standartlarından ödün vermeden, müşteri memnuniyetini en üst düzeye çıkartarak sektördeki lider konumlarını sürdürmeye devam edeceklerini belirtiyor.**

**Firmanızın kuruluş ve gelişim süreci hakkında bilgi alabilir miyiz?**

2011 yılında, ülkemizin ilk balık ekmek ve deniz ürünleri restoran zinciri olarak, Dardenia'yı kurduk. Dardenia, "Fast casual" ile "Casual dining" arasında adlandırdığımız ve müşterilerin daha uzun süre vakit geçirdiği bir konseptle hizmet veren bir marka. Bu konsept, hızlı servisin pratikliğiyle rahat yemek deneyiminin birleşimini sunarak müşterilere lezzetli bir ortamda daha fazla keyif alma imkanı tanıyor. Geniş menümüz, çeşitli deniz ürünleri, balık ekmek ve suşi gibi seçenekleri içeriyor ve müşterilere zengin bir tat deneyimi sunuyor.

Bunun yanı sıra 2021 yılında fast food balık ve deniz ürünleri deneyimi sunan I Love Fish'i faaliyete geçirdik. I Love Fish, balık ve deniz ürünlerini en ekonomik ve hızlı şekilde geniş kitlelere ulaştırmak amacıyla hayata geçirdiğimiz sağlıklı fast food olarak adlandırdığımız zincirimiz. Dardenia ve I Love Fish olmak üzere bugün 10 şubeye ulaştık. Onbirinci şubemizi de çok yakın zamanda açma çalışmalarımızı devam ederken I Love Fish'i franchising vererek yaygınlaştırmayı hedefliyoruz. Dardanel'in sahip olduğu üretim gücü ve kapasitesi en büyük avantajımız. Örneğin kendi üretim tesislerimizde ekmeklerimizi, balıklarımızı ve soslarımızı üreterek, müşterilerimize taze ve yüksek kaliteli ürünler sunuyoruz. Dardenia ve I Love Fish'in temel amacı, tüm Türkiye'ye balık ve deniz ürünlerini hızlı, güvenilir ve lezzetli bir şekilde sunmak. Deniz Ürünleri Fast Food ve Casual Dining markası olarak, sektördeki liderliğimizi sürdürmeyi ve müşterilere sadece kaliteli yemekler değil, aynı zamanda keyifli bir yemek deneyimi sunmayı amaçlıyoruz.

**Girişimcilerin firmanızı tercih etme nedenleri nelerdir?**

Öncelikle markanın uzmanlığı ve güvenilirliği diyebilirim. Dardenia ve I Love Fish'in çok güçlü bir marka olan, Türkiye'nin balık ve deniz ürünleri uzmanı Dardanel'in bünyesinde yer alması. Girişimcilerin firmamızı tercih etme nedenleri ise oldukça çeşitli. İlk olarak, ürün gamımızdaki benzersizlik ve rakipsizliğin müşterilere farklı ve özel bir deneyim sunma fırsatı yarattığını söyleyebilirim. Fast-food deniz ürünleri alanında öncü olmamız, tüketicilere sağlıklı ve lezzetli bir alternatif sunmamıza olanak tanıyor. Ayrıca, markamızın gücü ve köklü geçmişi, girişimciler için güvenilir bir ortaklık sağlama konusunda önemli bir etken. Dardanel bünyesinde olmamız, sektördeki liderliğimizi güçlendirirken iş ortaklarımıza da geniş bir destek ağı sunuyor.

**Faaliyet gösterdiğiniz alanın geleceği ile ilgili düşünceleriniz neler?**

Deniz Ürünleri fast-food alanında tam anlamıyla keşfedilmemiş bir potansiyele sahip. Hızla büyümeye devam eden bu pazar, sağlıklı ve iyi beslenme trendinin yükselmesiyle kısa sürede alternatif bir seçenek oluşturdu. Dünyada ise oldukça iyi bir potansiyeli var. Global ölçekte deniz ürünleri tüketiminin artması da bu sektördeki geleceğin parlak olduğunu gösteriyor. Bu alandaki tüketici talepleri ve eğitimlerindeki değişim, işimizin sürdürülebilir büyümesi için uygun bir zemin oluşturuyor. Ayrıca, tavuk ve et ürünlerine alternatif bir pazar olarak konumlanmamız, geniş bir müşteri kitlesine hitap etme şansı da sunuyor.



Serkan İMRAK

**Serkan İmrak stated the brand wished to enlarge in the sector and strengthen itself to international standards these enlargement plans will be effected without any loss of their quality standards, customer satisfaction will be the all important factor and they will continue to maintain their position as leaders of their sectors.**

**Will you tell us about the founding and developing of your brand?**

In 2011 we opened the first fish bread and sea products restaurant of our chain Dardenia restaurants it was a concept of "Fast Casual" and "Casual dining" and customers enjoyed spending more time there due to our practical speedy food service in enjoyable surroundings.

We have wide menu choices, many varies of sea specialties, fish bread and sushi lots to choose from as we offer customers all kinds of tasty food.

Additionally in 2021 we put into action economical fast food fish and sea specialties in our I love Fish chain. Today there are 10 branches in that chain and we shall soon be opening our 11th as we enlarge by offering I Love Fish Franchises. One of our greatest advantages is the strength and capacity that Dardanel has. As an example in having our own production factories where we make the bread, cook the fish and its sauces so that always our products are fresh and we are offering them so to our customers. The goals of Dardenia and I Love Fish is to swiftly offer fresh fish products to the whole of Türkiye. We wish to maintain our leading position in the sector as we serve our customers and know that they are not only enjoying our good fresh food but also enjoying the time they spend with us.

**Which are the reasons that entrepreneurs prefer to work with your brand?**

Firstly I must state the expertise of our brand and its being so respected. Dardenia and I Love Fish are participating together with Turkey's fish and sea products experts. Additionally there are other reasons which are also important, first the range of our fish choices which leaves competitors far behind plus its offering a totally different concept to customers as they enjoy this healthy and tasty food. The fact that our brands roots go very deep are much valued by investors. Being under the auspices of Dardanel our Franchisees strengthen our sectoral leading position as we spread still further our network of branches.

**What are your views on your sector for the future?**

Sea Food in the fast food chain sector is a totally unknown as its potential has not yet been discovered. This sector will start to grow as the food it offers is actually answering today's healthy food trend so the potential is certainly there. In this sector customer requests and inclinations change which open the way for this sector while additionally there is the void which is left after chicken or meat therefore regular customers will really enjoy this alternative.



# I LOVE FISH

DARDANEL  
ailesinden

## I LOVE FISH FRANCHISE İLE KAZANIN!

Dardanel kalitesi ve güvencesiyle yeni, farklı, lezzetli, ekonomik bir fast food balık ve deniz ürünleri deneyimi sunan I Love Fish, kendi alanında benzersiz konsepti ile iş ortaklarına kazançlı bir girişim fırsatı sunuyor.



[ilovefish.com.tr](http://ilovefish.com.tr)



# EN LEZZETLİ FRANCHISE TÜRKİYE'YE PİZZAYI SEVDİREN MARKA: PASAPORT PIZZA



**pasaport pizza®**

THE TASTIEST FRANCHISE IS THE ONE THAT HAS MADE TURKIYE LOVE PIZZA: PASAPORT PIZZA



**“Türkiye’nin En İtibarlı Yerli Pizza Markası” seçilen Pasaport Pizza, 1998 yılında ismini aldığı İzmir’in Pasaport semtinde ilk şubelerini açarak sektöre giriş yaptı. Yerel lezzetler ile dünya konseptini birleştirerek Türk damak tadına uygun pizza üretme misyonunu ilke edinen Pasaport Pizza, beklenenin çok üstünde bir beğeniyle karşılansınca hızla büyümeye ve bayi sayısını arttırmaya başladı. Pizzalarında taze hamuruyla fark yaratan marka, bütün şubelerinde kalite ve lezzette aynı hizmet standardını sunuyor.**

Yirmi beş yıldır Türkiye’de pizza sektöründe dünya devleri ile rekabet eden Pasaport Pizza, şu an 66 ilde 230’u aşan şubesiyle müşterilerine lezzetini ulaştırıyor. Kooperatif mantığıyla çalışan ve şubelerinden ciro payı almayan Pasaport Pizza, sektörde global markalar ve devasa bütçeler ile rekabet ederek, şube sayısını ve cirosunu bu sert rekabet ortamında hızla artırmaktadır. Bayilerinin kazançlarının ciro üzerinden %10 ile %25 arasında değişmekte olduğunu belirten marka, “Kazan-kazan” kuralından uzaklaşarak “Kazandır-kazan” prensibiyle başarıya ulaşmıştır. Şu anda il bazında penetrasyon oranı en yüksek markalardan birisi olan Pasaport Pizza şube açmak için en önemli kriterlerinin bayi adaylarının bu iş için doğru bir yatırımcı olduğuna inanılması olarak vurguluyor. Doğru yatırımcı ve doğru lokasyon seçiminin bu işin en önemli unsur olduğunu belirten marka, tüm bu serüvendeki en önemli başarının markayı sahiplenen, destekleyen ve bu yolculukta yürüyen bayilerle olan samimi ve profesyonel iletişim olduğunu altını çiziyor. Mottosunu “Mutlu Çalışan, Mutlu Müşteri ve Mutlu Franchise” olarak belirleyen Pasaport Pizza, bayilerin yaşadığı ya da yaşayabileceği her türlü sorununda üstesinden gelme vizyonunu taşıyarak, her bir bayinin yaptığı işten keyif alması, markayı savunması ve sahiplenmesinin daha fazla gelir getirdiği sağladığını belirtiyor.

**Pasaport Pizza has been chosen as “Türkiye’s Most Reputable Domestic Pizza Brand” in 1998 it opened its first branch, that was in Izmir and it took the name of the Izmir Pasaport district and so it made the step into the sector. It combined local tastes with world concepts. The brand made their pizzas to suit the Turkish palate that was the mission they had set out for themselves and that pizza was received with even more favour than expected consequently they began to swiftly enlarge and increase also the number of its dealers. The brand which was making these different pizzas always made them with fresh dough and it ensured that all of its branches maintained the same high quality and service.**

The brand has now been for 25 years in the pizza sector competing with the worlds greatest. Presently the brand has more than 230 branches which are spread throughout 66 regions of Türkiye and so it manages to have all its customers able to reach its so tasty food. The system that the brand uses is one of cooperation and does not take a turn over percentage. Pasaport Pizza competes with the great firms of the world and their vast budgets despite such competitors it is still rapidly increasing, the brand states that their dealers earn between 10 and 25% of their turnovers. Discarding the “Kazan-kazan (you gain-we gain) rules they believe in the principle of “Kazandır-kazan” (I have others gain then you gain) Presently taken on a regional basis Pasaport Pizza is one of the brands which have most penetration. For them opening a new branch entails their being sure of the correct criteria of the candidates for the work. The brand constantly stresses the importance of making that correct choice. They stress that all those making this journey together with them must value the name and the support which then results in their having together a professional and trustworthy relationship. They use the motto “Happy workers, Happy customers and Happy Franchise” Pasaport Pizza stresses that any kind of problem the dealer has or might have they have the vision that they can always come on top of it, every dealer must enjoy the work he/she is doing, they must protect and be responsible for the brand, all of this brings in more profit.



**KRİSTAL TÜRKİYE İLE  
KAZANANLAR  
KULÜBÜNE KATIL!**

**KRİSTAL®**  
TÜRKİYE



Türkiye'nin yerli ve millî gayrimenkul markası Kristal Türkiye'de profesyonel olarak yeriniz hazır.

Gayrimenkul sektöründe kendi işinin patronu olmak isteyen tüm girişimcileri Kristal Türkiye ile kazanmaya davet ediyoruz.

[krturkiye.com](http://krturkiye.com)

 **444 50 88**



# “ONLARCA MARKANIN ÜRÜNLERİ EN EKONOMİK ŞARTLARDA SUNUYORUZ.”

“WE OFFER PRODUCTS OF MANY BRANDS IN THE MOST ECONOMIC CONDITIONS.”

## FABBRICA

DELIVERY KITCHEN



**Ürün gamında kendi üretimi dondurmada kasap hamburgerine, cajun mutfağından deniz ürününe kadar geniş bir yelpaze sunan Fabrica Delivery Kitchen, üç pizza markasıyla da farklı zevklere sahip müşteri profiline hizmet veriyor. Bununla birlikte firma, finans kurumlarıyla yaptığı ön görüşmelerle yatırımcı adaylarını kurum yeterliliği doğrultusunda destekliyor.**

**Markanızın kuruluş hikayesini kısaca anlatabilir misiniz?**

Böyle bir sistemi yıllar önce planladım, ancak o zaman ki şartlarda yemek platformları Cloud Kitchen mantığını reddediyordu. Pandemi sürecinde kırılan bu dik duruş hem platform gelirlerini arttırdı hem de girişimcilere yeni ufuklar açtı. Hayalle başlayan hikaye tedarik zinciri, mekan, finans, personel yazılım ve üretim süreciyle hayata geçirildi.

**Markanıza uygun Franchise-bayi aday profili nasıl olmalıdır?**

Öncelikle adayın yapacağı yatırımın keyfini çıkaracak yaşam kalitesine sahip olmasını öngörüyoruz. Yapacağı yatırımın keyfini çıkarmadan sadece gelir kapısı olmasını bekleyen franchise adayları bizim hedefimiz değil. Biz, bizimle gelişmeye açık ve kıvrak zekalı, esnafıktan kopmamış yatırımcılar ve en önemlisi kendine yeni ufuklar arayan genç girişimcilerle beraber yol almaktan zevk alacağız. Hızlı karar veren, çevik zekaya sahip, yeni fikirlere açık ve eğlenceli yatırımcılarla yol almak istiyoruz. Yatırım tutarını değil, ne işi nasıl yapacağını planlayan kişiler bizim için önemli, çünkü bizim işimiz kendi yatırımını kendi ödeyen bir sistem.

**Franchise yatırımcısı neden sizin markanızı tercih etmeli?**

**Markanızın öne çıkan faydaları nelerdir? Kısaca anlatabilir misiniz?**

Franchise yatırımcısı öncelikle kendisi için iyi bir şey yapmak istiyorsa ve gelecekte "Ben bunu büyüttüm," diyeceği bir yatırıma girmek istiyorsa eğer bizim modelimizi seçmeli. Her markanın, her mutfağını oluşturmak hem yatırım hem operasyon hem de personel açısından büyük yükler getirmektedir. Biz onlarca markanın ürünlerini en ekonomik şartlarla tüketiciyle buluşturuyoruz. Özellikle gelen siparişlerde aynı müşterileri defalarca görmek bize keyif veriyor. Düşüneceği, 500 kalem hizmet ve faktörü hazır olarak hizmetine sunuyoruz. Ürün gamımızda kendi üretimimiz dondurmada kasap hamburgerine, cajun mutfağından deniz ürününe kadar geniş bir yelpazedeyiz. Üç pizza markamız ile farklı zevklere sahip müşteri profiline hizmet veriyoruz. Finans kurumlarıyla yaptığımız ön görüşmelerle yatırımcı adayları kurum yeterliliği doğrultusunda desteklenecektir.

**Kaç şubeniz var? Bu şubelerin ne kadarı markanıza ait, ne kadar franchise?**

Şu an dört şubemiz var. On altı marka ile hizmet veriyoruz. Kasım başında beş şubede on dokuz marka olacağız. 2024'de de tüm arge çalışmalarını menüleri tamamlanmış yeni markalarımızla 25'e çıkacağız. Yatırımcımız tescilli markaları kullanacağından bölge ve benzeri korumalara sahip olacaklardır.

*Fabrica Delivery Kitchen, which offers a wide range of products from its own production ice cream to butcher's hamburgers, from Cajun cuisine to seafood, serves a customer profile with different tastes with its three pizza brands. In addition, the company supports investor candidates in line with the institution's qualifications through preliminary meetings with financial institutions.*

**Can you briefly tell the founding story of your brand?**

I planned such a system years ago, but at that time, food platforms rejected the Cloud Kitchen logic. This upright stance, broken during the pandemic, both increased platform revenues and opened new horizons for entrepreneurs. The story, which started with a dream, was brought to life with supply chain, space, finance, personnel, software and production process.

**What should be the Franchise-dealer candidate profile suitable for your brand?**

First of all, we expect the candidate to have a quality of life that will enable them to enjoy their investment. Franchise candidates who expect only a source of income without enjoying their investment are not our target. We will enjoy traveling together with investors who are open to development and quick-witted, who have not abandoned their trades, and most importantly, young entrepreneurs who are looking for new horizons for themselves. We want to move forward with investors who make quick decisions, have agile intelligence, are open to new ideas and have fun. People who plan what and how they will do their job, not the amount of investment, are important to us, because our business is a system that pays for its own investment.

**Why should franchise investors choose your brand? What are the prominent benefits of your brand? Can you explain it briefly?**

If the franchise investor first wants to do something good for himself and wants to make an investment in which he will say "I expanded this" in the future, he should choose our model. Creating every kitchen of every brand brings great burdens in terms of both investment, operation and personnel. We offer products of dozens of brands to consumers under the most economical conditions. It gives us pleasure to see the same customers over and over again, especially for incoming orders. We offer 500 items of services and factors ready for you to consider. We have a wide range of products in our product range, from our own production ice cream to butcher's hamburgers, from Cajun cuisine to seafood. We serve customer profiles with different tastes with our three pizza brands. Investor candidates will be supported in line with the institution's competence through preliminary meetings with financial institutions.

**How many branches do you have? How many of these branches belong to your brand and how many are franchises?**

We currently have four branches. We serve with sixteen brands. We will have nineteen brands in five branches at the beginning of November. In 2024, we will increase the number to 25 with our new brands, with all R&D work and menus completed. Since our investors will use registered trademarks, they will have territorial and similar protections.







*Hayallerinizi Ertelemeyin*

# KENDİ İŞİNİZİN PATRONU OLUN!

Siz de gıda sektörünün avantajlarından faydalanmak ve büyük bir markanın güvencesi altında bu ailenin bir parçası olmak için büyümedeki yerinizi alın.

**BAŞVURU FORMU İÇİN KARE KODU OKUTUN.**



**Little  
Caesars  
Pizza**



Little Caesars Türkiye  
bir ÇELEBİ HOLDİNG kuruluşüdür.

**0212 604 14 14**  
**franchise@celebi.com**





LEZZETİ KALİTEDE ARAYANLARA %100 yerli doğal

## YARATICI BİR DOKUNUŞ İLE BAMBAŞKA LEZZETLERE... To different tastes with a creative touch...

# FRANCHISING SİSTEMİ İLE BİRLİKTE BÜYÜYELİM

## LET'S GROW TOGETHER WITH THE FRANCHISING SYSTEM

Yüzde yüz yerli bir marka olan Tavuk Sepeti, yabancı firmaların büyük yatırım maliyetleriyle sunduğu ürünü, sık bir konsept ve düşük maliyet oranları ile tüketicisine ulaştırıyor. Mükemmeliyetçi bir yaklaşımla kalitesinden ödün vermeyen Tavuk Sepeti misafirlerini, başarılı yönetim kadrosu, tecrübeli şefleri ve leziz menüleriyle ağırlıyor. Marka hizmet anlayışını, "En leziz menülerimizi, profesyonel servis kalitesi ve şık sunumlarımızla sizlere ve konuklarınıza sunmanın mutluluğunu yaşıyoruz. Tavuk Sepeti'nde müşteri memnuniyetini ön planda tutarak, ilk günkü hizmet kalitemizi aynı özen ve hijyen koşulları içerisinde gerçekleştiriyoruz. Tavuk Sepeti, sizlerin damak zevkine uygun olarak en leziz alternatifleri sunmaya devam ediyor," şeklinde açıklıyor.

### "A" kalite malzemeler

Tavuk Sepeti'nin lezzet sırrını, usta aşçılar ve yemek üretiminde kullanılan "A" kalite malzemelerin kontrollü bir şekilde hazırlanması oluşturuyor. Menüde yer alan tüm ürünler besin değerleri dikkate alınarak hazırlanıyor. Ürünler, tezgâhtan mutfığa ve pişirimleri süresince sürekli olarak kontrol ediliyor. Böylece hazırlık aşamasında risk içeren tüm ürünler bakteriyel üretilmesini önleyen ortamlarda saklanıyor.

### "Franchising sistemi ile birlikte yürüelim!"

Kolay üretim prosesleri ve franchise fırsatları ile her zaman bayi adaylarının yanında olduklarını dile getiren marka yetkilileri, Tavuk Sepeti'nin başarısı kanıtlanmış bir iş modeli olduğunun altını çiziyor. Marka, sürekli büyüyen pazara nakit geri dönüşü sağlıyor. Bununla birlikte benzer sektörlere kıyasla, uygun yatırım maliyetleriyle kişilere kendi işine sahip olma imkânı sunuyor. Şubelerde 6-7 personel istihdamı olan Tavuk Sepeti'nde, müşterilere her zaman taze ürünler hazırlanıyor. Ürün çeşitliliği ile her kesime hitap edilerek, yüksek kar marjı elde edilmesi sağlanıyor. "Bulduğunuz bölgede sizi farklı kılacak lezzetleri, yan ve diğer tüketim ürünleriyle sunmak cironuzu yükseltir," diyor marka yetkilileri. Franchise fırsatları ile dikkatleri çeken marka, Türkiye'nin bu sektörde en iyi isimlerinden biri olarak, misafirlerine daima en kaliteli ve lezzetli ürünleri sunmak için kendini geliştirmeye devam ediyor. Kalitesini vizyon ve misyonuyla birleştiren, deneyimli ve titiz kadrosuyla Tavuk Sepeti, yeni bayi adaylarıyla büyük başarılarla ve birçok sürdürülebilir projeye imza atmayı hedefliyor.

Tavuk Sepeti is a 100% domestic brand, while the foreign brands with their high investment based food are expensive this brand is able to reach their customers by way of their chic concept and lower investment costs. Tavuk Sepeti effects business never deviating from its principle of perfect quality. Tavuk Sepeti welcomes its customers by way of its successful management team, its experienced chefs and its tasty menus. The brands understanding is "The tastiest food, professional quality of service and the chic presentation and we are delighted to be able to offer them to you and to our guests. Tavuk Sepeti always maintains customer satisfaction and today just as on our first day we effect our work with great care and within the correct hygienic conditions. Tavuk Sepeti offers the very best and tastiest alternatives to appeal to your palate."

### "A" quality ingredients

The secrets of the brands tastes are in its master cooks and its ingredients which are "A" quality tested. In this manner in the preparation time the growth of bacteria which could appear on any product cannot occur as they are kept in the necessary protective positions.

### "Let's move forward by the Franchising system!"

The authorities of the brand say that because of their easy production processes together with the opportunities which the franchising system offers plus the fact that the brand is using a success proven system which is there to support the franchisees. The brand in this ever enlarging sector obtains return in ready cash. Because of these reasons compared to other sectors it offers a viable investment where investors can be owners of their own work. The branches, which offer employment to 6 or 7 people, always prepare fresh food for customers. The choices of products appeals to all groups of people and offers a high profit margin. "In the region where your branch is situated the brands tastes make it different to others and the side items which are consumed add to your profit margin" stated a responsible person of the brand. The brand also draws attention to itself as being one of the best names in the sector, it always offers its guests high and tasty quality and it continues to always develop itself. With the brands vision of quality joined to its mission, its experienced and careful team Tavuk Sepeti aims to make its franchisee candidates very successful and to put its name to many feasible projects.



# tavuksepeti

## LEZZETİ KALİTEDE ARAYANLARA!

### FRANCHISING SİSTEMİ İLE BİRLİKTE BÜYÜYELİM

**%100** yerli  
doğal



**Siz de bu lezzete ortak olmak için bize katılın**

Başvurularınız için



/tavuksepeti



• [www.tavuksepeti.com.tr](http://www.tavuksepeti.com.tr)

**PANORA AVM** Oran Mahallesi Turan Güneş Bulvarı Panora AVM No :182/231 Çankaya / **ANKARA**

[www.tavuksepeti.com.tr](http://www.tavuksepeti.com.tr) • [alialbayrak@tavuksepeti.com.tr](mailto:alialbayrak@tavuksepeti.com.tr)

+90 532 284 95 95





## İSMET DEMİR: "YURT DIŞINDA ÜLKEMİZİ TEMSİL ETMEK ANA HEDEFİMİZDİR." İSMET DEMİR: "OUR GREATEST AIM IS TO REPRESENT OUR COUNTRY ABROAD"

**Nitelikli kahve mağazacılığı sisteminde ilk ve ilkeli büyüme stratejisiyle en kaliteli mağazacılık sistemine sahip, özel bir marka olan Brew Mood Coffee&Tea'nin ana hedefleri arasında sektörel farkındalığını artırarak şube sayısını çoğaltmak ve yurt dışında ülkemizi temsil etmek yer alıyor.**

**Firmanızın kuruluş ve gelişim süreci hakkında bilgi alabilir miyiz?**

İsmet Demir - Kurucu Ortak: Şirketimiz 2015 yılında %100 yerli sermaye ile kurulmuş güçlü bir organizasyondur. Brew Mood Coffee&Tea nitelikli kahve mağazacılığı sisteminde ilk ve ilkeli büyüme stratejisiyle en kaliteli mağazacılık sistemine sahip, özel bir markadır. Bugün 80'i aşkın mağazasıyla ülke coğrafyasında yaygınlaşmış; yanı sıra, ülkemizi de yurt dışında temsil etmek için çalışmalarına başlamış ve Avrupa pazarına giriş yapmak için gün saymaktadır. Şu ana kadar yaptıklarımız, yalnızca şube sayısı olarak aktifimizi artırmak değil, aynı zamanda sürdürülebilir bir ağı oluşturmak için tedarik ve tedarikçi süreçlerini de yöneterek sektörel bir farkındalık yaratma çalışmalarıdır. Bizimle birlikte nitelikli tedarikçi, nitelikli insan kaynakları, nitelikli ürün kaliteleri ve lojistik kanallarını da geliştirmiş bulunmaktayız.

**Size göre girişimcilerin firmanızı tercih etme nedenleri nelerdir?**

Markamız; hümanist yönetim anlayışı, kaliteli ve nitelikli personel ağı, operasyonel merkez yetkililik, finansal karlılık ve dönüş analizleri ile, güçlü tedarik ağı, lojistik ağı, pazarlama stratejileriyle desteklenen geniş bir bayi ağına sahiptir. Sektörde yalnızca Franchise olarak şube satmak değil, organizasyonunu sahiplenerek, finansal kaygılardan arındırılmış bir yönetim anlayışını benimseyerek, şubelerinin karlılıklarına, operasyonel maliyetlerine, satış grafiklerine, hedeflerine odaklanmış, profesyonel bir otorite ortaya koyan belki de tek mağazacılık sistemimiz. Bu nedendir ki, geçen 8 yıllık süreçte ticari başarısızlıkla kapanmış tek bir noktamız olmamıştır. Bir alanda şubeleşmenin yalnızca sayısal artışla değil, kalıcılıkla olacağı bilincinde olarak, aktifimizi artırırken, tutundurma çalışmalarımızı da hız kesmeden sürdürmekteyiz. Bir girişimcimizin yatırım alanında bizi değerlendirmesi durumunda uzun vadeli geri dönüş analizleri ile gerçekçi senaryoları ortaya koyarak planlamalar yapmaktayız ki bu da bizi en hızlı yatırım geri dönüşü olan markalardan biri haline getirmiştir.

**Firmanızın bünyesinde franchise mağaza açacak alanın ortalama maliyeti nedir?**

Mağazacılık sistemimiz her mağazanın kendi ihtiyaçlarına göre, her seferinde baştan planlanmakta ve hesaplanmaktadır. Zira, mağaza dış alanlarının farklılık göstermesi, dış cephe sistemlerinin farklılık göstermesi, toplam oturma kapasitelerinin farklılık göstermesi gibi unsurlar ile aşağı yukarı her mağazada birbirine yakın olacak olan, alt yapı sistemleri, makine ekipman grupları vb. giderler sebebi bizleri basma kalıp "m2" birim maliyeti gibi unsurlardan uzaklaştırmıştır. Bunun yerine mağazanın devir hızı, demografik yapı beklentileri gibi daha spesifik alanlarda bütçe oluşturulmaktadır. Yine de bir ortalama vermek gerekirse, ortalama bir mağaza için 5.5 milyon gibi bir tutarı göze almak gerekmektedir.

**The Brew Mood Coffee&Tea brand works using a method in which the prior aim is a qualified and quantitative system within the marketing sector. It works with the primary goals of increasing the number of shops domestically, continuing being much better than the usual in the sector and then representing our country abroad.**

**Will you please tell us of the founding and developing of your company.?**

İsmet Demir - Founding Partner: Our company was founded in 2015 it is a strong organization formed by a 100% domestic investment. Within the Brew Mood Coffee&Tea Brand work is effected in its shops under a first time qualified system which enables it to be a special brand. Presently it has near to 80 shops which are spread throughout our country; additionally in Europe work has begun and we are waiting impatiently for those to open. Up to the present our actions have not only been to increase the number of our premises, we have also set up a network for control and timing of supplies which we manage and have thus made a difference in the the sectoral positions. Together with us we have qualified suppliers, qualified Human Resources, qualified resource products and a complete logistic system in place.

**Which do you believe are the reasons that entrepreneurs choose your company?**

Our brand works with a humanistic approach, our personnel are of quality as well as being qualified, we have a central operational management we effect financial profitability and capital return analysis, we have a strong supply network, a logistics network and a wide dealer network which supports our marketing strategies. Our work in the sector is not simply selling branch Franchises we manage the organization, we believe in management which is free of financial worries, we follow closely the profit of our branches, their operational expenses, review their sales graphs ensure goals are decided upon, in fact perhaps we are the only sector brand which has setup such a professionally authoritative system. It is certainly due to our systems that throughout our 8 years of working we have not had one single occurrence of one of our branches being unsuccessful and consequently closing. It has not simply been a question of increasing the number of branches we firmly believe in their continuation which is the reason we never slow our efforts to ensure this. When an entrepreneur approaches us to discuss investment we analyze and evaluate for them long term investment and effect plans which show them true scenarios, these are the reasons for our becoming one of the sector brands which obtain the swiftest returns on investment.

**Within your brand what is the average cost of opening a franchise shop?**

Within our shop system each and every one is worked, evaluated and calculated depending on their own requirements. The appearances of the premises all differ from the others, the inside and outside of the sitting space needed the foundations, the machines the work expenses our brand viewing so many differences has deviated from the standard sector sq.m. system pricing. We rather evaluate the delivery period of the premises, the expectations for the demographic of the building positions etc we form our budget differently. However if we are to quote an approximate price for a shop a figure should be 5.5 million.



# PİDEM

## BÖYLE LEZZETE ORTAK OLUNUR!

Türkiye'nin en büyük pide zinciri Pidem,  
yatırımcıları lezzetine ortak olmaya çağırıyor.

# PİDEM

SİPARİŞ NOKTASI

TESLİM NOKTASI

200'E  
YAKIN  
RESTORAN

40  
ŞEHİR



**Franchise İletişim Hattı**  
**+90 (212) 281 63 64**

[pidem.com.tr/franchise](http://pidem.com.tr/franchise)  
[franchise@pidem.com.tr](mailto:franchise@pidem.com.tr)





Hamburger tepsipleri 17×25 cm ve 24×33 cm olmak üzere iki boy mevcuttur.

## TEPSİ SEKTÖRÜNDE ÖNCÜ FİRMA: ALMETAL

### THE LEADER OF THE TRAY SECTOR: ALMETAL

*Kuruluş yılı 1968 olan Almetal, Türkiye’de tepsi sektöründe 50 ülkeye ihracat yapan bir firmadır. Uluslararası standartlara uyum ve tüm faaliyetlerinde sürekli iyileştirme hedefini göz önünde bulunduran Almetal, ürettiği, sattığı, geliştirdiği ve ihraç ettiği ürünleriyle sektörünün öncü firmalarından biri olmaya devam ediyor.*

#### Büyük vizyon

Sektörün öncü şirketlerinden biri olarak tüm dünyaya tepsi ve tava grubu satan Almetal, ülkemizin hızla gelişmesine katkıda bulunma, yenilikçi ve kaliteli büyüme hedefiyle çalışmalarını sürdürüyor. İş alanlarını önemli ölçüde genişleten şirket, yuvarlak baklava tepsi, kare baklava tepsi, açılı ve kaynaklı tavalı, unlu mamul üretim ve sergileme tepsi, ekmeği pişirme tavalı ile geniş bir ürün yelpazesine sahip. Bu ürünlerin yanı sıra, tek kullanımlık tava ve tepsi, döner fırın tepsi, pizza tepsi, künefe tavalı, kek kalıpları, mutfak ürünleri ve diğer ürünleriyle geniş bir alana hizmet vermektedir. Gelişimindeki en önemli adımlardan biri kurumsallaşma olan Almetal, sektör çalışanları için katma değer yaratarak tüm faaliyetlerini kurumsal yönetim, müşteri memnuniyeti, sosyal sorumluluk ve çevre koruma ilkeleri ile yürütmektedir. Firmanın 1968 yılında başlayan yolculuğu, gelişim ve üretkenliğe odaklı büyüme stratejisiyle devam etmektedir. Çevre dostu ürün ve hizmet portföyünü geliştiren Almetal San. Tic. A.Ş. çevreci girişimciliğini sürdürürken rekabet gücünü artırmaktadır.

*Almetal was founded in 1968 and is now the one in the Turkish tray sector which exports to 50 countries. It conforms to international standards and aims to always effect its actions in the very best of manners. Almetal with its productions, its sales, its developments and the products which it exports continue to be a foremost player in its sector.*

#### Great vision

As it is one of the foremost in its sector Almetal sells trays and frying items to the whole world, it continues to enlarge, develop and refine its products and while doing so wishes to be part of the ever widening development of our country. The company has greatly widened its list of products there are now round and square trays for baklava, pans for frying spicy items, making floury products and exhibiting them, pans to fry bread in fact a whole new range, in addition there are also trays and pans to be used only once, making Doner Kebap in the oven, pizza trays, kunefe friers, cake forms, kitchen utensils and many other things in fact a very wide choice. One of the most important steps Almetal has taken is their becoming institutionalized which means for those working in the sector value is added, all the actions are effected under professional management, the principles of the company are customer satisfaction, social responsibilities and climate protection. This company which began its journey in 1968 continues to be focused on its development and productivity strategies. Almetal San. Tic. A.Ş. while continuing its production of climate protective items, effecting wide choices of them is also greatly increasing its strengths in the market.



# Yarının Başarılı Markalarını Bugünden Şekillendiriyoruz!

Franchising  
Checkup

Franchising  
Kurulum

Franchise  
Satış

Master  
Franchise

360°  
Çözüm Ortaklığı

**FRANCORP**  
FRANCHISING & CORPORATE COMPANY

[www.francorp.com.tr](http://www.francorp.com.tr)

 [francorpoofficial](https://www.instagram.com/francorpoofficial)



# SAĞLIKLI BÜYÜMEDE BULUŞMA NOKTASI: DEALER FRANCHISE

## THE BEST MANNER OF ENLARGING POSITIVELY : DEALER FRANCHISE

*Yurt içi ve yurt dışında 1997 yılından bu yana onlarca markanın sahada konumlanmasını sağlayarak, birçok başarılı organizasyonu markalar bünyesinde yürüten ve 21 yıldır perakende sektörünün Türkiye'de gelişimine şahit olan Dealer, işin sadece teorisine değil pratiğine de sahip olarak ilerliyor.*

"Biz Dealer Franchise & Perakende Hizmetleri olarak, iki hedef gruba hizmet ediyoruz. Birincisi, franchise verenler diğeri de franchise yatırımcısı olmak isteyenler." diyor Dealer Kurucusu Yahya Pulat. Böylece, Franchise verenler için franchise modelinin kurgulanması sağlanarak, pazar doğrulama işi ve doğru kiralama işleri yürütülüyor ve pazarda çalışmayacak bir iş modeli varsa bu tespit edilerek, çalışabilir hale getiriliyor. Diğer yandan Dealer, franchise yatırımı yapacak girişimciler için çalışarak, bu kitlenin de doğru yatırımı yapmasını sağlıyor ve öncelikle onlara pazarı doğrulanmış bir marka sunuyor. "Bu da büyük oranda yatırım riskini izole ediyor. Diğer konu da franchise modelini almak isteyen kişi ya da şirketin işi nerede ne şartlarda yapacağıdır. Bugün kiralama görüşmelerinden doğru mağazanın oluşturulmasına kadar ki süreç, en az doğru marka yatırım kararı kadar önemlidir," diyerek hizmet aşamalarını dile getiren Pulat, Dealer'ın sorumluluk alan bir şirket olduğunun altını çizerek, işlerinin sadece franchise yatırımının gerçekleşmesi ile bitmediğini belirtiyor. Bu hizmetler arasında, işletmenin karlılığını ve işletmecinin işe olan motivasyonunun izlenmesi, müdahale edilmesi gereken bir nokta olursa işe tekrar dahil olunması da bulunuyor. Bu, 3. parti iş ortaklarının işe dahil edilerek işletmenin yeniden ele alınması ya da kiralama şartlarının gözden geçirilmesi de olabiliyor.

### **Mesele Franchise Vermek Değil Doğru Yatırımcı ile Buluşmak**

Pulat, "Ticarette kar da zarar da olabilir ama Dealer olarak biz, yatırımcıların her zaman kazanan tarafta olması için çalışıyoruz," diyor ve Franchise almanın ticari bir iş modeline dahil olmaktan ziyade, popüler olan bir şeyi edinme veya bir moda satın almak gibi algılandığını ve bunun da geçici bir hevesle yapılan yanlış işleri doğurduğunu belirterek, "Hevesi geçen yatırımcı bir süre sonra markaya zarar vermeye başlıyor. Marka sahipleri için hasta mağazalar, yatırımcılar için de çaresizlik oluşturuyor. Bu da işini layığıyla yapan iş sahiplerine zarar veriyor. Mesele, çok sayıda franchise mağaza açmak olmamalı; işini doğru yapacak yatırımcılarla iş birliği yapmak olmalı. Kazandıran yatırımlar yaptırmayı ilke edinen Dealer, geliştirdiği analiz yöntemi ve tecrübesi ile hizmet verdiği yatırımcıların ve markaların en doğru kararları verip sürekliliği olan ticaretler yapması için çalışıyor," diyor. Varoluş amacını kazanan tarafta olarak belirleyen Dealer Franchise & Perakende Hizmetleri, kazanmanın en önemli koşulunu da iyi bir analiz ve anlama süreci olarak işaret ediyor. Yatırımcıları ve hizmet verdiği markalarla çok yakın çalışan Dealer, birlik olmanın her taraf için kazanç doğurduğunun bilinci ile yoluna devam ediyor. Dealer geliştirdiği Dealer log verimlilik ölçme ve gelecek senaryoları oluşturma modeliyle de doğru yatırım kararları almanızı sağlıyor.

*Since 1997 Dealer has been positioning both domestically and abroad tens of different brands within which many successful brands have place in the retail sector, for 21 years, it has followed the developments in the Turkish market. Dealer is not only a theoretical brand it is one which is active practically, consequently it successfully advances.*

The founder of Dealer Franchise and Retailing Yahya Pulat explained "We have two different kinds of businesses with which we work. The first is the franchise givers and the second the group which wishes to invest in a Franchise." For the ones offering franchises we have developed a model which ensures correct market positioning and choice of premises in the

sector. These are almost as important as the choice of brand which offers the least risk of the investment. The other subject is where the position is that it is to be used. In the market of today the meetings for the period of the rentals has today become another of the all important decisions." While discussing these important measures Pulat stressed that they are a company which takes its responsibilities very seriously and added their work is not simply effecting the franchise then the work is over. Amongst their other responsibilities are reviewing of the profitability of the business and motivation of the franchisee towards the work, if a problem situation is evolving we again must be present within those discussions. A third case arises when rents are reviewed and sometimes the premise owners propose coming into the business.

### **The real question is not just giving a Franchise it is finding the correct investor**

Pulat, "In business there can be profit and there can be loss however the goal that we have at Dealer is to always be on the side of the gains however such problems are not often observed they happen more often if an investor rapidly loses interest which in turn in time begins to have the brand lose face naturally this is bad for the brand but also bad for other people having different branches where they are working the brand correctly. Dealer with its well developed analysis system and its experience works constantly to help both the investors and

the brand in business." When Dealer Franchise & Perakende (Retail) Services states that its aim is to be on the gaining side they are stressing the all importance of a very correct analysis being made.

Dealer works very closely with its investors and franchisees as they are totally aware that this is the solution to journeying along the road together.

Dealer has also developed a Dealer Log which measures the efficiency of ongoing abilities, offers ideas on presumed future scenarios and helps those working under their auspices to make the correct investments.





**CED - GO**

**BAYİSİ OLMAK**

**İSTER MİSİNİZ?**

Franchising Telefon  
0543 905 01 88

1.000.000'dan fazla çocuğun  
sürekli adresi **Ced-Go**'nun  
bir parçası olun!



0850 304 77 79



cedgoatolye



cedgoatolye



www.cedgo.net





PIZZA RUCOLA

# FİNLANDİYA'DAN GELEN LEZZET

## THE TASTE THAT HAS BEEN BROUGHT FROM FINLAND



**Şef Levent Kerimoğlu, Gaziantep'te başlayan gıda sektöründeki iş hayatına Finlandiya Helsinki'de devam etti. Burada, 12 yıl 4 pizza, bir Ala Carte restoran ile hizmet veren şef, Helsinki'de çok beğenilen lezzetlerini İzmir'de Rucola markasıyla pizza severlerle buluşturuyor.**

Finlandiya'daki "En İyi 11 Pizza Ustası"ndan biri seçilen Levent Kerimoğlu, titiz, profesyonel çalışma ortamı ve ayrıcalıklı pizza lezzeti ile 2017 yılında Pizza Rucola ilk şubesini İzmir Bostanlı'da açıyor. "Rucola, Fincede 'Roka' anlamına geliyor. Biz de bu ismi, 2008 yılında yapılan en lezzetli pizza yarışmasında İtalya'yı yenen Finlandiya'nın muhteşem lezzetteki pizzalarını çağrıştırmaya için seçtik." diyor Şef Levent Kerimoğlu. Bunun büyük cesaret gerektiren bir girişim olduğunu belirten şef, neredeyse her köşe başında bir pizzacının olduğu İzmir'de yeni bir pizza markasıyla rekabet etmenin zor olduğunu, bu nedende de ülkenin ekonomik koşulları göz önüne alındığında daha da zorlaşan bu girişimi, güvendiği lezzet ve ürün kalitesiyle hayata geçirdiğini söylüyor. Kısa süre içerisinde İzmir ve İstanbul'da açılan şubelerle tanınmaya başlayan Pizza Rucola, gerçek pizza lezzetini ülke çapında yaygınlaştırmak için doğru projeler ile büyümeye devam ediyor.

### **Rucolaların hiçbirinde hamur açma makinesi yok!**

Her şeyin otomasyona bağlandığı günümüzde, neredeyse elle açılan börek dahi bulunamazken Pizza Rucola, müşterilerine el açması pizza sunuyor. Levent Şef'in "Jatti" (Ultra İnce Pizza) açabilen yeteneğiyle, pizza severler tam bir lezzet ortamında buluşuyor. Bununla birlikte, Rucolalarda kendisi gibi maharetli birçok usta yetiştiren şef, bilgiyi paylaşmak, tecrübesini aktarmak ve lezzeti çoğaltmaktan memnunluk duyuyor.

### **Kalite ve hijyenden ödün yok!**

Pizzalarda kullanılacak ürün seçiminden başlayarak çok titiz bir satın alma süreci yürüten Rucolalar da tezgahların mermerinden, pizzaların sunulduğu tabaklara kadar her şey bakteriyi üretmeyen özel malzemelerden seçiliyor. Ürünler ise alanında en ünlü ve kalitesi tescilli tedarikçilerden temin edilip mevsimine göre özenle hazırlanıyor.

### **Hedef, İzmir'den doğan ulusal bir marka olmak**

Tadına doyum olmayan pizzaların genelde hepsi yense de, arada sırada tabaklarda geri dönen dilimler özenle biriktiriliyor, İzmir'in çeşitli yerlerindeki sevimli dostlarla paylaşılıyor. Rucolalardaki tüm atıklar, kaynağında ayrıştırılarak çevreye, doğaya ve insana saygılı işletmeciliğin en özgün örneklerinden biri sergileniyor.

*Chef Levent Kerimoğlu began his business life in the sector in Gaziantep then continued in Finland in Helsinki, during his 12 years there he has opened 4 pizza and a la carte restaurant The pizza which was served there in Helsinki was one of the favourites there and now under the brand of Rucola he is meeting pizza lovers in Izmir.*

In Finland Levent Kerimoğlu was chosen as "one of the best 11 Pizza chefs" there. Then in 2017 he, bringing his careful, different professional working manner opened a branch of "Rucola, Fincede" meaning 'Roka' in Izmir Bostanlı. The name was because he explained when Finland beat Italy in 2008 at the tastiest pizza competition it reminds one of that superb winning pizza. When he brought his brand to Izmir it really needed great courage as in Izmir there was a pizza restaurant on just about every corner. He seriously evaluated our economic situation and still believed that once his superb tastes and quality products came into being it would be successful. In only a short period of time his products became known where he had opened in Izmir and in Istanbul the results? Pizza Rucola with its true pizza taste is continuing to enlarge here.

### **In the Rucola branches there are no machines for opening the dough!**

In the world of today when every action is attached to a machine dough opened by hand is offered to its customers at Rucola, Chef Levent is able to even make "Jatti" (An Ultra Thin Pizza) so that customers can enjoy being in an atmosphere of full flavour. Additionally at the Rucos Chef Levent teaches talented youngsters his own know how, experiences and enlargement of tastes and is happy to be doing so.

### **No relaxation from quality and hygiene!**

The products which are used in their pizzas are the first steps in their careful scrutiny however throughout buying quality takes priority at their branches their counters are in marble, the plates on which the pizzas are served are produced by a special non bacterial developing substance. While supplies are obtained from the most famous and quality licensed companies.

### **The goal is, being born in Izmir and becoming a universal brand**

Normally the pizzas are totally finished, however should something be left on a plate they are carefully collected and given to loved animals which are housed in various districts in Izmir. Rucola is one of the most forward looking brands with its respect for humans and for nature in fact a fine example of care.





# KALİTE VE LEZZETLE TAÇLANMIŞ 17 YILLIK BİR DENEYİM İLE YENİ BİR BAŞLANGICA NE DERSİNİZ?

Kurulduğu günden bu yana kalite standartlarını  
kaybetmeyen, hazımsızlık yapmayan ve hijyen  
konusuna önem veren Pizza Rucola'nın  
franchise fırsatlarını keşfedin.

[info@pizzarucola.com](mailto:info@pizzarucola.com)





# CAFE VE RESTORAN YÖNETİMİ VE ÇÖZÜM PROGRAMI: POSSİ

## MANAGEMENT AND PROBLEM SOLVING PROGRAMS FOR CAFES AND RESTAURANTS: POSSİ

*Possi 2015 yılında çıktığı bu serüvende yiyecek içecek sektöründeki cafe ve restoranların ihtiyaçlarına odaklanmış bir cafe ve restoran yönetimi ve çözüm programıdır. Possi kendisini geliştirirken bilfiil sahada gözlemleyerek ve test ederek uygulamalı olarak yazılım sürecini tamamlamıştır.*

"Genel amacı restoran içi ve restoran dışı siparişlerin takibi ve süreç yönetimi olan yazılımımız birçok restoranda hizmet vermektedir," diyor markanın kurucu ortağı İsmail Çayır ve Possi hakkında şu bilgileri veriyor. "Possi hızlı bir şekilde bayi ve satış sonrası hizmetlerini de beraberinde geliştirmekte olup, gelişen teknoloji ve evrilen sektör gereksinimlerine çabucak ayak uydurmaktadır. İnovatif düşünce yapısına sahip firmamız politikası gereği her geçen gün kendisini geliştirmekte ve yenilemektedir. Possi markası, kolay ara yüzü uç modüllerini arka planda karmaşık algoritmalara sahip stok, cari ve reçete sistemleri ile güçlendirerek kost kontrol dahil bir çok karmaşık hesaplamaları hızlıca rapor ve analiz yetenekleri kazanmıştır. Ayrıca kiosk ve ödeme alma çözümlerini geliştirerek kasiyersiz tahsilat ve sipariş almayı mümkündür. Böylece işletmelere maliyetlerinden ve zamanlarından tasarruf etme olanağı sağlanır. Kiosk stantlarını da Possi bünyesinde geliştirerek üretimini yapman marka, piyasada satışı olan donanımların konumlandırıldığı stantların tezgah üstü, duvar montajlı ve ayaklı olmak üzere modellemesini ve imalatını yapmaktadır. Ödeme çözümü olarak Paycell markası ile entegre kullanılmaktadır. Yiyecek içecek sektöründe pazaryerleri olan Yemeksepeti, Migrosyemek, Getiryemek ve Trendyol yemek gibi firmalarla da entegre olarak sipariş alan Possi, daima sektöründe büyüyen, gelişen ve yenilenen bir marka olma amacı ile ilerleyişini sürdürecektir."

## Possi KioskTezgah Stant



P-KTS01



P-KTS01



*In 2015 Possi set out on its adventure of offering managerial and problem solving programs to cafes and restaurants. While Possi itself was developing de facto it was following sectors and testing,they completed their own soft ware program."* Our general intention was a follow up and time testing for restaurants on the premises and outside deliveries and we service many restaurants with this program"said the founding partner İsmail Çayır and also said about the brand "As we at Possi quickly assimilated and saw the needed requirements we were able to fit them to the new technologies,because our company has the policy of always being totally up to date,renewing itself and analyzing new happenings.The Possi brand has an easy 3 module mid program behind which it has complicated algorithms for stock,current and prescriptions all strengthened so as to have the ability to effect reports and analysis rapidly and effectively.The company also has developed a program for payments by kiosk stands and positions where there are no cashiers so payments can be effected top of the table,by machines attached to the wall or by standing ones all are being produced.The payment solutions are integrated with the Paycell brand.In the food and beverage sector marketplace they are integrated with brands such as Yemeksepeti, Migrosyemek,Getiryemek and Trendyol foods and Possi takes the orders.This is a sector which is ever enlarging,developing and innovating and Possi has the goal of being always known as the brand which is constantly moving forward together with the market





... karmaşık hesaplara,

**PossiCost** Maliyet kontrolü...



Benzersiz raporlama çeşitleri ile PossiCost maliyet kontrolü sayesinde ürün ve menü maliyetlerinizi anlık olarak takip edebilirsiniz, güncel bilgilerle kaçak ve kayıplarınızı önleyebilirsiniz. Kolay kullanımlı arayüze sahip Possi modülleri ile tam entegre olan stok, cari ve maliyet sistemi sektördeki tüm ihtiyaçlarınızı giderecek üstün yetenek ve özelliklere sahiptir.

**POSSI**

**Cafe ve Restaurant yönetim sistemleri...**

- Ala-Cart Restorant
- Self - Service
- Take a way
- Kiosk ve Ödeme alma çözümleri
- Stok ve Cari
- Maliyet kontrolü

[www.possi.com.tr](http://www.possi.com.tr)  
0 850 441 26 12

[kurumsal@possi.com.tr](mailto:kurumsal@possi.com.tr)



0 545 338 21 20



# ŞEHRİN MEŞHUR MAKARNACISI: YUMMY CHEESE PASTA

## THE FAMOUS BRAND OF THE CITY'S : YUMMY CHEESE PASTA



**Geçmişten günümüze kadar gelen makarna kültürünü, fastfood olarak Türkiye'de hayata geçiren yummy cheese pasta, Aralık 2023 itibari ile 12 aktif şube ve 12 şantiye ile ticaret hayatına devam ediyor. Firma ile şubeleşme hedeflerini konuştuk.**

**Firmanızın kuruluş ve gelişim süreci hakkında bilgi alabilir miyiz?**

Şirketin Yönetim Kurulu Başkanı Korhan Şen ve Yönetim Kurulu Kurucu Üyesi Emre Çatalbaş tarafından fastfood makarnacılık fikriyle ortaya çıkan yummy cheese pasta markası, Aralık 2022 yılında Sakarya ili Serdivan ilçesinde butik bir işletme olarak faaliyetine başlamıştır. Sakarya halkının göstermiş olduğu yoğun ilginin hemen ardından Sakarya Adapazarı'nın meşhur tarihi caddesi olan Çark Caddesinde ikinci şubelerini açmıştır. Aynı zamanda İstanbul Sancaktepe'de yatırımcılar ile bayilik anlaşması yapılmış ve marka kısa sürede üç şubeye ulaşmıştır. Haziran 2023 yılında yeni yapılan anlaşmalarla beraber Yönetim Kurulu Üyesi Candan Çörekçioğlu ve Yönetim Kurulu Üyesi Cengizhan Karakuş'un da firmamıza katılarak aktif rol almasıyla beraber büyüyen Sakarya'nın yerel markası yummycheesepasta, gücüne güç katarak büyüme hızını önemli ölçüde arttırmıştır. Geçmişten günümüze kadar gelen makarna kültürünü, fastfood olarak Türkiye'de hayata geçiren yummycheesepasta'dan başka herhangi bir firma bulunmamaktadır. Markamız, Aralık 2023 itibari ile 12 aktif şube ve 12 şantiye ile ticaret hayatına devam etmektedir.

**Sizce girişimcilerin firmanızı tercih etme nedenleri nelerdir?**

Düzenli sevkiyatlar ile taze hamur ve özel içerikli katkısız soslarımızın şubelere stok maliyeti yaratmayacak şekilde sevkiyatlarını yaparak, şubelerimizdeki ürünlerin her ilde her şubede aynı tat ve kalitede misafirlerimize sunulmasını sağlıyoruz. Bayiliklerimize yüzde 27 ile yüzde 33 arasında bir karlılık oranı vad ediyoruz. İşletmede satış miktarı ne kadar artarsa karlılıkta o oranda artıyor. Yüzde 45 ve üzerine çıkan karlılıkla faaliyet gösteren bayiliklerimiz mevcuttur. Franchise'lar için sağlanan eğitim programları ile sürecin yönetilmesinde birlikte ilerliyoruz. Eğitim sürecimiz şöyle işliyor; şube açılışından hemen önce bayilik tarafından görevlendirilen bir kişi Sakarya'ya gelerek burada en az 1 haftalık bir eğitim sürecinden geçiriliyor. Bu eğitimde firmamızın misyon ve vizyonundan başlayarak hamurun ve sosların üretiminden muhafazasına, satışa hazırlanmasından misafirlerimize sunulmasına, misafir karşılama ve satışın tamamlanmasına, ödeme bilgisinden maliyet hesabına kadar bütün eğitimler veriliyor. Daha sonrasında mağaza açılışından yaklaşık bir hafta kadar önce eğitim departmanımızdan yetkili bir çalışanımız açılacak olan mağazanın bulunduğu şehre giderek orada çalışacak ekip arkadaşlarına gerekli eğitimleri veriyor. Eğitim sürecinin bitmesinin ardından açılış yapılan mağazanın işleyişi ve sistemi işler hale gelene kadar şubede destek vermeye devam ediyor.

**Firmanız bünyesinde Franchise sistemiyle açılacak**

**bir mağazanın ortalama maliyeti nedir?**

Dükkan mağaza metrekaresine göre değişiklik gösteren yatırım maliyetleri mağazanın durumuna ve yapılacak tadilatla göre, güncel şartlara bakılarak belirlenmektedir.

*From the past to the present there has always been a macaroni culture, now that has come to Türkiye with a fast food chain. The brand of yummycheesepasta has, since December of 2023 12 active branches and 12 that are being built.*

*Will you tell us about the founding and developing of your company?*

The Chairman of the Board is Korhan Şen and the Founder of it is Emre Çatalbaş. It is from them that the idea of macaroni emanated and the yummy cheese pasta brand came into being. In the December of 2022 when the business started it was in the Serdivan district of Sakarya and was a boutique business. However the people of Sakarya showed so much interest in it that immediately afterwards they opened a second branch on the famous historical street of Sakarya Market Çark Street.

At the same time in İstanbul Sancaktepe discussions were taking place for a dealership and the brand soon opened its third branch. In the June of 2023 together with a newly formed agreement Members of the Board of Directors Candan Çörekçioğlu and Cengizhan Karakuş joined the brand and took active roles in the company so strength was added to strength and the Sakarya local brand of yummycheesepasta enlarged enormously and rapidly.

From the past to the present the macaroni culture had been present but there is no other brand which has attempted to bring yummycheesepasta to Türkiye. Since December 2023 our brand has 12 active branches and 12 more are being built.

*Which do you believe are the reasons that your brand is a preferred one?*

We effect regular deliveries of fresh dough and our private sauces to our branches while taking care not to deliver too much which would increase the expenses, we ensure that our every branch offers the same flavours and qualities. We promise our dealers profit margins of between 27 and 33%, naturally however much the turnover increases so also does the share of profit. We even have dealers who earn more than 45% and more. We progress by ensuring that we train the dealers well in addition to working with them from time to time. The period of training works in this manner; A short time from the opening the dealer chooses someone to come to Sakarya and when they come they are given at least one week's training. Within it we start by explaining our mission and our vision. Then beginning from the production of the dough and the sauces to the keeping of it, to how to prepare it to present it to our customers from welcoming our guests on to the paying of the bill all these are part of our training. Then about one week before the actual opening of a branch first someone from the training team comes to the city where the branch is being opened and that person trains the other members of staff. The training is completed then the branch opens and we give them ongoing support until the business is working and the systems in action.

*What does the opening of a branch with your firms franchise system cost?*

The difference in sq.m. that's to say the difference in size, the condition of the premises and the repairs that are needed these are combined with the situation on the market and a price is calculated.





# YUMMY CHEESE PASTA FRANCHISE İLE BÜYÜYOR!



**ŞEHRİN MEŞHUR MAKARNACISI  
OLMAK İÇİN SİZ DE ARAMIZA KATILIN!**



**FRANCHISE İLETİŞİM: +90 (542) 842 38 54**

**@yummycheesepasta**



# ALTERNATİF FRANCHISE MODELLERİ, VERİMLİLİĞİ VE KARLILIĞI ARTIRIYOR

## PRODUCTION AND PROFIT ARE IMPROVING BY USING DIFFERENT FRANCHISE SYSTEMS



**Franchise sistemlerinde alışagelmış olan model B2C Franchise modelidir. Son dönemde gelişen farklı iş biçimleri ile birlikte B2B iş modellerinin de artışı gözlemleniyor. Hem ürün hem hizmet şirketleri B2B Franchise modelini uygulayabiliyorlar.**

B2B Franchise modelleri Franchise veren işletmeye ne sağlıyor diye baktığımızda, personel yönetimini kolaylaştırıyor. Merkezi yönetimin zaman maliyetini düşürüyor. Merkez, ürün ve hizmet tarafında iş geliştirmeye odaklanabiliyor. Yeni pazarları keşfedebiliyor. B2B Franchisee birbir müşterisine dokunarak satışlarını doğru yönetiyor ve karlılığını artırıyor. İşletmeden - işletmeye franchise, diğer franchise türlerinden öncelikle hedef pazarın doğası ve sunduğu ürün veya hizmetler açısından farklılık gösterir. B2B franchise'ları genellikle işletmelerin gereksinimlerini karşılamak için özel olarak tasarlanmış ürünler, hizmetler veya çözümler sunar.

Pazar açısından incelediğimizde, B2B franchise'ları, bireysel tüketicilerden ziyade öncelikle diğer işletmelere hitap eder. Müşterileri genellikle diğer şirketler, kuruluşlar veya kurumlardır. Bu, franchise alanın diğer işletmelerle ilişkiler kurmaya, ihtiyaçlarını anlamaya ve bu ihtiyaçları karşılayan çözümler sunmaya odaklandığı anlamına gelir.

B2B Franchise modeli kapsamlı piyasa ve ürün analizi, Arge gerektirir. B2B franchise'ları, büyük ölçüde müşterileriyle uzun vadeli ilişkiler, sürekli destek, karşılıklı yarar ve güven kurmaya dayanır. Franchise alanların, müşteri memnuniyetini sağlamak ve işlerini sürdürmek için kişiselleştirilmiş hizmetler, teknik yardım veya diğer destek biçimlerini sağlamaları gerekebilir.

B2B franchise pazarlama stratejileri, B2C franchise'larından farklı olabilir. B2C franchise'ları genellikle kitlesel pazarlama kanallarına ve geniş bir tüketici tabanına ulaşmaya odaklanırken, B2B franchise'ları genellikle hedeflenen pazarlara yönelik strateji belirlerler. Bunlar, sektörel ticaret fuarlarına katılmayı, iş ağı oluşturma etkinliklerine katılmayı, Pazar ziyaretleri, dijital pazarlama kanallarını kullanmayı, ortaklıklar kurmayı veya mevcut müşterilerin tavsiyelerinden yararlanmayı içerebilir.

B2B franchise'ları genellikle B2C franchise'larına kıyasla pazarı birebir incelemelidir. İşletmelerin rekabet ortamını göz önünde bulunduran bir fiyatlandırma yapısına sahip olmalıdırlar. Var oldukları sektörlerde bilgi, beceri veya uzmanlık gerektirir. Franchise alanların, ticari müşterilerine etkili bir şekilde hizmet verebilmek için derin endüstri bilgisine, teknik becerilere veya profesyonel sertifikalara sahip olması veya edinmesi gerekebilir. Bu uzmanlık, B2B pazarında franchise'ın değer önerisini ve güvenilirliğini artırır. B2B pazarının benzersiz dinamiklerini anlamak, bu özel franchise modelinde başarı için çok önemlidir.



**AYCAN HELVACIOĞLU**

The Franchise Company Yönetici Ortak

**Within the franchising systems presently the normal model used is the B2C. However recently as professions and methods of work change an increase is being observed in the use of B2B.** When we evaluate what this different model can improve for a company we see that personnel and staff are much easier managed by this new model. Central management of staff decreases the costs of time. In such a manner central is able to spend more of its time developing products and services. It can discover new markets. The B2B Franchisee can be more in contact with customers, can manage sales of the correct products and in this manner further increase his/her profit margin.

The two different methods now becoming used in Franchising are the usual first the developing of the market position and goods which meet the demand there whereas with the B2B it generally offers goods, services and solutions designed specially to meet the requirements, the B2B rather than first offering supplies as does the first method it studies the special needs of customers who buy elsewhere but who wish for certain specialities and these are the items which this system sells a system which has studied customer needs sells to those companies who do not have such items setting up good connections with companies and institutions which cannot offer them and it is they rather than one by one customers that this method sells to. The B2B Franchise model effects an extremely thorough market place and supply analysis for this R&D are essential. With the B2B franchising we generally observe that with their customers they usually have long standing relationships, they give constant support and special training together with technical support which benefits both sides. B2B often differ from B2C as the C is focused primarily on selling to individuals and reaching them in large numbers while the B strategy is more to directly working with companies this is the reason for their visiting sectoral fairs so as to enlarge their networks. Visits to fairs are useful for setting up partnerships while sometimes they are recommended by their other clients. In actual fact when comparing B2B and B2C franchises a study of both different market places. This is essential to be able to effect a price comparison of both. It is essential to compare and a person must be an expert, have know how or be a specialist in the sector. In the fields of Franchising excellent industrial knowledge is needed, technical skills or they have or will own professional diplomas so as to be able to offer essential knowledge to their franchisees. This expertise that a person can offer to a franchisee with the B2B is an extremely important factor it also increases their trust. The incredible B2B dynamics are of great importance on the journey to success.



# FABBRICA

DELIVERY KITCHEN

25 MARKA İLE

## YENİ NESİL RESTAURANT

*Fabbrica Delivery Kitchen*  
ile **Daha Fazla Online Sipariş Alın!**

- ✓ Ortak Mekan Kullanımı
- ✓ Ortak Personel Kullanımı
- ✓ Ortak Mutfak Ekipmanları Kullanımı
- ✓ Ortak Platform Yazılımları
- ✓ Ortak Stok Alanları Kullanımı
- ✓ Ortak Saklama Birimleri
- ✓ Ortak Ürünlerin Kullanımı
- ✓ Platform Komisyonlarının Düşürülmesi
- ✓ Ortak Motokurye Kullanımı
- ✓ Esnek Markalama

MIGROS  
**yemek**

trendyol  
**yemek**

getir

YemekSepeti

99



Download on the  
App Store

GET IT ON  
Google Play

**Franchise Başvuru İçin**  
**arcankorur@hotmail.com**  
**0533 696 40 91**

[www.fabbricadeliverykitchen.com](http://www.fabbricadeliverykitchen.com)





## GÖKHAN KORKMAZ: "MILKLAC ÇOK YAKINDA TÜM TÜRKİYE'DE OLACAK."

## GÖKHAN KORKMAZ: "VERY SOON MILKLAC WILL HAVE SPREAD THROUGHOUT"

*Fehmi Korkmaz'ın 1985 yılında seyyar tatlı arabasıyla başlayan hikâyesinin hızla ilerleyerek Türkiye'de sayısız şubeye ulaştığını söyleyen Gökhan Korkmaz, MilkLac markasının da yedi-sekiz ay içerisinde altyapı çalışmalarını tamamlayarak Franchise vermeye başladığını belirtiyor. Global bir marka olmayı hedefleyen "MilkLac"ın çok yakında tüm Türkiye'de olacağını altını çizen Korkmaz ile geçmişten bugüne ilerleme aşamalarını konuştuk.*

**MilkLac Yönetim Kurulu Başkanı Gökhan Korkmaz:** Antalya 1990 doğumluyum. Mesleği babamdan devraldım. On iki yaşında çalışmaya başladım; inşaat sektöründen gıda sektörüne, birçok sektörde, öncü firmalarda çalıştım. Daha sonra 2010 yılında Antalya'dan taşınarak 2019 yılına kadar Bursa'nın İnegöl ilçesinde yaşadım. 2019 yılında tekrar Antalya'ya döndüm ve MilkLac markasını kurdum. 2022 yılında değişen piyasa koşullarıyla beraber gerek tatlı sektöründeki açıkları kapatmak gerekse sektörü hak ettiği yere taşımak için idealist bir düşünce ile Franchise sistemi vasıtasıyla firmayı yaygınlaştırma kararı aldım.

### **Firmanızın kuruluş ve gelişim süreci hakkında bilgi alabilir miyiz?**

Fehmi Usta 1985 yılında, Antalya merkez de pazarlarda tatlı satarak mesleğe başladı. Antalya çevresinde seyyarda temiz ve disiplinli olmasından dolayı talep görmüş ve 2004 yıllarına kadar mesleğini devam ettirdi. 2010 yılında mağazacılık serüvenine Oğuz, Gökhan ve Selçuk kardeşler olarak başladık. Anne ve babamızı da işe dahil ederek aile olarak yöresel ve kültürel lezzetlerden olan tulumba ve halka tatlısını İnegöl halkına benimsetip, hızlı bir büyüme içerisine girdik ve bir göz ocağına başladığımız işi kısa sürede büyütürken İnegöl'ün sembol tatlı markası olmayı başardık. Osmanlı Tatlı, 2013 yılına gelindiğinde sembolü hâline geldiği İnegöl şehrinin kalbi Atatürk Caddesi'nde açıldı ve büyük ilgi görmeye başladı. 2014 yılından itibaren, ürün yelpazesini genişlettik ve şubeleşmeye başladık. Şube sayısı hızla arttı. 2019 yılına kadar "Osmanlı Tatlı" Bilecik, Bozüyük Yenişehir ve İnegöl'de 7 şube ile müşterilerini ağırlamaya devam etti. 2010 yılından itibaren kendi sermayemiz ile büyüyen "Osmanlı Tatlı" markamız Oğuz, Selçuk ve Gökhan kardeşler olarak yılların tatlıcısı ve aynı zamanda ustamız olan babamız Fehmi Usta için bir vefa örneği sergileyerek yedinci şubeye babamızın ismi "Fehmi Usta" ismini verdik ve yeni bir serüvene yelken açtık. 2022 Kasım ayında da "MilkLac" markasını kurma serüvenine başladık. Devam eden 7-8 ay içinde altyapısal çalışmalarımızı bitirip franchise vermeye başladık. Üç ay gibi kısa bir sürede 10 şube açtık ve hala yapım aşamasında olan 6 şubemiz bulunmaktadır. Bunların haricinde bayilik ön anlaşması yaptığımız 25 şube bulunmaktadır. 1985 yılında Fehmi Korkmaz'ın tatlı arabasıyla seyyar olarak tatlı satmasıyla başlayan hikâyemiz sizlerin de desteğiyle ilerledi ve Türkiye'de sayısız şubeye ulaştı. Global bir marka olmayı hedefleyen "MilkLac" çok yakında tüm Türkiye'de olacak.

### **Faaliyet gösterdiğiniz alanın geleceği ile ilgili düşünceleriniz neler?**

Kâr marjının oldukça yüksek olduğu, kolay yönetilebilir olan deneyimlerle belirlediğimiz iş yapış şekillerine sadık kalarak misafir sürekliliğinin kesin olduğu iş modelimizi, doğru ve bize değer katacak girişimciler ile Türkiye'ye ve diğer ülkelere yaymayı hedefliyoruz. Amacımız bu iş dalında var olan fırsatlara iş ortaklarımızı da dahil ederek büyümek. Ar-Ge ve inovasyona odaklanarak sektörde fark yaratan ürünler geliştiriyoruz. Ayrıca müşterilerden ve bayilerimizden gelen talepler doğrultusunda konseptimiz ve temel mantığımız çerçevesinde yeni ürünler eklemekteyiz. Kampanyalar ve farklı sunum çeşitleriyle inovatif adımlar atmaktayız.



*In 1985 Fehmi Korkmaz began this story with a mobile dessert car the business rapidly increased and now has an uncountable number of branches said Gokhan Korkmaz and added that the MilkLac brand will within seven to eight months have completed its infrastructure and will start to offer Franchises. MilkLac hopes to become a global brand, it will soon spread throughout Turkey stressed Gokhan Korkmaz as we talked of its progress together.*

**MilkLac Chairman of the Board Gokhan Korkmaz:** I was born in Antalya in 1990. I took over the business from my father. I began to work when I was twelve years old; in the building sector, the food sector, in different well known brands of their sectors. Then in 2010 I moved from Antalya to Bursa and lived in the Inegol region there. In 2019 I returned again to Antalya and founded the brand of MilkLac. In 2022 seeing the changes in the market situation with the intention of closing gaps in the dessert market and with an idealistic intention I decided to enlarge by the Franchising system.

### **May we have information about your firms founding and developing period?**

In 1985 Fehmi Usta began the business by selling desserts at the central Antalya market. Around Antalya he was well known for his clean and disciplined manner of effecting his work consequently many people wished to buy from him and he continued his trade until 2004. In 2010 the story of our shop began when we the three brothers Okuz, Gokhan and Selcuk started it. We included our mother and father in the business and as a family we produced regional and cultural tastes of tulumba and desserts which Inegol people loved. We entered a period of rapid growth, enlarged and we were successful in becoming the symbol brand of Inegol. Then we opened in the heart of Inegol city it's Ataturk Thoroughfare and there began to receive tremendous interest. Since 2014 we widened our choices of dessert and began to open branches, the number of them rapidly rose, until 2019 branches in Bilecek 'Osmanlı Tatlı', in Bozüyük Yenişehir and Inegöl. We had seven branches where we welcomed our guests. From 2010 the brand of 'Osmanlı Tatlısı' was increasing by means of our own finances. Then the 3 of us Oğuz, Selcuk and Gokhan brothers wished to show our deep appreciation to the long standing dessert maker and at the same time our foreman and our father so we decided to give to the 7th shop the name of our father

"Fehmi Usta" and we opened our horizons to another adventure. In the November of 2022 we began to start the branding process for "MilkLac" during the 7-8 months it took we completed our infrastructure and began to offer Franchises. In the short period of three months we opened 10 branches and presently 6 more are under construction. In addition to these there are 25 situations of pre agreements going on. This journey which started in 1985 when Fehmi Usta with his movable stand began to sell desserts and is now our story has, with everyone's support reached an uncountable number of branches in Turkey. With 'MilkLac' while on its route to becoming a global brand we will very shortly be positioned throughout Turkey.

### **What do you believe will happen in your sectors future?**

Our profit margins are high enough, the businesses can be easily managed with these two factors in addition to our experience and manner of welcoming customers by always maintaining the rules of our definite work model value will be added both for our investors and ourselves. We base our goals on these conditions and wish to have entrepreneurs with us in Turkey and in other countries. Our goal is by using the opportunities in our branch of business and working together with our investors, effecting R&D and being focused on innovations we are developing new products. These are always based on requests coming from our dealers and customers while we ensure that they fit with our company's principles and basic beliefs. We also are taking different steps with our advertising and our campaigns along with other innovations.







Antalya'nın  
En İyi Tatlıcısını  
**BÜYÜTMEMEYE  
DEVAM EDİYORUZ!**

**SİZ DE BİZE KATILIN**

Başvuru ve İletişim  
**+90 532 296 69 53**

[milklac.com](http://milklac.com)



milklactr



# CUPS&CLOUDS KENDİNE HAS BİR COFFEE BAKERY SHOP

## CUPS&CLOUDS IS A BRAND WHICH HAS ITS OWN UNIQUE METHOD OF

## WORKING A COFFEE BAKERY SHOP

*Amerika Birleşik Devletleri, Delaware Bay'de mini bir Coffee Shop Mağazası olarak faaliyete başlayan Cups & Clouds markası, 2018 yılında bilgi birikimi, reçeteleri, tecrübesi ve global tüm haklarıyla birlikte Türkiye'nin yenilikçi ve dinamik kahve zinciri olarak kahve tutkunlarına özel lezzetler sunuyor.*

Marka, on dört lokasyonu ile yılların tecrübesine sahip olan, alanında yetkin kadrosuyla kahve sektörüne yatırım yapmak isteyen girişimciler ile birlikte büyümeye devam ediyor. Sektörde ispatlanmış başarı örneği, satın alma gücü ve kârlılık odaklı yaklaşıma sahip olan Cups & Clouds, kahve zinciri hedeflerini genişletiyor.

### **Sürdürülebilir organik kahve**

"İyi ve kaliteli kahveye olan tutkumuzu, her geçen gün sayısı artan kahve severlerle paylaşmak için var gücümüzle çalışıyoruz," diyen marka yetkilileri, kahvenin sürdürülebilir tarımsal ürün olması için yerel üreticileri destekleyici projeler içinde yer alıp, onları desteklediklerini belirtiyor. Kahve severlerin kalbini fetheden Cups & Clouds sıcak içecekleri ile olduğu kadar sağlıklı ve hızlı atıştırma seçenekleri, lezzetli tatlı ve sandviçleri, kendine has Clouds Mix'leri ile "Coffee-Bakery Shop" anlayışını farklı bir çığır taşıyor.

### **"Kahvemizi biz kavuruyoruz"**

Cups & Clouds, kahve danışmanlarıyla birlikte Kolombiya, Brezilya, Nikaragua ve Guatemala'daki yerel çiftliklerden en kaliteli kahve çekirdeklerini satın alıp özel kavurma profiliyle Alman teknolojisi Probat kavurma makinesinde taze bir şekilde kavuruyor. Bu sayede her zaman taze ve standart kahve lezzeti sağlıyor. Espresso bazlı temel kahvelerin yanında, Uluslararası Sertifikalı Şef Baristaların özel reçeteli imza içeceklerinin de yer aldığı geniş yelpazeli bir içecek menüsüne sahip. Kahve de olduğu kadar yanındakilerde de iddialı olan marka, sağlıklı yiyeceklerden tatlılara, sandviçlerden çöreklerle kadar her türlü beslenme alışkanlığına hitap eden bir ürün gamı sunuyor.

### **"CUPS&CLOUDS'TA BAŞARILI PROFİL ÇİZEN FRANCHISE MODELİMİZ"**

#### **Müşteri Profili ve İşletme Yaklaşımı**

Cups & Clouds olarak ispatlanmış başarı örneği, satın alma gücü ve kârlılık odaklı yaklaşımıyla sizlere güç veriyor, birlikte büyümenin franchise modelini sunuyor. Marka satmıyor, uzun soluklu ve karşılıklı kazan kazan politikasıyla alt işletmecilerle beraber büyüyor.

#### **Cups & Clouds Franchise Avantajları:**

Mağaza Seçim Desteği • Mimari Konsept Desteği • Personel Seçimi ve Eğitimler  
Ürün Tedariği • Açılış Desteği • Denetim Ekibi • Fizibilite Raporu • Büyüme ve Başarı Süreci

### **KOLAY İZLENEBİLİR SATIŞ ve STOK SİSTEMLERİ**

Satış ve stok sistemleri için dünyanın birçok ülkesinde kullanılan Protel - Micros firması ile çalışan Cups & Clouds, hızlı satış için tüm konfora ve alt yapıya sahiptir. Günlük, haftalık, ve aylık tüm raporları tek tuşla alır, yorumlar sonrasında yol haritanızı en iyi şekilde belirlemenizi sağlar. Sipariş talep etmek, stok sistemini kontrol etmek, fire ve zayi oranlarını görmek, anlık satışları birebir takip etmek çok kolaydır.



*The brand first opened in Delaware Bay in the USA as a mini Coffee Shop, in 2018 later with all the knowledge and experience it had achieved, its special recipes and with all global rights it opened an innovative and dynamic coffee chain and offers its special flavours for lovers of coffee. The brand is in fourteen locations here where with its experienced staff it is enlarging as it enters into partnerships with entrepreneurs who wish to be in the coffee sector. It has a proven success method, a strong supply strength and has a profit focused approach as it widens its coffee network.*

### **Sustainable organic coffee**

An authority from the brand stated "We wish to pass on our attachment to love of good and quality coffee we work hard to spread it to the ever growing number of coffee drinkers", as coffee is a harvested product support is also coming from domestic sources for our project. Cups & Clouds in addition to its hot beverages has Cloud Mixes as healthy and speedy snacks which brings this brand of "Coffee-Bakery Shop" to being of a totally higher level.

### **"We roast the coffee ourselves"**

Cups and Clouds together with their coffee consultants buy their quality coffee beans from the Colombian, Nicaraguan and Guatemalan domestic farms then roast them by a special Probat German technological machine resulting in their always maintaining the same freshness and standards. In addition to the Espresso based coffees there are also private recipes which are effected by Internationally Certified Chef Baristas thus resulting in a wide menu range. The brand also promotes interest in its range of snacks where there are choices of healthy desserts, sandwiches, muffins and tea cakes which are on offer for every manner which the public favours.

### **"THE CUPS&CLOUDS FRANCHISE PROFILE MODEL WHICH HAS SO MUCH SUCCESS?"**

#### **With the profile of its customers and the approach of the management**

Cups & Clouds has a proven record of success, it has buying power and is profit focused it offers to its franchisees a method of enlarging together. It is not selling a brand it is setting up a long term business relationship and Franchisor and Franchisees work together with a win-win policy.

#### **The advantages of a Cups & Clouds Franchise:**

Help with Choice of Premises • Architectural Concept Support • Obtaining and Training of Personnel • Product Supplies • Support for the Opening of Premises • A Control Team  
The Feasibility Report • Support during the Success and Enlargement Period

### **THE BRAND HAS AN EASY TO FOLLOW SALES AND STOCK SYSTEM**

The Sales and Stock systems are those that are used in many different countries it is the Protel-Micros which Cups & Clouds use. It offers all the comforts and foundations for swift sales. It offers daily, weekly and monthly reports which can be obtained by one single tap, after the evaluation it points to the best direction to take for the road ahead. With its order requests, the control of its stocks, the percent of waste and loss and ongoing sales all being an infinite source of support.



# CUPS & CLOUDS<sup>®</sup>

COFFEE / BAKERY

THE BEST COFFEE  
IS BREWED  
IN THE CLOUDS



[www.CupsandClouds.com](http://www.CupsandClouds.com)



Instagram'da  
Bizi Takip Et





# YAHYA PULAT: "İLKEMİZ KAZANDIRAN YATIRIMLAR YAPTIRMAK." YAHYA PULAT: "MAKING INVESTMENTS WHICH BENEFIT OUR COUNTRY."



**Sektörde Aralco Group olarak 10 yılı aşkın süredir faaliyet gösteren firma, Türkiye'nin farklı bölgelerinde, 25 noktada 3 milyondan fazla misafir ağırlayarak sektör ekonomisine ve istihdamına katkı sağlıyor.**

"Komşu Kahve markalarıyla bulunduğu lokasyonlar her şehrin en değerli noktaları, diğer deyişle buluşma noktası olmak zorundadır," diyor Aralco Group Franchise Direktörü Yahya Pulat. "A grubu bir misafir kitlesi ağırladığımız için seçici davranmaktayız. Bu sebeple 2024 yılı için Komşu Kahve olarak Türkiye'nin farklı noktalarında en az 20 yeni şube açma hedefindeyiz. Bu hedef şubelerimizin lokasyonları arasında Ankara, Adana, Aydın, Balıkesir, Denizli, Diyarbakır, Mersin, Kayseri, Kocaeli, Manisa, Muğla, Sakarya, Samsun, Trabzon, Yalova, İstanbul ve İzmir ile birlikte Kıbrıs bulunuyor. Amacımız mümkün olduğunca şehrin buluşma noktalarında komşuluk kültürünü kahve eşliğinde tüm misafirlerimiz hissettirmek," şeklinde açıklıyor markanın hedefleri.

Franchise yatırımı yapacak girişimciler için çalıştıklarını belirten Pulat, bu kitlenin de doğru yatırımı yapmasını sağladıklarını, öncelikle pazarı doğrulanmış bir marka sunduklarını sözlerine ekliyor. "Bu da büyük oranda yatırım riskini izole ediyor," diyerek, yatırımcının işi nerede, ne şartlarda yapacağı konusunun altını çizerek sözlerine şöyle devam ediyor. "Bugün kiralama görüşmelerinden doğru işletmelerin oluşturulmasına kadar ki süreç en az doğru marka yatırım kararı kadar önemli. Biz tüm bu süreçlerde yatırımcıya destek veriyor ve yanlarında oluyoruz. Franchise almak ticari bir iş modeline dahil olmaktan ziyade, popüler olan bir şeyi edinme veya bir moda satın almak gibi... Kazandıran yatırımlar yaptırmayı ilke edinen departmanımız, geliştirdiği analiz yöntemi ve tecrübesi ile hizmet verdiği yatırımcıların ve markaların en doğru kararları verip sürekliliği olan ticaretler yapması için çalışmayı ilke ediniyor."

**The company of Aralco Group has been active for almost 10 years, in different regions of Türkiye they have 25 positions and there welcome more than 3 million guests which results in attaining increases in the sectoral economy in addition to offering employment.**

Aralco Group Franchise Director Yahya Pulat stated "Our positions are always in the most valuable positions in a district so that another manner of expressing it is the best point to meet. As we welcome A group guests it is obligatory that we act accordingly. It is for these reasons that in 2024 Komşu Kahve (Neighbors Coffee) has the intention of opening at least 20 new branches. The locations that we have set our sights on are in Ankara, Adana, Aydın, Balıkesir, Denizli, Diyarbakır, Mersin, Kayseri, Kocaeli, Manisa, Muğla, Sakarya, Samsun, Trabzon, Yalova, İstanbul, İzmir also Cyprus. Our goal is as much as possible to reinstate the coffee culture and have guests understand it."

Pulat explained they work for those who wish to invest and to help them in making the correct investment as they are a brand with excellent experience, he stated "This will greatly influence wrong investment choices" the choice of investment positions the conditions involved then added "Today the conditions of renting are almost as important as the correct brand to choose. Through all these stages we support the Franchisees and are at their side. Buying a Franchise is rather than being a business buy today it's more similar to obtaining something which is popular or buying fashion. The principle of our work is ensuring investors make a profit. We have developed a method of analysis and with this and our experience we serve investors and brands help them make correct decisions and effect good business."





**The Art Waffle**<sup>®</sup>  
of

# FRANCHISE

**DÜŞÜK MALİYET**

**YÜKSEK GETİRİ**

**DOĞRU YATIRIM**

**WAFFLE - KUMPIR - DONDURMA - DONUT**

**SEN NASIL  
İSTERSENİ!**

📱 theartofwaffle

+90 532 746 56 42

+90 555 141 33 88

[www.theartofwaffle.com](http://www.theartofwaffle.com)



# USTALARIN USTASI “İRFAN USTA” DAN KARLI FRANCHISE FIRSATI!

THERE IS THE OPPORTUNITY OF TAKING A PROFITABLE FRANCHISE

FROM THE MASTER OF THE MASTERS “İRFAN USTA”

*İrfan Usta kendi alanında yaptığı yenilikler ve favori lezzetler sınıfına giren ürünleriyle tüketicilerin yanı sıra medyanın da yoğun ilgisiyle karşılaşiyor. Yazılı basınla birlikte televizyon kanallarının ilgisi, hem tüketicilere hem de Franchise alacak yatırımcılara güçlü bir marka iletişimine sahip olma avantajı sunuyor.*

*In his sector İrfan Usta because of the new and flavourful tastes he has introduced is receiving praise not only from his guests but also from the media as well as in the written press but also on TV he has attracted lots of interest so has consequently become a brand which investors find strongly attractive in the meeting with İrfan Temel the founder of İrfan Usta” he answers our questions on his expertise in modest and natural tones.*



## **İrfan Usta ne zaman ve nasıl kuruldu? Hedefleriniz nelerdir?**

Meslek hayatıma 1990'lı yılların başında, İstanbul Beşiktaş'ta lüks bir restoranın mutfağında başladım. Çalıştığım restorandaki ustam yeteneğimi gördü ve yavaş yavaş bana iş vermeye başladı. Bir gün bana “Sen kebab yapabilir misin?” diye sordu ve ustalık hayatım o gün başlamış oldu. Kendimi en iyi şekilde yetiştirerek bugünlere kadar gelmeyi başardım. İstanbul Anadolu ve Avrupa yakasının en iyi altı mekanında çalıştıktan sonra kendi isimle ilk restoranımı 2013 yılında açtım. Birçok hedefimiz var; Franchise sistemiyle restoran sayımızı 2023 yılı sonuna kadar 40 şubeye ulaştırmayı hedefliyoruz. Yılların bize vermiş olduğu tecrübeyle Türk kebab kültürünü tüm dünyaya damak doygunluğunda yaşatmak istiyoruz.

## **Konseptiniz ve uygun lokasyonlar hakkında bilgi verir misiniz?**

Bizim Franchise sistemimiz pide ve lahmacun lezzetleri üzerinedir. Bu konuda iddialı olduğumuz için 8 çeşit lahmacun ve 10 çeşit pidemizle kârlı bir Franchise konsepti oluşturduk. Türkiye’de ilk defa vegan lahmacunu biz yaptık. 60-80 m2, paket servis ağırlıklı çalışan, az elemanla kolay yönetilen dükkanlar, yatırım kararı verilmesinin ardından düşünülen alternatif bölgelerdir. Siz lokasyondaki muhtemel dükkanları belirlediğinizde saha ekibimiz dükkanları yerinde inceliyor. Daha sonra en uygun olan yere birlikte karar veriyoruz.

## **Franchise giriş bedeli ve toplam yatırım maliyeti ne kadardır?**

Franchise giriş bedelini ik etapta 10.000 \$ olarak belirledik. Toplam yatırım maliyetimiz 600.000 - 800.000 TL arasındadır. Şubeler için aylık ciro hedefi ise minimumda 20.000 -30.000 \$ arasındadır. Royalty bedelini ise %3 olarak belirledik.

## **Bayilerde aranan özellikler ve destekler nelerdir?**

Öncelikle özgeçmişlerine bakıyoruz. Sonrasında bizim markamıza uyum sağlayabilecek, vizyon sahibi iş ortaklarımızı İrfan Usta ailesinde görmek istiyoruz. Mimari projenin bize ait olmasını istiyoruz, dekorasyon bütünlüğü önemli çünkü. Usta tedariki ve eleman temini konusunda da iş birlikçilerimize yardımcı oluyoruz. Ustaların eğitimini de biz üstleniyoruz. İş güvenliği sözleşmesinin hazırlanmasına yardımcı oluyoruz. Hedefimiz 2023 yılı sonuna kadar restoranlarımızın sayısını 40’a yükseltmek.

My interest in the kitchen began when I was very young. I learned how to hold a knife when I was ten years old. My working life began in the early 1990s. I started in Beşiktaş in the kitchen of a luxury restaurant. The Master there slowly became aware of my capability and one day he turned to me and asked “Can you make Kebab?” and that was the day which started my life as a master. I made every effort to constantly improve my capabilities and so I came to today successfully. After I had worked in 6 of the best places on the European and Asian sides of Istanbul then in 2013 I opened my first restaurant giving it my own name. From then onwards we have the goal of reaching the number of our franchising restaurants to 40 by the end of 2023. Our Franchise system is based on pide and lahmacun tastes. As we are pretentious on this subject we have 8 kinds of lahmacun and 10 kinds of Pide and we have put in place a profitable Franchise concept with these. We were the first in Turkey to make vegan lahmacun. We received very positive reactions from our guests and because of that, we added them to our most preferred taste list. Our goal is to open one in every district of Istanbul. Within the coming months, there will be investments both abroad and domestically. Within one and a half years our goal is to give 40 Franchises. This year because of the pandemic our maximum services have been given to home deliveries. Premises of 60-80 sq m. Mainly packet service, using few personnel, easy to manage premises and after the location has been decided upon alternative regions. We decide together with the investor on the potential of a high turnover position. Our field team also visits the intended locations. Then all together we make the decision.

**Upon the first stage we state 100,000\$**

**Our total price is between 50,000\$**

**The minimum is between 20,000\$**

**Because the investment changes according to the location it is necessary to discuss with each investor during the Franchise meeting the possible profit margin.**

**We have set it at 3%**

First, we study their previous business lives. Then we estimate if they can fit in with our brand and do we wish to see them join the İrfan Usta family. We wish to be responsible for the architectural project as decoration is important. We help them obtain suitable personnel. We take the responsibility of training their new staff. We help them in the writing of the business security contract. Our end of 2023 goal is to have the number of restaurants come to 40. With our years of experience, we know that the Turkish Kebab culture now interests the whole world so we wish to have people everywhere enjoy it. We have ongoing meetings with America. Additionally, we believe this can be affected by the availability of our well-control partners.





# FRANCHISE VERİYOR !



[franchise@irfanusta.com.tr](mailto:franchise@irfanusta.com.tr)

TEL : 0533 545 02 52





## KUMPİR TUTKUNLARI İÇİN BİR LEZZET ŞÖLENİ: MR. KUMPİR

**\*KUMPİR LOVERS ARE OFFERED A FEAST AT MR KUMPİR**

*Mr. Kumpir, lezzetli ve doyurucu kumpirleriyle tanınan bir gıda firması olarak İstanbul'da büyümeye devam ediyor.* 25 Ekim 2023 tarihinde, şehrin en prestijli ve Beykent'in ilk açık alışveriş merkezlerinden biri olan First Avenue AVM'de yeni bir şube açarak kumpir tutkunlarını ağırlamaya başladı. Bu heyecan verici açılışla birlikte, kumpir tutkunları için bir lezzet şöleni başlıyor. Mr. Kumpir'in First Avenue AVM şubesi, sadece kaliteli malzemelerle hazırlanan lezzetli kumpirleri sunmakla kalmıyor, aynı zamanda sıcak ve samimi bir atmosfer sunuyor. Müşterilere lezzetli atıştırmalıklarını rahatça yiyebilecekleri modern ve ferah bir mekan sunuyor. Bu yeni şube, kumpirin tadını çıkarırken arkadaşlarınız ve ailenizle keyifli zaman geçirebileceğiniz ideal bir mekan sunuyor. Et severler için dana etli kumpirlerden, sağlıklı vejetaryen seçeneklere kadar herkesin damak zevkine uygun bir seçenek bulabilirsiniz. Üstelik, lezzetli garnitürler ve özel soslarla kumpirlerinizi kişiselleştirebilirsiniz. Mr. Kumpir, müşteri memnuniyetine büyük önem veriyor ve kalite standartlarına sadık kalarak her bir kumpiri özenle hazırlıyor. Ayrıca, First Avenue AVM'deki yeni şubede hijyen ve temizlik konularına büyük bir titizlikle yaklaşıyor, böylece müşteriler rahatlıkla yemeklerinin tadını çıkarabilirler. Mr. Kumpir'in İstanbul'daki yeni şubesi, alışveriş molası verenler, arkadaşlarıyla buluşmak isteyenler ve lezzetli kumpir sevenler için mükemmel bir seçenek sunuyor.

*Mr Kumpir a food company well known for its tasty, filling kumpirs continues to enlarge in Istanbul.*

On the 25<sup>th</sup> of October 2023 it opened a new branch in one of the most prestigious positions in Beykent's First Avenue Shopping Center and began to welcome Kumpir lovers. This exciting opening brought a taste feast to those who are passionate about kumpirs. Not only are they made with the best of ingredients at the same time the branch has a warm and welcoming atmosphere a place where customers can enjoy their tasty snacks in modern spacious surroundings. This new branch is an ideal place to enjoy Kumpir together with friends and families. For meat lovers they have calf meat kumpirs, for vegetarians there are healthy choices in fact for everyone a vast choice where everyone finds something to suit their palate.

Additionally they have their own tasty sauces and garnishes, each person chooses differently. The brand attaches great importance to customer satisfaction, while always maintaining their high quality standards each Kumpir is carefully prepared. Also the First Avenue Shopping Center is strong on hygienic and cleanliness so time spent there is most satisfactory. In this new Mr Kumpir branch people can take time out from shopping it's a great opportunity. *\*baked potato*



# KAZANMAK İÇİN BİL YETER

Birlikte büyüme için BİL EĞİTİM KURUMLARI, Türkiye geneli  
Franchise kabulüne devam ediyor.



**BİL ÇOCUK ÜNİVERSİTESİ  
ANAOKULU**  
Dünya İnovasyon Okulu



**BİL KOLEJİ**  
Dünya İnovasyon Okulu



**BİL KURS**  
Kazanmak için BİL Yeter

☎ 0533 778 51 38

🌐 [www.bilokullari.com.tr](http://www.bilokullari.com.tr)  
[www.bilkurs.com.tr](http://www.bilkurs.com.tr)







Tüm Ürünlerimiz Gıda Temas Sertifikalı olup minimum %99,5 saf alüminyum külçe kullanılarak üretilir.

# ALMETAL

SANAYİ VE TİCARET A.Ş.



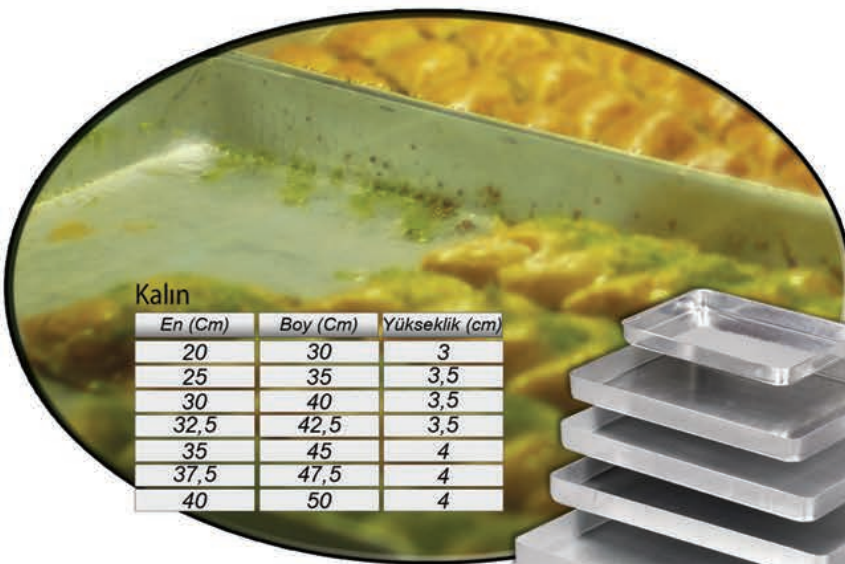
Yarım asırlık mücadele..

## Yuvarlak Baklava Tepsileri



Çap (cm)	Yükseklik(cm)
30	3,5
32	3,5
34	3,5
36	3,5
38	3,5
40	3,5
42	3,5
44	3,5
46	3,5

## Köşeli Baklava Tepsileri



Kalın

En (Cm)	Boy (Cm)	Yükseklik (cm)
20	30	3
25	35	3,5
30	40	3,5
32,5	42,5	3,5
35	45	4
37,5	47,5	4
40	50	4

İnce (Tek Kullanımlık)

En (Cm)	Boy (Cm)	Yükseklik (cm)
20	30	3
30	40	3,5
35	45	3,7

## Açılı ve Kaynaklı Tavalalar

- \* Bütün kenarlar dik açıdır.
- \* Derinlik istenilen ölçülerde uygulanır.
- \* 4 köşesi kaynak kenarlı

Alüminyum 45° Açılı Tava ve Tepsiler  
Kaplama Düz ve Delikli  
Kaplama Düz ve Delikli

En (Cm)	Boy (Cm)	Yükseklik (cm)	Kalınlık(mm)
32,5	53	1	1,5
40	60	1	2
40	60	1	1,5
40	80	1	2
60	80	1	2

İstenilen ölçü ve ebatlarda üretilir.

Alüminyum 90° Kaynaklı Tava ve Tepsiler  
Kaplama Düz ve Delikli  
Kaplama Düz ve Delikli

En (Cm)	Boy (Cm)	Yükseklik (cm)	Kalınlık(mm)
32,5	53	2	2
40	60	2	2
40	80	2	2
60	80	2	2
34	84	2	2
34	84	5	2

İstenilen ölçü ve ebatlarda üretilir.

- \* 45° yatay kenarlar
- \* Derinlik : 10mm





# Tava'da, Tepsi'de Bilirkişi...

## Fabrika

Merkez Mah. Havuzbaşı Kehribarcı Sok.  
No:15/B Gaziosmanpaşa / İSTANBUL  
Telefon : +90 212 578 15 02  
Faks : +90 212 581 72 85  
E-Mail : info@almetal.com.tr

## Showroom ve Merkez Ofis

Telefon : +90 212 659 88 76 - 77-78  
GSM : +90 530 353 12 97  
Faks : +90 212 659 88 79  
E-Mail : info@almetal.com.tr

[www.almetal.com.tr](http://www.almetal.com.tr)

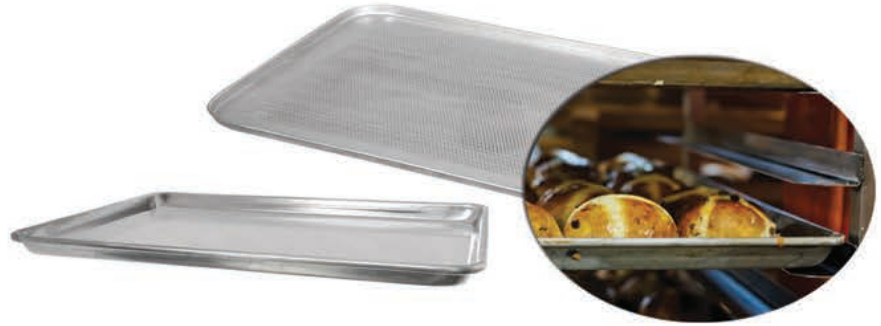
Merkez Mah. Uysallar Sok. Almetal İş Merkezi  
No:1 Gaziosmanpaşa / İSTANBUL

## Künefe Tepsileri



Çap (cm)	Yüzey
12	Düz
14	Düz
16	Düz
18	Düz
20	Düz
22	Düz
24	Düz
26	Düz
28	Düz
30	Düz
32	Düz
34	Düz

## Döner Fırın Tavalara



### Döner Fırınlar İçin Alüminyum Pres Baskılı Tepsi ve Tavalara

En (Cm)	Boy (Cm)	Kalınlık(mm)	Yüzey
60	80	1,5	Düz
60	80	1,5	Delikli
75	104	2	Düz
75	104	2	Delikli
80	100	2	Düz
80	100	2	Delikli
40	60	1,5	Düz
40	60	1,5	Delikli
40	60	2	Düz
40	60	2	Delikli

## Pizza Tepsileri



Çap (cm)	Yüzey
20	Düz / Delikli
22	Düz / Delikli
24	Düz / Delikli
26	Düz / Delikli
28	Düz / Delikli
30	Düz / Delikli
32	Düz / Delikli
34	Düz / Delikli
36	Düz / Delikli
38	Düz / Delikli
40	Düz / Delikli



## Ekmek Tava ve Tepsileri

(Baget, Hamburger, Sandviç Ekmeği)





# “TÜRKİYE’YE EN FAZLA SAYIDA YATIRIMCIYI ÇEKECEK ÜST DÜZEY BİR DANIŞMAN OLMAYI HEDEFLİYORUZ.”

“OUR GOAL IS TO TAKE OUR PLACE IN THE TOP CATEGORY THUS BE THE BEST CONSULTANTS RESULTING THEREFORE IN BEING THE COMPANY WHICH BRINGS THE MOST ENTREPRENEURS TO TÜRKİYE.”

**Türkiye’deki yüzlerce yerli ve yabancı yatırımcıya 2013 yılından bu yana danışmanlık hizmeti veren Buy Business Turkey, markasını ve Franchise’ını büyütmek isteyen tüm markaları iş birliğine davet ediyor.**

We have been consultants for domestic and foreign entrepreneurs since 2013 with our brand Buy Business Turkey consequently we invite all entrepreneurs who wish to brand or to enlarge by Franchising to effect it with our company.

## **Kendinizi tanıtır mısınız?**

Mehdi Alimardani: Buy Business Turkey olarak 2013 yılından bu yana Türkiye’deki yüzlerce yerli ve yabancı yatırımcıya işlerini geliştirmelerine veya yeni iş fırsatları bulmalarına yardımcı olmak için danışmanlık hizmeti veriyoruz. Uluslararası danışmanlık tecrübemiz ile yerli ve yabancı iş adamlarını ve şirketleri Türkiye’de yatırım yapmaya teşvik ediyor, projelerinin her aşamasında onlara bireysel olarak eşlik ediyoruz.

## **Faaliyet alanınızdan söz eder misiniz?**

Buy Business Turkey markası altında yatırımcılara birçok sektörde işletme Franchise’ları sunuyor ve yeni iş kurmalarına yardımcı oluyoruz. Ayrıca gıda sektöründe faaliyet gösteren restoran ve kafelere danışmanlık hizmeti veriyoruz.

## **Hizmetleriniz hakkında bilgi verebilir misiniz?**

**Buy Business Turkey aşağıdakiler de dahil olmak üzere çeşitli danışmanlık hizmetleri sunmaktadır:**

- Franchise markaların yurt içi ve yurt dışı reklamları
- Devredilen yatırımlar ve işletmeler için danışmanlık ve halkla ilişkiler çalışmalarının sağlanması
- Yabancı yatırımcılar için Türkiye’de şirket tescilli
- Yeni kurulan firmalara insan kaynakları desteği
- İşçilere ve öğrencilere iş fırsatları yaratmak
- İşletme kurmak
- Pazarlama ve pazarlama danışmanlığı
- Mimarlık ve dekorasyon hizmetleri
- Teknoloji yatırım tavsiyesi
- ve diğer birçok hizmet.

## **Will you please introduce yourselves?**

As Buy Business Turkey brand from 2013 onwards we have been consulting in Türkiye for hundreds of domestic and foreign investors who wish to enlarge their businesses or find new business opportunities. With our experience in international consultancy we have worked with foreign and domestic businessmen and companies wishing to make investments in Türkiye have encouraged and been constantly at their side throughout every individual stage of their project.

## **Will you tell us of your sectors of action?**

As Buy Business Turkey we offer support in many different sectors, forming Franchises and also helping in the setting up of new businesses. Additionally we are active also in the food sector where we consult for restaurants and cafes.

## **Please tell us more about the range of your services?**

**Our brand Buy Business Turkey serves in the below detailed subjects**

- The advertising of Franchise brands domestically and internationally
- If investments or businesses are being turned over in their setting up we coordinate and consult to ensure public participation
- We help the newly set up business with human resources
- We create opportunities of working for workers and students
- We form the whole new formation
- We consult on marketing in the sector
- We effect architectural and decorative services
- We advise on the investment effected for technology
- Along with many other services.







Pouria AMIRZADEH

Mehdi ALIMARDANI

Amin HAMRAHI

### **Müşteri portföyünüz hakkında bilgi alabilir miyiz?**

İran, Azerbaycan, Rusya, Ukrayna gibi çeşitli ülkeler ve Ortadoğu bölgesi ülkeleriyle iş ilişkilerimizi geliştirdik. Elli ülkedeki paydaş yapılarıyla etkin iletişim sayesinde ağımız genişledi.

### **Firmalara hangi alanda hizmet veriyorsunuz?**

Gıda, üretim tesisleri, işletme Franchise'ları, bilgi teknolojisi, otomotiv, e-ticaret platformları ve yeni nesil girişimler dahil olmak üzere çeşitli alanlarda faaliyet gösteriyoruz. Ayrıca geniş danışmanlık kadromuz ve ortaklıklarımızla müşterilerimize birçok alanda yardımcı olabiliyoruz.

### **Kaç şubeniz var ve iş ilişkilerinizi nasıl tanımlarsınız?**

Buy Business Turkey'in merkezi İstanbul'da olmakla birlikte, Türkiye'nin ondan fazla ilinde ve 50'den fazla ülkelye iş ilişkilerimiz bulunmaktadır. Geniş bağlantıları ve yetkili iş ortakları sayesinde bu ağı her geçen gün büyümeye devam edecektir. Buy Business Turkey, Türkiye'nin ve dünyanın her yerindeki müşterilerine hizmet verebilecek şekilde organize edilmiştir.

### **Girişimcilerin sizi tercih etme nedenleri nelerdir?**

Girişimcilerin bizi tercih etmesinin temel nedeni, çeşitli alanlarda kapsamlı ve uzmanlaşmış danışmanlık hizmetleri sunabilme yeteneğimizdir. Yatırımcıların Türkiye'deki en iyi iş fırsatlarından faydalanmalarına yardımcı oluyor ve projelerini farklı aşamalarda destekliyoruz. Uluslararası danışmanlık konusundaki tecrübemiz ve uzmanlığımız da girişimcilerin bizi tercih etmesinde önemli rol oynuyor.

### **Firmanızın son dönemde Türkiye'de geldiği noktayı nasıl değerlendiriyorsunuz?**

2013'teki kuruluşumuzdan bu yana zaman içinde geliştik. Uluslararası bir danışman olarak çok sayıda iş adamı ve yatırımcıyı Türkiye'ye yatırım yapmaya teşvik edebildik ve projelerinin her aşamasında onlara bireysel olarak eşlik edebildik. Bu, markamızın başarısında artışa ve parlak bir büyümeye yol açtı.

### **Firmanızın gelecek dönem hedefleri nelerdir?**

Şirketimizin temel hedefi, Türkiye'ye en fazla sayıda yatırımcıyı çekecek üst düzey bir danışman olmaktır. Bu hedefe ulaşmak için Türkiye'de faaliyet gösteren, markasını ve Franchise'ını büyütme isteyen tüm markaları iş birliğine davet ediyoruz. Aynı zamanda uluslararası işletme danışmanlığı alanındaki tecrübe ve bilgi birikimimizi girişimcilere ve yatırımcılara en iyi şekilde aktarmaya çalışıyoruz. Ekonomiyi geliştirmeye ve daha büyük yatırımları çekmeye yönelik vurgumuz devam ediyor.

### **Will you tell us of your company's customer portfolio?**

We have developed relationships with companies in Iran, Azerbaijan, Russia, Ukraine and other middle eastern countries. We have stakeholders in fifty countries which maintain our wide network.

### **On which sectors does your company consult?**

Food, production facilities, activating Franchises, technical knowledge, automotive, e-business platforms and even new generational entrepreneurs. Additionally because of our extremely wide consultancy personnel and our partners we are able to give help to our customers in many different fields.

### **How many branches do you have and how would you describe your work partners?**

The central of our brand is in Istanbul while we also have more than ten branches in Türkiye additionally we have business relationships in more than 50 countries. Viewing our extremely wide network and capable partners our network will widen day by day. Our company is organized so that it has the ability to serve its clients throughout the world.

### **Why do entrepreneurs prefer your company?**

Entrepreneurs mainly choose our company as we have the ability to work on a very wide number of sectors, we have expert consultants and have the ability to help entrepreneurs find the very best opportunities in Türkiye and we support them during all these actions. Also of great interest and importance to them are our abilities to offer expertise due to our experience via our experts.

### **How do you evaluate the position which your company has achieved in Türkiye?**

Beginning from our formation in 2013 up to the present we have developed greatly. We have been international consultants for a large number of investing business men and have been able to encourage them and to closely work with them in Türkiye. This is the reason that our brand has become successful and has opened the way to a bright future route.

### **Which are the goals which your company has for the future?**

The main goal of our company is to be the consultants which have brought the most investors to Türkiye consequently we are encouraging all who wish to take out Franchises or enlarge in our country to work together with us. We in return due to our experience and knowledge in the international markets instill this knowhow in those working with us. Developing our economy and attracting bigger investments is our ever ongoing goal.





# MUSTAFA EMRAH ÖZDEMİR: "İŞİMİZİ, GİRİŞİMCİYİ GELECEĞE TAŞIMAK."

MUSTAFA EMRAH ÖZDEMİR: "IT IS OUR BUSINESS TO CARRY INVESTORS TO THE FUTURE."

*"Sektöre giriş yapacak girişimcilerin Gayrimenkul Broker'ı eğitimlerini, işinin ehli eğitmenlerden almalarını sağlıyoruz. Deneyim edinmeye başlarken de bu sektörün en kıymetli koçları ile işletmelerini ve sermayelerini büyütmelerine yardımcı oluyoruz," diyor Mustafa Emrah Özdemir. Firmanın tüm çalışmalarını ise "Broker'larımıza başarılı olmaları için ihtiyaç duydukları kaynakları sağlamaya kendimizi adadık ve gayrimenkul geliştirme yaklaşımının bizi sektörde farklı kıldığına inanıyoruz," şeklinde özetliyor. Özdemir ile Kristal Türkiye Gayrimenkul Franchise hakkında konuştuk.*

"For those entrepreneurs who wish to enter the sector we ensure that they are taught the subject of Real Estate by competent people. While they are attempting to begin there we ensure that they have the very best teachers who can help them to manage such a business while also helping them to increase their investment," says Mustafa Emrah Ozdemir. All the work that we effect "Is for our brokers to become successful, to ensure they can find new channels of work we believe that our devoting ourselves so completely to this goal make us special in the sector. We talked with Ozdemir about Franchising with the Kristal Turkey Real Estate.

## Sizi kısaca tanıyabilir miyiz?

Ben, Mustafa Emrah Özdemir. Erzurum 1986 doğumluyum. Dedem ve babam tanınmış tüccarlardır. Kristal Grup Yönetim Kurulu Başkanı ve Kristal Türkiye Ülke Başkanı olarak görev almaktayım. Evli ve üç kız evlat babasıyım. Eğitim-öğretim hayatımı İstanbul'da tamamladım. Üniversite yıllarından itibaren ailemin de içinde bulunduğu çeşitli sektörlerde girişimci olarak yer aldım ve Bursa'da müteahhitlik yaptım. Bu süreç ürün-stok-istihdam süreçlerinden hizmet sektörüne geçiş yapmamı sağladı. 2013 yılında Bursa'da uluslararası bir gayrimenkul şirketi franchise sahibi oldum. "En Büyük Ekip ve Uluslararası Ciro" ödüllerine layık görüldüm. Sonrasında ise Türkiye pazarına yeni giriş yapan başka bir uluslararası gayrimenkul markasının franchise sahibi oldum. 2018 yılına kadar da burada uluslararası ciro başarısı ve dev ekiplerle elde ettiğimiz başarı ile güzel bir yol kat ettim. Tecnosap ve Organize Sanayi yeni yerleşim bölgelerinde ve Türkiye'nin marka beldelerinde topraktan cins değişikliğine, arsadan konut, ticari ve turizm konutlarına kadar sayısız proje ortaya koyarak kârlı yatırımları arsa yatırımcısına ulaştırdım. Bu güzel yolculukta 7 milyar 100 milyon TL katma değerli yatırımcı kitlesi ile yürümeye devam etmekteyim. 2019 yılında Kristal Türkiye markası ile franchise sektöründe yerli ve millî marka olarak 36 şube ile gayrimenkul alım-satım-kiralama ve arsa ofislerine sahibiz. Bünyemizde yer alan her ofis ise Kristal Sigorta acentası olarak da hizmet vermektedir.

## Firmanızın kuruluş ve gelişim süreci

### hakkında bilgi alabilir miyiz?

KR Grup'un temellerini 2010 yılında attık. Bugün ise bünyesinde yer alan hukuk, şehir planlama, inşaat, tekstil, maden, lüks otomotiv, zehirli atık geri dönüşümü, Kristal Sigorta, Kristal Teknoloji ve Kristal Türkiye Gayrimenkul Franchise olmak üzere şirketlerimiz ile sektörde katma değer üretmeye devam ediyoruz.



Mustafa Emrah ÖZDEMİR

## Could you provide some information about the foundation of your company and the process of its development?

KR Group was established in 2010 and today, we operate in various sectors including law, urban planning, construction, textile, mining, luxury automotive, toxic waste recycling, Kristal Insurance, Kristal Technology, and Kristal Türkiye Real Estate Franchise.

## Could you provide insights into the factors that make entrepreneurs prefer your company?

Through our journey of bringing together Turkey's most successful real estate entrepreneurs, we have achieved a great deal of success, becoming the leader in the sector as Turkey's domestic and national real estate brand. Our status as a domestic and national brand has played an instrumental role in





### Sizce girişimcilerin firmanızı tercih etme nedenleri nelerdir?

Türkiye'nin en başarılı gayrimenkul girişimcilerini bir çatı altında toplama idealimizle çıktığımız bu yolculukta elde ettiğimiz başarılar ile, Türkiye'nin yerli ve millî gayrimenkul markası olarak sektöre değer katmaktayız. Tabii ki yerli ve millî marka olmamız ve bunun yanı sıra sektöre girdiğimizden bu yana elde ettiğimiz knowhow ve başarılar girişimci ve yatırımcının bizi tercih etmesinde büyük bir rol model oluyor. Bizler bu yolda birlikte yürüdüğümüz tüm girişimcilerimizi ve yatırımcılarımızı en güçlü yanımız olan arsa yatırımında da kazandırıyor ve kârlılık pastasının içerisine dahil ediyoruz. Kazançlı işler yapmalarını sağlamanın yanı sıra kendi işinin patronu olma ve dünyaya açılma fırsatı da sunuyoruz. Sunduğumuz bu fırsatla yabancı gayrimenkul yatırım ortaklığı sermayemizi bölgesinde değerli gayrimenkul yatırımlarına dönüştürmelerini sağlıyor, onlara kârlılık ağının kapılarını sonuna kadar açmış oluyoruz. Biz gayrimenkul hikâyesinin başladığı membanın, arsanın liderleriyiz. Bu bir maraton uzun ve kârlı bir yolculuk. Bugün arazi yarın ise akıllı proje. Yani Kristal Türkiye gayrimenkulde akıllı yatırımcının gelecek dünyası.

### Sizden franchise alanlara ne gibi destekler sağlıyorsunuz?

Kristal Türkiye olarak sadece Kristal Türkiye'yi geliştirmekle kalmıyor, aynı zamanda Kristal Enstitü eğitimleri ile profesyonellerimizi de geliştiriyor, onları başarıya giden yolda yalnız bırakmıyoruz. Profesyonellerimize marka gücü kazandırmanın yanı sıra sektördeki bilinirliğimiz ile de geniş bir network ağına sahip olmalarını sağlıyoruz. Bu network ağıyla da tabii ki kazançlı işler yapmaları kaçınılmaz oluyor. Böylelikle dahil oldukları franchise dünyasında yapmış oldukları yatırımın karşılığını profesyonel bir şekilde alabiliyorlar.

**Sektörde yer alan girişimci için;** Alıcı-satıcı pazarı eğitimleri ve koçluk programı ile Kristal Türkiye sistem ve modelinin kurulumunu sağlıyoruz. Müşterilerimizi haftada bir buluşturduğumuz KR Ring organizasyonumuzda karlı yatırıma dahil ediyoruz. Kristal Türkiye'ye özel arsa yatırım bölgeleri ve projelerinin sunumunu yapıp bugün yönettiğimiz 7 milyar 100 milyon TL arsa geliştirme KR Arsa'ya dahil ediyoruz. Günlük, haftalık, aylık, üç aylık ve yıllık periyodik olarak işletmelerin performansları ve kârlılık karnelerini sunuyoruz. Böylelikle bünyemizde yer alan ofisler arasında da rekabet ortamı oluşturuyor, profesyonellerimizin motive olmalarını sağlıyoruz.

**Sektöre yeni giriş yapacak girişimci için;** Gayrimenkul Broker'ı eğitimlerini işinin ehli eğitimler tarafından almalarını sağlıyoruz. Deneyim edinmeye başlarken de bu sektörün en kıymetli koçları ile işletmelerini ve sermayelerini büyütmelerine yardımcı oluyoruz. Her ay düzenli olarak bölgelerimizde paydaşlarımızla bir araya gelerek girişimcilik seminerleri düzenliyoruz. Böylelikle bünyemizde yer alan Broker'larımızı sektöre yeni dahil olmuş girişimciler ile bir araya getirip onlara işimizi anlatıyor, ekiplerimizi büyütüyoruz. Çıracı ustayı geçerse sanat olmaz derler. İşimiz girişimciyi geleceğe taşımak. Özetle, Broker'larımıza başarılı olmaları için ihtiyaç duydukları kaynakları sağlamaya kendimizi adadık ve gayrimenkul geliştirme yaklaşımımızın bizi sektörde farklı kıldığına inanıyoruz.

attracting the entrepreneurs and investors who have chosen to work with us. Our primary focus is on land investment, which is our strongest asset. We work closely with our entrepreneurs and investors to ensure that they are able to earn significant returns through our investment strategies. In addition to helping them achieve profitability, we also provide them with the opportunity to become entrepreneurs themselves and expand their business on a global scale. By leveraging our foreign real estate investment trust capital, we are able to help our partners secure valuable real estate investments while also providing them access to our extensive profitability network. As pioneers of the real estate industry, we recognize that this is a long and profitable journey, and we are committed to being at the forefront of innovation. Today, we focus on land investments, but tomorrow, we look forward to advancing smart projects that will shape the future of the industry. Our vision is to create a future world of smart investors in real estate, and we are confident that Kristal Türkiye will play a key role in bringing this vision to life.

### Could you elaborate on the types of support that your organization provides to its franchisees?

Kristal Türkiye is committed to providing extensive support to its franchisees. In addition to developing the Kristal Türkiye brand, we focus on the professional growth of our franchisees through Kristal Institute trainings. We recognize the importance of a strong network and brand recognition in the industry, and thus ensure that our franchisees have access to both. Our franchisees can leverage this network to create profitable business opportunities and realize a return on their investment. Kristal Türkiye is dedicated to providing our franchisees with the resources they need to succeed in the franchise industry.

### For the entrepreneurs in the sector:

Our primary objective is to establish the Kristal Türkiye system and model, which incorporates buyer market trainings and coaching programs. All our esteemed buyer and seller customers are members of our KR Ring organization and are convened once a week. We present land investment zones and projects that are exclusive to Kristal Türkiye and include them in the 7 billion 100 million TL land development investment fund that we currently oversee. To maintain transparency, we regularly update the performance and profitability scorecards of businesses on a daily, weekly, monthly, quarterly, and annual basis. By doing so, we effectively create a competitive environment among the offices within our organization, which in turn, ensures that our professionals are highly motivated and remain at the top of their game.

### For the new entrepreneur about to enter the sector:

Our organization prides itself on the provision of high-quality training for our Real Estate Brokers, delivered by competent and experienced trainers. As our Brokers begin to gain practical experience, we offer our assistance to help them grow their businesses and increase their capital through engagement with the most valuable coaches in the industry. We also organize regular entrepreneurship seminars in our regions, during which we bring together our Brokers with new entrepreneurs in the sector. These seminars provide an opportunity for us to showcase our business and expand our teams. Our philosophy is rooted in the belief that the apprentice can surpass the master, and we are committed to supporting the entrepreneur in reaching their full potential. In summary, we are dedicated to providing our Brokers with the resources they need to succeed, and we believe that our approach to real estate development sets us apart as a leader in the industry.



Deniz TUNAKAN



## İBRAHİM URLULU: “ÖZSÜT BAYİLERİNİN YATIRIMLARINDAN DOLAYI MUTLU OLMASINI İSTİYORUZ.”

## İBRAHİM URLULU: “OUR BRAND OZSUT WISHES OUR DEALERS TO BE HAPPY WHEN THEY HAVE INVESTED WITH US.”

*Seksen beş yıllık bilgi birikimiyle franchise almayı tercih eden girişimcilere önemli fırsatlar sunan ÖzSüt, 1996 yılından bu yana Türkiye’de franchise sistemini uyguluyor. Bu özelliği ile ülkemizin franchise veren ilk markalarından biri konumunda olan marka, o dönemden bugüne her zaman bayisine iyi kazandırma ve sürekli büyüme özelliğiyle yatırımcı adaylarının ilk tercihi durumunda bulunuyor. ÖzSüt Yönetim Kurulu Başkanı İbrahim Urlulu ile marka hakkında konuştuk.*

**Firmanızın kuruluş ve gelişim süreci hakkında bilgi alabilir miyiz?**

**İbrahim Urlulu - ÖzSüt Yönetim Kurulu Başkanı:** ÖzSüt’ün serüveni 1938 yılında İzmir Kemeraltı’nda, 16 metre karelik bir dükkânda başladı. Kurucumuz Sefer Usta, Osmanlı mutfağın kökenli bir tatlı ustasının yanında yetişiyor. ÖzSüt, önce yoğurt ve kaymak satmakla işe başlıyor ve ardından bugün de aynı lezzetle misafirlerimizle buluşan kazandibi tatlımızla tanınıp seviliyor. Marka serüvenine geleneksel tatlılar üretmekle devam eden ÖzSüt, özellikle 70-80’li yıllarda ününü giderek artırıyor ve İzmir’in alamet-i farikalarından biri haline geliyor. 1980 yıllara gelindiğinde ise Sefer Usta’nın oğlu olarak benim liderliğimde ve ÖzSüt ustalarının da ortaklığıyla büyümeye başladık. ÖzSüt’ün ilk şubasını 1996 yılında İzmir Alsancak’ta açtık. 1996 yılından itibaren ise franchising sistemine geçerek şube sayımızı hızla artırmaya başladık. Markamız 1990’lı yıllarda franchise uygulamasının ülkemizdeki öncülerinden olarak tüm Türkiye’de yaygınlaştı. İzmir’den çıkarak Türkiye’ye mal olan ve ülkemizde herkes tarafından tanınıp sevilen bir marka haline geldi. Ürettiğimiz her ürünün arkasında titiz bir Ar-Ge çalışmasının izi var. ÖzSüt’ün geleneksel tatlıları, ülkemizde olduğu gibi yurt dışında da yoğun ilgi görüyor. Türkiye’nin 45 ilinde 150’ye yakın mağazamız ve yurt dışında ise Azerbaycan’da bulunan 7 şubemizle faaliyetlerimize devam ediyoruz. Beş bine yakın çalışmamız ile on binlerce misafirimizi ağırlamayı sürdürüyoruz.

**Sizce girişimcilerin firmanızı tercih etme nedenleri nelerdir?**

ÖzSüt olarak 85 yıllık bilgi birikimimizle franchise almayı tercih eden girişimcilere önemli fırsatlar sunduğumuza inanıyoruz. Markamız 1996 yılından itibaren Türkiye’de franchise sistemini uyguluyor. Bu özelliği ile ülkemizin franchise veren ilk markalarından biri konumundayız. O dönemden bugüne ÖzSüt, her zaman bayisine iyi kazandıran, büyümekten hiçbir zaman vazgeçmeyen bir marka olarak yatırımcı adaylarının ilk tercihi oldu. Elbette yatırımcı adaylarının franchise konusundaki en büyük önceliği yatırım yapacakları markanın sağladığı kârlılık oluyor. Bu noktada ÖzSüt’ün yatırımcı adaylarına daima iyi para kazandırması, girişimcilerin yaptıkları yatırımın geri dönüşünü 3 yılı aşmayan bir sürede geri alacak olmaları markamızın tercih edilmesinde büyük rol oynuyor. ÖzSüt olarak yatırımın geri dönüşü konusunda 3 yılı aşmayan planlarla franchise’larımızla çalışıyoruz. Bunu yaparken de çok dikkatli bir şekilde yatırımcı adaylarının profilini ve franchise’i açacağı lokasyonu analiz ediyoruz. Emin olmadığımız lokasyona yatırımcı adayını ısrar etse dahi onay vermiyoruz. ÖzSüt’ün tüketici nezdindeki yüksek algısı, markamızın yatırımcıların ilk tercihi olmasını sağlıyor. Lokasyon konusunda yatırımcıları yönlendirirken birçok parametreyi göz önünde bulunduruyoruz. Bölgedeki mağaza penetrasyonumuz, rakip analizi, hedef kitlemiz, açılacak olan mağazanın özellikleri, yatırımcı adayının profili, yatırımın geri dönüş süresi gibi pek çok konuyu göz önünde bulunduruyor ve yatırımcı adaylarına bu bilgileri son derece şeffaf şekilde aktarıyoruz, çünkü ÖzSüt bayilerinin yatırımlardan dolayı mutlu olmasını istiyoruz ve bunu başaran bir markayız. Bu çalışmalarımıza ilaveten eğitim departmanımızın mağazalarımızda uyguladığı oldukça yoğun ve başarılı program ile operasyonel

*The brand has 85 years of experience and to those who invest with it we offer good opportunities, from the year 1996 it has been using the Franchise system. Our company differs from others in that it was one of the first to use franchising. From that point onwards we have always worked to ensure that our dealers earn well and that we are constantly enlarging those are the reasons that we are one of the first choices when a brand is chosen. We talked with their Chairman of the Board İbrahim Urlulu about their brand.*

**Will you first tell us of the founding and development period?**

**İbrahim Urlulu - ÖzSüt Chairman of the Board:** ÖzSüt’s adventure first began in 1938 in İzmir Kemeraltı in a shop measuring 16 sq.m. Our founder was Sefer Usta who was primarily making desserts for the Ottoman kitchen. Ozsüt began by selling yogurt and kaymak and from that day onwards and today the brand still loves to have its customers enjoy kazandibi. \*The brand throughout its journey has continued to make those traditional desserts especially in the years 70-80 its fame increased. Coming to the 1980 years I who am the son of Sefer Usta took on the ownership and leadership of the company together with certain of the Ozsüt foremen and increased in size. We opened our first branch in 1996 in İzmir Alsancak then from 1996 onwards we began to franchise and the number of branches rapidly rose we were one of the first brands in the country to use the franchising system we stopped working only in İzmir and spread throughout the whole of Türkiye and our products rapidly gained favour and a much loved brand. Every single item which we produce has behind it the signs of careful R&D. Our traditional desserts became loved not only domestically but are much favoured abroad. In 45 of the regions of Türkiye we have near to 150 branches and abroad we have 7 branches those are situated in Azerbaijan. We have almost five thousand personnel who welcome our near to ten thousand guests.

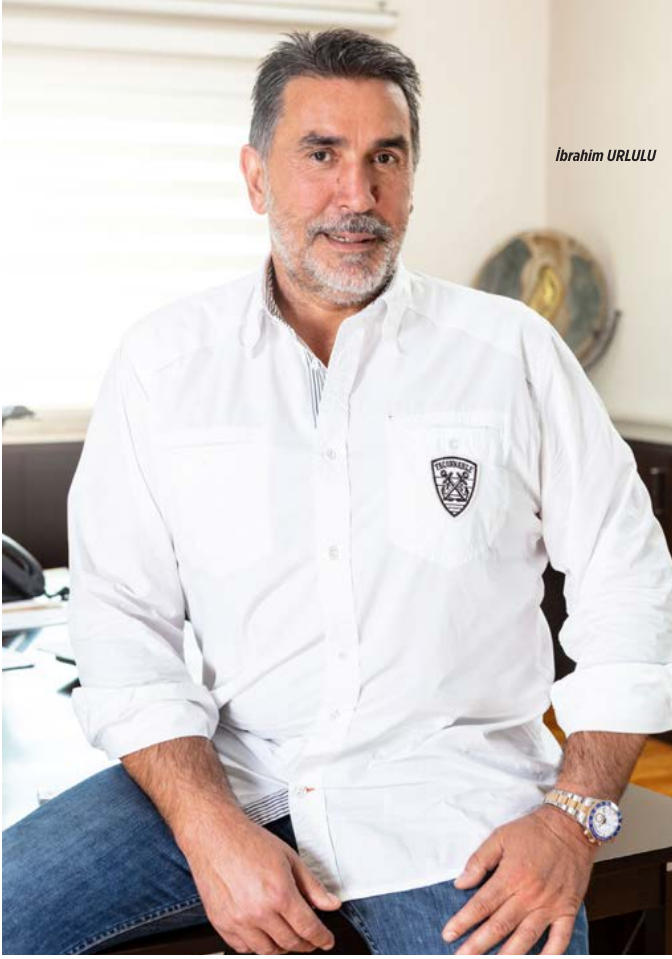
**Which are the reasons that entrepreneurs prefer your company?**

We believe that our brand with its 85 years of experience has excellent opportunities to offer to investors. Our brand is using the franchise system since 1996 meaning we were one of the first companies in Türkiye to use this system so in other words that is one of our unique qualities from that period until today Ozsüt has always ensured that its dealers make a good profit and we never stop enlarging that is another reason they prefer us. Naturally one of the primary questions of the franchisees is what kind of profit will they make when they understand that return of capital is maximum 3 years it makes them even more positive. We have planned our system so as to ensure capital return within the said 3 years. While effecting those plans we study with great care the profiles of those candidates who wish to join us and carefully analyze the placement of their premises. If we are not sure about a new position even if the franchisee insists we do not give our agreement. When discussing or visiting proposed new positions our evaluation is on customer turn out. When we are advising them on locations we study the subject from many different parameters.

What is the penetration of other shops nearby, analysis of the competition, the customer required level, the specialities which the shop would sell and the profile of the candidate and we discuss all such points in a clear open manner with them as we at Ozsüt are a brand which wishes our franchisees to be happy and so we succeed.

In addition to those actions we have an educational department where the personnel of our shops can study a quite complex and successful program as we strive to reach perfection. In





Ibrahim URLULU



mükemmellikte hedeflerimize ulaşıyoruz. Ar-Ge departmanımız ve dünyaca meşhur şeflerimizin katkılarıyla pasta, unlu mamul ve çikolatada menümüzde sürekli değişiklikler yapıyor ve bayilerimize yeni satış kanalları sağlıyor. Yoğun reklam kampanyalarıyla da bayilerimizi destekliyoruz. Son derece başarılı bir lojistik operasyon ile Türkiye'nin dört bir yanındaki mağazalarımıza ürünlerimizi günlük ve taptaze şekilde ulaştırıyoruz. Gıda güvenliği, sağlıklı ve doğal ürünler sunma konusunda gösterdiğimiz hassasiyetle tüm lezzetlerimizi hiçbir koruyucu katkı maddesi olmadan, mevsime özel en taze ve yerel ürünlerle hazırlamamız da en önemli özelliklerimizden. Bu da Özsütlerin kendilerine has müdavimlerini yaratmasına neden oluyor. Özsüt olarak hem lezzetlerimiz hem de franchise yaklaşımımız ile yatırımcı adaylarına güven veriyoruz. Tüm bu özelliklerimizle yatırımcıların öncelikli tercihi olmaya devam ediyoruz.

#### **Firmanız bünyesinde Franchise sistemiyle açılacak bir mağazanın ortalama maliyeti nedir?**

İsim hakkı bedelimiz 2024 itibarı ile 750 bin TL+Kdv'dir. Franchise bedeli dışında elbette ki inşaat maliyetleri söz konusu, ancak şubelerimizin konsepti genel olarak aynı olmasına karşın maliyetlerde menü içeriğine göre farklılıklar olmaktadır. Menü içeriğinde yemek konseptinin de olması durumunda diğer mağazalarımıza göre daha yüksek bir maliyet ile karşılaşmaktayız. Bunun dışında kiralanan mağazanın alt yapısı da kaba inşaat maliyetlerini etkileyebilmektedir. Piyasa koşulları biliyorsunuz çok değişken, o sebeple tam bir rakam vermek hayli zor. Ancak anahtar teslim maliyetlerimiz m<sup>2</sup> başına 800-900 Amerikan doları arasında değişmektedir diyebiliriz. Özsüt standartlarında gerekli olan 200-250 m<sup>2</sup> kapalı alan ve 100 m<sup>2</sup> ise açık alana sahip bir şubenin anahtar teslim maliyeti yaklaşık 250 bin USD civarında gerçekleşmektedir. Şube inşaatını, projeyi birebir uygulamak şartı ile bayilerimiz de yaptırabilirler. Dilerlerse de çalıştığımız firmalar aracılığı ile yaptırma şansları bulunmaktadır.

#### **Önümüzdeki dönem hedefleriniz nelerdir?**

Özsüt olarak her zaman yeni fikirlerle ve konseptlerle büyümeye devam eden bir markayız. Özsüt markamız dışında Özsüt Select, BONTON Özsüt gibi beğenilen ve çok ilgi gören yeni konseptlerimizi büyütme ve yurt dışında daha fazla varlık göstermek gelecek planlarımız bulunuyor. Şu anda yurt dışında Azerbaycan'da 7 mağazamız başarılı şekilde gidiyor. Ayrıca Körfez ülkeleri ile temas halindeyiz. Birçok aday ile görüşüyoruz. Suudi Arabistan'da mağaza açma çalışmalarımız devam ediyor. Bunun dışında Avrupa'da Türklerin yoğun olarak yaşadığı Almanya, Avusturya ve Fransa gibi ülkelerde de olmayı arzuluyoruz. Ayrıca Amerika, İsviçre, Belçika gibi ülkelere yoğun ihracat ilişkilerimiz sürüyor. Gelecekte ihracat yaptığımız ülke sayısını artırmak için ise çalışmaya devam ediyoruz.

the R&D department with participation from some of the famous chefs of the world we often change the cake, the flour products and our chocolate menu's and we also with such changes offer our franchisees different alternatives of sale, we help them with the big advertising campaigns which we offer. By the use of a successful logistical setup we are able to ensure that our products reach all sides of Türkiye daily and are extremely fresh. All our products are secure, healthy and natural, this is maintained by our ensuring great care is taken with ingredients and having none of our items include artificial protective substances. One of the differences of our company is that we use seasonal fresh and regional ingredients. This means that Özsüt itself has created regulars. The manner in which Özsüt itself approaches its flavours and its franchising are the reasons that investor candidates feel secure. It is due to all these reasons that we shall be a primary choice.

#### **When premises are opening with a franchise from your company what is the cost for the Franchisee?**

Use of our name from 2024 is 750 thousand TL+KDV of course apart from the Franchise payment then comes the price of the building, there, although we wish to have our concepts generally the same differences arise those are menu based. If a branch wishes to have a food concept that is when price differences occur. Apart from that if the premises are being rented then building foundations are effected that also is added to the expense. As you are aware the differences in the sector change very rapidly and it is for this reason that quoting an actual figure is extremely difficult however turn key delivery is per sq.m. between 800-900 USD. The standards required by Özsüt are a closed area of 200-250sq.m. and an open area of 100sq.m such premises with turn key delivery are around 250 thousand USA. The franchisee if he/she wishes can have the premises built providing they comply with our projects or otherwise use our service.

#### **Which are your goals for the upcoming period?**

We at Özsüt are a brand which is open to innovations and new concepts and will continue to enlarge in addition to our brand name we have other brands such as Özsüt Select and BONTON Özsüt those are new concepts which have met with approval and interest for the future we plan to have more assets abroad. Presently we have 7 branches in Azerbaijan which are working very successfully, we are also in many discussions with the Gulf States. We meet with many candidates. In Saudi Arabia we are trying to open premises there. Apart from these we wish to be in European countries such as Germany, Austria and France where there are large Turkish populations. Also we have developing export relationships with America, Switzerland and Belgium. Resulting in our always working with additional countries \*The brand name is actually spelt Özsüt plus many of the desserts are regional.



# ÇOCUK EĞLENCE ALANLARININ PARLAYAN YILDIZI: CED-GO SHINING STAR OF CHILDREN'S ENTERTAINMENT AREAS: CED-GO

**Yeni nesil, inovatif, uzaktan ve kolay yönetilen iş modelinin en iyi örneklerinden biri olan Ced-Go hakkında Ced-Go Çocuk Atölyeleri Ceo'su Ümit Deniz Gül ile konuştuk.**

**Firmanızın kuruluş ve gelişim süreci hakkında bilgi alabilir miyiz?**

**Ümit Deniz Gül:** Bu fikir, 2018'de kişisel bir ihtiyaçtan doğdu. Eşim ve küçük oğlum ile bir AVM'de dolaşırken eşim, "Çocuğu bıraksak, onunla ilgileneseler. Biz de rahat rahat alışveriş yapsak. Nasıl olur?" gibi bir fikir ortaya attı. Ben, o akşam Ced-Go'nun tüm genel konsept çizimlerini bitirmiştim. 2018 yılından sonra 1.5 yıllık Pandemi dönemine rağmen, yani sadece 3.5 yılda 65 şubeye, 1 milyondan fazla kayıtlı çocuğa ulaşan, velilerin gönülünü fetheden ve yatırımcımızın yüzünü güldüren yeni nesil bir çocuk atölyesi ve eğlence alanı markasına dönüştük. Ced-Go çocuk eğlence alanları sektöründe bir bayrak taşıyıcı, bir standart belirleyici oldu. Bu ivmeyi daha da güçlendirerek yolumuza devam etmek istiyoruz.

**Sizce girişimcilerin firmanızı tercih etme nedenleri nelerdir?**

Bugüne kadar yatırımcılarımızı, hiçbir resmi fuara katılmadan, hiçbir reklam vermeden sadece "kulaktan kulağa" pazarlama ile bulduk. Hatta biz yatırımcı aramamak, yatırımcılarımızı bizi buldu. Şimdi ayda 1000'den fazla başvuru alıyoruz. Peki neden? Neden insanlar Ced-Go'ya yatırım yapmak istiyor. Cevap şu: "Kolay, inovatif ve temiz bir iş modeli". Bunu biraz açabiliriz. Şöyle ki; Bir Ced-Go bayisi olursanız eğer, özgürsünüz... Dünyanın her yerinden işinizi yönetebilirsiniz. Kolay ve inovatif bir iş modeline yatırım yapmış olursunuz. Merkezin sağladığı operasyonel destekle sende bir defa iş yerinize gitmenizi sağlayan iş takip ve kontrol sisteminiz olur. İtibarınız ve manevi tatmininiz yükselir. Geleceğimizi eğlendiriyoruz. Yatırımınızın hızlı geri döndüğünü göreceksiniz ve maddi olarak tatmin olacaksınız. Sürekli gelişen, prestijli bir markanın büyüme yolculuğunu en önden izleme ayrıcalığına da sahip olacaksınız. Şimdi biraz daha detaylandıralım. Ced-Go'nun yatırımcısına sağladığı en iyi fayda özgürlüktür. Bir iş yerine, bir markaya yatırım yaptığınızda sizi oraya kilitlemeyen, yönetimi kolay bir iş modeli, yatırımcısına en faydalı iş modelidir. Sadece telefonla dünyanın her yerinden yönetebildiğiniz fiziksel bir iş modeli. Esnaf modelinden direkt girişimci modeline geçişin en doğru adresi bir Ced-Go bayisi olmak. Buna ek olarak itibarlı bir iş Ced-Go. Ülkenin geleceğinde söz sahibi olacak tüm minikler sizin alanınızdan geçiyor. Düşünebiliyor musunuz? Belki de geleceğin cumhurbaşkanları, bakanları, ülkeye yön verecek büyük insanlar bizim alanlarımızda... Hani iş dünyasında bir tanım vardır; "Tertemiz İş" diye... İşte Ced-Go, her yönüyle tertemiz bir iş. Kazanç anlamında yukarıda da bahsettiğim gibi gider kalemlerinin oldukça az olması (sadece 3), yatırılan tutarın inanılmaz sürelerde geri kazanılmasını sağlıyor. Sadece 5 ayda yatırdığı parayı kazanan şubelerimizin sayısı bir hayli fazla. Sektörde ilk defa bizim uyguladığımız Yönerge İş Takip Sistemi ile operasyonun neredeyse %95'ini biz hallediyoruz. Bu durumda yatırımcılarımıza sadece ay sonunda hesaplarındaki parayı saymak kalıyor. Ced-Go yatırımcılarının %80'inin en az 2 şubesi var. Yani tek bir şube açtıktan sonra öyle verim aldılar ki hemen ardından mutlaka ikinci şubelerini de açtılar. Yatırımcı olarak odaklanmanız gereken sadece üç ana gider kalemi var: AVM Giderleri - Personel Giderleri ve Royalty Bedeli. Bütün bunlar bir araya geldiğinde insanların Ced-Go'yu tercih etme sebebini daha net anlayabiliriz.



Ümit Deniz GÜL

**This brand is an excellent example of new generation, innovative, can be managed from a distance work model. I talked about the brand with the Ceo of the Ced-Go Child Ateliers Umit Deniz Gül.**

**Will you please tell us about the founding and developing of your firm?**

**Umit Deniz Gul:** In 2018 This idea was born from our own personal requirements. While my wife and I accompanied by our small son were strolling around a Shopping Center my wife suddenly said "Wouldn't it be good if we could leave our son with someone here, then we could in total comfort shop around here. How would that be?" The same evening at our home I completed the designing of a general concept. After 2018 there were the 1.5 years of the Pandemic but despite that in only 3.5 years we had 65 branches and have more than 1 million children enrolled with us, we won the hearts of the parents and made those who had invested with us really content that we had become a new generation atelier, play room and amusement position for children. Ced-Go in the amusement sector is the company which carries the banner there and the company setting the standard of the requirements. We wish to speed up our actions and become even stronger as we continue our journey.

**Which are the reasons that investors prefer your brand?**

Up until the present we have never met any investors by going to special Fairs on the contrary our brand marketing was by "Ear to Ear". In fact we never even searched for investors they found us. Presently we are receiving more than 100 requests per month. But why? the answer is that it is a business which is easy to run, it is innovative and it has a clean work model. We can explain that a little, a Franchisee of Ced-Go is free... you can manage your business from anywhere in the world. When you have invested in such an easy and innovative business. With the system which the brands Central have setup for you a work control and follow up operational system is in





### **Firmanız bünyesinde Franchise sistemiyle açılacak bir mağazanın ortalama maliyeti nedir?**

2023 yılı sonu için konuşacak olursak 3.500.000 TL ile 4.000.000 TL arasında bir kuruluş maliyetimiz var. Bu maliyet standart büyüklükler olan 35 - 80 m<sup>2</sup>lik alanlar geçerli. Daha büyük alanlar için haliyle maliyetlerimiz de artıyor. Biz bu fiyatlarımızı anahtar teslim fiyatlandırma olarak belirliyoruz. Hep söylediğimiz gibi; bir otomobil fiyatına prestijli bir markanın parçası olmak durumundasınız.

### **Önümüzdeki dönem hedefleriniz nelerdir?**

2022 yılını Pandemi döneminden sayarsak, pandemiden sonraki ilk normal yılımızı geçirdik diyebiliriz ama 2023'ünde eski normallere göre oldukça anormal olduğunu kabul etmek gerekir. Savaşlar, siyasi ve ekonomik krizler... İnsan bu yılı düşününce alınım terini silip şöyle bir "Hoooh" diyesi geliyor. 22 şube ile başladığımız 2022 yılını 60 şube ile kapatıyoruz. Ortalama 3 katı büyüme ile 2024 yılına giriyoruz. Umuyorum ki 2024 yılı Ced-Go'nun adının yurt içinde hem daha fazla noktada duyulduğu bir yıl olacak hem de yine Ced-Go markasını yurt dışında ilk defa duyacağımız bir yıl olacak. 2024 yılında Ced-Go'nun yurt içi şube sayısını 100'e ulaştırmak gibi bir hedefimiz var. Türkiye'de alışveriş merkezlerindeki lokasyon-verim oranını olabildiğince sık elemeye çalışıyoruz. Bunun yanı sıra 2024 yılı içinde uluslararası fuarlarda da boy göstermeye çalışacağız. Yine Azerbaycan, Irak, Birleşik Arap Emirlikleri, Almanya, Hollanda ve Balkan coğrafyasında da yer almak için görüşmelerimiz devam ediyor. Ulusal ve uluslararası yakın markalarla iş birliği için yoğun görüşme ve çalışma içindeyiz. Buna dair güzel haberler göreceksiniz. 2023 yılında birçok ülkeye ziyaretlerimiz oldu ve 2024 yılında da bu artarak devam edecek. Dubai'yi marka vitrini şehirlerden biri olarak gördüğümüz için Dubai merkezli bir operasyon yürütmek amaçlı resmi girişimlerde bulduk. Ced-Go hem İstanbul hem de Dubai merkezli bir marka olarak 2024 yılına giriş yapmış olacak. Ced-Go'nun şubeleşme macerasında çok önemli bir yer tutan Ced-Go Academy ile aslında bu macerayı da çok farklı bir boyuta taşımış olacağız. Bir milyondan fazla çocuğumuzun yeni nesil eğitimler aldığı, 2000 metrekairelik çok yönlü bir yapı üzerinde de çalışmalarımız devam ediyor. En geç 2024 yılı içinde bu yapıyı da aktif etmiş olacağız. Ced-Go AIO formatı ile 2024 yılında alışveriş merkezlerinde farklı bir konsept ile işletmeye başlamış olacağız. Bununla ilgili anlaşmalarımızı yapmak üzereyiz. Yazılım konusunda ekibimizin sayısını artırdık ve hedeflerimizi daha da sadeleştirdik. 2024 yılında yapay zekayı daha da aktif kullanacağız. Şimdiden Vision Office'imizde çalışmalara başladık. 2024 yılı artık Ced-Go'nun sahnede daha fazla alkışlanacağı, spot ışıklarının üzerimize daha fazla düşürüleceği bir yıl olacak. Yani sahne Ced-Go'nun. Bunun için ekip olarak çok çalışıyoruz.

action with which you would only once a year need to visit it. The operation carries with it both respect and spirituality. We are amusing the future Franchisees will see a swift capital return meaning that financial satisfaction is also in position. You will become an early part of a constantly enlarging, prestigious brand. Now let's go rather more into details. The most valuable thing that the entrepreneur gains from Ced-Go is freedom. These are not business premises which tie you constantly to work, an easy to manage system work system is the most useful system of all. It is a system which can be managed by telephone from anywhere in the world. Leaving behind the small business world you become directly an entrepreneur when working together with Ced-Go. All the little tots who are presently passing through your hands will have their say in the future of our country maybe a future Prime Minister, a Minister or an important person who will have his/her say in the future... in the business world an often used saying is a very Clean Business in fact here is the Ced-Go a clean business from every angle. From a financial viewpoint as we mentioned above expenses are few (3 only) which makes it possible to have a very short term period prior to investment return. Many of our branches see their return in only 5 months. In the sector we are the first company to use the Yonerge İş Takip Sistemi (Directive Business Tracking System) and with it we are able to centrally manage 95% of our operations. With such a system it remains only for our investors to call once monthly to collect their profit. At least 80% of our investors have opened at least 2 branches in other words after opening their first they rapidly open a second. The investors have only 3 main expenses-The Shopping Center Expense, Personnel expense and the Royalty Fee. When these are evaluated it is easy to understand why Ced-Go is a much favoured investment.

### **What is the cost of taking a Franchise out with your company?**

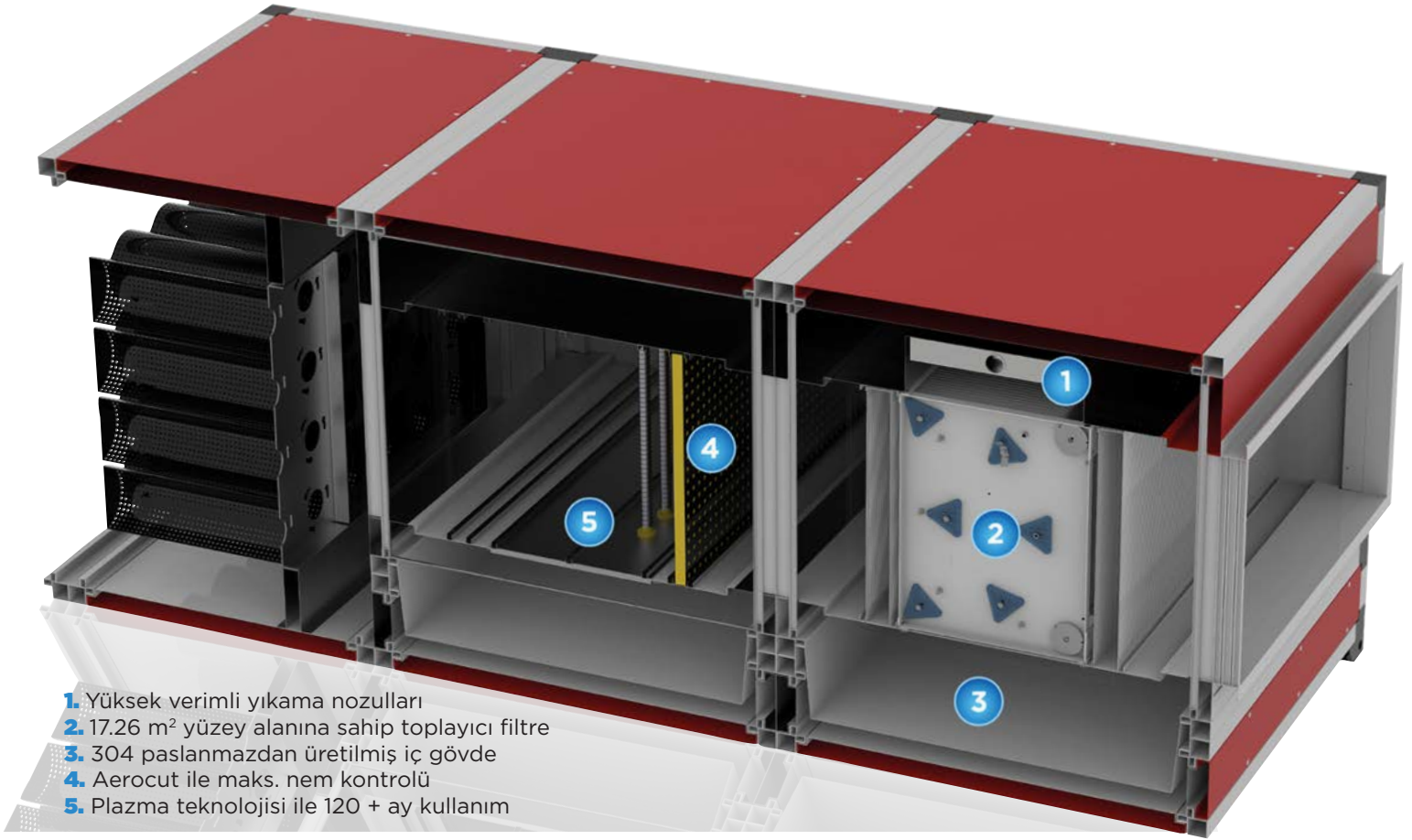
If we evaluate at the end of 2023 it is between 3.500.000 and 4.000.000 TL for setup this is for the standard 35-80 sq.m.space. Should it be of a larger size naturally the expense is greater. This quotation is based on turn key delivery, think of the car prices for prestigious car makes this is similar.

### **Which are your goals for the upcoming period?**

If we count the 2022 Pandemic year we can say the first normal year is 2023 and even that in comparison with the old normals is very different. Wars, political and economic crisis... When a person looks back at this year they feel like wiping the sweat from their brows and sighing "Off". We started in 2022 with 22 branches, then end of last year had completed 60 branches and now we enter the present year after having an approximate 3 times increase now in 2024 our goal is to have the Ced-Go name heard abroad while domestically reaching 100 branches. In Turkey in the Shopping Centers we try to effect eliminations based on the ratio of Location -Turnover. We also will begin to display our strengths at International Fairs. We are presently having position discussions in Azerbaycan, Irak, The Arab Emirates, Germany, Holland and the Balkans. With both domestic and foreign companies we are in close contact and in 2023 we visited many of them in 2024 one will be able to see the successes the visits have brought when Ced-Go has its Centrals in both Istanbul and Dubai. We view Dubai as a window display city and that is why we are so keen to have that position there. Within the branch stories of the Ced-Go brand it's Ced-Go Academy has played an excellent role in carrying the success of the brand higher. More than one million of our children have had new generation teaching, we continue with the construction of a 2000 sq.m which will be for hugely different uses. At the latest this building will be completed and in use in 2024 there we shall have a Shopping Center with the Ced-Go AIO format. For the question of soft ware we have increased our number of staff and have simplified and clarified our goals. In 2024 we shall make more active use of artificial intelligence. We already have commenced work on our Vision Office. In 2024 Ced-Go will be even more applauded as the spotlight shines on us. The stage is set for Ced-Go and we and our team are working very hard on achievements.







1. Yüksek verimli yıkama nozulları
2. 17.26 m<sup>2</sup> yüzey alanına sahip toplayıcı filtre
3. 304 paslanmazdan üretilmiş iç gövde
4. Aerocut ile maks. nem kontrolü
5. Plazma teknolojisi ile 120 + ay kullanım

## ALİZE MÜHENDİSLİK'TEN KENDİNİ TEMİZLEYEBİLEN ELEKTROSTATİK FİLTRE: PROMATE AQB AUTOWASH

### ALİZE MUHENDİSLİK HAS BROUGHT OUT AN ELEKTROSTATİK FILTER WHICH CLEANS ITSELF: THE PROMATE AQB AUTOWASH

Alize Mühendislik özenli mühendislik yaklaşımıyla, endüstriyel mutfaklarda, gıda sanayisinde, endüstride ve birçok alanda egzoz gazındaki yağ, duman ve koku sorunlarına uzun zamandır standart elektrostatik filtre ve destek ürünleriyle birlikte ideal çözümler sunuyor. Promate AQB Autowash, elektrostatik hızlandırma prensibini kullanarak havada bulunan mikro ölçekteki duman, is, yağ ve toz partiküllerini ayrıştırarak hem havayı hem de kendini otomatik olarak temizleyebilen elektrostatik filtre sistemidir. Otomatik yıkama özelliği olan Promate AQB Autowash elektrostatik filtre, kaliteli temiz hava ihtiyacını karşılaması ve geliştirilen kendini temizleme özelliği ile benzersiz bir yapıdadır. Filtre kirlilik seviyesi sürekli kontrol altında tutulduğundan, hava temizleme performansı stabil ve sürdürülebilirdir. Promate AQB Autowash serisi elektrostatik filtre sistemi, yağ buharı ve dumanı oluşturan mikro partikülleri, alüminyum plakalarda toplar. Kirlenme olduğunda, filtre hücrelerini yerinden çıkartmaya gerek duyulmaz. Otomasyon üzerinden önceden belirlenmiş periyotlarda temizlik programı devreye girerek kendini temizler, kurutur ve yeniden çalışmaya hazır hale getirir. İşletme ve kullanıcı dostudur. Toplayıcı plakaları geliştirilmiş olup pazardaki en yüksek yüzey alanına sahiptir. ISO 16890 standardına göre yapılan verimlilik testlerinde; ePM<sub>1</sub> -%96,65, ePM<sub>2,5</sub> - %96,90 ve ePM<sub>10</sub> - %97,69 oranlarına ulaşılmıştır. Bu oranlar ESP ürünlerinde pazara sunulan en yüksek değerlerdir. Promate AQB Autowash, ön programlı yıkama seçenekleri ile istenilen zaman diliminde temizlik yapabilir. Yüksek koruma sınıflı kasası ile dahili ve harici ortama montaj imkânı sağlar. Mevcut filtre sistemlerine adaptasyonu yapılabilir. Otomasyondan kumanda edilerek çalışma saati ayarı imkânı sağlar. Bina otomasyon sistemleri ile

Alize Mühendislik with the close attention of its engineers offers ideal solutions and for a long period of time with its standard electronic filter it has been offering solutions to problems in industrial kitchens, and the food sector and in other situations of exhaust gases, oil and smells.

Its Promate AQB Autowash by way of increasing the electrostatic speed principle measures the separate amounts of smoke, soot, oil and dust particles in the atmosphere and in its own automatic self cleaning electrostatic filter system. There is nothing to compare with its Promate AQB Autowash electrostatic filter as it meets the needs of clean high quality air by self cleaning it is a unique structure. The height of filth in the atmosphere is constantly under control and it ensures a stable on going clean air performance. The Promate AQB Autowash series of electrostatic filter system collects the micro particles of oil, smoke and steam on aluminum plates. When they become dirty there is no need to take the filter cell out of its place. Automatically, as previously stated, at the required periods of time the cleaning program goes into action, cleans then dries itself and puts itself to work again. It certainly is a friend for the business and the user.

The developed collective plates have the highest surface area on the market. According to the ISO 16890 standards of efficiency tests; ePM<sub>1</sub>-%96,65, ePM<sub>2.5</sub>-%96,90 ve ePM<sub>10</sub>-%97,69 have been reached. These percentages of ESP products on the market are the very highest. With the Promate AQB Autowash on the pre program there are the possibilities of choosing the periods of time wished for cleaning. With its high protective quality crate there is the possibility of it being mounted inside or



haberleşme çıkışları bulunur. Promate AQB Autowash, referanslarıyla işletmelere etkin, güvenli ve kolay kullanım sunar. İşletme dostu Promate AQB Autowash; güvenli ve temiz filtre kullanımı, maksimum performans, maksimum hava kalitesi, maksimum filtre ekipman ömrü ve maksimum tasarruf sağlar. Zaman ayarı yapılabilmesiyle filtrelerin belirlenen periyotlarda yıkanarak temizlenmesini böylelikle havalandırmanın çalışmadığı müsait zamanlarda yıkama yapmasına olanak sağlayarak iş gücü kaybını engellediği gibi sistemi temiz olarak yeni kullanıma hazırlar. Kimyasal dozajlama, durulama ve kurutmayı otomatik yapar, kullanıcı müdahalesi gerektirmeyerek kullanıcı dostudur. Opsiyonel kurulum modelleri ile %99'a varan hava arıtımı sağlar. Promate AQB Autowash, egzoz gazındaki yağ, duman ve kokunun arıtımında son derece başarılı olduğu gibi aynı zamanda da işletme ve bakımda yaşanan birçok sorunu doğru projelendirme ile kökten çözmüştür. Uzun bir Ar – Ge süreci sonucu birçok avantajı ile beraber pazara sunulmuştur.

### **ESP Bakım İşçilik Maliyetleri**

Katı yakıtlı pişirmelere toplayıcı filtrelerle 3 / 7 / 15 / 21 / 30 / 45 günlere varan periyotlarda detaylı bakım yapılması gerekmektedir. Promate AQB ile ciddi oranlarda işçilik maliyetleri minimize edilir.

### **Personel İhtiyacı**

İster dışarıdan hizmet alınsın ister işletmenin personeli bakımı yapсын belli sayıda personel ihtiyacı olacaktır. Promate AQB Autowash ile personel ihtiyacı olmayacaktır.

### **Bakım İstasyonu Yatırımı**

Hizmeti işletme personeli yaparsa bakım istasyonu, yedek filtre vs. gibi yatırım yapılmasına Promate AQB Autowash ile gerek kalmayacaktır.

### **Kanal Bakım Maliyetleri**

Zamanında yapılmayan, yanlış yapılan ya da herhangi aksaklık ile yapılamayan ESP bakımlarından dolayı kanallar yağlanabilmektedir. Promate AQB Autowash ile bu sorun olmaktan çıkmıştır.

### **Minimum Yangın Riski**

Bakımda yaşanabilecek aksaklıklar sonucu kanalda biriken yağ yangın riski oluşturmaktadır. Promate AQB Autowash ile düzenli ve sık bakım ile bu risk minimize edilir.

### **Kanal Yağlanması Bağlı Minimum Koku**

Kanalda biriken yağ zaman içinde bozularak pişirmeden gelen kokuya ek olarak daha da ağırlaştırırken Promate AQB Autowash ile sık bakım yapılarak olası bu sorun çözülmüştür.

### **Sürekli Maksimum Filtre Verimi**

ESP tekniğinde kirliliğe havadaki partiküller toplayıcıdan 180° açı ile belli bir hızda geçerken plaklara elektrostatik olarak yapışır, zaman içinde verim düşer. Promate AQB Autowash ile çok kısa periyotlarda minimum maliyetlerde bakım yapılarak verim sürekli maksimum tutulur.

### **Aktif Karbon Ömrü**

Promate AQB Autowash ile toplayıcı filtreye sık periyotlarla bakım yapılacağından olası aksaklıklar yüzünden yağ ve duman kaçacağı olmayacak ve aktif karbon daha uzun ömürlü kullanılabilir.

### **Yüksek Aktif Karbon Verimi**

Promate AQB Autowash ile toplayıcı filtreye sık periyotlarla bakım yapılacağından olası aksaklıklar yüzünden yağ ve duman kaçacağı olmayacak ve aktif karbon daha verimli kullanılabilir.

### **Hatalı Bakım Kaynaklı Sorunlar**

Özellikle yetkili olmayan servisler tarafından manuel olarak yapılan bakımlarda toplayıcı filtre zarar görebilmekte ve kullanılamaz hale gelebilmektedir. Promate AQB Autowash ile yerinden çıkarmadığımız toplayıcı filtre çok daha uzun kullanılabilir.

### **Zaman Tasarrufu**

Promate AQB Autowash ile işletme bakım ile ilgili birçok işlemde zaman tasarrufu sağlayacaktır.

### **Genel İşletme Maliyetinde Tasarruf**

İşletmede bakıma ayrılan emek, maliyet, zaman gibi birçok konuda tasarruf sağlayacaktır.

### **Uzun Ekonomik Ömür**

Promate AQB Autowash'ın iç yapısı paslanmaz malzeme olduğundan ve filtre bakım esnasında sökmeden, takmadan dolayı aşınmayacağından dolayı çok daha fazla uzun ömürlüdür.

outside as wished. It can be adjusted with the previously installed filter systems. With its automatic controller the periods of time can be chosen and changed as required. There are also outlets for offering information to the building systems. The Promate AQB Autowash with its referential system is effective, trustworthy and easy to work. This is a friend of businesses; its use of secure cleaning filters offers maximum performance, maximum quality of air, maximum long life filter equipment and maximum savings. The fact that it is possible to change the timing of the cleansing periods brings the advantage of having the capability to have the cleaning effected when the air conditioning is closed which eradicates the loss of labor hours while supplying a ready to use clean system. It supplies the correct dose of chemicals, washes and dries automatically and the user needs to effect no action himself in other words the system is a great friend. With its optional new model it reaches a 99% air conditioning service. The Promate AQB Autowash is extremely successful with its conditioning of exhaust gas oil, smoke and smell but at the same time in its working for the business and the care of the system thanks to the correct projects being instituted from the roots at the end of an intensive R-D period it brings to the market many advantages.

### **The cost of ESP maintenance labor**

With collecting filters for solid waste 3 / 7 / 15 / 21 / 30 / 45 days periodic detailed maintenance is necessary. With The AQB Promate the maintenance costs are greatly minimized.

### **Personnel needs**

Normally outside service is obtained or a permanent number of maintenance personnel is kept. With the Promate AQB Autowash personnel is simply not needed.

### **Payment to Maintenance Stations**

If the personnel at the maintenance station effect work on the spare filter etc. it has to be paid for. With the Promate AQB Autowash there is no need at all.

### **The Cost of Channel Maintenance**

When maintenance is needed for ESP if wrongly effected or if not done on time the channels can become oily. With Promate AQB Autowash this problem does not arise.

### **The Minimum Risk of Fire**

When problems arise during maintenance they can result in oil collecting together which increases the fire risk. With Promate AQB Autowash and its regular and often attention this risk is minimized.

### **The Minimum Smell which Results from Channel Grease**

When oil has collected in the channel in time it spoils and even when not being cooked it emanates a smell which with time becomes heavier. With Promate AQB Autowash and its opportunity of ongoing maintenance this problem has been resolved.

### **Ongoing Maximum Filter Efficiency**

With the ESP technique the particules of dirt in the air are collected at 180 degrees when effected at such a speed the particules adhere to the electrostatic plates resulting as time passes in it's level of efficiency deteriorating. Promate AQB Autowash with its short periodic minimum cost maintenance ensures efficiency is always at a maximum.

### **The Life of Active Carbon**

Promate AQB Autowash controls its filters at regular short intervals and thanks to those any possible escape for oil and smoke are eliminated and the active carbon will be able to be used for a longer time period.

### **Problems Arising from Wrongly Effected Maintenance**

Problems arise mainly from the use of non registered maintenance centers where work is often effected manually then the collector filters can be damaged and even become unusable. With the Promate AQB Autowash the collector plates are not taken out consequently they can be used much longer.

### **Time Saving**

In many of the maintenance situations the Promate AQB saves lots of time.

### **Savings in General Business Costs**

With our model much time is saved in labor, costs and time.

### **Long Economic Life**

Because the inside of our AQB Autowash model is made from non rusting material the filter does not have to be taken out consequently the question of damaging does not arise nor does it have to be put into place which results in it having a much longer life.





**OSMAN BİLGE**  
UFRAD Genel Sekreter  
UFRAD Secretary General  
post@franchisemore.com

# DIŞA AÇILMAK

## OPENING ABROAD



Gündemimiz dışa açılmak. Maliye bakanı da açıkça "iç piyasadan bir süre hayır beklemeyelim, dışa açılm" dediğine göre durmak hata olacak. Üretici olsak dediğinizi yapalım, çantamızı alalım, ülke ülke dolaşalım, satalım. Ama biz perakendeciyiz, biz ne yapalım? Franchise vererek yurt içinde yaylıyoruz, ama yurt dışında işler aynı değil. Master franchise alıp dört elle sarılacak birini bulmak zor, kendimiz açsak hangi birine yetişelim.

Yerli zincirlerden yurt dışında şubeler açan, franchise verenler var, ama binlerce zincirin ancak onlarca bunu yapabiliyorsa, hiç kolay değil demektir. Genelde konfeksiyoncular çok başarılı oldu, Turquality desteği aldı, hızlı yayıldılar. Hatta LCW gittiği birçok ülkede lider konumda.

Ancak esas ürünü merkezde üretip gönderen konfeksiyoncu, mobilyacı gibi perakendecilerle, işi öğretip yerinde yaptırın gıdacı, emlakçı gibi perakendeciler arasında önemli bir fark var. Mesafe uzaksa, marka bilinmiyorsa, destek zayıfsa, franchise alanlar know how için para ödemek istemiyor, işi öğrendikten sonra tabela indirip kendi adıyla devam ediyor.

Eskiden yerliler şöyle, yabancılar böyle derdik, zaman içinde zincirleşmede yerli-yabancı farkı olmadığını gördük. İşini ciddiye alan, sistemini, kadrosunu kuran, yerli-yabancı fark etmiyor, dünyaya yayılıyor. Yabancı zincirleri de gördük, kendi ülkesinde meşhur olan, ama bizim pazarımızda destek veremeyenler başarılı olamadı, yerli taklitleriyle baş edemedi, kapandılar. Başka ülkelerde de durumun farklı olmasını beklemeyin. Bir ürünün, konseptin mucidi olabilirsiniz, hiç kimsenin aklına gelmemiş bir şey yapıyor ve çok kazanıyor olabilirsiniz. Ama gücünüz, elinizdekini gösterene kadar sürer, ilk dükkani açınca taklit edilirsiniz. Kendinizi açarak hızlı yayılmak için sermayeniz yoksa, başkasına açtırarak hızlı yayılacak sisteminiz yoksa, girdiğiniz ülkede işinizi öğrettiğinizle kalırsınız.

### Nasıl yapmalı?

**Dünya pazarlarında yayılmayı başaran zincirlerin ortak özelliklerine bakalım.**

- Net bir perakende konsepti var, ne sattığı belli, markası bile falan burger, filan pizza.
- Yer seçimini iyi biliyor, iş yapacak, karlı çalışacak dükkanlar açıyor.
- Operasyon basit, ustalık istemiyor, yeni elemana işi öğretiyor.
- Ürünü ve hizmeti "standart" kalitede, "mükemmel" zorlamıyor, hep aynı kalıyor.
- Yatırımı göze alıyor, endüstriyel ekipman kullanıyor, arıza, hata olmuyor.
- El kitabıyla işi net ve detaylı tanımlıyor, herkes ne yapacağını biliyor.

The subject of opening abroad is an ongoing one. The Finance Minister of Türkiye has stated "Spread Abroad and for the present do not expect much from the domestic market" when such a statement is made it would be an error to remain fixed. As producers we will act as directed take our bags and visit country to country and sell there. But we are retailers, what shall we do? By giving Franchises domestically we are spreading widely, however the situation is not the same abroad. It's difficult there to find some one who will desire to take out a master franchise and then cling to the working of that new company. Should we decide to effect it ourselves? but then how are we able to manage everything ourselves? There are retail chains which have become successful abroad but in the thousands who have tried to give franchises or open a branch themselves only a few succeed showing just how difficult it is to achieve. Generally speaking it has been the clothing sector which has had greater success. It has had the backup of Turquality and has spread rapidly. A good example being LCW which is now the leader of their sector in many of the countries they are in. However those of our domestic companies which manufacture clothes in their own premises here then send abroad are really more similar to the companies which manufacture furniture and are really retailers, whereas in the food and Real Estate sectors especially in a far-away country where their brand is unknown, support there is weak then we teach people there how to work things but those there do not wish to pay for a franchise fee so as soon as they have learnt the business they take the brand sign down and put their own name instead continuing the business for themselves.

In previous times we used to state locals are like this and foreigners are like that however with the franchise chains we see that there is no difference between the two. Those who take their businesses seriously, who set up a good system and use good staff foreign or local makes no difference they spread world wide. We have also seen foreign chains which were successful and famous in their own countries but here in our sectors if they don't have local support have been unsuccessful as they couldn't compete with our domestic brands which were copying them. Do not expect it to be different in other countries. You may be the inventor of something no one else had thought of and be obtaining good profits. However our strength remains only when we alone are offering this item as soon as you open a shop your product if you do not have the financial means to rapidly open more branches becomes simply something that because of your product they have learnt everything about your invention but without any advantage for you.

### How then can we succeed?

**First let's take a look at domestic chains which have succeeded in the global market, what are their mutual positive actions**

- They have a clear retail concept, a brand name which they make obvious by stating both it and such and such burger or pizza.
- They have the ability to choose a good position for premises, they open where they know they will be able to effect a good turnover which will result in profit.
- The work operation must be simple, so it can be without foremen and the brand teaches their new workers how to effect the work.
- The product and its service must be "standard" not attempting to make it "superb" however the "standard" must always be maintained.
- Investment must be undertaken, industrial equipment must be used its useless to be faced with breakdowns and mistakes are unacceptable,



- Sürekli eğitim ve denetimle her yerde standardı koruyor.
- Detaylı kayıt tutuyor, yapılan her işi raporluyor, izliyor.
- Yerel tanıtım ve sürekli kampanya yapıyor, satışı körüküyor.

#### **Dışa açıldığında sorun yaşayan zincirlerin ortak özellikleri ise şunlar:**

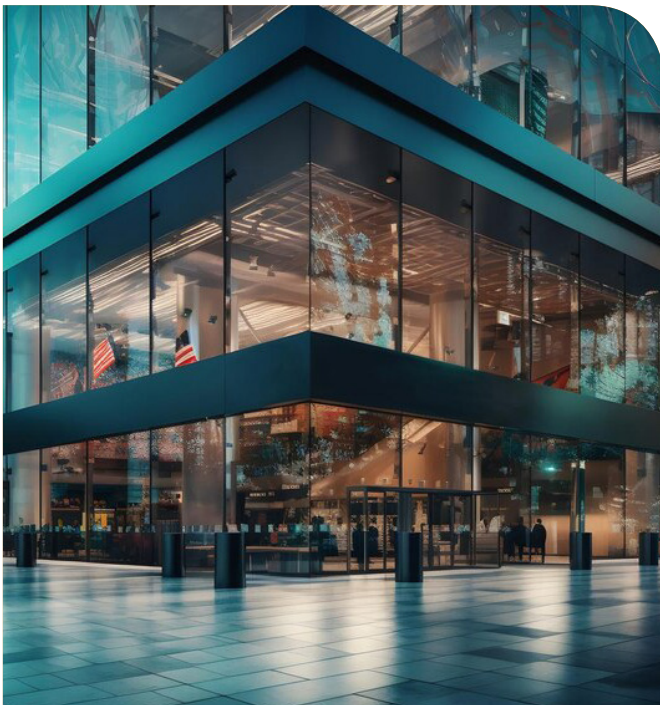
- Tanınan, sevilen bir ürünü var, yurt dışında pek bilinmiyor, tanıtmak, konumlandırmak zor geliyor.
- Yatırımı düşük tutmak için basit ekipman kullanıyor, yurt dışında servisi, arızası sorun oluyor.
- Esas ürünleri merkezden gönderiyor, yurt dışında nakliye de biniyor, maliyet şişiyor.
- El kitabı yok, işi bilen alıyor, yurt dışında işi bilen yok, eğitim veremiyor.
- Denetim yapmıyor, bayisine bırakıyor, yurt dışında işi bilen yok, hatalar katlanarak büyüyor.
- Kampanya düzenlemeyi bilmiyor, yurt dışında ürünü, müşteriye tanımayan reklamcılarının eline kalıyor.

#### **Ne yapmalı?**

**Yurt dışında yayılmak isteyen, franchise sistemini henüz tam olgunlaştırmamış, ama yurt içinde yeterince büyümüş olan zincirler ne yapsın, ona bakalım.**

- Bütçe ayırmalı. Yurt dışında yayılmak isteyen, bu işin makul masrafını baştan gözden çıkarmalı. Reklam, seyahat, fuar vb. için harcamalı. Satarsak harcarız diyen sonuç alamaz, ne heves etsin, ne umut etsin.
- Hedef seçmeli. Ürün gamına uygun tüketim alışkanlığı olan, yeterli nüfusu ve geliri olan, kolay ve hızlı yayılacağı ülkeleri ve şehirleri belirlemeli. İnternet bu konuda geniş bilgi kaynağı sunuyor. Şehir haritalarında iş konusu girildiğinde hangi bölgede, hangi caddede, hangi AVM de, ne tür işletmelerin olduğu, zincirlerin nerelerde yer aldığı görülüyor.
- Doküman hazırlamalı. Konseptini ve franchise koşullarını anlatan, marka hikayesini, üstün yanlarını, başarılarını tanıtan yazılı tanıtım ve görsel malzeme, sosyal medya linkleri, videolar, tüketici yorumları, başvuru formları, pazar araştırma yönergeleri gibi evrak, email ile gönderilecek şekilde hazır tutulmalı. Farklı dillere online çevrilebilmesi için web sitesinde ve dokümanlarda sade ve kısa cümleler kullanılmalı.
- Uzman bulmalı. Yurt dışını bilen, yer seçiminden, inşaattan, ekipmandan anlayan, operasyonu bilen, kadro kurabilecek, eğitim verebilecek bir uzman yurt dışı için istihdam edilmeli. Hedef pazarlara yoğunlaşmalı.
- Tanıtım yapmalı. Arama motorları ve sosyal medya üzerinden hedef bölgede reklam vermeli. Franchise sitelerine, dergilerine ilan girmeli. Franchise satan araçlar üzerinden yatırımcı aramalı. Franchise fuarlarına katılmalı.
- Singlefranchise vermeli. Sistemi olgunlaşmamış zincirlerin güçlü bir master franchise yatırımcısı bulması zor, zayıf yatırımcının kendine faydası olmaz. Singlefranchise satılsa, markası ve ürünü tanınır, yayılır, sonra masterfranchise verebilir. Bunu sağlayacak en verimli yöntem işi bilen yerel bir danışmanla çalışmak, franchise satış ve operasyonel destek hizmeti almak.

Türkiye'de sert rekabet ortamında yayılmayı başaran zincir, dünyanın her ülkesinde başarılı olur. Yeter ki hedef pazarını doğru seçsin, kaynaklarını dikkatli kullansın, işi bilene bıraksın.



- The company must have a hand book which explains very clearly the manner of working so that each person knows exactly what they are doing.
- Ongoing training along with controllers is how a standard is maintained.
- Detailed reports must be kept and used in all action followed ups.
- Introductory positional details must be ongoing with campaigns which attract customers.

#### **Now let's study the mutual actions of those brands which have not succeeded abroad:**

- You have a well known and much liked domestic product, however it is not well known abroad making it known and accepted there is difficult.
- In order to keep expenses low they use very basic equipment resulting in service being difficult to obtain abroad and so breakdown repairs create a great problem
- The correct machines are shipped directly from their domestic central, shipping costs raise prices higher
- They do not have a hand book so people who know the work take it, or there are no persons who know the business the consequence-no training can be given.
- Checkups are not effected, the work is simply left to the dealer, there is no one there with the know how of that work, mistakes are made then expand with more mistakes on top.
- They do not know how to set up a campaign and simply leave it in the publishers hands.

#### **What does a brand have to do?**

Let's now take the case of domestic brands which wish to spread abroad as they have spread enough domestically but their franchising system still is not yet totally efficient enough

- They must set up a viable budget and need to accept that when doing so that their capital investment will be swallowed up by advertising, journeys, fairs etc. The attitude if we make a profit then we shall spend simply is not workable so they are wrong to become keen and hopeful without basis.
- A goal must be chosen then they must evaluate whether the chosen country has the population and the financial abilities to buy the brands assortment of products. A graph of the countries and cities where rapid openings can be effected is required. The Internet is of great help with its detailed general knowledge. Maps of the cities should be studied, where a brand wishes to be situated, which district, which street and which Shopping Center the sectors of business and the chains which have chosen to work there.
- A document must be prepared. It must describe the brand, its concepts, its franchising conditions, tell the history of the brand, the particular strengths it has, its successes, its visual availabilities, its social media links, its videos, the comments of its users, application forms and documentation of their market research. This must be ready to send in e-mail form. Within the documents and the web sites short and easy to translate sentences should be used.
- An expert must be found. Someone who knows the foreign markets, who understands the choosing of position, building, understanding equipment, knowing how to operate, able to obtain workers and teach them this expert must live abroad. His main aim is to enlarge the available market.
- Introduction must be effected. With researching vehicles and internet adverts of the district where the brand is to be found. Attendance At Franchising fairs is an essential.
- Single franchises must be given. It is seriously difficult for a not totally set up brand to find a master franchise investor in fact for weak brands impossible. When the brand is able to give one single franchise then the brand and the product slowly become known then perhaps a master franchisee can be found. So as to be able to effect this the viable method is to find an expert of that foreign country and use his services as Franchise sales and operational supporter.

Those chains which have been able to succeed in Türkiye within its extremely competitive markets should be able to do so in every country of the world. Enough is to correctly choose the market, use sources carefully and leave the business to someone that does have the know how.



# MUSTAFA HAKAN ÖZELMACIKLI: “AMACIMIZ GİRİŞİMCİLERE KENDİ İŞLERİNİN SAHİBİ OLMA FIRSATINI SUNMAK.”



“OUR GOAL IS TO HELP NEW ENTREPRENEURS SO THAT THEY  
CAN HAVE THE OPPORTUNITY OF HAVING THEIR OWN BUSINESSES.”

**“Bizlerin amacı gayrimenkul sektörüne girmek isteyen girişimcilere minimum sermaye ile kendi işlerinin sahibi olma fırsatını sunmak,” diyor Mustafa Hakan Özelmacıklı. Girişimcinin gerçek manada risk alan ve iş projesini hayata geçiren kişi olduğunun altını çizen Özelmacıklı ile franchise sistemi hakkında konuştuk.**

“Our goal is to help those who wish to enter the Real Estate Sector and ensure they can setup their business with the minimum investment,” said Mustafa Bey. An investor is someone who actually in the true meaning of the word is the one taking the investment risk while bringing a project to life. While talking with us about their Franchise system Özelmacıklı stressed that strongly...

#### Sizi kısaca tanıyabilir miyiz?

Mustafa Hakan Özelmacıklı - Altın Emlak Yönetim Kurulu Başkanı: 1981 Burdur doğumluyum. Sakarya Üniversitesi Bilgisayar Mühendisliği mezunuyum. İstanbul Üniversitesi İşletme İktisadi Enstitüsü İngilizce MBA programını “Real Estate Valuation In Turkey” tezi ile tamamladım. Daha sonra Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Gayrimenkul Geliştirme Kentsel Dönüşüm ve Planlama Yüksek Lisans programlarını “Türkiye’de Gayrimenkul Sektöründe Yaşanan Aksaklıklar ve Çözüm Önerileri” başlıklı tez ile bitirdim. Halen Pazarlama Yönetimi Doktora programına devam ediyorum.

#### Will you please briefly introduce yourself?

Mustafa Hakan Özelmacıklı-Chairman of the Board of Altın Emlak: I was born in Burdur in 1981. I am a graduate of Sakarya University Computing Engineering. In the Istanbul University Management and Finance Institute I obtained my English MBA by completing my thesis on “Real Estate Valuation in Turkey”. Later at the Business University of Scientific knowledge where the program of “Real Estate City Returning Development and Planning, as effected and the subject of my thesis there was “ Problems Arriving in Turkish Real Estate while putting into action and possible solutions for them” I am still continuing to study for my Marketing Management Doctorate.





**Firmanızın kuruluş ve gelişim süreci hakkında bilgi alabilir miyiz?**

Yirmi yıla yakın bir süredir gayrimenkul sektöründeyim ve Altın Emlak Yönetim Kurulu Başkanı olarak görev yapıyorum. 1998 yılında babam Nuri Özelmacıklı tarafından kurulan Altın Emlak firması ise günümüzde 130'u aşkın temsilciliği ile, 30 ayrı ilde faaliyet göstermektedir.

**Firmanız Franchise vermeye ne zaman ve nasıl başladı?**

2005'li yıllarda franchisee modeline geçtik. Kurulduğu günden bu yana da UFRAD üyesi olarak faaliyetlerimize devam ettik. Aslında modelimiz gelişmiş tecrübemiz, teknolojik sistem altyapımız, eğitim sistemlerimiz ile sektör tarafından talep edilerek başladı. Gittikçe de yaygınlaştı.

**Kaç şubeniz ve çalışanınız var?**

135 temsilciliğimiz ve bu temsilciliklerimiz üzerinden yaklaşık 600 kişilik bir danışman istihdamı sağlıyoruz.

**Franchise verdiğiniz-vereceğiniz kişilerde aradığınız standartlar nelerdir?**

Bizlerin amacı aslında gayrimenkul sektörüne girmek isteyen girişimcilere minimum sermaye ile kendi işlerinin sahibi olma fırsatını sunmak. Sonuçta girişimci gerçek manada risk alan ve iş projesini hayata geçiren kişidir. Bizler de bu noktada da franchisee sistemimiz ile know-how birikimi ile girişimciye destek oluyor ve riskini azaltıyoruz. Kendi kendine iş başlatabilen, ataletten

**Will you tell us of the forming and developing of your firm?**

I have been in the Real Estate Sector for almost twenty years. Presently I am in the position of Chairman of the Board of Altın Emlak. The firm was formed in 1998 by my father Nuri Özelmacıklı. Altın Emlak presently has almost 130 representatives which are spread through 30 different regions.

**When and how did your firm first begin to offer franchises?**

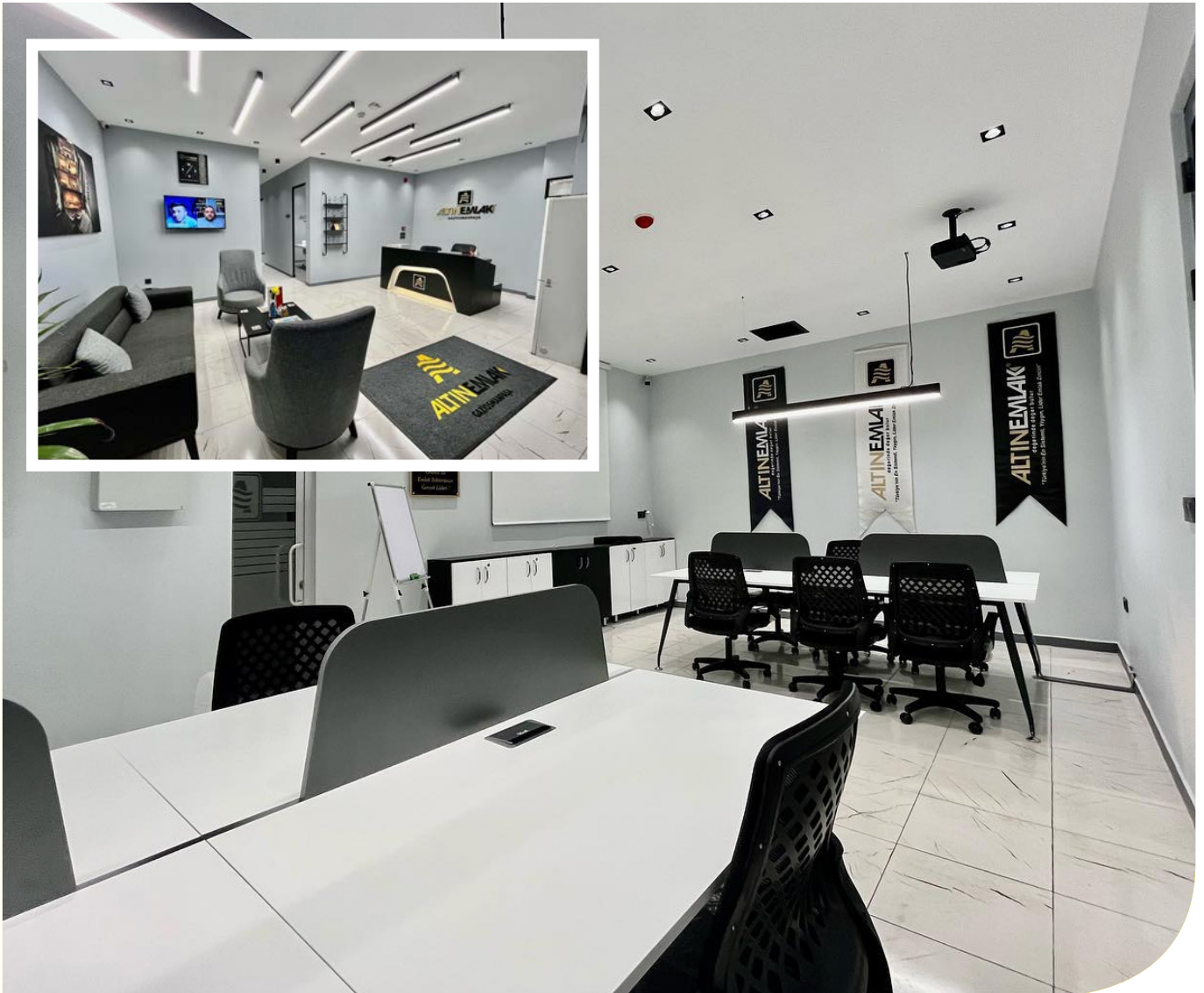
We went over to the Franchising system model in 2005. Since the day UFRAD was formed we have continued our membership there. Actually with the model we had formed and when our well developed experience was realized, our technological system of infrastructure, our training of it all resulted in our receiving many approaches from the sector. As we continue those approaches become more and more.

**How many branches and how many personnel do you have?**

We have 135 representatives and a consulting team of almost 600 people working.

**Which are the standards you wish the people to have to whom you have given or you will give Franchises to?**

The principle of our intentions is to give to those entrepreneurs who are entering the Real Estate sector the opportunity to setup their businesses with a minimum investment. In actual fact they are the ones who face the risk factor until the business project is setup. It is with our collective experience and know how of franchising that at this point we step in and begin to support and protect the investors. Those who start a business alone need to learn the region and the market place so as to gain know how, they must wish to develop themselves, they must be able to strike up conversations and improve their bargaining





# ALTIN EMLAK

değerinde değer bulur



sınırlı, bölgeyi ve piyasayı öğrenmek için sürekli olarak takipte olan, kendini geliştirmeye açık, iletişim becerileri ve müzakere yeteneği gelişmiş, dijital pazarlamaya yatkın ve piyasa şartlarına adapte olabilen girişimciler sektörümüzde başarıyı hızlıca yakalar.

### Sizce girişimcilerin firmanızı tercih etme nedenleri nelerdir?

Yerel sermayeli bir marka olmamızın bu noktada önemli bir avantajını yaşıyoruz. Başka bir markanın imtiyaz hakkını kullanmadığımız için de franchisee giriş bedellerimizi daha makul tutabiliyoruz. Yatırımcı açısından da markanın satılması, başka bir işletmeye devri, marka imtiyaz haklarının sonlanmasıdaki risklerden girişimcileri korumuş oluyoruz.

### Franchiseelerinizi nasıl denetliyorsunuz?

Özellikle gayrimenkul piyasası heterojen ve pazarlamaya ilişkin birçok farklı yaklaşım söz konusu. Bu nedenle firmanızın kaç yıllık olduğu, yurt dışındaki başarılarından çok o ülkede ofis tutundurma oranınız, marka aidiyeti, o bölgedeki bilinirlik daha önemli. Bizler de gerek gizli müşteri ile gerekse de birebir ziyaretler ile denetimleri sürekli yapıyoruz.

### Önümüzdeki dönem hedefleriniz nelerdir?

Girişimcilerimizden Taşınmaz Ticareti Hakkındaki Yönetmelik sonrası istenen şartlar başta olmak üzere sözleşmeli işletme ve danışman sayısını artırmaya yönelik ofisler istiyoruz. Kolay tarif edilen, yeni nesil emlak işletmeciliğine uygun, park imkanı olan yerler öncelikli tercihimiz. Ankara, Eskişehir, Bursa, İzmir, Kayseri, Gaziantep gibi bazı şehirler için gelecek yıl için planlama yapıyoruz. Avrupa ve Orta Doğu pazarında önümüzdeki yılda büyümek istiyoruz.

skills, they must be comfortable with digital selling and must rapidly be able to adapt themselves to the market the entrepreneurs who have this kind of character will quite quickly become successful.

### Which do you believe are the reasons entrepreneurs prefer your brand?

As we are a domestically funded brand that means we presently have an important advantage. As we do not use the prerogatives of other brands rights we are able to maintain the franchise entrance fee at a more viable rate. The advantage given by the brand itself such as were a business be sold to another company brand rights would not be forfeited in other words the entrepreneurs are much better protected.

### How do you check up on your franchisees?

Particularly in the real estate sector there are quite a number of different approach methods. Because of that how many years has the firm been in business, is more important than their successes abroad so is the staying power in domestic offices, are they helpful to the brand, do they know the district? All such subjects are actually more important, we if required use 'secret' visitors or we check by face to face visits.

### Which are your goals for the upcoming period?

For our entrepreneurs after the use of the Permanent Building Management Rights for contracts, for management contracts and consultancies we wish to have more offices. They must be positioned in places easy to describe, suitable for the new generations offices, somewhere easy to park. We are presently planning for next year and the positions we wish to be in. Primarily those are Ankara, Eskişehir, Bursa, İzmir, Kayseri and Gaziantep. Also in the upcoming year we wish to enlarge in the Europe and Middle East Markets.







**ALTINEMLAK**<sup>®</sup>  
değerinde değer bulur

# GÜVENEN HERKES KAZANDI



**25 YILLIK  
TECRÜBE**



[altinemlaktr](#)



[www.altinemlak.com.tr](http://www.altinemlak.com.tr)



# KEREM ÇİFTÇİ: "FRANCORP OLARAK İŞLETMELERE ÖZELLEŞTİRİLMİŞ ÇÖZÜMLER SUNUYORUZ."

KEREM ÇİFTÇİ: "AT FRANCORP WE SUPPLY CLIENTS WITH SOLUTIONS WHICH ARE SPECIFIC TO THEIR NEEDS."

**FRANCORP**  
FRANCHISING & CORPORATE COMPANY

**Francorp'u 2023'te kurarak, franchise satışı, kuruluşu, geliştirme ve marka kurumsallaştırma alanlarında uzmanlaşmış bir ekip ile markaların büyüme hedeflerine odaklandıklarını söyleyen Kerem Çiftçi, böylece markaların ihtiyaçlarına özel çözümler sunduklarını belirtiyor. Çiftçi ile Francorp ve Franchising hizmetleri hakkında konuştuk.**

We formed FRANCORP in 2023 and with our experienced specialized team of experts we consult for companies that wish to sell franchises as they enlarge, to institutionalize and effect their branding. In other words we offer them the actual services which their company requires. We discussed the unique Franchising solutions that Francorp offers with Çiftçi.

## **Kerem Bey, bize kendinizden ve işinizden bahsedebilir misiniz?**

Kerem Çiftçi: Uluslararası İlişkiler Bölümü mezunu ve İşletme Fakültesi'nde Yönetici MBA eğitimi alan bir profesyonel olarak, 15 yıllık kariyerimde farklı sektörlerde çeşitli roller üstlendim. Franchising ve marka kurumsallaştırma konularında özellikle uzmanlaştım. Dominos Pizza ve Pizza Pizza gibi markalarda eğitim, gelişim ve franchising alt yapısı kurma gibi görevlerde bulundum. Fırın Sanatı, Cream Chocco ve Camellia Coffee gibi markaları büyütürken liderlik ettim. Yurt içi ve yurt dışında franchise anlaşmalarını başarıyla gerçekleştirdim. Francorp'u 2023'te kurarak, franchise satışı, kuruluşu, geliştirme ve marka kurumsallaştırma alanlarında uzmanlaşmış bir ekip ile markaların büyüme hedeflerine odaklandık. Uluslararası standartlarda kabul görmüş franchise ve marka sistemlerini birleştirerek, markaların büyümesine katkı sağlıyoruz. Farklı sektörlerden markaların ihtiyaçlarına özel çözümler sunuyoruz.

## **Franchising sektöründe uzun yıllardır deneyim sahibisiniz. Bu süreçte sektördeki gelişmeleri ve değişiklikleri nasıl değerlendiriyorsunuz?**

Evet, uzun yıllardır Franchising sektöründe yer alıyorum. Birçok marka kuruluşuna ve franchise sistemleriyle büyümelerine liderlik ettim. Bu süreçte sektörün hızla değiştiğini gözlemledim. Özellikle dijitalleşme ve teknolojinin etkisiyle, franchise veren ve alan tarafların beklentileri ve iş yapma şekilleri büyük ölçüde evrildi, artık daha verimli ve ölçeklenebilir iş modelleri ön planda.

## **Mr Kerem will you tell us about yourself and the work your company effects?**

Kerem Çiftçi: I am a professional who graduated from the International relationship section and obtained my MBA in management, in the 15 years of my career I have worked in different sectors and different positions. I have become very experienced particularly in Franchising and brand institutionalization. I have held different positions at brands such as Dominos Pizza and Pizza Pizza in training, development and effecting the foundational systems of franchising. I have been a leader and developer for Fırın Sanatı, Cream Chocco and Camellia Coffee. I have successfully negotiated various franchise agreements both abroad and domestically. Francorp was formed in 2023 it specializes in franchise sales, institutional formation and official branding and together with our other experts we now have the goal of enlarging our company. We have combined standards which are acceptable on the international market in franchising and branding consequently this helps our enlargement. We are capable of being extremely useful for the various problems producers bring to us and for which we offer solutions specifically for.

## **You are a person who has long years of experience in the Franchising sector. How do you evaluate the developments and alterations which have come into being in this sector?**

Yes, I have been in this sector for long years. I have been leader in brands which are enlarging. Throughout these years I have seen very swift changes in the sector. Particularly emanating from digitalization and the effects of technology both those selling franchises and those investing now have much evolved expectations. Presently they plan to have more efficient working and more measurable results.

## **During the period that Francorp is working with companies which are offering franchises which services do you effect with them and which are the advantages they gain with you?**

Our company when in action gives solutions to the exact needs of that particular Franchisor. We standardize their model of work, ensure that the necessary legal conditions are totally fulfilled and during the franchise meetings we are consultants for them. In addition we effect market research we train staff and give such services as operational support to enable safer and ongoing franchises.

## **We can list our services in this manner**

- We effect a Franchising Check-Up: We evaluate the position of that company presently while also analyzing the potential kind of system that that company needs.
- Founding of the Franchise: When this is commencing we guide the company, standardize the model prepare the contract and calculate the time when it will be in action.







## FRANCORP: FRANCHISE SATIŞ DEPARTMANINIZ!

### Francorp olarak, işletmelerin franchise verme süreçlerinde hangi hizmetleri sunuyorsunuz ve bu hizmetlerin işletmelere sağladığı avantajlar nelerdir?

Francorp olarak, işletmelere özelleştirilmiş çözümler sunuyoruz. Franchise vermeyi düşünen işletmelere, iş modelinin standartlaştırılması, yasal gerekliliklerin yerine getirilmesi, franchise anlaşmalarının oluşturulması gibi süreçlerde danışmanlık sağlıyoruz. Ayrıca pazar araştırması, eğitim ve operasyonel destek gibi alanlarda da hizmetler sunarak işletmelerin daha sağlam ve sürdürülebilir bir franchise sistemi oluşturmalarına yardımcı oluyoruz.

### Franchising hizmetlerimiz şöyle sıralanabilir:

- Franchising Check-Up: Şirketlerin mevcut durumlarını değerlendirir ve potansiyel bir franchise sistemi için uygunluğunu analiz ederiz.
- Franchising Kurulum: Franchise sisteminin oluşturulma aşamasında şirketlere rehberlik eder, modeli standartlaştırır, sözleşmeleri hazırlar ve operasyonel süreçleri belirleriz.
- Franchise Satış: Hazırlanan franchise sistemini pazarlar ve uygun franchisee adaylarına sunarak satış sürecini yönetiriz.
- Master Franchise: Uluslararası genişleme için "Master Franchise" modellerini geliştirir ve yönetiriz.
- 360° Çözüm Ortaklığı: Şirketlere kapsamlı bir destek sunarak, franchise işletmelerinin her yönünü kapsayan çözümler geliştiririz.

### Girişimciler için başarılı bir franchise işletmesi kurarken en önemli adımlar nelerdir?

Başarılı bir franchise işletmesi kurarken, işletmenin temel değerlerini, iş modelini ve operasyonel süreçlerini net bir şekilde tanımlamak büyük önem taşır. Ayrıca uygun ve doğru franchisee seçimi, işletmenin gelişiminde kritik bir rol oynar. Şeffaf iletişim, sürekli eğitim ve operasyonel destek de başarılı bir franchise işletmesi için gereklidir.

### Francorp olarak gelecek dönem hedefleriniz nelerdir?

Önümüzdeki dönemde, Francorp olarak uluslararası alanda daha geniş bir varlık göstermeyi hedefliyoruz. Yerel işletmelerin uluslararası arenada büyümesine destek olmak ve Francorp markasını global düzeyde daha da güçlendirmek istiyoruz. Bununla birlikte, teknolojik yenilikleri takip ederek işletmelerin dijital dönüşümlerine de liderlik etmeyi planlıyoruz.

### Franchising sektörünün geleceği hakkında düşünceleriniz nelerdir?

Franchising sektörü, dinamik yapısıyla gelecekte de büyük bir rol oynamaya devam edecek. Özellikle globalleşme ve dijitalleşme ile birlikte, farklı sektörlerde daha çeşitli franchise modellerinin ortaya çıkacağını düşünüyorum. Teknolojinin etkisiyle işletmeler daha verimli, esnek ve müşteri odaklı hale gelecek, bu da Franchising sektörünün büyümesini sağlayacak.

### Son olarak, girişimcilere veya işletme sahiplerine

### Franchising konusunda vereceğiniz bir tavsiye var mı?

Franchise vermeyi düşünen işletme sahiplerine tavsiyem, işletmelerinin temel değerlerini korumaları ve franchise sürecine hazırlanırken detaylı bir planlama yapmalarıdır. Ayrıca işbirliği yapacakları franchisee adaylarını seçerken dikkatli olmaları ve uzun vadeli bir iş ilişkisi kurmaları önemlidir. İş birliği ve şeffaflık, başarılı bir franchise ilişkisinin temel taşlarıdır.

- Franchise Sales: We place the prepared franchise on the market we offer it to suitable investors and we manage the total procedure.
- Master Franchise: When brands wish to enlarge abroad we develop a Master Franchise model and we manage it.
- 360 degree Solution Partnership: We offer a very wide support range along with solving any required situation.

### Which are the most important steps an entrepreneurs must take?

When a successful franchise is formed it is of primary importance that its basic values are well understood, that the work model and the timing of completion are strictly followed. Also when the suitable and correct sector is chosen the operational development plays a critical role. There must be total trust between the participants, ongoing training is a must together with operational support all are essentials for successful franchising.

### Which are the goals that Francorp has for the future?

We aim to have a wider presence abroad. We wish to be present in different positions there and to have Francorp become a global name. Additionally we carefully follow all the new technological developments and intend to be a leader in world digital actions.

### Which are your thoughts on the future of the franchising sector?

The Franchising sector with its dynamic formation will continue to be of great importance.

In particular globalization together with digitalization in different sectors will bring forward many different manners of it being effected. With technology businesses will be run more efficiently and have more elasticity and will focus greatly on its customers, this also will ensure the future of the Franchising sector.

### Finally is there advice you wish to give to entrepreneurs and businesses?

To the owners of a business who wish to Franchise I strongly believe they must protect the basic values of their company and effect a plan of the action they hope to follow. Additionally while they are choosing their franchisees they must take great care as a long term relationship is wished for. So their connection must be based on honesty and working as a team those are the base of a successful franchise relationship.







## GÖKHAN ABDİK: "HEDEFİMİZ ŞUBE SAYIMIZI ARTIRMAKTIR."

GOKHAN ABDİK: "OUR GOAL IS TO INCREASE THE NUMBER OF OUR BRANCHES."

*"Kişilerin yaptıkları yatırımın amortisman süresinin kısa olması ve yapılan işin kar oranlarının yüksekliği girişimcilerin bizi tercih etmesinin en önemli nedenlerinden biridir," diyor Gökhan Abdik. Bununla birlikte, gıda sektörünün ülkemizde ekonomik problemlerden en az etkilenen sektörlerden biri olduğunu vurgulayan Abdik, girişimcilerin Franchisee tercihlerini bu sektörde kullanmalarını öneriyor.*

"One of the most important reasons that investors prefer our brand is the period of amortisement of investment is short and the profit margin is high," says Gokhan Abdik. Added to this the food sector in our country is one of the sectors which is least affected when economical problems arise. Abdik advises that candidate franchisees focus on this sector.



**Sizi kısaca tanıyabilir miyiz?**

İstanbul 1980 doğumluyum. Aile kökenim Trabzon, Oflu'dur. Liseden mezun olduktan sonra 1997 yılında aile şirketlerinde idari yönetim ve üst düzey yöneticilik yaparak ticari hayatıma başladım. On yıl süren yöneticiliğin ardından İzmir, Bolu, İstanbul gibi şehirlerde turizm ve inşaat sektöründe yatırımlar yaptım. Bu sektörlerden edindiğim bilgi ve birikimle seksenden fazla inşaat projesini İstanbul, Samsun, Çanakkale, Bolu, İzmir ve Denizli'de hayata geçirdim. 2005 yılında evlendim ve daha sonra İstanbul, Bakırköy'de gıda sektöründe çalışmalarımı sürdürdüm. Bu sektörde Harbi Burger, Bi Soslu Döner markaları ile İstanbul'da 11 şube açtım. 2020 yılında tüm sektörleri Abdik Şirketler Grubu çatısı altında toplayarak yeni yatırımlar ve marka bilinirliği adı altında yatırımlarımı sürdürüyorum.

**Firmanızın kuruluş ve gelişim süreci hakkında bilgi alabilir miyiz?**

2007 yılında kurulan Bi Soslu Döner markamız yeniden yapılanarak, 2019'da şirketimizin bünyesine dahil oldu. İstanbul, Bakırköy'de merkez şube olarak faaliyete başladı. 2020 yılında da şubeleşme sürecine girdi. Markamız, 11 noktada hizmet vermektedir.

**Firmanız Franchise vermeye ne zaman ve nasıl başladı?**

Firmamızda 2020 yılından itibaren Franchise vermeye başladık.

**Kaç şubeniz ve çalışanınız var?**

Şube sayımız 11'dir. Şu anda şubelerimizde iki yüzü aşkın çalışanımız bulunmaktadır.

**Franchise verdiğiniz-vereceğiniz kişilerde aradığınız standartlar nelerdir?**

Franchise verdiğimiz kişilerde aradığımız standartlar, firmanın reçetelerine ve kurallarına bağlı kalarak işletmenin yönetilmesidir.

**Will you please briefly introduce yourself?**

I was born in Istanbul in 1980. My family's roots are Trabzon, Oflu. After I completed Lise in 1997 I joined my family's company in management and top management positions and so began my business life. After a 10 year period of management I invested in the tourist sector and the building sector in cities such as Izmir, Istanbul and Bolu. With the experience I gained in the sector and using my savings I put my name to more than eighty building projects they were in Istanbul, Samsun, Çanakkale, Bolu, Izmir and Denizli. In 2005 I married and later continued my work in Istanbul Bakırköy in the food sector. In This sector with Harbi Burger and Bi Soslu Döner brands I opened 11 branches in Istanbul. In 2020 I gathered all the sectors together under the auspices of the Abdik Şirketler Group and now I Am making new investments and having the brand names be better known.

**Will you tell us please of the founding and developing of your company?**

Bi Soslu Döner was founded in 2007 we have redeveloped that brand, in 2019 it became part of our company and in Istanbul Bakirkoy we have the Central of it. In 2020 we entered a period of setting up branches. Our brand is now giving its services in 11 different positions.

**When and how did your company first begin to give franchises?**

It began in 2020 and has been giving since.

**How many branches and how many personnel do you have?**

Presently we have 11 branches and we have almost 200 personnel.

**Which are the standards that you expect those who have taken and those who will take to have?**

What we expect is that they remain within the brands framework and observe the rules of the company.







### **Sizce girişimcilerin firmanızı tercih etme nedenleri nelerdir?**

Kişilerin yaptıkları yatırımın amortisman süresinin kısa olması ve yapılan işin kar oranlarının yüksek olması, girişimcilerin bizi tercih etmesinin en önemli nedenlerinden biridir.

### **Firmanız bünyesinde Franchise sistemiyle açılacak bir mağazanın ortalama maliyeti nedir?**

Bir mağazanın ortalama maliyeti, yerin konumu ve metre karesine göre değişiklik gösterebilir. Minimum 900.000 TL ile 1.500.000 TL arasındadır.

### **Sizden franchisee alanlara ne gibi destekler sağlıyorsunuz?**

Franchisee alanlara, iş eğitimi, operasyonel süreçler, personel desteği, işletmede kullanılan ürün desteğini sağlıyoruz.

### **Franchiseelerinizi nasıl denetliyorsunuz?**

Şubelerimizin bulunduğu bölgelerde hem gizli müşteri yoluyla hem de bünyemizdeki denetim ekibimizle kısa aralıklarla denetleme yapılmaktadır.

### **Girişimciler neden bu alanda franchisee almalıdırlar?**

Gıda sektörü ülkemizde ekonomik problemlerden en az etkilenen sektörlerden biri olduğu için girişimciler Franchisee tercihlerini bu sektörde kullanabilirler.

### **Sektörün Türkiye’de son dönemde geldiği noktayı nasıl değerlendiriyorsunuz?**

Kurumsal olarak iş yapan firmalar kaliteli ürünlerle vatandaşların cazibesini çekmektedir. Kurumsal çatı altında bulunan gıda restoranlarının çeşitli reklam tanıtımı ve ürün standartlarıyla diğer rakiplerinden daha ön planda olduğunu düşünüyoruz.

### **Sizden franchisee alanların başarılı olması için nelere dikkat etmeleri gerekir?**

Reçetelerimizi ve standartlarımızı korumaları, işletmeye sahip çıkmaları gerekir. Bizim desteğimizle en kısa sürede yatırımlarının karşılığını alacaklardır.

### **Önümüzdeki dönem hedefleriniz nelerdir?**

Hedefimiz, önümüzdeki beş yıllık süreçte şube sayımızı artırmak ve Türkiye’nin diğer illerine yeni şubeler açmaktır.

### **Which do you believe are the reasons that entrepreneurs prefer your brand?**

The investment is small and the amortisment of that capital is rapid this being the result of a good profit margin this is one of the most important reasons.

### **What is the average cost of opening a Franchise with your company?**

The position of the premises and the sq.m.of it are the factors which can change an investment considerably.The minimum would be between 900,000 and 1,500,000TL.

### **Which kinds of support do you give to your Franchisees?**

Work training,operational periods,help for human resources and support for the needs of objects essential to the business.

### **How do you check on your Franchisees?**

We use ‘unknown’ customers for our branches additionally we have a control team which visits regularly.

### **Why should investors enter this sector?**

The food sector is one of the few sectors in our country that is not very much changed even in the times of bad economical situations.

### **How do you evaluate the position that your sector has come to over the last period?**

Institutionally working companies can attract customers with the quality of their products.Those restaurants which are under that type of brand effects various advertising of their product qualities which brings them more to the fore of their competitors.That is my opinion.

### **What should those who take a Franchise from your company do so as to be successful?**

It is essential that they follow our recipes and protect our standards then they will receive profits in a short time.

### **Which are your goals for the upcoming period?**

Within the next five years we wish to increase the number of our branches and open others in different regions of Turkey.







# Sende bu kazanca ortak ol

İsim hakkı yok • Ciro primi yok

Sınırlı  
Sayıda

**'ABDİK**  
ŞİRKETLER GRUBU

FRANCHISE BİLGİ HATTI:  
**0552 506 34 34**

[www.bisosludoner.com](http://www.bisosludoner.com)





**Av. Süleyman Soysal**  
UFRAD Denetim  
Kurulu Üyesi  
UFRAD Auditing  
Board Member

# İŞ YERİ KİRALARINDA KİRALAYANIN VE KİRACININ HAK VE YÜKÜMLÜLÜKLERİ

EXPLAINING THE LEGALITIES OF RENTING BUSINESS PREMISES  
ACCORDING TO THE TURKISH LAWS OF DEBTS

Kira sözleşmelerine ilişkin hükümler, tarafların hak ve yükümlülükleri Türk Borçlar Kanunu'nda düzenlenmiştir. Kira sözleşmelerine ilişkin genel hükümler 299. maddeden başlarken, konut ve çatılı iş yerlerine ilişkin düzenlemeler 339. maddeden başlamaktadır.

## • Kiraya verenin yükümlülükleri

Borçlar Kanunu uyarınca kira sözleşmesi, kiraya verenin bir şeyin kullanımını veya kullanımı ile ondan yararlanmayı kiracıya bırakmayı, kiracının da bunun karşılığında kararlaştırılan kira bedelini ödemeyi taahhüt ettiği sözleşmedir. Kira sözleşmesi belirli ve belirsiz bir süre için yapılabilir. Tarafların birbirlerine karşı birçok yükümlülüğü ve hakkı vardır:

## • Teslim borcu

Kanun'un 301. maddesi uyarınca kiraya veren, kiralananı, sözleşmede yer alan kullanım amacına uygun bir durumda kararlaştırılan tarihte teslim etmek ve sözleşme boyunca bu durumda tutmakla yükümlüdür. Kiraya verenin, kiralananı, kira sözleşmesinde belirtilen kullanım amacına uygun bir durumda kararlaştırılan tarihte kiracıya teslim etmesi gerekmektedir. Ayrıca, kira sözleşmesinin süresi boyunca, taşınmazın sözleşmede belirtilen hüküm ve koşullara uygun durumda kalmasını sağlamak kiraya verenin görevidir. Örneğin, daha önce sorunsuz çalışmakta olan havalandırma sisteminde bir arıza olması durumunda, kiraya veren bu arızanın giderilmesinden sorumludur.

## • Vergi ve benzeri yükümlülüklerle katlanma yükümlülüğü

Aksi kanunla kararlaştırılmadıkça, kiraya veren, kiralananla ilişkin zorunlu sigorta, vergi ve benzeri yükümlülükleri üstlenir. Örneğin binalarda deprem sonucu meydana gelebilecek maddi zararların karşılanması için gayrimenkul sahibi deprem sigortasını yaptırmak zorundadır.

## • Kiralananın kusurlarından kiraya verenin sorumluluğu

Kiraya veren, kiralananın teslimat sırasındaki tüm kusurlarından sorumludur. Kiralananın sonradan kusurlu hale gelmesi halinde kiracı, kiraya verenden ayıpların giderilmesini veya ayıpla orantılı indirim yapılmasını veya zararın giderilmesini isteyebilir.

## Kiracının yükümlülükleri:

### • Kira ödemesi

Kiracı, aksine sözleşme ve yerel âdet olmadıkça, kira bedelini ve gerekiyorsa yan giderleri, her ayın sonunda ve en geç kira süresinin bitiminde ödemekle yükümlüdür. Kira bedelinin hangi gün ve en geç hangi tarihte ödeneceği sözleşme ile kararlaştırılmışsa kiracının buna uyması gerekmektedir. Aksi halde kira sözleşmesine aykırı hareket etmiş olur ve kira bedelinin ödenmesi için hakkında icra takibi başlatılabilecektir.

Kiracı, kiralananın tesliminden sonra kira bedelini veya yan giderleri ödeme borcunu ifa etmezse, kiraya veren kiracıya icra dairesi aracılığıyla yazılı olarak süre verip bu süre içinde ifa etmediği takdirde sözleşmeyi feshedeceğini bildirme hakkına sahiptir.

Kiracıya verilecek süre konut ve çatılı iş yerleri için en az otuz gündür. Bu süre kiracıya yazılı bildirim tarihini takip eden günden itibaren başlar. Yazılı tebligat icra dairesi veya noter tarafından yapılabilir. Kiracı verilen bu süre içinde borcunu ödemezse borç icra yoluyla tahsil edilebilir ve borca itiraz yoksa yukarıda belirtilen sürenin sonunda tahliye davası açılabilir.

### • Kullanım giderleri

341. madde uyarınca, konut ve çatılı iş yerleri kiralalarında, sözleşmede aksi öngörülmedikçe, ısınma, aydınlatma ve su gibi giderleri, ortak giderleri kiracı üstlenmekle yükümlüdür. Bu giderler site güvenliği, temizlik, asansör, elektrik, su, doğalgaz vb. hizmetleri içerebilir.

### • Kusurları kiralayana bildirme yükümlülüğü

Kiracı, düzeltmekle yükümlü olmadığı kusurları gecikmeksizin kiraya verene bildirmekle yükümlüdür; aksi takdirde ortaya çıkan zarardan sorumludur.



1.The responsibilities of the person who is giving premises to rent out were previously detailed in the Rent Laws 299th article however in the renting of housing and terraced work premises certain changes and additions were made and those commence in article 339 I.Details of delivery payment of the premises.These are given in detail in article 301 including actions for previously installed fittings.

II.Details are given of what has to be paid by the person giving to rent such as building taxes and compulsory insurances.

iii.During delivery any faults occurring should be rectified by the person giving to rent.

## 2.The responsibilities of those persons taking premises.

I.If in the contract there is no contrary condition detailed the rent has to be paid exactly in accordance with the dates in the contract,should the rent or any other necessary expenses not be paid the person giving the premises to rent has the right in the court of law to cancel the contract.Periods of warning time details are given etc.

II.Expenses incurred during use are detailed and are based on article 341.

iii.The tenant is obliged to inform the renting people within a certain time period of any needed repairs should they not do so then they become responsible for payment of them.





#### • Alt kiralama ve kiracılığın devri

Kiracı kural olarak kiraladığı şeyi tamamen veya kısmen başkasına kiralayabileceği gibi, kiraya verene zarar verecek bir değişikliğe sebebiyet vermemek kaydıyla kullanım hakkını başkasına devredebilir. Bununla birlikte, 321. maddeye göre, konut ve çatılı iş yeri kiralalarında kiracı, kiraya verenin yazılı izni olmadıkça kiralananı başkasına kiralayamaz veya kullanma hakkını devredemez. Yine Kanun'un 323. maddesi uyarınca kiracı, kiraya verenin yazılı onayını almadıkça kira ilişkisini de başkasına devredemez. Kiraya veren, iş yeri kiralalarında haklı bir sebep olmadıkça bu rızayı vermekten kaçınmaz. Kanunda haklı sebep tanımı yoktur ve mahkeme bunu mevcut olaylara ve duruma göre değerlendirecektir. Örnek vermek gerekirse, bir AVM'de yemek katında yer alan iş yerinin, tekstil üzerine faaliyet gösterecek bir firmaya devredilmesine izin verilmemesi haklı görülebilirken, gıda işiyle uğraşan cadde üzerindeki bir iş yerindeki kiracının kiracılığını tekstil ile ilgilenen bir firmaya devrine izin verilmemesi sebep haklı görülmez.

Kiraya verenin yazılı muvafakati ile kira sözleşmesi kendisine devredilen kişi kiracının yerine geçer ve devralan kiracı kiraya verene karşı olan borçlarından kurtulur. İş yeri kiralasını devreden kiracı, kira sözleşmesinin bitimine kadar ve devralan ile birlikte en çok iki yıl süreyle müteselsilen sorumlu olur.

#### • Kiralanan mülkün sözleşme bitiminden önce iade edilmesi

Kanun'un 325. maddesi uyarınca, kiracı kiralananı zamanından önce iade ederse, benzer şartlarla yeniden kiralancaya kadar kiraya verdiği borçlardan sorumlu olmaya devam eder. Kiracı bu süre dolmadan nitelikli bir ikame bulursa, kira ile ilgili borçlarından feragat edilir.

#### Kiraya verenin hakları:

##### • Güvence bedeli

Kiraya verenin teminat için güvence bedeli (depozitoya karşılık gelebilir) talep etmesi halinde, kiracı bunu kiraya verene vermek zorundadır. Konut ve iş yeri kiralalarında güvence bedeli üç aylık kira bedelini geçemez. Teminat olarak para veya kıymetli evrak verilmesine karar verilirse, kiracı parayı vadeli bir tasarruf hesabına yatırır ve kıymetli evrakı bir bankada saklar, kiraya verenin rızası olmadan çekemez. Banka, teminatları ancak iki tarafın rızası ile veya icra takibinin kesinleşmesi ile veya kesinleşmiş mahkeme kararına dayanarak iade edebilir.

##### • Kira bedelinin belirlenmesi

Tarafların yenilenen kira dönemlerinde uygulanacak kira bedeline ilişkin anlaşmaları, bir önceki kira yılında "tüketici fiyat endeksindeki on iki aylık ortalamalara göre değişim" oranını geçmemek koşuluyla geçerlidir. Bu kural, bir yıldan daha uzun süreli kira sözleşmelerinde de uygulanır. Taraflarca bu konuda bir anlaşma yapılmamışsa, kira bedeli, bir önceki kira yılının "tüketici fiyat endeksindeki on iki aylık ortalamalara göre değişim" oranını geçmemek koşuluyla hâkim tarafından, kiralananın durumu göz önüne alınarak hakkaniyete göre belirlenir.

Taraflarca bu konuda bir anlaşma yapıp yapılmadığına bakılmaksızın, beş yıldan uzun süreli veya beş yıldan sonra yenilenen kira sözleşmelerinde ve bundan sonraki her beş yılın sonunda, yeni kira yılında uygulanacak kira bedeli, hâkim tarafından "tüketici fiyat endeksindeki on iki aylık ortalamalara göre değişim" oranı, kiralananın durumu ve emsal kira bedelleri göz önünde tutularak hakkaniyete uygun biçimde belirlenir.

#### Kiracının hakları:

##### • Kiracı aleyhine düzenleme yasağı

Kanun'un 346. maddesine göre kiracıya, kira bedeli ve yan giderler dışında başka bir ödeme yükümlülüğü getirilemez. Özellikle, kira bedelinin zamanında ödenmemesi hâlinde ceza koşulu ödeneceği ne veya sonraki kira bedellerinin muaccel olacağına ilişkin anlaşmalar geçersizdir.

##### • Kira sözleşmesinin sona ermesi

Konut ve çatılı iş yeri kiralalarında kiracı, belirli süreli sözleşmelerin süresinin bitiminden en az on beş gün önce bildirimde bulunmadıkça, sözleşme aynı koşullarla bir yıl için uzatılmış sayılır. Kiraya veren, sözleşme süresinin bitimine dayanarak sözleşmeyi sona erdiremez. Ancak, on yıllık uzama süresi sonunda kiraya veren, bu süreyi izleyen her uzama yılının bitiminden en az üç ay önce bildirimde bulunmak koşuluyla, herhangi bir sebep göstermeksizin sözleşmeye son verebilir.

vi. Details found mainly in article 323 explain situations where the person who has taken out the first renting then rents parts or the whole of the premises out to another.

vii. Situations where return of premises occur prior to the contract date end. These are detailed in the 325th article.

#### 3. The rights of the persons giving to rent:

i. Security deposits are discussed together with the situations and persons who need this security.

ii. Effecting changes of the rent price these are discussed in great detail as there are a large number of different situations involved.

#### 4. The rights of the tenant:

i. The regulation ban against tenants

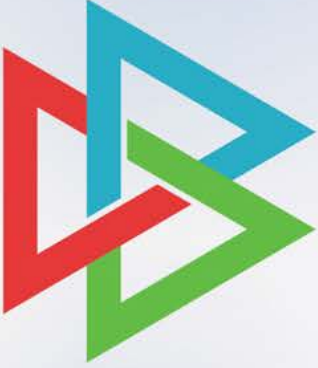
In the 346th article apart payment of rent and the expenses involved no other payment responsibility can be imposed on tenants should that be attempted it cannot be put into action.

ii. The end of the contract

For housing and roof work premises tenants are obliged to advise the person renting premises to them must be informed of intentions at least 15 days prior that date if this is not done then the contract continues under the same conditions. However after the contract being lengthened for 10 years following that an further extension is not effected as long as that information is given at least 3 months prior.







# FRANCHISE İSTANBUL EXPO

6 - 10 Şubat 2024

TÜYAP FUAR VE BÜYÜKÇEKMECE  
KONGRE MERKEZİ | İSTANBUL

*Global Franchise!  
Global Sektör!*



[www.franchiseistanbulexpo.com](http://www.franchiseistanbulexpo.com)

@franchiseistanbulexpo

franchise-istanbul-expo





# HAYALET MUTFAK SEKTÖRÜNDE FRANCHISING

## FRANCHISING IN THE GHOST KITCHEN SECTOR

Yeme-içme sektöründe son zamanlarda yükselişe geçen hayalet mutfaklar, yemek teslimatları için özel olarak tasarlanmış profesyonel mutfak tesisleri olmakla birlikte, bu tesislerde yemek hazırlama operasyonları, restoranlara ait vitrinler, garsonlar, yemek salonları veya park yerleri gibi faktörlere ihtiyaç duyulmadan gerçekleştiriliyor. Bir diğer deyişle hayalet mutfaklar, kendilerine ait bir restoran markası olmamakla birlikte birden fazla restoran markasına hizmet veren tesisler veya bağımsız tesisler olarak çalışıyor. Kamusal alanlara sahip olmayan bu mutfaklar, yemek dağıtım uygulamalarında oldukça aktif bir rol oynuyor. Özellikle pandemi sürecinde restoranların bazılarının geçici veya kalıcı olarak kapanması nedeniyle önem kazanan hayalet mutfaklar, bu dönem sonrasında da bazı işletmeciler tarafından kullanılmaya devam etti. Geleneksel bir restoran açmanın maliyetli olması işletmecileri hayalet mutfaklarına yönelmeye başlattı. Bu mutfakların hızla benimsenmesi, işletmelere gıda sektöründe uzun vadeli bir başarı şansı da sunuyor. Bununla birlikte hayalet mutfaklar işletmecilerine, müşteriler için oturma alanına ihtiyaç olmaması, işletmenin kira maliyetlerinin azaltılması ya da daha düşük kira maliyetleri olan bölgelere kurulabilmesi, baskılı menüler gibi ek masraflara ihtiyaç duyulmaması, daha az personel gibi imkanlar sağlıyor ki bu da işletme maliyetlerini düşürerek daha yüksek kâr marjı elde edilmesini gündeme getiriyor.

In the food and beverage sector recently the Ghost Kitchens trend is very definitely rising. This is a method which has been brought into being so that professional kitchen deliveries can be effected, as can food preparation operations, restaurant window displays, waiters, food salons and parking spaces without any need of others. Using a different expression -ghost kitchens, which while they themselves are not branded they give service to branded restaurant chains. Particularly in the public sector when there is no kitchen there the food deliveries play a particularly active role. Particularly during the Pandemic when some restaurants had to close for a period and some had to permanently close these ghost kitchens played an important role. Even after this period certain brands continued to use them. Viewing the investment required for a restaurant we see that some investors are inclined to use this ghost kitchen system. The reason that these ghost kitchens have become so popular is because they offer the possibility of restaurants being successful over the long haul. Also with its system sitting for customers is not essential, so rent prices are reduced, there is the possibility of being able to use fewer personnel, printed menus are not required some other items are the same thus costs can be reduced considerably resulting in a higher profit margin all of these points are being studied.



## AHMET ORHON: "TÜRKİYE MERKEZLİ EN BÜYÜK GIDA ŞİRKETLERİNDEN BİRİ OLACAĞIZ"

AHMET ORHON: "WE SHALL BECOME ONE OF THE BIG FOOD COMPANIES WITH THEIR CENTRAL IN TÜRKİYE."

*2021 yılında bulut mutfak sektöründe Türkiye'de ilk ve öncü rolde faaliyetlerine başlayan Avane Cloud Kitchens (Avane), geçtiğimiz dönemde sergilediği etkileyici performans ile sektörde dikkatleri üzerine çekmeye devam ediyor. Globalde en etkin ve en kârlı hibrit bulut mutfak modelini işleten Avane, müşterilerine "sağlıklı fast-food" ürünlerini eşsiz bir gel-otur deneyim ile sunarken, aynı mutfaktan tamamı Avane tarafından yaratılan 30'dan fazla markayı müşterilerine paket servis ile ulaştırıyor. Türkiye'den yeni bir "unicorn" çıkarma vizyonu ile yola koyulan Avane Cloud Kitchens Kurucu ve CEO'su Ahmet Orhon ile şirketin franchise hakları ve önümüzdeki dönem planları üzerine konuştuk.*

In 2021 we became the first and foremost to become active in Turkey in the Bulut mutfak sector (the cloud kitchen sector) Avane Cloud Kitchens (Avane) exhibited a very impressive performance and attracted great interest. Globally Avane works a hybrid, cloud, profitable model as it offers its "healthy fast food" in an unbeatable experience of a come and sit down all emanating from the same kitchen which reach customers in more than 30 packet services. With the vision of taking out another "unicorn" from Turkey. We talked with Ahmet Orhon who is the CEO of Avane Cloud Kitchens about Franchising rights and the future plans of the company.





### **Sizi kısaca tanıyabilir miyiz?**

Ahmet Orhon – Avane Cloud Kitchens Kurucusu ve CEO'su: Bilkent Üniversitesi İşletme Fakültesi'ni dereceleyle bitirdikten sonra 2009 yılında kariyerime McKinsey & Company'de yönetim ve strateji danışmanlığı alanında başladım. Türkiye, Çin ve Avustralya'da çeşitli projelerde yer aldıktan sonra, Harvard Business School (HBS) İşletme Yüksek Lisansı (MBA)'nı tamamlamak üzere ABD'ye gittim. 2014 yılında McKinsey'in Dubai ofisine transfer oldum ve 6 sene boyunca Avrupa, Orta Doğu ve Afrika (EMEA) bölgesinde perakende ve tüketim ile mobilite ve otomotiv alanlarında birçok projeye liderlik yaptım. ABD başta olmak üzere birçok ülkede yeni bir iş modeli olarak ortaya çıkan "bulut mutfak" konseptini Türkiye'ye uyarlayarak hayata geçirmek için 2020 yılında ülkeye geri döndüm ve Avane hikayemiz başladı.

### **Firmanızın kuruluş ve gelişim süreci hakkında bilgi alabilir miyiz?**

Türkiye'nin bulut mutfak modelini denemek için çok uygun bir pazar olduğu düşüncesiyle, 2021 yılında Avane Cloud Kitchens'i kurmaya karar verdim. Acıbadem'de açtığımız ilk mutfaktan ilk markamız Çosa'yı paket servis ile online platformlar üzerinden müşterilerimize sunmaya başladık. Zaman içerisinde, müşterilerden aldığımız geri bildirimleri sürekli değerlendirerek, pazarın ihtiyaçlarına uygun yeni markaların lansmanlarını gerçekleştirdik. Bu markaların logolarından, menülerine; üretiminden teslimat ve müşteri ilişkileri yönetimine kadar tüm süreçlerini kendimiz tasarladık ve bu şekilde şu anda 30'u aşkın markaya ulaştık. Bulut mutfağın en önemli özelliklerinden biri, geleneksel restoranlara göre ciddi bir maliyet avantajına sahip olmasıdır. Biz, bulut mutfak modelimizde, mutfaklarımızda çalışanları, hammaddeleri, ekipmanları ve nihai ürünleri tüm markalarımızın çapraz kullanımına açıyoruz ve sağladığımız optimizasyon sayesinde gıda malzemelerindeki zayıflığı de asgari seviyeye düşürüyoruz. Elde ettiğimiz tasarrufla, kaliteli ürünleri müşterilerimize daha uygun fiyatlarla sunabiliyoruz. Buna ek olarak, 2022 yılı sonunda aldığımız bir kararla, yenilikçi bir bulut mutfak modeline geçiş yaptık. "Hibrit bulut mutfak" adını verdiğimiz modelimizde, "Çosa" markamızla gelotur restoranlarımızda "sağlıklı fast-food" ürünlerimizi müşterilerimize sunarken, aynı mutfaktan 30'u aşkın markamızın ürünlerinin de paket servisini yapıyoruz. Böylece, risk ve maliyet optimizasyonuna ulaşarak, daha yüksek bir şube kârlılığına ulaşabiliyoruz.

### **Şu an kaç şube ile ve nerelerde hizmet veriyorsunuz?**

İstanbul, İzmir ve Bursa'da 13 şubemiz var. Bunlardan 10'u Avane Şubelerine Ortaklık Modeli ile 3'ü ise Avane Bayiliği Modeli ile işletiliyor. Aynı zamanda ilk global pazarımız Londra'da da 1 şube ile hizmet veriyoruz.

### **Franchise vermeye ne zaman başladınız?**

#### **Franchise sisteminiz nasıl işliyor?**

2022 yılından bu yana franchise vermeye devam ediyoruz. Temelde, Avane olarak, franchise adaylarına iki farklı franchise modeli sunuyoruz:

"Avane Bayiliği Modeli"nde, franchise sahiplerinin Avane'nin hibrit bulut mutfak modelini belirlenecek noktalarda müşterilerle buluşturarak kendi bayilerini işletmesini sağlıyoruz. İşletme dönemi boyunca; pazarlama, reklam, satın alma, lojistik, eğitim, insan kaynakları, operasyon, kalite kontrol gibi her



Ahmet Orhon

### **Will you please briefly introduce yourself?**

Ahmet Orhon -Founder and also the CEO of Avane Cloud Kitchens:After completing the Bilkent University Business Faculty with a degree after 2009 I began my career,it was with McKinsey&Company where I began in the strategy and management department as coordinator.After taking part in various projects in Turkey,China and Australia I then went to America to Harvard Business School (HBS)to complete my Masters Business Administration Degree(MBA)in 2014 I was transferred to Mckinsey's Dubai office where for 6 years I was leader of various projects in Europe,the Middle East and Africa (EMEA)for retailing, consumption and vehicle mobility.In many countries but particularly in the USA a new work model had appeared the"cloud kitchen"I wished to suitably effect this for Turkey and so in 2020 I returned to my country and so our story of Avane began.

### **Will you tell us of the founding and developing of your company?**

I believed that Turkey was an extremely suitable country to try out the market therefore in 2021 I made the decision to form a company-Avane Cloud Kitchens.Our first place of opening was in Acıbadem and our first kitchen model -Cosa we brought to peoples attention by packet online.As time passed we took care to evaluate the comments and feed backs of the customers and so we made a model more suitable to the needs of the market and effectively introduced it.These models have the brands logos,their menus,their production date and even customer relationships we produced them all ourselves and by this method today we have almost 30 brands. One of the Cloud Kitchens most important abilities is that it is far less costly to run than a normal restaurant kitchen.With the model that we have developed for those working in the kitchens,for primary ingredients,the equipments and the products themselves all have cross uses and with the optimization that we have achieved we have reduced the losses or brought them to a much lower position.With the savings we have effected we are able to offer high quality products at a cheaper price. In addition to that because of a decision that we took at the end of 2022 we went over to an even more workable method to which we gave the name "Hybrid Cloud Kitchen"this is "Cosa"which is for come and get restaurants and it offers "Healthy Fast Food"which allows us to offer almost 30 of our products to be packeted.In such a manner many risks and expenses can be optimized so the branch can improve its rate of profit.







türlü konuda destek hizmeti veriyoruz. "Avane Şubelerine Ortaklık Modeli"nde ise; franchise sahiplerine, Avane'nin doğrudan yönetimi altında faaliyetlerini sürdüren Avane şubelerine küçük yatırımlarla ortak olma imkanı veriyoruz. Günlük operasyonun tamamen Avane tarafından yürütüldüğü bu model ile franchise sahipleri kazançlı bir yatırım aracına sahip olabiliyorlar.

#### **Yatırımcı adaylarında aradığınız kriterler neler?**

Önceliğimiz, başarıya tutkusuna ve markalarımızın gücünü yükseltecek heyecana sahip iş ortaklarıyla yol almaktır. Gıda sektörüne ilgili, yeniliklere açık ve müşteri memnuniyetini önceleyen bir bakış açısına sahip franchise adaylarının sistemimizle ortaya koyacağımız katma değeri azami noktaya taşıyacağına inanıyoruz.

#### **Denetlemeleri nasıl gerçekleştiriyorsunuz?**

Şubelerimizin verimliliğini artırmak için, belirlenen kriterler çerçevesinde operasyon yetkililerimiz ile düzenli şube denetimleri gerçekleştiriyoruz.

#### **Markanız bünyesinde Franchise sistemiyle açılacak bir işletmenin ortalama maliyeti nedir?**

Proje, inşaat ve ekipman maliyetlerini içeren bir şubenin ortalama işletme sermayesi 225.000 ABD Dolarıdır. Ayrıca, sistemin "franchise bedeli" olarak Avane'ye 25.000 ABD Doları ödeme yapılmaktadır. Şubenin lokasyonuna göre yapılan toplam yatırımın 24-30 ayda geri dönüşünün sağlanacağını öngörüyoruz.

#### **Girişimcilerin firmanızı tercih etme nedenleri nelerdir?**

Avane, global ölçekte kendini kanıtlamış yetkin bir takım tarafından yönetiliyor. Bu ekibin tecrübesi ışığında, her adımında optimizasyon yapılarak geliştirilen franchise sistemimiz, "benzersiz yatırımın geri dönüş süresi" ile ciddi bir talep görüyor. Öte yandan, en önemli ayırtıcı özelliklerimizden birisi de, tek bir markayı değil, 30'u aşkın markayı kapsayan eşsiz ve dinamik bir franchise sistemini yatırımcılara sunuyor olmamız.

#### **Girişimciler neden bu alanda franchise almalıdırlar?**

Türkiye'nin, gıda sektöründeki markalaşma ve özellikle zincir marka oluşturma öyküsünde dünyadaki gelişmiş ülkelere kıyasla halen gidecek çok yolu var. Ülkemizde zincir restoranların online siparişlerdeki payı %25 iken, dünyada bu oran %75 düzeylerinde seyrediyor. Önümüzdeki dönem bu farkın kapanacağı bir dönem olacak ve Türkiye'de bu boşluğu doldurmak için yıllık %20-30 arasında bir büyümeye şahit olacağız. Bu büyümede en büyük payı zincirleşebilen marka yaratılabilme yetisine sahip şirketler olacak. Avane de, bu kasları en çok gelişmiş şirketlerden biri olarak, iş ortaklarıyla beraber büyümesine hızla devam edecek.

#### **Önümüzdeki dönem hedeflerinizle ilgili bilgi alabilir miyiz?**

Önümüzdeki 3 yıl içerisinde Türkiye'de 100 noktaya ulaşacağız. Ayrıca, 2024 yılı içerisinde globaldeki büyümemize de ivme kazandıracacağız. Özellikle İngiltere ve Körfez ülkelerinde şubeler açarak, Türkiye merkezli en büyük gıda şirketlerinden biri olma hedefimize adım adım ilerleyeceğiz.

#### **Presently how many branches do you have and where are you giving services to?**

We have a total of 13 branches and they are situated in Istanbul, Izmir and Bursa. Of these, 10 are using the Avane branch partnership model while the other 3 are using the Avane dealer model. At the same time as our first step in the global market we have a branch in London.

#### **When did you first begin to give franchise and how does your franchise system work?**

We began Franchising in 2022. Basically Avane offers its investors 2 different models: With the "Avane Dealership Model" "We use the hybrid cloud kitchen model which means we come together at certain points with our customers so that they themselves can serve their franchisees. During that period we give support with everything marketing, advertising, buying of supplies, logistics, training, Human Resources, operations and quality controls. With the "Avane Branch Partnership Model" the franchise works directly under Avane Management this model is more for the small investor so that he/she can become a partner with this model the owners of the franchise can become owners of a viable profitable investment.

#### **Which are the criteria that you look for in your candidate investors?**

Primarily we look for people who are directly focused on becoming successful and who will with their strengths add value to our brand and naturally these are the kind of people whom we wish to have as partners. Interested in the food sector, open to innovations and attaching importance to customer satisfaction and who will together with us we believe take the added value which we are effecting and carry it to maximum heights.

#### **How do you effect your controls?**

In order to increase the productivity of the branches within the frame work of certain of our criteria with our responsible operational staff we effect regular visits to branches.

#### **With your brand what is the average cost of opening franchising premises?**

For the project, the building and the equipment the investment is approximately 225,000 ABD\$. In addition, a Franchise fee paid to Avane costs 25,000\$ Depending on the position of the branch premises we estimate the capital return should occur in 24-30 months.

#### **Which are the reasons that entrepreneurs prefer your company?**

Avane is a company which has proven itself to be of global standards and an extremely competent team is managing it. In the light of the know how of our team we optimize at every step of the way as we widen our franchise network. Due to the our "unbeatable time period for capital return" we are receiving many approaches. On the other hand one of our other attention attracting attractions is that we are not offering simply one concept we have almost 30 special, unique, dynamic and not resembled by anyone systems which we offer to our investors.

#### **Why should entrepreneurs take a Franchise in this sector?**

In the Turkish food sector there are many brands and chains that have been formed but in comparison to the developed countries we still have a long road to follow. In our country our chain restaurants have only 25% of their goods ordered online whereas abroad the % is nearer to 75%. The upcoming time period will be our period of catching up and while filling the void a 20-30% increase will occur. The largest part of this extra business will go to the chain shops who have the correct setups and capabilities. Avane being one of our described companies will with its partners have the strengths to take a part of it.

#### **Will you please tell us of your plans for the future?**

Within the next 3 years we shall be in 100 positions in Türkiye and additionally in 2024 we shall speed up globally. We particularly wish to be in England and in the Gulf Straits. We shall step by step reach our goal of becoming one of the largest food companies with a central in Türkiye.



# POSA



## 1 MUTFAK, 30 MARKA!

Türkiye'de bulut mutfak sektörünün öncüsü Avane'nin geliştirdiği "hibrit bulut mutfak" modelinin franchise'ı olun!

QR KODU OKUTUN



[franchise@avaneck.com](mailto:franchise@avaneck.com)



0552 042 52 19



# YENİLİKÇİ BİR ONLINE SİPARİŞ UYGULAMASI

## ITS NEW ONLINE ORDER METHOD



**Send Ghost Kitchen, yenilikçi online sipariş uygulamaları, mobil uygulamalar ve otomatik sipariş alım sistemleri kullanarak müşterilere hızlı ve kolay bir şekilde ulaşma imkanı sağlıyor. Müşteri profili oluşturmasının yanı sıra hızlı ve çevre dostu paketlenme çözümleri kullanarak sıcak yemeklerin tazelik ve kalitesini koruyor.**

Send Ghost Kitchen has,with its new online order method and its automatic order taking systems made it easy and quick for home deliveries.In addition to their obtaining customer profiles and those together with their environment friendly packages they are able to maintain the freshness and quality of their warm food.

### **Sizi kısaca tanıyabilir miyiz?**

1989 doğumlu, iki çocuk babasıyım. Son on yılımı franchise sistemine adadım ve bu alan üzerine çeşitli sektörlerde franchise danışmanlığı yaptım. Son olarak Hayalet Mutfak sistemini dünyada hızla yayıldığını fark ederek bunu Türkiye'de uyarlamak istedim.

### **Firmanızın kuruluş ve gelişim süreci hakkında bilgi alabilir miyiz?**

Firmamızın altyapısını 2019-2021 yılları arasında oluşturarak 2021 Şubat ayında sektöre başladık. İlk şubemizi İzmir Bergama ilçesine açarak Send Ghost Kitchen'in gelişim sürecini başlattık.

### **Şu an kaç şube ile ve nerelerde hizmet veriyorsunuz?**

Türkiye geneli 11 şube, 660 sanal restoran olarak hizmet vermekteyiz. Ağırıklı olduğumuz bölgeler Ege, Akdeniz ve İç Anadolu Bölgesi.

### **Franchise vermeye ne zaman başladınız?**

#### **Neden Franchise sistemini seçtiniz?**

Franchise vermeye 2021 yılında başladık. Franchise sektöründe tecrübeli olduğumuz için bilgi birikimimizi kullanmak istedik.

### **Yatırımcı adaylarında aradığınız kriterler nelerdir?**

Bayi adaylarının sektörde deneyimi ve girişimcilik yetenekleri pozitif etki yaratacaktır. Bayi adaylarının finansal durumu, işletme açmak ve işletmeyi sürdürmek için yeterli kaynağa sahip olup olmadıklarını belirlemede önemlidir.

### **Sizi kısaca tanıyabilir miyiz?**

1989 doğumlu, iki çocuk babasıyım. Son on yılımı franchise sistemine adadım ve bu alan üzerine çeşitli sektörlerde franchise danışmanlığı yaptım. Son olarak Hayalet Mutfak sistemini dünyada hızla yayıldığını fark ederek bunu Türkiye'de uyarlamak istedim.

### **Firmanızın kuruluş ve gelişim süreci hakkında bilgi alabilir miyiz?**

Firmamızın altyapısını 2019-2021 yılları arasında oluşturarak 2021 Şubat ayında sektöre başladık. İlk şubemizi İzmir Bergama ilçesine açarak Send Ghost Kitchen'in gelişim sürecini başlattık.

### **Şu an kaç şube ile ve nerelerde hizmet veriyorsunuz?**

Türkiye geneli 11 şube, 660 sanal restoran olarak hizmet vermekteyiz. Ağırıklı olduğumuz bölgeler Ege, Akdeniz ve İç Anadolu Bölgesi.

### **Franchise vermeye ne zaman başladınız? Neden Franchise sistemini seçtiniz?**

Franchise vermeye 2021 yılında başladık. Franchise sektöründe tecrübeli olduğumuz için bilgi birikimimizi kullanmak istedik.

### **Yatırımcı adaylarında aradığınız kriterler nelerdir?**

Bayi adaylarının sektörde deneyimi ve girişimcilik yetenekleri pozitif etki yaratacaktır. Bayi adaylarının finansal durumu, işletme açmak ve işletmeyi sürdürmek için yeterli kaynağa sahip olup olmadıklarını belirlemede önemlidir. Bu, başlangıç maliyetlerini karşılamak ve işletmeyi sürdürebilmek için gereken sermayenin sağlanmasını içerir. Bayi adaylarının iş ahlakı, dürüstlük ve şirket değerlerine uyum açısından değerlendirilmesi önemlidir. Şirket kültürüne uyum sağlamak,





Bu, başlangıç maliyetlerini karşılamak ve işletmeyi sürdürebilmek için gereken sermayenin sağlanmasını içerir. Bayi adaylarının iş ahlakı, dürüstlük ve şirket değerlerine uyum açısından değerlendirilmesi önemlidir. Şirket kültürüne uyum sağlamak, uzun vadeli bir işbirliği için temel bir faktördür. İşletme yönetimi, personel yönetimi, stok takibi ve diğer operasyonel yeterlilikler bayi adaylarında aranmaktadır.

#### **Denetlemeleri nasıl gerçekleştiriyorsunuz?**

Hizmet kalitesi, hijyen standartları, personel eğitimi, müşteri memnuniyeti gibi işletmemizin önem verdiği alanları içermektedir. Belirli bir denetim takvimine sahibiz. Bayilerin performansını düzenli olarak raporlayıp, analiz ediyoruz. Satış verileri, stok durumu, müşteri geri bildirimleri gibi faktörlere odaklanarak bayilerin başarılarını değerlendiriyoruz. Gizli müşteri uygulamaları ile bayilerimizi gerçek müşteri deneyimleri açısından değerlendiriyoruz. Denetim sonuçlarına dayanarak bayilere özel eğitim ve geliştirme programları oluşturuyoruz.

#### **Markanız bünyesinde Franchise sistemiyle açılacak bir işletmenin ortalama maliyeti nedir?**

30-35 bin dolar arasında bir maliyetle işletmeleri açabilirler.

#### **Girişimcilerin firmanızı tercih etme nedenleri nelerdir?**

Şirketimizin çoklu marka portföyü, bayilerin farklı restoran konseptlerini yönetme ve çeşitli müşteri segmentlerine hitap etme avantajı sağlar. Bayilere sunduğumuz kapsamlı operasyonel destek ve eğitim programları, yeni işletmelerin hızlı bir şekilde faaliyete geçmelerini ve başarılı olmalarını gerçekleştirir. Şirketimizin gelişmiş teknolojik altyapısı, Online sipariş yönetimi, müşteri ilişkileri yönetimi ve stok takibi gibi iş süreçlerini optimize etmeye yardımcı olur. Şirketimizin sağladığı güçlü pazarlama ve reklam desteği, bayilere marka bilinirliği kazandırma ve yerel pazarlarda etkili bir şekilde rekabet etme imkanı tanır.

#### **Girişimcilerin başarılı olması için nelere dikkat etmeleri gerekir?**

Bayiler, şirketin belirlediği standartlara ve iş yönergelerine uyum sağlamalıdır. Kalite, hijyen, müşteri hizmeti gibi standartlara bağlı kalmak, bayilerin başarısını artırır. Eğitim programları ve motivasyon çabaları, personelin performansını artıracaktır. Bayiler müşteri geri bildirimlerini dikkate alarak, şikayetlere hızlı yanıt vererek müşteri ilişkilerini güçlendirmelidir. Stok takibi ve yönetimini doğru şekilde yönetmelidir. Online sipariş sistemleri, mobil uygulamalar gibi teknolojik çözümleri kullanarak iş süreçleri optimize edilir. Bayiler, işletme finansmanını düzenli olarak takip etmeli ve bütçe planlamasına önem vermelidir.

#### **Girişimciler neden bu alanda franchise almalıdır?**

Şirketimiz, çeşitli restoran markalarını içeren geniş bir portföy sunduğu için bayi adayları, farklı konseptlerle çeşitli müşteri segmentlerine hitap etme şansına sahiptir. Şirketimiz, bayilere operasyonel süreçler, eğitimler ve teknik



Türkiye'nin  
**HAYALET  
MUTFAK  
SİSTEMİ**

Detaylı Bilgi İçin  
Web Sitemizi  
Ziyaret Edin!

**SEND**  
GHOST KITCHEN

sendghostkitchen.com

uzun vadeli bir işbirliği için temel bir faktördür. İşletme yönetimi, personel yönetimi, stok takibi ve diğer operasyonel yeterlilikler bayi adaylarında aranmaktadır.

#### **Denetlemeleri nasıl gerçekleştiriyorsunuz?**

Hizmet kalitesi, hijyen standartları, personel eğitimi, müşteri memnuniyeti gibi işletmemizin önem verdiği alanları içermektedir. Belirli bir denetim takvimine sahibiz. Bayilerin performansını düzenli olarak raporlayıp, analiz ediyoruz. Satış verileri, stok durumu, müşteri geri bildirimleri gibi faktörlere odaklanarak bayilerin başarılarını değerlendiriyoruz. Gizli müşteri uygulamaları ile bayilerimizi gerçek müşteri deneyimleri açısından değerlendiriyoruz. Denetim sonuçlarına dayanarak bayilere özel eğitim ve geliştirme programları oluşturuyoruz.

#### **Markanız bünyesinde Franchise sistemiyle açılacak bir işletmenin ortalama maliyeti nedir?**

30-35 bin dolar arasında bir maliyetle işletmeleri açabilirler.

#### **Girişimcilerin firmanızı tercih etme nedenleri nelerdir?**

Şirketimizin çoklu marka portföyü, bayilerin farklı restoran konseptlerini yönetme ve çeşitli müşteri segmentlerine hitap etme avantajı sağlar. Bayilere sunduğumuz kapsamlı operasyonel destek ve eğitim programları, yeni işletmelerin hızlı bir şekilde faaliyete geçmelerini ve başarılı olmalarını gerçekleştirir. Şirketimizin gelişmiş teknolojik altyapısı, Online sipariş yönetimi, müşteri ilişkileri yönetimi ve stok takibi gibi iş süreçlerini optimize etmeye yardımcı olur. Şirketimizin sağladığı güçlü pazarlama ve reklam desteği, bayilere marka bilinirliği kazandırma ve yerel pazarlarda etkili bir şekilde rekabet etme imkanı tanır.

#### **Girişimcilerin başarılı olması için nelere dikkat etmeleri gerekir?**

Bayiler, şirketin belirlediği standartlara ve iş yönergelerine uyum sağlamalıdır. Kalite, hijyen, müşteri hizmeti gibi standartlara bağlı kalmak, bayilerin başarısını artırır. Eğitim programları ve motivasyon çabaları, personelin performansını artıracaktır. Bayiler müşteri geri bildirimlerini dikkate alarak, şikayetlere hızlı yanıt vererek müşteri ilişkilerini güçlendirmelidir. Stok takibi ve yönetimini doğru şekilde yönetmelidir. Online sipariş sistemleri, mobil uygulamalar gibi teknolojik çözümleri kullanarak iş süreçleri optimize edilir. Bayiler, işletme finansmanını düzenli olarak takip etmeli ve bütçe planlamasına önem vermelidir.



**SEND**  
GHOST KITCHEN

Türkiye'nin Hayalet  
Mutfağından  
**FRANCHISE**



Mutfak Yolculuğunuz Bizimle Başlasın!

## İŞİNİZİ BİRLİKTE BÜYÜTÜYÜRÜZ

TÜRKİYE'nin  
Hayalet Mutfak Sisteminin  
Avantajlı Dünyasına  
Hemen Katılın.



Detaylı Bilgi İçin Bize Ulaşın  
sendghostkitchen.com

www.sendghostkitchen.com

destek gibi kapsamlı bir operasyonel destek sunar. Bu, bayilerin işletmelerini daha etkili bir şekilde yönetmelerine yardımcı olur. Şirketimizin markası, sektörde güçlü bir bilinirliğe sahiptir. Bu, bayilere başlangıçta müşteri çekmede ve rekabet avantajı elde etmede yardımcı olacaktır. Şirketimiz, pazarlama kampanyaları, reklam materyalleri ve dijital stratejilerle bayilere destek sağlar. Şirketimiz, güçlü bir teknolojik altyapı ve yenilikçi çözümler sunar. Online sipariş sistemleri, mobil uygulamalar ve diğer teknolojik yenilikler, bayilere iş süreçlerini optimize etme imkanı sunar.

### **Bu alana getirdiğiniz yeniliklerden bahsedermisiniz?**

Yenilikçi online sipariş uygulamaları, mobil uygulamalar ve otomatik sipariş alım sistemleri kullanarak müşterilere hızlı ve kolay bir şekilde ulaşma imkanı sağlarız. Müşteri sipariş geçmişi, tercihleri ve alışkanlıkları gibi verileri analiz ederek müşteri profilleri oluştururuz. Bu sayede kişiselleştirilmiş önerilerde bulunur ve müşteri memnuniyetini artırırız. Hızlı ve çevre dostu paketleme çözümleri kullanarak sıcak yemeklerin tazelik ve kalitesini koruruz. Online platformlarda kullanılacak yüksek kaliteli fotoğraflar ve görsel içeriklerle müşterilere görsel bir deneyim sunuyoruz. Talep yoğunluğuna ve saatlere göre dinamik fiyatlandırma sistemi kullanarak müşterilere çeşitli saatlerde avantajlı fiyatlar sunuyoruz.

### **Faaliyet gösterdiğiniz alanın geleceği ile ilgili düşünceleriniz neler?**

Gelecekte evde yemek yapma oranı oldukça düşecek ve paket servis hizmetinin payı hızla artacaktır. Yapay zeka ve veri analitiği gibi teknolojileri kullanarak müşteri deneyimini artırırız. Popüler restoranlarla veya gıda markalarıyla özel menüleri içeren işbirlikleri yaparak müşteri çeşitliliğini artırırız. Mutfak işlemlerinde robotik sistemleri ve otomasyonu kullanarak verimliliği artırırız. Otomatik sipariş hazırlama sistemleri veya teslimat drone'ları gibi teknolojileri entegre etme.

### **Pandemi döneminde yaptığınız çalışmalar hakkında bilgi verir misiniz? Ne gibi önlemler aldınız?**

Operasyonel faaliyetlerimizi yeniden gözden geçirdik ve sağlam adımlar atmak için hazırlıklarımızı yaptık.

### **Önümüzdeki dönem hedeflerinizle ilgili bilgi alabilir miyiz?**

Başarı elde ettiğimiz pazarlarda varlığımızı güçlendirmek ve yeni bölgelere genişlemek için stratejiler geliştiriyoruz. Mevcut markalarımıza ek olarak yeni restoran konseptleri ve yemek türleri ekleyerek ürün ve hizmet çeşitliliğimizi artırmayı planlıyoruz. Sipariş alma, teslimat ve müşteri hizmetleri gibi süreçlerin optimizasyonunu artırmayı hedefliyoruz. Etkili sosyal medya ve dijital pazarlama stratejileri oluşturmaya çalışacağız. Sadakat programları ve özel indirimleri geliştireceğiz. Toplumsal sorumluluk projelerine katılarak ve çevresel sürdürülebilirlik önlemleri alarak olumlu bir etki yaratmak istiyoruz.

### **Girişimciler neden bu alanda franchise almalıdırlar?**

Şirketimiz, çeşitli restoran markalarını içeren geniş bir portföy sunduğu için bayi adayları, farklı konseptlerle çeşitli müşteri segmentlerine hitap etme şansına sahiptir. Şirketimiz, bayilere operasyonel süreçler, eğitimler ve teknik destek gibi kapsamlı bir operasyonel destek sunar. Bu, bayilerin işletmelerini daha etkili bir şekilde yönetmelerine yardımcı olur. Şirketimizin markası, sektörde güçlü bir bilinirliğe sahiptir. Bu, bayilere başlangıçta müşteri çekmede ve rekabet avantajı elde etmede yardımcı olacaktır. Şirketimiz, pazarlama kampanyaları, reklam materyalleri ve dijital stratejilerle bayilere destek sağlar. Şirketimiz, güçlü bir teknolojik altyapı ve yenilikçi çözümler sunar. Online sipariş sistemleri, mobil uygulamalar ve diğer teknolojik yenilikler, bayilere iş süreçlerini optimize etme imkanı sunar.

### **Bu alana getirdiğiniz yeniliklerden bahsedermisiniz?**

Yenilikçi online sipariş uygulamaları, mobil uygulamalar ve otomatik sipariş alım sistemleri kullanarak müşterilere hızlı ve kolay bir şekilde ulaşma imkanı sağlarız. Müşteri sipariş geçmişi, tercihleri ve alışkanlıkları gibi verileri analiz ederek müşteri profilleri oluştururuz. Bu sayede kişiselleştirilmiş önerilerde bulunur ve müşteri memnuniyetini artırırız. Hızlı ve çevre dostu paketleme çözümleri kullanarak sıcak yemeklerin tazelik ve kalitesini koruruz. Online platformlarda kullanılacak yüksek kaliteli fotoğraflar ve görsel içeriklerle müşterilere görsel bir deneyim sunuyoruz. Talep yoğunluğuna ve saatlere göre dinamik fiyatlandırma sistemi kullanarak müşterilere çeşitli saatlerde avantajlı fiyatlar sunuyoruz.

### **Faaliyet gösterdiğiniz alanın geleceği ile ilgili düşünceleriniz neler?**

Gelecekte evde yemek yapma oranı oldukça düşecek ve paket servis hizmetinin payı hızla artacaktır. Yapay zeka ve veri analitiği gibi teknolojileri kullanarak müşteri deneyimini artırırız. Popüler restoranlarla veya gıda markalarıyla özel menüleri içeren işbirlikleri yaparak müşteri çeşitliliğini artırırız. Mutfak işlemlerinde robotik sistemleri ve otomasyonu kullanarak verimliliği artırırız. Otomatik sipariş hazırlama sistemleri veya teslimat drone'ları gibi teknolojileri entegre etme.

### **Pandemi döneminde yaptığınız çalışmalar hakkında bilgi verir misiniz? Ne gibi önlemler aldınız?**

Operasyonel faaliyetlerimizi yeniden gözden geçirdik ve sağlam adımlar atmak için hazırlıklarımızı yaptık.

### **Önümüzdeki dönem hedeflerinizle ilgili bilgi alabilir miyiz?**

Başarı elde ettiğimiz pazarlarda varlığımızı güçlendirmek ve yeni bölgelere genişlemek için stratejiler geliştiriyoruz. Mevcut markalarımıza ek olarak yeni restoran konseptleri ve yemek türleri ekleyerek ürün ve hizmet çeşitliliğimizi artırmayı planlıyoruz. Sipariş alma, teslimat ve müşteri hizmetleri gibi süreçlerin optimizasyonunu artırmayı hedefliyoruz. Etkili sosyal medya ve dijital pazarlama stratejileri oluşturmaya çalışacağız. Sadakat programları ve özel indirimleri geliştireceğiz. Toplumsal sorumluluk projelerine katılarak ve çevresel sürdürülebilirlik önlemleri alarak olumlu bir etki yaratmak istiyoruz.





MIDYE  
Kafası

7 CIG  
KÖFTE

Academik  
Köfte

Pizzaloca  
TUTAN PIZZACILIK



  
**SEND**  
GHOST KITCHEN



Franchise  
Başvuru  
Formu



**TÜRKİYE'NİN HAYALET MUTFAK SİSTEMİ**

**BURGER • PIZZA • KÖFTE • DÖNER • LAHMACUN • TATLI**

[www.sendghostkitchen.com](http://www.sendghostkitchen.com)

**ON PARMAĞIMIZDA  
ÇOK MARİFET**



 /send\_tr

**BİLGİ İÇİN**

[info@sendghostkitchen.com](mailto:info@sendghostkitchen.com)

 Franchise Danışmanı  
**0536 309 42 51**



# GÜVENLİ BİR YATIRIM A SECURE INVESTMENT



## VAV WINGS

*Vav Wings'in "Her şey Vav'dan" mottosuyla Konya'dan başlattığı serüven, il sınırlarını aşarak tüm Türkiye'ye yayılıyor.*

Vav Wings with the motto "Everything from Vav" set off on its journey from Konya but then overcame regional boundaries and is now spreading throughout Türkiye.



Vav Homemade Genel Müdürü Ahmet Ömer Kamacı, "Vav Wings'in sunduğu kreatif tatlarla güvenli bir yatırıma kanat açabilirsiniz. Başarının tesadüf olmadığına inanıyor ve her daim yeni tatlar peşinde koşmaya devam ediyoruz," diye konuştu.

On yıl önce bir hayal ile başlayan ev yapımı burger maceralarının bugün 6 lezzet durağıyla yoluna devam ettiğini belirten Ahmet Ömer Kamacı, "Tecrübeli ve bilinen bir marka olan Vav çatısı altında sektöre giriş yapmak, yatırımcılara güven ve motivasyon getirir. Belirli bir kural çerçevesinde başlayacağınız çalışmada başarı oranınız yükselir ve müşteriler tarafından tercih edilme oranınız artar. Genç kitleler tarafından sevilen ve tercih edilen Vav Wings ile yola çıkarak kurumsal markanın size sunduğu avantajlardan faydalanabilirsiniz." dedi. "Her daim girişimcilerimizin yanında olduğumuzu bu noktada hatırlatmak istiyoruz. Sunduğumuz eğitim ve desteklerle Vav Wings'in büyüdüğüne birlikte şahit olmak en

The General Manager of Vav Homemade Ahmet Omer Kamaci stated "With Vav Wing's offered creative flavours you can open your wings with a secure investment. I believe success is not by chance and that is why we are constantly searching out new tastes".

Ten years ago a beginning was made with homemade burgers and the adventure began and today it has 6 flavour shops as it continues. Ahmet Omer Kamaci, "When investors take their places under the auspices of an experienced and known brand such as Vav they are given motivation and security. Working within a framework of certain rules brings a percentage increase in the success of the enterprise while customers begin to prefer it. Vav Wings is a brand which is popular and a favorite of the new generation, you can make good use of the advantages which are offered to you". "While we are always supporting and giving know how to our franchisees I do wish to remind them that our biggest desire is to share their growth and







büyük hayalimiz. Efsaneleşen lezzetlerimizi birlikte daha fazla damakla buluşturmak için profesyonel çatımız altına girerek bizimle daha güçlü bir birliktelik kurabilirsiniz." dedi.

#### ***"Keyif Dolu Bir Sektör Tecrübesi Sunuyoruz"***

Yatırımcılara kazançlı bir iş ortaklığının yanında keyif dolu bir sektör tecrübesi de sunduklarını ifade eden Vav Homemade Genel Müdürü Ahmet Ömer Kamacı şu açıklamalarda bulundu: "Hikayemiz seçkin damaklara özel kaliteli ve taze ürünler hazırlama tutkusuyla başladı. Sektörel tecrübemizle yenilikçi bakış açısını harmanlayarak oluşturduğumuz Vav Wings'le bir şehrin markası olmayı başardık. Zengin menü çeşitliliğimizle misafirlerimize geniş bir ürün yelpazesi sunuyoruz. Mükemmel dengelenmiş baharatlar ve özel karışımlarla hazırladığımız acıdan tatlıya doğru giden otuzu aşkın sosumuz, bu özel soslarla harmanlanmış buffalo wingslerimiz, tavuk ve etten oluşan burgerlerimiz ile beraber her damak zevkine uygun bir lezzet sunuyoruz. Yoğun hammadde araştırması ve lezzet denemeleri sonucunda özel olarak bir araya getirdiğimiz ürünlerimizle tüm misafirlerimize hitap ediyoruz."

success with them. With our legendary tastes we sit together under our professional roof we can all attain a stronger attachment."

#### ***"We are Offering our Experience in what is a Very Enjoyable Sector"***

The Vav Homemade General Manager made these observations "While we are offering to our investors a profitable partnership we are also telling them of our experiences in this very enjoyable sector. Our story really began with our delighting the palates of food appreciative persons with our special flavours and high quality ingredients this became a passion for us. We combined our sectoral experience and our modern approach and Vav Wings was able to become the brand of our city. We have a wide list of menu choices and our guests are able to make their choices. Everything is wonderfully balanced our spices and special mixes, our 30 special sauces ranging from bitter through to sweet, these special sauces are combined with buffalo wings, chicken and meat together for burgers in fact we appeal to every appetite. We effect a very efficient search for our ingredients then after combining many of those we prepare dishes which appeal to our customers".





### **“Güvenli Bir Yatırıma Kanat Açabilirsiniz”**

Kaliteli ve katkısız ürünleriyle uygun fiyatlarla tüketicilere sunarak her bütçeden insanın lezzete kolay ulaşmasını sağlamak misyonuyla çalıştıklarını ifade eden Kamacı, “Vav Wing’in bulunduğu kreatif tatlarla güvenli bir yatırıma kanat açabilirsiniz. Başarının tesadüf olmadığına inanıyor ve her daim yeni tatlar peşinde koşmaya devam ediyoruz. Ürettiğimiz her bir lezzeti yeni damaklarla buluşturmak için öğrenmeye açık yatırımcılarla iş birliği yapmaya hazırız. Size edindiğimiz bilgi birikimi ve tecrübelerimizi aktararak kârlı bir yatırım yapma imkânı sunuyoruz. Katkı maddesi, koruyucu ve lezzet artırıcı kimyasallar içermeyen ürünlerimizle tanışarak geleceğinize bir adımatabilirsiniz,” dedi.

### **“You can Open your Wings to a Secure Investment”**

Kamacı observed “We offer to our customers high quality food without additives at viable prices so that all budgets can easily reach the food they love that is the mission we have set for ourselves. You are approaching a secure investment when you use the creative foods of Vav Wings. I don’t believe that success is a question of luck so we constantly are looking for new different tastes, each and every one of our products can be offered to customers by our investors, we are really happy when they are open to learning new foods with us. We share our experience and knowledge with the entrepreneurs so they can effect such a secure investment as they learn about our foods which do not have additives, protective or taste increasing chemicals. They are taking a step for their future.”



# BAŞARIYA KANAT AÇIN!



**Vav Wings Franchise  
Fırsatlarından Yararlanın!**

Marka Bedeli Yok!



**444 89 80**

[www.vavwings.com](http://www.vavwings.com)  
[franchise@vavhomemade.com](mailto:franchise@vavhomemade.com)

Vav Wings  
Ailesine Katılın!





UFRAD ÜYELERİ	TELEFON
1453 OSMANLI KAHVE EVİ	0232 330 14 00
AKTÜEL EMLAK	0216 363 25 30
ALTIN EMLAK	0533 270 02 20
ARBY'S	0212 310 66 00
ASLI BÖREK	0216 418 25 72
ATASAY	0212 652 33 66
BAY DÖNER	0232 464 42 35
BAYRAMEFENDİ OSMANLI KAHVECİSİ	0242 244 88 45
BEREKET DÖNER	0212 771 55 55
BİBERZADE ÇİĞKÖFTE	0212 493 03 93
B-FIT	0549 837 31 25
BİL KOLEJİ - OKULLARI	444 5 245
BİSSE	0212 613 97 10
BURGER KING	0212 310 66 00
BURSA KEBAP EVİ	0212 690 52 52
CAFE ITALIANO	0212 709 60 70
CAJUN CORNER	0543 218 09 99
CARWAX	0216 540 03 48
CARREFOURSA	0216 655 00 00
COFFEEMANIA	0232 422 19 32
COLDWELL BANKER	0212 352 50 50
ÇENGELKÖY BÖREKÇİSİ	0216 462 35 20
ÇİĞKÖFTEM	444 2 126
ÇİLEK MOBİLYA	0224 721 28 66
DİLEK PASTA CAFE	0212 671 71 34
DOĞUŞ KURUYEMİŞ	0212 806 10 53
DOMINO'S PIZZA	0212 280 96 36
DOYUYO	0216 504 40 61
DRY CLEAN EXPRESS	0216 331 10 00
EMPA GAYRİMENKUL	0312 231 06 28
ENDLESS ABROAD YURT DIŞI EĞİTİM	0212 949 03 33
EPA EMLAK	0312 447 44 47
ERA GAYRİMENKUL	444 9 372
ERCIYES BÖREK	0216 594 55 50
ESSİ GÜZELLİK MERKEZİ	0232 421 18 08
FEDERAL COFFEE	0212 223 30 55
GÖÇMEN BÖREKÇİSİ	444 4 964
GÖNÜL KAHVESİ	0216 688 81 11
GÜRME MUTFAK	0212 690 57 58
HACIOĞLU	0216 387 30 30
HAPPY MOON'S	0216 302 16 13
HD İSKENDER	0212 281 99 96
HOT DÖNER	0534 797 87 00

ICEBERRY	0530 928 47 72
İKBAL	444 1 922
I LOVE FISH	0212 223 88 30
İRFAN USTA	0532 255 56 18
İSTEDOY	0541 295 09 09
J CLUB	0212 505 35 71
KAHVE DÜKKANI	0224 246 35 12
KARAFIRIN	0212 696 69 91
KOMAGENE	0216 367 97 00
KRİSTAL TÜRKİYE	0532 204 45 93
LEMEN KÜLTÜR	0312 363 70 82
LITTLE CAESARS	0212 604 14 14
LORIS PARFÜM	0262 744 41 45
MABEL KURUMSAL EMLAK ZİNCİRİ	0454 500 07 07
MARMARİS BÜFE 1964	0532 236 00 15
MAYDONOZ DÖNER	0216 848 44 44
MC DONALD'S	0212 336 34 00
MESHUR SAFRANBOLU LOKUMCUSU	0216 441 10 82
MİDAS	0212 444 05 47
MİXSOS	0531 359 81 58
MR.KUMPIR	0212 347 27 80
MUZIPO KIDS	0553 540 59 52
NALIA KARADENİZ MUTFAĞI	0212 515 07 00
NESH WAFFLE	0362 233 25 26
OSER ÇİĞKÖFTE	444 5 002
ÖZSÜT	0533 376 28 40
PASAPORT PIZZA	0232 502 31 63
PİDEM	0212 281 99 96
PİZZA HOUSE	0212 275 77 66
PİZZA LAZZA	0216 633 24 00
POPEYES	0212 310 66 00
RAPORTÜRK	0501 016 01 11
REALTY PLUS	0216 208 48 84
REALTY WORLD	0212 467 22 77
REMAX	0212 232 48 20
ROYAL EKLER	0544 640 98 45
SALON BURGER	0216 633 24 00
SBARRO	0212 310 66 00
SMALLUX	0312 440 00 14
SD DÖNER	0553 441 64 01
SR DÖNER	0530 548 41 73
STARTKEY GAYRİMENKUL	0232 330 53 30
TATLICI FEHMİ USTA	0224 713 91 90
TATLİSES ÇİĞKÖFTE	0534 854 40 11

TAVADA TAVUK	0531 613 30 30
TAVUK DÜNYASI	0216 399 17 80
TONTON BABA	0212 482 58 58
TREND DÜRÜM	0212 830 16 29
TURPA EMLAK	0232 251 85 85
TURYAP	0212 373 13 00
TÜRK BARTER	0212 468 60 00
UÇAN BALON ANAOKULLARI	0212 871 04 49
VAV WINGS	0532 706 36 95
WAFFLE ART	0224 238 30 60
YENİ DÖNER	0543 844 44 19
YESEN BURGER	0212 444 40 70
ZARIF ÇİĞKÖFTE	0212 594 80 51
<b>DESTEKÇİ ÜYELERİ</b>	
ADRES PATENT	0212 347 89 89
AIRBY MÜHENDİSLİK	0216 514 50 77
ALİZE MÜHENDİSLİK	0212 210 71 21
ARKA PLAN AJANS	0542 804 35 84
ARMİYA TEKNOLOJİ	0332 247 25 25
CLOUD MEDIA	0212 963 23 76
CYBER İSTANBUL	0507 982 20 23
DESTEK PATENT	0212 346 02 60
DIGITAL PARTNERS	0212 211 32 00
FRANCHISE & MORE DANIŞMANLIK	0543 580 88 28
FRANCHISING.MARKET	0533 607 41 85
GOLDEN CITY MEDIA	0212 320 00 34
İEF&D	0532 255 56 18
İL PEN	0212 659 78 91
KDM AVM DANIŞMANLIK	0212 269 01 50
KOPERATİFF AJANS	0537 472 41 26
MACELLAN	0554 949 59 62
MARKİZ PATENT	0212 347 62 55
MAXIJETT	0539 933 80 39
MERCAN SİGORTA	0216 318 90 20
NEXT GEOGRAPHY	0212 276 22 33
NOVA GOLDEN FRANCHISE	0532 179 74 15
OKUR GRUP	0216 316 91 14
OMNI YAZILIM	0532 213 90 18
SOYSAL AVUKATLIK BÜROSU	0212 223 43 44
SOYSAL DANIŞMANLIK	0212 212 99 70
STRATEJİK İŞLER	0212 942 87 78
THE FRANCHISE COMPANY	0212 801 31 30
VERA YAZILIM	0212 438 30 33



## Alize Mühendislik Tarafından Geliştirilen Hava Arıtım Ürünleri

### AQB Autowash

Kendini Temizleyebilen  
Elektrostatik Filtre



Odonlu ve Kömürlü Pişirmeler İçin  
İdeal Su Sisli Filtre

### Mistio

### Plazma Filtre

Koku Arıtımı İçin Geliştirilmiş,  
120+ Ay Kullanım Ömürlü, Kanal  
Tipi Plazma Filtre



- Tepki Süresi 1 sn'nin Altında
- Kolay Kurulabilen Mekanizma
- Set Edilebilen Sıcaklık Değeri

### Anlık Kapanan Damper

### Plazma Tube

Koku Arıtımı İçin Geliştirilmiş,  
120+ Ay Kullanım Ömürlü,  
Kanala Saplanabilen Filtre





# EFSANE LEZZETLERİN Hızla Büyüyen

## AİLESİNE KATILIN!



30 Yıllık  
Tecrübe



Türkiye Çapında  
1.600'den  
Fazla Restoran



22.000'i  
Aşkın Çalışan



Türkiye'de Kurulu  
Eşsiz Ekosistem



POPEYES



# TAB

TM & © 2024 Burger King Corporation. Tüm hakları saklıdır. Burger King Corporation, Burger King markası ve ambleminin tek hak sahibidir. © 2024 Popeyes Louisiana Kitchen, Inc. All rights reserved. Tüm hakları saklıdır. Popeyes Louisiana Kitchen, Inc., Popeyes® markası ve ambleminin tek hak sahibidir. TM & © 2024 Arby's IP Holder, LLC. Tüm hakları saklıdır. Arby's IP Holder, LLC. Arby's markası ve ambleminin tek hak sahibidir. Subway®, Subway IP LLC. şirketinin tescilli ticari markasıdır. © 2024 Subway IP LLC. Tüm Hakları Saklıdır. © 2024 Sbarro, LLC. Tüm hakları saklıdır. Sbarro International, Sbarro markası ve ambleminin tek hak sahibidir. TAB Gıda, Usta Dönerci® markası ve ambleminin tek hak sahibidir. TAB Gıda, Usta Pideci® markası ve ambleminin tek hak sahibidir.