

YEŞİLOVA CANLI

www.yesilova.com.tr

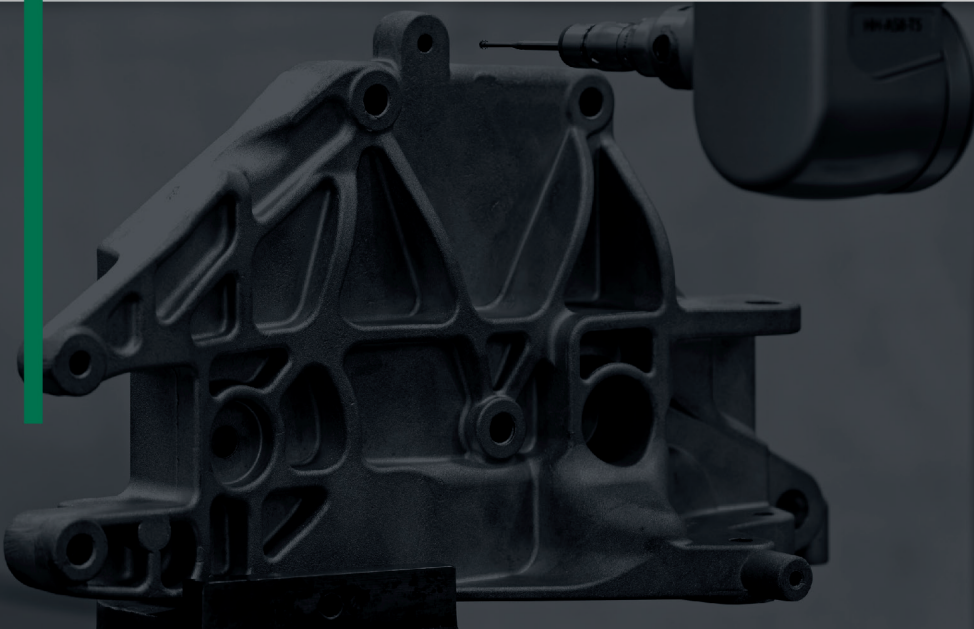
Yıl 3 Sayı 09 • 2022 • Ücretsizdir



YEŞİLOVA'DA
MARKA DÖNÜŞÜMÜ
BAŞLIYOR

ALÜMİNYUM
EKSTRÜZYON

Alüminyumu şekillendiriyor,
endüstriyel hayata
kazandırıyoruz.



ALÜMİNYUM
DÖKÜM

RAYLI SİSTEM
ÇÖZÜMLERİ

YEŞİLOVA

**Alüminyumdan
çözümlerimizle geleceğin
araçlarını hafifletiyoruz.**



**OTOMOTİV
ÇÖZÜMLERİ**

İÇİNDEKİLER



08

YEŞİLOVA'DA MARKA DÖNÜŞÜMÜ...

Kuruluşunun 48. yılını kutlayan Yeşilova Grup, marka kimliğinde, logosunda ve hem Holding hem de Grup şirketlerinin web sitelerinde bir dizi yenilik gerçekleştirdi.

16

GELECEK STRATEJİMİZ BELİRLENDİ

Yeşilova Holding ve Grup şirketlerinin yöneticileri, Sapanca'da bu yıl ikincisi düzenlenen Strateji ve Kültür Kampı'nda bir araya geldi. Etkinlikte, gelecek dönemin öngörülerini konuşularak, değişen hedefler paylaşıldı, belirlenen stratejilere ulaşmak için izlenecek yol haritaları ele alındı.



36

YEŞİLOVA'DAN DEV YATIRIM

Cansan Alüminyum'un yeni üretim hattı İhsan Pres, gerçekleştirilen törenle faaliyete başladı. Törende konuşan Yeşilova Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ali İhsan Yeşilova, "Cansan Alüminyum, 32 yıldır hız kesmeden Grubumuza güç vermeye devam ediyor" dedi.

46

ÜNLÜ TÜRK MARKALARIN LOGOLARININ PEK BİLİNMEYEN HİKAYELERİ...

Logo deyip geçmeyin, bir şirketin markasının en önemli bileşenlerinden biri aslında logosu. Geçmişten bugüne şirketler çok yüksek bedeller harcayarak, albenisi yüksek ve farkındalık yaratıcı bir logo tasarlamak için uğraşıyor. Ve tüketicilerine anlatmak istediklerini logo yardımıyla dile getirmeye çalışıyorlar. İşte ülkemizin önemli kurum ve şirketlerinden bazılarının logolarının arkasında yatan ve pek çok kişinin de bilmediği hikayeleri...

İmtiyaz Sahibi

Ali İhsan Yeşilova

Koordinatör

A. Yalçın Yeşilova

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü

Görkem Topal

Görsel Tasarım

Ezgi Şahin

Emin Karagözoğlu

Editör

Erdal Şen

İletişim

İstanbul Cad. No: 648

Osmangazi/Bursa

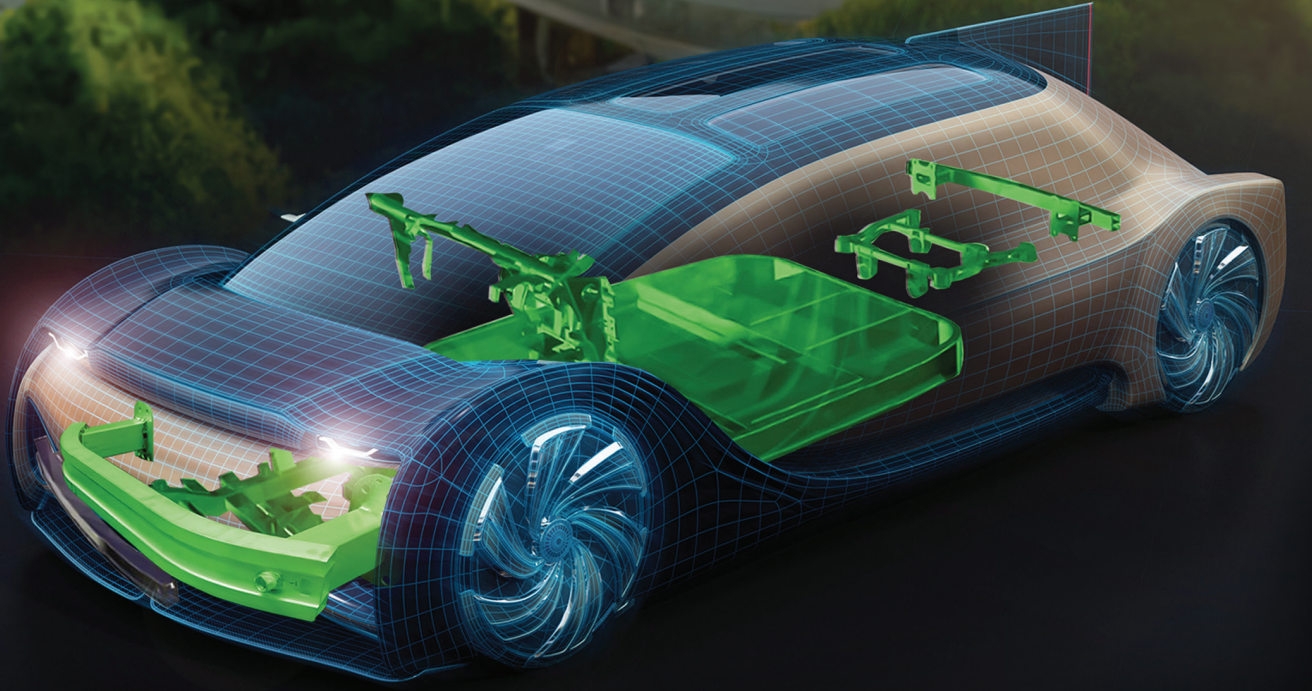
Tel: 0224 267 20 70

Yayın Türü

Yaygın süreli yayındır.

Yeşilova Holding'in yayınıdır.

Dergimizde yayınlanan yazı ve makaleler kaynak gösterilmek kaydıyla alıntı yapılabilir. Makalelerin sorumluluğu yazarına aittir.



Geleceğin
araçları

alüminyum ile
daha hafif ve daha çevreci



Ali İhsan Yeşilova

Yeşilova Holding Yönetim Kurulu Başkanı

Değerli Paydaşlarımız,

Ekonomik, sosyal ve toplumsal alanda yaşanan zor koşulların globalde ve ülkemizde derinden hissedildiği, belirsizliklerle dolu, çetin bir seneyi daha geride bırakıyoruz. 2022 yılı tüm sıkıntılara rağmen, Yeşilova Holding için planlarımızı ve yatırımlarımızı gerçekleştirdiğimiz bir yıl olarak geride kalıyor. İşlerimizi bu yıl da istikrarlı bir şekilde büyüttük, sene başında koyduğumuz hedefleri yakalayarak ve zaman zaman da üstüne çıkarak başarılı sonuçlara ulaştık.

Geride bırakmaya hazırlandığımız 2022 yılı birçok başarıya imza attığımız bir sene olarak hafızalarımıza kazındı. Bunlardan ilki ve şüphesiz ki en önemlilerinden biri yeni ekstrüzyon hattımız İhsan Pres'in kurulumunun tamamlanması ve faaliyete geçmesiydi. Son yıllarda adını sıklıkla duyduğumuz "sürdürülebilirlik" ile ilgili de pek çok gelişmeyi yaşadığımız bir yıl oldu. Yeşilova olarak Birleşmiş Milletler Küresel İklim Sözleşmesi'nin (UN Global Compact) üyesi olduk, aynı zamanda Kadının Güçlenmesi Prensipleri (WEPS) taahhütlerini imzaladık. Yine sürdürülebilirlik yolculuğumuzda bizi gururlandıran TAIDER Kuzey Yıldızı Ödüllerinde iki farklı kategoride ödüle layık görüldük. Tüm bunların yanı sıra değerli çalışma arkadaşlarımız için uzun yıllar üzerinde çalıştığımız birçok yeni uygulamayı da devreye aldığımız bir yılı yaşadık. Çalışma arkadaşlarımızın eğitimini ve gelişimini destekleyecek olan Yeşilova Akademi'yi hayata geçirdik. Sosyal kulüplerimizi çeşitlendirerek tekrar faaliyete aldık. Yine çalışma arkadaşlarımızın sıklıkla kullanacağı Memotive uygulamasını da 2022 yılında kullanıma sunduk.

Stratejik hedeflerimiz, sürekli geliştirdiğimiz yetkinliklerimiz ve başarılarımızla global bir markaya doğru giden yolculuğumuzda, Yeşilova Grubu'nu her alanda daha da güçlenmesi için büyük şevk ve inançla çalışmaya devam ediyoruz. Grubumuzun 50. yaşına böylesine sağlam adımlar ve başarılarla yaklaşır olmasından dolayı da büyük mutluluk duyuyoruz.

Değerli Okurlarımız,

Nice başarılar, mutluluklar ve heyecan dolu anlar yaşadığımız bir yılı daha Yeşilova Ailesi olarak uğurluyoruz. Şimdi yeni bir yıl başlıyor. Yakın geleceğe ilişkin soru işaretleri karşımızda dursa da bizler yeni hedefler ve başarılar için çalışmaya, mücadele etmeye devam edeceğiz. 2023 senesinin ülkemize ve tüm dünyaya başta sağlık, mutluluk, barış ve huzur getirmesini yüreğten diliyorum. Sevgi ve saygılarımla...

Yeşilova'da marka dönüşümü...





Kuruluşunun 48. yılını kutlayan Yeşilova Grup, marka kimliğinde, logosunda ve hem Holding hem de Grup şirketlerinin web sitelerinde bir dizi yenilik gerçekleştirdi.

Dünya değişiyor... Dijital dönüşüm, teknoloji, iş yapış şekilleri, hatta yaşam standartlarında belirgin bir dönüşüm yaşıyoruz. Yeşilova Grubu da bu dönüşümle göre kendisini yeniliyor, geliştiriyor. Grup, tüm paydaşlarına farklı bir kimlikle ulaşacağı yepyeni bir döneme girdi.

Yeşilova Holding'in "İş Birliği ve Sinerji" sloganıyla yarım asırdır devam eden yolculuğu artık; sade, yalın, modern tasarıma sahip yeni kurumsal kimliği ve web siteleri ile sürüyor. Bugünün ve yarının ihtiyaçlarına uygun olarak tasarlanan yeni kurumsal kimlik ve web sitelerdeki bu değişim; sosyal medya hesapları başta olmak üzere tüm iletişim kanalları üzerinden paydaşlarıyla paylaşıldı.



“2023 Yılında Marka Dönüşümünü Yaşayacağız”

A. Yalçın YEŞİLOVA

Yeşilova Holding
İcra Kurulu Başkanı

Yeşilova Holding, yeni dönemde uyguladığı çatı marka stratejisiyle yarım asırdır üretimdeki başarılarını, marka odaklı bir yapıya taşıyarak gücünü ve bilinirliğini geniş coğrafyalara yaymayı hedefliyor. Yeşilova'nın birbiriyle ilişkili 4 üretim tesisi Yeşilova markasında birleşerek marka değerini artırırken, pazardaki gücüne de güç katmış olacak.

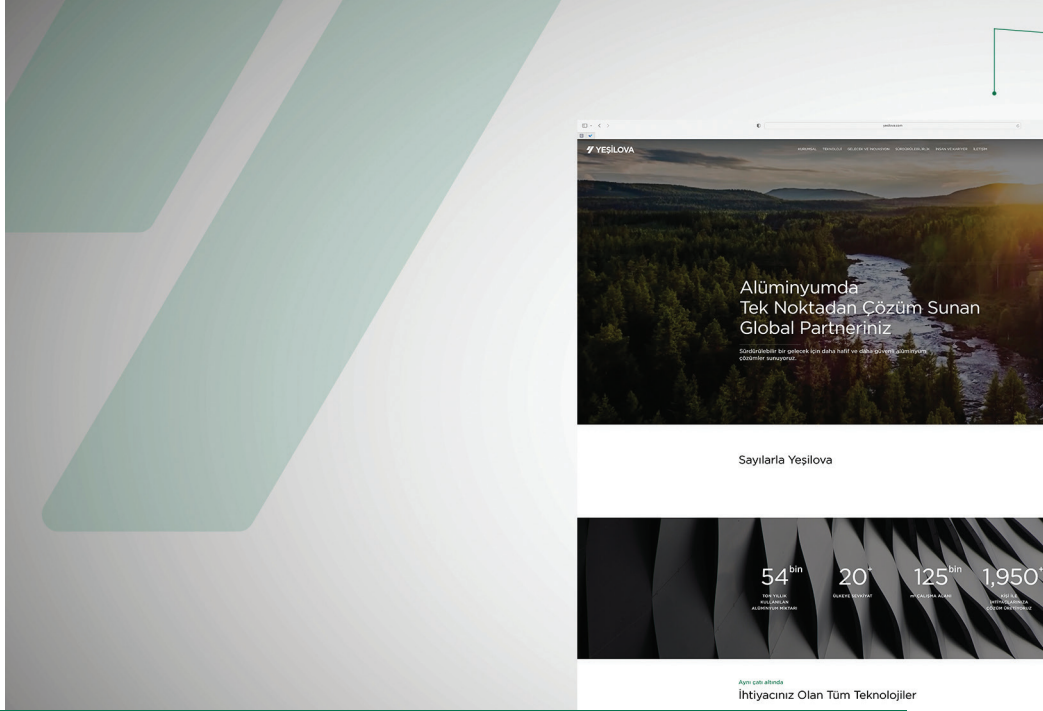
Yeşilova Holding'in 48 yıllık hikayesinde özellikle son iki yıldır +45 Dönüşüm Programı kapsamında temelleri atılan çok önemli uygulamalar bir bir hayata geçiyor ve Yeşilova bir dönüşümü yaşıyor. Yeşilova Holding İcra Kurulu Başkanı A. Yalçın Yeşilova, “2023 yılı Marka Dönüşümünü yaşadığımız bir yıl olacak. Yeşilova olarak gelecek stratejilerimiz arasındaki en önemli hedeflerimizden biri de global çapta bir marka haline dönüşmek. Tabii

bunun için atmamız gereken birçok adım var. Herkesin bu vizyonu benimsemesi, inanması ve ortak bir hedefimizin olması gerekiyor. Biz de kurumsal kimliğimizi yenileyerek kapsamlı bir yol haritasıyla Grup genelinde 'Marka Dönüşümü' sürecimizi başlattık. Program kapsamında farklı alanlardaki birçok çalışmayı yenilikçi bir yaklaşımla yeniden tanımladık” dedi.

Yalçın Yeşilova, çatı marka hedefi ve Grup genelinde gerçekleşen dönüşüm sürecini şöyle anlattı.

YARIM ASIRDIR DEVAM EDEN YOLCULUK...

Yeşilova'nın kuruluşunun temelleri, değerli babam Ali İhsan Yeşilova'nın 1975 yılında küçük bir profil dükkanı olan Can Alüminyum'u devralmasıyla atıldı. Yine babamın girişimci ruhu sayesinde pro-





fil satan o küçük dükkan, büyüyerek otomotiv yan sanayisi konumuna geldi. Otomotivdeki bu yükselen ivme yeni bir üretim tesisinin doğuşuna vesile oldu ve Canel Otomotiv bu bakış açısıyla kurularak kısa zaman içerisinde müşteri portföyünü geliştirdi. Büyüyen müşteri ihtiyaç ve beklentileri de kendi profilimizi üretme noktasında bizleri cesaretlendirdi ve ilk pres yatırımımızı yaparak Cansan Alüminyum'un kuruluşunun temellerini atmış olduk. Seneler sonra yüksek basınçlı alüminyum döküm alanındaki uzmanlığımızı Can Metal firmamızla taçlandırdık. Ar-Ge ve mühendislik projelerimize verdiğimiz hız sayesinde de raylı sistemler alanında Canray Ulaşım firmasını kurarak bünyemize dahil ettik. Bugün farklı sektörlerde hizmet veren firmalarımız ve yaklaşık 1.700 çalışma arkadaşımız ile üretimimizi sürdürüyoruz.

ÇATI MARKA STRATEJİSİ İZLİYORUZ

Tüm şirketlerimiz kendi sektörlerinde bilinen ve güvenilen markalar olarak birçok başarılı projeyi hayata geçirdiler, geçirmeye de devam ediyorlar. Otomotiv sektöründe Canel dünyaca ünlü markalar için üretim yaparken, ekstrüzyonda Cansan ihracat rekorları kırıyor, yüksek basınçlı alüminyum döküm alanında Can Metal şirketimiz yine otomotiv alanında güçlü referanslar ile pazarda adından söz ettirirken, Canray ise raylı sistemler endüstrisinde dünyanın en iyi firmalarına proje üretiyor. Bugün geldiğimiz noktada ne kadar güçlü kaslarımız olduğunun farkında olarak, markalaşma süreci üzerine uzun çalışmalar gerçekleştiriyor, yurt içinde ve yurt dışında varlığımızı artırabilmek adına gücümüzü YEŞİLOVA çatısı altında birleştireceğimiz bir marka stratejisi çiziyoruz.

Yeşilova, her biri kendi alanında uzmanlaşmış markalarıyla yarım asırdır alüminyum işleme ve katma değerli hale getirmeye devam ediyor. Fakat bugün rekabet avantajı sağlamak ve sürdürülebilir kılmak için yenilikçi yollar aramak zorundayız. Bu noktada çizmiş olduğumuz çatı marka stratejimizin bizler için birçok kazanımı olacaktır.

YENİ WEB SİTELERİ YAYINA ALINDI...

Çatı marka kavramı, birçok ilgili ürünün tek bir marka altında satılmasını içeren bir pazarlama uygulamasını temsil etmektedir. Tek bir marka için büyük marka değeri yaratmayı içerir. Bugün geldiğimiz noktada her bir markamızın kendine ait güçlü yanları olduğunu biliyor ve bu gücü Yeşilova çatı markasında birleştirmek ve marka değerimizi artırmak adına +45 programı kapsamında Marka Dönüşümü projesini hayata geçiriyoruz. Projenin iş planı dahilinde de birtakım değişiklikleri gerçekleştirdiğimiz bir dönem yaşıyoruz. Tüm markalarımızın web sayfalarını yenileyerek sayfa ziyaretçilerimizi müşteriye dönüştürmeyi kolaylaştırmayı amaçlıyoruz. Yeşilova'nın kurumsal kimliğine uygun olacak şekilde dizayn ettiğimiz sayfalarımız, aynı zamanda da sürdürülebilir bir iletişim bakış açısıyla, aksiyon aldırıcı çağrılar, sektörel dinamiklere uyumlu uygulamalarla, yalın ve temiz bir tasarım ile kurgulandı, yayına alındı. Yanı sıra, müşterilerimize yetkinliklerimizi anlattığımız kataloglarımız ve sunumlarımız, yine bu bakış açısıyla revize edildi.

'YEŞİLOVA' ANA MARKASIYLA REKABET AVANTAJIMIZI ORTAYA KOYACAĞIZ

Yeşilova olarak içinde mühendislik olan, işlenmiş, form verilmiş, birleştirilmiş ve sonunda katma değerli hale gelmiş ürünler üretiyoruz. Grup şirketlerimiz entegre bir yapıda faaliyet gösteriyor.



Sadece alüminyum hammaddesini satın alıyor, sonrasındaki tüm prosesleri Grup şirketlerimizde gerçekleştiriyoruz. Bunun sonucu olarak da hem ürünlerimizin katma değer oranı çok yükseliyor hem de rekabet gücümüz artıyor.

Entegre bir yapıda oluşumuz bize büyük avantaj sağlarken, özellikle ihracat yaptığımız ülkelerde ve hedef pazarlarımızda artık Yeşilova ana markasının bilinirliğini artırarak, bu güçlü yönlerinin avantajlarını hissediyor ve yaşıyor olacağız. Alüminyum ekstrüzyondan, yüksek basınçlı döküme, otomotivden raylı sistemlere uzanan ve içinde tasarım, mühendislik bilgilerimiz ile teknolojiye yaptığımız yatırımlarla büyüyen çok güçlü bir ekosistemin içindeyiz. Biz de bu güçlü pozisyonumuzu ekosistemde daha bilinir kılmak ve global bir iddia ortaya koymak amacıyla güçlü bir çatı marka altında toplamayı kararlaştırdık.

İŞVEREN MARKASI OLMAK, ODAK NOKTALARIMIZDAN...

Markalaşma sürecinden bahsederken yüksek bir marka değeri oluşturmanın, güçlü bir marka imajı gerektirdiğini biliyoruz. Güçlü bir marka imajı ise tüketicilerin ve iş ortaklarınızın markayı, ürünleri ya da sunduğu hizmetleri algılayış biçimi ile oluşmaktadır. Tüm bunların neticesinde rekabetçi düzenin hakim olduğu bir alanda işveren markası imajı ve uygulamaları zorunlu bir hale bürünmektedir.

Yeşilova olarak, stratejik başarımızın olasılıklarını artırmak amacıyla işveren markası olmayı güncel odak noktalarımızdan biri haline getirdik. Öz kaynağımız olan çalışanlarımıza, ürün ve hizmetlerimiz ile markalarımıza yaptığımız kadar yatırım yaparak, enerjimizi ve dikkatimizi markalaşmaya ve bunu en iyi temsil edecek çalışanları bünyemize çekmeye ve elde tutmaya harcıyoruz.

Şeffaf yönetim anlayışımız, liderlik tanımlarımız, yetenek yönetimi çalışmalarımız, Yeşilova Akademi ile hayata geçirdiğimiz eğitim programları ve gelecekte uygulamaya alacağımız birçok proje dahilinde işveren markası imajımızı da kuvvetlendirerek, marka imajımızı istediğimiz seviyelere taşıyacağız.



Yeşilova'da “Marka Dönüşümü”...

Yasemin YEŞİLOVA
Yeşilova Holding
Yönetim Kurulu Üyesi

Baktığımızda bütün aile şirketleri-
nin öyküsü hemen hemen aynı-
dır... Her şey küçük bir dükkanda
ya da atölyede başlar, ardından üretim
gelir. Üretimi büyüme, yeni yatırımlar ve
farklı şirketler izler... Yeşilova Holding'in
öyküsü de aslında böyle başladı. Yarım
asır önce henüz Bursa sanayisinin de
genç olduğu bir dönemde sevgili babam
Ali İhsan Yeşilova'nın küçük bir dükkân-
da temellerini attığı Grubumuz, gelinen
noktada 8 şirketimiz, 1700'e yakın çalış-
ma arkadaşımız ve onlarca ülkeye ger-
çekleştirdiğimiz ihracat ile ülkemiz eko-
nomisi için büyük bir değer oluşturuyor.

Tüm iş kollarında güçlü büyümesini sür-
düren Grubumuz, gerçekleştirdiği üre-
tim, istihdam ve ihracatın yanında; dün-
ya, insan ve toplum odaklı pozitif etki
yaratma yolundaki projeleri de hayata
geçirmeye devam ediyor.

48 yıldır devam eden yolculuğumuzda
bundan sonraki hedefimiz farklı pazar-
larda, farklı ülkelerde daha da büyümek,
daha fazla söz sahibi olmak ve zamanla
global bir markaya dönüşmek. Bu hedefe
ulaşmak için üretim ve yatırım tarafında
birçok adım atsak da kurumsal yapımız
içinde birçok dönüşümü de uygulama-
ya geçiriyoruz. Bugün yaşadığımız dö-
nüşüm uygulamalarından biri de marka
dönüşümü ve çatı marka stratejisi.

Bu yola çıkmadan önce sahip olduğum-
muz yetenekli kadrolarla birlikte, önce
nasıl bir yol izlemeliyiz sorusuna yanıt
aradık. Stratejik haritamızı belirledik.
Birçok toplantı yaparak tüm süreçleri
gözden geçirdik, kendi içimizde işimizi
mercek altına aldık, gerekli projeleri kur-
guladık. Geçmişten gelen tecrübelerimiz
ile geleceği inşa ettiğimiz +45 Dönüşüm
Programı'nın alt başlıklarından biri olan



Marka Dönüşümü Projesi kapsamında şu ana kadar önemli adımlar attık, atmaya da devam ediyoruz. Kurumsal kimliğimizde gerçekleşen değişim, web sitelerimizin yenilenmesi, paydaşlarımızla olan iletişimde kullanılan enstrümanların değişimi...

Yıllar içerisinde faaliyet gösterdiğimiz tüm alanlarda gerçekleştirdiğimiz başarılı çalışmalarla bugün Yeşilova markasıyla "güven" aşılayan oldukça iyi bir ortam elde etmeyi başardık. Şimdi ise oluşturduğumuz bu değer algısını çok daha yukarılara taşımak için çalışıyoruz. Tabii ki çatı marka stratejisi ile yarım asırdır büyük değerler yaratan markalarımızı yok etmiyoruz, onları bir çatı altında topluyoruz. Canel Otomotiv, Cansan Alüminyum, Canray Ulaşım, Can Metal markalarımız kendi

alanlarında faaliyetlerini sürdürecektir. Buradaki amacımız Yeşilova'yı bir çatı marka haline getirmek. Bu durumun markalaşma sürecimize sağlayacağı katkının yanı sıra hem verimlilik hem müşteri tarafında da kolaylıklar getireceğini düşünüyoruz. Aynı zamanda, tüm operasyonlarımızı daha iyi yönetmeyi hedefliyoruz.

Bu projeleri birden hayata geçirmek ve sonuçları beklemek tabii ki mümkün değil. Çünkü iş hayatı içinde her zaman bir zorluk, mücadele var. Sonuçta burası yaşayan bir yapı. Projelerin yönetilmesi kolay değil ve değişim-dönüşüm programları zor işlerdir. Fakat hedef birliği yaptığım tüm çalışma arkadaşlarımla birlikte marka dönüşümü ve diğer tüm projelerimizi başarıyla gerçekleştireceğimize yürekten inanıyorum.



YEŞİLOVA CANLI 15

GELECEK STRATEJİMİZ BELİRLENDİ



Yeşilova Holding ve Grup şirketlerinin yöneticileri, Sapanca'da bu yıl ikincisi düzenlenen Strateji ve Kültür Kampı'nda bir araya geldi. Etkinlikte, gelecek dönemin öngörülerini konuşularak, değişen hedefler paylaşıldı, belirlenen stratejilere ulaşmak için izlenecek yol haritaları ele alındı.

Yeşilova Holding Strateji ve Kültür Kampı, Grup İcra Kurulu Başkanı A. Yalçın Yeşilova, Yönetim Kurulu üyeleri Yasemin Yeşilova ve Şevket Sayılğan ile Holding ve Grup şirketlerinden genel müdür ve müdür pozisyonundaki üst düzey yöneticilerin katılımıyla 28-29 Ekim tarihlerinde Sapanca'da gerçekleştirildi.

Grubun ve iştiraklerinin sektörel analizleri, projeler, hedefler ve yatırım stratejilerinin paylaşıldığı etkinliğin açılış konuş-

masını, Grup İcra Kurulu Başkanı A. Yalçın Yeşilova yaptı. Yalçın Yeşilova, Grup olarak stratejik hedeflerinin rehberliğinde, 'Mutlu çalışanlarla sürdürülebilir bir dünya' amacına bağlı olarak son dönemde güçlü ve kararlı adımlarla ilerlediklerini söyledi. İş kollarında yurt içi ve yurt dışındaki mevcut konumlarını güçlendirirken, yeni büyüme alanlarında da proje ve yatırımları hayata geçirdiklerini açıklayan Yeşilova, bugün karşı karşıya olunan ekonomik, politik ve sosyal risklerin ise tüm iş dünyası için iş modellerini ve



*A. Yalçın Yeşilova;
"Yeşilova Grubu'nu
global arenada
önemli bir oyuncu
haline taşıyacak
bu yönetim ekibi ve
tüm çalışanlarımız
ile her zaman daha
iyisini yapmak
için mücadeleye
devam ediyoruz."*



stratejileri yenilemeyi ve dönüştürmeyi zorunlu kıldığını ifade etti.

**"GİDERLERİMİZİ YÖNETMENİN
ÖNCELİK OLACAĞI BİR DÖNEME
GİRİYORUZ"**

Yeşilova Holding'i yüzlerce paydaşla birlikte, bir ekosistem içinde hareket eden organizma gibi tanımlayan Yeşilova, şunları söyledi: "Bugüne kadar çok önemli başarılar elde ettik ama koşulların değişmeye başladığı bir dönemi de artık yaşıyoruz. Önümüzde alışık olmadığımız yirtilici, rekabetin çok daha zorlayıcı olacağı zamanlar var. Buradaki temel dinamikler ise resesyon, enflasyon ve savaş ortamı. Bugüne kadar büyümek, yeni işleri devreye almak, yeni müşterileri kazanmak hep stratejik öncelik olan Grubumuzda,

giderlerimizi de verimli yönetmenin önceliğini, bu dönemde yaşayabiliriz.”

Yalçın Yeşilova şöyle devam etti: “Program boyunca stratejik odak alanlarımıza yönelik önemli konuşmacıları dinledik, şirketlerimizi geleceğe taşıyacak adımları hep birlikte ele aldık. Yeşilova Grubu’nu global arenada önemli bir oyuncu haline taşıyacak bu yönetim ekibi ve tüm çalışanlarımız ile her zaman daha iyisini yapmak için yorulmadan mücadelede devam ediyoruz.”

“YEŞİLOVA’NIN GELECEĞİNİ TASARLIYORUZ”

Etkinlikte, yapısal ve sistematik hale gelmiş yöntemlerle oluşturulan strateji çıktılarına Yeşilova Grubu adına Yönetim Sistemleri Müdürü Halit Yılmaz paylaştı. Yılmaz yaptığı konuşmada, “Değişen trendlerin ve endüstrilerde yaşanan dönüşümlerin ışığında, Grubumuz için mevcut durumu, gelecek dönemin öngörülleri ve yenilenen hedefleri konuştuğumuz bu programda, çalıştaylarla tüm katılımcıların görüş ve önerileriyle katılımları sağlanmış oldu. Her bir liderimiz, Yeşilova Grubu’nun geleceğini tasarlamının ve stratejik yönünü belirlemenin bir parçası olarak katkılarını sundu” diye konuştu.



*Programın konuk konuşmacılarından
İletişim ve Yönetim Uzmanı
Dr. Şaban Kızıldağ “Mazeret Yok” sloganıyla
Yeşilova liderlerine bir sunum gerçekleştirdi.*



OTURUMLAR, GRUP ÇALIŞMALARI, ÇALIŞTAYLAR...

Birbirinden önemli konuşmacılar, oturumlar, grup çalışmaları ve düzenlenen çalıştaylar ile dolu dolu geçen Strateji ve Kültür Kampı’nda; Yeşilova Holding Yönetim Kurulu Üyesi Şevket Sayılğan, ‘2023 Yılı Ekonomik Beklentileri’ konulu bir sunum gerçekleştirirken, programın konuk konuşmacılarından İletişim ve Yönetim Uzmanı Dr. Şaban Kızıldağ ise “Mazeret Yok” sloganıyla Yeşilova liderlerine bir sunum gerçekleştirdi.

İnteraktif bir şekilde gerçekleştirilen oturum ve çalıştayların ardından Yeşilova liderleri, günün sonunda düzenlenen kutlamada keyifli dakikalar yaşadı, Cumhuriyet’in 99. yılını coşku içinde kutlandı.

BİR OYUNCAK, BİR BÜYÜK MUTLULUK...



Toplumsal fayda odaklı kurumsal sosyal sorumluluk projelerine büyük önem veren Yeşilova Holding, "Bir Oyuncak, Bir Büyük Mutluluk" temalı projesi ile çocukları sevindirdi.

Yeşilova Holding, kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımı çerçevesinde dünya ve toplum için ekonomik, sosyal ve çevresel faydalar sağlayarak sürdürülebilir kalkınma hedefiyle çalışmalarını sürdürüyor. Sürdürülebilirlik uygulamalarını operasyonlarının her alanında dahil ederek KSS'yi grubun ayrılmaz bir parçası haline getiren Yeşilova'nın, hoşgörü değeri çerçevesinde hayata geçirdiği son kampanyası kapsamında toplanan oyuncaklar, Nilüfer Belediyesi Oyuncak Evi'ne teslim edilerek, çocukların hayatına dokundu.

KÖŞELERE GİZLENMİŞ OYUNCAKLAR, ÇOCUKLARLA BULUŞTU

Yeşilova Holding Yönetim Kurulu Üyesi Yasemin Yeşilova, gerçekleştirilen kurumsal sosyal sorumluluk projesi ile çocukların büyüdüğü için artık oynamadığı, köşelere gizlenip unutulmuş oyuncakları, ihtiyaç sahibi çocuklar ile paylaştıklarını söyledi. Yasemin Yeşilova şunları söyledi: "Yeşilova Grubu

olarak çalışma prensiplerimizin temelinde, tüm çalışanlarımızın katılımı ve bağlılığı ile oluşan kurumsal değerlerimiz bulunuyor. Bizlere yol gösteren bu ilke ve değerler, aynı zamanda Grubumuzun pusulasını oluşturuyor. Bu dönemde, ilke ve değerlerimiz arasında da yer alan 'hoşgörü' olmanın sorumluluğuyla çeşitli faaliyetler gerçekleştirdik. Bu kampanya da bu fikirle ortaya çıktı. Bu projemiz ve bugüne kadar yapılan tüm kampanyalarımıza destek veren tüm çalışan arkadaşlarımıza, herkese teşekkür ediyorum. Toplum ve dünyamız için değer yaratacak konular üzerine yoğunlaşarak, projelerimize devam edeceğiz."

Yasemin Yeşilova, Sürdürülebilir Kalkınma Amaçlarından Toplumsal Cinsiyet Eşitliği, Erişilebilir ve Temiz Çevre, İnsana Yakışır İş ve Ekonomik Büyüme ve Sorumlu Üretim ve Tüketim amaçlarına katkıda bulunmak için çalışmalarını sürdürdüklerini söyledi. 4 Kasım 2022'de başlayan toplanan oyuncaklar, Nilüfer Belediyesi Oyuncak Evi'ne teslim edildi.

Yeşilova'dan Örnek Çevresel Uygulama



Yeşilova Holding, sürdürülebilir bir gelecek için gerçekleştirdiği dönüşüm yolculuğunda, tüm Grup şirketlerinde kullanılan karton bardakların kullanımını sıfırladı.

Yeşilova Holding, daha yaşanabilir ve sürdürülebilir bir dünya için kaynakları doğru kullanmaya ve atıkları minimize ederek geri dönüştürmeye büyük özen gösteriyor. Grubun bu kapsamda hayata geçirdiği son adım, aylık kullanım adedi 150 bine ulaşan karton bardak kullanımının sıfırlanması oldu. Sürdürülebilir bir dünya ve sorumlu tüketim ilkeleri çerçevesinde hayata geçen uygulama ile hem önemli bir tasarruf gerçekleşti hem de çevresel atık oluşumunun önüne geçildi.

Ağustos 2022'de başlayan uygulama kapsamında, aylık 150.000 adet olan karton bardak atığını doğaya bırakmamak için Grup şirketlerinin tamamında

cam bardak kullanılmaya başlandı. Uygulama ile 5.520 kg karbondioksit, 495 kg plastik, 10.125 kg kereste kullanımı olmak üzere büyük bir sera salınımının önüne geçildi.

"HER ŞEY DAHA İYİ BİR GELECEK İÇİN"

Konuyla ilgili değerlendirmelerde bulunan Yeşilova Holding Yönetim Kurulu Üyesi Yasemin Yeşilova şunları söyledi: "Bugün iklim krizinin çok yıkıcı ve inkar edilemeyecek etkileri ile mücadele etmeye çalışıyoruz. Soluduğumuz hava, içtiğimiz su ve besinlerimizin kaynağı toprağımız maalesef büyük bir kirlilik ile karşı karşıya. Bu durumun önüne geçmek ve tersine çevirmek için her kuru-

ma, işletmeye, bireye görevler düşüyor. Yeşilova Grubu olarak biz de sürdürülebilir bir gelecek için dönüşüm yolculuğumuza karton bardaklara veda ederek devam ediyoruz. Geri dönüşümü olmadığı için muhtemelen doğaya atık olarak bırakılan ya da yakılarak bertaraf edilen bu atıkların çöp olarak çevremizi, doğayı, havayı ya da denizleri kirletmesinin önüne geçmek istedik. Sürdürülebilirlik, tasarruf ve verimlilik anlayışımız ile bilinçli üretim ve tüketim alışkanlıklarımızı sürekli genişletmeye, bu alandaki stratejilerimizi de tüm operasyonlarımızda ve çalışma arkadaşlarımızı kapsayan bütünsel bir yaklaşımla ele almayı sürdüreceğiz. Hem çevresel etkimizi azaltmak hem de yarınlara daha iyi bir gelecek bırakmak için Yeşilova Grubu olarak

farklı uygulamalar hayata geçirmeye devam edeceğiz.”



*Tüm grupta karton bardak kullanımının
sıfırlanması ile **5.520** kg karbondioksit,
495 kg plastik kullanımı olmak üzere büyük
bir sera salınımının önüne geçildi.*



'YETENEK YÖNETİMİ' İLE YEŞİLOVA'DA DÖNÜŞÜM BAŞLIYOR



Yeşilova Holding'de 'Yetenek Yönetimi' programı başladı. İnsan kaynağının profesyonel ve kişisel gelişimi ile yaratılan katma değer artırılmasının hedeflendiği program ile şirketlerin zorlu rekabete ve yaşanan dönüşüme hazırlanması hedefleniyor.

Yetenek Yönetimi uygulamasının tanıtım toplantısı kapsamında, Holding ve Grup şirketlerinin farklı departmanlarından ekipler, 6 Ekim'de Cansan Alüminyum Fabrikasında bir araya geldi. Yeşilova Holding Yönetim Kurulu Üyesi Yasemin Yeşilova'nın da katıldığı toplantıda, Yetenek Yönetimi programının gündem konuları, faaliyet takvimi ve yol haritası ele alındı.

"ARKADAŞLARIMIZA DEĞER KATAÇAK BİR PROGRAM"

Çalışan beklentileriyle birlikte hızla dönüşen iş yapış modellerinin ve yetenek yönetimine ilişkin yeni nesil uygulamaların ele alındığı programda bir konuşma yapan Yeşilova Holding Yö-

netim Kurulu Üyesi Yasemin Yeşilova, "Yeşilova Grup olarak 'Mutlu Çalışanlar ile Sürdürülebilir Bir Dünya' amacımızla tüm çalışma arkadaşlarımız için yeni nesil İK uygulamalarını hayata geçirmeye büyük önem veriyoruz. Biliyoruz ki elde ettiğimiz her başarının başrolünde değerli ekip arkadaşlarımız bulunuyor. Bugün de +45 Dönüşüm Programı'nın projelerinden biri olan Liderlik ve Gelişim Dönüşüm Projemizin alt başlıklarından 'Yetenek Yönetimi' uygulamasının lansmanını gerçekleştiriyoruz. Buradaki amacımız, çalışma arkadaşlarımıza yetenekleri doğrultusunda daha başarılı bir geleceğe sahip olmaları için ihtiyaç duyulan rehberliği sağlamak" dedi.



YETENEK YÖNETİMİ PROGRAMININ ÖNEMİ...

Program ile elde etmeyi hedefledikleri çıktılar hakkında paylaşımlarda bulunan Yeşilova Holding İnsan Kaynakları Müdürü Miraç Polatlı da şunları söyledi: "Bugün iş dünyasındaki hızlı değişimler yetenekli iş gücüne olan talebi artırmakta ve bu tür iş gücünü bulmak gün geçtikçe zorlaşmaktadır. Bu nedenle geleneksel işe alım ve elde tutma stratejilerinin dışına çıkmamız gerekmektedir. Artık yüksek performans gösteren ve rekabette öne çıkan bir şirket olabilmenin yolu, yetenekli iş gücünü çekebilmek, onu geliştirebilmek ve elde tutabilmekten geçiyor. Bu yüzden çalışma arkadaşlarımızın ilham verici fikirlerine, farklı bakış açılarına ve bunları geliştireceğimiz organizasyonlara ihtiyacımız var. Bu gerçekten hareketle de Yetenek Yönetimi uygulamamızı hayata geçiriyoruz."

Toplantıda ayrıca, İzgören Akademi eğitmenlerinden Atınç Büyükduyuklar, programın ayrıntıları hakkında açıklamalarda bulundu.

"Mutlu Çalışanlarla Sürdürülebilir Bir Dünya" amacımızla tüm çalışma arkadaşlarımız için yeni nesil İK uygulamalarını hayata geçirmeye büyük önem veriyoruz.



ÇALIŞAN PAYLAŞIM TOPLANTILARI GERÇEKLEŞTİRİLDİ



Yeşilova Holding'de çalışanların yıllara varan emek ve başarılarının ödüllendirildiği, aynı zamanda Grup şirketlerinin 2021 ve 2022 yılı performansları ile gelecek dönem hedef proje ve yatırımlarını paylaştıkları 'Çalışan Paylaşım' toplantıları gerçekleştirildi.

Yeşilova Grubu'nda en iyi fikirlerin, uygulamaların ve başarılı modellerin ön plana çıkarılarak örnek teşkil etmesi, takdir edilmesi ve ödüllendirilmesi amacıyla gerçekleştirilen 'Çalışan Paylaşım' toplantılarında, çalışanlar tek tek ödüllendirildi. Gruba uzun yıllardır emek veren çalışanların 'Kıdem Ödülleri',

fikirleri ve yaratıcı düşünceleriyle de şirketlerin geleceğine yön verecek öneriler getiren çalışanların 'En İyi Kaizen', 'İSG Ödülleri' ve 'En Çok Öneri Veren' kategorilerinde ödüllendirildiği toplantılar, Yeşilova Grubu'nun Hasanağa OSB ve Ovaakça lokasyonlarındaki fabrikalarında gerçekleştirildi.





2021 yılı ve 2022'nin ilk yarı performanslarının değerlendirildiği toplantılarda; 2022 yıl sonu hedefleri ve gündemdeki projeler gibi önemli başlıklar ele alındı. Toplantılarda ayrıca, şirket içi bilgi paylaşımları, yeni gelişmeler, planlanan yatırımlar ve grup şirketlerinin kendi iş süreçleri hakkında sunumlar yapıldı.

Holding yönetim kurulu üyeleri, şirketlerin genel müdürleri ve yöneticilerinin katılımlarıyla düzenlenen törenlerde, çalışanlar tek tek ödüllendirildi, toplamda 200'ye yakın çalışana plaketleri verildi.





“ARKADAŞLARIMIZIN EMEKLERİNİ ALKIŞLADIK”

Paylaşım toplantılarıyla ilgili değerlendirmelerde bulunan Grup İcra Kurulu Başkanı A. Yalçın Yeşilova, “İçimizdeki değerleri görmek, birbirimizden güç almak ve birbirimizden daha iyiyi öğrenmek anlamında, değerli çıktılarının paylaşıldığı bu toplantıları çok önemsiyoruz. Çalışma arkadaşlarımızla bir araya geliyor, onların Grubumuz için ortaya koyduğu yaratıcı fikirleri alkışlıyor, bütün bir yıl boyunca gösterdikleri emeklerin sonuçlarını hep beraber paylaşıyoruz. Bu sene de dinle-

diğimizde gurur duyduğumuz birbirinden değerli projeler ortaya kondu. Çalışan paylaşım toplantıları, yenilikçi olmak, meraklı ve araştırmacı olmak, işini tutku ve sevgiyle yapmak, hep bir adım daha iyi için mücadele etmenin en güzel örneklerinin sergilendiği güzel bir platform” dedi.

Holding yönetim kurulu üyeleri, şirketlerin genel müdürleri ve yöneticilerinin katılımlarıyla düzenlenen törenlerde, çalışanlar tek tek ödüllendirildi, toplamda 200’ye yakın çalışana plaketleri verildi.





“MEMOTIVE” Artık Kullanımda

Yeşilova Holding ve Farplas Otomotiv’in ortaya koyduğu fikirlerle geliştirilen “Memotive”, tamamen ayrı bir şirket olma yolunda ilk adımını atarak başarılı bir şekilde spin-off oldu.

İlk yatırımlarını Yeşilova Holding İcra Kurulu Başkanı A. Yalçın Yeşilova ve Ahu Büyükkuşoğlu Serter’den alan Memotive, şirketlerde çalışan bağlılığını ve memnuniyetini artıracak deneyimleri iyileştirmeye odaklandı ve kurumsal hayatta ihtiyaç duyulan birçok araç ve özelliği geliştirerek bir araya topladı.

Memotive sayesinde çalışanlar, şirketini cebinde taşımaya başladı. “Çalışanların yolculuğu, işe gelirken servisteki memnuniyeti ile başlamalı” mottosundan yola çıkarak, Memotive öncelikle tüm servis organizasyonunu ve vardiya planlama sistemini dijitalleştiriyor. Bu sayede hem yöneticiler çalışanlarının haftalık değişen vardiyalarına göre servis planlamasını çok hızlı ve kolay yapıyor hem de çalışanlar haftalık mesai saatlerini, hangi servisi

kullanacaklarını ve servis yola çıktığında canlı olarak nerede olduğunu takip edebiliyor. Günlük olarak başka servis kullanmak isterlerse, misafir servis rezervasyonu yapabiliyorlar. Planlanan bu otomatik sistemler sayesinde şirketin verimliliği de artmış oluyor. Çalışanlara iletilen ve şirket kültürünün yaygınlaşmasında etkili olan duyurular, bildirimler, dijital hediye çekleri, yemek menüleri gibi birçok bilgiye erişim, Memotive sayesinde kolaylaşıyor. Ayrıca, çalışanlar tek bir ekrandan istedikleri gibi dilek, öneri veya memnuniyetsizliklerini paylaşabiliyor, sürücülerini puanlayabiliyor. Yönetim tarafında karşılanan bu taleplerin tüm süreçleri de çalışanla şeffaf bir şekilde paylaşılıyor. Bu sayede çalışanlar sorunlarını hem hızlıca iletiyor hem de sürecin ne aşamada olduğunu takip edebiliyor.

MEMOTIVE

Yeşilova Şirketleri Bursa'nın En Büyükleri Listesinde



Yeşilova Holding iştiraklerinden Cansan Alüminyum ve Can Alüminyum, Bursa'nın en büyük şirketlerinin listelendiği 'Bursa 250 Büyük Firma Araştırması 2021'de yer aldı.

Bursa Ticaret ve Sanayi Odası'nın, Bursa'nın en büyük şirketlerini belirlediği "Bursa 250 Büyük Firma" araştırmasının sonuçları açıklandı. Yeşilova Holding'in Hasanağa OSB'de faaliyet gösteren şirketi Cansan Alüminyum ile faaliyetlerine Nilüfer OSB ve Yıldırım ilçesinde devam eden Can Alüminyum, listeye girme başarısı elde etti.

Konuyla ilgili değerlendirmelerde bulunan Yeşilova Holding İcra Kurulu Başkanı A. Yalçın Yeşilova, "Yeşilova Grubu olarak yarattığımız istihdam olanakları, ödediğimiz vergiler, iş ortaklarımız, tedarikçilerimizle birlikte sağladığımız ekonomik katkı ile katma değer oluşturmaktan büyük mutluluk duyuyoruz. Fakat her şeyden önce şehrimiz





ekonomisine katkı sağlamayı öncelikli sorumluluklarımızdan biri olarak görüyoruz. Bu çerçevede Bursa Ticaret ve Sanayi Odası tarafından gerçekleştirilen 'Bursa 250 Büyük Firma Araştırması 2021' listesinde Grup şirketlerimizin yer almasının gururunu yaşıyoruz. Bu başarılarda emeği olan ve Grubumuzu her gün daha da ileriye taşıyan tüm çalışma arkadaşlarımıza çok teşekkür ediyorum" dedi. Bursa'nın ciroları itibarıyla büyük firma-

larını belirlemek amacıyla düzenlenen çalışma, yirmi beşinci kez gerçekleştirildi. Bursa 250 Büyük Firma sıralaması, şirketlerin 2021 yılı içinde yaptıkları net satış tutarları esas alınarak oluşturuldu. Listede yer alan firmalar; katma değerleri, öz kaynakları, aktif toplamları, vergi öncesi dönem kârları/zararları, ihracatları, ücretle çalışanları, üretimden satışları olmak üzere farklı parametrelere göre kendi aralarında sıralamaya tabi tutuldu.



Bursa Ticaret ve Sanayi Odası'nın, 'Bursa 250 Büyük Firma Araştırması 2021' listesinde Grup şirketlerimiz Cansan Alüminyum ve Can Alüminyum ile yer aldık.





Yeşilova Holding,

BAŞARILARLA GEÇEN YILIN İLK YARISINI KUTLADI

Yarım asırdır alüminyuma hayat vererek pek çok ilke imza atan Yeşilova Holding, 2022 yılının ilk yarısını ve elde edilen başarıları, tüm Grup şirketlerinde görev alan yöneticilerin katıldığı etkinlikte kutladı.

Yeşilova Grup şirketlerinin tamamındaki müdürleri bir araya getiren 'Şerefine Müdürüm' etkinliği, 12 Ağustos tarihinde gerçekleşti. Pandemi nedeniyle 2 yıllık aranın ardından düzenlenen ve Grup şirketlerinin tamamında müdür unvanına sahip yöneticileri bir araya getiren etkinliğe İcra Kurulu Başkanı A. Yalçın Yeşilova ve Yönetim Kurulu Üyesi Yasemin Yeşilova da katıldı.

"DEĞER YARATMAYA DEVAM EDİYORUZ"

"Yaşam, birlikte güzel. Yaşam, bir arada oldukça ve yaşamı paylaştıkça güzel. Yaşam, sevdiklerinle omuz omuza olunca, birlikte yol alınca güzel" temasıyla düzenlenen etkinlikte bir konuşma yapan İcra Kurulu Başkanı A. Yalçın Yeşilova, "Yeşilova Holding olarak yüksek heyecanla başladığımız ve başarılarla geride bıraktığımız 2022



*"Yaşam, birlikte güzel.
Yaşam, bir arada
oldukça ve yaşamı
paylaştıkça güzel.
Yaşam, sevdiklerinle
omuz omuza olunca,
birlikte yol alınca
güzel"*

yılının ilk yarısını, bu başarılarla liderlik eden yöneticilerimizle kutluyoruz. Çalışma arkadaşlarımızın üstün gayretleri, çevik yönetim anlayışımız ve nitelikli üretim kabiliyetimizle, ortaya koyduğumuz örnek uygulamalarımız-

la Yeşilova Holding olarak değer yaratmaya devam ediyoruz" dedi.

Yönetim Kurulu Üyesi Yasemin Yeşilova da "Elde edilen bu başarılar da en büyük pay sahibi olan çalışma





arkadaşlarımıza teşekkür ediyorum. Birlikte çalıştığımız arkadaşlarımızın yüzlerini güldürmek, motivasyonlarını artırmak en büyük hedeflerimizden biri. Yeşilova Ailesi olarak her zaman birlikte üretmeye ve eğlenmeye devam edeceğiz” diye konuştu. Ekipler

arası iletişimi arttırmak ve iş ortamına eğlence katmak amacıyla da gerçekleştirilen etkinlikte, EN'ler ödül töreni de düzenlendi. En Dakik, En Meraklı, En Gezgini, En Eğlenceli, En Stresli ve En Sportif kategorilerinde ödüller sahiplerini buldu.



*“Yeşilova Ailesi
olarak her zaman
birlikte üretmeye ve
eğlenmeye devam
edeceğiz”*

Yeşilova Holding Global Compact üyesi oldu



Yeşilova Holding, sürdürülebilirlik hedefleri doğrultusunda Birleşmiş Milletler (BM) Global Compact üyesi oldu.

Yeşilova Holding, dünyanın en kapsamlı sürdürülebilirlik platformu olan Birleşmiş Milletler Küresel İklim Sözleşmesi'nin (UN Global Compact) imzacısı oldu. Ağustos 2022 tarihinde imzalanan sözleşme ile Yeşilova Holding, strateji ve operasyonlarını insan hakları, çalışma standartları, çevre ve yolsuzlukla mücadele alanlarında belirlenen 10 ilkeye uyumlu hale getirme sözünü vererek, Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları'nı desteklemeyi taahhüt etti.

Global Compact üyeliği ile ilgili değerlendirmelerde bulunan Yeşilova Holding İcra Kurulu Başkanı A. Yalçın Yeşilova şunları söyledi: "Yeşilova Grubu olarak yarım asırdır hayata geçirdiğimiz başarılarla hep gurur duysak da her zaman daha iyinin mümkün olduğu bilinci ve inancıyla

çalışmalarımıza devam ediyoruz. Bu kapsamda sürdürülebilirlik yaklaşımımızın bir çıktısı olarak gerçekleşen bu üyeliği çok önemsiyoruz. Ağustos 2022 itibarıyla Sürdürülebilirlik Yol Haritamızda hedeflediğimiz UN Global Compact ilkelerinin imzacısı olduk. Dahil olduğumuz bu üyelikle birlikte Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri başta olmak üzere, Birleşmiş Milletler'in diğer geniş kapsamlı kalkınma hedeflerinin geliştirilmesini destekleyen iş birliği projelerinde yer alacağız. Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları doğrultusunda koyduğumuz strateji ve hedeflerin çalışmalarını sistematik bir şekilde ele alarak devamlılığını sağlamayı ve özellikle çalışanlarımızın sürdürülebilirlik etki alanlarını genişleterek bu konuda farkındalığı artırmak için girişimlerimize devam edeceğiz."

YEŞİLOVA GRUBU, AUTOMOTIVE MEETINGS'E KATILDI



Yeşilova Holding, onlarca ülkeden otomotiv ana ve yan sanayi şirketlerini bir araya getiren ve bu yıl 4.sü düzenlenen Automotive Meetings Bursa etkinliğine katıldı. Etkinlikte, Yeşilova şirketlerinin elektrikli araçlara yönelik geliştirdiği ürün grupları büyük ilgi gördü.

Otomotiv endüstrisinde birçok alandaki paydaşların bire bir görüşmeler gerçekleştirdiği ve alanında Türkiye'deki tek etkinlik olma özelliği taşıyan Automotive Meetings Bursa, 8-10 Kasım tarihlerinde düzenlendi.

Etkinliğin ana destekçilerinden biri de olan Yeşilova Holding, Grup çatısı altında faaliyet gösteren Canel Otomotiv, Cansan Alüminyum ve Can Metal şirketleri ile etkinlikte, yerel ve uluslararası sektör temsilcileriyle bir araya geldi.

"ELEKTRİKLİ ARAÇLARA YÖNELİK ÜRÜNLERİMİZ DİKKATİ ÇEKTİ"

Automotive Meetings etkinliğini, tüm dünyadan sektör temsilcilerini bir ara-

ya getirmesi ve karşılıklı fikir alışverişini yanında iletişim imkânı sunması nedeniyle de çok önemsediklerini belirten Yeşilova Grup İcra Kurulu Başkanı A. Yalçın Yeşilova, şunları söyledi: "Etkinlik süresince özellikle Avrupalı müşteriler ve potansiyel tedarikçiler ile görüşme fırsatımız oldu. Bunlar içerisinde Stellantis, Tesla, VW, Hyundai, Mercedes, Toyota, Renault, öne çıkan OEM müşterileri oldu. Çok verimli B2B görüşmeleri gerçekleştirdik. Özellikle elektrikli araçlara yönelik geliştirdiğimiz ürünlerin dikkat çektiğini gördük. Otomotiv sektöründe elektrikli araçlarda yaşanan dönüşüm ile birlikte Yeşilova olarak biz de odağımıza elektrikli araçları alarak ürün portföyümüzü genişletiyoruz. Ayrıca, terminolijide 'Full Service Supplier' olarak geçen ürün geliştirme yetkinliğimiz sayesinde şasi



ürün grubunda çelikten alüminyuma çevirdiğimiz parçalar ile araç ağırlığını azaltıcı çözümlerimiz de müşterilerimizin dikkatini çekiyor.”



Konuşmasında, “Ürünlerimizin ağırlıklı olarak elektrikli araçlara yönelik olması ve elektrikli araç sayılarında sektör ortalamalarının üzerinde gerçekleşen artışlar, bizim için büyük fırsat yaratıyor” diyen Yeşilova, Automotive Meetings etkinliğinde sektörün elekt-

rifikasyon dönüşümü ile ilgili verilen güçlü mesajların, bu anlamda 2017 yılında elektrikli araçlara dönük belirledikleri Grup stratejisinin de ne kadar isabetli olduğunu bir kez daha kendilerine gösterdiğini ifade etti.

Türkiye’de ve dünyada otomotiv endüstrisinin yeri, sürdürülebilirlik ve çevreci tarafı, elektrikli araçlar, değişen teknoloji ve beklentiler gibi konu başlıklarının tartışıldığı ilk gün düzenlenen konferanslarda da Canel Otomotiv İş Geliştirme Müdürü Taha Ersel Taş, Canel Otomotiv ve Grup yapısını anlattığı bir sunum gerçekleştirdi.

Konferanslarda Canel Otomotiv İş Geliştirme Müdürü Taha Ersel Taş, Canel Otomotiv ve Grup yapısını anlattığı bir sunum gerçekleştirdi.



YEŞİLOVA 'DAN DEV YATIRIM

Cansan Alüminyum'un yeni üretim hattı İhsan Pres, gerçekleştirilen törenle faaliyete başladı. Açılış töreninde konuşan Yeşilova Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ali İhsan Yeşilova, "Cansan Alüminyum, 32 yıldır hız kesmeden Grubumuza güç vermeye devam ediyor" dedi.

Yeşilova Holding şirketlerinden Cansan Alüminyum'un yeni üretim hattı İhsan Pres'in açılışı; Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ali İhsan Yeşilova, İcra Kurulu Başkanı A. Yalçın Yeşilova, Yönetim Kurulu üyeleri Nezihe ve Yasemin Yeşilova ile Cansan Alüminyum ve Grup şirketlerinin üst düzey yöneticileri ve çalışanlar ile çok sayıda davetlinin katıldığı bir törenle gerçekleşti. Törende, şirketin dünya pazarları

için üretim yapacak ve kapasitesini önemli oranda yükseltecek yeni yatırımı İhsan Pres'in ilk üretimi de banttandırıldı.

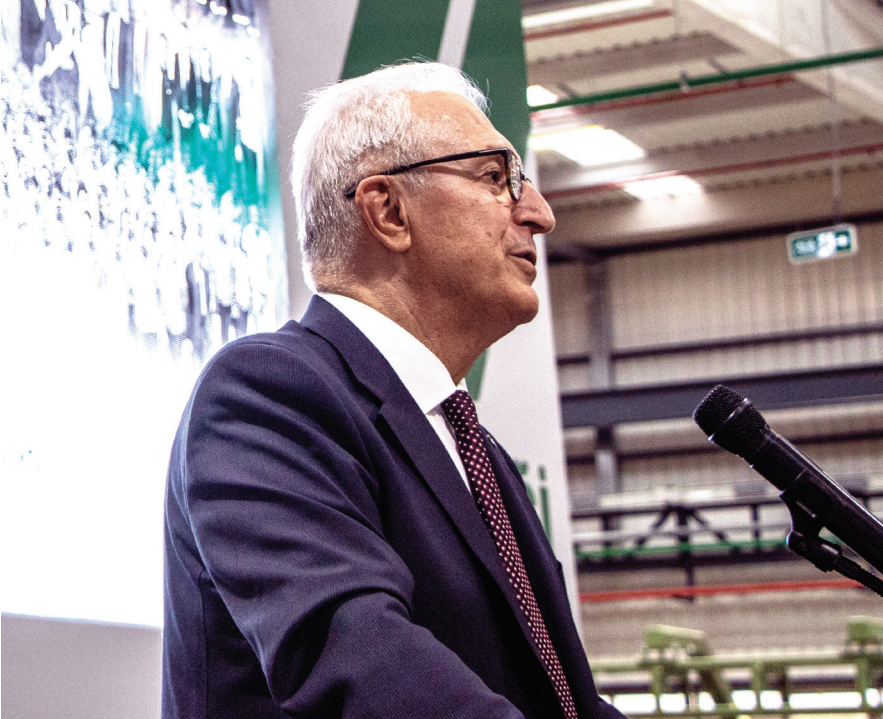
**ALİ İHSAN YEŞİLOVA:
CANSAN ALÜMİNYUM,
BENİM İÇİN BİR HAYALİN
GERÇEKLEŞMESİDİR**

Yeşilova markasının yarım asır önce başlayan yolculuğunda, Cansan Alüminyum şirketinin çok önemli bir yeri



olduğunu belirten Yeşilova Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ali İhsan Yeşilova, törende yaptığı konuşmada, “Yeşilova Grubu olarak çok çalışarak, bütün zorluklara göğüs gererek, yatırım yapmak, üretmek, istihdam sağlamak için yarım asırdır çok değerli bir yolculuğu sürdürüyoruz. Bu yolculuğumuzda da Cansan Alüminyum’un çok önemli bir yeri var. Cansan Alüminyum, 32 yıldır hız kesmeden Grubumuza güç vermeye devam ediyor. Amiral gemimiz oldu, Grubumuzu sürükleyen firma oldu ve bugünlere geldik. Ama bu şirketin benim için çok ayrı bir yanı daha var, o da Cansan, benim için bir hayalin gerçekleşmesiydi. Bu hayalim, ilk defa Türkiye’ye Avrupa’da üretilen son derece teknolojik bir makine getirmektir. Bunu da Cansan ile başarmış olmanın gururunu her zaman taşıyorum.” dedi.

Bu yatırımın hayata geçmesinde emekleri olan herkese teşekkür eden Yeşilova, şunları söyledi: “Bugün Cansan Alüminyum’un hikayesinin bir sonraki bölümünü, yeni üretim hattı İhsan Pres’in açılışını kutlamak için buradayız. Yeşilova Holding olarak bugünümüzü ve geleceğimizi inşa ederken, hedef ve ilkelerimizden ayrılmadan, kültürümüze sınırsız olarak yeni yatırımlar yapmaya, ülkemiz için katma değer yaratmaya devam edeceğiz.”



“Yeşilova Grubu olarak, bütün zorluklara göğüs gererek, yatırım yapmak, üretmek, istihdam sağlamak için yarım asırdır çok değerli bir yolculuğu sürdürüyoruz.”



YALÇIN YEŞİLOVA: 30 YIL ÖNCE KURDUĞUM HAYAL BUGÜN GERÇEK OLDU

Grup İcra Kurulu Başkanı A. Yalçın Yeşilova, çok küçük yaşlardan itibaren İhsan Pres'in kuruluşunu hep hayal

ettiğini belirterek, "Cansan şirketimiz bünyesinde kurulan ilk makinelerle daha çok küçük yaşlardayken benim ve kardeşimin isimlerinin verilmesi, bizim için çok değerliydi. Fakat bu benim için çok büyük bir hayalin de başlangıcıydı. Büyüdüğümde ben de en büyük presi babamın ismiyle kuracağım dedim hep. Bu hayali kurduğumda 6 yaşındaydım. 30 yıl sonra hayatımın en büyük hayali bu törenle gerçek oluyor. Bugün benim için işte öylesine büyük bir gün. Bu fabrikaya, bu yatırımlara her zaman sahip çıkacağız. Bugüne kadar bizleri, Yeşilova çalışanlarını hep desteklediği için Sayın Ali İhsan Yeşilova'ya çok teşekkür ediyorum."

YASEMİN YEŞİLOVA: BU YATIRIM, KOYDUĞUMUZ STRATEJİK HEDEFLERİN BİR SONUCUDUR

Yeşilova Holding Yönetim Kurulu Üyesi Yasemin Yeşilova da törendeki ko-



nuşmasında şunları söyledi: "Bundan 25 yıl önce Ovaakça'da ilk presimiz olan Yasemin presin açılışını, bugünden çok daha küçük bir ekiple yapmıştık. Cansan'ın kuruluş yıllarıydı ve yeni hatta benim ismim verilmişti. Bunun ne kadar büyük bir değer olduğunu anlamam uzun yıllarımı aldı. Ardından sırasıyla diğer pres hatlarımız devreye girdi ve bugün buradayız, İhsan Pres'in açılış töreninde. Küçük yaşlarda nedenlerini anlamakta zorlandığım törenlerin önem ve değerini şu an çok iyi biliyorum. Bugünlere gelmemizde bu köklü kültürümüzün payı oldukça büyük. Koyduğumuz stratejik hedefler doğrultusunda sistematik bir şekilde çalışarak, geldiğimiz nokta bizleri yeni bir pres yatırımına götürdü. Dünyanın hızlı gelişim ve değişimini takip ederek, aynı sistematik çalışma disiplini içerisinde faaliyetlerimize devam edeceğiz."

Yasemin Yeşilova; "Dünyanın hızlı gelişim ve değişimini takip ederek, aynı sistematik çalışma disiplini içerisinde faaliyetlerimize devam edeceğiz."



SELİM GÜNEY: KAPASİTEMİZİ 50 BİN TON/YILA TAŞIYACAĞIZ

Genel Müdür Selim Güney de Cansan Alüminyum'un sektördeki konumunu her geçen gün güçlendirdiğine vurgu yaptı. Şirketin Yeşilova Grubu'na dahil olduğu 1990 yılından bu yana gerçekleştirilen yatırımlar ile sektörün en önemli oyuncularından biri olduğunu vurgulayan Güney, mevcuttaki 24 bin ton/yıl olan kapasitelerini, İhsan Pres ve önümüzdeki dönemde devreye alacakları yeni bir yatırım ile daha 50 bin ton/yıla taşıyacaklarını açıkladı.

Törende, Cansan Alüminyum Fabrika Müdürü Eren Erkan da İhsan Pres'in kurulum süreci ve teknik özelliklerini anlattığı bir sunum gerçekleştirdi.

Konuşmaların ardından İhsan Pres'in açılış kurdelesini Yönetim Kurulu Başkanı Ali İhsan Yeşilova, Yönetim Kurulu üyeleri, Grup şirketlerinin yöneticileri eşliğinde kesildi.

AR-GE VE MÜHENDİSLİK EKİPLERİ BİR ARAYA GELDİ



Yeşilova Grubu'nun Ar-Ge, Mühendislik ve Proje ekipleri, düzenlenen 'Ar-Ge ve Mühendislik Günü' toplantısında bir araya geldi. Grup şirketlerinin Ar-Ge ve mühendislik alanında gerçekleştirdiği çalışmaların ele alındığı toplantıda, Türkiye ve dünya gündeminde öne çıkan başlıklar, yenilik ve trendler ile ilgili değerlendirmeler de yapıldı.

Ar-Ge ve Mühendislik Günü toplantısı kapsamında Holding ve Grup şirketlerinin Ar-Ge, mühendislik ve proje ekipleri, Crowne Plaza Bursa Otel'de bir araya geldi. Grup şirketlerinden ekiplerin yüz yüze olma fırsatı yakaladığı etkinlikte, Ar-Ge ve mühendislik alanında yapılan çalışmalar ve şirketlerin son dönemde devreye aldığı projeler, Türkiye ve dünyadaki gelişmeler ile her şirket özelinde faaliyet gösterdiği sektördeki yenilik ve trendler ele alındı.

AR-GE MERKEZİ'NDE YÜRÜTÜLEN ÇALIŞMALAR

Toplantının açılış konuşması, Yeşilova Holding Ar-Ge Müdürü Emre Dolaylar





tarafından yapıldı. Emre Dolaylar, "Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından onaylanmış Ar-Ge Merkezimizde otomotiv endüstrisi için co-design çalışmaları, raylı sistemler sektörüne yönelik ürün geliştirme çalışmaları, geniş analiz metotları ve yazılımlar kullanılarak doğrulama çalışmaları, yetkin laboratuvarlarımızda malzeme doğrulama çalışmaları, gelişmiş test yetkinlikleri ile ürün doğrulama çalışmaları, özel malzeme geliştirme çalışmaları gibi birçok farklı alanda faaliyetlerimizi geniş bir yelpazede sürdürmekteyiz. Özellikle patent ve faydalı model alanında sektörümüzdeki lider kuruluşlar arasında yer alıyoruz. Geçtiğimiz yıl Ar-Ge Merkezimizde yürütülen 12 projeden 6'sı ulusal ve uluslararası fonlar tarafından desteklenmeye hak kazandı. Bu başarıları sürdürülebilir kılmak, Grubumuza ve ülkemize değer yaratan çalışmalarda bulunmak, nitelikli projelerin altına imza atmak adına

odağımızı genişletmeye devam ediyoruz" dedi.

"KABİLİYETLERİMİZİ ARTIRMAYA DEVAM EDECEĞİZ"

Yeşilova Holding İcra Kurulu Başkanı A. Yalçın Yeşilova da toplantıda yaptığı konuşmada şunları söyledi: "Yeşilova Grubu olarak gerek dünya gerekse ülkemizde yaşanan tüm belirsizliklere ve zorlu piyasa koşullarına karşın faaliyette bulunduğumuz tüm sektörlerde hedeflerimize paralel başarılı sonuçlar olarak ilerliyoruz. Bu başarının ardında yatan etmenlerden biri de araştırma-geliştirme çalışmalarına verdiğimiz önemdir. Şirketlerimizin gerek ülkemiz gerekse de global bazda rekabetçilik avantajlarını korumak ve bu alandaki kabiliyetlerimizi artırmak adına Ar-Ge, teknoloji ve inovasyona yaptığımız yatırımları sürdürüyoruz. Ar-Ge ve yenilikçilik konusundaki yetkinliklerimizi güçlendirerek Grubumuzu sağlam adımlarla geleceğe taşımaya devam ediyoruz."

Yeşilova Holding Ar-Ge Merkezi ve Grup şirketlerinden ekiplerin sunumlar gerçekleştirdiği toplantıda ayrıca, Kurumsal Eğitmen ve Yönetici Koçu Ruhan Maral, "Cesaret Yönetimi" başlıklı bir konuşma yaparak, Grup çalışanlarıyla paylaşımlarda bulundu.



*Ar-Ge Müdürü
Emre Dolaylar,
"Grubumuza ve
ülkemize değer
yaratan çalışmalarda
bulunmak, nitelikli
projelerin altına imza
atmak adına odağımızı
genişletmeye devam
ediyoruz"*



Yeşilova Holding, inovatif ürünlerini Almanya'da vitrine çıkardı



Almanya'nın Düsseldorf şehrinde düzenlenen Aluminium 2022 Fuarı'na katılan Yeşilova Holding, yeniliklerini ve inovatif ürünlerini dünya kamuoyuna tanıttı.

Yeşilova Holding, dünya fuarlarında boy gösteremeye devam ediyor. Alüminyum sektörünün global ölçekteki en önemli organizasyonu sayılan ve 27-29 Eylül tarihlerinde Almanya'da düzenlenen Aluminium Düsseldorf 2022'ye bir şirketiyle katılan Yeşilova Holding, inovatif ürünlerini görücüye çıkardı, Ar-Ge ve üretim faaliyetlerinde devam eden çalışmalarını ve yenilikçi çözümler sağlayan projelerini katılımcılarla paylaştı.

"YENİLİKÇİ ÜRÜNLERİMİZ, ANA SANAYİLERİN BÜYÜK İLGİSİNİ TOPLADI"

Yeşilova Holding İcra Kurulu Başkanı Yalçın Yeşilova, fuar ile ilgili şu değerlendirmelerde bulundu: "Dünya alü-

minyum endüstrisi ile 4 yıllık bir aranın ardından Aluminium Düsseldorf 2022 Fuarı'nda tekrar bir araya geldik. Alüminyum ekstrüzyon ve enjeksiyon yetkinliklerimizin yanında otomotiv ve raylı sistemlerdeki çözümlerimizi, standımızı ziyaret eden katılımcılarla paylaşma imkânı bulduk. Özellikle elektrikli araçlara yönelik ürettiğimiz yüksek teknoloji ve mühendislik gerektiren yenilikçi ürünlerimiz, dünyanın en büyük pil üreticileri ve otomotiv ana sanayilerinin büyük ilgisini topladı. Ülkemiz adına yeni bir ilki daha başarmanın gururunu yaşadık. Bu alanda dünyadaki meslektaşlarımızdan da ayrışmayı başardığımızı görmek, küresel oyuncu olma yolculuğumuzda bizleri cesaretlendirdi. Hem teknolojiye

hem de insana ve bilgiye yaptığımız yatırımların ne kadar doğru olduğunu bizlere gösterdi. 1700 kişiye ulaşan ekibimizle birlikte gece gündüz verdiğimiz emeklerin karşılığını bulduğunu görmek, bizim için en büyük mutluluk.”

BATARYA TAŞIYICISINA YOĞUN İLGİ

Yeni ve birbirinden önemli iş birliklerine adım atma sürecinde, çok dinamik ve verimli bir fuarı daha tamamlayan Yeşilova Holding, güçlü altyapısını, üretim kabiliyetlerini, yenilikçi ürünlerini sergiledi, alüminyum endüstrisi için büyük önem taşıyan projelerini fuarda tanıttı. Grubun özellikle elektrikli araçlar için ürettiği batarya taşıyıcısı, otomotiv endüstrisinin yoğun ilgisiyle karşılaştı.

“Otomotiv ve raylı sistemlerdeki çözümlerimizi ziyaretçilerimizle paylaştık.”



Çalışma Arkadaşlarımız 'Yeşilova SOKAK'ta buluştu

Yeşilova çalışanları; basketboldan takıya, doğadan, fotoğraf ve tenise kadar farklı alanlarda kurulan hobi kulüplerinde buluşuyor, iş dışı zamanlarını dolu dolu geçiriyor.

Yeşilova Holding'in çalışanları için hayata geçirdiği sosyal yatırımlarından biri olan hobi kulüplerinde faaliyetler başladı. Çalışanlara, yoğun iş hayatı içerisinde ufak molalar sunan kulüplere katılanlar hem eğleniyor hem de sportmence mücadeleler veriyor.

İş hayatının yorucu ve stresli temposundan sıyrılarak tutkularına sarmak isteyen Yeşilova'lılar, Yeşilova SOKAK'ta buluştu. Yeşilova çalışanlarının gönül verdiği Sosyal ve Kültürel Aktiviteler Kulüpleri'nde (Yeşilova SOKAK) neler yok ki: Basketbol Kulübü, Doğa Kulübü, Fotoğraf Kulübü, Takı Kulübü ve Tenis Kulübü.

STRESİ VE YORGUNLUĞU KULÜP AKTİVİTELERİNDE ATİYORLAR

Kulüp faaliyetleri çerçevesinde haftada 2 gün bir araya gelen Yeşilova

va'lılar, mesai sonrasında sorumluluk bölgelerindeki iş temposunun stresi ve yorgunluğunu, kulüp aktivitelerinde atıyor. İş dışı zamanlarını dolu dolu geçiriyor, motive oluyor.

Tenis Kulübüne aynı departmandaki arkadaşlarıyla birlikte katıldığını söyleyen Kurumsal İletişim Yöneticisi Görkem Topal, "Arkadaşlarımın da yönlendirmesiyle tenise başladım. Sonrasında ise benim için yoğun iş temposundan uzaklaşarak spor yaptığım, keyifli vakit geçirdiğim, huzur bulduğum bir durak haline geldi. Tenise ayırdığım zamanlarda kendimi özgür hissediyorum, aynı zamanda büyük keyif aldığım bu zaman diliminde arkadaşlarımla olmaktan mutluluk duyuyorum. Bu sporda aşama aşama ilerlemek, inceliklerini öğrenmek artık daha da ilgimi çekiyor. İyi ki bu kulübe katıldım ve tenise başladım" dedi.



yesilova.com ve Grup şirketlerinin web siteleri yeni yüzleriyle yayında



Yeşilova Holding, kurumsal web sitesi Yesilova.com ve Grup şirketlerinin web sitelerini, tüm paydaşlarının bilgiye erişimi ve global bakış açısı ışığında yeniledi.

Yeşilova Grubu'nun iş, insan, çevre ve toplumsal konuları birlikte ele alarak, Türkiye ve global ölçekte sürdürdüğü önemli iş birlikleri aracılığıyla gerçekleştirdiği paylaşımlarını ve hedeflediği sürdürülebilir büyüme yaklaşımı olan "Mutlu Çalışanlarla Sürdürülebilir Büyüme", yeni web platformlarının ana hatlarını oluşturdu. Yenilenen web sitelerinde Holding ve Grup şirketlerinin başarılı çalışmaları ve ilklerle dolu yarım asra ulaşan yolculuğu, içeriklerle zengin bir şekilde aktarılıyor.

Web sitelerinin yeni yüzlerinde, Grubun temellerinin atıldığı 1975 yılından itibaren, zaman içerisinde gerçekleşen büyüme yolculuğu, şirketleşme süreci ve ilkeler anlatılırken, gelecek odaklı duruşu ve Yeşilova markasının oluşturmak istediği değer ölçüsü de yansıtılıyor.

GRUP ŞİRKETLERİNDEN DETAYLI BİLGİLER...

İş ortakları ve tüm paydaşların beklentileri de dikkate alınarak yenilenen web sitesi; Grubun alüminyum başta olmak üzere otomotiv, raylı sistemler, döküm ve diğer sektörlerdeki iştiraklerinden de bilgiler sunuyor. Grubun insanı merkeze alan yaklaşımı, yenilenen sitenin tüm detaylarında yer alırken, tüm paydaşların en hızlı ve doğru şekilde bilgi ve içeriklere ulaşması amacıyla kapsayıcı bir yapı oluşturuldu.

Grubun sürdürülebilirlik alanındaki çalışma ve hedef projeleri, Holding ve Grup şirketlerinin faaliyet alanlarına ilişkin sektörel haberler, toplumsal ve sosyal hayata katkı sağlayan sosyal sorumluluk projeleri gibi pek çok alana ilişkin bilgilere de web sitelerinden ulaşılabilir.

Ünlü Türk markaların logolarının

pek bilinmeyen hikayeleri...

Logo deyip geçmeyin, bir şirketin markasının en önemli bileşenlerinden biri aslında logosu. Geçmişten bugüne şirketler çok yüksek bedeller harcayarak, albenisi yüksek ve farkındalık yaratıcı bir logo tasarlamak için uğraşıyor. Ve tüketicilerine anlatmak istediklerini logo yardımıyla dile getirmeye çalışıyorlar. İşte ülkemizin önemli kurum ve şirketlerinden bazılarının logolarının arkasında yatan ve pek çok kişinin de bilmediği hikayeleri...



İSTANBUL BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ

İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin logosu kendi içerisinde pek çok detay barındırmaktadır. Logoda yer alan üçgenler, surlar, boğaz motifi ve minareler, bir şehrin ruhunu ve rengini oldukça güçlü yansıtır. İBB logosunun mavi fon renginde ilk gördüğümüz detay minareler oluyor. Cami minareleri İstanbul'un görkemli manzarasının vazgeçilmezleri arasında yer aldığı için logonun başlıca görseli minarelerden oluşuyor. Logonun hikayesi ise yarım asır öncesine uzanıyor.

24 Şubat 1969 tarihinde dönemin İstanbul Valiliği tarafından şehri temsil edecek ambleme karar vermek için bir yarışma düzenlenir. Ve yarışmada bir sürpriz yaşanır. İki kıtayı birbirine bağlayan boğaz, kentin meşhur surları, cami minareleri ile şehrin yedi tepe üzerinde kuruluşunu sembolize eden amblem, aynı anda birincilik, ikincilik ve üçüncülüğü kazanarak eser sahibine 18 bin lira kazandırır.

Logonun mavi renk olmasının da bir sebebi var. Tasarımında özellikle şehrin ruhunu ve doğasını betimlemek için bu renk seçilmiş. Güvenilirlik, otorite, güç, sadakat ve barışı temsil eden mavi renk, adeta bir dünya kenti olan İstanbul için özenle tercih edilmiş.



ZİRAAT BANKASI

Türkiye Cumhuriyeti tarihinin en önemli logolarından biri de şüphesiz temelleri 1867 yılına dayanan Ziraat Bankası'na ait. Banka, 1960'lı yılların başında yeni logo için bir yarışma düzenler ve Ayhan Akalp'in günümüzde de halen kullanılan logosu birinciliği elde eder. Z ve B harflerinin uyumundan ortaya çıkan başak figürünün mükemmel ahengi, binlerce yıldır ziraatçılık ve buğday ile simgelenmesini kullanarak hedef kitleyle kolay iletişim kurması ve tipografik olarak hiç-

bir eksiğinin bulunmaması, Ziraat Bankası logosunun hızlı bir şekilde ölümsüz amblemler arasında yer almasını sağlıyor.

2012 yılında gerçekleşen güncellenme ile bankanın logosundan TC harfleri kaldırdı, fontu değiştirildi ve Ziraat kelimesi kalın yazılarak daha ön plana çıkarılarak son halini almış oldu. Bir başağı sembolize eden amblem ise ana şeklini koruyarak, gölgelendirilerek daha boyutlu bir hale getirildi.



T.C. ZİRAAT BANKASI



Ziraat Bankası

1986-2011

2011-PRESENT



THY

THY, 20 Mayıs 1933'te T.C. Devlet Hava Yolları ismiyle kurulur. 1956 yılında ise Türk Hava Yolları olarak değiştirilip, uluslararası arenada Turkish Airlines olarak kullanılmaya başlanır. 1956 yılında Türk Hava Yolları THY olarak isim değiştirdikten sonra, THY ismine hız efekti eklenen yeni bir logo kullanılmaya başlanır. Fakat 1959 senesinde yeni logo için bir yarışma düzenlenir. Düzenlenen yarışmada Mesut Manioğlu'nun tasarladığı ve yaban kazından ilham aldığı logo; yenilikçi, orijinal ve uzun yol uçuşmayı hedefleyen Türk Hava Yolları'nın hedefleriyle uyumlu olduğu için 1. seçilir ve yıllar içerisinde geçirdiği değişimlerle birlikte bugüne kadar gelir. THY logosunun ilham kaynağı olan yaban kazları, 9.000 metreye ulaşan irtifada kıtalararası uçuş yapabilmesiyle bilinir.

1986 yılında amblemden THY yazısı çıkarılarak sadeleşmeye gidilir ve 2000'li yılların başında uluslararası kimlik kazandırmak için THY logosu yeni yazı karakteri, daha doygun bir mavi renk ve dairesel amblemdaki 3 boyutlu görünüm ile son halini alır ve göklerdeki yeni macerası başlar. Ayrıca logoyu farklı yönlere çevirdiğinizde T-H-Y harfleri meydana çıkar.

PETROL OFİSİ

Petrol Ofisi'nin ilk logosu Türk mitolojisinin temel figürlerinden olan dişi kurdu kırmızı bir halka içine alarak hazırlanmıştır. Logonun doğuş hikayesi ise şu şekilde gerçekleşir...

Şirketin ilk Genel Müdürü olan Talha Sabuncu, dişi kurdu kurumun logosunda kullanmaya karar verir. Bu tür işlere eli de yatkın olan Sabuncu, dişleri arasından kıvrımlı dili görünen bir kurt çizimi yapar, bunu kırmızı bir halka içine alır ve böylece Türkiye'nin en büyük kurumlarından biri olan şirketin logosu doğar. Kurulduğu günden bugüne birçok küçük değişim yaşayan logo, kurt imgesinin "o" harfinin içinde bulunduğu versiyonuna ise 2000 yılında ulaşmıştır. 2012 yılından itibaren de yeni logo tasarımı kullanılmaktadır.

Petrol Ofisi logosunda olduğu, Cumhuriyet'in ilk yıllarından itibaren Bozkurt simgesinin günlük yaşamda görünür kılınabilmesi ve yurttaşlarda bu konuda merak uyandırmak amacıyla Atatürk tarafından çeşitli çalışmalar da yaptırılmıştır. Türk Lirası, posta pulları, sigara paketlerine Bozkurt resmi konulmuş, ilk yolcu gemisine Bozkurt adı verilmiştir. Tüm bunların yanında, küçük Türk izcilere yavru kurt adının verilmiş olması da önemli bir detay olarak karşımıza çıkmaktadır.



GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE





Başarılı bir girişim ve marka hikayesi:

Narti



Avrupa ülkeleri ve Amerika'da yaygın olarak kullanılan elektrikli scooter sistemini Türkiye'ye getiren yerli teknoloji girişimi Martı, popüleritesini ve kullanım oranını günden güne artırıyor. İşte, Martı'nın ülkemizdeki yolculuğuna başlangıç hikayesi ve yakaladığı başarının perde arkası...

2018 yılında girişimciler Oğuz Alper Öktem ve Sena Öktem tarafından kurulan Martı, 2019 yılında elektrikli scooter paylaşımı sağlayan yerli bir teknoloji girişimi olarak faaliyete geçti. Önceleri yalnızca İstanbul'da kullanılan sistem, günümüzde Ankara, İzmir ve Bursa başta olmak üzere farklı şehirlerde kullanılmaya devam ediyor. Şirket, geliştirdiği yazılımlar ve elektrikli araçlar ile karbon salınımını azaltarak taşımacılık sektörüne yepyeni bir bakış açısı getirmeyi hedefliyor.

MARTI NASIL KULLANILIYOR?

Martı'yı kullanmaya başlamadan önce iOS ve Android platformlarındaki ücretsiz mobil uygulamasının indirilmiş olması gerekiyor. Sonrasında harita üzerinden bulunulan konuma en yakın Martı'yı bularak, 'Başla' seçeneğine tıkladıktan sonra scooter üzerinde bulunan kodun okutulması yeterlidir. Kiralanan scooterların ödemesi, kullanım süresi üzerinden hesaplanarak mobil uygulama içerisinde yapılıyor. Varış noktasına gelindiğinde ise Martı, güvenli bir yere kilitlenerek yolculuk sonlandırılmış oluyor. Martı'yı doğru bir şekilde park ettikten sonra da fotoğrafının çekilerek sisteme yüklenmesi gerekiyor.

MARTI'NIN TÜRKİYE'DEKİ BAŞARISI NASIL GERÇEKLEŞTİ?

Trafik sorununun yoğun olarak yaşandığı şehirlerde toplu taşıma ya da araçlara alternatif

hızlı yolculuk imkanı sunan Martı, park yeri aramak gibi problemleri de ortadan kaldırıyor ve kullanıcılarına zaman kazandırıyor. Ekolojik ayak izini azaltarak, diğer ulaşım araçlarına göre daha çevreci bir çözüm de sunuyor.

Kuruculardan Oğuz Alper Öktem, Martı'nın kısa sürede birçok farklı şehre yayılarak başarılı olmasının ardında, doğru bir ekibin yattığını söylüyor. Şirket bünyesinde yazılımcılardan, scooterların bakımından sorumlu teknik personele kadar birçok farklı üyeden oluşan yetkin ve dinamik bir ekibin olduğunu ifade ediyor.

3 FARKLI MODELE SAHİP

Ülkemizde hizmet vermeye başlayan ilk elektrikli scooter kiralama girişimi olan Martı, şu an 3 farklı modele sahip. Yolculuğuna elektrikli scooterlar ile başlayan Martı, elektrikli scooterın yanı sıra kullanıcılarına elektrikli bisiklet benzeri bir ürün ve elektrikli Moped de sunuyor. Bir araştırma şirketinin 2022 yılı Mart-Nisan ayları arasında yaptığı bir araştırmaya göre, e-scooter uygulamalarında öncü konumundaki Martı'yı ağırlıklı olarak 25-34 yaş aralığındaki kullanıcılar tercih ediyor. Yine cinsiyet dağılımı dikkate alındığında da önemli bir fark bulunmuyor. Martı'yı tercih eden kadın kullanıcıların oranının yüzde 50,4 seviyesinde. Aynı araştırmada; Martı, BinBin ve Link'in toplamda 4,4 milyon ziyaretçi sayısına ulaştığı dikkati çekiyor.

Martı

Yeni logolar, yeni tarzlar, yeni hikayeler...

Fazla yakın
iki tük. yakını olsun

Farklı bir fontla görelim

daha
yakın ve otaki

Bu dönemde birçok marka kurumsal kimlik ve logo tasarımında yeniliğe gitti. Biri sadeleşmeyi seçerken öbürü karmaşıklaştı, bir diğeri ismini değiştirirken diğeri sadece yazısını kalınlaştırdı. İşte, dünyaca ünlü bazı markaların görsel kimliklerinde yaptıkları değişimler...

Logo değişimi daha çok bir gereksinimden kaynaklanmaktadır. Şirketler ve ünlü markalar, daha çok tüketici eğilim ve beklentilerinde yaşanan değişimlere paralel olarak kimliklerinde dönem dönem değişimler gerçekleştiriyor. Fakat her markanın duyduğu gereksinim birbirinden farklı. Biri dinamik ve tüketiciye daha yakın bir marka olma hedefiyle değişime giderken, bir diğeri teknoloji ve dijitalleşmenin getirdiği yeniliklerle bu değişime kapı aralıyor.

Ünlü sosyal medya platformu Facebook, dijital dünyadaki çoklu evreni yansıtmak amacıyla uyumlu olarak "Meta" adını aldı. Güney Koreli otomobil üreticisi KIA ise 1994 yılından bu yana kullandığı kırmızı oval şeklini içinde yer alan özgün fontlu logosunu, siyah fütüristik bir versiyonla değiştirdi. Bir başka logo değişimi de 1877'de kurulan ve İtalya'nın en uzun süredir devam eden gıda şirketlerinden biri olan Barilla'da yaşandı. Barilla 145. yaşında; marka kimliğinde, ambalajında ve yeni makarna çeşitlerinde bir dizi değişiklik gerçekleştirdi.

İşte son dönemde yepyeni tarzları ve logolarıyla bazı küresel markalarda yaşanan değişimler...



1919



1921



1932



1936



1959



1966



1985



2009



2016



2022



Citroen'in logosuna Retro dokunuş

Sade bir tasarım ve Retro bir dokunuşa sahip olan Citroen'un yeni logosu, yeni yıldan itibaren tüm modellerde kullanılmaya başlanacak. Bu hamleyle 10. logosuna geçiş yapan şirket, bu logonun "ilerlemenin zarif bir sembolü" olduğunu ifade ederken, şirketin yeni sloganı da "Hiçbir şey bizi Citroen gibi hareket ettiremez" oldu. İnternet ve sosyal medya platformlarında konu hakkında yayınlanan haberlere göre; yeni logonun 2023 yılı itibarıyla konsept araçlar dahil olmak üzere tüm modellerde kullanılacağı belirtiliyor. Ayrıca, şirketin internet sitesi, broşürleri, hatta araçlarındaki multimedya sistemi de yeni logo ile kullanılmaya başlayacak. Citroen'in yenilenen logosu, şirketin 1919 yılında kullanmaya başladığı ilk logonun yenilenmiş bir versiyonu olarak dikkatleri çekiyor. Citroen'in bu hamle ile elektrik dönüşümünün başlangıcı için ilk logosuna dönüş yaptığı aktarılırken, şirketin yepyeni ve elektrikli motorlu araçlarıyla yeni bir döneme kapı aralamış olacağı ifade ediliyor.

Barilla 145. yılını yeni logosuyla kutladı

1877'de kurulan ve İtalya'nın en uzun süredir devam eden gıda şirketlerinden biri olan Barilla, 145. yaşında; marka kimliğinde, ambalajında ve yeni makarna çeşitlerinde bir dizi değişiklik yaptı. Şirketin güncellenmiş kurumsal kimliğinde daha da sadeleşen marka, iki renkli oval şekil yerine, düz zemine geçiş yapan yeni logo, daha derin bir kırmızı zemin üzerine yer alıyor. Yenilenen yazı tipi daha sert hatlara ve aynı zamanda köşeleri yuvarlatılmış yazı tipi ile dengeli bir tasarıma sahip. Marka adının üzerine İtalyanca "1877'den beri" ifadesi eklenerek, şirketin köklü bir marka olduğuna atıfta bulunuluyor. Bir diğer önemli farklılaşma da plastik pencerenin ürünlerin ambalajından çıkarılması oldu. Şirketten yapılan açıklamada, bu uygulama ile 126 ton plastik tasarrufu sağlanacağı ifade ediliyor.

Meta

Facebook isim değişikliği ile 'Meta' oldu

Facebook, dijital dünyadaki çoklu evreni yansıtmaya planıyla uyumlu olarak "Meta" adını aldı. Alt şirketler Facebook, Instagram ve WhatsApp gibi platformların ismi aynı kalırken, yalnızca ana şirketin ismi değişti. 2021 yılının son ayından itibaren borsada yeni ismiyle yer alan şirket, Kaliforniya'daki

Menlo Park'ta yer alan merkezindeki Facebook'un simgesi olan yukarı kalkan baş parmak işaretini de mavi sonsuzluk şekliyle değiştirdi. Şirketin artırılmış ve sanal gerçeklik üzerine yoğun yatırım yaptığını vurgulayan Facebook'un kurucusu Mark Zuckerberg, "Zaman içinde umarım, bir çoklu evren şirketi olarak görülürüz. Ben çalışmalarımızı ve kimliğimizi geliştirmekte olduklarımız üzerine dayandırmak istiyorum" derken, değişimin farklı uygulama ve teknolojileri yeni marka altında toplayacağını, ancak kurumsal yapısını değiştirmeyeceğinin de altını çizdi.

Kia'nın yeni logosu kafaları karıştırıyor

Güney Koreli otomobil üreticisi KIA'nın yeni logo tasarımı, beklenmedik bir kafa karışıklığı yaratmış durumda. 1994 yılından bu yana kullandığı kırmızı oval şeklin içinde yer alan özgün fontlu tasarımını, siyah fütüristik bir versiyonla değiştiren şirket, neredeyse her ay yaklaşık 30 bin kişide kafa karışıklığına neden oluyor. İlk anda optik bir yanılsamaya neden olan yeni logo, Kia olarak değil, K ve N harflerinden oluşan başka bir markaya aitmiş gibi algılanıyor. Sosyal medya platformlarından Twitter'da bir kullanıcı tarafından ahrefs verilerine dayanarak yayınlanan istatistiklere göre, Google arama motorunda "KN" marka otomobili arayanların oranında ciddi bir artış gözlemlendiği dikkati çekiyor. Şirket açısından ise bu tasarım, kendiliğinden doğal ve başarılı bir pazarlama hamlesine dönüşmüş gibi duruyor. Güney Koreli şirket, yeni logo hamlesiyle en önemli pazarlama stratejisi unsurlarından biri olan merak uyandırmayı başarıyla gerçekleştiriyor.

Sprite ambalaj logosunu yeniledi

Ünlü içecek markası Sprite, görsel kimliği ve iletişim stratejisinde küresel çaplı bir değişim gerçekleştirdi. Marka, tüketiciyle buluştuğu tüm pazarlarda artık "Heat Happens" sloganlı kampanyası ve sadeleşen logosuyla boy gösterecek. Eski logosunun yanı sıra ikonik yeşil şişelerine de kademeli olarak veda etmeye hazırlanan Sprite, sürdürülebilirlik hassasiyeti doğrultusunda geri dönüşümü daha kolay şeffaf şişelere geçiş yapmayı planlıyor. Ayrıca şişelerde, tüketicileri geri dönüşüme teşvik eden mesajlar da yer alacak.





1914



1926



1930



1932



1954



1972



1984



2003



From 2022



2022 Aston Martin - F1 Racing Team

kazandıran marka, genç ve dinamik görünümüyle özellikle genç tüketiciye daha yakın olmayı hedefliyor.

Aston Martin de trendleri takip etti

Tasarladığı tüm modellerle otomobil tutkunlarının hayallerini süsleyen Aston Martin, 2003 yılından beri kullanmakta olduğu logosunu yeniledi. Otomobil sektöründeki trendi takip eden ve tıpkı rakipleri gibi artık daha sade bir logo kullanacak olan Aston Martin, yeni bir dönemi de başlatmış oldu. Markanın yeni logosundaki detaylar incelendiğinde ise logonun İngiltere'nin Birmingham kentindeki mücevher tasarımcıları tarafından hayata geçirildiği dikkati çekiyor. Kuruluşundan bu yana şirketin tercih ettiği sekizinci olan yeni logo, Aston Martin'in önümüzdeki dönemde piyasaya süreceği yeni otomobillerde aktif olarak kullanılacak. Şirketin üst yöneticilerinden Marek Reichman, yaşanan değişimle ilgili yaptığı açıklamada şunları söyledi: İnsanları markamıza aşık etmek, müşterilerimizin kalplerine ve zihinlerine erişmek için tasarlandığımız için Aston Martin'de tasarlanan her nesnenin derin bir anlamı ve amacı var.



Sprite Küresel Marka Direktörü Shrenik Dasani, yeni ambalaj tasarımı, "Dünyanın dört bir yanındaki müşteriler için tutarlı bir deneyim yaratmayı" hedefliyor derken, marka aynı zamanda yeni imajını tanıtmak için Z kuşağı tüketicilerini hedefleyen yeni reklam filmleri de yayınladı.

Penti kurumsal kimliğini yeniledi

2022 yılında kurumsal kimliğinde değişim gerçekleştiren şirketlerden biri de Penti oldu. İç giyim sektörünün önemli markalarından Penti, genç, dinamik ve tüketiciye daha yakın bir marka olma hedefiyle kurumsal kimliğinde yeniliğe gitti. Yeni kimliğiyle daha modern ve şık bir görünüm kazanan marka, eski logosundaki romantik font vurgusundan ayrılarak, dijital kullanıma daha uygun bir fontu tercih etti. Eski logosunda bulunan pembe rengini de yumuşatarak logoya daha sıcak bir görünüm

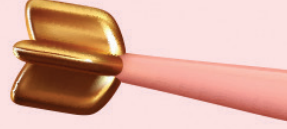
Penti



Yemeksepeti Banabi'den tasarım, isim ve logo değişikliği

Yemeksepeti.com'un hızlı market alışverişi hizmeti olan Yemeksepeti Banabi, geçtiğimiz Mayıs ayında yaptığı değişimle, hizmetlerine artık Yemeksepeti Market olarak devam etme kararı aldı. Konuyla ilgili yapılan açıklamada, Yemeksepeti Banabi'nin isim, logo ve uygulama alanında değişimleri kapsayan geçiş sürecinin başladığı ifade edilirken, internet sitesi ve uygulamada görülen bir dizi dönüşümün adımlarından biri olarak, Banabi'nin adı 'Yemeksepeti Market' olarak değişti. Yaşanan dönüşüm kapsamında, uygulama içinde kullanıcı deneyimini daha pratik hale getirecek bir dizi değişime de yer verildiği aktarıldı. Yemeksepeti'nin 'İçimizden Biri' olarak tanımladığı marka kimliğine ve 'Akıllıdaysa Kapında' yaklaşımına uyumlu biçimde hayata geçirilen dönüşüm, Yemeksepeti kullanıcılarının tek bir uygulama içinde aradığı her şeyi hızlı bir şekilde bulabilmesi vizyonunu da tanımlıyor. Markanın yeni logo ve tasarımıyla Yemeksepeti uygulamasının, 'yemek siparişinden çok daha fazlası' imajına vurgu yapılıyor.

PAZARLAMA STRATEJİLERİ VE MARKALARIN DÖNÜŞÜMÜ



Görkem TOPAL
Yeşilova Holding
Kurumsal İletişim Yöneticisi

Günümüzde güçlü markaların hemen hemen hepsinin temelinde markalaşma sürecinde doğru atılan adımlar vardır. Her bir markanın kendine özgü bir yolu takip ettiğini söyleyebiliriz. Markayı yaratmaktan başlayarak etkili ve güçlü stratejileri uygulama ile devam eden bir süreç, markalar için oldukça önemlidir. Marka yönetimi, yarışılacak pazar alanında markanın güçlü bir imaja ve kimliğe sahip olmasını sağlayacak temel stratejileri yönetir. Bunun için oluşturulan marka iletişim stratejisi, bir markanın nasıl kendi hedef kitesine ulaşacağını, ne tür mesajlar vereceğini ve bu mesajları hangi kanallar aracılığıyla vereceğini belirleyen bir master planı ifade eder. Bu plan; marka değeri, hedef kitesi,

pazar koşulları dikkate alınarak oluşturulur ve aynı zamanda marka imajının nasıl oluşturulacağını ve nasıl korunacağını da belirler. Marka imajı, bir markanın hedef kitleye nasıl görüldüğüdür ve marka iletişim stratejisi ile marka imajı arasında önemli bir bağlantı vardır. Örneğin, bir marka hedef kitesine sadık, kaliteli ve güvenilir olduğunu vurgulamak istiyorsa, bu mesajı verirken kullandığı dil, tasarım ve iletişim kanalları marka imajını oluşturur.

Yine marka imajını etkileyen unsurlardan biri de markanın pazarlama stratejilerinde günün getirilerini göz önüne alarak yaptıkları değişiklikler, yani esnek olup olmayışıdır. Çoklu markalara sahip olan işletmeler için



çatı marka stratejisi de yine pazarın şartları ve iletişim trendleriyle doğru orantılı olarak uygulanabilir. Çatı marka stratejisi, bir markanın alt markalarının bir arada nasıl gösterileceği ve bu markaların nasıl bir arada faaliyet göstereceği hakkında bir planı ifade eder. Çatı marka stratejisi oluşturulurken, markanın hedefleri ve amaçları belirlenir ve bu hedefler doğrultusunda alt markaların nasıl bir arada kullanılacağı planlanır. Ayrıca, markanın mevcut durumu ve rakipleri de dikkate alınarak çatı marka stratejisi geliştirilir.

GETİRİLERİ NELERDİR?

Ana marka için bir çatı altında bir araya getirilen alt markalar, markanın ge-

nel imajını güçlendirir ve marka değerini artırır. Böylece marka, karşısındaki müşteriler için güvenilirlik ve saygınlık kazanır.

Ayrıca, çatı marka stratejisi sayesinde marka için farklı ürün ve hizmetler sunan alt markalar, markanın genel yapısı içinde bir arada yer alarak daha iyi bir şekilde yönetilebilir. Böylece, marka için verimlilik ve etkinlik artar.

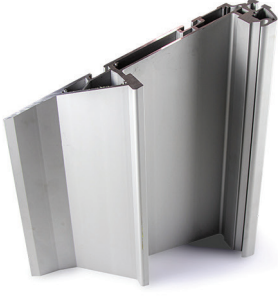
Diğer bir avantaj ise marka içinde bir arada yer alan alt markalar sayesinde marka, farklı hedef kitleleri de kapsayarak daha geniş bir pazarı hedefleyebilir. Bu sayede, marka için daha fazla müşteriye ulaşılabilir ve markanın genel satışları artar.

 **CANSAN** ALÜMİNYUM

BUNLARI BİLİYOR MUYDUNUZ?



Cansan Alüminyum'un
32 yıl önce kurulduğunu ve
Yeşilova Holding'in üçüncü
şirketi olduğunu



Cansan Alüminyum'da
14000 farklı ürün satıldığını



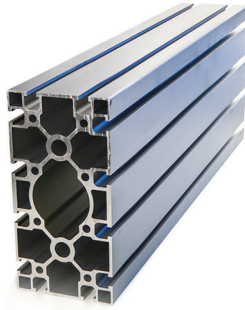
Cansan Alüminyum'un
8 farklı endüstriye ürün
tedarik ettiğini



Cansan Alüminyum'un
İstanbul Sanayi Odası
verilerine göre Türkiye'nin
637. büyük sanayi kuruluşu
olduğunu



Cansan Alüminyum'
120 farklı müşterisinin
bulunduğunu



Cansan Alüminyum'un
alüminyum profil ihracatında
Türkiye'nin en büyük altıncı
firması olduğunu



Cansan Alüminyum'un
22 ülkeye ihracat
gerçekleştirdiğini

Cansan Alüminyum'un
Bursa'nın **ilk 250 büyük**
firması sıralamasında **81.** sırada olduğunu
BİLİYOR
MUYDUNUZ?



MUTLUYUZ
ÇÜNKÜ

Booking.com'daki
Konuk değerlendirme puanımızı

9.2'ye

yükseltmenin gururunu
ve mutluluğunu yaşıyoruz.



Holiday Inn
Bursa City Centre