

TARIM KREDİ PEYNİR ÜSTÜN LEZZET ÖDÜLÜ KAZANDI!



| Bölge Müdürleri
Toplantımız

| KOOP
Perakende Günleri

| Yerli Üretim
Küresel Başarı

| Donuk Kategorimizin
Yeni Yüzü: Kuzey

İçindekiler



04

Bölge Müdürleri
Toplantısı



06

Açılış
Mağazaları



08

Perakende
Günleri



14

Tarım Kredi
Dondurma Ailesi

04

Bölge Müdürleri Toplantısı

06

Açılış Mağazaları

08

Perakende Günleri

10

Lezzet Ödülü

12

Donuk Kategori Yeni Yüzü: Kuzey

14

Tarım Kredi Dondurma Ailesi

16

Gençlerle Buluşma

18

Ofisten Tarifler

20

Aramıza Yeni Katılanlar

25

İçimizden Biri

26

Çalışanlarımızın Kadrajından

28

Engelliler Haftası

30

Gelişimin Yıldızları

31

KOOP Bakkal

34

Toprak Mahsulleri Ofisi (TMO)

35

Sektörden Haberler

43

Bulmaca

Künye

Derya SARIDAŞ
Melih ÖRNEK
Fatma Ferhan KOZAKOĞLU
Eda SAĞIR

İrem SARAÇ
Nazmi EROL
Volkan KARA



Değerli Çalışma Arkadaşlarım,

Her yeni dönem, birlikte ortaya koyduğumuz emeğin ve ortak hedeflerimize olan bağlılığımızın yeni bir göstergesi oluyor. Mayıs ve Haziran ayları da Tarım Kredi Market ailesi olarak büyüme ivmemizi sürdürdüğümüz, sahadaki gücümüzü pekiştirdiğimiz ve müşterilerimize daha fazla noktada ulaşmayı başardığımız verimli bir dönem oldu.

Bu süreçte Ankara ve İstanbul Bölge Müdürlerimizle bir araya gelerek gerçekleştirdiğimiz değerlendirme toplantılarında mevcut çalışmalarımızı ele aldık, önümüzdeki döneme ilişkin hedeflerimizi ve yol haritamızı birlikte şekillendirdik. Sahadan gelen geri bildirimler doğrultusunda iş süreçlerimizi geliştirmeye yönelik önemli değerlendirmelerde bulunurken, ortak aklın ve ekip ruhunun kurumumuzun en büyük gücü olduğunu bir kez daha gördük.

3-4 Haziran tarihlerinde düzenlenen Perakende Günleri'ne katılarak sektörün geleceğine yön veren gelişmeleri yakından takip etme, yeni iş birlikleri geliştirme ve perakende alanındaki yenilikleri değerlendirme fırsatı bulduk. Müşteri deneyimini güçlendiren uygulamaları yakından izlemeye ve kurumumuza değer katacak çalışmaları hayata geçirmeye devam ediyoruz.

Büyüme hedeflerimiz doğrultusunda mağaza yatırımlarımıza da hız kesmeden devam ettik. Mayıs ayında 16, Haziran ayında ise 8 yeni mağazamızı hizmete açarak iki ayda toplam 24 yeni mağazayı müşterilerimizle buluşturduk. Her yeni mağaza, kaliteli ve uygun fiyatlı ürünlerimizi daha fazla vatandaşımıza ulaştırma hedefimizin önemli bir adımını oluşturuyor.

Bu dönemde ayrıca 126 mağazamız özelinde hayata geçirdiğimiz "Mahallene Özel Kampanya" ile müşterilerimizin bulunduğu bölgelere özel fırsatlar sunarak yerel ihtiyaçlara daha güçlü şekilde cevap verdik. Sahadaki ekiplerimizin özverili çalışmaları sayesinde

kampanyamız hem müşteri memnuniyetine hem de mağazalarımızın performansına önemli katkı sağladı.

Bu dönemde donuk gıda kategorisindeki büyümemizi sürdürdük. Tüketicilerin pratik ve kolay hazırlanabilir ürünlere yönelmesi, bu alandaki talebi güçlendiriyor. Uzun raf ömrü ve ürün kayıplarını azaltmaya sağladığı katkı da kategorinin mağazalarımızdaki önemini artırıyor. Önümüzdeki dönemde reyonlarımızı geliştirerek ürün çeşitliliğimizi genişletmeye devam edeceğiz.

Geride bıraktığımız bu başarılı dönemin en büyük mimarı, özveriyle çalışan siz değerli ekip arkadaşlarımızdır. Gösterdiğiniz emek, birlik ve dayanışma sayesinde Tarım Kredi Market her geçen gün daha da büyüyor ve güçleniyor.

Önümüzdeki dönemde de aynı kararlılık ve ekip ruhuyla çalışmaya; üreticimizin emeğini tüketicimizle buluşturmaya, güvenilir ve ulaşılabilir alışverişin adresi olmaya devam edeceğiz.

Bu vesileyle katkı sunan tüm çalışma arkadaşlarımıza teşekkür ediyor, sağlık, başarı ve huzur dolu günler diliyorum.

Orhan KOZAN
Tarım Kredi KOOP Market
Genel Müdürü

Başarılı Sürdürülebilir Kılan Üç Güç: Sonuç Odaklılık, Verimlilik ve Sürdürülebilirlik

Ankara - İstanbul bölge müdürleri toplantımızı gerçekleştirdik.



Mayıs ayında Türkiye'nin dört bir yanından gelen Bölge Müdürlerimizle Ankara ve İstanbul'da değerlendirme toplantılarımızı gerçekleştirdik. Bir araya gelerek geride bıraktığımız dönemi kapsamlı şekilde değerlendirirken, önümüzdeki sürece ilişkin hedeflerimizi ve yol haritamızı da birlikte şekillendirdik.

Toplantılar boyunca Genel Müdürümüzün yanı sıra direktörlerimiz de sorumluluk alanlarına ilişkin sunumlarını gerçekleştirdi. Operasyonlardan satışa, pazarlamadan insan kaynaklarına kadar birçok başlıkta yürütülen çalışmalar paylaşılrken, sahadan gelen deneyimler, öneriler ve geri bildirimler ortak akıl anlayışıyla değerlendirildi. Farklı bakış açılarını bir araya getirerek birlikte üretmenin ve birlikte gelişmenin gücünü bir kez daha hissettik.



Toplantıların öne çıkan başlıkları arasında sonuç odaklılık, verimlilik ve sürdürülebilirlik yer aldı. Ortak hedeflerimize ulaşmada ekip çalışmasının önemi vurgulanırken, kaynaklarımızı daha etkin kullanacak, operasyonel verimliliğimizi artıracak ve sürdürülebilir büyümemizi destekleyecek uygulamalar üzerine fikir alışverişinde bulunuldu.

Karşılıklı bilgi paylaşımının, iş birliğinin ve ortak hedeflere odaklanmanın ön planda olduğu toplantılar, kurum kültürümüzü daha da güçlendiren önemli bir buluşma oldu. Aynı hedef doğrultusunda birlikte düşünmeye, birlikte üretmeye ve birlikte büyümeye devam edeceğiz.

Büyümeye Hız Kesmeden Devam Ediyoruz:

Ülkemizin dört bir yanında daha fazla vatandaşımıza ulaşmak ve güvenilir alışveriş deneyimini yaygınlaştırmak için büyümeye kararlılıkla devam ediyoruz.

Mayıs ve Haziran aylarında gerçekleştirdiğimiz mağaza açılışlarıyla birlikte toplam 24 yeni mağazamızı hizmete açtık. Mayıs ayında 17, Haziran ayında ise 8 yeni mağazamızı müşterilerimizle buluşturarak hizmet ağıımızı daha da genişlettik.

Her yeni mağazamızla birlikte kaliteli, güvenilir ve uygun fiyatlı ürünlerimizi daha fazla mahalleye ulaştırırken, üreticimiz ile tüketicimiz arasında kurduğumuz güçlü bağı da pekiştiriyoruz. Aynı zamanda bulunduğumuz bölgelerde istihdama katkı sağlamaya ve yerel ekonomiyi desteklemeye devam ediyoruz.

Bu büyüme yolculuğunda en büyük gücümüz, sahada özveriyle çalışan ekip arkadaşlarımızın emeği ve ortak hedeflerimize olan inancımızdır.

Hep birlikte attığımız her adım, Tarım Kredi Market'in daha fazla noktada vatandaşlarımızın güvenle tercih ettiği bir marka olmasına katkı sağlıyor.

Önümüzdeki dönemde de aynı heyecan ve kararlılıkla yeni mağazalar açmaya, daha fazla mahallede yer almaya ve üreticimizin emeğini tüketicilerimizle buluşturmaya devam edeceğiz.

Çünkü biz, büyümeyi yalnızca yeni mağazalar açmak olarak değil; daha fazla haneye ulaşmak, daha fazla güven oluşturmak ve daha fazla değer üretmek olarak görüyoruz.



İki Ayda 25 Yeni Mağaza



HATAY DİKMECE TOKİ MARKET	HATAY DEFNE ORHANLI TOKİ MARKET
TOKAT TURHAL MENDERES MARKET	KASTAMONU BOZKURT MARKET
İZMİR KEMALPAŞA İNÖNÜ MARKET	BALIKESİR BIGADIÇ MARKET
NİĞDE MERKEZ ERDEM MARKET	RİZE PAZAR HEMŞİN MARKET
ORDU FATSA DOLUNAY MARKET	KÜTAHYA MERKEZ TECEN MARKET
AFYON İHSANİYE DÖĞER MARKET	İSTANBUL TUZLA GÜNGÖRMÜŞ MARKET
KOCAELİ İZMİT KADIKÖY MARKET	DİYARBAKIR OĞLAKLI İAŞ TOKİ MARKET
İSTANBUL ESENLER TUNA MARKET	BURSA OSMANGAZİ TURAN MARKET
ANKARA KEÇİÖREN YAYLA MUHTARLIK MARKET	NİĞDE BOR SEFA MARKET
ŞANLIURFA YAYLAK MARKET	İSTANBUL ESENLER CENGİZ TOPEL MARKET
İZMİR MENEMEN SEYREK MARKET	ANKARA POLATLI GORDİON MARKET
BATMAN MERKEZ TRAO MARKET	



Perakende Günleri'nde Yerimizi Aldık!

Tarım Kredi KOOP Market olarak, 3-4 Haziran tarihlerinde düzenlenen Perakende Günleri 2026'ya katılım sağlayarak sektörün önde gelen temsilcileriyle bir araya geldik. Perakende sektöründeki güncel gelişmelerin, yenilikçi uygulamaların ve geleceğe yön veren trendlerin ele alındığı etkinlikte, farklı oturum ve panelleri yakından takip etme fırsatı bulduk.

Aynı zamanda sektör profesyonelleriyle bilgi ve deneyim paylaşımında bulunarak iş birliklerimizi güçlendirecek önemli temaslar gerçekleştirdik.

Müşteri deneyimi, dijital dönüşüm, sürdürülebilir büyüme ve operasyonel verimlilik gibi birçok önemli başlığın öne çıktığı PerakendeGünleri, sektörün geleceğine dair değerli kazanımlar elde etmemizi sağladı.

Tarım Kredi KOOP Market olarak, değişen perakende dinamiklerini yakından takip etmeye, yenilikçi bakış açımızı güçlendirmeye ve edindiğimiz bilgi birikimini hizmet kalitemizi artıracak çalışmalara dönüştürmeye devam ediyoruz.





Lezzetimiz Uluslararası Arenada Tescillendi

Kalite ve lezzeti ön planda tutan üretim anlayışımız, uluslararası alanda önemli bir başarıyla taçlandı. Tam Yağlı Olgunlaştırılmış Peynirimiz, dünyanın saygın lezzet değerlendirme kuruluşlarından International Taste Institute tarafından ödüle layık görüldü.





Alanında uzman şefler ve tadım profesyonelleri tarafından değerlendirilen ürünümüz; lezzeti, aroması, dokusu ve genel kalite kriterleriyle yüksek puan alarak uluslararası beğeni kazandı. Bu ödül, üretim süreçlerimizde benimsediğimiz kalite anlayışının ve müşterilerimize en iyi ürünleri sunma hedefimizin önemli bir göstergesi oldu.

Tarım Kredi Koop Market olarak yerli üretimi destekleyen, güvenilir ve kaliteli ürünlerimizi daha geniş kitlelerle buluşturmaya devam ederken, uluslararası platformlarda elde ettiğimiz bu başarıyla gurur duyuyoruz.

Bu değerli ödül, emeği geçen tüm çalışma arkadaşlarımızın ve üreticilerimizin ortak başarısını temsil ediyor. Kaliteyi her zaman ön planda tutarak müşterilerimize güvenle tercih edecekleri ürünler sunmaya devam edeceğiz.



“Donuk Kategorimizin Yeni Yüzü: Kuzey”

Koop Market olarak müşterilerimize sunduğumuz her üründe kaliteyi, güveni ve doğallığı ön planda tutuyoruz. Bu anlayışımızı daha güçlü ve akılda kalıcı bir şekilde anlatabilmek için donuk kategorimizin yeni iletişim karakteri Kuzey ile tanışıyoruz.



Kuzey, donuk ürünlerimizin üretimden depolamaya, lojistikten mağaza raflarına kadar uzanan yolculuğunda korunan kaliteyi ve kesintisiz soğuk zincir güvencesini temsil ediyor. Ürünlerimiz, üretildiği ilk andan itibaren uygun sıcaklık koşullarında muhafaza edilerek taşınıyor ve besin değerini, tazeliğini ve lezzetini koruyarak müşterilerimize ulaşıyor.

Kuzey'in en güçlü mesajı ise çok net: "Soğuksa Güvende." Bu slogan, donuk ürünlerimizin her aşamada titizlikle korunduğunu ve güvenle sofralara ulaştığını anlatıyor. Çünkü doğru sıcaklıkta muhafaza edilen her ürün, doğallığını ve kalitesini ilk günkü gibi koruyor.

Artık Kuzey, yalnızca donuk kategorimizin iletişim yüzü değil; güvenin, kalite anlayışımızın ve müşterilerimize verdiğimiz sözün de temsilcisi olacak. Mağazalarımızdaki iletişimlerden dijital mecralara kadar birçok noktada bizlere eşlik edecek Kuzey, her gördüğümüzde donuk ürünlerimizin güvenilir yolculuğunu ve soğuk zincirin önemini hatırlatacak.

Hep birlikte Kuzey'in mesajını daha geniş kitlelere ulaştıracak, müşterilerimize donuk ürünlerimizin arkasındaki kalite ve güven anlayışını anlatmaya devam edeceğiz. Çünkü biliyoruz ki "Soğuksa Güvende"; doğallık korunur, kalite güvenle sofralara ulaşır.

SOĞUKSA GÜVENDE!



Tarım Kredi Dondurma Ailesi Yeni Lezzetlerle Büyüyor!

Yaz aylarının vazgeçilmez lezzeti dondurma, serinletici etkisi ve zengin aromalarıyla her yaştan tüketicinin en sevdiği tatlar arasında yer alıyor.

Süt ve meyve gibi kaliteli içeriklerle hazırlanan dondurmalar, hem keyifli bir atıştırmalık hem de sıcak günlerin en lezzetli molası oluyor.



KOOP Market olarak dondurma kategorimizi geliştirmeye devam ediyor, müşterilerimize daha fazla lezzet seçeneği sunuyoruz. Bu kapsamda vişneli, çilekli ve limonlu yeni dondurma çeşitlerimiz raflardaki yerini aldı.

Meyvenin ferahlığını dondurmanın eşsiz lezzetiyle buluşturan yeni çeşitlerimiz, özellikle yaz aylarında serinlemek isteyenler için keyifli bir alternatif sunuyor. Yoğun aromaları ve ferahlatıcı tatlarıyla öne çıkan bu lezzetler, ailece paylaşılabilir ya da günün her anında keyifle tüketilebilecek seçenekler arasında yer alıyor.

Kalite ve güven anlayışımızdan ödün vermeden hazırlanan yeni dondurma çeşitlerimizle müşterilerimize hem lezzetli hem de ferahlatıcı bir deneyim sunmaya devam ediyoruz.

Bu yazın yeni favorileri olmaya aday vişneli, çilekli ve limonlu dondurmalarımızı tüm mağazalarımızda keşfedebilirsiniz.



KOOP gençlik buluşmaları devam ediyor!

19 Mayıs Ruhunu Birlikte Yaşadık...

Gençlerle Buluşma Etkinliği kapsamında çalışma arkadaşlarımızla bir araya gelerek kurum kültürümüzü, deneyimlerimizi ve geleceğe dair bakış açımızı paylaştık. Samimi bir sohbet ortamında gerçekleşen buluşmada, Tarım Kredi'nin köklü geçmişi ile yenilikçi ve dinamik yapısı ele alınırken, gençlerin kurumumuzun geleceğindeki rolü vurgulandı.



Etkinlikte mağaza yatırımlarından teknolojik dönüşüme, yapay zekânın iş hayatına etkilerinden tarımsal üretime kadar birçok konu değerlendirildi. Kariyer yolculuğuna ilişkin paylaşımlarda ise sürekli öğrenmenin, yapılan işi sahiplenmenin, pozitif yaklaşımın ve birlikte üretmenin başarıya giden yolda önemli değerler olduğu ifade edildi.

Karşılıklı fikir alışverişiyle zenginleşen buluşma, genç çalışma arkadaşlarımızla güçlü bağlarımızı pekiştirirken ortak hedefler doğrultusunda birlikte gelişmeye olan inancımızı bir kez daha ortaya koydu.





Ofisten Tarifler

**Malzemeler:**

- 2 su bardağı Tarım Kredi Aşurelik Buğday
- 1 su bardağı Tarım Kredi Nohut
- 1 su bardağı Tarım Kredi Kuru Fasulye
- 1 çay bardağı Tarım Kredi Baldo Pirinç
- 2-2,5 su bardağı Tarım Kredi Toz Şeker
- 1 su bardağı Tarım Kredi Gün Kurusu Kayısı (doğranmış)
- 1 su bardağı Tarım Kredi Kuru İncir (doğranmış)
- 1 çay bardağı Tarım Kredi Çekirdeksiz Kuru Üzüm
- 1 çay bardağı Kuş Üzümlü (isteğe bağlı)
- 1 adet portakalın rendelenmiş kabuğu
- 1 tutam tuz
- 10-12 su bardağı sıcak su

Üzeri İçin

- Tarım Kredi Antep Fıstığı
- Tarım Kredi Ceviz İçi
- Tarım Kredi File Badem
- Nar taneleri
- Tarçın



Geleneksel Aşure Tarifi

Merhaba Ben Neslihan YALÇIN. Tarım Kredi bünyesinde Temel Gıda Kategorisi Uzman Yardımcısı olarak görev yapıyorum. Geçtiğimiz günlerde hazırladığım aşure tarifi ise şöyle:

Hazırlanışı:

- Tarım Kredi Aşurelik Buğday, Nohut ve Kuru Fasulyeyi ayrı kaplarda bol suyla yıkayın ve bir gece önceden suda bekletin.
- Ertesi gün nohut ve kuru fasulyeyi ayrı tencerelerde yumuşayınca kadar haşlayın.
- Buğdayı geniş bir tencerede sıcak su ilavesiyle iyice yumuşayınca kadar pişirin.
- Baldo pirinci ekleyerek birkaç dakika daha kaynatın. Ardından haşlanmış nohut ve kuru fasulyeyi ilave edin.
- Doğranmış gün kurusu kayısı, kuru üzüm ve isteğe bağlı kuş üzümünü ekleyin. Kuru inciri ayrı bir kapta sıcak suda kısa süre beklettikten sonra tencereye ilave edin.
- Tarım Kredi Toz Şekeri, portakal kabuğu rendesi ve bir tutam tuzu ekleyin. Tüm malzemeler özdeşleşene kadar karıştırarak pişirin. Kıvamı koyulaşırsa sıcak su ilave edebilirsiniz.
- Aşureyi kaselere paylaşın. Ilıdıktan sonra Tarım Kredi Antep Fıstığı, Ceviz İçi, File Badem, nar taneleri ve tarçın ile süsleyerek servis edin.
- Püf Noktaları
- Buğdayı bir gece önceden bekletmek, pişme süresini kısaltır ve daha kıvamlı bir aşure elde etmenizi sağlar.
- Kuru inciri en son ekleyin. Erken eklenmesi aşurenin rengini koyulaştırabilir.
- Şekeri, bakliyatlar tamamen yumuşadıktan sonra ilave edin
- Böylece nohut ve fasulyenin sertleşmesini önleyebilirsiniz.
- Kıvamı dinlendikçe koyulaşacağı için ocaktan alırken hafif akışkan bırakmanız ideal sonucu verir.
- Servis sırasında Tarım Kredi Antep Fıstığı, Ceviz İçi ve File Badem ile zenginleştirerek hem lezzeti hem de sunumu ön plana çıkarabilirsiniz.

Afiyet olsun!

Aramıza Yeni Katılanlar



Kendinizi kısaca tanıtır mısınız?

Perakende sektöründe farklı görev ve sorumluluklar üstlenmiş; kariyerini ekip yönetimi, ticari performans ve operasyonel gelişim ekseninde şekillendirmiş bir yöneticiyim.

Meslek hayatım boyunca mağaza operasyonlarının geliştirilmesi, satış performansının artırılması, müşteri deneyiminin iyileştirilmesi ve ekiplerin ortak hedefler doğrultusunda yönlendirilmesi üzerine çalıştım.

Farklı şirket ve görevlerde edindiğim tecrübeler, bana perakendenin yalnızca ürün satmak veya rakamları yönetmekten ibaret olmadığını gösterdi. Perakende; müşteriye anlamak, sahaya doğru okumak, değişime hızlı uyum sağlamak ve güçlü ekipler oluşturmakla başarıya ulaşan dinamik bir yapıdır.

Benim için mağaza, şirket stratejisinin müşteriyle buluştuğu en önemli noktadır. Merkezde alınan bir kararın gerçek değeri, sahada uygulanabildiği ve müşterinin hayatına dokunabildiği ölçüde ortaya çıkar. Bu nedenle yönetim anlayışında veriye dayalı karar alma kadar mağazayı ziyaret etmeye, çalışanları dinlemeye ve alınan kararların sahadaki karşılığını takip etmeye önem veriyorum.

Perakendeye bakışımı en iyi özetleyen ifade şudur:

"Perakende rakamlarla yönetilir, insanla büyür."

Çünkü sürdürülebilir başarıyı sağlayan temel unsur; doğru stratejiyi, güçlü bir ekip ve kusursuz saha uygulamasıyla buluşturabilmektir.

Tarım Kredi Pazarlama ve Marketçilik A.Ş.'yi tercih etmenizin sebepleri nedir?

Tarım Kredi'nin köklü geçmişi, üreticiden tüketiciye uzanan güçlü yapısı ve ülkemiz açısından taşıdığı stratejik değer, şirketi tercih etmemde belirleyici oldu.

Koop 'u ürünlerin raflarda müşterilerle buluştuğu bir perakende organizasyonu olarak görmüyorum. Burası aynı zamanda üreticinin emeğini tüketiciyle buluşturan, yerli üretimi destekleyen, güvenilir ürünü erişilebilir koşullarda toplumun geniş kesimlerine ulaştıran önemli bir değer zinciridir.

Şirketimizin sahip olduğu geniş mağaza ağı, güçlü marka güveni ve büyüme potansiyeli, önemli bir dönüşüm fırsatını da beraberinde getiriyor. Bu dönüşümün bir parçası olmak; sahada oluşan gelişim alanlarını ticari sonuçlara dönüştürmek, müşteri deneyimini ileri taşımak ve şirketimizin sürdürülebilir büyümesine katkı sağlamak benim için güçlü bir motivasyon kaynağı oldu.

Geçmiş tecrübelerimi yalnızca mevcut yapıyı yönetmek için değil, geleceğin perakende modelini birlikte inşa etmek için değerlendirebileceğim bir organizasyonda bulunmayı önemsedim. Şirketin sahip olduğu misyonun, büyüme hedeflerinin ve toplumsal sorumluluğun bu beklentiyle örtüştüğüne inanıyorum.

Şirketimiz hakkında ilk izlenimlerinizi iletir misiniz?

Şirketimizle ilgili ilk izlenimim; güçlü bir marka, geniş bir operasyonel kapasiteye ve yüksek bir gelişim potansiyeline sahip olduğu yönündedir.

Markanın müşteriler nezdinde oluşturduğu güven, şirketimizin en önemli rekabet avantajlarından biridir. Perakendede güveni kazanmak uzun yıllar alır; ancak onu korumak, her gün yeniden aynı kaliteyi ve hizmet standardını sunmayı gerektirir. Bu nedenle sahip olduğumuz marka değerinin önemli bir sorumluluğu da beraberinde getirdiğini düşünüyorum.

İlk dönemden itibaren sahada yüksek bir çalışma azmi, güçlü bir aidiyet duygusu ve kuruma değer katma isteği gözlemledim.

Perakendede bazen küçük görünen bir uygulama, küçük görünen bir yaklaşım çok büyük sonuçlar doğurabilir. Doğru ürünün doğru zamanda rafta bulunması, müşterinin güler yüzle karşılanması veya mağazadaki bir teşhirin daha görünür hâle getirilmesi satış performansını doğrudan etkileyebilir.

Bu noktada, "Gülmesini bilmeyen dükkân açmasın." ifadesini çok anlamlı buluyorum.

Çünkü müşterinin mağazadan yalnızca ürün değil, bir deneyim satın aldığını unutmamak gerekir. Bizim görevimiz; sahip olduğumuz güveni daha güçlü mağazacılık uygulamaları, yüksek ürün bulunurluğu ve nitelikli hizmet anlayışıyla desteklemektir.

Hobileriniz ve ilgi alanlarınız nelerdir?

İş hayatımın dışında ailemle vakit geçirmekten, farklı şehirleri ve kültürleri keşfetmekten keyif alıyorum. Seyahat etmenin yalnızca dinlenmek değil, aynı zamanda dünyaya farklı açılardan bakabilmek için önemli bir öğrenme biçimi olduğuna inanıyorum.

Perakende sektörü, liderlik, stratejik yönetim ve tüketici davranışları üzerine okumalar yapmak başlıca ilgi alanlarım arasında yer alıyor. Sektördeki yeni uygulamaları, mağazacılık trendlerini ve farklı ülkelerdeki başarılı perakende modellerini takip etmeyi önemsiyorum.

Bir mağazaya yalnızca müşteri gözüyle değil; ürün yerleşimi, fiyat iletişimi, müşteri akışı, çalışan yaklaşımı ve alışveriş deneyimi açısından da bakıyorum. Dolayısıyla perakende benim için yalnızca bir meslek değil, sürekli gözlem ve öğrenme gerektiren bir yaşam biçimi hâline geldi.

Doğada vakit geçirmek, seyahat etmek ve farklı deneyimlerden yeni bakış açıları kazanmak da bana enerji veriyor. Hem iş hayatında hem de kişisel yaşamda öğrenmenin hiçbir zaman tamamlanmadığına inanıyor; değişime, gelişime ve yeni fikirlere açık kalmaya özen gösteriyorum.



Kendinizi kısaca tanıtır mısınız?

Ben Eskişehir doğumluyum (1974), evli ve iki çocuk babasıyım. Profesyonel iş hayatıma Şubat 2004 tarihinde TK Holding'in bir iştiraki olan TK Teknoloji'de başladım ve 2019 yılına kadar bu şirkette Satış Uzmanı olarak görev yaptım. 2019 yılında, yine TK Holding bünyesinde faaliyet gösteren TK Birlik A.Ş.'de görevime devam ettim. Şirketimizin yeniden yapılanma süreciyle birlikte TK Pazarlama ve Marketçilik bünyesinde Depo Yönetmeni olarak çalışmayı sürdürdüm.

Tarım Kredi Pazarlama ve Marketçilik A.Ş.'yi tercih etmenizin sebepleri nedir?

Ağustos 2024 tarihinde emekli oldum. O dönemde şirketimiz emekli personel istihdam etmediği için görevimden ayrıldım. Sonrasında, ÇiçekSepeti A.Ş.'nin Ankara'da açılan yeni deposunda yaklaşık altı ay boyunca Depo Müdürü olarak görev yaptım.

Mayıs 2026 itibarıyla yeniden TK Holding ailesine katılarak çalışma hayatıma geri dönme fırsatı buldum. Uzun yıllar boyunca edindiğim bilgi, deneyim ve tecrübeyi yeniden şirketimize katkı sağlayacak şekilde değerlendirmekten büyük mutluluk duyuyorum. Benim için bu dönüş, yarım kaldığını düşündüğüm çalışma hayatıma devam etmek ve şirketimize yeniden değer katabilmek adına oldukça anlamlı oldu.



Recep AKTARAN
Depo Yönetmeni

Şirketimiz hakkında ilk izlenimlerinizi iletir misiniz?

TK Holding ailesinin yeniden bir parçası olmaktan büyük mutluluk duyuyor, ekip arkadaşlarımla birlikte bilgi ve deneyimlerimi paylaşarak başarılı çalışmalara katkı sağlamayı diliyorum.

Hobileriniz ve ilgi alanlarınız nelerdir?

Boş zamanlarımda gezmeyi çok severim. Özellikle gittiğim yerlerin yöresel lezzetlerini keşfetmek, benim için seyahatin en keyifli tarafıdır. Hatta en büyük "zaafım" da sanırım budur; yeni bir yere gittiğimde o bölgenin meşhur yemeklerini denemeden dönmeyi pek sevmem.

Pasaportumu 2009 yılında aldım ve ilk yurt dışı deneyimimi Suriye'de yaşadım. Vize alır almaz arkadaşlarımla birlikte sadece yemek yemek için bir günlüğüne Halep'e gittik. Akşam tekrar Gaziantep'e döndük. O gün tattığım lezzetleri hâlâ unutamam.

Bugüne kadar Gürcistan, Yunanistan, Bulgaristan, Romanya, Kuzey Makedonya, İtalya, İngiltere, İskoçya, İrlanda ve Kuzey İrlanda'yı ziyaret etme fırsatım oldu. Ancak keşfetmek istediğim daha çok yer var.

Bu arada küçük bir itirafta bulunayım: Seyahat etmeyi çok sevsem de uçağa binmeyi pek sevmem. Bana göre en güzel yolculuk, direksiyon başında yapılan yolculuktur. Kısacası, dört teker her zaman en iyisi!

Çünkü karayoluyla yapılan yolculuklarda daha fazla yer keşfediyor, farklı rotalar deneyimliyor ve yol üzerindeki birbirinden güzel lezzetleri tatma fırsatı buluyorsunuz. Ancak bir yere gitmeden önce mutlaka hazırlığımı yaparım; hem haritalardan hem de kitaplardan araştırırım. Nerede ne yenilir, hangi yerler görülmeli, hangi rotalar tercih edilmeli... Bunları daha yola çıkmadan öğrenmeyi severim.

Benim için seyahat sadece bir yere gitmek değil; o yeri önceden tanımaya, kültürünü anlamaya ve keşfetmeye başlamaktır. Bu yolculuklarda en büyük yardımcılardan biri de tabii ki ChatGPT. Özellikle restoran önerileri ve fiyat-performans değerlendirmeleri konusunda oldukça faydalı oluyor.

Benim için güzel bir seyahat; iyi planlanmış bir rota, keşfedilecek yeni yerler ve mutlaka tadılması gereken güzel yemekler demektir.

Şimdiki en büyük seyahat hedefim ise Amerika'da efsanevi Route 66 rotasını 22 günde tamamlamak. Umarım bir gün bu hayalimi de gerçekleştirebilirim.

KUSKUS MAKARNA VE BONCUK MAKARNA KOOP MARKET RAFLARINDA!

YENİ!



Serinleten Lezzetler

Sadece KOOP Market'te



KOOP
Çiftçi Marketi

İçimizden Biri

| Caner ÇELEBİ



Tarım Kredi'yi tercih etme nedenleriniz nelerdir?

Tarım Kredi Pazarlama ve Marketçilik A.Ş.'yi tercih etme nedenim; güvenilir ve köklü bir kurum olması, kaliteli ve uygun ürünleri tüketicilere ulaştırma misyonunu benimsemesi ve çalışanlarına sunduğu kurumsal çalışma ortamıdır.

Uzun vadeli çalışabileceğim, kendimi geliştirebileceğim ve disiplinli bir ekip içinde sorumluluk alabileceğim bir iş ortamı olduğundan dolayı ve müşteri memnuniyetine önem veren bu yapının bir parçası olarak hem şirkete değer katmak hem de kariyerimi istikrarlı bir şekilde ilerletmek istediğim için tercih ettim.

Hobileriniz ve İlgi Alanlarınız?

Boş zamanlarımda müzik dinlemeyi ve film izlemeyi severim. Davul, darbuka, bendir gibi vurmali çalgılar ile web tasarım bilgisayar bakım onarım, ahşap işleri ile ilgileniyorum. Güncel gelişmeleri takip etmekten ve zaman zaman araştırma yapmaktan tarihi konuları araştırmaktan keyif alırım.

Ayrıca ailemle vakit geçirmek, yeni şeyler öğrenmek ve kendimi geliştirecek aktivitelerle ilgilenmek hobilerim arasındadır.

Kendinizi tanıtır mısınız?

Yaklaşık 10 yıldır perakende ve gıda sektöründe aktif olarak çalışmaktayım. Kariyerime perakende sektöründe mağaza personeli olarak başladım.

Zaman içerisinde edindiğim deneyim ve gösterdiğim performans sayesinde mağaza yönetici yardımcılığı ve mağaza yöneticiliği görevlerinde bulundum. Gıda sektöründe ise restoran yöneticisi olarak ekip yönetimi, operasyon süreçleri ve müşteri memnuniyeti odaklı çalışmalar yürüttüm.

Her film,
*yeni bir bakış
açısı kazandırır.*



Çalışanlarımızın Kadrajından



Ahmet Sinan PORGALI, Genel Müdürük



Ali İhsan AKDOĞAN, İsparta - Keçiborlu



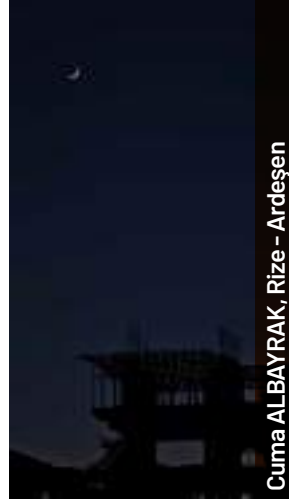
Alirza Berat ÖZ, Konya - Karatay Depo



Barış AVCI, Erzurum - Dumlupınar Depo



Bilal TANRIKULU, Muğla - Bodrum Yalıkavak



Cuma ALBAYRAK, Rize - Ardeşen



Dilan TOLAY, İstanbul - Avrupa Depo



Erkan KÖK, Samsun - Depo



Ersin ŞEKER, Van - Gevaş



Fatih TÜRKEL, Erzincan - Merkez Yavuz Selim



Halil EKiçi, Konya - Karatay Depo



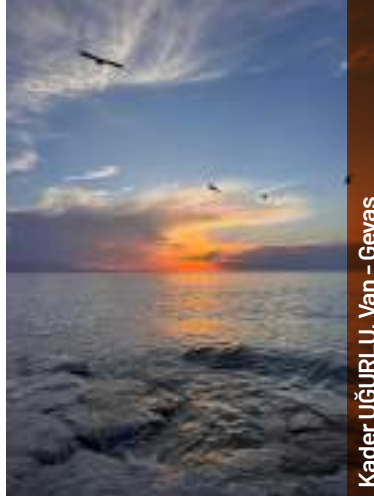
Hayri ÇINAR, Mersin - Tarsus Depo



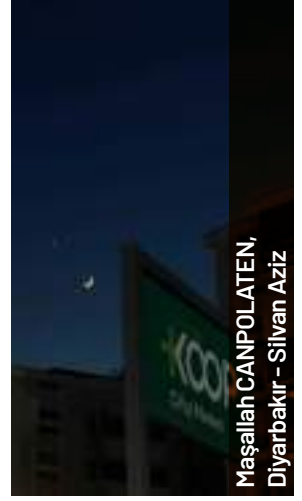
Hulkiye Zeynep YILDIZ,
Elazığ - Merkez M. Cemiloğlu



İbrahim SAKÇI, Bitlis - Tatvan



Kader UĞURLU, Van - Gevaş



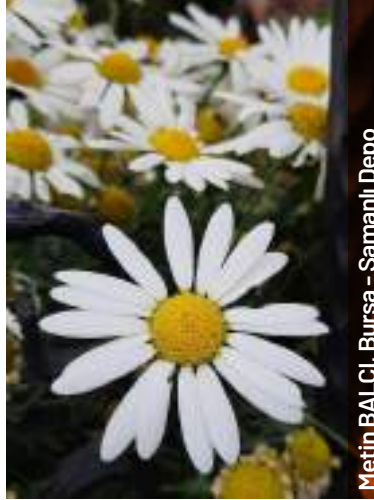
Maşallah CANPOLATEN,
Diyarbakır - Silvan Aziz



Mehmet CEMİLDAS, Şanlıurfa - Suruç



Meryem DOĞAN, Düzce - Ceditiye



Metin BALCI, Bursa - Samanlı Depo



Muhammet HACIOĞLU, Bereket Plaza



Nadire ŞEN, Ankara - Yaprıcak



Niyazi AKKUŞ, Konya - Karatay Depo

Bu ay yine merceğimizi çalışanlarımızın gözünden Türkiye'nin güzelliklerine çevirdik. Doğanın renkleri, şehirlerin ışıkları, günlük yaşamdan yakalanan küçük anlar... Hepsi bir araya gelerek KOOP ailesinin ruhunu ve çeşitliliğini yansıtıyor.

Katılım gösteren tüm çalışma arkadaşlarımıza teşekkür ederiz. Paylaştıkça çoğalıyoruz!

Engelliler Haftası

Hayatın en büyük gerçeklerinden biri, hiçbirimizin yarın neyle karşılaşacağını bilememesidir. Bir sabah uyandığımızda her şey normal görünür; işe gider, planlar yapar, sevdiklerimizle vakit geçiririz. Ancak bazen tek bir an, tek bir olay ya da doğuştan gelen bir farklılık, hayatın akışını tamamen değiştirebilir.

Bu nedenle engellilik, çoğu zaman düşündüğümüzden daha yakınımızdadır.



Çoğumuz engelli bireylerin yaşadığı zorlukları yalnızca fiziksel engeller üzerinden değerlendiririz. Rampalar, asansörler, özel geçiş alanları ve çeşitli düzenlemeler aklımıza gelen ilk örneklerdir. Elbette bunlar önemlidir. Ancak engelli bireylerin günlük yaşamda karşılaştığı en büyük zorluklar çoğu zaman beton duvarlar ya da yüksek kaldırımlar değildir.

Asıl engeller bazen insanların bakışlarında gizlidir.

Bir işi başaramayacağı düşünülerek fırsat verilmemesinde...

Bir toplantıda fikrinin sorulmamasında...

Yardım isteyip istemediği sorulmadan onun adına karar verilmesinde...

Kısacası farklılıklarının, yeteneklerinin önüne geçirilmesinde...

Oysa her insanın bir hikâyesi vardır. Kimi o hikâyeyi görerek, kimi duyarak, kimi de hissederek yaşar. Ancak insanın değeri; nasıl yürüdüğü, nasıl gördüğü ya da nasıl duyduğu ile değil, hayata kattıklarıyla ölçülür.

Tarih bunun sayısız örneğiyle doludur. Dünyayı değiştiren fikirlerin, bilimsel keşiflerin, sanat eserlerinin ve başarı hikâyelerinin arkasında kimi zaman büyük mücadeleler veren insanlar vardır. Onları özel kılan şey sahip oldukları farklılıklar değil, vazgeçmemeleri ve potansiyellerini ortaya koyabilmeleridir.

Bu nedenle Engelliler Haftası yalnızca bir farkındalık haftası değildir. Aynı zamanda kendimize ayna tutma fırsatıdır.

Acaba çevremizdeki insanların hayatını kolaylaştırıyor muyuz?

Farklılıkları bir eksiklik olarak mı görüyoruz, yoksa hayatı zenginleştiren bir değer olarak mı?

İnsanları sahip oldukları engellerle mi tanınıyoruz, yoksa ortaya koydukları emek ve başarılarla mı?

Gerçek kapsayıcılık, yalnızca fiziksel koşulları iyileştirmekle başlamaz. İnsanları anlamaya çalışmakla, önyargıları sorgulamakla ve herkes için eşit fırsatlar oluşturmakla mümkün olur.

Çünkü erişilebilir bir dünya inşa etmek için önce erişilebilir bir bakış açısına sahip olmak gerekir.

10-16 Mayıs Engelliler Haftası vesilesiyle, hayatın her alanında azimle mücadele eden tüm bireyleri saygıyla selamlıyor; farklılıklarımızın bizi ayıran değil, birbirimizi tamamlayan değerler olduğunu bir kez daha hatırlıyoruz.

Belki de engellilik, yürüyememek, görememek ya da duyamamak değildir.

Asıl engel; görebildiği hâlde fark etmemek, duyabildiği hâlde anlamamak ve yapabildiği hâlde yardım etmemektir.

Eğitim Gelişim Müdürü

Muhammet Hacıoğlu



Gelişim Yıldızları

TK Holding Akademi olarak her ay çalışanlarımızın gelişim yolculuklarına gösterdikleri özveriyi yakından takip ediyor, öğrenmeye ve kendini geliştirmeye adanan bu değerli adımları ödüllendiriyoruz.

"Gelişim Yıldızları" programımız, yalnızca bir puan sıralaması değil; aynı zamanda şirketimizin sürekli öğrenme kültürünü besleyen bir ilham kaynağıdır.

Bu ay, platformda aktif şekilde yer alarak eğitimlerini tamamlayan, anketlere katkı sunan, sosyal gruplarımızda paylaşımda bulunan ve topluluğumuza değer katan etkileşimler gerçekleştiren çalışma arkadaşlarımız arasından en çok puan toplayarak öne çıkan ilk üç isim belli oldu.

Gösterdikleri çaba, hem bireysel gelişimlerine hem de kurumumuzun öğrenme kültürüne önemli bir katkı sağlıyor.

Tüm katılımcılarımıza teşekkür ediyor, başarılarıyla öne çıkan Gelişim Yıldızlarımızı gönülden tebrik ediyoruz.

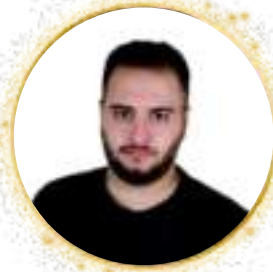
MAYIS AYI GELİŞİM YILDIZLARIMIZ



Vural Kurt
2.814 Puan
Konya Karatay Depo



Niyazi Akkuş
2.494 Puan
Konya Karatay Depo



Alınza Berat Öz
2.081 Puan
Konya Karatay Depo

HAZİRAN AYI GELİŞİM YILDIZLARIMIZ



Tuğba Serin
1.875 Puan
Konya Ahmet Özcan



Muhammed Duran
1.757 Puan
Konya Ahmet Özcan



Ömer Barlak
1.587 Puan
Konya Ahmet Özcan

KOOP Bakkal Yarışması

Yörem Market

KOOP Bakkal projesiyle geleneksel bakkalcığı desteklemeye ve mahalle ekonomisini güçlendirmeye devam ediyoruz.

Bu kapsamda, Mayıs ayı içerisinde **KOOP Bakkal Kart ile en yüksek ciroyu gerçekleştirerek önemli bir başarıya imza atan Ardahan'dan Yörem Market**, dergimizde "Ayın KOOP Bakkalı" olarak yerini alıyor.



Mahallesine kaliteli, güvenilir ve uygun fiyatlı ürünleri istikrarlı şekilde sunan Güler Market; doğru ürün yönetimi, güçlü müşteri ilişkileri ve KOOP Bakkal ekosistemini etkin kullanmasıyla öne çıktı. Elde edilen bu başarı, yalnızca rakamsal bir sonuç değil; aynı zamanda emeğin, sürdürülebilir başarının ve yerel esnafa duyulan güvenin de güçlü bir göstergesi oldu.

KOOP Market olarak, küçük esnafımızın yanında durmaya ve KOOP Bakkallarımızla birlikte büyümeye devam ediyoruz. Yörem Market'i göstermiş olduğu üstün performans ve başarısından dolayı tebrik ediyor, tüm KOOP Bakkallarımıza özverili çalışmaları için teşekkür ediyoruz.

KOOP Bakkal Yarışması

Güney Market

KOOP Bakkal projesiyle geleneksel bakkalcığı desteklemeye ve mahalle ekonomisini güçlendirmeye devam ediyoruz.

Bu kapsamda, Haziran ayı içerisinde **KOOP Bakkal Kart ile en yüksek ciroyu gerçekleştirerek önemli bir başarıya imza atan Düzce'den Güney Market**, dergimizde "Ayın KOOP Bakkalı" olarak yerini alıyor.



Mahallesine kaliteli, güvenilir ve uygun fiyatlı ürünleri istikrarlı şekilde sunan Güler Market; doğru ürün yönetimi, güçlü müşteri ilişkileri ve KOOP Bakkal ekosistemini etkin kullanmasıyla öne çıktı. Elde edilen bu başarı, yalnızca rakamsal bir sonuç değil; aynı zamanda emeğin, sürdürülebilir başarının ve yerel esnafa duyulan güvenin de güçlü bir göstergesi oldu.

KOOP Market olarak, küçük esnafımızın yanında durmaya ve KOOP Bakkallarımızla birlikte büyümeye devam ediyoruz. Güler Market'i göstermiş olduğu üstün performans ve başarısından dolayı tebrik ediyor, tüm KOOP Bakkallarımıza özverili çalışmaları için teşekkür ediyoruz.

KOOP Bakkal'da Başarılı Birlikte Kutluyoruz

KOOP Bakkal ailemiz, her geçen gün büyümeye ve başarı hikâyelerine yenilerini eklemeye devam ediyor. Mayıs ve Haziran aylarında gösterdikleri üstün performansla en yüksek ciroya ulaşan KOOP Bakkal işletmelerimizi gönülden tebrik ediyoruz.

Elde edilen bu başarıda özverili çalışmaları, müşteri memnuniyetine verdikleri önem ve Tarım Kredi kalitesini en iyi şekilde temsil etmeleri büyük rol oynuyor. Her gün aynı heyecan ve sorumluluk bilinciyle çalışan tüm KOOP Bakkal işletmelerimiz, markamızın sahadaki en güçlü temsilcileri olmaya devam ediyor.



Başarılarıyla örnek olan işletmelerimizi kutluyor, emek veren tüm KOOP Bakkal ailemize katkıları için teşekkür ediyoruz.

Birlikte büyümeye, birlikte üretmeye ve başarılarımızı çoğaltmaya devam edeceğiz.

Toprak Mahsulleri Ofisi (TMO): Üreticiden Tüketicie Güven Köprüsü

Tarım sektörünün en önemli kurumlarından biri olan Toprak Mahsulleri Ofisi (TMO), 1938 yılında hububat piyasasını düzenlemek, üreticiyi desteklemek ve ülkemizin gıda arz güvenliğini sağlamak amacıyla kurulmuştur. Kurulduğu günden bu yana buğday, arpa, mısır, çeltik ve bakliyat gibi stratejik ürünlerde piyasa istikrarının korunmasına önemli katkılar sunmaktadır.

TMO; üreticiden ürün alımı gerçekleştirerek çiftçinin emeğini korurken, gerektiğinde piyasaya ürün arzı sağlayarak fiyat dengesinin korunmasına destek olur. Böylece hem üreticinin hem de tüketicinin haklarını gözeterek sürdürülebilir bir tarım ve gıda ekosisteminin oluşmasına katkı sağlar.

Biz de Tarım Kredi KOOP Market olarak, üreticimizin emeğinin değer bulmasını ve tüketicilerimizin kaliteli ürünlere güvenle ulaşmasını önceliklendiriyoruz. Tarımsal üretimi destekleyen, yerli üretimin gücünü tüketicilerimizle buluşturan anlayışımızla, güvenilir ve ulaşılabilir alışveriş deneyimi sunmaya devam ediyoruz.

Üreticiden başlayan bu değer zincirinin önemli bir halkası olarak; tarımın sürdürülebilirliğini destekleyen, gıda arz güvenliğine katkı sağlayan ve kaliteli ürünleri uygun fiyatlarla sofralara ulaştıran çalışmalarımızı kararlılıkla sürdürüyoruz.

Üreticimizden aldığımız güçle, tüketicilerimize güven sunmaya ve ülkemiz tarımına değer katmaya devam edeceğiz.



Sektörden ***Haberler***



Panel Postası

Yeni Ürünlerin Piyasada Varoluş Hikayesine Tüketici Lensinden Bakış

Rafa Çıkmak Yetiyor mu?



Her yıl **4.000'den** fazla yeni hızlı tüketim ürünü raflara çıkıyor.

Peki ya sonra?

*Yeni ürün tanımı, yeni bir marka, yeni bir seri, yeni bir çeşit gibi gerçek bir yenilik taşıyan ürünler için kullanılmıştır. Gramaj ya da paket değişimleri yeni ürün tanımına girmemektedir.

Yeni Ürünlere Alan Açan Markalar Daha Hızlı Büyüyor!



Yeni ürünlere yer açan firmalarda büyüme yükseliyor!

Lansmanları takip etmek önemli çünkü lansmanlara daha çok alan açan firmalarda **büyüme oranları daha yüksek** gerçekleşiyor.

2025 yılında büyüme oranlarına göre lansmanların harcamalardan aldığı pay



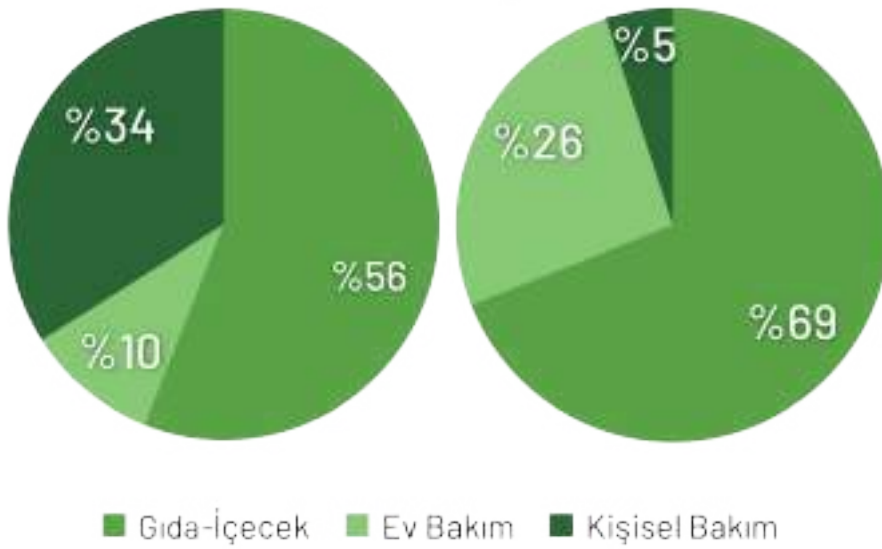
Lansman Sayısı Değil, Erişim Belirleyici!



Çok lansman, çok tüketici demek değil!

2025 lansman ürünlerinin büyük bölümünü **gıda-içecek** ve **kişisel bakım kategorileri** oluşturuyor. Ancak en yüksek erişime sahip lansmanlara bakıldığında tablo değişiyor; **ev bakım ürünleri** piyasaya çıkan ürünlerin **%10'unu** oluştursa da yüksek erişimli **lansmanlar** içinde daha yüksek pay alıyor.

2025 Yılı Lansmanları Hane Erişimi En Yüksek İlk 100 Lansman



Yeni Ürünlerin Başarısını Erişim Hızı Belirliyor!



Yeni ürünler hanelere **farklı hız ve yoğunlukta** erişiyor; bu da gidişatlarını belirlemede önemli bir gösterge oluyor.



Öncü Haneler Lansman Başarısının Anahtarı!



Öncüler küçük bir grup olsa da lansman performansında büyük etki yaratıyor.

Hızlı tüketim ürünlerinde:

- Hane nüfusunun %17'sini,
- Lansman harcamasının %33'ünü oluşturur.
- Genel hızlı tüketim ürünü harcamaları %21 daha yüksek.
- Yeni ürün harcamaları %90 daha yüksek!

Lansmanların Kaderi İlk Ayda Başlıyor!



Yeni ürünler önce "öncü"lerle tanışıyor, daha sonra yayılıyor.

Öncüler, lansmanların ilk ayında alıcıların %27'sini oluşturuyor. Bir lansmanın başarısını öngörmeye 4 - 5 ay performansı kritik bir kırılma noktası.



Kaynak: NielsenIQ

Tüketicinin Sesi

Sağlıklı Yaşamın Yükselişi



Öne Çıkan Sonuçlar



27 ülkede 21.808 tüketiciyle gerçekleştirilen PwC Tüketicinin Sesi 2026 Araştırması değişimin günlük yaşamın bir parçası haline ne kadar hızlı geldiğini ortaya koyuyor. Araştırmaya katılan tüketiciler, sağlık alışkanlıklarını düzenli olarak takip ettiklerini, ihtiyaçlarına göre değiştirdiklerini ve bu doğrultuda ürün ve hizmet tercihleri yaptıklarını belirtiyor.

Araştırma kapsamında tüketicilere, sağlık hedeflerine ulaşmak için gelecekte hangi ürün ve hizmetleri satın almayı düşündükleri soruldu. Elde edilen veriler, tüketici sağlığı pazarındaki gelecekteki büyüme alanlarına ilişkin önemli bir bakış sunuyor.

Tüketiciler; beslenme, uyku, stres yönetimi, kilo kontrolü, görünüm, performans ve uzun yaşam gibi alanlarda sağlık alışkanlıklarını düzenli olarak gözden geçiriyor ve buna göre yeni tercihler geliştiriyor.

Tüketiciler satın aldıkları ürünlerde hâlâ fiyat, kullanım kolaylığı ve anlaşılır ürün bilgisi arıyor. Bununla birlikte; veri, tanı çözümleri, kişiselleştirilmiş koçluk, sağlık takibi, abonelik modelleri ve bakım hizmetleriyle desteklenen ürünlere olan ilgi de artıyor.

PwC'nin ürün bazlı analizleri, tüketicilerin gelecekte satın almayı düşündüğü ürün ve hizmetleri ortaya koyuyor. Bu içgörüler, şirketlerin hangi ürün ve hizmetleri geliştirebileceğini, hangi iş birliklerine odaklanabileceğini ve sağlıklı yaşamı tüketiciler için daha erişilebilir hale nasıl getirebileceğini gösteriyor.

Gıda ve içecek sektöründeki fırsatlar

Tüketiciler, aşağıdaki ürün ve hizmet kategorilerinde sunulacak yeni çözümlere ilgi duyduklarını ifade etti.



Güne başlamak ve günü enerjik sürdürmek

- Uzun ve sağlıklı yaşamı destekleyen sağlıklı öğünler, atıştırmalıklar ve içecekler
- Metabolizmayı destekleyen ve yüksek proteinli yiyecek ve içecekler
- Sıvı ve elektrolit dengesini destekleyen içecekler ile sporcu beslenmesi ürünleri



Dinlenmek ve yenilenmek

- Uykuya yardımcı bitki çayları ve rahatlatıcı içecekler
- Ruh hâlini destekleyen yiyecekler, içecekler ve takviye ürünleri
- Uyku ve enerji desteği sağlayan takviye ürünleri



Daha iyi görünmek ve hissetmek

- Metabolizmayı ve kilo yönetimini destekleyen hazır sağlıklı öğünler ve atıştırmalıklar
- Kalori, makro besin değerleri ve porsiyonları optimize edilmiş akıllı yemek kitleleri veya market paketleri
- Ruh hâlini iyileştirmeye, iltihaplanmayı azaltmaya veya bağırsak mikrobiyotasını desteklemeye yönelik kişiselleştirilmiş beslenme planları

Lansmanların Kaderi İlk Ayda Başlıyor!

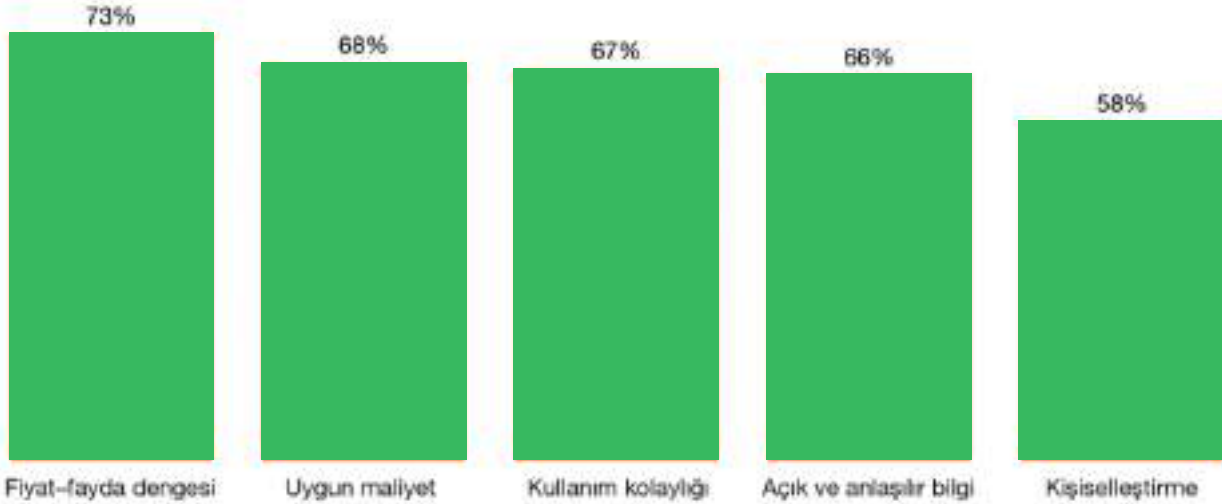


Gıda ve içecek. Gıda ve içecek şirketleri, sağlıklı yaşam odaklı tüketimden en doğrudan etkilenen sektörler arasında yer alıyor. Araştırmaya göre vitamin, mineral ve takviye ürünleri son 12 ayda tüketicilerin en çok satın aldığı sağlık ve iyi yaşam ürünleri olurken, özel sağlık amaçlı gıda ve içecekler de en çok tercih edilen isteğe bağlı harcama kalemleri arasında yer alıyor.

Önümüzdeki dönemde tüketiciler, taze meyve ve sebze ile vitamin ve takviye ürünlerini daha fazla tüketmeyi; işlenmiş veya yüksek şeker içeren gıdalar ile alkollü içecekleri ise azaltmayı planlıyor. Özellikle Z Kuşağı, vitamin ve takviyelerin yanı sıra süt ve et alternatiflerini daha fazla tüketeceğini belirtiyor.

Tüketiciler sağlık ve iyi yaşam ürünlerinde fiyat-fayda dengesi ile kullanım kolaylığına öncelik veriyor

S. Sağlık hedeflerinize ulaşmanıza destek olacak bir sağlık veya iyi yaşam ürünü ya da hizmeti satın almayı değerlendirirken aşağıdaki özelliklerden hangileri sizin için en önemlidir? (En fazla beş seçeneği önem sırasına göre sıralayınız. Yalnızca en çok tercih edilen beş yanıt gösterilmiştir.)



Not: Bu soru, sağlık ve iyi yaşam hedefi olduğunu belirten katılımcılara yöneltilmiştir.
Kaynak: PwC Tüketicinin Sesi Araştırması 2026

Tüketicilerin ilgisini gerçek bir satın alma kararına dönüştürebilmekte yattır. Tüketiciler çok çeşitli sağlık ürün ve hizmetlerine ilgi gösterse de, bu ilgi her zaman satın alma veya düzenli kullanıma dönüşmeyebiliyor. Özellikle sağlık çözümleri karmaşılaştığında ya da tüketiciden fazla çaba beklediğinde bu dönüşüm daha da zorlaşıyor.

Çünkü her tüketici, 20 dakikalık bir yürüyüş sırasında ürettiği güç değerini (watt) takip etmek ya da bir enerji barının besin değerlerini ayrıntılı biçimde analiz etmek istemiyor.

Bununla birlikte, her tüketim anını sağlık odaklı hale getirmek de doğru bir yaklaşım olmayabilir.

Bir dondurulmuş gıda şirketinin Adriyatik Bölgesi Genel Müdürü dondurmaya buna örnek gösteriyor. Ona göre dondurma, tüketiciler için keyif ve ödüllendirme amacıyla tercih edilen bir ürün. Bu nedenle şeker oranını azaltmak gibi klasik ürün reformülasyonları her zaman karşılık bulmayabiliyor.

Bu tür ürünlerde sağlık odaklı inovasyon, ürünün temel vaadini değiştirmekten ziyade, tüketim amacını koruyan çözümlerle daha başarılı oluyor. Sorbe gibi doğal olarak daha hafif alternatifler geliştirmek ya da porsiyon kontrolü ve ambalaj tasarımıyla tüketimi desteklemek buna örnek gösterilebilir.

Kaynak: PwC

Tüketici tercihleri değişiyor.

Yeni bir alışverişçi nesli ortaya çıkıyor. Genel hacim artışı düşük olsa da, Avrupa gıda perakendeciliğinde potansiyel büyüme alanları mevcut. Dört stratejik öncelik belirledik: büyüme alanlarına odaklanmak, verimliliği artırmak, geleceğin tüketicisinin beğenisini kazanmak ve teknolojik fırsatlardan yararlanmak.



Farklılaşma yoluyla büyüme alanlarına daha fazla odaklanmak.



Düşük büyüme ortamında, perakendeciler pazar payı kazanmak için farklılaşmayı artırarak, inovasyonu hızlandırarak ve premiumlaştırmayı teşvik ederek konumlarını iyileştirebilirler. Potansiyel bir kaldıraç, hazır yemekler, sağlıklı ve fonksiyonel gıdalar ve taze ürünler gibi yüksek potansiyelli kategorilere odaklanmaktır. İkinci bir kaldıraç ise, yalnızca yüksek kaliteli özel markalar sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda üretici markalarına kıyasla farklı değer önerileri sunan kategoriye özgü özel markalardan oluşan bir portföy oluşturarak özel marka teklifini güçlendirmektir. Üçüncü bir kaldıraç olarak, bakkallar kendi platformlarının ötesinde reklam fırsatlarını çeşitlendirerek ve reklam satışlarını kolaylaştırarak (örneğin, ajanslarla ortak girişimler kurarak ve standartlaştırılmış etki ölçütleri benimseyerek) perakende medya tekliflerini güçlendirebilirler.

Uygulama Verimliliğini Artırmak



Perakendeciler, ek verimlilik elde etmek ve böylece tüketiciler için daha uygun fiyatlı ürünler sunmak amacıyla maliyet etkinliği programlarını hızlandırabilirler. Özellikle, en iyi performans gösterenlerin özel markalar için tedarik optimizasyonuna odaklanmaları, Avrupa düzeyinde tedariki konsolide etmeleri ve satın alma ittifaklarından daha fazla fayda sağlamaları beklenmektedir.

Geleceğin tüketicisinin beğenisini kazanmak



Z kuşağı tüketicileri yetişkinliğe ulaştıkça, market alışverişine yeni bir tüketici tipi giriyor; bu tüketicilerin ihtiyaçları ve beklentileri, önceki nesillere göre farklı. Ebeveynleri kadar yemek pişirmiyorlar, sağlıklı yiyecekler istiyorlar ve kişiselleştirilmiş bir alışveriş deneyimi bekliyorlar. Sadakat programlarını yeniden tasarlamak ve benzersiz, kişiselleştirilmiş promosyonlar sunmak, onları tekrar eden müşteriler olarak kazanmak için umut vadeden stratejilerdir. Z kuşağı tüketicileri ayrıca marketlerin sürdürülebilir operasyonlara ve ürün tekliflerine sahip olmasını bekliyor, ancak sürdürülebilirlik için ek ücret ödemeye hazır değiller. Bu nedenle, en az maliyetli olanlardan başlayarak doğru sürdürülebilirlik girişimlerine öncelik vermek, marketlerin yarının tüketicilerinin sürdürülebilirlik ve uygun fiyat taleplerini karşılamasına yardımcı olabilir.

Geleceğin tüketicisinin beğenisini kazanmak



Veri, yapay zeka ve teknoloji, hem tüketiciyle doğrudan etkileşimde bulunan işlevlerde hem de arka uç operasyonlarında bakkalcılık sektöründe değer yaratmak için birçok fırsat sunuyor. Dijital yeteneklere yapılan yatırımlar, tüm değer zincirinde kararlı teknoloji benimseme ve kapsamlı etki ölçümleri, bakkalların bu fırsatlardan yararlanmasına yardımcı olabilir. Teknoloji odaklı değer yaratmanın temelleri atıldıktan sonra, bakkallar genel amaçlı yapay zeka ve ajan tabanlı yapay zekanın getirebileceği ek fırsatları keşfedebilirler.



Kaynak: mckinsey

BULMACA



YATAY

- 2 Aynı tür atomlardan oluşan saf madde.
 6 İki nokta arasındaki en kısa uzaklık.
 7 Hücre bölünmesinde kromozom sayısını yarıya indiren bölünme.
 8 Düşünceyi kanıtlarla destekleyerek anlatan yazı türü.
 9 Dünya'nın Güneş çevresindeki bir tam dolanım süresi.

DİKEY

- 1 Bir sözcüğün gerçek anlamı dışında kullanılmasına dayanan söz sanatı.
 3 Ses dalgalarının yankılanması olayı.
 4 Koop Soğuk Zincir Karakteri
 5 Işığın boşluktaki hızını inceleyen fizik dalının temel kuramı.
 6 Canlıların kalıtsal özelliklerini taşıyan molekül.
 8 Güneş'e en yakın gezegen.

Gerçek Meyveden Gelen Serinlik

