



Dünyanın en
uzun tüneline,
unutulmayacak
tecrübe...



Fikirden ürüne
"Teknik Servis"



Hazır beton
sektörünün hacmi
2012'de de
büyüyecektir.

SikaLife

Sika Yapı Kimyasalları AŞ yayın organıdır. Yıl: 1 - 2011 / Sayı: 3



SOSYAL MEDYA DÜNYASINA HOŞ GELDİNİZ

MaxTack



ULTRA HIZLI ULTRA GÜÇLÜ

Evinizde herhangi bir yapıştırma ya da sabitleme işi mi yapmak istiyorsunuz?

O zaman, ideal çözümle tanışın: **Sika MaxTack®**. Hemen hemen her türlü farklı malzemeyi birbirine yapıştırmak için kullanabileceğiniz bu çok amaçlı yapıştırıcıdan memnun kalacaksınız. Artık tamir veya yenileme işlerinizde, vida ve matkaba ihtiyacınız yok. **Sika MaxTack®**; ultra hızlı, ultra güçlü ve mükemmel ilk tutunma dayanımına sahip bir ürün olarak iç mekân ve korunaklı dış mekân uygulamalarında kullanılabilir.



Sika Yapı Kimyasalları A.Ş. İstanbul Deri O.S.B. 2. Yol J-7 Parsel Aydınli Orhanli Mevkii, Tuzla, İstanbul-Türkiye Tel: 0213 581 06 00 1 (Pbx) Faks: 0216 581 06 99 bilgi@tr.sika.com | www.sika.com.tr

Innovation & Consistency | since 1910

Sosyal medya stratejiniz nedir?

Değerli Sika dostları,

Sosyal medya kavramı son zamanlarda iş hayatının içerisinde gittikçe artan bir ivmeyle yer almaya, önem kazanmaya ve gündem oluşturmaya devam ediyor. Biz de Sika olarak dergimizin bu sayısında, sizlere gün geçtikçe daha da popüler olan bu kavram ile ilgili düşünce ve fikirlerimizi aktararak, sosyal medyanın, hizmet verdiğimiz sektörlerdeki olası etkileri ile ilgili değerlendirmelerimizi paylaşmak istedik.

Sosyal medya kavramını kısaca tarif edersek, günümüz itibarıyla dijital dünya içerisinde kullanılan muhtelif interaktif iletişim platformlarına verilen genel bir isim olduğunu söyleyebiliriz. Bu tür yeni nesil iletişim platformlarının, yıllardır kullanılan klasik platformlara nazaran ortaya çıkan temel farklılıklarına baktığımızda, özellikle zaman ve dil kullanımı gibi birkaç kavramın ön plana çıktığını görüyoruz. Günlük konuşma dilinin esas alındığı bu platformlarda iletişim daha anlık biçimde gerçekleşiyor ve sürekli olarak geliyor. Tüm şirketlerin, kaçınılmaz bir şekilde oluşturması gereken “Sosyal Medya Stratejileri” ile ilgili çalışmalarını sırasında, klasik iletişim koşullarına oranla dramatik bir şekilde farklılık gösteren bu gibi kavramların etkilerini dikkate alması gerekiyor.

Dijital dünyayı da doğrudan etkileyen ve yönlendiren ülke olan ABD’de, pazarlama konusunda çalışan önemli akademisyenlerin, bin 100 firma ve 70 yöneticiyi kapsayan çalışmaları sonucunda, sosyal medya stratejisi konusunda pazardaki şirketlerin dört ana gruba ayrılacak sınıflandırılacağı ortaya konuldu. Bu stratejileri oluştururken tüm şirketlere faydalı olacağını düşündüğüm için, bu dört grubun nasıl sınıflandırıldığı ile ilgili tarifleri sizlerle kısaca paylaşmak istiyorum.

Öngörülü Pratisyenler: Sosyal medya stratejisini şirketin belirli bir departmanı / projesi için planlayan, bölümler arası koordinasyonu olmayan, her projenin spesifik olarak belirlendiği ve ölçüldüğü bir yaklaşım tarzını benimseyen şirketler.

Yaratıcı Deneyciler: Sosyal medyadan beklentileri genelde “öğrenmek” olan, projeleri farklı departmanlar için ayrı ayrı pozisyonlayan ve çıktılarla çok fazla ilgilenmeyen şirketler.

Sosyal Medya Şampiyonları: Şirket içi departman ve fonksiyonları sosyal medya platformundaki projeler konusunda yönetmek ve koordine etmekle görevlendirilmiş ekipleri olan, sosyal medya kullanımı ile ilgili



Bora Yıldırım

Genel Müdür

kuralları bulunan, şirket içerisinde “birbirinden öğrenme” prensibi dâhilinde sosyal medyayı kullanan şirketler.

Sosyal Medya Dönüştürücüler: Sosyal medya projelerini hem şirket içi çalışanlar ve hissedarlar hem de müşteriler ve iş ortaklarını dâhil ederek oluşturan, sosyal medya projelerini muhtelif fonksiyon ve departmanlar arası öğrenme ve birlikte çalışma kültürüne entegre etmiş, şirket içerisinde sosyal medyanın işle ilgili stratejileri ve temel trendlerini nasıl etkilediği ile ilgili düşünmekle görevli merkezi bir grup oluşturanlar.

Diğer bir grup ise herhangi bir sosyal medya stratejisi olmayan ve kendilerini suyun akışına bırakanlar ki, doğal olarak bu grupla ilgili çok fazla yorum yapmaya gerek yok.

Boyutları ne olursa olsun her şirket, yakın gelecekte ARGE’den operasyona kadar tüm iş süreçlerini etkileyecek olan sosyal medya platformuyla ilgili ciddi olarak düşünmeli ve yakın gelecekte ortaya çıkabilecek değişik türlerdeki sosyal medya platformlarına da adapte edilebilecek bir strateji oluşturmalıdır. Sosyal medya stratejisi kavramı ve bu konudaki başarılı uygulamalar, günümüz şirketleri için hem lokal hem de global rekabet ortamının temel şartlarından biri haline gelmiş durumdadır. Bu değerlendirmelerin ışığında yazımı, başlıktaki soruyu tekrarlayarak sonlandırmak istiyorum: “Sizin şirketinizin sosyal medya stratejisi nedir?”

Saygılarımla

SikaLife

Yerel Süreli Yayın
Dört ayda bir yayımlanır
Sonbahar / Ücretsizdir

Sika Yapı Kimyasalları AŞ
Adına İmtiyaz Sahibi
Bora YILDIRIM

Sorumlu Müdür
Turgay ÖZKUN

Katkıda Bulunanlar
Tolga SONAL

Yönetim Yeri

İstanbul Deri Organize Sanayi Bölgesi
2.Yol J-7 Parsel Aydınlı Orhanlı Mevki
34957 Tuzla-İstanbul / Türkiye
Tel: 0216 581 06 00

Yayına Hazırlık



Genel Yönetmen
Metin GÜLBAY

Görsel Yönetmen
Yavuz KARAKAŞ

Grafik
Salih ERGUVA

Editör
Banu SARI ARSLAN

Düzeltilen Editör
Ersel ERGÜZ

Fotoğraf Editörü
Murat GÜNEY

Fotoğraflar
Damla SALOR ÖZPINAR
Nihat MALÇUK

İletişim Tel:
(0216) 681 18 94

Baskı
Dünya Yayıncılık AŞ
"Globus" Dünya Basınevi
100. Yıl Mahallesi 34440
Bağcılar-İstanbul / Türkiye
Tel: (0212) 629 08 08

SikaLife dergisi, Sika Yapı Kimyasalları AŞ tarafından T.C. yasalarına uygun olarak yayımlanmaktadır. Derginin isim hakkı, Sika Yapı Kimyasalları AŞ'ye aittir. Dergide yayımlanan yazı ve fotoğrafların her hakkı saklıdır. Şirketten izinsiz, kaynak gösterilerek dahi kullanılamaz.

3 Başyazı

5 Editörden

Dosya

6 Sosyal medya dünyasına hoş geldiniz

Sika Haber

10 Dünyanın en uzun tüneline unutulmayacak tecrübe

11 Yapı Fuarı'nda Sika standı, buluşma adresi oldu

12 Yeni destek kuvveti sahaya indi

12 Sika ailesi bahar şenliğinde buluştu

13 İnsan Kaynakları Kongresi'ne Sika desteği

13 Satışta Mükemmellik eğitimleri

14 Sika'dan sürdürülebilir geleceğe destek

14 Rüya'yı gerçeğe dönüştürmek

15 Porto Riko'da kasırgaya dayanıklı çatı tasarımı

Söyleşi

16 Hazır beton sektörünün hacmi 2012'de de büyüyecektir

Büyütec

18 Ultra hızlı ultra güçlü: Sika MaxTack®

Referans Proje

19 Çatı su yalıtımında Sika Sarnafil çözümleri

Biz'den

20 Fikirden ürüne "Teknik Servis"

24 Satırarası

26 Ödüllü bulmaca

Sosyal medya ve Sika

Değerli okurlarımız,

Günümüzdeki iletişim yöntemleri yakın geçmişle bile kıyaslandığında, gelişen teknolojiye paralel olarak önemli ölçüde farklılaşmış durumda. Özellikle sosyal medya olarak tanımlanan web tabanlı yeni iletişim ortamları “sosyalleşme” kavramına yeni bir boyut kazandırdı. Her türlü içerik, fotoğraf, film ve ses dosyasının paylaşıldığı sosyal medya platformları, iletişimin hızlı ve interaktif diyaloglar halinde gerçekleşmesini sağlıyor. Yapılan araştırmalar ve ortaya çıkan çarpıcı rakamlar, sosyal medyanın hayatımızın ne kadar içerisinde olduğunu kanıtlar nitelikte:

- Tüm dünyada her üç kişiden ikisi, sosyal ağları ziyaret ediyor.
- 750 milyondan fazla üyesi bulunan Facebook’ta, Türkiye, en aktif ilk beş ülke içerisinde yer alıyor.

Her ay Facebook üzerinden 30 milyondan fazla içerik paylaşıyor ve insanlar ayda ortalama 700 milyar dakikasını bu sitede harcıyor.

- Yaklaşık 200 milyon olan twitter kullanıcı sayısı, geçen yıla oranla yüzde bin 500 arttı.
- Flickr, fotoğraf paylaşım sitesinde geçen yıl beş milyon fotoğraf paylaşıldı.
- YouTube üzerinden 2010 yılı boyunca her dakikada 48 saatlik video yüklendi.

İki milyar civarında insanın interneti kullandığı bir dünyada, çok önemli bir pay alan sosyal medya platformları, hem iş yaşamında hem de özel yaşamda yeni alışkanlıkları da beraberinde getirdi. Artık, hesabınızda kayıtlı aktif arkadaş sayınız veya takipçileriniz, ne kadar sosyal ve popüler bir insan olduğunuzun, hangi gruplara üye olduğunuz ise hayata bakış açınızın bir ölçütü. Elbette ki iş hayatı da bu yeni oluşuma fazla uzak kalamazdı. Son zamanlarda klasik pazarlama kampanyalarının yerini, ürün ve hizmeti sosyal medya platformlarında duyurmak, tüketicilerle hızlı ve karşılıklı iletişim kurmak aldı.

Zaman ve mekân sınırlaması olmadan, interaktif paylaşım esasına dayanan söz konusu ortamlarda, herhangi bir içeriğin yaratılması ve pazarlanması, bir tuşa basmak kadar hızlı ve kolay. Sosyal medyanın, kullanıcı şirketlere sağladığı göz ardı edilemez faydaların yanı sıra kontrolsüz kullanım halinde şirketlerin maruz kalabileceği potansiyel tehlikelere de dikkat etmek gerekiyor.

Bu sayımızda, sizlerin de ilgisini çekeceğine inandığımız ve artık tüm dünyadaki kurumsal iletişim stratejilerinde sıklıkla yer almaya başlayan “Sosyal medya” konusunu işlemeye çalıştık. Sika’nın global olarak sosyal medyaya bakışı ve yeni stratejileri yine bu sayfalarda yer buldu. Söz konusu bilgilendirmenin, kendi iletişim stratejileriniz üzerinde bir kez daha değerlendirme yapmanıza olanak sağlamasını umuyoruz.

Güncel konularla, önümüzdeki sayımızda tekrar birlikte olabilmek dileğiyle...

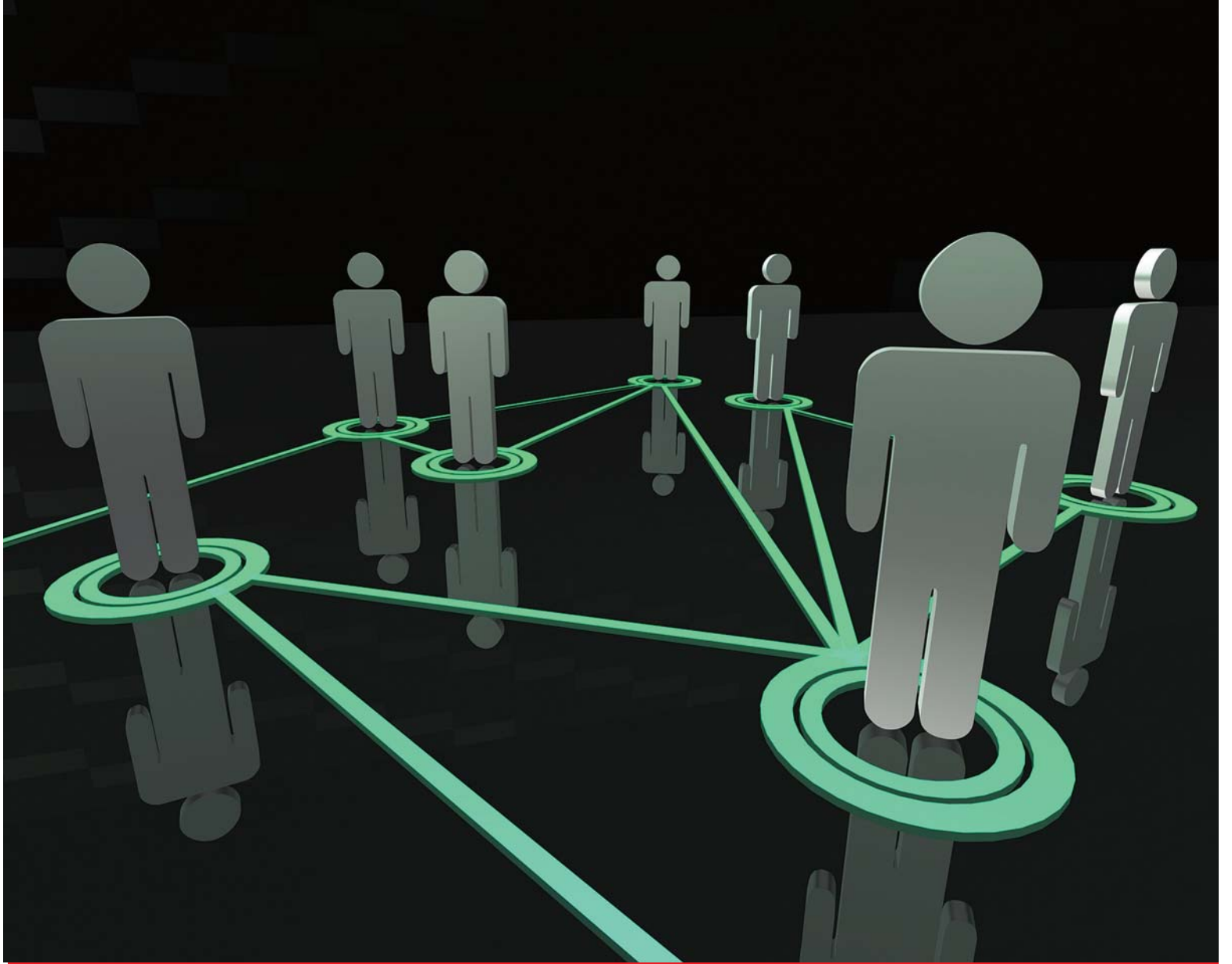
Saygılarımla



Turgay Özkun

Pazarlama & Teknik Servis Hizmetleri Müdürü

Sosyal medya dünyasına hoş geldiniz



İletişimin hızlı ve sürekli değişen dünyası yeni kanalları, yeni terimleri ve yeni alışkanlıkları da beraberinde getiriyor. Bu durum doğal olarak günlük hayatımızda farklılık yaratırken, iş yapış şekillerimizde de kaçınılmaz değişimleri mutlak kılıyor.

Özellikle son yıllarda tam anlamıyla bir patlama yapan sosyal paylaşım platformları, iş dünyasının da ilgisini çekmeyi başardı. Şirketler artık geleneksel pazarlama kampanyaları yerine, ürün ve hizmetlerini ilgili sosyal platformlara taşıyıp sadece bir klavyeyi kullanacak kadar kolay ve bir tuşa basma süresi kadar hızlı bir şekilde hedef kitlelerine ulaştırarak, değer yaratmayı tercih ediyor. Gerçek şu ki; her tüketici ya da her bir potansiyel müşteri, sosyal medya sayesinde artık birer yazar konumunda ve ihtiyaç duydukları ürün ya da hizmetle ilgili doyurucu bilgiye çok süratli bir şekilde ulaşırken, kendi özel hayatlarını, hobilerini, aile ve sosyal ilişkilerini de bu platformlar üzerinden yürütüyor.

Sosyal medyanın tanımı

Sosyal medya, çoğunlukla web tabanlı uygulamalarla, iletişimi hızlı ve interaktif diyaloglara dönüştüren dijital iletişim ortamları olarak tanımlanıyor. Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube gibi sosyal paylaşım siteleri, iş ya da özel amaçlar için kullanılan çeşitli forum ve bloglar arasında yer alıyor.

Sika, sosyal medyayı neden önemli buluyor?

Günümüzde iletişim davranışları, ciddi bir değişim gösterdi. Geçmişten farklı olarak tüketiciler, sorularına hızlı cevap beklerken, internet üzerinden farklı bilgi ve çözüm önerilerine kolayca ulaşabiliyor, olumlu-olumsuz yorumlarını da ilgililerle doğrudan paylaşabiliyor. Bu sebeple sosyal medya forumları sürekli takip edilmek durumunda...

Sika, her zaman satış ve kârlılıklarda büyümeyi, aktif olduğu tüm pazarlarda lider olmayı hedefleyen bir kuruluş. Çarpıcı büyüme rakamlarına, etkili iletişim ağına sahip olmadan, özel platformlardaki grup ve ilgililerle diyalog kurmadan ulaşmak mümkün değil.

Son zamanlarda birçok farklı sektörde reklamın getirisine daha az inanılıyor. Bunun yerine forum ve bloglarda şirketiniz veya hizmetlerinizle ilgili bilgilerin takip ediliyor olması çok daha fazla önem kazandı. Artık birebir kişisel tavsiyelerin, genele verilen bir reklamdan daha etkili olduğu düşünülüyor.

Sosyal medya, gençlerin bilgi topladığı, diğer kişi ve kurumlarla direkt temasa geçtiği bir platform. Günümüzde olduğu gibi, gelecekte de bunun bir parçası olmak ve aktif rol almak önem kazanıyor.

Güvenilirlik sağlamak ve her zaman inandırıcı olabilmek için tüketicinin gerçekçi eleştirilerini mutlaka dikkate almak gerekiyor. Olumsuz yorumlar bir felaket değil, aksine kendinizi doğru anlatmak ve belki de bir yanlış an-

lamayı ortadan kaldırmak için bir fırsat.

Tüm bunların üzerinde, sosyal medyada fark edilir olmaya bağlı iyi itibar, bütün ölçümlemelerin merkezinde yer alıyor.

Yeni reklam platformu: Sosyal medya

Sosyal medyanın Sika gibi büyük şirketler için sağlayacağı fırsatları ve olası tehlikeleri Sika Merkez, Kurumsal İletişim Yöneticisi Kathrin Mueller ile konuştuk.

Sosyal medya nedir?

Sosyal medya, insanların birbiriyle elektronik ortamlarda iletişim kurduğu; Facebook, Twitter, YouTube, Xing, LinkedIn, Blogs gibi dijital platformlardır. Bu platformlarda fotoğraflar, metinler ve filmler kolaylıkla paylaşılabilir. Dijital içerik iki kişi arasında olabileceği gibi, arkadaş grubu veya topluluklar ile de paylaşılabilir.

Sosyal medya günümüzde neden bu kadar önemli?

İletişim davranışları sürekli olarak değişim gösteriyor. Günümüzde artık klasik reklam ve iletişim yöntemleri, geçmişte olduğu kadar çok insana ulaşmıyor. "Dijital Yerli" olarak adlandırılan 1980'den sonra doğan jenerasyon, sosyal ağları gittikçe artan bir şekilde kullanmaya devam ediyor. Şirketlerin reklama ayırdıkları pay ise azalmaya başladı. İnsanlar reklamlarda söylenen her şeye çok fazla inanmıyor. Parlak kâğıtlara basılan dergiler yerine, daha otantik ve gerçekçi diyalogları tercih ediyor. Aynı zamanda, arkadaşlar tarafından tavsiye edilen bir içeriğin, tavsiye görmemiş herhangi bir içeriğe göre daha fazla şansı var. Bu bize, arkadaş tavsiyesinin neden bu derece önemli olduğunu gösteriyor.

Peki, her yükselen trendi iş süreçlerimize adapte etmeli miyiz?

Sika veya Sikaflex gibi marka ya da şirketler, tüketicilerle sürekli iletişim halinde oldukları ve onlardan düzenli geri bildirim aldıkları için sadece kendilerine ait bir sosyal siteleri olması gerekmiyor. Bu demektir ki beğenelim ya da beğenmeyelim, insanlar bizimle zaten online olarak konuşuyor. Ancak şu çok önemli, sosyal paylaşım platformlarıyla, sadece insanların bizim için ne dediğini bilmekle kalmıyoruz, en azından bir etki yaratıyor ya da tartışmalara önderlik ediyoruz.

Burada yeni olan ne var?

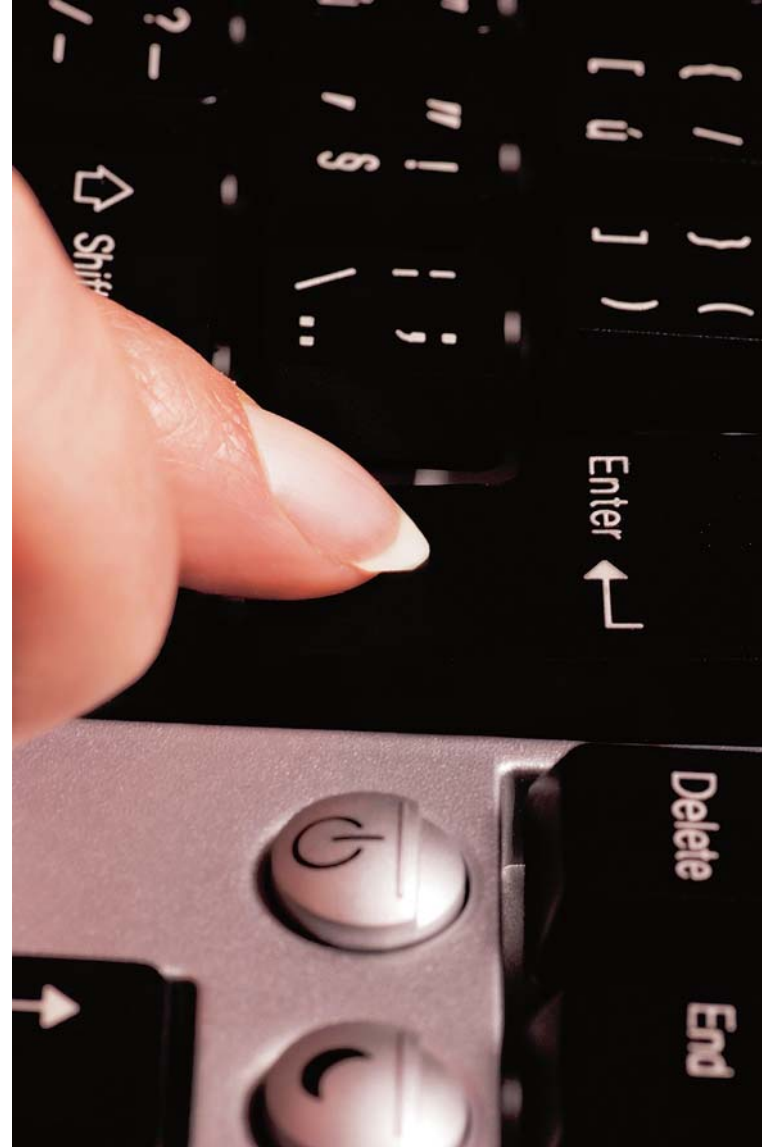
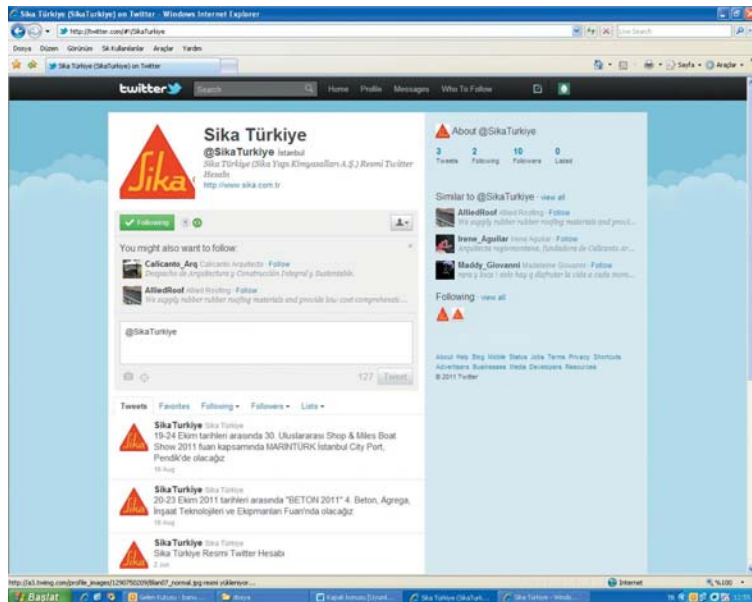
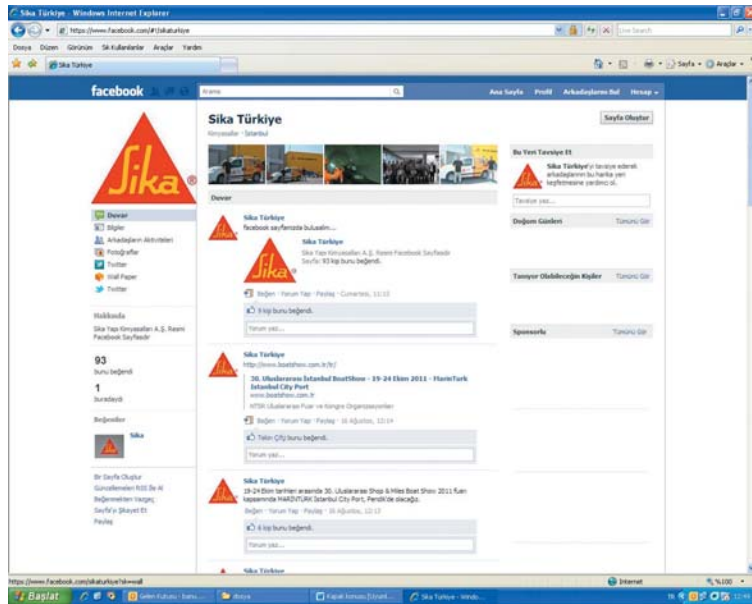
Her şey yeni! Değişiklik, metinle-



Sosyal medya ile geleneksel iletişim farklılıkları



- Kullanılan iletişim dili ve tonu
- Zamanlama: Daha spot ve sürekli
- Hedef Grup: Gruplardan çok kişi bazında yaklaşım
- Metinler: Daha kısa, daha ilgi çekici ve daha doğrudan



rin şekliyle başlıyor. Sosyal medya metinleri daha kısa, sadece hayati noktaları içerecek şekilde sadeleştirilmiş yapıda. Dil basit ve genellikle günlük konuşma lisanında. Kişiler bireysel olarak iletişim kurarken, topluluk da bunu takip ediyor. Diyalog, tek yönlü iletişimin yerini alıyor ve bununla beraber güç de topluluğun eline geçiyor. Kullanıcı, organizasyonla doğrudan temas kurabiliyor ve bu noktada bir yazar ya da fikir üreticisi konumuna taşıyor. Bu büyük değişikliklerin tüm iletişim sorumlularını nasıl etkilediğini tahmin edebilirsiniz.

Sika çalışanları bu platformlarda iyi bir itibarın oluşturulmasına nasıl yardımcı olabilir?

Herkes destek olabilir, kayıtsız kalmamak gerekli. Bir Facebook profili açmak zorunda değilsiniz. Facebook hesabınız varsa "beğendim" ikonuna tıklayarak Sika'dan haberlerin profilinizde otomatik olarak görüntülenmesini sağlamanız mümkün. Böylece Facebook kontaklarınız önerilen sayfaları görebilecek, markamızla yakın temas geçebilecek ve muhtemelen

onlar da bizimle ilgili kendi kontaklarına tavsiyede bulunacaklar. Bununla birlikte Sika'nın bilinirliğini artırmaya ve diğer gruplara da yakın olmasına katkı sağlıyorsunuz.

Sika içerisinde Facebook kullanılıyor mu?

Sosyal medyanın öneminin artması Sika yönetimin ilgili platformlara izin verme kabülünü getirdi. Sayfalar gereğinden fazla kullanıldığında konu yeniden tartışılacak. Bu da bize sosyal medyayı akla uygun bir şekilde kullanmamızın gerekliliğini vurguluyor.

Sosyal medyanın riskleri nedir?

Herhangi bir kişinin, sizin ya da sizin ürünleriniz hakkında kötü veya doğru olmayan hükümlerle konuşması söz konusu olabilir. Ancak tüm dünyadaki aktivitelerinizle ilgili tamamen pembe bir tablo görüyorsanız, asıl o zaman kuşkulananız gerekir. Önemli olan negatif eleştirileri ele almak, doğru anlayarak değerlendirmek, gerekiyorsa ürün ve hizmetlere adapte etmek. Elbette ki her şeyi kolayca değiştirebilmek mümkün değil. Burada asıl önemli olan, insanlara, fikirlerine saygı duyulduğunu, üzerinde zaman ve emek harcanarak değerlendirme yapıldığını, ürün ve hizmetlerimizin performansına ne kadar önem verdiğimizizi gösterebilmek. Bunu gerçekleştirerek, sorumlu davranan bir şirket karakteriyle güvenilirliğimizi kuvvetlendiririz.



Sika Merkez Kurumsal İletişim Yöneticisi Kathrin Mueller

Kurumsal İletişim Departmanı, sosyal medyayla ilgili neler yapıyor?

Öncelikle sosyal medya platformlarında davranış ile ilgili bir kılavuz hazırladık. Sika Facebook profilimizden, birçok Sika sosyal medya sayfasına ve içeriğe yönlendiren portal fonksiyonuna da erişebilirsiniz. Ayrıca çeşitli sosyal medya platformlarını harmonize ettik ve profesyonelleştirdik. Son günlerde ise, kurumsal pazarlama ve bilgi işlem departmanlarıyla birlikte, yakın gelecekte dünya genelindeki tüm Sika şirketleri tarafından kullanılacak, ürün bilgilerine mobil erişim uygulamaları üzerinde geliştirme yapıyoruz.

Hangi sosyal medya sayfalarını öneriyorsunuz?

Aslında çok var. Örneğin Facebook'taki "Sika Experience": <http://www.facebook.com/sika.experience>

Sika Man'ın Facebook sayfası da ilgi çekici: <http://www.facebook.com/sikaman>

Ya da Sika Grup'un Twitter sayfasından bizi takip edebilirsiniz:

http://www.twitter.com/sika_group

Bunun gibi o kadar çok örnek var ki...

Sika'nın Facebook sayfasından dünya haritası yardımıyla tüm yerel sosyal medya sayfalarımıza ulaşabilirsiniz: http://www.facebook.com/pages/Sika/100955890006686#!/pages/Sika/100955890006686?sk=app_199621976758329

Sosyal medyada yapılacaklar

Mutlaka yapın

- Tüm yorumları dikkate alın. Bunları profesyonel yaklaşım ve saygı çerçevesinde yanıtlayın.
- Mümkün olduğunca hızlı geri dönüş yapın. Eğer daha fazla zamana ihtiyaç duyarsanız, bunu, ilgiliye mutlaka bildirin.
- Sosyal medya platformlarını, ulaşmak istediğiniz, önceden belirlenmiş hedef ve planlar doğrultusunda kullanın.
- Şirketinizdekileri zor durumda bırakmamak ya da müşterilerinizi hayal kırıklığına uğratmamak için, bir bilgiyi paylaşmadan önce iyice düşünün.
- Şirketiniz adına sosyal medya platformunu kullanacaklar için, bir kullanım kılavuzu oluşturarak, herkesin bilgi sahibi olduğundan emin olun.

Asla yapmayın

- Eleştiri ve yorumları yok saymayın. Olumsuz eleştirilere çok sert ve ölçsüz tepki göstermeyin.
- Doğru olmayan bilgiyi paylaşmayın ve gerçek dışı beyanlarda bulunmayın. Şeffaf ve açık olun.
- Rakipleriniz hakkında karalayıcı, küçük düşürücü yorumlarda asla bulunmayın
- Gereğinden fazla ve çok sık bilgi göndermek kafa karışıklığına, yanlış anlamalara ve sıkıcılığa neden olabilir.
- Sadece herkes yapıyor diye plansız-programsız ve hedefsiz bir şekilde bu işe başlamayın.
- Sosyal medya platformunu şirketinizi temsilen kullanıyorsanız, özel hayatınızla ilgili gerektiğinden fazla bilgi paylaşmayın.
- Metin, fotoğraf ve film gibi içeriklerin, filtrenizden geçmeden, kontrolünüz dışında yayımlanmasına izin vermeyin.

Dünyanın en uzun tüneline unutulmayacak tecrübe

Sika Türkiye Beton Grubu İş Birimi, tünel konusunda ülkemizde faaliyet gösteren uzmanlar için 11-14 Haziran 2011 tarihleri arasında St. Gotthard Tüneli'ne teknik bir gezi düzenledi.



Toplam 20 profesyonel tünel uzmanının katıldığı gezi, katılımcılarına çok özel teknik deneyimler yaşatmasının yanı sıra, doğal güzellikler bakımından Avrupa'nın en güzel bölgesini ziyaret etme imkânı da sağladı.

11 Haziran Pazartesi günü akşam yemeğinde bir araya gelen katılımcılar, ikinci ve üçüncü gün, şantiye ziyareti gerçekleştirdi. Tünel şantiyesinde iş güvenlik kuralları kapsamında uygulanan kişi sınırlaması nedeniyle katılımcılar iki gruba ayrıldı.

Tünel şantiye ziyareti, profesyonel rehber eşliğinde, St. Gotthard hakkında önem-

li bilgileri içeren sunumun yapılmasıyla başladı. Katılımcılar, Sika'nın dünyanın en önemli projesine sunduğu benzersiz çözümleri de yerinde inceleme fırsatını yakaladı. Bellinzona'da kültür turu ve Albergo Della Alpi'de yenilen akşam yemeği sayesinde ziyaretçiler, keyifli dakikalar yaşadı.

1993 yılında çalışmalara başlanan ve 2016 yılında tamamlanması planlanan İsviçre Alpleri'nin altındaki St. Gotthard, 57 kilometre ile dünyanın en uzun demiryolu tüneli olma özelliğini taşıyor. Kuzey ve Güney Avrupa eksenindeki bu geçiş yolunda hızlı trenlerin çalışmasıyla birlikte, seyahat süresi 50 dakikaya inecek.



Yapı Fuarı'nda Sika standı, buluşma adresi oldu

Bu yıl 34'üncüsü düzenlenen Yapı Fuarı İstanbul, 27 Nisan- 1 Mayıs günleri arasında Büyükçekmece TÜYAP Fuar Merkezi'nde sektör temsilcilerini bir araya getirdi.

Türkiye'nin en büyük yapı fuarları arasında yer alan Yapı Fuarı İstanbul, bu yıl da başarıyla tamamlandı. Toplam 111 bin 320 ziyaretçinin gezdiği fuarda Sika, her yıl olduğu gibi üç numaralı salondaki standında misafirlerini ağırladı.

Ürün ve sistem çözümlerinin tanıtıldığı Sika standında, ziyaretçiler, özel olarak tasarlanmış modeller üzerine uygulanan sistemleri yerinde inceleme fırsatı yakaladı. Ayrıca SikaRoof-MTC çatı su yalıtım sistemleri, Sika ComfortFloor zemin kaplama sistemleri, Hij-

yenik Kaplama Sistemleri ve Sika ViscoBond gibi yeni ürünler de uzman teknik ekip tarafından misafirlere tanıtıldı.

Özellikle nem ile tetiklenerek kürlenme sağlayan yeni bir teknolojiyi içeren, geleneksel poliüretanlara göre çok daha hızlı kür alma özelliğine sahip, yanmaz özellikli SikaRoof MTC su yalıtım sistemleri katılımcıların büyük ilgisini çekerken, yapıştırma, akışkanlaştırma, dayanım artırma ve su yalıtımı özelliklerini bünyesinde bulunduran SikaViscoBond isimli ürün de ziyaretçilerden tam not aldı.



Yeni destek kuvveti sahaya indi

Sika Türkiye, müşteri memnuniyeti ilkesi çerçevesinde, Bayi Dağıtım Kanalı bünyesinde yeni bir gezici ekip oluşturdu.



Sika'nın yüz yılı aşan tecrübe ve başarısının temelini, dünyanın neresinde, hangi zorlu fiziki şartlar altında olursa olsun müşterilerine hızlı ve güvenilir çözümler sunabilmesi oluşturuyor.

Dünyanın beş kıtasına dağılmış şirketleri ve güçlü dağıtım ağı sayesinde bu başarıyı yakalayan Sika'nın müşteri memnuniyeti ilkesi, faaliyet gösterdiği tüm

ülkelerde de temel prensip olarak ele alınıyor. Bu çerçevede Sika Türkiye, Bayi Dağıtım Kanalı bünyesinde yeni bir ekip oluşturdu. Eğitimli personeli, özel tasarlanmış aracı ve ekipmanlarıyla SikaMobil ekibi, tüm Türkiye'deki bayi dağıtım kanalı müşterilerine hızlı bir şekilde ulaşarak, ürün ve sistemlerle ilgili uygulamalı eğitimler verecek.



Sika ailesi bahar şenliğinde buluştu

Sika Türkiye ailesi, yoğun iş temposundan kısa bir süreliğine de olsa uzaklaşarak, doğayla iç içe, eğlenceli bir gün geçirdi.

Sika Türkiye çalışanları, eşleri ve çocuklarıyla birlikte 28 Mayıs Cumartesi günü Polonezköy Village Park Resort'ta organize edilen bahar şenliğinde bir araya gelerek keyifli saatler geçirdi.

Yaklaşık 370 kişiden oluşan Sika ailesi üyeleri

gün boyunca, zaman zaman yağan yağmura dahi aldırış etmeden, düzenlenen yarışmalar ve etkinliklerle gönülleriince eğlendi. Barbekü partisi ve hediye çekilişleri ile devam eden organizasyon akşamüstü son buldu.



İnsan Kaynakları Kongresi'ne Sika desteği

Kocaeli Üniversitesi ve İnsan Kaynakları Dayanışma Derneği-İKDAY iş birliği ile organize edilen İnsan Kaynakları Kongresi, 25 Mayıs 2011 tarihinde Prof. Dr. Baki Komşuoğlu Kongre Merkezi'nde gerçekleştirildi.

Sika Yapı Kimyasalları'nın kurum olarak desteklediği ve sunumuyla katıldığı kongrede, katılımcı firmalar hem kendilerini tanıtmaya fırsatı buldu hem de öğrenicilerle birebir sohbet etme imkânı yakaladı.

Satışta Mükemmellik eğitimleri

Sika satış ekibi, konusunun en önde gelen uzmanlarından Ufuk Koç tarafından verilen "Satışta Mükemmellik" eğitim serisiyle yetkinliklerini artırıyor.



Sika Satış Personeli, İnsan Kaynakları Departmanı tarafından belirlenen hedefler ve takvim doğrultusunda iş becerilerini geliştirmek amacıyla, yıl boyunca çeşitli eğitim programlarına katılıyor. Söz konusu programlar, satış personelinin hem kişisel gelişimlerine yardımcı oluyor hem de iş hayatındaki becerilerini artırıyor. Bu kapsamda, strateji ve yetkinlik gelişimi konularındaki tecrübesi ve bilgi birikimiyle önemli bir otorite olan Ufuk Koç'un önderliğinde, Sika için özel olarak tasarlanan Satışta Mükemmellik eğitimi düzenlendi. Eğitim programı serisinin üç oturumluk bölümü, Temmuz ayı içerisinde, tüm satış personelinin katılımıyla gerçekleştirildi.

Sika'dan sürdürülebilir geleceğe destek



Yaşadığımız çevreye ve topluma katkıda bulunabilmeyi amaçlayan Sika, yeni bir sürdürülebilir inşaat mühendisliği kürsüsüne sponsor oldu.

Sika çözümleri, yapı sektöründe karbondioksit emisyonlarının ve betonun imalatında kullanılan su miktarlarının azaltılmasına yardımcı oluyor. Bunun bir örneği olarak Sika, 100. kuruluş yılında, ETH Zürih Kuruluşu Sürdürülebilir İnşaat Mühendisliği için yeni bir kürsü oluşturulması amacıyla sponsor oldu. Sika ortaklık kapsamında, ilgili tüm tarafların fayda sağlayacağı ve karşılıklı katkıda bulunabileceği uzun süreli iş birliğine imza attı. Bu destekle beraber Sika, İsviçre Federal Teknoloji Enstitüsü'yle halen kimya, yapı malzemeleri ve inşaat alanlarındaki çok taraflı ve başarılı ortaklığını da devam ettiriyor.

ETH Zürih Kuruluşu, Zürih İsviçre Federal Teknoloji Enstitüsü'ndeki stratejik eğitim ve araştırma projelerine destek olmayı amaçlayan bir yapı... Sika'nın bu sponsorluğu birçok farklı projenin hayata geçirilmesine imkân tanıyacak. Sika AG Yönetim Kurulu Başkanı Walter Gruebler konuyla ilgili olarak yaptığı açıklamada "Çevre dostu malzemeler yalnızca mevcut tecrübeler ile geliştirilemez, yeni çözümlere de ihtiyaç vardır. İşte bu sebeple Sika, sürdürülebilir inovasyon fikirlerinin oluşabilmesi için yüksek düzeydeki bilimsel yetkinliğe önderlik etmektedir. ETH Zürih bu iş için ideal bir ortaktır" dedi.

Rüyayı gerçeğe dönüştürmek

Birçok mimarlık ödülü kazanan ve denizaşırı ülkelerdeki tasarımcıların da ilgisini çeken Japonya'daki Hoto Fudo restoranının inşasında Sika ürünleri kullanıldı.

Fuji Dağı eteklerinde bulunan, eskimo evi tarzındaki Hoto Fudo isimli Japon restoranı, yumuşak geometrisiyle gökyüzündeki bir bulutu hatırlatıyor. Tasarım, yağmur sularının yüzeyde birikmesine izin vermediği gibi, rüzgârın da beton kabuğun altından sirkülasyonunu sağlıyor. Tasarımın bir önemli detayı da duvarlarla kombine olarak inşa edilen çatının hiçbir derze sahip olmaması... Mimari tasarım açısından mükemmel olan bu fikirler, inşaat sürecinde çözülmesi gereken bazı zorlukları beraberinde getirdi.

En önde gelen gereksinimlerden biri, düz çatılar ve 90 derecelik duvarlardaki yalıtımla aynı güvenilirliği sağlaması gereken, çatı su yalıtımı detayları ile ilgiliydi. Bu sorun, uygulama boyunca her yerde düzgün ve eşit kalınlık sağlayan, Sika'nın iki bileşenli, çok hızlı kür alan poliüretan püskürtme sistemi ile çözüldü. Düz ve derz bulunmayan yapı yüzeyi üzerinde karşılaşılması gereken yüksek elastikiyet, bu gibi durumlarda en iyi çözüm olan Sika likit membranları uygulamasıyla güvence altına alındı. Son olarak parlak beyaz renk ve özellikle uzun ömürlü olacak temiz yüzey görünümü ise, Sika®TopCoat® kullanılarak elde edildi.

Sika®TopCoat®'da bulunan fotokatalistler, kirlenme istenmeyen ve kolay temizlenme gereksinimi duyulan son kat uygulamalarında kullanılıyor. Bunlar UV ışın-



larını kullanarak, organik ve inorganik materyallerin uzaklaştırılması amaçlı oksidasyon sürecine imkân sağlıyor.



Porto Riko'da kasırgaya dayanıklı çatı tasarımı

Porto Riko'da, Fırtına Vadisi olarak bilinen bölgede yer alan Fajardo Feribot Yolcu Terminali, Sika®EnergySmart Roof® membran sistemiyle yenilendi.

Tropik bölgedeki Kuzeybatı Karayip Denizi'nde yer alan Porto Riko'da, mevsimler çok fazla değişiklik göstermiyor. Neredeyse yılın her günü yaz havası yaşanan bölgede, birçok insan için feribot seyahati yapmak, keyifli bir atmosfer yaratıyor. Ancak ne zaman yağmurun bastıracağını asla bilemiyorsunuz. Bir anda bastıran ve 5 ile 20 dakika arasında süren sağanak yağmurlar sizi iliklerinize kadar ıslatabiliyor.

Fajardo Feribot Yolcu Terminali de zaman içerisinde bu yağmurlar nedeniyle su geçirmezlik özelliğini yitirdi ve acil olarak yenilenmesi gerekti. Proje yapıtıracak olan Porto Riko Denizcilik İşletmeleri, Fırtına Vadisi olarak bilinen bu bölgede inşa edilecek söz konusu yeni çatının, yüksek rüzgâr dayanımına sahip ve elbette su geçirimsiz olması gerekliliğini şart koştu. Bununla birlikte seçilecek olan çözüm, feribot seferlerinin

aksatılmadan devam edebilmesini sağlamalıydı. Bitümlü örtü sistemleri ile konvansiyonel çatı uygulama fikirleri, yenileme işlemleri sırasında olası yangın riskleri ve lojistik zorluklar nedeniyle elemine edildi ve terminalin Sika Yapı Kimyasalları ürünleriyle yenilenmesine karar verildi.

Sika®EnergySmart Roof® membran sisteminin uygulama sırasında yolcuları ve çalışanları rahatsız edecek herhangi bir duman çıkartmayacak yapıda olması, projede bu sistemin tercih edilmesini sağladı. Sistem aynı zamanda, yüksek rüzgâr dayanımı performansı ile, havadaki tuz ve feribotların dumanına karşı kimyasal dayanımı ile de diğer uygulamaların önüne geçti. Ayrıca Sika Samafil sistemi, açık renk yapısıyla güneşin ısısını yansıtarak enerji tasarrufuna da imkân tanıdı.



Hazır beton sektörünün hacmi 2012'de de büyüyecektir

Türk çimento ve beton sanayisi, Türkiye'nin en önemli inşaat malzemesi sektörleri arasında yer alıyor. 2010 yılını büyümeyle kapatan çimento ve beton sektörünün 2011 yılında da bu büyümeyi sürdürdüğü ve 2012 yılına yönelik beklentileri artırdığı görülüyor.

inşaat malzemeleri sektörünün son yıllardaki başarılı gelişiminin arkasındaki firmalardan biri olan Cimpor Grup, 2011 yılında üretimini 42 milyon tona çıkardı. Türkiye'de 2007 yılında kurulan; her geçen gün kapasite, üretim, ihracat ve ürün kalitesiyle sektörün önde gelen aktörlerinden biri olan Cimpor Yibitaş'ın Agregatör ve Beton Direktörü Onurhan Kışkı ile sektörü, firmanın gelecek döneme ilişkin planlarını konuştuk.

Cimpor Yibitaş'ın kuruluşu ve faaliyet alanları hakkında bilgi verir misiniz?
Cimpor, dört kıtada, 12 ülkede, toplam 42 milyon ton/yıl çimento üretim kapasite-

si ile dünya çimento pazarında yer alan Portekiz merkezli uluslararası bir gruptur. Cimpor, 2007 yılı Şubat ayında Yibitaş Lafarge Orta Anadolu Çimento Sanayi ve Tic. AŞ'nin (YLOAÇ) hisselerinin yüzde 99,68'lik bölümünü satın alarak Türkiye pazarna girdi. Grubun esas faaliyet alanı çimento. Hazır beton, agrega ve harç, dikey entegrasyon çerçevesinde üretiliyor ve pazarlanıyor.

Cimpor Yibitaş'ı rakamlarla özetler misiniz? Fabrika, üretim tesisi, çalışan sayınız ve üretim kapasiteniz nedir?

Cimpor Yibitaz Çimento, merkez ofis, şubeler ve iş-tiraklerindeki yaklaşık 900 çalışanıyla; Ankara-Hasan-oğlan, Yozgat, Çorum ve Sivas'ta dört entegre çimento fabrikası, Nevşehir ve Samsun'da iki çimento öğütme paketleme tesisi ile yıllık toplam 2,4 milyon ton klinker ve 4,5 milyon ton çimento üretim kapasitesiyle faaliyet gösteriyor.

Çimento dışındaki hazır beton ve agregası faaliyet alanlarımızdaki yapılanmamıza bakıldığında ise Ankara, Kapadokya ve Karadeniz bölgelerindeki sekiz ayrı ilde toplam 16 hazır beton tesisinde yıllık yaklaşık 3,5 milyon metreküp hazır beton, Ankara-Lalahan ve Kayseri-Bünyan'da iki agregası ocağında yaklaşık 3 milyon ton agregası üretim kapasitemiz mevcut. Agregası ve beton operasyonlarında taşeron çalışanları haricinde yaklaşık 170 çalışanımızla müşterilerimize hizmet veriyoruz.

Sizin görev tanımınız ve sorumluluk alanlarınız nedir?

Cimpor Grubu'nun Türkiye'de faaliyete geçtiği tarihten bu yana, Agregası ve Beton Grubu Direktörü olarak Türkiye'deki agregası-beton operasyonlarının gelişim stratejilerinin belirlenmesinin yanı sıra, üretim ve satış organizasyonlarını yönetiyorum. Üç ayrı bölge ve sekiz ayrı şehirde operasyonlarımızın olduğu düşünüldüğünde; her bir bölge ve şehrin de kendine has dinamikleri olduğu göz önüne alındığında, ekip olarak yoğun bir iş temposuna sahip olduğumuzu rahatlıkla söyleyebilirim.

Türk inşaat malzemeleri sanayisi 2010'u yüzde 17 gibi beklentilerin üzerinde bir artışla kapattı. Genel olarak inşaat malzemesi sanayisinin ve özelde beton ile agregası sektörünün 2011'de nasıl bir performans sergileyeceğini düşünüyorsunuz ve 2012 yılına yönelik sektörel beklentileriniz nedir?

Faaliyetlerimizin devam ettiği bölgelerle ilgili olarak konuşmam gerekirse, gerek pazarlarda yaptığımız araştırmalara gerekse ilgili pazarlarda hayata geçmeye başlayan, başlayacak olan ve planlanan yatırımlara baktığımızda beton ve agregası sektörünün de büyümeye devam edeceğini öngörüyor ve yapılanmamızı, stratejilerimizi bu yönde belirliyoruz. Tabii ki beklenen bu büyümelere yön verecek en büyük etkenlerin HES, TOKİ ve altyapı yatırımlarının olduğunu belirtmem gerekiyor.

Türk inşaat malzemesi sanayisi oldukça dinamik bir sektör. Artan çimento ihtiyacı, önemli bir ihracat kalemi olarak karşımıza çıkıyor. Şirketinizin ihracat konusundaki hedefi nedir?

Türkiye'nin son iki yılda artan çimento tüketimine baktığımızda ihracata pay ayıramadığımız görülüyor. Önceliğimiz, iç piyasada müşterilerimizin ihtiyacını karşılamak olsa da önümüzdeki yıllarda, değişen pazar şartları ve kapasiteler dikkate alındığında ihracat her zaman bir alternatif olmaya devam edecektir.

Cimpor olarak 2011 yılında yüzde kaçlık bir artış öngörüyorsunuz? 2012 yılına yönelik hedefleriniz ve yatırım planlarınız nedir?

Hazır beton faaliyetlerimizin bulunduğu bölgelerde pazar, bir önceki yıla göre yak-



Onurhan Kızı

laşık yüzde 20'lik bir büyüme gösterdi. Bu, ortalama bir oran olup tüm pazarların aynı oranda büyüdüğünü söylemek yanlış olur. Kamu ve altyapı yatırımları, bölgesel büyümelere belirleyici etken oldu. Önemli olan bu büyümenin göstereceği istikrardır. Bugünkü koşullarda uzun vadeli tahminler yapmak pek mümkün olmamakla birlikte en azından 2012 yılının da inşaat sektörü, dolayısıyla hazır beton sektörü için hacimsel açıdan iyi geçeceğini düşünüyorum. Zaten bu öngöründen hareketle şirketimiz de önümüzdeki yıl için sabit ve mobil ekipman yenileme yatırımlarının bütçelemesini yaptı. Bunun yanı sıra yeni pazarlarda da yeni tesisler kurarak hizmet ağıımızı genişletmek için gerekli çalışmaları tamamlamış bulunuyoruz.

Sika'yla yürüttüğünüz iş ortaklığı hakkında bilgi alabilir miyiz?

Firma olarak önceliğimiz kaliteli ürün üretmek olduğundan, çalıştığımız tedarikçileri de bu ilkedan ödün vermeyecek şekilde, titizlikle seçmeye çalışıyoruz. Sürekli kendini geliştiren, aynı sektördeki diğer firmalara göre farklı alternatif ve çözümler üreten firmaları tercih ediyoruz.

Hazır betonun ana ham maddeleri olan çimento ve agregası dışında, hazır beton katkıları da üretilen betonun kalitesinde önemli bir role sahip. Bu yüzden, katkı firması

seçiminde öncelikle ürünlerini sürekli geliştiren, merkez laboratuvarımızla ortaklaşa çalışarak ürünlerini ihtiyaç ve taleplerimize göre dizayn eden firmalar ile çalışıyoruz. Sika da bizim bu ihtiyaçlarımıza cevap veren sayılı firmadan biri olduğu için, 2011 yılı yazlık katkı tedarikimizi yapıyor. Kendilerine gösterdikleri iş birliği ve performans nedeni ile teşekkür etmek istiyorum.



Evinizdeki tamir ve yenileme işleri için mükemmel bir çözüm

Ultra Hızlı Ultra Güçlü: Sika MaxTack®

Teknolojik ihtiyaca yönelik kaliteli ürünleri, üretim süreçlerine hızlı bir şekilde adapte ederek ve müşterilerinin beğenisine sunarak yüz yıldır süregelen kalitesini yenileyen Sika'dan yeni bir ürün: Sika MaxTack®

Sika'nın yeni ürünü Sika MaxTack®, tek bileşenli, su bazlı ve yüksek dayanımlı yapısıyla özellikle iç mekân ve korunaklı dış mekânlarda, farklı yapı elemanlarının yapıştırılmasında kullanılabilen çok amaçlı bir yapıştırıcı olarak müşterilerin beğenisine sunuldu.

Sika MaxTack® beton, harç, çimentolu levhalar, ahşap ve boyalı dekoratif elemanlar gibi birçok yüzeye güçlü yapışma sağlamasının yanında; süpürgelik, ahşap çerçeve ve paneller, terrakota karolar, anodize alüminyum, polistren elemanlar gibi dekoratif parçaların da yapıştırılmasında kullanılabilir.

300 mililitre kartuş ambalajlar halinde satılan Sika MaxTack® güçlü ilk tutunması sayesinde evinizdeki tamirat ve yenilenme işlerinde en büyük yardımcınız olacak. Sika MaxTack® ile birlikte mekanik sabitleme elemanlarına ihtiyaç duymaksızın, kırma ve delme işlemleri yapmadan, birçok yapı elemanını istediğiniz yüzeye yapıştırabileceksiniz.

Sika MaxTack®'in avantajları:

- Güçlü ilk tutunma ve taze halde yapışabilme özelliğine sahiptir.
- Birçok farklı yüzeye çok rahat yapışabilir.
- Kokusuzdur.
- Çok kolay, temiz ve güvenli bir şekilde uygulanabilir.
- İç mekânlarda hem yatay hem de düşey yüzeylerde; balkon gibi korunaklı dış mekân yüzeylerinde kullanılabilir.
- Çivi, vida gibi mekanik sabitleme işlerini ortadan kaldırır.
- Su bazlı boyalarla üzeri boyanabilir.





Proje Tanımı: Ankara NATA Vega AVM Projesi

İşveren: Nata Group

Proje Grubu: A Tasarım

Uygulamacı: Büke İzolasyon

Ürün / Uygulama Konusu:

SikaSarnafil TS 77/12

Detaylar için TG 66/12

Parapet ve ışıklıklarda sabitleme elemanı olarak Sarnabar uygulanmıştır.

Toplam Metraj : 17.500 metrekare

Çatı su yalıtımında Sika Sarnafil çözümleri

Sika Çözümleri:

Ankara'nın Mamak ilçesinde IKEA ve Metro Grosmarket gibi güçlü markaları farklı etaplar halinde bünyesinde bulunduran ve yaklaşık 500 bin metrekare kapalı alanı ile Türkiye'nin en büyük alışveriş merkezlerinden biri olacak NATA Vega AVM projesinin çatı su yalıtımı Sika Sarnafil FPO (Flexible Poliolefin) membranları ile yapılıyor. 2010 yılında yapımına başlanan ve mimari projesi A Tasarım tarafından hazırlanan proje, ayrıca içerisinde inşa edilecek olan Avrupa'nın ikinci büyük akvaryumu ile de ayrı bir öneme sahip.

Mekanik sabitlemeli olarak tasarlanan çatının su yalıtımında Sarnafil TS 77-12, 1,2 milimetre kalınlıkta polyester taşıyıcılı ve mekanik sabitlemeye uygun Sarnafil TS 77-12 ürünü seçildi. Çatı alanında noktasal olarak vidalar ile çatıya sabitlenen su yalıtım membranı, parapet ve ışıklık gibi detaylarda da Sika tarafından geliştirilmiş olan lineer sabitleme elemanları Sarnabar ile alt yapıya bağlandı. Parapet dönüşleri ve diğer detaylarda ise yüksek oranda boyutsal stabiliteye ve işlenebilirlik özelliklerine sahip cam elyaf taşıyıcılı Sarnafil TG 66-12 ürünü uygulandı.



Fikirden ürüne "Teknik Servis"



Ürün yönetimi, CE standartlarının takibi, yeni ürünler konusunda personel ve müşteriler için düzenlenen eğitimler gibi bir dizi süreci yönlendiren Sika Türkiye Teknik Servis Bölümü'nün nihai tek bir hedefi var: Müşteri memnuniyeti...

Sika Türkiye ürünlerinin laboratuvar aşamasından son kullanıcıya ulaşmasına kadarki sürecinde kilit konumda yer alan Teknik Servis Bölümü'nün Yöneticisi Cenk Çotur ve Endüstri Grubu Teknik Servis Yöneticisi Burak Kozak, bölümleri ve çalışmalarını ile ilgili detayları anlattı.

Teknik Servis Bölümü'nün organizasyon yapısı hakkında bilgi verir misiniz?

Sika Türkiye Teknik Servis Bölümü, destek pozisyonları ile birlikte dokuz kişilik bir ekipten oluşuyor. Bölümün önemli sorumluluklarının başında Sika Türkiye bünyesindeki tüm ürünlerin yönetimini gerçekleştirmek geliyor. Bu görevi yerine getirenler, inşaat mühendisliği eğitimi almış ve çoğunlukla yüksek lisans çalışmalarını tamamlamış arkadaşlar. Sika'nın dünya genelinde birbirinden ayırdığı uygulama alanlarına göre ilgili pozisyonlardaki arkadaşlarımızın sorumlulukları da ürün grupları bazında değişkenlik gösteriyor. Ayrıca yine Teknik Servis bünyesinde faaliyet gösteren ve yoğunlukla beton üzerine deneme çalışmalarının yapıldığı laboratuvarımızda da görev yapan, hazır beton tüketicisi bir arkadaşımız mevcut. Yine Teknik Servis Bölümü ile birlikte faaliyetini sürdüren Çağın Merkezi müşteri temsilcimiz, bölüm asistanımız ve uygulamalı ürün eğitimlerinde destek aldığımız arkadaşlarımızla birlikte çalışmalarımızı yerine getiriyoruz.

Bir ürünün yaratılma safhasından sahaya ulaşana kadarki sürecinde kilit konumda yer alıyorsunuz. Bu süreçte yürüttüğünüz faaliyetleri, ana başlıklarıyla özetler misiniz?

Yeni ürün fikirleri Sika'da her konumda oluşabiliyor. Ortaya çıkan bu fikirleri tartışmak ve geliştirmek amacıyla düzenli toplantılar organize ederek sürece dâhil olacak tüm birimlerin görüş ve önerilerini alıyoruz. Bu noktadan sonra belirttiğiniz gibi ürünün laboratuvar aşamasından son kul-

lanıcıya ulaşmasına kadar devam eden ve detaylı bir çalışmayı içeren süreç başlar. Sürecin bize göre en önemli aşaması, nihai ürün özelliklerinin kullanıcı ve pazar gerekliliklerine göre belirlenmesidir. Bu aşamada alınan kararların, yapılan çalışmaya yön vermesinin yanı sıra, mevcut ürünlerimizin yeni ürün geliştirilmesi sonrasındaki konumlandırılmasında da önemli rol oynadığını söyleyebiliriz. Teknik Servis, ARGE tarafından laboratuvar şartlarında geliştirilen ürünün gerçek uygulama koşullarında test edilmesi, gerekli revizyonlar hakkında ARGE'nin bilgilendirilmesi ve ürünün nihai kullanıma uygun hale getirilmesi konusunda önemli bir sorumluluk taşıyor. Özetle Teknik Servis, ortaya çıkan bir fikrin son kullanıcıya

bir ürün halinde ulaşabilmesi için pazardan aldığı gereklilikleri doğru teknik yeterliliklerle birleştirerek, bu sürecin doğru yönde ilerlemesini sağlıyor.

“

CE işaretlemesi kısaca bir ürünün, Avrupa Birliği'nin sağlık, güvenlik, çevre ve tüketicinin korunması konusunda oluşturduğu ürün direktifleri olarak bilinen temel şartlarına uygun olduğunu gösterir. CE işareti zaman zaman düşünüldüğü gibi bir kalite işareti olmayıp, ürünün belirlenmiş asgari güvenlik koşullarına sahip olduğunu ifade eder.”

Teknik servisin hem ARGE hem de Satış Bölümü ile doğrudan ilişkisi var. Bu anlamda farklı disiplinler bir arada yer alıyor denilebilir. Bunların bir arada yürütülmesi sizin için zorluk yaratıyor mu?

Aslında her iki birim için de destek fonksiyonu olarak görev yaptığımızı söyleyebilirim. İki birimin de ulaşmasının zor olduğu alanlardan bilgi almalarını ve yapılan çalışmaların her iki birimin belirlediği kri-

terlere uygun olmasını sağlıyoruz. Tabii farklı disiplinlerle çalışırken önceliklerin belirlenmesi konusu normalden daha fazla önem kazansa da asıl amacın müşteri memnuniyeti olması, karar aşamasında belirleyici oluyor. Esasen aynı hedefe ulaşmaya çalışan birimler arasında bir anlamda köprü vazifesi gördüğümüzü ve bu nedenle çok fazla problem yaşamadığımızı söyleyebilirim.

CE sertifikasyonu bir ürün için ne anlama geliyor? Sika'nın ürettiği bütün ürünler bu sertifikaya sahip mi?



Cenk Çotur

CE işaretlemesi kısaca bir ürünün, Avrupa Birliği'nin sağlık, güvenlik, çevre ve tüketicinin korunması konusunda oluşturduğu ürün direktifleri olarak bilinen temel şartlarına uygun olduğunu gösterir. CE işareti zaman zaman düşünüldüğü gibi bir kalite işareti olmayıp, ürünün belirlenmiş asgari güvenlik koşullarına sahip olduğunu ifade eder. CE işareti bu özelliğinin yanı sıra ticari açıdan da ülkeler arasında ürün dolaşımını mümkün kılar. Sika Türkiye olarak ürettiğimiz ürünler içerisinde teknik mevzuatı yürürlükte olan ve CE işaretlemesi öngörülen ürün grupları için bu çalışmalar yapılıyor. Yeni geliştirilen ürünler için de çalışmalar tekrarlanıyor ve ilgili belgeler yenileniyor.

CE standartlarının takibi de Teknik Servis'in görev alanı içinde. Bu alandaki değişiklikleri düşündüğünüzde nasıl bir eğilimden bahsedebiliriz? Ürünler artık, örneğin bir 10 yıl öncesine göre daha mı güvenli?

İçerisinde bulunduğumuz sektörün her yönü ile sürekli olarak yenilenme ve gelişme eğiliminde olduğunu söyleyebilirim. Bu nedenle uygulamalara sunulan ürün ve çözümlerin hem uygulamacı ve kullanıcı güvenliği hem de performans açısından geçmişe oranla daha başarılı olması gerekli. Bu anlamda CE işaretlemesi belirli standartları öngörmesi dolayısıyla, kullanıcıya önemli bir avantaj sağlıyor. Zamanla işaretlemenin daha fazla sayıda ürün için şart koşulması, ürün standardizasyonunu sağlamak açısından oldukça önemli.

Teknik servis olarak yeni piyasaya çıkan ürünler konusunda hem Sika personeline hem de müşterilerinize eğitimler veriyorsunuz? Bu, sektör de yaygın olarak yürütülen bir faaliyet mi, yoksa Sika'ya özgü bir uygulama mı?

Genel olarak malzeme üreticileri, hem kendi çalışanlarını ürün ve uygulamaları konusunda daha detaylı olarak bilgilendirmek hem de kullanıcıları ürettikleri

ürün ve sistemler konusunda bilinçlendirmek amacıyla eğitim faaliyetlerinde bulunur. Sika olarak eğitim konusuna özellikle önem verdiğimiz söyleyebilirim. Gerek yeni ürün ve sistemler gerekse daha genel amaçlı bilgilendirmeler konusunda tüm Türkiye genelinde ve Sika Türkiye'ye bağlı diğer ülkelerde sürekli olarak eğitimler planlanıyor ve Teknik Servis tarafından gerçekleştiriliyor. Bu eğitimler, son kullanıcı odaklı olabildiği gibi üniversite, resmi kuruluş, belediye gibi kurumlarda da gerçekleştiriliyor. Eğitimlerin etkinliğini de belirli periyotlarda değerlendirerek, daha fazla verim alabilmek için çalışmalarımızı şekillendiriyoruz.





Eğitim faaliyetlerinin, çalışmalarınızda sağladığı kolaylıklar ve müşterilerinizin bu uygulamaya yönelik düşünceleri nedir?

Düzenlenen tüm eğitimler, katılımcının Sika ürünleri hakkında daha detaylı ve doğru bilgiye sahip olmasını amaçlıyor. Bunun sonucunda müşterilerimiz ürünlerimizden en yüksek performansı elde ederek hem kaliteli hem de tek seferde doğru uygulama sayesinde ekonomi sağlıyor. Dolayısıyla müşterilerimizin de düzenlenen eğitimlere olan katılımlarının sürekli olarak arttığını ve çeşitlilik konusunda talepleri olduğunu söyleyebilirim.

Müşteri şikâyetlerinin karşılanması konusunda yürüttüğünüz faaliyetler hakkında bilgi verebilir misiniz? Öte yandan, diğer görevleriniz dolayısıyla, doğrudan şirket içine hizmet veriyorsunuz. Bu ikisini dengelemek zor mu?

Şirket içerisinde hizmet verdiğimiz birçok birim mevcut. Ancak genel olarak sorumluluklarımızı baktığımızda önceliğin her zaman dışarıya dönük olduğunu söyleyebilirim. Müşterilerimizin memnuniyeti ve Sika markasından beklentilerinin eksiksiz olarak karşılanması asıl hedefimiz. Yeni ürün çalışmaları, CE işaretlemleri, eğitimler, hep bu amaçla gerçekleştiriliyor. Müşteri şikâyetleri konusu kendi içinde tamamen farklı bir öneme sahip. Sika Türkiye bünyesinde müşteri şikâyetleri oldukça geniş kapsamlı ve tüm ilgili birimlerin katılımı ile oluşturulmuş bir süreç ile ele alınıyor ve sorunların mümkün olan en kısa zamanda, doğru şekilde çözülmesi amaçlanıyor. Bu süreçte ilgili tüm birimler, olası problemin çözülmesi yönünde aynı doğrultuda hareket ettiği için çalışmanın oldukça uyum içerisinde gerçekleştiğini söyleyebilirim.

Endüstri Grubu Teknik Servis Yöneticisi Burak Kozak

Endüstri Grubu Teknik Servis Bölümü'nün çalışmalar hakkında bilgi verir misiniz?

Teknik Servisimiz, Endüstri İş Birimi içinde yer alan BTR (Otobüs, Kamyon, Raylı Araçlar), Marine (Gemi ve Yat İnşa), Automotive OEM/OES (Otomotiv Ana ve Yan Sanayi), AGR (Oto Cam Değiştirme), CBR (Araç Tamir) ve A&C (Beyaz Eşya ve Endüstriyel Uygulamalar) alt iş birimlerinde yer alan tüm müşterilerimize teknik hizmet veriyor. Amacımız, müşterilerimizde hali hazırda kullanılan Sika ürün uygulamalarının takibini sağlamak, periyodik müşteri ziyaretleriyle ihtiyaçlarını belirlemek. Hatta hiçbir talepleri olmasa da müşterilerimize üretim hızlarını, ürün kalitelerini daha düşük maliyetli Sika ürünleriyle artıracak ve daha verimli bir şekilde çalışmalarını sağlayacak yeni teknolojilerin tanıtımını yapıyor, bu ürünlerin devreye alınmasını sağlıyoruz.

Teknik Servis organizasyonu-muzda bir adet laboratuvar bulunuyor ve bu laboratuvar da müşteri şartnamelerinde yer alan testler yapılıyor. Testlerin tamamlanmasının ardından müşterilerimize tek seferde, doğru sistemin önerilmesi hedefleniyor ve sonuçlara göre uygulama bilgileri, reçete olarak müşteriye sunuluyor.

Müşterilerimiz ile temasımız sü-

rekli. Periyodik ziyaretler, kalitede sürekliliğin sağlanabilmesi için dönemsel olarak yapılan testler, ürünlerimizin kullanıcılarına ve ihtiyaç sahiplerine farklı kategorilerde eğitimler ve seminerler tarafımızca düzenleniyor ve bu eğitimlere katılanlar Sika tarafından sertifikalandırılıyor. Müşterilerimizden aldığımız olumlu ya da olumsuz geri bildirimler bizim için önem taşıyor. Onlardan aldığımız verileri ARGE bölümümüzle paylaşarak ürün iyileştirme ve geliştirme çalışmalarına katkıda bulunuyoruz.

Sika Teknik Servis Bölümü'nden farklı olarak, endüstri alanında ne gibi faaliyetler yürütüyorsunuz?



Pazardaki gelişmeleri takip edebilmek ve Sika'nın marka bilinirliğini artırabilmek için iş birimizde yer alan tüm segmentlerle ilgili fuarlara katılımcı veya ziyaretçi olarak iştirak ediyoruz. Katılımcı olarak yer aldığımız fuarlarda uygulama ile ilgili demolar hazırlayarak ürünlerimizin kullanım

şekli ve yerleri ile ilgili bilgilendirmeler yapıyoruz.

Müşteri taleplerinin arttığı ve üretim süreçlerinin sürekli olarak değiştiği bu dönemde ürünlerle ilgili beklentiler de değişiklik gösteriyor. Bu sebeple yeni teknolojilerimizle ilgili dönemsel olarak farklı lokasyonlarda düzenlenen Teknoloji Günleri'ne müşterilerimizle birlikte iştirak ediyoruz.

Audi, S7 Sportback'ı tanıttı

Alman otomobil üreticisi Audi, tutkunlarına, benzersiz seçenekler sunmaya devam ediyor. Audi son olarak, ardi ardına resmi tanıtımlarını gerçekleştirdiği S ailesine, A7 Sportback modelinin performans versiyonu olan yeni S7 Sportback'ı de ekledi. Cüssesine göre gösterdiği performans ile dikkat çeken 2012 Audi S7 Sportback, sekiz silindirli 4.0 TFSI twin-turbo motoru ile 420 beygir gücünde ve 550 Nm tork üretebiliyor; 7 ileri S-tronic şanzıman ile 0-100km/s hıza 4.9 saniye-

de erişiyor. Her detayında yüksek mühendislik prensibi uygulanarak üretim bandından inen S7, premium sınıfın en güçlü alternatifi olarak ifade ediliyor.

2012 Audi S7 Sportback 19 inç jantları, iç mekândaki S7 logoları ve metalik detayları ile A7'den ayrılıyor. Diğer opsiyonlar ise alüminyum, karbon fiber, ahşap ve daha birçok özel malzemeden üretilen dekor kaplamaları ve paslanmaz çelik pedal seti dikkat çekiyor.



Teknolojinin son harikası

ASUS, Eee Pad Transformer ile yakaladığı başarıyı, Eee Pad Slider modeli ile devam ettiriyor. Daha satışa çıkmadan tasarımı ile 2011 Uluslararası Mükemmel Tasarım Ödülü



kazanan Eee Pad Slider, inci beyazı ve metalik kahverengi renk alternatifleri, kayarak açılan klavyesinin yanı sıra yeni Google Android 3.1 işletim sistemi ve güçlü multimedia özellikleri ile tablet pazarına hızlı bir giriş yaptı.

178 derecelik görüş açısına sahip IPS ekranı, kullanıcılara zengin görsel deneyim sunarken, klavye kullanımı ile e-posta ve blog post gönderilerinde

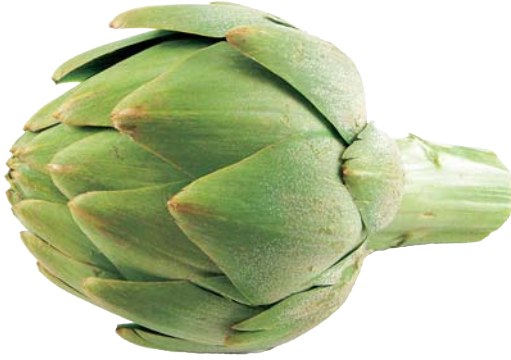
daha kolay ve hızlı giriş imkânı sağlıyor. Bir ekran klavyesi ile karşılaştırıldığında, ASUS Eee Pad Slider'ın kayarak açılan klavyesi kullanıcılara daha hızlı ve daha konforlu yazı yazmaya imkân tanıyor. Böylece kullanıcılar her yerde ve her zaman daha üretken hale geliyor. Ön yüklü olarak gelen Polaris Office 3.0 ile Eee Pad Slider, kullanıcılara, belgelerini, hesap tablolarını, sunum dosyalarını ve ofis belgelerini görüntüleme ve düzenleme olanağı sağlayarak, profesyonel Mobile Office çözümü sunuyor.

İstanbul Devlet Opera ve Balesi perdelerini açtı

İstanbul Devlet Opera ve Balesi, 2011 – 2012 sezonunu 8 Ekim Cumartesi günü Aya İri-ni'de, geliri Somali'ye bağışlanacak olan görkemli bir konserle açtı. Yeni sezonda dopdolu bir programla sanatseverlerle buluşacak olan İstanbul Devlet Opera ve Balesi'nde 30 Aralık 2011 tarihine kadar Aşk İksiri, Midas'ın Kulakları, Ariadne Naxos'ta, Hoffmann'ın Masalları, Don Pasquale, Mançalı Adam, Kötülüğün Döngüsü, ve La Traviata gibi çok sayıda eser sergilenecek. Çocuklara yönelik sahnelenen müzikli oyunlar, Bremen Mızıkacıları, Heidi ve interaktif çocuk oyunu Müziğe Dokunmak da genç seyircilerle buluşacak.

İstanbul Devlet Opera ve Balesi, geçen sezon olduğu gibi bu sezonda da sadece İstanbul'da değil, Türkiye'nin çeşitli illerine düzenleyeceği turnelerle sanatı yaygınlaştırmaya devam edecek.





Hayal kırıklığına uğramamak için enginar yiye

Sağlıklı bir vücut için sağlıklı beslenmek gerektiği, hepimizin bildiği bir gerçek... Peki, ruhsal durumunuzla, beslenmeniz arasında da doğrudan bir ilişki olduğunu biliyor muydunuz? Ruhsal durum ve beslenme arasındaki ilişkiye dikkat çeken uzmanlara göre bilinçli beslenerek endişe, hayal kırıklığı, öfke gibi ruh durumlarını hafifletmek mümkün...

Beslenme uzmanları, kendinizi yorgun hissediyorsanız sebze ağırlıklı beslenmeyi öneriyor. Ancak sebzeleri çiğ olarak tüketmeye ve yavaş yemek yemeye özen göstermek, bu besinlerin olumlu etkilerini artırıyor. Yorgunluğa karşı ise bezelye ve havucun birebir olduğu vurgulanırken, çekingenliğe karşı kuru baklagiller ve fosfor açısından zengin olan besinler tavsiye ediliyor.

Yağlı tohumlar, özellikle fındık, ceviz ve fıstık agresifliğin azaltılmasında etkili olan yiyecekler... Bademse öfkeyi azaltıyor ve sakinleştiriyor. Hayal kırıklığına karşı ise enginar ile kereviz oldukça etkili... Domates, biber, patlıcan ve patatesin yalnızlık duygusunu hafiflettiğini belirten uzmanlar, aşırı öfke halinde eklemek, makarna, sebze, meyve yenmesini; kırmızı et ve kafeinli içeceklerden ise uzak durulmasını öneriyor. Özgüven eksikliğini onarmak için C vitamini deposu olan yiyeceklerin tercih edilmesi gerektiğini belirten beslenme uzmanları, ruh halinize göre tüketmemeniz gereken besinlere de dikkat çekiyor. Aşk acısı çekiyorsanız, şeker ve pirinçten uzak durmalısınız.

Hangi besin neye iyi geliyor?

- Muz, hurma - Depresyon
- Domates, biber, patlıcan - Yalnızlık
- Enginar, kereviz - Hayal kırıklığı
- Bezelye - Yorgunluk
- Mercimek - Kuşku ve çekingenlik
- Soğan ve pırasa - Keyifsizlik
- C vitamini yiyecekler - Özgüven eksikliği
- Proteinli yiyecekler - Dalgınlık
- Komposto, meyve suyu - Endişe
- Fındık, fıstık - Sinirlilik
- Badem ve ceviz - Öfke
- Nane - Kafa karışıklığı

Efsaneden veda...

Dünyanın en büyük şirketlerinden Apple'ın kurucusu Steve Jobs, tedavi gördüğü ABD'nin California eyaletinde yaşama veda etti. 2004 yılından beri "nöroendokrin" denilen tümör kaynaklı bir pankreas kanseri türüyle mücadele eden Jobs, 56 yaşındaydı.

Steve Jobs, Apple'ı çocukluk arkadaşı Steve Wozniak ile kurdu. İkili, dünyanın ilk kişisel bilgisayarını kabul edilen Apple II'yi üretti. 1985 yılında Apple'dan ayrılan ve 1996'da firmaya dönüş yapan Jobs, iPhone ve iPad ile yaptığı çıkışın ardından bu yıl Apple'a, dünyanın en değerli şirketi unvanını kazandı. Hastalığının ilk dönemlerinde bu konuda bir açıklama yapmayan Jobs, bir süre sonra belirgin şekilde kilo kaybetmeye başladı. Karaciğer nakli olduğu 2009'da Apple'dan altı ay ayrı kalan ve kısa bir süre önce kanser nedeniyle Apple'ın CEO'luk görevini bırakan Jobs yerini, sağ kolu olarak bilinen Tim Cook'a bırakmıştı.

Apple'dan yapılan açıklamada, "Apple, vizyon sahibi ve yaratıcı bir dehayı, dünya ise harikulade bir insanı kaybetti. Steve, arkasında yalnızca kendisinin kurabileceği bir firma bıraktı ve onun ruhu sonsuza dek Apple'ın ilham kaynağı olacak" denildi.



Guinness 2012

İlk kez 1955 yılında yayımlanan ve dünyanın en çok satılan kitabı unvanını koruyan Guinness Rekorlar Kitabı'nın 2012 versiyonu, raflardaki yerini aldı. Kitapta bu yıl, 4 binden fazla yeni rekor ve 900 kadar renkli fotoğraf yer alıyor. Dünyanın dört bir yanında kırılmış rekorların kayda geçirildiği tek referans yayın olan ve İrlanda'da bir barda yazılmaya başlanan kitap ilginç özellikler, doğal dünya, bilim ve teknoloji, sanat ve medya, modern toplum, gezi ve taşıtlar, sporlar ve oyunlar kategorilerine ayrılıyor.

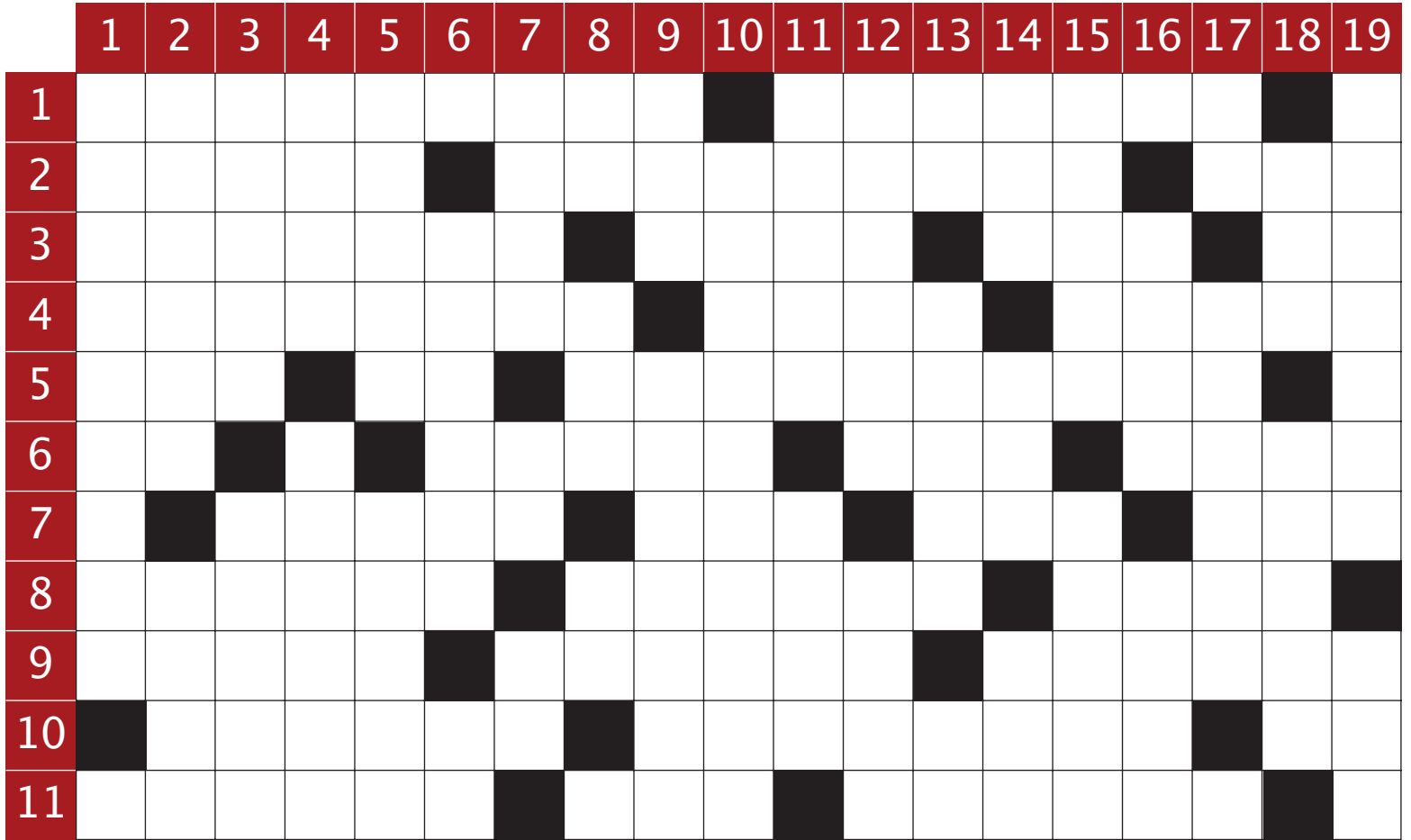


Guinness Rekorlar Kitabı 2012'de yer alan rekorlardan birkaçı

En büyük keman: Alman modifikasyon firması Vogtland'ın ürettiği dev keman, 4,27 metre uzunluğunda ve 1,4 metre genişliğinde. 14 Haziran 2010'da tamamlanan enstrümanı, 3 kişi birlikte çalabiliyor.

En büyük kıvrık saç: ABD'nin New Orleans kentinde yaşayan Aevin Dugas adlı siyahi kadın, 4 Ekim 2010'da, çevresi yaklaşık 1,32 metreyi bulan kıvrık saçlarıyla dünya rekoru kırmayı başardı. Saçını yılda iki ya da üç kez kestiren Dugas, beş kişinin yardımıyla saçlarını yıkayabiliyor.

En uzun kulaklara sahip köpek: ABD'nin Colorado eyaletinde yaşayan Jennifer Wert'in sahibi olduğu Harbor'un sol kulağı tam 31,1 metre, sağ kulağı ise 34,3 metre uzunluğunda. 8 yaşında olan 40,51 kilogram ağırlığındaki sağlıklı köpek Harbor'un bu özelliği 8 Haziran 2010'da ortaya çıktı.



SOLDAN SAĞA: 1. Sonbahar rüzgârı – Müşfik. 2. Özsu – Çit, yol ve harabelerde, insana yakın yerlerde yetişen, şifalı, kavurması yapılan, çayı içilen bir bitki – Yazı.

3. Hamamböceği – Hangi yer – Arapçada ben – Bir yüzey ölçüsü. 4. İlgili – Yürür-lükte olan, geçerli – İri taneli bezelye. 5. Bir çoğul eki – Bir nota – Sirke asidi. 6. Spielberg'in bir bilimkurgu filmi – Bir limon türü – Değerli bir taş – Satrançta bir taş.

7. Giysi işlemek için kullanılan küçük, pırıltılı pul – Dernek (kısa) – Bir çeşit kılıç – Donuk renkli. 8. Marmara Bölgesi'nde bir göl – Gömü – Duyuru. 9. Bir ay adı – Başa kakma, serzeniş – Açıkça, gizlemeden. 10. Bahreyn'in başkenti – Renksiz, sarımsak kokulu, beyaz bir ışık vererek yanan hidrokarbonlu bir gaz – Bir cetvel türü.

11. Keçi yolu – Saf, halis – Büyük gezi otobüsü.

YUKARIDAN AŞAĞIYA: 1. Sıcak ülkelerde, ağaçlarda yaşayan, oturduğu yerden uzun olan dilini uzatarak böcekleri yakalayan, derisinin rengi duruma göre değişen sürüngen. 2. Soyluluk – Peru'nun başkenti. 3. Senegal'in başkenti – Savaş aracı. 4. Uzak – Vahşi. 5. Haram karşıtı – Yüzün bir bölümü. 6. Hak ve hukuka uygunluk – Su. 7. Anlak, feraset – Satrançta bir taş – Uzaklık anlatan sözcük. 8. Bir kan grubu – Boyun eğen – Rusçada evet. 9. Şey, nesne – Kuyumcu taslakçısı. 10. Akşamları açılan büyük çiçekleri için yetiştirilen sürüngen bir bitki. 11. Hız – Bir ilimiz. 12. Beyaz mermerin sert kısmı – Kuzey Atlantik Paketi. 13. Bir bağlaç – Yerine koyma – Bir hayvan. 14. Kraliçe – Bir çeşit İngiliz birası – Telefon sözü. 15. Edebi bir sanat – Bir meyve. 16. Bir meyve – Rusya'da bir ırmak. 17. Bir Japon tiyatrosu – Kazak başkanı. 18. Ördek sesi – Kargış, beddua. 19. Korkuluk, küpeşte – Üflemler bir çalgı.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
1	A	V	A	Z		Ş	E	M	S	İ	İ	N	K	A	Y	A		A	K
2	N	İ	L		R	U	L	E	T		K	A	R	N	A	V	A	L	
3	E	T	E	N	E		A	M	A	N	İ		O	N	D	A	L	I	K
4		A	K	O	N	T		E	B	E	L	E	M	E		M	A	Ş	A
5	O	M	A		K	A	S	T	İ		E	K	O		K	Y	I	L	
6	R	İ		F		A	T	L	A	M		Z	A	İ	L		K	İ	
7	A	N	L	A	T	M	A	K		D	E	M	O	K	R	A	T		T
8	K	L	İ	Ş	E		T	U	N	A		İ	M	G	E	L	E	M	E
9		İ	K	İ	N	D	İ		A	V	E	L		Ü	M	E	N	A	
10	N	İ	S	T	İ	K	A	M	E	T		İ	N	İ		İ	L	A	
11	Ü	S	T	T	E	N		D	E	T	A	N	T		T	A	S	A	R

GEÇEN SAYIDAKİ BULMACANIN ÇÖZÜMÜ



Bulmacanın çözümünü kesip adınızı, soyadınızı ve firmanızı yazarak, kapalı zarf içinde Pazarlama Servisi Bölümü'nden Ebru Atakan'a, en geç 9 Aralık 2011 tarihine kadar gönderiniz. Bulmacayı doğru çözenler arasından, çekilecek kura ile belirlenecek 1 kişi, 1 adet İsviçre yapımı kol saati kazanacaktır.

Geçen sayıda bulmaca ödülü kazanan: **Sedat Dahan** / Canpa İzolasyon



Sikaflex®-291i

Mükemmel Dolgu Performansı

- Basit ve güvenli uygulanabilme
- Uzun, açık bekletme süresi
- Yüksek elastikiyet ve yapışma
- VOC ve emisyon içermez
- Yaşlanmaya dayanımlı
- Boyanabilir, silikon içermez



Sika Yapı Kimyasalları A.Ş. İstanbul Deri O.S.B. 2. Yol J-7 Parsel Aydınli Orhanlı Mevkii, Tuzla,
İstanbul-Türkiye Tel: 0213 581 06 00 I (Pbx) Faks: 0216 581 06 99 bilgi@tr.sika.com I www.sika.com.tr

Innovation & Consistency | since 1910

Sikaflex®

SINIFINDA EN İYİ



**Betona
Yapışmada
EN İYİ**



**Elastikiyette
EN İYİ**



**Dayanıklılıkta
EN İYİ**

