

DUYGUSAL BAĞ İLE BAĞLANACAK
ŞİRKETLERDEN MİSİNİZ, YOKSA...



SOSYALLEŞEREK İLETİŞİM KURMAK
MARKA VE ŞİRKET KÜLTÜRÜNDE YENİ MEDYA

Aktas Holding, 10. Aftermarket
Konferansı'na Sponsor Oldu

Aktas Holding Became the
Sponsor of
10. Aftermarket Conference

► ► ► s 10

Aktas Holding Yenilikçi
Powertech Ürünleriyle Hannover
Messe Fuarı'na Katıldı

Aktas Holding Took Place In
Hannover Messe Fair With Its
Innovative Powertech Products

► ► ► s 18

Aktas Holding'den Uludağ
Ekonomi Zirvesi'ne Sponsorluk
Desteği

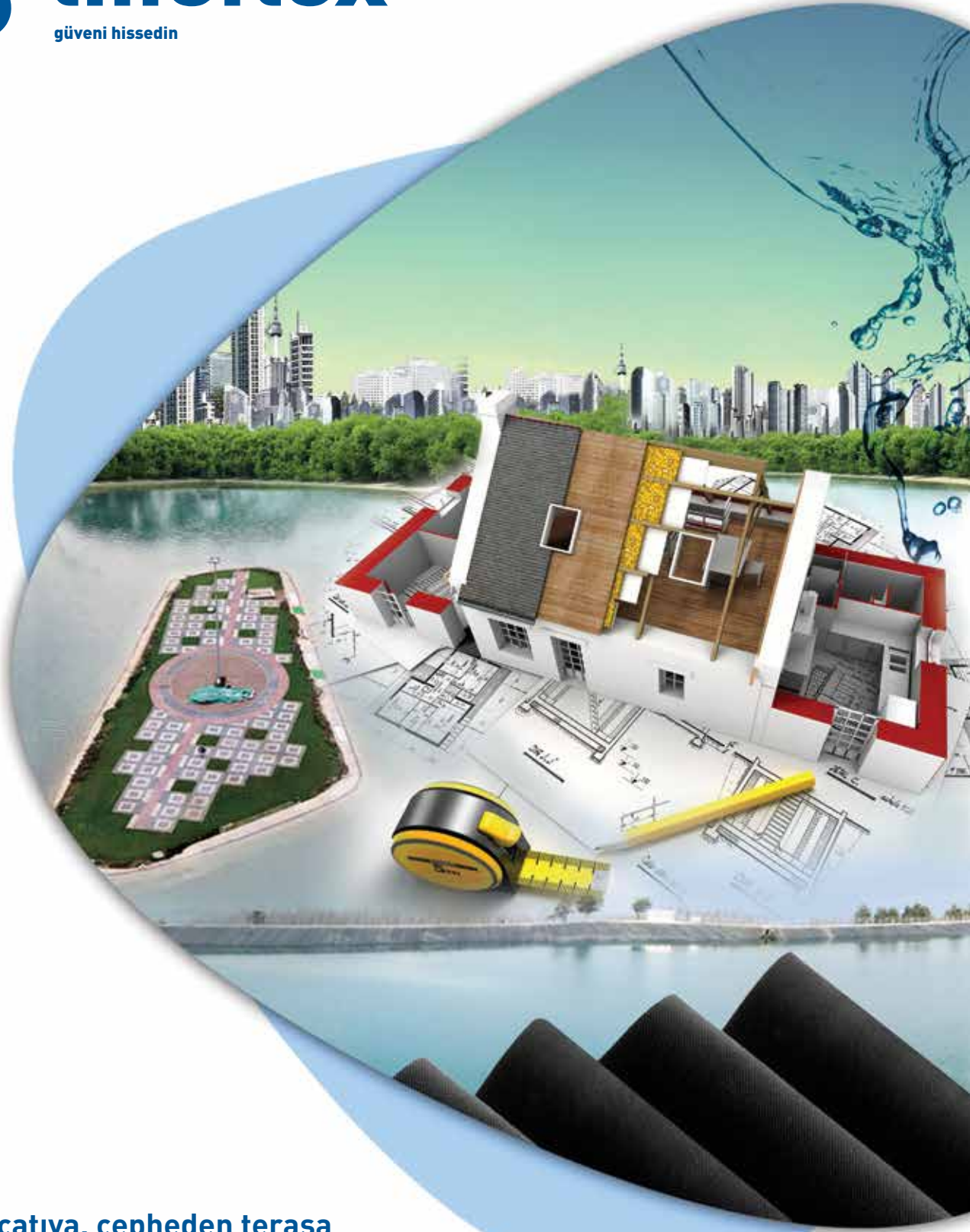
Aktas Holding Provided Support
With Its Sponsorship To Uludag
Economy Summit

► ► ► s 26



lineflex

güveni hissedin



**Temelden çatıya, cepheden terasa
su yalıtımı çözümlerinizde
EPDM membran sistemleri sunuyoruz**

TEKNOLOJİ VE KALİTE TUTKUSU İLE TÜRKİYE’NİN LİDER MARKASI

Kauçuk alanındaki engin tecrübesiyle,
sayısız patent ve ödülleriyle
sektörüne yön vermeye devam ediyor.



İÇİNDEKİLER / CONTENTS

08



AKTAŞ KARIYER OKULU İLE YENİ MEZUNLARA İŞ İMKANI

JOB OPPORTUNITIES TO NEW GRADUATES WITH AKTAS CAREER SCHOOL

12



AKTAŞ HOLDİNG AİLESİ BAYRAMLAŞMA TÖRENİ

AKTAS HOLDING FAMILY CELEBRATED RAMADAN FEAST

14



AKTAŞ HOLDİNG ÇALIŞANLARININ ÇOCUKLARI 23 NİSAN ETKİNLİKLERİNDE DOYASIYA EĞLENDİ

CHILDREN OF AKTAS HOLDING EMPLOYEES HAD FUN TO REPLETION DURING APRIL 23RD EVENTS

18



AKTAŞ HOLDİNG YENİLİKÇİ POWERTECH ÜRÜNLERİYLE HANNOVER MESSE FUARI'NA KATILDI

AKTAS HOLDING TOOK PLACE IN HANNOVER MESSE FAIR WITH ITS INNOVATIVE POWERTECH PRODUCTS

İmtiyaz Sahibi
Aktaş Holding Adına:
İskender ULUSAY

Editör:
Berna SEVİNÇ

Yönetim Yeri:
OSB Ali Osman
Sönmez Bulvarı
No:13/1A Nilüfer
Bursa 16140 TÜRKİYE

Nisan - Mayıs - Haziran
2019
18. Sayı
Tel: 0224 300 00 00
www.aktasholding.com

Konsept - Grafik:
medyapark



İlknur AKTAŞ

Yönetim Kurulu Başkanı
Chairman Of The Board

AKTAŞ MARKASINI GELECEĞE BİRLİKTE TAŞIYACAĞIZ

Merhaba,

Günümüzde rekabeti her alanda yoğun bir şekilde hissediyoruz. Özellikle yetenekli kişilerin şirketlere değer kattığı gerçeği söz konusuysa, bu yeteneklerin şirket bünyesine dahil edilme noktasında yaşanan süreç de firmaların yaşadığı rekabette karşımıza çıkan örneklerden sadece biri.

Öyle ki yetenek savaşları artmaya devam ettiği için şirketler de günümüzde işveren markası konusunda etkin stratejiler geliştirmeye başlamış durumda.

Özellikle şirketler, aradığı niteliğe sahip kişileri kendine çekmeye çalışırken farklı stratejilere yoğunlaşıyor. Bu noktada, işveren markasını güçlendirme çalışmaları da bahse konu stratejiler arasında önemli bir yer tutmaktadır.

Tabii firmanın iç ve dış çevresinde kendisini doğru bir şekilde konumlandırmasına yönelik çabaların sonucunda, 'tercih edilen' marka olma hedefiyle yürüttüğü işveren markası çalışmaları, uzun süreli bir yolculuktur.

Sonuçta mevcut çalışanların şirket bünyesinde kalmalarının sağlanması, iyi niteliklere sahip işgücünün şirkete kazandırılması, istihdama ilişkin beklentilerin karşılanması ve potansiyel çalışanların da iş başvurularında firma hakkında pozitif bir düşünceye sahip olması için bu tür çalışmalar büyük önem taşıyor.

Bu bağlamda Aktaş Holding olarak, çeşitliliğe de önem vererek işveren markasını geliştirme tarafında somut çalışmalar gerçekleştireyoruz.

Dünyanın dört bir yanında faaliyetleri bulunan şirketimizi, bulunduğu tüm lokasyonlarda en iyi şekilde temsil ederek; çalışanlarımız, potansiyel işgücü ve paydaşlarımız nezdinde en iyi şekilde konumlandırmaya odaklanmış durumdayız.

Böylece Aktaş markasının sürdürülebilir şekilde geleceğe taşınmasına katkı sağlayarak, diğer tüm çalışmalarımızda olduğu gibi işveren markası tarafında da başarılı işlerle adımızdan söz ettirme hedefindeyiz.

Ve tüm bu süreci, bugüne kadar olduğu gibi gelecekte de tüm Aktaş paydaşlarıyla el ele, birlikte yürütmeye devam edeceğiz.

Saygı ve sevgilerimle,

WE WILL MOVE FORWARD THE AKTAŞ BRAND TO THE FUTURE TOGETHER

Hello,

Nowadays, we feel the competition intensively in every field. Given that talented people add value to the companies, the process of recruitment of these talents is just one of the examples of the competition faced by the companies.

As talent battles continue to increase, companies are now developing effective strategies for employer branding.

In particular, companies are focusing on different strategies while trying to attract people with the qualifications they are looking for. At this point, the efforts to strengthen the employer branding have an important place among these strategies.

Of course, as a result of efforts to correctly position the company in the internal and external environment, employer branding works carried out with the aim of becoming a 'preferred' brand is a long-term journey.

In fact, it is of great importance to ensure that existing employees are retained within the company, to recruit good workforce to the company, to meet employment expectations, and to have a positive opinion about the company in potential job applications.

In this context, as Aktaş Holding, we carry out concrete works to develop employer branding by giving importance to diversity.

Representing our company, which has operations all over the world, in the best possible way in all its locations, we are focused on positioning it in the best possible way among our employees, potential workforce and stakeholders.

Thus, by contributing to the sustainability of the Aktaş brand in the future, we aim to make a name for ourselves with successful works in the employer branding as in all other activities.

And we will continue to carry out this process together with all Aktaş stakeholders hand in hand as in the past.

Best regards,



ENDÜSTRİYEL HORTUM ÜRETİMİNDE YEPYENİ BİR TEKNOLOJİ

Powertech, kauçuk alanındaki uzmanlığı ile endüstriyel hortum üretimine yüksek bir standart getiriyor.



www.powertechhoses.com
facebook.com/powertech

DİJİTAL
DÖNÜŞÜM



İskender ULUSAY
İcra Kurulu Başkanı
Chief Executive Officer

“TERCİH EDİLEN MARKA” HEDEFİYLE ÇALIŞMALARIMIZ SÜRÜYOR

Herkese merhaba,

2019 yılının yarısını geride bıraktığımız şu süreçte, Aktaş News’in yeni sayısı ile yeniden sizlerle buluşuyoruz.

Bu sayımızda, işveren markasının firma üzerindeki etkisi üzerine düşüncelerimizi sizlerle paylaşmak istiyorum.

Hepinizin bildiği gibi günümüz dünyasında firmalar için devamlılığı sağlama noktasında işveren markasının oluşturulması ve marka potansiyelini yansıtmak, oldukça önemli bir hale gelmiş durumda. İşveren markasını kısaca özetlemek gerekirse; şirket bünyesindeki çalışanların şirkete olan aidiyetlerini güçlendiren ve şirketin değerlerini içselleştirmesini sağlayan, potansiyel çalışanların da şirkete katılmasına katkı sunan bir değerler bütünü olarak nitelendirebiliriz.

Nitekim şirketler için insan kaynağı noktasında hedeflenen, ‘en çok tercih edilen’ ve hem içeriden hem de dışardan, çekici bir örgütsel yapıya sahip şirket olabilmektir.

Bu noktada baktığımızda, firmaların işveren markasını güçlendirme çalışmalarına özellikle son yıllarda büyük önem verdiğini görmekteyiz.

Ve bunu yaparken de çalışanların kendini değerli ve kurumun bir parçası olduğunu hissetmeleri, nitelikli adayları şirkete daha hızlı şekilde çekebilme ve kurum çatısı altında tutabilme, çalışan memnuniyetini ve aidiyetini artırma, iç/dış iletişimin kuvvetlenmesi gibi faktörlerin yanı sıra; maliyetlerin azaltılması, müşteri memnuniyetinin sağlanması, finansal performansın yukarıya çekilmesi gibi faktörler de ön plana çıkıyor.

Hal böyle olunca, işveren markasının çok yönlü ve kapsamlı bir çalışma mantığıyla yönetilmesi gerektiği de net bir şekilde karşımıza çıkmaktadır.

Bu bağlamda Aktaş Holding olarak da ilk günden bu yana işveren markasını güçlendirme tarafında etkili çalışmalara imza atmaktayız.

Öyle ki hem mevcut çalışanlarımız hem potansiyel çalışanlar hem de paydaşlarımız nezdinde sürdürülebilirliği olan çalışmalar gerçekleştirilerek, Aktaş Holding’in ‘dünya markası’ kimliğine yakışan işler gerçekleştirme gayretindeyiz.

Amacımız tüm bu çalışmaları somut projelerle destekleyerek, kurum içerisinde ve kurum dışarısında Aktaş markasının gücünü en iyi şekilde hissettirip, markamızı güvenle geleceğe taşımaktır. Bu anlamdaki çalışmalarımıza kararlı bir şekilde devam etme hedefindeyiz.

Saygılarımla,

WE CONTINUE TO STRIVE FOR THE TARGET TO BE THE “PREFERRED BRAND”

Hello to everyone,

In the second half of 2019, we are with you again with the new issue of Aktaş News.

In this issue, I would like to share my thoughts on the effect of employer branding on the company.

As you all know, in today’s world, the creation of employer branding and reflecting the potential of the brand has become very important in terms of providing continuity for the companies.

To briefly summarize the employer brand, we can characterize it as a set of values that reinforce the loyalty of the current employees within the company and enable them to internalize the values of the company and contribute to the participation of potential employees in the company.

As a matter of fact, the aim of human resources for companies is to be the “most preferred” company with an attractive organizational structure both internally and externally.

In this regard, we see that companies attach great importance to the efforts to strengthen the employer branding especially in recent years.

What matters in this process is that employees feel themselves valuable and part of the organization, qualified candidates are recruited and retained in the company, employee satisfaction and a sense of belonging is ensured, internal / external communication is strengthened as well as reducing costs, ensuring customer satisfaction, and increasing financial performance.

As such, it is clear that the employer branding must be managed with a multifaceted and comprehensive working logic.

In this context, as Aktaş Holding, we have been undertaking effective efforts to strengthen the employer branding since our establishment.

In fact, we are striving to carry out works that are in line with Aktaş Holding’s “world brand identity” by carrying out sustainability studies for our current employees, potential employees and stakeholders. Our aim is to support all these works with concrete projects, to ensure the Aktaş brand make a name for itself and to carry our brand to the future with confidence.

In this sense, we aim to continue our work decisively.

Best regards,

AKTAŞ KARIYER OKULU İLE YENİ MEZUNLARA İŞ İMKANI

Aydınlık geleceğimiz olan gençlere her fırsatta destek olan Aktaş Holding, üniversiteden yeni mezun olan bireylere iş imkanı sunuyor. Bu kapsamda hayata geçirilen 'Aktaş Kariyer Okulu' aracılığı ile 15 kişi, şirketin yeni ve mevcut projelerinde görevlendirilmek üzere 'proje destek personeli' olarak çalışma hayatına dahil oldu.



Aktaş Holding, genç yeteneklerin yanında yer almaya ve onların kariyer planlamalarına katkı sağlamaya devam ediyor.

Şirket bünyesinde hayata geçirilen 'Aktaş Kariyer Okulu' gençlerin hem iş hayatını hem de Aktaş Holding'i yakından tanımalarına fırsat sunuyor. Eğitime ve öğrenciye büyük önem veren Aktaş Holding, aydınlık geleceğimiz olan gençlere her fırsatta destek oluyor. Gençlerin iş hayatında yer almasına yardımcı olmak ve ülke istihdamına katkı sağlamak amacıyla birçok çalışmaya imza atan firma, Aktaş Kariyer Okulu

ile de üniversiteden yeni mezun olan gençlere iş olanağı sağlamayı amaçlıyor. Bu doğrultuda Aktaş Kariyer Okulu aracılığı ile 15 yeni üniversite mezunu 29 Nisan Pazartesi günü işbaşı yaptı. Yeni mezunlar Aktaş Holding bünyesinde şirketin yeni ve mevcut projelerinde görevlendirilmek üzere 'proje destek personeli' olarak çalışma hayatına dahil oldu.

Yeni mezunların yanındayız

Aktaş Kariyer Okulu ile yeni mezunların iş hayatına adapte olmasına yardımcı olmayı hedeflediklerini belirten Aktaş

Holding İcra Kurulu Başkanı İskender Ulusay, öğrencilere ve gençlere koşulsuz destek olmak için ellerinden geleni yaptıklarını söyledi. Ulusay, gençlerin iş hayatına kazandırılması için herkesin elini taşın altına koymasına gerektiğine dikkat çekerek, "Aktaş Holding olarak yeni mezun bireylerin her zaman yanındayız. Gerek staj imkanlarımız gerek verdiğimiz desteklerle öğrencilerin ve gençlerin yanında yer almaya devam edeceğiz" dedi.

JOB OPPORTUNITIES TO NEW GRADUATES WITH AKTAS CAREER SCHOOL

Aktas Holding provides support to young people who have a bright future at every opportunity and offers job opportunities to new graduates. Through Aktas Career School, established within this scope, 15 people have been included in the working life as project support staff to be employed in the new and existing projects of the company.



Aktas Holding continues to support young talents and contribute to their career planning.

'Aktas Career School', which was established within the Company, provides an opportunity for young people to get to know the business life and Aktas Holding closely.

Aktas Holding attaches great importance to education and students, and supports young people who are our bright future at every opportunity. The company, which has carried out several works in order to help young people participate in business life and contribute to the employment of the country, aims to provide employment

opportunities to young people who have just graduated from the university with Aktas Career School.

Accordingly, 15 new university graduates started to work on Monday (April 29th) through Aktas Career School. The new graduates have been included in the working life as 'project support staff' within the body of Aktas Holding to be employed in the new and existing projects of the company.

We are here for new graduates

Stating that they aim to help the new graduates adapt business life with Aktas

Career School, Aktas Holding Chairman Iskender Ulusay said they are doing their best to provide unconditional support for students and young people.

Ulusay pointed out that everyone should undertake responsibilities to bring young people to work life and said: "As Aktas Holding, we are always here for the new graduates. We will continue to stand by the students and young people with our internship opportunities and the supports we provide."

AKTAŞ HOLDİNG, 10. AFTERMARKET KONFERANSI'NA SPONSOR OLDU

Aktaş Holding, bu yıl 10'uncu kez kapılarını açan ve otomotiv sektörü profesyonellerinin bir araya gelerek, sektörün bugünü ve geleceğini konuştukları TAYSAD Aftermarket Konferansı'na sponsorluk desteği verdi.



Aktaş Holding, sektörün gelişimine katkı sağlayan pek çok organizasyona desteğini sürdürüyor.

Aktaş Holding; 2010 yılından bu yana üretici, tedarikçi, distribütör, bağımsız servislerin yanı sıra küresel paydaşlar ve uzman firmaların bulunduğu TAYSAD Aftermarket Konferansı'nın bu yıl gerçekleşen 10'uncu buluşmasına, gümüş sponsorluk desteğinde bulundu.

24 Mayıs tarihinde gerçekleşen organizasyona Sheraton Grand Atşehir ev sahipliği yaparken, etkinlikte Aktaş Holding adına İcra Kurulu Başkanı İskender Ulusay, OEM Yöneticisi Ufuk Badır, Satış Yöneticisi Gülçin Onaran ve Pazarlama Sorumlusu Okan Konu yer

aldı. Organizasyonda Aktaş Holding, açmış olduğu stantta da misafirlerini ağırladı.

Sektörün bugünü ve geleceği konuşuldu

Gün boyu süren ve moderatörlüğünü M. Serdar Kuzuloğlu'nun üstlendiği organizasyon 2 bölüm şeklinde gerçekleşti. İlk bölümde 2018 yılıyla ilgili otomotiv sektörü genel global değerlendirmesi ve aftermarket sektörü genel değerlendirmesi yapılırken, 2. bölümdeki OEM panelinde, ana sanayi OES stratejileri konuşuldu. Panelin sonunda ise Grup Six Pack sahnede müzik performansını sergiledi.

Sektörün gelişimine katkı sağlıyor

10. TAYSAD Aftermarket Konferansı'na sponsor olmaktan dolayı son derece mutlu olduklarını belirten Aktaş Holding İcra Kurulu Başkanı İskender Ulusay, konferansın ülkemizde ve dünya ölçeğinde sektörün durumunu, yeni trendleri ve geleceğini takip etme noktasında önemli bir işlevi bulunduğunu vurguladı.

Aktaş Holding olarak, böylesine değerli organizasyonlara ilerleyen süreçlerde de desteklerinin süreceğinin altını çizen Ulusay, sektöre küresel düzeyde değer katmak adına çalışmalarının son sürat devam edeceğini belirtti.

AKTAS HOLDING BECAME THE SPONSOR OF 10. AFTERMARKET CONFERENCE

Aktas Holding gave sponsorship support to TAYSAD Aftermarket Conference, which opens its Gates for 10. times this year and becomes the platform which automotive sector professionals gather together to discuss today and future of the sector.



Aktas Holding continues to support many organizations that contribute to the development of the sector.

Aktas Holding has provided support with silver sponsorship for the 10th TAYSAD Aftermarket conference where manufacturers, suppliers, distributors, independent services as well as global stakeholders and expert companies meet since 2010.

The event was hosted by Sheraton Grand Atasehir on 24 May, while the event was attended by the CEO of Aktas holding Iskender ulusay, OEM manager Ufuk Badir, Sales Manager Gulcin Onaran and Marketing Manager Okan Konu. Aktas Holding hosted its guests in the stand that it opened at the conference.

Today and future of the sector was on the table

The organization lasted the entire day and moderated by M. Serdar Kuzuloglu was conducted in 2 sessions. In the first session, the 2018 automotive sector general global assessment and the aftermarket sector general evaluation were performed, while in the OEM panel of second session, the main industry OES strategies were discussed. At the end of the panel, the Group Six Pack displayed a music performance on the stage.

Contributes to the development of the sector

Stating that they were very happy to sponsor the 10th TAYSAD Aftermarket

conference, Chairman of the Executive Board of Aktas Holding Iskender Ulusay emphasized that the conference had an important role in following the status of the sector; new trends and future in our country and around the world.

Underlining that their support would continue in the process of advancing to such valuable organizations as Aktas Holding, Ulusay stated that their efforts to add global value to the sector would continue at the same pace.

AKTAŞ HOLDİNG AİLESİ BAYRAMLAŞMA TÖRENİ

Aktaş Holding Ailesi, Ramazan Bayramı öncesinde geleneksel bayramlaşma töreninde bir araya geldi. Bayramlaşma töreninde, Aktaş Holding üst yönetimiyle birlikte tüm çalışanlar hazır bulundu.



Aktaş Holding Ailesi, Ramazan Bayramı öncesi geleneksel olarak gerçekleştirilen bayramlaşma töreninde bir araya geldi.

Birlik ve beraberlik ruhunun ön plana çıktığı bayramlaşmada, Aktaş Holding üst yönetimiyle birlikte tüm çalışanlar hazır bulundu.

Bayramlaşma töreniyle ilgili açıklamalarda bulunan Aktaş Holding Yönetim Kurulu Onursal Başkanı

Şahap Aktaş, mübarek Ramazan ayının heyecanını tüm coşkusuyla paylaştıklarını belirtti.

Büyük aile vurgusu

Aktaş Holding ailesinin ne kadar büyük ve değerli olduğunu, böylesi organizasyonlarda tekrardan gördüklerini aktaran Aktaş, tüm çalışanlara aileleri ve yakınlarıyla birlikte

huzurlu, sağlıklı ve şeker tadında bayram geçirmelerini diledi.

Rahmet ve bereket ayı Ramazan'da, dostluk ve kardeşlik ilişkilerinin en üst seviyeye çıktığını aktaran Aktaş Holding İcra Kurulu Başkanı İskender Ulusay da bu büyük ailenin bir parçası olmaktan dolayı son derece mutlu olduğunu belirterek, "Her günümüz, bayram tadında olsun. Herkese mutlu ve huzurlu bir bayram diliyorum" dedi.

AKTAS HOLDING FAMILY CELEBRATED RAMADAN FEAST

Aktas Holding family met at the traditional bairam greetings ceremony before the Ramadan Bairam. During the greetings, all employees were there together with Aktas Holding's senior management.



Aktas Holding family met at the bairam greetings held traditionally before the Ramadan Bairam.

In the greetings where the spirit of unity and togetherness came to the fore, all employees were there together with Aktas Holding's senior management.

Making statements about the bairam greetings, the Aktas Holding Honorary Board Chairman, Sahap Aktas stated that they share the excitement of the

Blessed Ramadan month with all their enthusiasm.

Emphasis on "Big family"

Aktas conveyed how great and valuable the Aktas holding family is and what they saw in such organizations again, and wished all employees to have a peaceful, healthy and sweet-tasting bairam with their families and relatives. Underlining that friendship and brotherhood relations reach to the

highest level in Ramadan, the month of mercy and blessings, Aktas Holding Executive Board Chairman Iskender Ulusay expressed that he was extremely happy to be part of this great family, said: "Every Day, let it be festive. I wish everyone a happy and peaceful Bairam."

AKTAŞ HOLDİNG ÇALIŞANLARININ ÇOCUKLARI 23 NİSAN ETKİNLİKLERİNDE DOYASIYA EĞLENDİ

Aktaş Holding, 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı dolayısıyla oldukça keyifli bir etkinlik gerçekleştirdi. Etkinlik kapsamında özel olarak hazırlanan bir dizi program ile çalışanlar ve çocukları doyasıya eğlendi.

Aktaş Holding bünyesinde gerçekleştirilen 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı etkinlikleri ile çalışanlar ve çocukları keyifli bir gün geçirdi.

Oldukça yoğun bir katılımın olduğu etkinlik kapsamında birbirinden eğlenceli ve faydalı bir dizi programa imza atan Aktaş Holding, çocuklar için her yaş grubuna ayrı, çeşitli kitaplar hediye etti. 0-14 yaş grubundan çocukların bulunduğu etkinlikte, çocuklar kendileri için özel olarak hazırlanan alanlarda doyasıya eğlendi.

3 farklı atölye çalışması

Şirketin gerçekleştirdiği 3D yazıcı atölyesi, ahşap oyuncak atölyesi ve robotik atölye olmak üzere 3 birbirinden güzel atölye ile çocuklar el ve motor becerilerini hayal güçleri ile birleştirme şansını yakaladı. Şişme balonlarda da oldukça güzel vakit geçiren çocukların gözlerindeki mutluluk görülmeye değerdi.

Diğer yandan eğlenceli müzikler çalan bando eşliğinde ellerindeki balonları bırakan çocuklar gökyüzünde görsel bir şova da imza attı.

Fabrika turu düzenlendi

Oldukça keyifli geçen etkinlik kapsamında çocuklar için fabrika turu da organize edildi. Gezi ile gruplara ayrılan çocuklar, ebeveynlerinin çalıştıkları bölümleri yakından tanıma fırsatını da yakalamış oldu.

Etkinlikte Aktaş Holding Yönetim Kurulu Onursal Başkanı Şahap Aktaş da, çocuklarla bir araya gelerek onlarla sohbet etti.



CHILDREN OF AKTAS HOLDING EMPLOYEES HAD FUN TO REPLETION DURING APRIL 23RD EVENTS

Aktas Holding conducted a very enjoyable event due to April 23rd National Sovereignty and Children's Day. Thanks to a number of programs specially prepared within the scope of the event, the employees and their children had fun to repletion.

With the April 23rd National Sovereignty and Children's Day activities carried out within the body of Aktas Holding, employees and children had an enjoyable day.

Realizing a series of fun and useful programs in the scope of the activity with a very intense participation, Aktas Holding presented various books to each age group of children. At the event where children from 0-14 age group took place, children had fun to repletion in the areas specially prepared for them.

3 different workshops

With 3 different workshops including a 3D printer workshop, wooden toy workshop and a robotic workshop, the children had the chance to combine their manual and motor skills with their imagination. The happiness in the eyes of children who had a good time in inflatable balloons was worth seeing.

On the other hand, children who released the balloons with the band playing the fun music also created a visual show in the sky.

Factory tour organized

Within the scope of this very enjoyable event, a factory tour was organized for the children. The children, who were separated into groups, had the opportunity to get to know the divisions where their parents work.

At the event, Aktas Holding Honorary President of the Board of Directors Sahap Aktas also met with the children and chatted with them.



AKTAŞ HOLDİNG KARIYER FUARI'NDA YERİNİ ALDI

Aktaş Holding, Uludağ Üniversitesi Kariyer Uygulama ve Araştırma Merkezi (KARMER) tarafından düzenlenen 'Kariyer Günleri Fuarı'na katılarak, öğrencilerle bir araya geldi.



Aktaş Holding, öğrencilerle her fırsatta bir araya gelmeye devam ediyor. Bu doğrultuda Uludağ Üniversitesi Kariyer Uygulama ve Araştırma Merkezi (KARMER) tarafından her yıl düzenlenen Kariyer Günleri Fuarı'na katılan Aktaş Holding, öğrencilerden yoğun ilgi gördü. Prof. Dr. Mete Cengiz Kültür Merkezi ev sahipliğinde 3-4 Nisan tarihleri arasında gerçekleştirilen fuar, öğrenciler firmayı yakından tanıma fırsatı buldu. Fuar kapsamında yapılan oturumlarda insan kaynakları uzmanları öğrencilere doğru CV hazırlama ve iş başvurusu

hakkında detaylı bilgiler verirken, Aktaş Holding standında öğrenciler firma hakkında bilgi sahibi oldu ve iş ile staj başvurusunda bulunma şansı yakaladı.

Gençlere önem veriyoruz

Yaklaşık 50 firmanın katıldığı fuar hakkında açıklamalarda bulunan Aktaş Holding İcra Kurulu Başkanı İskender Ulusay, fuarın oldukça başarılı geçtiğini söyledi.

Şirket olarak gençlere ve onların geleceğine büyük önem verdiklerini belirten Ulusay, "Her fırsatta öğrencilerimiz ile bir araya gelmeye özen gösteriyoruz. Özellikle bu tür etkinlikler gençlerimizin geleceği için oldukça önemli. Üniversite öğrencileri ve iş dünyası temsilcileri Kariyer Fuarı aracılığı ile bir araya gelerek fikir alışverişinde bulunabiliyor. Bu nedenle öğrenciler için bu organizasyonlar büyük bir fırsat" dedi.

AKTAS HOLDING TOOK ITS PLACE IN CAREER FAIR

Aktas Holding came together with students by taking place in 'Career Days Fair' organized by Uludag University Career Application and Research Center (KARMER).



Aktas Holding continues to meet with students at every opportunity it has. In this direction, Aktas Holding, which took place in the 'Career Days Fair' organized by the Uludag University Career Application and Research Center (KARMER), attracted great attention from the students.

The exhibition was hosted by Prof. Dr. Mete Cengiz Culture Center between April 3-4 and the students had the opportunity to get to know the company closely. In the sessions held during the fair,

human resources specialists gave detailed information about correct CV preparation and job application, while students at Aktas Holding stand got information about the company and had the chance to apply for work and internship.

We care about young people

Making statements about the fair which was attended by nearly 50 firms, Aktas Holding CEO Iskender Ulusay said that the fair was quite successful.

Stating that they attach great importance to young people and their future as a company Ulusay said: "We take care of our students at every opportunity. Especially such activities are very important for the future of our youth. University students and business representatives can meet and exchange ideas through the Career Fair. Therefore, these organizations are a great opportunity for students."

AKTAŞ HOLDİNG YENİLİKÇİ POWERTECH ÜRÜNLERİYLE HANNOVER MESSE FUARI'NA KATILDI

Aktaş Holding, ileri teknoloji ile geliştirdiği ve global pazarlara sunduğu Powertech marka endüstriyel hortum ürünlerini, Almanya'nın ev sahipliğinde düzenlenen ve dünyanın lider Uluslararası Sanayi ve Endüstriyel Teknoloji Fuarı olarak bilinen HANNOVER MESSE 2019 Fuarı'nda ziyaretçilerin beğenisine sundu.



Aktaş Holding, bünyesinde barındırdığı markalarla dünyanın farklı noktalarında düzenlenen fuarlarda başarıyla yer almaya devam ediyor.

Bu kapsamda Aktaş, Almanya'nın ev sahipliğinde düzenlenen ve dünyanın lider Uluslararası Sanayi ve Endüstriyel Teknoloji Fuarı olarak bilinen HANNOVER MESSE 2019 Fuarı'na katıldı.

1 – 5 Nisan 2019 tarihlerinde düzenlenen organizasyonda Aktaş Holding, ileri teknoloji ile geliştirdiği Powertech markalı endüstriyel hortum ürünlerini, Hall 21, Stand E 36'da ziyaretçilerin beğenisine sundu.

Yoğun ilgi

Bir yıl süresince, katılımcı firmaların ve ziyaretçilerin büyük bir merakla beklediği fuarda Aktaş Holding standına ilgi yoğun

olurken, fuara dünyanın dört bir yanından gelen 200 binin üzerinde ziyaretçi katılım gösterdi.

Uluslararası Sanayi ve Endüstriyel Teknoloji Fuarı, temel odak noktası olan "Entegre Endüstri - Endüstriyel Zeka" ile üretim ve enerji sistemlerinin sayısallaştırılmasına yönelik en yeni vizyonlara ve teknolojilere kapsamlı bir bakış açısı sağlamayı hedefliyor.

AKTAS HOLDING TOOK PLACE IN HANNOVER MESSE FAIR WITH ITS INNOVATIVE POWERTECH PRODUCTS

Aktas Holding introduced its Powertech brand industrial hose products, developed with advanced technology and presented to the global markets, at the HANNOVER MESSE 2019 Fair, held in Germany and known as the world's leading International Trade and Industrial Technology Fair.



Aktas Holding continues to take place in the fairs organized in different locations around the world with the brands it has under its roof.

Within this frame, Aktas took part in the HANNOVER MESSE 2019 Fair, held in Germany and known as the world's leading International Trade and Industrial Technology Fair.

In the organization held in 1-5 April, 2019, Aktas Holding introduced its Powertech branded industrial hose products developed with advanced technology to the fair visitors in Hall 21, Stand E 36.

Great interest

In the fair which the exhibitors and visitors were waiting with great curiosity for one year, Aktas Holding stand attracted a great deal of attention, and

more than 200 thousand visitors from all over the world attended the fair. The International Trade and Industrial Technology Fair aims to provide a comprehensive perspective to the most advanced visions and technologies for the digitization of production and energy systems with its core focus, Integrated Industrial - Industrial Intelligence.

AKTAŞ HOLDİNG, SANATIN VE SANATÇININ YANINDA

Aktaş Holding, 'değer yaratma' anlayışıyla toplumsal fayda sağlayan çalışmalara desteğini sürdürüyor. Şirket, Uludağ Üniversitesi bünyesinde gerçekleşen ve ünlü sanatçılar Michiko Date ile Ilian Iliev'in katıldığı Şan-Klarnet Oda Müziği Workshop etkinliğine sponsorluk desteğinde bulundu.

Aktaş Holding, ülkemize sağladığı yüksek katma değer yanı sıra toplumsal fayda sağlayan kültürel çalışmalara desteğini de sürdürüyor.

Aktaş Holding, Uludağ Üniversitesi bünyesinde gerçekleşen ve ünlü sanatçılar Michiko Date ile Ilian Iliev'in katıldığı Şan-Klarnet Oda Müziği Workshop etkinliğine sponsorluk desteğinde bulundu.

20-24 Mayıs tarihlerinde gerçekleşen etkinliğe, Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü Müzik Öğretmenliği Ana Bilim Dalı ev sahipliği yaparken, organizasyona Aktaş Holding'in yanı sıra Rumelisiad da destek verdi.

Kültürel çalışmalara katkımız sürececek

Aktaş Holding İcra Kurulu Başkanı İskender Ulusay, şirketin kurulduğu günden bu yana toplumsal fayda ve değer yaratma anlayışına göre hareket ettiğini belirterek, kültürel çalışmalara desteklerinin süreceğini kaydetti.

Özellikle eğitim, öğretim, kültür, bilimsel araştırma ve geliştirme ile çevre koruma konularında sürdürülebilir çalışmalar yapan Aktaş Eğitim Vakfı'nın, bu tür konularda son derece ilgili olduğunu belirten Ulusay, vakıf aracılığıyla eğitim kurumlarına olan desteklerine de tüm hızıyla devam edeceklerini kaydetti.



AKTAS HOLDING SUPPORTS THE ART AND ARTIST

Aktas Holding continues its support for social benefits through its 'value creation' approach. The company sponsored the San-Klarnet Chamber Music Workshop event, which was held within Uludag University and attended by famous artists Michiko date and Ilian Iliev.

In addition to the high added value it provides to our country, Aktas Holding continues to support the cultural activities that benefit the community.

Aktas Holding sponsored the San-clarinet Chamber Music Workshop event, which was held within Uludag University and attended by famous artists Michiko date and Ilian Iliev.

Uludag University Faculty of Education, Department of Fine Arts Education, Music Teaching Program hosted the event which took place on May 20-24, while Aktas Holding and Rumelisiad gave support to the organization.

We will continue to contribute to cultural studies

Aktas Holding Chairman of Executive Board Iskender Ulusay stated that the company has acted in line with the concept of creating social benefits and value since the company was founded and added that its support for cultural studies will continue.

Stating that Aktas Education Foundation, which conducts sustainable studies on education, training, culture, scientific research and development and environmental protection, is extremely concerned about such issues, Ulusay said that they will continue their support to educational institutions through the foundation in full speed.



İSKENDER ULUSAY OSMANGAZİ ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİYLE BULUŞTU

Aktaş Holding İcra Kurulu Başkanı İskender Ulusay, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Kariyer Merkezi tarafından düzenlenen 14. Kariyer Günleri'nde öğrencilerle buluştu.

Aktaş Holding İcra Kurulu Başkanı İskender Ulusay, geleceğimiz olan öğrencilerle buluşmalarını sürdürüyor. Ulusay, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Kariyer Merkezi tarafından düzenlenen 14. Kariyer Günleri'ne katıldı.

Kariyer Merkezi tarafından öğrencilerin sevebilecekleri, bilgi ve yeteneklerini kullanarak kendilerini geliştirebilecekleri bir iş bulmalarına yardımcı olmak amacıyla düzenlenen etkinliğe, iş dünyasındaki önde gelen isimleri katıldı.

Aktaş Holding'i anlattı

Etkinlikte, öğrencilere iş dünyasıyla ilgili tecrübelerini paylaşan Ulusay, kariyer planlamalarında yardımcı olacak faydalı bilgiler aktardı.

Ulusay ayrıca, Aktaş Holding'in bundan 80 yıl önce küçük bir atölye olarak temelleri atıldığı günden bu yana adım adım büyüyerek, sektöründe dünyanın en büyük markalarından biri haline gelme yolculuğunu öğrencilerle paylaştı. Son derece keyifli geçen buluşmada Ulusay, öğrencilerin merak ettikleri soruları yanıtlamayı da ihmal etmezken, interaktif şekilde geçen etkinliğin sonunda, organizasyona katkılarından dolayı Ulusay'a teşekkür plaketi verildi.



ISKENDER ULUSAY MET WITH STUDENTS OF OSMANGAZI UNIVERSITY

Aktas Holding Chief Executive Officer Iskender Ulusay met with the students at the 14th Career Days organized by the Career Center of Eskisehir Osmangazi University Faculty of Economics and Administrative Sciences.

Aktas Holding Chief Executive Officer Iskender Ulusay continues to meet with the students who are our future.

Ulusay attended the 14th Career Days organized by Career Center of Eskisehir Osmangazi University Faculty of Economics and Administrative Sciences. The event was organized by the Career Center to help students find a job they can love and use to improve their knowledge and skills. The event was attended by prominent names in the business world.

He talked about Aktas Holding

In the event, Ulusay shared his experiences about the business world and conveyed useful information to help them in their career planning. Ulusay also shared the success story of Aktas Holding which has grown step by step since the foundation of a small workshop 80 years ago and has become one of the biggest brands in the sector. In a very pleasant meeting, Ulusay did not neglect to answer the questions the students were curious about and at the end of the interactive event, a plaque of appreciation was presented to Ulusay for their contributions to the organization.



TEKNOLOJİ HARİKASI ÜRÜNLERİYLE AKTAŞ HOLDİNG AUTOMECHANİKA İSTANBUL FUARI'NDA SES GETİRDİ

Aktaş Holding, son teknoloji ile geliştirdiği ve dünyanın dört bir yanına ihraç ettiği yenilikçi ürünlerini, sektörün bölgedeki en büyük buluşması olan Automechanika İstanbul Fuarı'nda vitrine çıkardı. Fuar süresince yoğun ilgi gören Aktaş Holding, çok sayıda yeni iş bağlantısına imza atmayı da başardı.



Aktaş Holding, ülkemizi ulusal ve uluslararası arenada en iyi şekilde temsil etmeye devam ediyor. Firma, son teknoloji ile geliştirdiği ve dünyanın dört bir yanına ihraç ettiği yenilikçi ürünlerini, 'Türkiye'nin lider uluslararası otomotiv endüstrisi fuarı' olan Automechanika İstanbul Fuarı'nda ziyaretçilerin beğenisine sundu.

4 - 7 Nisan tarihlerinde düzenlenen organizasyonda on binlerce katılımcı bir araya gelirken, Aktaş Holding Salon 3, C155 no'lu stantta ziyaretçilerini ağırladı. Aktaş Holding fuar boyunca hem mevcut müşterileriyle hem de potansiyel müşteri adaylarıyla verimli görüşmelere imza attı

ve fuardan çok sayıda yeni iş bağlantısıyla dönmeyi başardı.

Ülkemize ve sektöre katkı sağlamaya devam edeceğiz

Fuar hakkında değerlendirmelerde bulunan Aktaş Holding İcra Kurulu Başkanı İskender Ulusay, şirket olarak son derece verimli ve başarılı bir fuar geçirdiklerini söyledi.

Ulusay, ülkemize ve sektöre katkı sağlamaya odaklandıklarını ifade ederek, "Bağımsız yedek parça grubunda dünyanın en geniş ürün gamına sahip olan şirketimiz,

AR-GE ve katma değer odaklı ürünlerle, küresel rekabette ülkemizi en iyi şekilde temsil etmeye devam ediyor. Automechanika İstanbul Fuarı da her yıl düzenli olarak katıldığımız ve sektörün gelişimine önemli katkılar sağlayan bir organizasyon. Fuarda şirketimize gösterilen yoğun ilgiden dolayı son derece mutluyuz. Fuar süresince pek çok yeni iş bağlantısı kurmayı başardık. 80 yıllık köklü bir şirket olarak, ileri teknolojiye ve katma değere odaklanmayı sürdüreceğiz. Temel hedefimiz, küresel düzeyde yakaladığımız başarı ivmesini sürdürülebilir kılarak, gelecekte şirketimizi sektörün zirvesine taşımaktır" dedi.

AKTAS HOLDING MADE TREMENDOUS IMPACT IN AUTOMECHANIKA ISTANBUL FAIR WITH ITS TECHNOLOGICAL WONDER PRODUCTS

Aktas Holding showcased its innovative products developed with the latest technology and exported to all parts of the world in the Automechanika Istanbul Fair, the biggest meeting of the sector in the region. Aktas Holding attracted great attention during the fair and managed to undersign many new business connections.



Aktas Holding continues to represent our country in the national and international arena in the best way. The company showcased its innovative products, developed with the latest technology and exported to the four corners of the world, in Automechanika Istanbul Fair; the Turkey's leading international trade fair of the automotive industry.

Tens of thousands of participants came together in the organization held on April 4 to 7, and Aktas Holding welcomed its visitors at Hall 3, C155. Throughout the fair, Aktas Holding conducted productive meetings with both its existing customers

and potential prospects and managed to return from the fair with a number of new business contacts.

We will continue to contribute to our country and the sector

Making evaluations about the fair, Aktas Holding Chief Executive Officer Iskender Ulusay said that as a company they had a very beneficial and successful fair. Expressing that they focus on contributing to our country and sector, Ulusay said: "With the world's largest product range in the group of independent spare parts, our company continues to represent our country in the best way in global

competition with R&D and value-added products. Automechanika Istanbul Fair is an organization that we participate regularly every year and contribute to the development of the sector. We are extremely pleased with the intense interest paid to our company at the fair. During the exhibition we have managed to establish many new business connections. As a long-established company with 80 years, we will continue to focus on advanced technology and added value. Our main goal is to bring our company to the top of the sector in the future by making the success acceleration we have achieved at the global level sustainable."

AKTAŞ HOLDİNG'DEN İNSAN YÖNETİMİ ZİRVESİ'NE DESTEK

Aktaş Holding, Türkiye İnsan Yönetimi Derneği (PERYÖN) Güney Marmara Şubesi tarafından bu yıl 17'incisi düzenlenen İnsan Kaynakları Zirvesi'nde, 2 farklı oturuma sponsorluk desteğinde bulundu.

Aktaş Holding, kent ve ülke çapında düzenlenen çeşitli organizasyonlarda adından söz ettirmeye devam ediyor.

Türkiye İnsan Yönetimi Derneği (PERYÖN) Güney Marmara Şubesi tarafından bu yıl 17'incisi düzenlenen İnsan Kaynakları Zirvesi'nde Aktaş Holding, 2 farklı oturuma sponsor oldu.

Türkiye'nin görme engelli ilk dağcısı ve Milli Atleti Necdet Turhan'ın "İçinizdeki Zirveye Çıkın" başlıklı oturumuna sponsor olan Aktaş Holding, aynı zamanda Milli Atlet Kemal Özdemir'in "Hayata Koş" başlıklı oturumuna da sponsorluk desteği verdi.

"Kültürün Sesini Dinle" ana temasıyla 25-26 Nisan 2019 tarihlerinde gerçekleştirilecek olan organizasyona, Merinos Atatürk Kongre ve Kültür Merkezi ev sahipliği yaptı.

Konuşmacılara plaket

Oturumların sonrasında ise Aktaş Holding adına Mali İşler Müdürü Sabriye Arslan, Milli Atlet Kemal Özdemir'e; İnsan Kaynakları ve Kurumsal İletişim Grup Yöneticisi Oylum Öztürk Erdem ise Türkiye'nin Görme Engelli İlk Dağcısı ve Milli Atleti Necdet Turhan'a, programa katkılarından dolayı plaket takdim etti.

Oturumun ikinci gününde de organizasyona verdiği desteklerden ötürü Aktaş Holding'e teşekkür plaketi verildi.

Plaketi şirket adına İcra Kurulu Başkanı İskender Ulusay teslim alırken, aynı zamanda PERYÖN Güney Marmara Şubesi tarafından, Yeşil Kent Nilüfer'in sürdürdüğü ağaçlandırma kampanyasına Aktaş Holding adına bağış yapıldığına dair belge de Ulusay'a takdim edildi.



AKTAS HOLDING SUPPORTED HUMAN ENGINEERING SUMMIT

Aktas Holding gave its supports as sponsorship to 2 different sessions in 'Human Resources Summit', the 17th of which was held this year by Human Engineering Association of Turkey (PERYON) – South Marmara Branch.

Aktas Holding continues to make a name for itself in various organizations organized around the city and country.

Aktas Holding became sponsor of 2 different sessions in 'Human Resources Summit', the 17th of which was held this year by Human Engineering Association of Turkey (PERYON) – South Marmara Branch.

Aktas Holding became the sponsor the session titled "Climb Your Inner Summit" by the First Visually Impaired first mountaineer of Turkey and the National Athlete Necdet Turhan and gave sponsorship support to the session "Run to the Life" by National Athlete Kemal Ozdemir.

Merinos Ataturk Congress and Culture Center hosted the organization which was held on 25-26 April 2019 with the main theme; "Listen to the Voice of Culture".

Plaque to the speakers

After the sessions, on behalf of Aktas Holding, Financial Affairs Manager Sabriye Arslan presented a plaque to National Athlete Kemal Ozdemir; Human Resources and Corporate Communications Group Manager Oylum Ozturk Erdem to the First Visually Impaired first mountaineer of Turkey and the National Athlete Necdet Turhan for their contribution to the program. On the second day of the session, A Thank You Plaque was presented to Aktas Holding for its support to the organization.

Iskender Ulusay received the plaque on behalf of the company, while the South Marmara Branch of PERYON also presented a donation campaign document to Aktas Holding for forestation campaign conducted by the Green City Nilufer.



AKTAŞ HOLDİNG'DEN ULUDAĞ EKONOMİ ZİRVESİ'NE SPONSORLUK DESTEĞİ

Sektörün dünyadaki en önemli aktörlerinden biri olan Aktaş Holding, Türkiye'nin en büyük iş ve ekonomi buluşması Uludağ Ekonomi Zirvesi'ne sponsorluk desteğinde bulundu.



Sektörün dünyadaki en önemli aktörlerinden biri olan Aktaş Holding, ülkemizde ve dünya genelinde düzenlenen çeşitli organizasyonlara katkı sağlamaya devam ediyor.

Aktaş Holding, Türkiye'nin en büyük iş ve ekonomi buluşması Uludağ Ekonomi Zirvesi'ne sponsorluk desteğinde bulundu.

Türkiye ekonomisine yön veren isimlerin katılımıyla bu yıl 8'inci düzenlenen zirvede, ekonominin bugünü ve geleceği konuşuldu.

Aktaş Holding, düzenlenen zirveye etkinlik sponsoru olarak destek verirken, katılımcılardan da övgü dolu mesajlar aldı.

Ulusay, Aktaş Holding'i anlattı

Aktaş Holding'in sponsorluk desteği verdiği Uludağ Ekonomi Zirvesi'nde, Aktaş Holding İcra Kurulu Başkanı İskender Ulusay da katılımcılara, Aktaş Holding'in global düzeydeki geniş yapılanmasından bahsederek, şirketin ileriye dönük hedeflerini paylaştı.

Düzenlenen organizasyon, ulusal basında da geniş yankı buldu.

AKTAS HOLDING PROVIDED SUPPORT WITH ITS SPONSORSHIP TO ULUDAG ECONOMY SUMMIT

Being one of the most important actors of the sector in the world, Aktas Holding provided support with its sponsorship to Uludag Economy Summit; Turkey's largest business and economy meeting.



Being one of the most important actors of the sector in the world, Aktas Holding continues to contribute to various organizations organized in our country and around the world.

Aktas Holding provided support with its sponsorship to Uludag Economy Summit; Turkey's largest business and economy meeting.

With the participation of well-known names directing Turkey's economy, in the summit, 8th of which was held this year, today and the future of economy was discussed.

Aktas Holding supported the summit as an event sponsor and received complimentary messages from the participants.

Ulusay talked about Aktas Holding

At the Uludag Economy Summit, sponsored by Aktas Holding, Aktas Holding Chief Executive Officer Iskender Ulusay shared the company's forward-looking objectives by mentioning Aktas Holding's extensive structuring at the global level.

This organization had a great place in national press.

OYLUM ERDEM, ÖĞRENCİLERE BAŞARIYA ULAŞMANIN YOLLARINI ANLATTI

Aktaş Holding'in İnsan Kaynakları ve Kurumsal İletişim Grup Yöneticisi Oylum Öztürk Erdem, Yalova Üniversitesi İşletme Kulübü tarafından düzenlenen "APEX'19 Kariyer Zirvesi'ne" konuşmacı olarak katıldı.



Aktaş Holding, geleceğimiz olan öğrencilerle farklı platformlarda buluşmaya devam ediyor.

Aktaş Holding'in İnsan Kaynakları ve Kurumsal İletişim Grup Yöneticisi Oylum Öztürk Erdem, Yalova Üniversitesi İşletme Kulübü tarafından düzenlenen "APEX'19 Kariyer Zirvesi'nde" konuşmacı olarak yer aldı.

Alanında uzman isimlerin bilgi ve deneyimlerini paylaştığı zirvede Erdem, öğrencilerle mesleki tecrübelerini paylaştı.

İş hayatına hazırlanmadan önce neler yapılması gerektiğini ve kendini geliştirme yöntemlerini öğrencilere aktaran Erdem keyifli bir söyleşiye imza atarken, interaktif şekilde gerçekleşen buluşmada

öğrencilerin merak ettikleri soruları yanıtlamayı da ihmal etmedi.

Söyleşinin sonunda ise Yalova Üniversitesi İşletme Kulübü Başkanı Selin Kılıç ve Başkan Yardımcısı Bilge Gündoğdu tarafından, organizasyona katkılarından dolayı Erdem'e, kendisi için hazırlanmış fidan bağış belgesi takdim edildi.

OYLUM ERDEM TOLD THE PATH TO SUCCESS TO STUDENTS

Oylum Ozturk Erdem, Aktas Holding Human Resources and Corporate Communication Group Manager, took part in the 'APEX'19 Career Summit organized by Yalova University Business Club as a speaker.



Aktas Holding continues to meet with students, who are our future, in different platforms.

Oylum Öztürk Erdem, Aktas Holding Human Resources and Corporate Communication Group Manager, took part in the 'APEX'19 Career Summit organized by Yalova University Business Club as a speaker.

At the summit where professionals shares their knowledge and experiences, Erdem shared her professional experiences with the students.

Talking about what to do before preparing for business life and how to improve the self, Erdem performed a pleasant interview with the students, and also answered the questions students were

curious about at the interactive meeting. At the end of the interview, Selin Kılıç, President of the Yalova University Business Club, and Vice President Bilge Gundogdu presented a sapling donation certificate to Erdem for her contributions to the organization.

TECHNO AKTAŞ PLOVDİV TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİYLE BULUŞTU

Aktaş Holding'in Bulgaristan'daki üretim üssü Techno Aktaş, bölgedeki sosyal sorumluluk çalışmalarını tüm hızıyla sürdürüyor. Kendilerine gelen davet sonrası Plovdiv Teknik Üniversitesi'ne giden Techno Aktaş çalışanları, okulun "Ulaştırma Donanımları ve Teknolojileri" bölümündeki öğrencilere şirketi tanıttı.



Aktaş Holding'in Bulgaristan'daki üretim üssü Techno Aktaş, bölgedeki sosyal sorumluluk çalışmalarını tüm hızıyla sürdürüyor.

25.03.2019 tarihinde, Plovdiv Teknik Üniversitesi'nden gelen daveti sonrasında harekete geçen Techno Aktaş, okuldaki "Ulaştırma Donanımları ve Teknolojileri" bölümündeki öğrencilerle buluştu. Techno Aktaş adına İletişim Uzmanı Nefize Rüstem ve Kalite Uzmanı Denis Redzhebov, öğrencilere şirketi ve iş dünyasında kendilerini bekleyen süreçleri anlattı.

Öğrenciler Techno Aktaş'a davet edildi

Ziyarette, Techno Aktaş sunumundan sonra, öğrenciler staj programları ve şirketteki mühendislik geliştirme fırsatları hakkında bilgi almak için açık standı ziyaret etti.

Buluşmada öğrencilere, "Şirketimiz özellikle Plovdiv Teknik Üniversitesi'nden gelen öğrenciler için kolay erişim olanağı sunuyor" şeklinde küçük bir şaka yapılsa da bu şakanın aslında, öğrencilerin

Techno Aktaş'ı ziyaret etmeleri ve körük üretimi hakkında bilgi almaları için bir davet olduğunu da ekledi.

Büyük firmalar katıldı

Öte yandan okuldan gelen davette, otomobil parçaları üreten ve davet edilen firmalar arasında Skoda, PIMK, Balkancar Record, Sin Cars, Jeep Mercedes Benz, Odelo Farba, Hebros Bus, Kopsis Trans gibi markalar da yer aldı.

TECHNO AKTAS GOT TOGETHER WITH STUDENTS OF PLOVDIV TECHNICAL UNIVERSITY

Techno Aktas, the Aktas Holding production base in Bulgaria, continues its social responsibility activities in the region at full speed. Techno Aktas employees visiting Plovdiv Technical University upon their invitation, introduced the company to the students in the "Transportation Equipment and Technologies" department.



Techno Aktas, Aktas Holding production base in Bulgaria, continues its social responsibility activities in the region at full speed.

On 25.03.2019, Techno Aktas got together with students of "Transportation Equipment and Technologies" department in the school upon the invitation coming from Plovdiv Technical University.

On behalf of Techno Aktas, Communication Expert Nefize Rustem and Quality Expert Denis Redzhebov shared information about the company

with the students and told them the up-coming processes that they might witness in the business world.

Students were invited to Techno Aktas

In the visit, after the presentation by Techno Aktas students visited the open stand to learn about internship programs and engineering development opportunities at the company. A joke is made; "Our Company provides easy access for students of Plovdiv Technical University"; and then said that this joke was a kind of invitation for them

to visit Techno Aktas and to learn about the production of the bellows.

Leader companies also took part

On the other hand, brands such as Skoda, PIMK, Balkancar Record, Sin Cars, Jeep Mercedes Benz, Odello Farba, Hebros Bus and Kopsis Trans were also among the automobile parts manufacturing companies that are invited to the visit.

TECHNO AKTAŞ, 8. ULUSLARARASI KLASİK OTOMOBİL RALLİSİ'NE SPONSOR OLDU

Techno Aktaş, bölgede gerçekleşen çeşitli organizasyonlara destek olmayı sürdürüyor. Bu doğrultuda şirket, 8. Uluslararası Retro ve Klasik Otomobilleri Rallisi'ne (MARITSA) sponsorluk desteğinde bulundu.



Aktaş Holding'in Bulgaristan'daki yapılanması Techno Aktaş, bölgede gerçekleşen çeşitli organizasyonlara destek olmaya devam ediyor.

Techno Aktaş bu kapsamda, 8'incisi düzenlenen Uluslararası Retro ve Klasik Otomobil Rallisi'ne (MARITSA) sponsorluk desteğinde bulundu. 17-19 Mayıs tarihlerinde gerçekleşen organizasyonda, Haskova'ya bağlı ilçe Belediye Başkanı Mümün İskender, Aktaş Holding Yönetim Kurulu Onursal Başkanı Şahap Aktaş'ın sahibi olduğu ve etkinlikteki en gösterişli araç olarak gösterilen 1969 model Austin-Healey Sprite model araç için Aktaş'a onursal kupa ödülü verdi.

Plovdiv'deki etkinlikte, Türkiye Başkonsolosu Hüseyin Ergani de katılımlarından ve organizasyona desteklerinden dolayı Şahap Aktaş'a teşekkür etti.

Öte yandan, bu yıl etkinlikte toplam 42 araba yer alırken, Techno Aktaş da 8 yıldan bu yana olduğu gibi organizasyona desteğini sürdürüyor.



TECHNO AKTAS SPONSORED 8. INTERNATIONAL VINTAGE CAR RALLY

Techno Aktas continues to support various organizations in the region. In line with this, the company sponsored the 8. International Retro and Vintage Cars Rally (MARITSA).



Aktas Holding Structuring in Bulgaria, Techno Aktas continues to support various organizations in the region.

In this context, Techno Aktas sponsored the 8. International Retro and Vintage Cars Rally (MARITSA).

In the event that took place on May 17-19, Mumun Iskender the mayor connected to Haskova gave Aktaş the honorary trophy for the 1969 model Austin-Healey Sprite model car owned by Aktas Holding Honorary Board Chairman Sahap Aktas and which was shown as the most flamboyant vehicle in the event.

At the event in Plovdiv, Turkish Consul General Huseyin Ergani thanked Sahap Aktas for their participation and their support to the organization.

On the other hand, 42 cars were included in the event this year, and Techno Aktas has been supporting the organization for 8 years.



SOSYALLEŞEREK İLETİŞİM KURMAK MARKA VE ŞİRKET KÜLTÜRÜNDE YENİ MEDYA

Geleneksel iletişim kanalları, yeri yeni platformlara bırakıyor. Yalnızca erişim oluşturmayı sağlayan kanalların yerinde, hedef kitlenin yorum yaptığı, doğru ya da yanlış elde ettiği istihbaratı bir anda milyonlarla paylaşabildiği yeni medyalar var.

Kısaca sosyal medya olarak tanımlanan bu yeni medya ve kanal yapılanmasında, sınırlar ve kurallar sürekli evrim geçiriyor. Stratejiyi ve içeriği iyi yönetemeyen markalar için sosyal medyada gelecek yok. Çünkü bu yeni medyaların habitatı oldukça vahşi. İşveren markası olabilmek için de son derece etkili.



Peki neden sosyal medya?

- Araştırmalar gösteriyor ki; dijitalleşme evresinin ön aşamasında sosyal medyayı etkin, nitelikli kullanan markalar pazarlama kanalında rakiplerine göre % 40-50 oranında daha hızlı büyüyor.
- Şeffaflaştırma etkisi de bulunan sosyal medya; iş kazası, müşteri geri dönüşleri- yorumları, finansal ve yönetsel krizler gibi olağanüstü durumlarda, sürecin daha hızlı, sağlıklı ve ilk ağızdan yönetilmesini sağlıyor.
- Günümüzde markalar yönünden çok önemli değer arz eden, nitelikli personel gruplarının belki de etkileşime en açık olanı Y kuşağı, sosyal medyayı olması gerektiği gibi kullanan markaları daha sempatik buluyor. Hatta ve hatta bu şirketleri "çalışmak istediği, hedef marka" olarak görüyor. Bu tarafıyla sosyal medya işveren markası olabilmenin en efektif kanalı.
- Sosyal medya iyi kullanıldığında geleneksel pazarlama iletişim kanallarında oluşan bütçelerin optimize edilmesini, küçülmesini tesis ediyor.
- Hedef kitlenin daha net tanınmasını, beklenti ve memnuniyet düzeyleriyle, şirketin toplum zihninde ifade ettiği anlamın çok daha reel ölçülmesini garanti ediyor.
- Hedef kitle veya toplumla daha samimi ilişki – iletişim yönetebilmenin önünü açıyor.

Facebook'un tek başına olduğu yıllarda işler daha kolaydı. Sosyal medyayı kurumsal şirket kültürü ve iletişim yönetimi içinde kullanmak çok da zaruri değildi. Twitter'ı, LinkedIn, Instagram, Snapchat, WhatsApp, Tumblr ve Pinterest takip etti. Daha da var! Ortaya çıkan her sosyal medya platformu; varoluş sebebini netleştirmek, dolayısıyla kullanıcılarını büyütme ve konsolide edebilmek için farklılaştı. Yeni medyaların bazıları iş dünyasına odaklanırken, bazıları da anın ölümsüzlüğünü fotoğraflarla zamana not düşmeye dönüştürdü. Bugün neredeyse irili ufaklı, dünyanın dört bir yanındaki yüzbinlerce şirket, sosyal medyayı kurumsal iletişim ve pazarlama stratejisinin ayrılmaz bir parçası olarak görüyor!

COMMUNICATION BY SOCIALIZING NEW MEDIA IN BRAND AND COMPANY CULTURE

Traditional communication channels are being replaced by new platforms. Instead of channels that only allow access, there emerged new media where the target audience can make comment and instantly share any information, whether true or untrue, with millions of people.

Boundaries and rules are constantly evolving in this new media and channel structure, which is defined as social media in short. There is no future on social media for brands that cannot manage strategy and content well. Because the habitat of these new media is quite wild. It is also very effective for the employer branding.



In the years when Facebook was the only social media network, things were easier. Using social media in corporate culture and communication management was not essential. Twitter was followed by LinkedIn, Instagram, Snapchat, WhatsApp, Tumblr and Pinterest. There's even more! Every emerging social media platform has differentiated in order to clarify the reason for its existence and therefore to grow and consolidate its users. Some of the new media focused on the business world, while others transformed the immortality of the moment with photographs. Today, hundreds of thousands of companies around the world, whether large and small, see social media as an integral part of their corporate communication and marketing strategy!

Why social media?

- Researches show that brands that use social media effectively and efficiently in the preliminary stages of the digitalization grow 40-50% faster than their competitors in the marketing channel.
- Social media, which also has a transparency effect, enables the process to be managed faster, healthier and first-hand in situations such as work accidents, customer feedback and customer comments, and financial and administrative crises.
- Today, the Y generation, which is the most open to interaction among qualified personnel groups and which is attached great importance by brands, finds brands that use social media as they should more sympathetic. They even see these brands as their ideal place to work. For this reason, social media is the most effective channel for the employer branding.
- When social media is used well, it ensures that budgets created in traditional marketing communication channels are optimized and reduced.
- It ensures that the target audience is recognized more clearly, and with clearly-defined levels of expectations and satisfaction, the perception of the company in public is much more accurately measured.
- It paves the way for more intimate relationships and communication with the target audience or society.



Sosyal medyada “işveren markası olabilmenin” pratikleri nasıl işletilmeli?

• Şirket kültürünüzü anlatın: İşletme içindeki güven, işbirliği, takım ruhu, çalışanlar arasındaki seviyeli ve gelişime açık iletişim anlatılmaya değerdir. Çünkü büyük şirket olabilmek önce bu kültüre sahip olmakla başlar.

• İşe alım ilkelerinizi paylaşın: Bir şirketin şeffaf kurallara sahip, bilgiyi ve liyakati ödüllendiren, çalışanlarının eğitim ve gelişimini önemseyen ciddi bir şirket olarak algılanması oldukça önemlidir. Bu sebeple işe alım şartlarının oluşturulması ve paylaşılması gereklidir. Bu düzenli aralıklarla her pozisyon için yapılmalıdır.

• Takdir ve başarıları öne çıkartın: Doğal olan başarıyı paylaşmak, her zaman en iddialı olanın içinde yer almaktır. İdealleri olan bir çalışanın penceresinden bakıldığında bundan daha doğal bir durum da yoktur. Bu yüzden şirketin aldığı her ödül, sertifika ve başarı, çalışanlara verilen ödüller paylaşılmalı hakkederek.

• Personel deneyimlerini anlatın : Şirket içinde çalışanların kurumla alakalı anlatıları, tüm iletişim faaliyetlerinden daha ikna edici ve samimidir. Bu yüzden çalışan hikayeleri ve referansları öne çıkartılmalıdır.

• İşletmenizi gösterin : Çoğu çalışan duvarların, pencerelerin ardındaki iş yerlerini merak eder. Asıl önemli olan iş yerindeki olumlu ve yüksek enerjiyi gösterecek fotoğraf ve videoları paylaşmaktır.

• Şirket faaliyetlerini gösterin: Şirketlerin düzenlediği fuarlar, imalat süreçlerinin renkli ve farklılık taşıyan bölümleri, kurum içi eğitimler, çalışanlar için düzenlenen kutlama ve partiler, şirketlerin iş geliştirme ve çevre politikaları, takdir toplayan, motive eden, özendirici faaliyetlerdir. Satın almaya hazırdır ve prestij kazandırır.

Peki nasıl yönetmeli?

• Tekrara düşmemek, sosyal medyanın ruhuna uygun kimliği sahiplenmek, en önemlisi dürüst olmak; ana kural. Markaların, şirketlerin önce şu soruya yanıt bulmaları gerekiyor. “Sosyal medya stratejisi sonucu oluşturulan sosyal medya kimliği ile genel iletişim stratejisi neticesinde oluşan mesajlar ve yaratılmaya çalışılan algılar bütünü paralel olacak mı?” Bu durumu şu şekilde de izah etmek mümkün! Örneğin; ağır veya hafif sanayide üretim yapan bir şirket, inovasyon ya da ihracatta yakaladığı başarıyı facebook hesabında paylaşıp, ardından twitter veya LinkedIn hesabına aynı içerikle taşıdığına hiç beklemediği bir tepkiyle karşılaşabiliyor. Şirketin daha önce gündeme gelmiş,

fakat yönetilmemiş çevre ve çalışan politikalarına dönük ayak izleri, çok ciddi bir krize, sosyal medya platformlarında hızla yayılan bir itibar kaybına dönüşebiliyor.

• “Önemli mi, önemsiz mi?” değerlendirmesine girmeden, sosyal medyada yöneltilmiş bir soru veya yorumu, en hızlı ve en net biçimiyle yanıtlamak ikinci temel kural. Çünkü sorulara yanıt vermeyen, yorumlara açıklama getirmeyen marka veya şirketler, sosyal medya habitatında özensiz bulunuyor. Bunun dışındaki tüm stratejiler şirket politikası ve oluşturulmak istenen algıyla alakalı. Çünkü sosyal medyanın kesin kuralları olmadığını herkes biliyor.



How must the practices of being an employer branding be implemented in social media?

- Describe your company culture: Trust, collaboration, team spirit, level of communication between employees and open to development are worth telling. Because being a big company first starts with having such a culture.
- Share your recruitment principles: It is very important that a company is perceived as a serious company that has transparent rules, rewards knowledge and merit, and cares about the training and development of its employees. Therefore, it is necessary to establish and share the recruitment conditions. This must be done for each position at regular intervals.
- Appreciate commitment and success: Sharing success is a natural part of teamwork and a requirement to be ambitious in its field of activity. There is nothing more natural than this when looked from the viewpoint of an employee. Therefore, every award, certificate and achievement received by the company deserves to be shared.
- Share personnel experiences: Company-related narratives of the employees within the company are more convincing and sincere than all communication activities. Therefore, employee narratives and references must be highlighted.
- Show your business: Most employees wonder about workplaces behind walls and windows. The important thing is to share photos and videos that show the positive and high energy in the workplace.
- Show company activities: Fairs organized by companies, colorful and diverse parts of manufacturing processes, in-house trainings, celebrations and parties for employees, business development and environmental policies of companies are activities that are appreciative, motivating and encouraging. They motivate buyers to buy the product and bring prestige.



How to manage?

- The main rule is not to repeat oneself, to embrace the identity appropriate to the spirit of social media, and most importantly to be honest. Brands and companies must first find the answer to this question. Will the social media identity formed as a result of the social media strategy and the messages and perceptions created as a result of the overall communication strategy be parallel? To be clearer, for example, when a company engaged in production in heavy or light industry, shares the success it achieves in innovation or export on its Facebook account and then carries the same content to its Twitter or LinkedIn account, it may encounter

an unexpected reaction. The footsteps of the company's earlier unmanaged environment and employee policies may turn into a very serious crisis and a rapid loss of reputation on social media platforms.

- The second basic rule is to answer a question or comment, whether deemed important or not important, on social media in the fastest and clearest way. Because brands or companies that do not answer questions and do not provide explanations for comments are found to be inattentive in the social media habitat. All other strategies are related to company policy and perception. Because everyone knows that social media has no strict rules.



DUYGUSAL BAĞ İLE BAĞLANACAK ŞİRKETLERDEN MİSİNİZ, YOKSA...

İşe alım sürecinden çalışma koşullarının belirlenmesine kadar her aşamada, çalışanı gözeten, personel adına pozitif ayrımcılık yapan, ortak akla saygı duyan, adil davranan ve daha fazlasını önemseyen, çalışanı slogandan öte en değerli kaynağı sayan bir şirket düşünün! Bu tarz çalışma koşullarını deneyimlemek bir yana bu vaatleri duymak bile keyifli değil mi?

Global marka havuzunun yüzde 80'i, yukarıda ifade edilen kavramları yaklaşık 15 yıldır, çalışanları adına sistematik olarak uyguluyor. Zira gün geçtikçe sertleşen rekabet arenasında, tüm otomasyon, sıfır hata, sanayi 4.0 kavramlarına karşın en önemli unsur insan. Asıl önemli nokta işveren markası olmayı kabul etmek ve uygulamak. Ne tek başına iyi maaş, ne de ideal çalışma koşulları yeterli olmuyor.

90'lı yılların başında ortaya çıkan yeni nesil yönetim felsefelerinden biri işveren markası olmak. Temel olarak "çalışılabilecek en iyi şirket" algısını temsil ediyor. Güçlü, rekabet edebilen, kendini zamanın koşullarına göre yenileyebilen, hep lider kalabilen şirket kavramını da ruhunda barındırıyor. Yüzyılımızın en büyük pazarlama ve iş geliştirme gurularından biri olarak kabul edilen Simon Barrow'un ortaya attığı bu kavram, dünyada "çalışan markası" adıyla da uygulanıyor. Birbiri içinde bütünlük taşıyan birçok süreçle yönetiliyor. Global marka disiplininin neredeyse ayrılmaz bir parçası.

Neden çalışan odaklı?

Sıkı rekabet ve yenilikçi fikirler gösteriyor ki; büyük başarılar beyin gücüyle kazanılıyor. Bu gerçek çok net biçimde ortada dururken, şirketlerin yetenekli insanları kendilerine çekmek ve duygusal bağ ile bağlanmalarını istemeleri, son derece normal bir sonuç. İşveren markası kavramı çalışanların şirketlerini sahiplenmelerini, sorumluluk ve inisiyatif almalarını, içinde bulundukları yapının her katmanında hedeflere bağlı kalarak, hür iradeleriyle katkı sunmalarını ve savunmalarını da kapsıyor. Bu ise çalışan ve personel lehine oluşturulmuş iş koşullarıyla mümkün kılınıyor. Çalışana, piyasa ortalamalarının üzerinde ücret politikası uygulamak tek başına yeterli değil. Bunun yanında çalışma koşullarını iyileştirmek, düşüncelerine önem vermek, önerilerini hayata geçirmek, adil davranmak, gelişimine katkı sunmak, kariyer yolculuğunda önünü açmak, işveren markası olabilmenin olmazsa olmazlarından...

Yüzyılımızın en büyük pazarlama ve iş geliştirme gurularından biri olarak kabul edilen Simon Barrow'un ortaya attığı işveren markası kavramı, dünyada "çalışan markası" adıyla da uygulanıyor.



ARE YOU A COMPANY TO BE ENGAGED WITH EMOTIONAL BONDS? OR....

Just think of a company that cares and makes positive discrimination to the advantage of employees, respects the common reason, is fair towards its employees from the recruitment process to the determination of working conditions, and deems them as their most important source, not paying lip service for their discourse. Is it not pleasant to hear these promises, let alone experiencing such working conditions?

80 percent of the global brands have been applying the above-mentioned concepts for 15 years on a systematic basis. Because, in the competition arena which is getting harder day by day, despite the importance of such concepts as automation, zero defect, industry 4.0, the human being is still the most important factor. The main point is to accept to be an employer brand and put into practice the necessary requirements. Neither a good salary nor ideal working conditions are sufficient.

The concept of “employer branding”, put forward by Simon Barrow, considered one of the biggest marketing and business development gurus of our century, is also known as the “employee branding”.

One of the new generation governance philosophies that emerged in the early 90s is to become an employer brand. It basically represents the perception of the “best company to work for”. It also embodies the concept of a company that is able to compete, renew itself according to the conditions of the time and remain a leader. This concept, put forward by Simon Barrow, considered one of the biggest marketing and business development gurus of our century, is also known as the “employee branding”. It is governed by many processes that integrate each other. It is an integral part of the global brand discipline.

Why is it employee-oriented?

Intense competition and innovative ideas show that great achievements are achieved with brain power. This is an undeniable fact and it is perfectly normal for companies to want to attract talented people and ask them to be engaged with their companies with emotional bonds. The concept of employer branding includes employees’ sense of engagement with their companies, taking responsibility and initiative, adhering to the corporate targets within the company, contributing and defending their companies with their free will. This can be made possible by working conditions created in favor of employees and staff. Paying employees above market averages is not enough alone. The sine qua non



requirements of being an employer brand is to improve their working conditions, to give importance to their thoughts, to implement their suggestions, to act fairly, to contribute to their development and to facilitate their career journey. The concept of employer branding, which has become a company culture under the same guidance with the brand management discipline in recent years, has many applications. As a matter of fact, organizing surprise birthday parties for employees, creating motivational dinners and recreational organizations does not alone guarantee to be an employer brand; every stage of this process needs to be managed with utmost care and meticulousness!

Listening to employees’ expectations

So, what is the main axis of being an employer brand? The answer is clear; the axis is the dreams and expectations of the employees! Regardless of their status in the company, every employee expects to progress in his/her future career.



Son yıllarda marka yönetim disipliniyle aynı güdümden şirket kültürü haline gelmeye başlayan işveren markası kavramında daha pek çok uygulama sahası var. Örneğin çalışanlara sürpriz doğum günü partileri organize etmek, motivasyona ve eğlenceye dönük yemekler ve organizasyonlar oluşturmak, "en beğenilen şirket" olabilmeyi nasıl tek başına yeterli kılıyorsa, bu sürecin her aşamasının son derece özenli ve titiz yönetilmesi gerekiyor!

Çalışanın beklentilerini dinlemek

Peki işveren markası olabilmenin ana eksenini nerede şekilleniyor? Cevabı çok açık, çalışanın hayalleri ve beklentilerinde! Statüsü ne olursa olsun; her çalışan yaptığı işte, gelecek ve ilerleme beklentisi taşıyor. İş yerinin liyakati ödüllendiren, çalışanı değerli hissettiren uygulamaları, duygusal bağın derinleşmesini sağlıyor. Öyle ya da böyle her çalışan, başarı halkasının içinde yer bulmayı hedefliyor. Bir günün en büyük dilimini iş yerinde geçiren bir personel, sık ve çekişmeli ilişkiler yerine, şeffaf, seviyeli ve saygılı bir ortam arayışını taşıyor.

Adalet ve hakkaniyet kavramları da en çok iş yerlerinde sorgulanıyor. Kuşkusuz; yetki ve görevlerin, ücretlerin, ödül ve terfilerin, hatta ceza uygulamalarının hangi ölçütlerle yapıldığı bu tarafla oldukça önemli. Bu bir manada o iş yerinin huzurunu ve başarısını da etkiliyor. Şirketin, çalışanın inanç ve ırkına saygı duyması, ayrımcılık yapmaması, çalışanı için eğitimler düzenlemesi, çalışanı bir

kalabalığın parçasından çok, birey olarak görmesi ve onun kişisel gelişimi için katkı sunması da bir hayli kıymetli.

Hiyerarşiyi her katmanda iyi yönetmek

Elbette şirket denilen organizma, her çalışanın eşit yetki ve sorumluluklar taşıdığı bir yapıyı temsil etmiyor. İşin yönetiliş biçimine, iş yönetim piramitlerine göre her çalışanın farklı görev, yetki ve sorumlulukları var. Şirketler bu yönüyle demokratik ortamlar değildir ve olamazlar. Lakin her çalışan, doğru ya da yanlış, düşüncesinin uygulanmasa bile dinlenmesini isteyebilir. Bu nedenle işveren markası olabilmek için çalışanın söz almasına da izin vermek önemli, hatta gereklidir. Hiyerarşiyi yönetirken, personel bazında yetki ve sorumlulukları net biçimde tanımlamak işte bu sebeple kritik önem taşımaktadır.

Disiplin ve uzun vadede kararlılık

İşveren markası olma yolunda izlenecek süreçler, özellikle üst yönetim tarafından sahiplenilmesi, bütünsel olarak da yönetilmesi gereken, şirket var oldukça da etkin olarak korunacak disiplinleri

tanımlamaktadır. Özetle kısa dönemde sonuç verecek bir şirket kültürü değildir. Büyük idealde insanı bir iş yeri oluşturmayı hedeflemektedir. Amaç, keşfetme, geliştirme, uygulama, ölçümleme & devamlılık sağlama ve amaç olmak üzere 6 yönetim aşamasını içerir.

Peki ya sonuç, ya faydası?

Dünyanın en büyüğü, global marka havuzunun en rekabetçi bölümünü oluşturan şirketlerin yüzde 80'i işveren markası kavramını yoğun olarak uyguluyor. Güçlü bir işveren markası oluşturan şirketler, %50 oranında, daha nitelikli adaylar tarafından tercih edilirken, işe alım maliyetlerini rakiplerine oranla % 43 azaltıyor. Kötü üne sahip şirketler personel maaşlarında ortalama % 10 daha fazla ödeme yapmak zorundayken, beğenilen şirketler ise bu yönde daha avantajlı yarışıyor. Özellikle Y kuşağı, kendini ait hissedebileceği şirketleri tercih ediyor. Ama asıl önemli olan iyi bir işveren markası, müşteri memnuniyetleriyle de fark oluşturuyor.

Araştırmalara göre; çalışanlarına yatırım yapan, işveren markası olma yolunda ilerleyen şirketlerin ekonomik performansları, rakiplerine oranla iki kat yükseliyor. Çalışan sadakati demek daha nitelikli ürün veya hizmet, çok daha az hata demek. Verimlilik, iş geliştirme, karlılık, daha az çalışan sirkülasyonu da yine bu kapsamda. İşveren markası olmanın bir bedeli var. Hayal etmek bir başlangıç, istemek ve sabırla uygulamak ise sonuca esas sonu oluşturan..





The practices of the workplace that reward merit and make the employees feel valuable enable the deepening of the emotional bonds. Every employee, one way or another, aims to find a place in the success story of the company. A staff member who spends most of the day at work looks for a transparent, honest and respectful environment rather than shallow and contentious relationships. The concepts of justice and equity are questioned most in the workplace. No doubt, the criteria for authorities and duties, wages, awards and promotions and even the penalties are of utmost importance in this regard. In a sense, this affects the peace and success of the workplace. It is also very valuable that the company respects the belief and race of the employees, does not discriminate against them, organizes training for the employees, sees the employees as

an individual rather than a part of a crowd and contributes to their personal development.

Manage hierarchy well on each level

Of course, the structure called the company does not represent a structure in which every employee has equal powers and responsibilities. According to the way the business is managed and the business management pyramids, each employee has different duties, powers and responsibilities. In this respect, companies are not and cannot be democratic environments. However, every employee wants his ideas, right or wrong, to be listened to even if not applied. Therefore, to become an employer brand, it is important and even necessary to let the employees express their thoughts freely. That is why it is critical to clearly

define the authority and responsibilities for the personnel when managing the hierarchy.

Discipline and long-term stability

The processes to be followed in order to become an employer brand define the disciplines that need to be embraced and managed by the top management in a holistic way and that will be effectively protected as long as the company exists. In short, it is not a company culture that will yield results in the short term. It aims to create an ideal humanitarian workplace. The objective includes 6 management phases: discovery, development, implementation, measuring & continuity and purpose.

What about the results or benefits?

80 percent of the world's largest and most competitive global brands apply the concept of employer branding intensively. The chances of companies that create a strong employer branding to be preferred by more qualified candidates is more than 50% and hiring costs of such companies are reduced by 43% when compared to their competitors. The notorious companies have to pay an average of 10% more in employee salaries, while the acclaimed companies are more advantageous in this regard. Generation Y, in particular, prefers companies with which they can engage themselves. But what really matters is a good employer branding which also makes a difference with customer satisfaction. According to researches, the economic performance of companies investing in their employees and advancing towards becoming an employer brand doubles compared to their competitors. Efficiency, business development, profitability and less employee circulation are other advantages. Being an employer brand has a price. Imagining is the just beginning; wanting and patiently applying is what really matters for the intended results.

I ♥ employer branding



ÇALIŞAN GÖZÜNDE ÇEKİCİ ŞİRKET İTİBARI OLUŞTURMAK 8 TEMEL TREND

Her açıdan mükemmel bir şirket itibarı oluşturmak, kurumsal imajın ne şekilde yönetildiğiyle doğrudan orantılı. İşveren markası kavramının çekirdeğinde “güvenin” asıl özne olması ise önemli bir ipucu. Personelin, yönetime ve şirketine güvendiği, üretilen işin, her katmanda mutluluk yarattığı, performansın ödüllendirildiği, ideal bir işleyiş yapılanması...

İşveren markası olma yolunda atım atan şirketlerin, son yıllarda üzerinde özenle durdukları 8 temel trend de, hep güven oluşturma, şeffaflaşma, çekim etkisi yaratma ilkelerine dayalı. Bu sebeple insan kaynakları içinde işveren markası uzmanlığı yakın geleceğin iş kolları arasında çoktan yükselmeye başladı bile!

Yetenek açığı ve yetenek avcılığı günümüzde değeri çoktan idrak edilmiş kavramlar. Ölçeği ne olursa olsun şirketlerde, süreç iyileştirmelerinin, kabuk değiştirme ve geleceğe hazır olmanın, temel basamağı olarak kabul ediliyor. Markalar üretim sahalarında aslında yetenek savaşı veriyor. Yeni ürün geliştirme, verimlilik, pazar payını arttırma, karlılık, rekabet gücü gibi göstergelerin tamamında “fikir” eşittir “yetenek” var. İşveren markası algısı da 6 temel trendle güç kazanıyor.

Açık ol, net görün : Şeffaflaşma

İletişimin, haber kaynağının milyonlarca insana entegre olduğu çağımızda, gerçeklerin üzerini örtebilmek neredeyse imkansız. Özellikle sosyal medyanın koşar adım büyüdüğü günümüzde, “dürüst olmak, doğruyu yansıtmak”, itibar yönetiminin olmazsa olmazı. Bu da ancak şeffaflaşmaya mümkün hale getirilebiliyor. İşveren markası sürecinde şirketlerin “hem olduğun gibi görün, hem de görüldüğün gibi ol” mottosunu benimsemesi, şeffaflaşma ilkesinden besleniyor. Şirket içinde önemli yapısal reformlara ihtiyaç duyan bu algı yönetimi, kurum dışındakilerin “çalışmayı çok istedikleri”, şirket içindekilerin ise “ekip üyesi olmaktan kıvanç duydukları” marka algısı oluşturmada en temel adım.

Gerçek hikayeleri anlat, kurguları değil : Samimiyet

Kariyer beklentisi taşıyan, gelecek için hayalleri olan her çalışan, güven duyabileceği bir limanda demir atmak istiyor. Ayrıca somut deneyimlerden etkileniyor ve iş yerinin çalışanla kattıklarını, yine bir şirket çalışanından duymak istiyor. Bu kapsamda şirketi, şirkette çalışabilecek potansiyel adaylara tanıtmak için hazırlanan broşür ve katalog tarzı dokümantasyonun bilhassa Y kuşağında çok etkili olmadığı görülüyor. Yetenekli çalışanlar, bir kurumu öykündüğü, gönlünün şirketi olarak



Yetenekli çalışanlar, bir kurumu öykündüğü, gönlünün şirketi olarak görebilmek için; o şirketin çalışanın ağzından, gözlerinin içine baka baka dinlemek, ikna olmak istiyor.

görebilmek için; o şirketin çalışanın ağzından, gözlerinin içine baka baka dinlemek, ikna olmak istiyor. Yine son zamanlarda şirketlerin sosyal medya hesapları üzerinden paylaştıkları, çalışan deneyimlerine ait videoların hayli etkili olduğu biliniyor.

Ekip oyunu oyna, ayak izini büyüt: Dijital etkileşim

İnsan kaynaklarıyla alakalı araştırmalar gösteriyor ki; potansiyel adaylar şirketlerin dijital platformlardaki, sosyal medya kanallarındaki paylaşımlarından pozitif yönde etkileniyor. Hatta öyle ki; bir grup aday daha düşük ücret politikası uygulasa dahi, bu şirkette

çalışmak istediğini dile getiriyor. Yine hali hazırda bir şirkette çalışan, ama şirket değiştirmeyi düşünen personelin ağırlıklı bölümü, itibarı yüksek olan, dijital etkileşimi yoğun markalara daha fazla sempati duyuyor. Bu etkileşimlerin kalitesi, mesaj yoğunluğu; mevcut işinden memnun olan çalışanların dahi, arayış başlatmalarına zemin oluşturabiliyor.

Paylaşan ol: Öğreten & Geliştiren

Kendine yatırım yapıldığını ve yeteneklerinin geliştiğini hisseden her çalışan, şirketinde daha mutlu ve verimli hale geliyor. Bu yüzden departmanların bazında gelişim ve eğitim programlarını

CREATING AN EXCELLENT CORPORATE REPUTATION IN THE EYES OF EMPLOYEES 8 KEY TRENDS

Creating an excellent corporate reputation in every respect is directly related to how the corporate image is managed. An important indicator is that "trust" is at the core of the employer brand concept. An ideal functioning structure in which the personnel trusts the management and the company, the work produced creates happiness in every stage, the performance is rewarded...

The 8 key trends that companies which are striving towards becoming an employer brand have been focused on in recent years are based on the principles of creating trust, transparency and creating attraction effects. For this reason, the employer branding expertise has already started to stand out among the potential interest areas of human resources.



Talented employees who are in search of their ideal company just want to look in the eyes of the current employees and listen from them what the company looks like and then decide whether to work for the company or not.

Talent deficit and talent hunting are concepts the importance of which has already been realized. Regardless of the scale of the companies, it is considered the key step in process improvements, restructuring and readiness for the future. Brands are actually fighting for talents in production sites. In all indicators such as new product development, productivity, increasing market share, profitability and competitiveness, "idea" equals "talent". The perception of employer branding is stronger with 6 key trends.

Be clear, see clearly: Transparency

In an age where communication and news sources are used by millions of

people, it is almost impossible to hide the truth. To be honest and reflect the truth is a sine qua non of reputation management, especially in today's world which is increasingly shaped by the ever-growing social media. This can only be made possible through transparency. Companies' adoption of the motto "both seem as you are and be as you seem" feeds on the principle of transparency. This perception management, which requires significant structural reforms within the company, is the most fundamental step in creating a brand perception that outsiders "eagerly want to work for the company" and the current employees in the company are "proud to be a team member".

Tell real stories, not fictions: Sincerity

Every employee with career prospects and dreams for the future wants to anchor in a port where he can trust. They are also influenced by concrete experience and want to hear from a company employee what the workplace adds to the employee. In this context, the brochure and catalog-like documentation prepared to introduce the company to potential candidates are not particularly effective for Generation Y. Talented employees who are in search of their ideal company just want to look in the eyes of the current employees and listen from them what the company looks like and then decide whether to work for the company or not. It is known that the videos of the employee experiences shared by the companies over their social media accounts are quite effective.

Play team game, enlarge your footprint: Digital interaction

Human resources researches show that potential candidates are positively affected by companies' sharing on digital platforms and social media channels. In fact, a group of candidates state that they wish to work for such companies even though this may mean they will get a lower wage. The majority of the employees, who are already working in a company, but are thinking of leaving their company, have more sympathy for the high-reputation and digital-intensive brands. The quality of these interactions and the intensity of the messages may motivate those who are content with their work to search for alternatives.

Share: Teach & Improve

Each employee who feels invested and develops his/her talents becomes happier and more productive in the company. Therefore, making development training and programs a part of a corporate



bir şirket kültürü haline getirmek, çalışan nezdinde hayli anlamlı. Kesintisiz eğitimi ay genelinde programlarla yöneten şirketlerde "akademi" oluşumları birkaç adım öne çıkıyor. Eğitim programlarını zaman ve mekandan bağımsız kılabilmek ise çalışan özgürlüğü adına daha da kıymetli. Çalışanlar, yöneticilerinden ve şirketlerinin İK departmanlarından özel kariyer koçluğu beklentisi de taşıyor. Şu da bir gerçek; kendini geliştiren çalışan, şirketini de yukarı taşıyor.

Geleceğe takibe yatırım yap: İşveren markası uzmanı

Süreçleri adeta bir marka yönetimi disipliniyle takip edecek, işletme içinde ilgili departmanların uyumunu sağlayacak; "işveren markası uzmanlığı" yükselen bir şirket değeri olmaya başladı. Yetenekleri keşfetmek, kaynağından yakalamak isteyen insan kaynakları, işveren markası uzmanları kanalıyla, üniversitelerde kariyer günleri de düzenliyor. Bu sayede potansiyel adaylara staj yarı zamanlı çalışma gibi fırsatlar sunularak, şirketin daha iyi tanınması da sağlanıyor. İyi düşünülmüş ve doğru uygulanabilen sosyal sorumluluk projelerinin de etkili olduğu çok açık.

Lehte sinerji geliştir: Çalışan elçiler

Bir markayı, o markayı taşıyan, o marka için çalışan, o marka ile yaşayan personelden daha iyi kim anlatabilir? Çok basit bir hesaba bir şirket içinde çalışan personel toplamının sahip olduğu sosyal medya takipçi sayısı, çoğunlukla şirketin takipçi sayısından 5 ila 10 kat arasında fazla. İşte bu gerçeğin ışığında personelin, şirketi sahiplenmeleri ve

onun gönüllü birer elçisi olmaları, şirketin tanınırlığı ve güven endeksinin yükselmesi açısından değer ifade ediyor. Bu organizasyonu sistemli hale getiren işletmeler, çalışanları için ürettikleri ortak etiketlerle # dijital ayak izlerini de viral şekilde büyütüyor.

Bütünleşme sağla : İşveren + Tüketici Markası

Kesişim kümeleri üzerinden değer oluşturmak yüzyılımızın en dikkat çekici keşfi. Yaklaşık 15 yıldır da sistemli şekilde işveren markası ve tüketici markasının yönetimi birbirine giderek yaklaşıyor ve iki kavram bütünleşiyor. Bu yüzden de İK ve pazarlama departmanlarının yakın çalışması, stratejileri birlikte oluşturmaları gerekiyor. Bir markanın, o marka içinde çalışanlar gözünde saygın olması, o markayı tercih edecek tüketiciler tarafında da "satın alınmaya değer" bir itibar oluşturuyor.

Hedefin olsun : Amaç belirleme

İşveren markası oluşturma sürecinde hedefin net olması, bir mana ifade etmesi de önemli. Sürdürülebilirlik, gezegenin ve yaşamın devamı, iyilik gibi temalar en çok tercih edilenler. Bu yönde bir amaç belirleyen ve net şekilde ortaya koyan şirketler, rakiplerine göre daha kolay fark ediliyor. Somut değişim oluşturmak için amacın "sloganda kalmaması", şirket çalışanlarının gerçekten hissetmesi ve bu amaçla bağlantılı çalışan hikayelerinin kurum dışı kanallarda paylaşılması da oldukça değerli.

İşveren markalarının ilham alabilecekleri en iyi 4 pazarlama etkinliği

• Brandweek

Türkiye'de pazarlama ve iletişim kollarını dünyaca ünlü yaratıcı isim, fikir ve uygulamalarla buluşturmak amacıyla düzenlenen Brandweek, sektörü büyütme ve değer katmak vizyonu ile organize ediliyor.

www.brandweekistanbul.com/

• People Make The Brand

İşveren markası alanındaki gelişmeleri ve trendleri, yerli ve global pek çok işveren markasının stratejik yaklaşımlarını katılımcılarla paylaşmak amacıyla düzenlenen People Make The Brand Konferansı, işveren markası metrikleri, global işveren markalarının lokal uygulamaları, çalışan değer önermesi geliştirme süreci, sürdürülebilir işveren markası stratejileri gibi konularla öne çıkıyor.

www.peoplesmakethebrand.com

• Marka Konferansı

Pazarlama dünyası için son derece prestijli ve eski bir etkinlik olan Marka Konferansı, pazarlama dünyasının trendlerini belirlemek ve önemli konuşmacılar eşliğinde interaktif bir paylaşım ortamı meydana getirmek amacıyla düzenleniyor.

www.markaconference.com/

• Uluslararası Sürdürülebilir Markalar Konferansı (Sustainable Brands)

Dünyanın en önemli 50 konferansı arasında gösterilen "Uluslararası Sürdürülebilir Markalar® Konferansı", markaların devamlı değişen iş dünyası nedeniyle yeni yol haritalarını belirlemek ve değişimi yönetenleri bir araya getirerek markaların birbirinden ilham almasını sağlamak amacıyla, iş dünyasından yerli ve yabancı ünlü isimleri aynı platformda buluşturuyor.

<http://events.sustainablebrands.com>

Top 4 marketing events for employer brands to be inspired

• Brandweek

Organized to bring together the Turkey's marketing and communication channels and world-famous creative people, ideas and applications, Brandweek is organized with the vision of expanding the sector and adding value.

www.brandweekistanbul.com/

• People Make The Brand

The People Make The Brand Conference, organized to share the developments and trends in employer branding and the strategic approaches of many domestic and global employer brands with the participants, stands out with topics such as employer branding metrics, local practices of global employer brands, employee value proposition development process and sustainable employer branding strategies.

www.peoplesmakethebrand.com

• Brand Conference

Brand Conference, which is a very prestigious and old event for the marketing world, is organized in order to determine the trends of the marketing world and create an interactive sharing environment with high-profile speakers.

www.markaconference.com/

• Sustainable Brands

The Sustainable Brands® Conference, one of the 50 most important conferences in the world, brings together local and foreign famous names from the business world on the same platform to identify new roadmaps of brands due to the ever-changing business world and to make brands get inspired from each other by bringing together those who manage change.

<http://events.sustainablebrands.com>



culture is meaningful for the employees. Companies holding programs on a monthly basis are kind of creating a type of "academy". The ability to make training programs independent of time and space is even more valuable for the employee freedom. Employees also expect special career coaching from their managers and their HR departments. It is also a fact that the self-developing employee moves his/her company higher up the success ladder.

Invest in the future: Employer branding expert

The "employer branding expertise", which follows the processes with a brand management discipline and ensures the coordination of the relevant departments within the enterprise, has become a rising company value. Human resources, which want to discover talents and recruit them at their source, also organize career days in universities through employer branding experts. In this way, potential candidates are offered opportunities such as internships and part-time work, enabling the company to become better known. It is clear that well thought out and properly implemented social responsibility projects are also effective.

Develop synergies in favor: Working Ambassadors

Who can promote a brand better than the staff carrying that brand, working for that brand, and living with that brand? The total number of social media followers of employees working in a company is 5 to 10 times more than the followers of the company. In the light of this fact,

that the staff engages themselves with the company and becomes a volunteer ambassador of the company is of great value in terms of increasing the company's recognition and confidence index. Businesses that make this organization systematic also enlarge their digital footprints with common tags # they produce for their employees.

Integrate: Employer + Consumer Brand

Creating value through sets of intersections is the most remarkable discovery of our century. For almost 15 years, the management of the employer branding and the consumer branding has been approaching each other systematically and the two concepts have been integrated. That is why HR and marketing departments need to work closely and form strategies together. The fact that a brand is respected by the employees working for that brand creates a value that the brand is "worth buying".

Have targets: Determination of purpose

It is also important that the target is clear and expresses meaning in the process of employer branding creation. Themes such as sustainability, continuity of the planet and life and goodness are the most preferred themes. Companies that set and clearly put forward a purpose in this direction are more appealing than their competitors. It is also very valuable that the targets are not just a discourse, the employees engaged themselves with the brand and the relevant employees' narratives are shared on external channels.

UYUYORUM, DİNLENİYORUM AMA HEP YORGUNUM, ÇOK YORGUNUM! SEBEPLERİ & ETKİLİ ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Coğrafya, genetik faktörler başta olmak üzere; ülkeden ülkeye farklılık arz etmekle birlikte insan ırkının yüzde 30'u yukarıda özetlenen kronik tablonun stresi altında. Dikkat bozukluğu, depresif eğilimler ve isteksizlik en karakteristik bulgular. Yoksa vücudunuz size bir şeyler mi anlatmaya çalışıyor? O zaman dinleyin!



Yoğun çalışan, kendine gerektiği gibi zaman ayıramayan, spor yapmayan, iş temposunun yanında ailevi sorumlulukları da yönetmek zorunda olan milyonların ortak problemi "Kronik Yorgunluk Sendromu" Erken yatıp, uzun uyunsa da, biraz kenara çekilip, soluk alınsa da geçmiyor. Bu stresin altındaki bireylerin ortak söylemi hep aynı: enerji düşüklüğü... Çoğunlukla da 6 aydan uzun süren periyotlarda, kişileri depresif, dikkatini toplayamayan, çabuk yorulan, öfke patlamaları yaşamaya son derece eğilimli bireyler haline getiriyor.

İş hayatına yansıyan olumsuzluklar

Mükemmeliyetçi, hayatı fazlaca dengeli yaşamaya çalışan kişilerde ortaya çıkan bu tablo; iş hayatındaki verimde ciddi düşüş, hatalı kararlar alma, ekip arkadaşlarıyla anlaşamama, farklı birim ve bölümlerle karşı karşıya gelme gibi sorunlara yol açabilecek kadar şiddetli seyredebiliyor. Öyle ki, bireyleri günlük aktivitelerini dahi yapamayacak seviyede bakıma muhtaç hale bile getirebiliyor. Boğaz, kas ve eklem ağrıları, bulantı ve konsantrasyonda bozulma en çok dile getirilen şikayetler... Bu sendroma yakalanan kişilerin yüzde 70 gibi büyük bir oranını kadınlar oluşturuyor.

Şu bulguları yaşıyor musunuz?

- Hayata, aileye, kendine ve işine dönük negatif tutumlar, huzursuzluk
- Depresif duygulanım
- Konsantrasyonda bozulma ve unutkanlık
- Kas ağrısı
- Boğaz ağrısı
- Çoklu eklem ağrısı
- Kilo artışı veya kilo kaybı
- Gece terlemeleri
- Dinlendirmeyen uyku ve uyku bozuklukları
- Egzersiz sonrası bitkinlik
- Enerji kaybı
- Bulantı

Bu belirtilerden en az üçü, sizin de probleminiz ise, profesyonel bir yardım almanın, hayatınızı gözden geçirmenizin zamanı gelmiş demektir. Sendromun, hayatı olumsuz biçimde sarsan belirtilerini ortadan kaldırmaya yönelik tedavi ister ilaç, isterse ilaçsız olsun, kişiyi rahatlatmaya ve fonksiyon kaybını gidermeye yöneliktir. Tedavide en sağlıklı ve etkili yöntem ise düzenli egzersiz yapmak, stresle baş etme yöntemlerini bilmek ve ağır iş yükünü hafifletmektir.

Neler yapmalı, nelere dikkat etmeli?

- İş ve özel hayatınızı daha sağlıklı yönetmek için yeni kurallar belirleyin. Mesela yerinizde sosyal etkinliklere odaklı bir grup oluşturun. Zamanı kaliteli hale getirin. . Takım çalışması yapın, eğitim içerikli uygulamalara katılın.
- Yeterince su için, vücuttaki tüm hücre gruplarının fazlasıyla suya ihtiyacı vardır.
- Doğal gıda ve kaynaklardan demir alın. Üzüm sağlıklı bir demir kaynağıdır. Karbonhidrat yerine protein ağırlıklı beslenin
- Daha az şeker tüketin. Glikoz ve insülin arasındaki ilişki yorgunluğun en temel nedenlerinden biridir.
- Hayatınızda stres oluşturan unsurları belirleyip, bu faktörleri yönetin ve sizi yönetmesine fırsat vermeyin.
- Kendiniz için, zaman yönetimi gerçekleştirin, bunun ışığında aktivite planı oluşturun. Bu sayede dengeli ve gerçekçi hedefler belirleyin.
- Hedeflerinizi aşamalı olarak arttırın. Dinlenmeye ayırdığınız zamanınızı giderek azaltıp, hedeflerinizi küçük parçalar haline getirerek güne, daha sonra haftalara yayın.
- Çalışma ortamlarınızı yeniden düzenleyin. Aşırı iş yükünden kaçın, çalışanlar arasındaki desteği ve sosyal ilişkilerinizi arttırın, sorumluluk ile stres oluşturan işlerinizi azaltın.
- Uyku düzeninize dikkat edin. Gün içinde uyumayın. Gevşemeyi öğrenerek, kas gevşetici egzersizler yapın. Bol vitaminli, mineralli besinler tüketin.

I SLEEP, I REST BUT I'M ALWAYS TIRED, I'M VERY TIRED! REASONS & EFFECTIVE SOLUTIONS

30 percent of people are under the threat of above-mentioned chronic problem due to in particular geography and genetic factors though the reasons may differ from country to country. Attention deficit disorder, depressive tendencies and reluctance are the most characteristic symptoms. Or is your body trying to tell you something? Then listen up!



Chronic Fatigue Syndrome is the common problem of millions who work hard, do not spend time properly, do not play sports, and have to manage family responsibilities as well as handle work pace. It doesn't go away even if you go to bed early, sleep long and have a rest. The common discourse of individuals under this stress is always the same: low energy ... Mostly, in cases lasting more than 6 months, people become depressed, unable to concentrate, quickly tired, extremely prone to experiencing outbursts of anger.

Negative reflections in working life

This problem, which affects people who try to live a perfectly balanced life, can be severe enough to cause problems such as serious decrease in productivity in working life, making wrong decisions, disagreement with teammates, and confronting different units and departments. So much so that it may even cause people not to meet their daily needs properly. Sore throat, muscle and joint pain, nausea and deterioration in concentration are the most common complaints... 70 percent of people with this syndrome are women.

Are you experiencing these symptoms?

- Negative attitudes and reluctance towards life, family, one-self and work
- Depressed mood
- Lack of concentration and forgetfulness
- Muscle pain
- Sore throat
- Multiple joint pain
- Weight gain or weight loss
- Night sweats
- Restless sleep and sleep disorders
- Exhaustion after exercise
- Loss of energy
- Nausea

If you are experiencing at least three of these symptoms, it is time to seek professional help and review your life. Treatment, whether with or without medication, to eliminate the negative life-shaking symptoms of the syndrome is aimed at relieving the person and eliminate the loss of functions. The most healthy and effective method of treatment is to exercise regularly, to know the methods of coping with stress and to ease the heavy workload.

What must be done to cope?

- Set new rules to manage your working and private life healthier. For example, create a group focused on social events at your location. Spend quality time. Join teamwork and participate in educational activities.
- Drink enough water; all cell groups in the body need water.
- Get iron from natural food and sources. Grapes are a healthy source of iron. Eat food rich in protein instead of carbohydrates.
- Eat less sugar. The relationship between glucose and insulin is one of the main causes of fatigue.
- Identify the factors that create stress in your life, manage these factors and do not give them the opportunity to manipulate you.
- Create an activity plan for yourself in the light of your time management facts. Set balanced and realistic targets.
- Gradually increase your goals. Gradually reduce the time you allocated to rest and break your goals into small pieces and set daily and then weekly goals.
- Rearrange your work environments. Avoid excessive workload, increase support and social relationships between employees, and reduce works causing stress and requiring responsibility.
- Watch your sleep patterns. Do not sleep during the day. Learn to relax and do muscle-relaxing exercises. Eat plenty of food rich in vitamins and mineral.

VAKUR VE ROMATİK ŞEHİR BUDAPEŞTE

Hun Türklerinden Osmanlı İmparatorluğu'na, yüzyıllardır ilişki halinde olduğumuz, kimi zaman da genetik kök itibarıyla araştırma konusu haline geldiğimiz, yiğit insanların ülkesine yolculuğumuz.

Macaristan'ın başkenti Budapeşte, Tuna Nehri'nin gerdanlık gibi uzandığı, tarihi mirasıyla, kaplıcalarıyla, kültürel zenginlikleriyle her dönem üzerine romanlar yazılmış, besteler yapılmış bir şehir.

Arkeolojik bulgu ve tarihi kaynaklara göre kentin geçmişi; Milattan Önce 1. Yüzyıla dayanıyor. İlk sakinlerinin ise Keltler olduğu biliniyor. Peşi sıra Romalıların kontrolüne geçen kent, bir dönem "Aquincum" adını da taşımış. Eski Buda'daki açık hava müzesinde Roma dönemine ait çok sayıda eser bulunuyor. Macarların tarih sahnesine çıktıkları dönem ise 9. Yüzyıl. Kentte 150 yıl devam eden Osmanlı hâkimiyeti 1526'da başlamış. Bu yıllarda kentte, bir kısmı günümüzde de kullanılan, hamamlar açılmış. Budapeşte, ikinci büyük gelişim sürecini 19. yüzyılda yaşamış. Avusturya ve Macaristan'ın birleşimi sonrasında siyasi anlamda daha da güçlenen başkentin adı Zincir Köprü'nün açılması ile bugünkü adını almış.

İki yaka, iki güzel : Buda ve Peşte

İki heceden oluşan kent adı aslında şehrin iki bölümünü temsil ediyor. Tuna'nın düz olan bölümü Peşte, tepelik olan kısmı Buda. Daha çok turistik alanların olduğu yer Peşte, halkın daha çok yaşadığı yer Buda. Osmanlı dönemine ait izleri, kentteki birçok yapıda, mahallede, yemek isimlerinde bile yakalamak mümkün... Budapeşte'de Kasım ve Mart ayları arası oldukça soğuk geçiyor. Özellikle Aralık ve Şubat ayları arasında yoğun kar yağışına karşın, kentin termal su kaynaklarına sahip olması sebebiyle, yoğun turist trafiği gözleniyor. Nisan'da üç haftalık Bahar Festivali sayesinde Budapeşte'deki hareketlilik bir hayli artıyor. 40'tan fazla mekânda 50'nin üzerinde kültürel etkinlik düzenleniyor. Ağustos ayında gerçekleşen Sziget Festivali, Avrupa'nın en iyi 5 festivalinden biri.

Nereleri görmeli?

Budapeşte'nin tabiri caizse kalbi. Kırmızı meydan anlamına gelen Vörösmarty Meydanı, ismini milli kahraman ilan edilen Macar şair Mihály Vörösmarty'den almış. Bu meydan aynı zamanda, kent içi ulaşımın da kalbi. Meydanın hemen 1908'de dikilmiş Vörösmarty Anıtı var. Meydanın diğer tarafında

ise Budapeşte'nin 100 yıllık konser salonu Vigado bulunuyor. Bu arada ünlü Gerbeaud Pastanesi, gastronomi meraklılarının mutlaka denemesi gereken özel lezzetler sunuyor. Avrupa kıtasının en eski metro hattı da yine bu meydanda. Şehrin en ünlü alışveriş sokağı olan Vaci Utca'ya da bu meydandan giriliyor. Araç trafiğine kapalı caddede binaların çoğu 19. ve 20. yüzyılın başlarında inşa edilmiş. Bir çok hediyelik eşya dükkanı, oteller, bar ve

kafeler Vaci Utca'da bulunuyor. Avrupa'nın ünlü Buddha-Bar oteli; Budapest de bu cadde üzerinde... Epey uzun bir süre Osmanlı etkisi altında kalan Macar mutfağı, Türklerin damak tadına oldukça uygun yemekler içeriyor. Yerel mutfakta kırmızı biber, kırmızı et, süt ürünleri, av hayvanları eti, tatlı su balıkları, patates, soğan ve lahana sık sık kullanılan malzemeler.



GRACEFUL AND ROMANTIC CITY BUDAPEST

We head to the country of brave people with whom we have been in contact since the era of the Hun Empire and Ottoman Empire and with whom our genetic relation is sometimes a research topic.

Budapest, the capital of Hungary, is a city where the Danube River stretches like a necklace and which inspired novels and compositions with its outstanding historical heritage, thermal springs and cultural riches.

According to archaeological findings and historical sources, the city's history dates back to the 1st century BC. The first inhabitants are known to be Celts. The city, which was conquered by a number of civilizations, was called "Aquincum" while under the control of the Romans. The open-air museum in the Old Buda has many Roman artifacts. The period when the Hungarians made their names known was the 9th century. The Ottoman

rule in the city started in 1526 and continued for 150 years and. In these years, Turkish baths, some of which are still being used today, were opened in the city. Budapest experienced its second major development in the 19th century. The capital city, which became politically stronger after the unification of Austria and Hungary, took its current name upon the opening of the Chain Bridge.

Two sides, two beauties : Buda and Pest

The city's name, which consists of two syllables, actually represents two parts of the city. The flat part of the Danube is Pest and the hilly part is Buda. Pest where there are more tourist attractions and Buda where more people live. It is possible to see the traces of the Ottoman period in many buildings in the city, in the neighborhoods, even in food names... Budapest is very cold between November and March. Despite the heavy snowfall, especially between December and February, there is heavy tourist activity due to the thermal water resources in the city. Thanks to the three-week Spring Festival in April, mobility in Budapest increases. Over 50 cultural events are held in more than 40 venues. Sziget Festival, which takes place in August, is one of the top 5 festivals in Europe.

What are the sightseeings?

The heart of Budapest, so to speak. Vörösmarty Square, meaning red square, is named after the Hungarian poet Mihály Vörösmarty, who was declared a national hero. This square is also the heart of urban transportation. The square boasts the Vörösmarty Monument erected in 1908. On the other side of the square is Budapest's 100-year-old concert hall Vigado. In the meantime, the famous Café Gerbeaud offers special tastes that gastronomy enthusiasts must try. The oldest metro line in the European continent is also in this square. Vaci Utca, the most famous shopping street of the city, is also entered from the square. Most of the buildings on the pedestrian street were built in the 19th and early 20th centuries. There are many gift shops, hotels, bars and cafes in Vaci Utca. The Europe's famous Buddha-Bar hotel is at this avenue in Budapest. The cuisine of Hungary, which was under the Ottoman influence for a long time, contains dishes that are quite suitable for the taste of the Turks. Red pepper, red meat, dairy products, game meat, freshwater fish, potatoes, onions and cabbage are often used in the local cuisine.





Göz alıcı bir abide

Rönesans'tan bir adım öncesi olan Gotik uyanış döneminde inşa edilen Budapeşte Parlamento Binası, Tuna Nehri'nin kıyısında ikonik yapılarından biri. 96 metrelik kulesi ile yapıldığı tarihte dünyanın en yüksek binası unvanını da taşımış. Parlamento binasından da görülebilen; Láncíd, yani Zincir Köprü bugün bile dünyanın en göz alıcı köprüleri sıralamasında. Şehrin Buda yakasını Peşte yakasına bağlayan 9 adet köprünün ilki ve en ünlüsü.

Tarih içinde pek çok ulusun saldırısı altında kalan Budapeşte'yi, akınlardan korumak için 20. yüzyılın başlarında inşa edilen Balıkçılar Tabyası, mimari tarzıyla bir savunma hattından daha çok sanat eseri izlenimi veriyor. Halászbástya adıyla bilinen kale, ülkeyi kuran yedi kavmi temsil eden yedi kuleye sahip. Motifli ve süslü duvarları kesinlikle görülmeye değer.

Budin Kalesi ve Kraliyet Sarayı

Günümüzde birçok müze ve galeriye ev sahipliği yapan Budin Kalesi ve Kraliyet Sarayı, görkemli bir tarihi kompleks olarak hizmet veriyor. Yerleşke içerisinde Sanat Galerisi, Saray Müzesi, Budapeşte Tarih Müzesi ve Macar Ulusal Galerisi de bulunuyor. Kentin kaplıcaları da en az tarihi eserleri kadar ünlü. Budapeşte'nin Instagram'da en çok fotoğrafı yer alan Gellért Kaplıcaları'nda; havuz, spa ve buhar banyoları var. UNESCO Dünya Mirası listesinde yer alan Andrassy Bulvarı, 19. yüzyılın son yarısından bu güne Budapeşte'nin en şık ana caddesi. Aziz Stefan Bazilikasının önünden başlayan, Kahramanlar Meydanına kadar uzayan 2,5 km'lik cadde boyunca çok sayıda tarihi bina, marka mağazalar, cafe ve restoranlar hizmet veriyor. Ünlü Budapeşte Opera Binası ve Terör Evi Müzesi de bu bulvarda. İyi bir Budapeşte gezisi için en az 2 gün ayırmayı unutmayın.

Mutlaka görmeli, kesinlikle gezmelisiniz!

- Gül Baba Türbesi
- Margaret Adası
- Varosliget Şehir Parkı
- Kahramanlar Meydanı
- Széchenyi Kaplıcaları
- Aziz Stefan Bazilikası
- Matthias Kilisesi
- Büyük Market BayaHal
- Tuna Kıyısı Ayakkabılar
- Tuna Nehrinde Tekne Turu

Mutlaka tatmalı, lezzeti keşfetmelisiniz!

- Gulyás: Macar mutfağının en ünlü spesiyali. Kırmızı biberli, patatesli ve biftekli bir çorba
- Pörkölt: Kırmızı biber, et ve soğanla hazırlanan yahnı.
- Halászlé: Baharatlar ve tatlı su balıkları ile hazırlanan balıkçı çorbası
- Töltött káposzta: Ekşi krema ile birlikte servis edilen acılı etli lahana dolması
- Gyümölcsleves: Soğuk tüketilen tatlı kremalı meyve çorbası
- Somló galuska : Üstü çikolata ve krema ile kaplı kek,
- Dobos: Karamelli ve çikolatalı çok katlı bir pasta çeşidi
- Gundel palacsinta: Üzeri çikolata sosu ile kaplı içinde ise rom, üzüm, ceviz ve limon rendesi parçacıkları bulunan üçgen şeklindeki krep

A glamorous monument

The Budapest Parliament Building, built during the Gothic awakening, a step before the Renaissance, is one of the iconic buildings on the banks of the Danube. With its 96-meter tower, it was the world's tallest building of the period. Also visible from the Parliament building; Lánchíd, the Chain Bridge, is still one of the most attractive bridges in the world today. It is the first and most famous of the 9 bridges connecting the Buda side of the city to the Pest side. Built in the early 20th century to protect Budapest, which was under attack by many nations in history, the Fishermen's Bastion, with its architectural style, is more of a work of art than a defensive line. The castle, known as Halászbástya, has seven towers representing the seven tribes that founded the country. The motifs and ornate walls are definitely worth a visit.

Buda Castle and Royal Palace

Today Buda Castle and Royal Palace, which houses many museums and galleries, serves as a magnificent historical complex. The campus includes the Art Gallery, the Palace Museum, the Budapest History Museum and the Hungarian National Gallery. The thermal springs of the city are just as famous as their historical monuments. Gellért Spa, Budapest's most photographed structure in Instagram, has a pool, spa and steam baths. Andrássy Boulevard, a UNESCO World Heritage site, has been Budapest's most elegant main street from the late 19th century to this day. There are many historical buildings, brand shops, cafes and restaurants along the 2.5 km street that starts in front of St. Stefan's Basilica and extends to Heroes' Square. The



You must definitely see and visit the following!

- Gül Baba's Tomb
- Margaret Island
- Varosliget City Park
- Heroes Square
- Széchenyi Hot Springs
- St. Stefan's Basilica
- Matthias Church
- Great Market Hall
- Shoes on the Danube Bank
- Boat Trip on the Danube River

famous Budapest Opera House and the House of Terror Museum are also on this boulevard. Don't forget to reserve at least 2 days for a good trip to Budapest.

You must definitely taste!

- Gulyás: The most famous specialty of Hungarian cuisine. A soup with red pepper, potatoes and steak
- Pörkölt: Stew prepared with red pepper, meat and onion.
- Halászlé: Fish soup prepared with spices and freshwater fish
- Töltött káposzta: Stuffed cabbage with spicy meat served with sour cream
- Gyümölcsleves: Cold-consumed sweet cream fruit soup
- Somlói galuska : Cake covered with chocolate and cream
- Dobos: A multi-layer cake with caramel and chocolate
- Gundel palacsinta: Triangle shaped pancakes with rum, grape, walnut and lemon grated particles covered with chocolate sauce





HEART THE MOUTH – LAURA PERGOLIZZI

Prodüksiyon Şirketi: Import – Yeni Dünya

Laura Pergolizzi; nam-ı diğer LP birkaç yıl öncesine kadar Rihanna, Christina Aguilera, Backstreet Boys, Cher Lloyd gibi ünlü sanatçılar için bestelediği şarkılarla tanınıyordu.

New York'lu şarkıcı, söz yazarı ve besteci, yeni albümü "Heart to Mouth" ile bir kez daha dinleyici karşısına çıktı. Laura Pergolizzi, akılda kalıcı melodi ve sözleriyle alternatif pop ve rock kulvarında yine çok hit çıkartacak bir albüme imza attı.

1. Dreamcatcher
2. When I'm Over You
3. One Night In The Sun
4. Girls Go Wild
5. Recovery
6. The Power
7. Dreamer
8. House On Fire
9. Hey Nice To Know Ya
10. Die For Your Love
11. Shaken
12. Special

HEART to MOUTH – LAURA PERGOLIZZI

Production Company: Import – Yeni Dünya

Laura Pergolizzi, aka LP, was known until a few years ago for the songs she composed for famous artists like Rihanna, Christina Aguilera, Backstreet Boys and Cher Lloyd. The singer, songwriter and composer from New York released her new album "Heart to Mouth". With her catchy melody and lyrics, Laura Pergolizzi has released an album that will again have many hits in the alternative pop and rock.

1. Dreamcatcher
2. When I'm Over You
3. One Night In The Sun
4. Girls Go Wild
5. Recovery
6. The Power
7. Dreamer
8. House On Fire
9. Hey Nice To Know Ya
10. Die For Your Love
11. Shaken
12. Special

**EROL EVGİN – ALTIN DÜETLER 2**

Prodüksiyon Şirketi: Erol Evgin Prodüksiyon – Universal Music

Türk pop müziğinde bir döneme damgasını vuran Erol Evgin, “Altın Düetler” albümünün gördüğü büyük ilginin ardından üç yıl sonra unutulmaz şarkılarını İskender Paydaş düzenlemeleri ve ülkemizin en güçlü kadın vokalleriyle birlikte seslendirdiği “Altın Düetler 2” albümünü müzikseverlerle buluşturuyor.

1. Ajda Pekkan “İçimdeki Fırtına”
2. Atiye “Tüm Bir Yaşam”
3. Ceylan Ertem “Sitem”
4. Demet Sağıroğlu “Yeter”
5. Deniz Seki “Bir İlkbahar Sabahı”
6. Farah Zeynep Abdullah “Sen Unutulacak Kadın mısın?”
7. Funda Arar “Deli Divane”
8. Kalben “Bizim Tango”
9. Nil Karaibrahimgil “Canım Benim”
10. Şebnem Keskin “İbadetim”
11. Zara “Bir Bakışın Yetti”
12. Ziynet Sali “Etme Eyleme”

EROL EVGİN – ALTIN DÜETLER 2

Production Company: Erol Evgin Prodüksiyon – Universal Music

Erol Evgin, who left his mark on a period of Turkish pop music, brings together the unforgettable songs with the arrangements of İskender Paydaş and the best female vocals of our country under the “Altın Düetler 2” album for the music lovers three years after the first “Altın Düetler” which attracted a great interest.

1. Ajda Pekkan “İçimdeki Fırtına”
2. Atiye “Tüm Bir Yaşam”
3. Ceylan Ertem “Sitem”
4. Demet Sağıroğlu “Yeter”
5. Deniz Seki “Bir İlkbahar Sabahı”
6. Farah Zeynep Abdullah “Sen Unutulacak Kadın mısın?”
7. Funda Arar “Deli Divane”
8. Kalben “Bizim Tango”
9. Nil Karaibrahimgil “Canım Benim”
10. Şebnem Keskin “İbadetim”
11. Zara “Bir Bakışın Yetti”
12. Ziynet Sali “Etme Eyleme”

BİR ÖMÜR NASIL YAŞANIR?

Yazar: İLBER ORTAYLI **Yayın Evi:** Kronik Kitap

Ülkemizde geniş kitleler tarafından çok sevilen, güven ve saygı duyulan, tarihle Türk halkını barıştıran, bilim insanı Prof. Dr. İlber Ortaylı'nın yazdığı "Bir Ömür Nasıl Yaşanır?", deneme tadında yazılardan oluşuyor. Hayatı daha keyifli kılacak, yaşam tecrübelerini, tavsiyelerini okurlarla buluşturan Ortaylı, bazı bölümlerde aforizma ekseninde düşüncelerini de seslendiriyor.

Bir Ömür Nasıl Yaşanır?, bir tarihinin gözünden, insanın hayattaki anlam arayışına, bu arayışın tadını nasıl çıkaracağına ve süreç boyunca karşılaşılabilecek zorluklarla nasıl baş etmesi gerektiğine dair çok özel bir kılavuz.



HOW TO LEAD A LIFETIME?

Author: İLBER ORTAYLI **Publishing House:** Kronik Kitap

"How to Lead a Lifetime?" written by scientist Prof. Dr. İlber Ortaylı, a writer who is much loved, respected and trusted by the Turkish public and arouse the interest of the Turkish public in history consists of a number of essays. Sharing his experiences and suggestions with the readers in an effort to ensure we enjoy our lives, Ortaylı put forwards his thoughts on the axis of aphorism.

"How to Lead a Lifetime?" is a special guidebook in the eyes of a historian to the search for meaning in life, how to enjoy it, and how to deal with the challenges one may face throughout the process.

KÖRLÜK

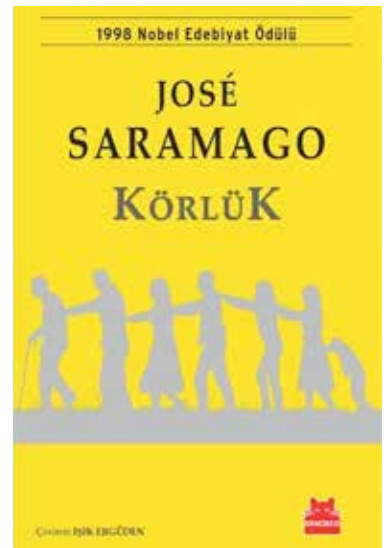
Yazar: JOSE SARAMAGO **Yayın Evi:** Kırmızı Kedi

Dünyanın en ünlü yazarlarından Portekizli Jose Saramago'ya ait "Körlük", edebiyat tarihinin en önemli eserlerinden biri. Yazar tarafından 1995 yılında yayınlanan kitap, ülkemizde ilk kez 2017 yılında basıldı. Ne kahramanların ve ne de mekanın belli olmadığı Körlük, ürkütücü bir roman, beklenmedik bir felaketi yaşayan bir toplumun nasıl çöktüğünün, nasıl bencilleştiğinin ve değer yargılarını yitirdiğinin hikâyesi...

BLINDNESS

Author: JOSE SARAMAGO **Publishing House:** Kırmızı Kedi

Blindness, written by Jose Saramago, one of the world's most famous Portuguese writers, is one of the most important works in the history of literature. Published by the author in 1995, the book was first published in Turkey in 2017. Blindness is a spooky novel where neither heroes nor space is evident; it is the story of how a society suffering from an unexpected catastrophe collapses, how it becomes selfish and how it loses its values...





AJDA PEKKAN
7 EYLÜL 2019 – CUMARTESİ
BURSA KÜLTÜRPARK AÇIKHAVA TİYATROSU
SEPTEMBER 7, 2019 – SATURDAY
BURSA KÜLTÜRPARK OPEN AIR THEATER



SANCAK
1 EKİM 2019 – CUMA
CLUB INFERNO
OCTOBER 1, 2019 – FRIDAY
CLUB INFERNO



EMEL SAYIN
6 EKİM 2019 – PAZAR
BURSA KÜLTÜRPARK AÇIKHAVA TİYATROSU
OCTOBER 6, 2019 – SUNDAY
BURSA KÜLTÜRPARK OPEN AIR THEATER



AKILCI, YENİLİKÇİ VE SÜRDÜRÜLEBİLİR YAKLAŞIMLARLA GELECEĞE



Aktaş Holding;

80 yıllık deneyimi, alanında en fazla patent üreten yenilikçi anlayışı ile faaliyet gösterdiği tüm alanlarda, dünyanın en saygın markalarını bünyesinde barındırıyor.

Dünyanın 6 kıtasında yaptığı yatırımlarda ve liderlik anlayışında da bu yenilikçi ve akılcı yaklaşımın izi var.

