GÜMİB - TOBNC
Güvenilir Marka İsim Belgesi
Trusted of Brand Name Certificate

İSİMDER
MARKA İSİM MERKEZİ
Brand Name Center

MARKA İSİM MERKEZİ BAŞKANLIĞI

Her Zaman Her Yerde Güvenilir Markalaşma

Marka İsim Uzmanı
BayKAMBE®
Brand Name Expert

TÜRKİYE'NİN VE DÜNYANIN İLK MARKA İSİM MERKEZİ

MARKA İSİM MERKEZİ BAŞKANLIĞI

İSİMDER
MARKA İSİM MERKEZİ
Brand Name Center

Her Zaman Her Yerde Güvenilir Markalaşma

Ülkesini, yüksek istiklalini korumasını bilen Türk milleti,

Dilini de yabancı diller boyunduruğundan kurtarmalıdır.

M. Atatürk

ÖNSÖZ

Geçmişte olduğu gibi günümüzde de yatırımcılarımız markalarına isim verirken Türkçe isimlerden ziyade, daha çok yabancı kökenli isimleri markalarına vermektedirler. Batı hayranlığının getirmiş olduğu kültürel çözülme ile dilimizdeki gelişim, durağanlaşmakta ve Türkçe'miz âtıl bir dil haline gelmektedir. Taklit edilen yabancı marka isimleri ya internet alanında tescillenememekte ya da yabancı markaların gölgesinde kalıp; dünya pazarlarında markalaşamayıp yok olmaktadır. Yabancı marka isimlerinin taklit edilmesi ile Türkiye'de tescillenmiş bir marka, uluslararası hukuk yasalarına göre hukuki yaptırımlarla karşılaşabilmekte hatta marka ismi iptal dahi edilmektedir.

Türkçe isimlerin kullanım alanlarını yaygınlaştırmak, ulusal alanda olduğu gibi uluslararası alanda da tercih edilmesini sağlamak, evrensel başarılı markalar arasında Türkiye markaların Türkçe marka isimleri ile tutunarak yerini korumasını sağlamak amacı ile Türkçe imla kurallarına, kültürüne ve evrensel iletişim kriterlerine uyumlu, dünyanın bütün dillerinde aynı sesle yazılıp aynı sesle okunabilen, üretim ve hizmet alanını çağrıştıran, telaffuzu kolay, akılda kalıcı, anlamı olan veya anlam yüklenilebilen, filolojik ve semantik açıdan diğer dillerde olumsuz anlamlar içermeyen, e-ticaret sistemine uygun ve Türkiye' de (TPE) ve dünyadaki (WİPO) patent merkezleri tarafından bütün sınıflarda tescile müsait yeni Türkçe marka isimleri üretmek, var olan marka isimlerle birlikte,yeni üretilen evrensel Türkçe marka isimleri geliştirmek, korumak için dünyanın ve Türkiye'nin ilk Türkçe İsim Enstitüsü Derneğini kurduk. Derneğimiz Türkçe' ye yeni kelimeler kazandırmanın yanında geçmişte ve günümüzde kullanılan Türkçe isimlerin anlamlarını araştıran, geliştiren ve işlevsel hale getirmek için gün yüzüne çıkartan; bilimsel alanda eğitim, öğretim ve ARGE çalışmaları yapmaktadır. Derneğimiz çalışmalarını bilimsel yöntemler ışığında yapmakta ve geliştirmektedir. Başta Etimoloji olmak üzere, Toponomi, Terminoloji, Filoloji, Akrofonoloji gibi bilim dallarından faydalanmaktadır.

Türkçe diline ve kültürüne uyumlu oluşturulan yeni Türkçe isimlere değer katıp, kullanılmasını sağlamak ve Türkçemizi yabancı dillerin boyunduruğu altından kurtarıp, evrensel bir dil haline gelmesini sağlamak İSİMDER olarak temel amacımızdır.

BayKAMBER(MEVLÜT KANBER)

İSİMDER

YÖNETİM KURULU BAŞKANI

İSİMLER NEDEN ÖNEMLİDİR?

PROBLEMLİ MARKA İSİMLERİ VE BUNLARA İSİMDER OLARAK ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

İsim; canlı cansız bütün varlıkları bize bildirmek, anlamlandırarak hatırlamak için verilen kelimelerdir. İsim, insanın hayatını belirleyebilen, hatta hayatını yönlendirebilen çok önemli bir unsurdur. İsmin, hayatı olumlu ya da olumsuz etkileyebileceğine dair inanışlar farklı kültürel ve sosyal yapılara sahip birçok toplumda mevcuttur. Nitekim semavi dinler de bu konu üzerinde hassasiyetle durmuşlardır.

Marka ismi; kurum ve kuruluşların ürettikleri mal ve hizmetleri farklılaştırmak için anlamlandırılan, logo vb. şekillerle tasarlanarak çizilebilen ve yazılabilen, ses algısı ile ifade edilerek hatırlanabilen "ticari unvanlara" denir. Kurumsallaşma yolunda ilerleyen firmaların isimleri, alanlarında başarıyı yakalayabilmeleri açısından potansiyel bir güç oluşturmaktadır.

Eski yıllarda firmaların isimlendirme politikası yok denecek düzeyde azdı. Tıpkı insan isimlendirmesinde olduğu gibi marka isimlendirmesi de geleneksel bir çizgide seyrediyordu. Geleneksel – yerel megaloman kaygılarla komplekslerle oluşturulmakta idi. Soyadların kısaltılmış veya birleştirilmiş şekli gibi isimlendirmeler bu duruma örnek gösterilebilir. (Çifteoğulları, SMN Makine (Süavi, Mehmet, Nuri), Doğan Kardeşler vb.) Bunun dışında yabancı kökenli kelimelerden oluşan isimler yatırımcılarımız tarafından tercih edilmekteydi.

İsimlendirme ve sloganlarla ilgili birçok kurum – kuruluşlar ve markalar büyük sorunlar yaşamaktadır. Bütün isimler ve sloganlar birbirlerine git gide çok benzemekte benzediği için de farklılaşamamaktadırlar. Ayrıca bilinçsizce konulan bazı marka isimleri bazen diğer ülkelerde argo, istenmeyen siyasi bir olay veya müstehcen anlamlara gelmekte veya çağrıştırabilmektedir. Örneğin Ordu – Giresun arasına kurulan havalimanına yetkililerin ORGİ ismini koymaları ve bu ismin birçok dilde travesti anlamlarını çağrıştırdığı ortaya çıkması gibi.

Belirlenen birçok marka ismi de çoğunlukla yabancı markaların taklidi veya birebir aynısı olduğu için iltibas ve iktibas yaratmakta daha sonrasında marka büyüdüğünde ticari ve hukuki birçok problem yaşanmaktadır. Bu durum ciddi ticari zararlara ve itibar kaybına neden olmaktadır. Bu yüzden Türkiye markaları daha büyüme aşamasında iken başlangıçta doğru konumlandırılmadığı için büyük değer ve itibar kaybetmekte ya durağanlaşmakta ya da ticari sahneden silinip gitmektedir.

Ayrıca yabancı taklidi birebir aynı olan marka isimleri de Türkiye'de resmen ticari olarak kültürel çözülmelere vesile olmaktadır. Bu ve bunun gibi birçok sorundan dolayı başta Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip ERDOĞAN, birçok Türkçe dilbilimcisi ve yetkililerin tepkisini toplamıştır. Örneğin son günlerde Küçük Çekmece Belediyesinin ARENAMEGA ismine başbakanımız yabancı taklidi ve zor söylenen bir isim olması nedeniyle tepki göstermiştir. Başta sahil bölgelerimiz ve büyükşehirlerimizde olmak üzere birçok işletme yabancı marka isimleri taklit etmesi ve yanlış marka ismi oluşturarak marka konumlandırması ile kültürel çözülmeye, hukuki ve ticari zararlara maruz kalmakta olup yeni markalar oluşturamamakta eleştirilere ve tepkilere maruz kalmaktadır.

Toplumumuzca marka ismi ilk başta mühim değilmiş gibi algılansa da, marka isminin ticari açıdan ve marka itibarı açısından bakıldığında, ne kadar önemli olduğu rahatlıkla anlaşılabilir. Örneğin mağazalarda, market reyonlarında belki onlarca benzer ürün vardır. İşte bu nokta da marka ismi devreye girmektedir.

Evrensel marka isimlerle, ürününüz diğer ürünlerden ayrılarak, hedef kitle algısında seçicilik yaratmış, böylelikle marka ismi oluşturma da benzerlerinden ayırt edilmeyi ve farkındalık yaratmayı sağlayacaktır. Eğer marka ismi farkındalık yaratmıyor ya da marka ismi argo, istenmeyen siyasi bir olay veya müstehcen anlamlara geliyor ise markanın ölü olarak doğmasına neden olmakta ve markanın tarih sahnesinden silinmesine neden olacaktır.

MARKA İSMİ VERİLİRKEN YAPILAN BAŞLICA HATALAR

Marka isim tescil araştırmasını Türkiye ve dünya patent merkezleri nezdinde yapmadan, markaya isim vermek. Bu rastlanan başlıca hatalardan biridir. Patent merkezleri ve internet ortamında tescil ile ilgili araştırma yapılmadan marka ismi oluşturulmuş ise kurum hukuki yönden, maddi manevi ve ticari yönlerden büyük sıkıntı yaşamakta ve zarar görmektedir.

Marka ismi verirken ismin dünya dillerindeki karşılığı, dilimizdeki manası kadar önemlidir. Yoksa markanın uluslararası alanda tutunması güçtür.

Okunuşu, telaffuzu, yazılması zor olan marka isimleri bütün bunların yanında hedef kitle algısında kalıcılık sağlamıyor ise marka yok olmaya mahkumdur.

EVRENSEL MARKA İSMİ OLUŞTURMANIN KRİTERLERİ

- Bir marka ismi, telaffuzu ve hatırlanabilirliği kolay olan bir isim olmalıdır.
- Bir marka ismi konumlandırılırken diğer dillerdeki telaffuzunun ve ses algısının ortak olan bir ses algısı ile ifade edilmesi gerekmektedir.
- Marka ismi ürünün üretim ve hizmet alanına işlevsel yönü ile ilgili anlam veya ses olarak çağrışım yapmalıdır. (Marka işlevsel yönden ürünle özdeşleşmelidir).
- Evrensel kriterlere göre oluşturulan bir marka ismi filolojik ve fonetik yönden dilbilimciler tarafından dillere ve kültürlere göre anlam ve yapı bakımdan incelenmelidir.
- Yeni oluşturulan bir marka ismi benzer alanlarda veya farklı alanlarda melodik yönden ve fonetik yönden diğer markalarla benzeşmemeli ve marka ismi olarak kullanılmamış olmalıdır.
- İnternet iletişimi ve e- ticaret sistemine uymalı domain alan adları tescile müsait olmalıdır.
- Oluşturulan marka ismi tescil edilebiliyor olmalıdır.

EVRENSEL TÜRKÇE MARKA İSİMLERİ KULLANILMANIN FAYDALARI

- Türkçe dilinin korunmasını,
- Türkçe kültürünün devamını,
- Doğru, istikrarlı iletişimi, kültürel gelişimi,
- Telaffuzu kolay, akılda kalıcı olduğu için,
- Evrensel hedef kitle ile doğru ve hızlı iletişimi sağlar.
- Kültürel yozlaşmayı engeller.
- Evrensel ve ulusal iletişim kriterlerine uygun olması, yaşanacak iletişim problemlerini en aza indirir.
- Türkçe marka isim kullanmak, Türkiye'yi ve Türkçe'yi dünyaya tanıtır.
- Dilin canlı olmasıyla, ekonominin de canlı olması sağlanır.
- Yapılan tanıtım- reklam materyallerindeki dönüşümün kalite ve hızını artırır.
- Markalaşmaya ve farklılaşmaya Türkçe marka isim oluşturma ile başlamak, Türkçe dili ve kültürünün evrensel platformda algılanıp, farkındalık kazanarak markalaşmasını sağlayacaktır.

İSİMDER OLARAK ÇÖZÜM ÖNERİLERİ VE FAALİYETLERİ

İSİMDER Marka İsim Merkezi (Her Zaman Her Yerde Güvenilir Markalaşma) misyonuyla; Evrensel marka iletişim kriterlerine ve Türkçe imla kurallarına uyumlu, planlı programlı yeni marka, kişi ve kavram isimleri üretebilen, Türkçe isimlendirme, Türkçe kültürü ile isim eğitimi veren, ismin önemine dikkat çeken bir dernek kurduk. Dernek aynı zamanda soy ağacından yola çıkarak, ailedeki fertlerin isim ve soy isimlerinden karakter mizaç tahlillerini de yapmaktadır. Türkiye'de ve dünyada ilk defa ailelere isim ile ilgili bilimsel araştırmalar yapıp, aile kültürlerine uyumlu doğru ismin çocuklara verilmesini sağlayan, bu konuda eğitimler verebilen, Türkiye'de ve dünyadaki ilk Marka İsim Merkezidir.

Örneğin bazı aileler anlamını bilmeden Kuran-ı Kerim'den buldukları bazı kelimeleri, isim olarak çocuklarına vermektedir. Bu kelimelerden Sanem ismi, Arapça put anlamına gelmektedir. Aleyna ismi, üzerine anlamı taşıdığı için tek başına kullanıldığında bela ve kötülükler üzerimizden def olsun ifadesi şeklinde kullanılmaktadır. İsim tek başına kullanıldığında "Aleyna ve Aleykümselam'daki anlamı vermemektedir. Kezban ismi, Kuran'da geçiyor diye tercih edilip, kullanılmaktadır. Oysa Kezban 'yalancı' demektir. Çocuğa bu ismi koyarsanız, 'yalancı, yalancı' diye çağırmak zorunda kalınmaktadır.

İSİMDER, Türkiye'nin ve dünyanın isim alanında ilk bilimsel eğitim veren, isim üreten, Marka İsim Merkezi niteliği taşıyan derneğidir. Kurum–kuruluşların yetkililerini, marka oluşturmak isteyenleri ve Türkiye' deki aileleri eğitmek ve bilinçlendirmek amacıyla Türkçe dilbilgisi ve kültürüne uyumlu isimlerin üretilmesi, geliştirilmesi ve her daim yaşatılmasını sağlamak ve dünyada tanınmış evrensel marka isimlerini Türkiye' ye kazandırmayı hedeflemekteyiz.

EVRENSEL İLETİŞİM KRİTERLERİNE, TÜRKÇE KÜLTÜRÜ VE İMLA KURALLARINA UYGUN PLANLI PROGRAMLI HEM GÖRSEL HEM KÜLTÜREL HEM DE RESMİ YÖNDEN KONUMLANDIRMAYA UYUMLU EVRENSEL TÜRKÇE İSİMLERİ

Tanınmış ticari dillerde aynı sesle yazılıp aynı sesle okunabilen,

Üretim ve hizmet alanını çağrıştıran,

Melodik akılda kalıcı,

Toponomik, Terminolojik, Filolojik, Semantik, Etimolojik, Akrofonolojik yönden incelenip, diğer dil ve kültürlerde argo, müstehcen, istenmeyen siyasi, ticari ve kültürel çağrışımları olmayan; iletişimi yüksek,

İnternet alanında e-ticaret sistemine uyumlu ve farklılaştırıcı bir kültürü olan, internet uzantıları ve sosyal paylaşım platformlarında tescillenebilen; Türk Patent Enstitüsü (TPE) ve Madrid protokolüne bağlı (WİPO) ülkelerde bütün sınıflarda tescillenebilen marka isimleri oluşturmak.

İSİMDER MARKA İSİM MERKEZİ OLARAK KURULUŞ HİKÂYEMİZ

İSİMDER; Türkçe isimlerin ve kelimelerin kullanımının yaygınlaşması dilimize yerleşmiş yabancı kökenli marka isimlerinin yerini Türkçe isimlere bırakması amacı ile 2013 yılında Konya'da kurulmuştur. Derneğimizin kurulması konusunda, Marka İsim Uzmanı BayKamber (Mevlüt KANBER) öncülük ederek derneğin başkanı olmuştur.

Derneğimizi; Türkçe dil bilgisi kurallarına uyumlu, yeni işlevsel isimler üreterek ve üretilen isimleri ticari, siyasi ve kültürel alanda işlevsel hale getirmek ve yaygınlaşmasını sağlamak amacı ile kurmaya karar verdik. Ayrıca iletişim aracı olarak Türkçemize uyumlu sloganlar ve evrensel marka isimleri oluşturarak, kurum - kuruluş, ürün, marka isimlerinin reklam iletişim araçları ve materyallerinde kullanılmasını ve yaygınlaşmasını sağlamak derneğimizin birincil görevidir.

Faaliyetlerimiz

Eski Türk devletleri ve toplumlarında kullanılan öz Türkçe kelime, deyim ve kavramları gün yüzüne çıkarmak; materyal, kişi ve marka ismi olarak kullanılması yönünde çalışmalar yapıp; değer katarak, işlevsel hale getirmek,

Türkçe dilbilgisi kurallarına uyumlu yeni kelimeler üreterek, bu kelimelerin iletişim araçları ile tanıtımını ve yaygınlaşmasını sağlayacak faaliyetler oluşturmak,

Türkçe'nin daha doğru ve yaygın kullanılmasını sağlamak,

Türkçe harflerin telaffuzundaki yabancılaşmanın yok edilmesini ve markaların yabancı isimlerle konumlandırılmasını engellemek,

Dilimizi günlük hayatta sık sık telaffuz ettiğimiz yabancı kökenli kelimelerin hâkimiyetinden kurtararak, Türkçe ile bütünleşen bir toplum ve ticari kültürün oluşmasını sağlamak,

Tüm dünyada Türkçe marka isimleri kullanılmasını sağlamak için derneğimiz faaliyetlerini "Her Zaman, Her Yerde Güvenilir Markalaşma" sloganından yola çıkarak gerçekleştirmektedir.

Varoluş Nedenimiz

Türkçe isimlerdeki bozulma ve yabancılaşmanın nedenlerinin araştırılması,

Türkçe'nin korunması ve etkin kullanımı için alınması gereken önlemlerin belirlenmesi,

Türkçe dilbilgisine uyumlu, yabancı kelimelerden tamamen arınmış ve evrensel ticari dillere uygun Türkçe isimlerin oluşturulması,

Dilimizdeki yozlaşmanın nedenlerini, türlerini, yayılma şekillerini dilimizi tehdit eden unsurları belirleyerek alınacak önlemlerin araştırılması,

Türkçe'nin gelişmesi, zenginleşmesi ve yaygınlaşması konusunda dilimizin önündeki engellere yönelik çözüm önerileri bulmak ve Türkçe'nin yaygınlaşarak kullanılmasını sağlamak için bir araya geldik.

Vizyonumuz

Türkçe dilinin gelişmesine katkı sağlamak; Türkçe diline ve kültürüne uyumlu oluşturulan yeni Türkçe marka isimlere değer katıp, bu isimleri etkin hale getirerek, ulusal ve uluslararası platformda tercih edilmesini ve kullanılmasını sağlamak.

Misyonumuz

Türkçe imla kurallarına, kültürüne ve evrensel iletişim kriterlerine uyumlu, telaffuzu kolay, akılda kalıcı, bilimsel kriterlere uyumlu, Türkiye'de (TPE) ve dünyadaki (WİPO) patent merkezleri tarafından bütün sınıflarda tescile müsait, Türkçe marka isimleri üretmek, türetmek ve kullanımının yaygınlaşmasını sağlamak.

İSİMDER'in Hedefleri

Türkçe isimlerle ilgili Ulusal ve Küresel Tanıtım organizasyon hizmetleri sunmak,

Markalaşma ve Marka İsim oluşturma üzerine eğitim vermek,

Marka, tabela ve reklam materyallerinin Türkçe dilbilgisine ve küresel iletişim kriterlerine uyumlu olduğunu simgeleyen tanıtım işareti (sembol/im) geliştirmek,

Tasarlanan bu simgeyi tanıtmak için iletişim materyallerinde kullanılmasını sağlamak,

Çocuk sahibi olacak ailelere, soy ağacı araştırması yapmak ve doğacak bebeğe isim bulma konusunda aileye bilgi ve eğitimler vermek; hatta bilimsel araştırmalar yaparak bu araştırmalar sonucu çocuğun ismine karar vermek,

Firmaların üretmiş olduğu ürün, hizmet ve projelerin isimlendirilmesi ile ilgili firmalara resmi ve bilimsel araştırma, danışmanlık ve eğitim hizmetleri sağlamak.

İSİMDER'İN İsim Oluştururken Faydalandığı Bilim Dalları

Terminoloji: Terimleri ve terimlerin kullanım alanlarını;

Akrofonoloji: Bir isimdeki bağımsız enerji şekillerini, insanda da neler hissettirdiğini tanımlama; Etimoloji(Kökenbilim): Bir kelimenin nereden geldiğini veya oluş şeklini ve birçok kelimenin ortak kökenini bulma;

Toponomi: Yer isimlerinin anlamlarını, kullanımlarını ve nereden geldiğinin araştırılmasını; Filoloji ise dillerin yapısını, tarihsel gelişimini ve birbirleri ile ilişkilerini inceleyen bilim dallarıdır.

İSİMDER'in Oluşturmuş Olduğu Projeler

Proje 1: Türkçe İsim ile Evrensel İletişim Kriterlerine Uyumluluk

Proje Adı: TRM Belgelendirme Projesi

Proje Sloganı: Türkiye Markası Türkiye Malı – Türkiye Malı Türkiye Markası

Proje Açıklaması: Evrensel iletişim kriterlerine uygun; Türkçe dilbilgisi ve Türkçe imla kurallarına, Türkiye kültürüne uyumlu; dünyada, Türkiye'de ve internet ortamında, resmi yönden tescillenebilen; farklılaşması ve evrensel alanda markalaşması için Türkiye marka isimlerinin ve mallarının belgelendirme işaretidir.

Projemiz sonucunda ulaşmak istediğimiz hedefimiz; Türkiye gelenek- göreneklerine, kültürüne uygun Türkiye malı ve ürünü olan malların üzerine TRM simgesi koyarak; Türkiye malı ve ürünler Türkçe isimlerle markalaştırmak ve dünya kamuoyuna duyurup, bu malların uluslararası alanda kalıcılığını sağlamak amacındayız.

Proje 2: Tarihteki Türkçe İsimleri Anlatan ve Bu İsimleri Gün Işığına Çıkaran, İşlevsel Hale Getiren Türkçe İsimler Tarihi Rehberi

Proje Adı: Türkçe İsimler Tarihi (Rehberi)

Proje Sloganı: Türkçe İsimler Tarihinin Rehberi

Marka Geleceğimizin Sahibi

Proje Açıklaması: Eski Türk toplumları, Türk Devletleri ve kültürlerinde kullanılmış; Öz Türkçe' de var olan; fakat günümüzde kullanılmadığı için gün geçtikçe unutulan (Kişi, materyal, ürün, yöre vb.) isimlerin, yeniden gün yüzüne çıkarılması amaçlanmaktadır. Gün yüzüne çıkarılan bu isimler daha işlevsel hale getirilerek; isimlerin Türkçe kişi, kavram, materyal, marka isimleri olarak kullanımının yaygınlaştırılması, yeniden Türkiye toplumuna ve Türkiye kültürüne kazandırılması hedeflenmektedir.

İSİMDER SLOGANLARI

Her Zaman Her Yerde Güvenilir Markalaşma

Evrensel Türkçe Marka İsmi Kullan Hem Ülkende Hem Dünyada Kazan

MARKA İSİMLERİ VERİLİRKEN OLUŞAN PROBLEMLER

Colgate Fransa' da "Cue" isimli bir diş macunu piyasaya sürdü. Ama "Cue", Fransa'da kötü bir ün yapmış Pornografi dergisinin ismiydi. Reebok, 1997'de bayan koşu ayakkabısı Incubus'u piyasaya sürdüğünde bir pazarlama fiyaskosu yaşadı. Çünkü Incubus kadınlara uyurken tecavüz eden bir mitoloji kahramanıydı.

"Ford'un Pinto modeli Brezilya'da istenilen satış rakamlarına ulaşmamıştı. Çünkü Brezilya'da pinto kelimesi argo olarak "küçük erkek organı" anlamına geliyordu. Ford tüm arabalarındaki Pinto markasını söktürdü ve "At" anlamına gelen Corcel ismini yazdırdı.

Beko, Rusçada hafif kadın anlamına geliyor. Arçelik'in isim olarak yurtdışında handikaplı olduğunu düşünen ve Beko'yu yaratan ekibin hemen yanı başımızdaki Rusya'ya (Rusçaya) uygunluğunu araştırmamış olması sizce onlara kaça mal olmuştur?

Mitsibushi, 4x4 aracının model adını İspanya'da değiştirmek zorunda kaldı. Çünkü Pajero, İspanyolcada “mastürbasyon” anlamına geliyor. Almanların sanayi ve ev tipi temizlik makinelerinin markası "Fakir"i Türkiye'de evlere sokmak zor olacaktır. (Şu anda Fakir zaten haneleri hedeflemiyor)

İlk nalbur hipermarketimiz Alman orijinli "Götzen" sizce neden Türkiye'de tutunamadı? (Götzen'e gitmek yemedi.) Tüylüoğlu Fırını'nın sizce şansı veya şansızlığı nedir?

Kasap marketi zinciri "Şalvarlı Et" pörsümüş etler mi satmaktadır? Eğer değilse, etleri neden şalvarlı olsun ki?"Gotu Kolla" şifalı bir bitkinin Latince adı. Bu ada sahip bir bitiksel ilacı Türklere satabilir misiniz? (Ama satmaya çalışanlar var.) Schlotzsky's Dell'in başarısız olmasının bir nedeni de adıdır. Telaffuzu zor, anlaşılması zor, yazımı zordur. (Al Ries söylüyor)

Sizce İsizu, Daihatsu ve Suzuki neden yıllardır yerinde sayıyor? Commercial Union adını Aviva yaptıktan sonra hızla büyümeye başlamıştır. Internazionale adını kısaltmıştır ve Inter yapmıştır. Güllüoğlu, yurtdışı için yeni bir marka yaratmak zorundadır. Bkz; Lalin." General Motors, yeni bir Chevrolet'ye, İtalyan silah imalatçısından izin almaksızın "Baretta" adını verdiğinde, açılan dava General Motors'a 500 bin dolara patlamıştı.

HarlemSavings Bank of New York, büyüyünce hem Harlem' in hem de New York'un dışında şubeler açtı. Adlarını yanlış koyduklarını anlayınca 10 milyon dolarlık ek masrafla adlarını Apple Bank' a çevirdiler. 1900'lü yılların başlarında yayına başlayan House&Garden çok popüler bir bahçe dergisiydi. Zamanla başarı onları şımarttı. 1987'de adlarında değişikliğe gittiler. "HG" oldular. İsim değişikliğinden sonra çöküş başladı. Neyse ki, çok geç olmadan hatalarının farkına vardılar. 1993'te eski adlarına döndüler. Şimdi yine zirvedeler.

TheShawshankRedemption, hayatınızda seyredebileceğiniz en güzel filmlerden biri. Oscar da aldı. Ne yazık ki, ismi kötü seçildiği için 27 milyon dolara mal olan bu film 18 milyon dolar gişeyi ancak yapabildi. Türkiye' de daha güzel bir isimle vizyona girdi. "Esaretin Bedeli"

Yatak üreterek ve satarak iş hayatına başlayan Yataş, bir gün mobilya sektörüne de girebileceğini kestirebilseydi, adını sizce Yataş koyar mıydı? Televizyon sehpaları üreterek ve satarak iş hayatına başlayan Teleset, sizce şimdi bir mobilya markası mı, telekomünikasyon markası mı?

Yukarıdaki bilgileri okuduktan sonra isimlendirme hatalarını aşağıdaki gibi sınıflandırabiliriz.

Pişti İsimler: Tescil araştırması yapılmadan koyulan isimlerdir. Ya yurt içinde ya da yurt dışında böyle bir marka varsa ve sizden önce tescil edildiyse, yandınız demektir. Türkçe karakterler: Dikkat etmemiz gereken bir konu da marka adının uluslararası alanda uygulanabilirliğidir. Batı dillerinden farklı bir yapıya sahip olması nedeniyle Türkçe marka ve şirket ismi seçerken daha dikkatli olmayı zorunlu kılıyor.

Özellikle dünyada marka olmak isteyen yerli şirketlerin markalarını isimlendirirken her durumda hecelenmesi, telaffuz edilmesi ve yazılması kolay isimleri seçmeleri gerekiyor. İçinde Ç, Ö, İ, Ş, Ü, Ğ, H, V ve C harfleri olan isimlerin yazılması ve okunmasında sorun çıkacağından dikkat edilmesi gerekiyor.

Uygunsuz İsimler: Koyduğunuz isim başka dillerde kötü anlam içermemelidir. Aksi durumda dünya markası olmanız zorlaşır.

Geleceği Göğüsleyemeyen İsimler: Adınız bir kategoriyi fena halde sahipleniyor ve başka kategorileri içine alamayacak kadar keskinse işiniz zor demektir.

Algılanması Zor İsimler: Okunması, telaffuzu ve yazılması zor isimlerin dünya markası olması ve hafızalara kazınması da zordur. Bu yazıdan çıkarılacak iki ders var; Birincisi isim koyarken çok dikkatli davranın (ki bunu ayrı bir yazı konusu edineceğim), ikincisi isim fetişisti olmayın, isminiz kötüyse değiştirin. Ör: Japonlar kendi dillerinde kolay ama yabancıların telaffuz edemeyeceği isimlerini sadeleştirdiler. Panasonic ve Fuji gibi isimler seçtiler. Çinliler, batılıların hayatını kolaylaştırmak için kendilerine batılı isimler de koyuyorlar.

A. TEKNİK BİLGİLER

A.1. Marka İsmi Oluşturmak Ne Demek?

Pazarlama sürecinin özü, tüketicilerin zihninde bir marka inşa etmektir. "İsmini marka yapmak" bu yargı neyi ifade eder? Gerçekte hiçbir şeyi. Tüketicinin zihninde bir şirket, ürün ya da marka ismi arasında hiçbir fark yoktur. Markanın milyonlarca tanımı yapılmıştır. Markanın hedef kitle zihninde marka tanımlarının uçup gittiğini görmekteyiz. GertrudeStein gibi söyleyecek olursak "Bir marka bir markadır; bir marka ". Bir marka ismi, her ne kadar özel bir isim, kelime olsa da, zihinde yer edecek herhangi bir kelimeden daha fazla bir şey değildir.

Markasız bir ürün kategorisi mümkün değildir. Şayet mümkün olsaydı bu H2O yani su olurdu. Herkes musluklarından iyi ve temiz suya ulaşabildiği için, marketten su almaya hiç gerek kalmazdı, ancak insanlar marketlerden su alıyorlar. Marka ismi oluşturma işte bu noktada devreye giriyor. Ticari açıdan bakıldığında, pazardaki marka ismi oluşturma ile çiftlikteki damgalama birbirlerine çok benzerler. Bir damgalama programı, ineğinizi çiftlikteki diğer hayvanlardan farklılaştırma amacı taşıyacaktır. Her ne kadar çiftlikteki bütün hayvanlar birbirine çok benzese de… Marka ismi oluşturma da benzerlerinden ayırt edilmeyi ve farkındalık yaratmayı sağlayacaktır. Bir markaya ismi oluşturma konsepti benzersizlik üzerine tasarlanmalıdır. Bu program muhtemel müşterilerin zihninde, pazarda sizinki gibi tek bir ürün olmadığı algılamasını yaratmalıdır. Başarılı bir marka herkesi cezp edebilir mi? Hayır. Benzersizlik konsepti, tek bir markanın evrensel bir cazibeye sahip olamayacağını da anlatır bize.

A.2. Neden Marka İsim Oluşturma ve Marka İsim Oluşturmanın Önemi

Birileriyle ilişki kurmak istediğinizde yaptığınız ilk şey nedir? Kişiye adınızı söylersiniz. Aynı şey markalar içinde geçerlidir. İnsanlar sizi adınızla anar ve sizden söz ederken şirketinizin adını kullanırlar; dolayısıyla şirketinizin adı sizin marka ikonlarınızdan biridir. Ne zaman adınız geçse insanların zihninde şirketinize dair belli bir imaj oluşur. İnsanların zihinlerinde binlerce ismin bulunduğu pazarlama âleminde ön plana çıkan ve kolay anımsanabilen bir adınızın olması büyük avantajdır. Hedef kitlenin zihninde yerleşmiş olan marka isimleri zikredildiğinde zihnimiz elde edilen yeni bilgiyi alıp derhal o isme ait hücreye depolar. Bu, son derece etkin bir iletişim yoludur.

Henüz bir marka isminiz yoksa, isminiz yeterince ayırt edilebilir değilse ya da hafızalarda bir alan edinmek için yarışmak zorundaysa kaydedilmesi istenen bilgi uygun olan yere yerleşene kadar zihinde biraz dalgalanma olur. Bu zihin dalgalanmasına yol açmaktan mümkün olduğunca kaçınmanız gerekir. Bu nedenle iyi bir marka ismi farkındalık yaratarak, hatırlanabilirliği kolaylaştıracaktır.

A.3. Marka Konumlandırma

İsminiz kişisel özelliklerinizin belirtisidir. Bir marka ismi oluştururken; ne derece özgün, akılda kalıcı olacağına, markanızın adı zikredilince ne gibi imgeler çağrıştıracağına, birine söyledikten beş dakika sonra gelip tekrar oluşturulmalıdır.

"MARKA KONUMLANDIRMA ÇAĞINDA, VERECEĞİNİZ EN ÖNEMLİ KARAR MARKANIZIN İSMİNİN NE OLACAĞIDIR."

A. 4. Marka Kimliği ve Kişiliği

Her markanın bir kişiliği vardır. Kişiliksiz bir insan olmayacağı gibi, kişiliksiz bir marka da olamaz. Aslında kişiliksiz olmak bile bir tür kişilik sayılır. Günümüzde pek çok marka istemeyerek de olsa "kişiliksiz olma" tuzağına düşer. Bunun en yaygın iki nedeni;

(1) marka dâhilinde kişiliği belirleyen çok fazla sayıda kişinin bulunması,

(2) kişiliği belirleyen hiç kimsenin bulunmamasıdır.

Markanın belirlediği ya da bağlandığı belirli bir marka kişiliğinin bulunmadığı birinci durumda, iletişim parçalarının her biri onları ayrı ayrı oluşturan bireylerin kişiliğini yansıtır. Sonuç olarak marka kişiliği, çeşitli karakteristik özelliklerin düzensiz bir karışımı haline gelir ve açıkça tanımlanabilecek belirli bir kişilik oluşamaz. İkinci durumda ise tarafsız görünmek istedikleri için belirli bir kişilik tanımı yapmaktan kaçınırlar. Bu durumda pazarlama materyallerinde peş peşe somut gerçekleri sıralamakta aşırıya kaçarlar. Böyle yaptıkları zaman müşteri tarafından, potansiyel bir müşteriyle etkileşime girmeyi reddedip, ürün hakkında gerekli bilgiyi içeren bir kitapçık vererek onu kendi haline bırakan bir satış elemanı gibi algılandıklarının farkında değildirler. Satış gerçekleşse bile hiçbir duygusal bağ oluşmaz ve marka büyük bir fırsatı kaçırmış olur.

Ürünle ilgili aynı bilgileri sunan ancak bunu yaparken ilgi çekici bir kişiliği de işin içine katan birileri ortaya çıkar çıkmaz o ilk satış elemanı müşteriyi de satışı da kaybeder. Bu işin nötr bir zemini yoktur. Kişiliğiniz kötü tanımlanmışsa, belirgin kişilikleri olan diğer markalar karşısında zayıf kalırsınız. Kişiliğiniz insanların ilgisini çekmiyorsa, onları kaybedersiniz. Bu nedenle marka kişiliğinizi oluşturmanız bu tarz yanlış algılara maruz kalmanızı engelleyecektir. Markanızın erkek mi, dişi mi yoksa cinsiyetsiz mi olduğu; markanızın genç mi, orta yaşlı mı, yaşlı mı yoksa 7'den 77' ye mi olduğu; markanızın yüksek kesime mi yoksa işçi sınıfına mı hitap ettiği; markanızın yerel mi, bölgesel mi, ulusal mı yoksa evrensel mi olduğu? marka kişiliğinizi oluşturan başlıca etmenlerdir.

B. Marka, Marka İsimi, Markalaşma ile İlgili Teknik Bilgiler

B.1. Marka Nedir?

Marka, benzer ürünleri ya da hizmetleri başkalarının ürün ya da hizmetlerinden ayırt etmek üzere kullanılan ya da belirli bir hizmetin sunulması sırasında kullanılan ayırt edici işaret olarak tanımlanmaktadır.

B.2. Marka İsmi Nedir?

İSİM; canlı cansız bütün varlıkları bize bildirmek, anlamlandırarak hatırlamak için verilen kelimelerdir. İsim, insanın hayatını belirleyebilen, hatta hayatını yönlendirebilen çok önemli bir unsurdur. MARKA İSMİ ise; kurum ve kuruluşların ürettikleri mal ve hizmetleri farklılaştırmak için anlamlandırılan, logo vb. şekillerle tasarlanarak çizilebilen ve yazılabilen, ses algısı ile ifade edilerek hatırlanabilen "ticari unvanlara" denir.

B. 3. Marka İsim Oluşturma Mahiyeti

Evrensel marka ismi oluşturmanın mahiyeti, evrensel kriterlere uyumlu, bilimsel verilere dayalı stratejik planlama organizasyonu ile marka ismi oluşturma ve oluşturduğumuz bu ismin kurum/marka, marka kültürü, misyonu, vizyonu, sloganları, kurumsal rengi ve bu oluşturulan temel kültüre uyumlu logo, logotype ve kurumsal kimlik çalışmalarının tasarlanıp farklılaştırılarak evrensel kriterlere göre doğru bir şekilde konumlandırılmasıdır. Yani hem kültürel hem görsel yönden uyumlu bir marka algısı ile evrensel bir farkındalık yaratmaktır.

B-4- Marka İsmi Oluşturma Kriterlerimiz

1.Gerçek Bilgilerin Elde Edilmesi: Bu aşamada, isimlendirme planlaması yapılabilmesi için, isim bulunacak kurumla ilgili gerçek bilgiler toplanır. Gerçek bilgiler; kurumun faaliyet alanı, üretilecek mal ve hizmetlerin işlevselliğinin belirlenmesi, kurumun amaçları ve hedef kitlesi gibi bilgilerdir. Marka ismi oluşturmadan önce yapılacak olan ilk iş markanın yaşamsal boyutta sosyalleşebileceği kültürün oluşturulmasıdır.

2.İsimlendirme Planının Hazırlanması: İsimlendirme düşüncesinin doğuşunda, isme karar verilmesine kadar olan sürenin planlanmasıdır. Plan, isimlendirme işleminin ne kadar bir süreyi kapsayacağı, kimlerin bu süreçte görev alacağı, kararların kimler tarafından verileceği, bu işe ne kadar bütçe ayrılacağı gibi unsurları içerir.

3.Aday İsim Listelerinin Hazırlanması: Bu aşamada, isimlendirme konusunda çalışan ekip, oldukça geniş bir isim listesi hazırlar. Listenin çok sayıda alternatif içermesi, ismin belirlenmesinde başarı şansını arttıracak en önemli etkenlerdendir.

4.Danışmanlar Tarafından Ön Elemenin Yapılması: Hazırlanan listeler, danışmanlardan oluşan birkaç kişi tarafından ön elemeye tabi tutulur. Bu aşamada, sadece kesinlikle olamayacağı düşünülen isimler listeden ayıklanır. Burada belirleyici olan gerekçeler; söz konusu alanda aynı isimle faaliyet gösteren başka kurumların varlığı, markanın internet ve intranet alanında markalaşabilmesi için domain alan adlarının araştırmasının yapılması, anlamı ile ilgili sorunlar olup olmaması gibi etkenlerdir. Listenin kısaltılması zamandan tasarruf sağlayacağı için faydalıdır.

5.Yasal Uygunluk Araştırmasının Yapılması: Burada yapılması gereken iki farklı işlem vardır. Bunlardan birincisi, seçenekler içersinde aynı adı taşıyan başka bir kurum varsa bunun belirlenmesi, diğeri ise alternatif isimler içerisinde yasal engeli olanların tespit edilmesidir. Bu tür engeli olan aday isimler listeden çıkarılır.

6.Dil Kullanımı Açısından Değerlendirme: Bu aşamada, belirlenen isimlerin telaffuzu dikkate alınır. İnsanların söylemekte zorlandığı seçenekler listeden çıkarılır.

7.Filolojik Boyut: Marka ismi ile ilgili gerekli filolojik ve fonetik araştırma yapılır. Burada kulağa hoş gelmeyen seçenekler ve anlamı uygunsuz olan isimler listeden çıkarılır. Seçeneklerin anlamlarının başka dillerde farklı karşılığı olabilir. Bu anlamlar tespit edilerek, gerekiyorsa sakıncalı isimler listeden çıkarılır.

8.Pazar Araştırma Değerlendirmesi: Bu aşamada potansiyel müşterilere anket uygulanarak listede yer alan seçenekler beğenilme oranlarına göre sıralanır.

9.İsim Kararının Verilmesi: Üst yönetim geriye kalan seçenekler içerisinden tercihini yapar ve yapılan çalışmalar sonucunda doğru olan tek alternatif sunulur.

B.5.EVRENSEL MARKA İSMİ OLUŞTURMANIN FAYDALARI

1. Hedef kitle markayı daha kısa sürede hatırlar, benimser, sever (aşık olur), satın alma kararını verir

2. İstikrarlı sadık bir hedef kitle oluşur

3. Pazarlama ve satış faaliyetlerinde başarıyı getirir. (daha çok hedef kitle, daha çok müşteri, daha çok üretim, daha çok kazanç)

4. Tanıtım, reklam, halka ilişkiler faaliyetlerinde az giderle, kısa zamanda, etkili, başarılı, kesin bir geri dönüşüm (feedback) sağlar.

5. Evrensel kriterlere göre oluşturulan marka ismi, internet ortamında, Türkiye ve dünyadaki patent ofisleri tarafından ve domain alan adları tescile müsait olduğu için markaya yapılan yatırımın boşa gitmesi önlenir. (Yani emek, zaman, para, itibar ve performans kaybını önler. Markalaşma sürecinde kurum kuruluşlar üreticiler İLERİSİNİ görerek daha sağlıklı ve kalıcı bir şekilde büyürler.)

B.6.Markalaşma Nedir?

Marka oluşturma – konumlandırma ve üretimle başlayan sürecin işlevsel yönden bilinen benimsenen farklılaşan bir kimliğin ve kültürün doğru yönetilmesi ile ortaya çıkan ve bir değeri ifade eden iletişim kültürüdür.

B.7.Markalaşmanın Aşamaları

1. Marka Oluşturma: Evrensel ticari kriterlere uyumlu, bilimsel verilere dayalı, stratejik planlama ve marka ismi oluşturma çalışması ile teknik bir çalışma sistemidir. Bu süreçte bir uzman ile çalışmalıdır ederiz.

2. Marka Konumlandırma: Bundan sonraki süreç oluşturulan global marka ismini konumlandırma safhası yer almaktadır. Konumlandırma; markanızı hangi hedef kitlenin nasıl algılamasını istediğinize verdiğiniz cevaptır. Bu aşamada hedef kitle analizi iyi yapılmalıdır. Daha sonra marka ile hedef kitle arasında hem görsel hem kültürel yönden analizi iyi yapılmalıdır. Daha sonra marka ile hedef kitle arasında hem görsel hem kültürel yönden doğru iletişimin kurulmasıdır. Etkili bir konumlandırma için ürünün fiziksel ve duygusal özellikleri üzerinde gerekli araştırmalar yapılmalıdır.

3. Marka Tutundurma: Kitle iletişim araçları, konumlanmış bir marka isminin tutundurulması için vazgeçilmez ekipman görevini üstlenmektedir. Halkla ilişkiler, medya

planlama, pazarlama, tanıtım ve reklam faaliyetlerinde kısa sürede ve olumlu yönde geri bildirim (feedback) elde edilir.

4. Marka Korunması: Marka koruması, ürün ya da hizmetlerinde marka kullanan marka sahiplerinin marka ismini markanın değerini koruyan bir sistemdir. Marka tescilinin amacı, özel yasa ile getirilen korumadan marka sahiplerinin yararlanmasıdır.

EVRENSEL MARKA İSİM VE MARKALAŞMA UZMANI ByKANBE® KİMDİR?

Evrensel Marka İsim Uzmanı BAYKAMBER (Mevlüt KANBER) özellikle marka ismi oluşturma konusunda uzmanlaşmış bir profesyoneldir. 2001 yılından beri reklam, tanıtım, markalaşma kurumsallaşma halkla ilişkiler ve organizasyon alanlanında faaliyet göstermektedir. İstanbul merkezli Markalize Marka İsim Fabrikası Ltd. Şti.' nin Yönetim Kurulu Başkanıdır. Ajansın merkezi İstanbul Bahçelievler'de olup, Bursa ve Konya'da şubeleri bulunmaktadır. Bunun dışında Türkiye'nin her bölgesinde temsilcilikleri bulunmaktadır.

Evrensel marka isim oluştuşma, markalaşma uzmanı BAYKAMBER Türkiye' de birçok markanın evrenselleşmesini sağladı ve bu alanda birçok yeniliğe imza attı. Evrensel Marka uzmanı BAYKAMBER 2009 'da TPE tarafından düzenlenen marka patent ödülleri toplantısında Başbakandan onur plaketi aldı. 2012 yılında Türk Kirazı evrensel marka isim yarışmasında "TADİKİ" marka ismi ile Orman ve Su İşleri Bakanı Veysel EROĞLU'ndan birincilik ödülü aldı. Bolu Valiliği tarafından organize edilen "Bolu AB Projesi" logo, slogan yarışmasında Türkiye birinciliğini elde ederek Avrupa Birliği Bakanı Egemen BAĞIŞ'tan ödülünü aldı. Aynca 2007 UNESCO Mevlana Yılı Her Zaman Her Yerde Fairplay Mevlana logo tanıtımm ve slogan projesi birinciliğine layık görülmüştür.

Eğitim ve seminer ile de markalaşma çalışmalarına katkıda bulunan BAYKAMBER birçok üniversitede, sivil toplum kuruluşunda seminerler vermiş, konferanslara davet edilmiştir.

Profesyonel ve global markalar üzerinde yoğunlaşan BAYKAMBER misyonunu ve hedeflerini geniş bir çevreye yaymak için sivil toplum kuruluşu çatısı altında da faaliyet göstermeye başlamıştır. Bu amaçla "MARKA İSİM MERKEZİ"ni kurmuştur. Bu merkez Türkiye'de ve Dünyada ilk olma özelliğini taşımaktadır. Marka İsim Merkezini kurarak Türkçe kökenli kelimelerle oluşturulan marka isimlerine öncelik verilmesi amaçlanmıştır. Diğer taraftan da Türkiye' den profesyonel, global markaların çıkması hedeflenmiştir. Selçuk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi ve Anadolu Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümü ınezunu olan BAYKAMBER evli ve iki çocuk babası olup İngilizce ve Arapça bilmektedir.

BAYKAMBER'İN BİLİMSEL OLARAK ÜZERİNDE DURDUĞU VE TÜRKİYE'DE GELİŞTİRDİGİ UZMANLIK ALA LARI

*Marka - Marka İsmi nedir, nasıl Oluşturulur?
*EvrenseI Marka İsmi Oluşturma Kriterleri ve Faydaları Nelerdir?
*Akrofonoloji (Marka İsim Bilimi) Nedir?
*Markalaşma Marka Konumlandırna, Marka Tutundurına ve Marka Konuna Stratejileri Nelerdir?
*Neden Evrensel Marka Oluşturmalıyız?
*Devir 'Ye Markam Ye" Devri Bilimsel Derlemeleri.

Her Zaman Her Yerde Güvenilir Markalaşma

MARKA İSİM MERKEZİ BAŞKANLIĞI

FAALİYETLERİMİZ

Marka İsim Uzmanı
BayKAMBE®
Brand Name Expert

www.isimder.org.tr

Şirinevler Mah. Mahmutbey Cad. Meriç Sok.
Ünal İş Mrk. Kat:4 No:4 **Bahçelievler/İSTANBUL**

Feritpaşa Mah. Ahmet Hilmi Nalçacı Cad.
Bakkalar Sitesi No:48/A/2 **Selçuklu/KONYA**

Tescilli Hat: +90 850 270 02 30

LİDER MEDYA Günlük Tarafsız Siyasi Gazete 12.Yıl
KURTULUŞ

AGAD'dan marka eğitimi

Facebook'ta paylaş | Twitter'da paylaş | Google+'da paylaş | 02.02.2016 16:00

Evrensel Markalaşma Uzmanı (By Kanber) Mevlüt Kanber ve Marka Eğitmeni Muharrem Dere, Afyon Genç Atılımcılar Derneği'nin düzenlediği "Sıradanlıktan Markalaşma AGAD Projesi" kapsamında eğitim verdi. Afyonkarahisar Gençlik Merkezi konferans salonunda düzenlenen eğitim ik igün sürdü. Eğitime öğrenciler, Afyonkarahisar Gençlik Hizmetleri ve spor İl Müdürlüğü Afyonkarahisar Gençlik Merkezi Girişimcilik ve İnovasyon Kulübünde yer alan gençler katıldı. Seminerin birinci oturumda marka yönetimi, ikinci oturumda ise marka stratejisi konularında sunum yapıldı. Sonrasında marka yönetimi, marka değeri ve imajı, marka iletişimi konularında katılımcılara sunum yapan eğitmenler, katılımcılarla yaptığı uygulamalarla markalaşmanın detaylarını gösterdi.

Afyon Genç Atılımcılar Derneği Yönetim Kurulu Başkanı İlyas Kaan Taytak, Mevlüt Kanber ve Muharrem Dere'ye teşekkür plaketi takdim etti.●Kurtuluş

MARKA UZMANI BAYKAMBER BAKÜ'DE MARKALAŞMA EĞİTİMİ VERDİ

Geçtiğimiz günlerde kardeş ülke Azerbaycan'a iş seyahatine çıkan Marka İsim Uzmanı Baykamber (Mevlüt KANBER), Bakü'de bir dizi çalışmalarda bulundu. Marka ismini ve kurumsal kimliğini oluşturduğu ORNABİ markasının kurumsallaşma ve markalaşma çalışmalarına bağlı olarak şirket sahibi İlkin CEBRAİLOV ve bazı iş adamları ile görüşmelerde bulundu.

Marka İsim Uzmanı BAYKAMBER, ORNABİ markasının kurumsallaşma ve markalaşma çalışmaları dahilinde kurum personeline markalaşma, kurumsallaşma, tanıtım, satış, pazarlama gibi alanlarda seminer verdi. Seminere katılan personele seminer teşekkür belgelerini takdim ederek oldukça genç olan personelin gelecek vaat ettiğini ifade etti. Hatıra fotoğrafı çekilerek toplantı sona erdi.

Bu sayfa 8363 kez görüntülenmiştir.

BAYKAMBER'DEN MUHARİP GAZİLERİMİZ İÇİN PROJE

Evrensel Marka İsim Uzmanı Mevlüt KANBER (BAYKAMBER), yeni projesiyle şehitlerimize, gazilerimize ve ailelerine yönelik sosyal sorumluluk çalışması yaparak onların teveccühünü kazandı. Kanber, 10 Mart 2016 tarihinde "Türkiye Muharip Gaziler Derneği İstanbul Şubesi"nde düzenlenen projeye özel bir toplantıda şehit ve gazi yakınları ile üyelerin katıldığı bir toplantıda dernek ile ilgili bir sunum yaptı.

"SONSUZ KALPLER" projesiyle şehit ve gazi yakınlarının, gazilerin motive edilmesi, onurlandırılması, itibarlarının daha da artırılması ve sıkıntılarının giderilmesine yönelik çalışmasını katılımcılara sundu. Proje hakkında sunum yapan Kanber, söyleşi ile etkinliğe katılan üyelerin ve misafirlerin sorularını cevapladı. Projenin içeriğinde faaliyetler, hedefler ve faydalar yer alıyor.

Titiz bir şekilde hazırlanan ve her ayrıntının düşünüldüğü proje katılımcıları oldukça memnun etti. "Türkiye Muharip Gaziler Derneği İstanbul Şube" Başkanı Emekli Kıdemli Albay (Kıbrıs Gazisi) Ahmet KENDİGEL ve katılımcılar, Mevlüt KANBER'e proje ve katkılarından dolayı teşekkürlerini iletip memnuniyetlerini ifade ettiler. Dernek Başkanı Ahmet KENDİGEL'in üyeler adına derneğin plaketini Kanber'e takdim etmesiyle program sona erdi.

MARKA İSİM UZMANI BAYKAMBER BAŞBAKANLIKTA İSTİŞARELERDE BULUNDU

Baykamber (Mevlüt KANBER), Türkiye gündemini ve bazı konuları görüşmek üzere başbakanlık basın ve halkla ilişkiler müşavirliğinin konuğu oldu. Başbakanlık basın müşaviri Sayın Abdullah ÖKTEMER'in konuğu olan Baykamber, ülke imajının, tanıtımın ve iletişim kanallarının daha da iyileştirilmesi ve markalaşması konularında bazı önerilerde bulundu. Sağlık Bakanlığının düzenlemiş olduğu fuara da katılan Baykamber, GÜÇSİAD Başkanı Sayın Kenan AKDENİZ ve Başbakanlık Basın Müşaviri Sayın Abdullah ÖKTEMER Türkiye'de sağlıkla ilgili konularda da istişarelerde bulundu. Türkiye'nin sağlık sorunlarına, sağlıkta markalaşma konularına, yerli ilaçların nasıl sunulacağına ve nasıl markalaşacağına dair konularda görüşmelerde bulundular. Türkiye'de sağlık hizmetlerinin değerlendirildiği bu görüşmede. Türkiye'de sağlık turizminin hızlı bir şekilde gelişmekte olduğu ve Türkiye için gelecek vaat ettiği belirtildi. Baykamber; "Dikkat edilmesi gereken bir konu da sağlık hizmetlerinin kalitesi kadar tanıtımının da kaliteli olması gerektiğidir. Sağlık sektörünün hak ettiği tanıtım yapılarak sağlıkta markalaşmanın ivme kazanması gerekmektedir" dedi. Görüşmenin sonunda Baykamber, kurucu başkanı olduğu Türkçe İsim Enstitüsü (İSİMDER)'nün tanıtım föyünü de basın müşaviri Sayın Abdullah ÖKTEMER'e takdim etti.

Bu sayfa 162 kez görüntülenmiştir.

Tags:
markalaşma , kurumsallaşma , sağlıkta markalaşma , sağlıkta kurumsallaşma , marka ismi bulma , marka ismi oluşturma , marka bulma , marka oluşturma , marka tasarım , tescilli marka , marka tescili

Paylaş: Facebook Tweet Google + LinkedIn Evernote Blogger Email

DOĞUŞ ÇAY İÇİN YENİ BİR MARKA DAHA DOĞUYOR...

Türkiye'nin öncü çay markası DOĞUŞ ÇAY yeni markalarıyla çay tiryakilerinin karşısına çıkmaya hazırlanıyor. Ürün portföyüne yeni bir marka konsepti kazandırmayı planlayan Doğuş Çay Yönetimi, Evrensel Marka İsim Uzmanı BAYKAMBER (Mevlüt KANBER)'le yeni evrensel marka için çalışmalara başladı. Daha önce de önemli markaların altın imza atan Evrensel Marka İsim Uzmanı BAYKAMBER, ***"TABİAT HARİKASI"*** sloganıyla yola çıkarak ***"HAYDİBİ ÇAY"*** marka ismini oluşturdu ve markayı geliştirmeye devam ediyor. ***"HAYDİBİ ÇAY"***ın logo tasarımı, marka isminin oluşturulması, sloganlarının geliştirilmesi, kurumsal kimlik tasarımı, marka tescili, tasarım tescili ve marka eğitim semineri gibi bütün marka bileşenlerini sunmayı üstlenen BAYKAMBER diğer gıda ürünleri ve marka çalışmaları için de Doğuş Çay Genel Müdürü C. Alpaslan KARAKAN ile anlaşmaya vardı. Önümüzdeki günlerde yeni markaları ile karşımıza çıkacak olan BAYKAMBER, ***"DOĞUŞ ÇAY"*** grubu ile birlikte çalışmaktan duydukları memnuniyeti ifade etti. Doğuş Çay Genel Müdürü C. Alpaslan KARAKAN da yeni marka isimleri için BAYKAMBER ve ajansı MARKALİZE REKLAM ile çalışmaktan dolayı memnun olduklarını ve bu vesile ile ülkemize yeni markalar kazandırmaktan gurur duyduklarını belirtti. Ülkemizin ekonomik anlamda da zor günler geçirdiğini belirten ALPASLAN: "Ülkemizin ekonomik anlamda rahatlaması ve global olarak atılımlar yapması güçlü markalar ile mümkündür. Biz de bu bilinçle hareket ederek evrensel markalar üzerinde çalışıyoruz. Kuruluşumuza ve ülkemize kazandırdığı markalar ve değerler için BAYKAMBER'e teşekkürlerimi sunuyorum" dedi.

EKONOMİ KULÜBÜNDEKİ SEMİNERİMİZDE "MARKALAŞMA" KONUSU ELE ALINDI

Merkezi Ankara olan Ekonomi Kulübü'nün üyeleri Ekonomi Kulübü Avrupa Yakası Teşkilatı tarafından organize edilen toplantıda İstanbul şubesinde bir araya geldi. Ekonomi Kulübü İstanbul şubesinde düzenlenen toplantıya Ekonomi Kulübü üyesi birçok iş adamı katıldı. Toplantıda kısa bir seminer verildi. Seminerde alanında uzman bazı üyeler uzmanlık alanları ile ilgili kısa sunumlar yaptı.

Seminerde dikkat çekilen konulardan birisi de Türkiye'de markalaşmanın içinde bulunduğu durum idi. Türkiye'de markalaşmanın hangi boyutta olduğuna değinen Evrensel Marka İsim Uzmanı Baykamber (Mevlüt KANBER) markalaşma ile ilgili önemli noktalara değindi.

Ülkemizde markalaşma yatırımlarının gereksiz ayrıntı olarak düşünüldüğünü öne süren Baykamber; "Bu düşünceyle aslında markamızın değerini düşürdüğümüzün farkında olmalıyız. Aslında marka yatırımları uzun vadeli dönüş sağlayan önemli bir adımdır" ifadesini kullandı.

Özellikle üzerinde durulan konulardan birisi de yanlış isimlerle markalaşma oldu. Baykamber: "Bilinçsizce oluşturduğumuz marka isimleri markamızın yerinde saymasına neden olmaktadır. Bütün yatırımlarımızı çöpe götürmektedir" dedi. "Markamızı oluştururken bütün yönleri ile araştırmalı, analiz etmeyiz" ifadelerini de sözlerine ekledi.

Ülkemizdeki markalaşma çalışmalarının artısı ile eksisi ile değerlendirildiği seminerde katılımcı iş adamlarının da fikirleri değerlendirilerek mütalaa yapıldı ve hatıra fotoğrafları ile program tamamlandı.

FİLİSTİN TÜRK İŞADAMLARI DERNEĞİ'NDE MARKALAŞMA RÜZGÂRI

İstanbul'da Filistin Türk İş Adamları Derneği'nin organize ettiği kongreye katılım oldukça yüksekti. Türkiye'deki Filistinli iş adamları ile beraber Türk iş adamları da kongreye katılarak iş dünyasındaki ve Ortadoğu'daki ekonomik durum hakkındaki son gelişmeleri değerlendirdiler. Alanında uzman kişilerin verdiği konferanslar ile birtakım gelişmeler hakkında bilgi sahibi oldular.

Türkçe İsim Enstitüsü Derneği Başkanı ve Evrensel Marka İsim Uzmanı Mevlüt KANBER de evrensel markalaşma konusunda görüşlerini bildirdi. Evrensel markalaşma teknikleri, markalaşma hataları, markalaşma stratejileri, markalaşmanın önündeki engeller gibi konulara değinerek katılımcı iş adamlarına markalaşma fikirlerini sundu.

Arap ve Türk dünyasının kabul gören markalarını değerlendiren iş adamları bazı ticari anlaşmalar da yaptılar. Filistinli iş adamı Ahmet ŞAHİN de markalaşma faaliyetlerin de BayKAMBER'i tercih etti. Evrensel markalaşmanın gerekliliği, Türkiye'de ve Ortadoğu'da markalaşmanın ve iş dünyasının içinde bulunduğu durumu değerlendiren KANBER, Filistinli iş adamları, Filistin Türk İş Adamları Derneği başkanı ve üyeleri, Filistin İstanbul Konsolos'u ile hatıra fotoğrafı çekinerek katılımcılara teşekkürlerini iletti.

Türkiye'de rakımı sebebiyle en geç kiraz hasadı yapan Hadim ve Taşkent son kiraz hasadını yaptı. Bu yıl yaklaşık 16 bin ton kiraz hasat eden Hadim ve Taşkent, kirazının yüzde 90'ını Rusya, Almanya ve İngiltere başta olmak üzere birçok ülkeye ihraç ediyor. 3'TE

VEYİS ERSÖZ'E VEFA

Türkiye Yazarlar Birliği (TYB) Konya Şubesi tarafından, Veyis Ersöz'e Vefa programı tertip edildi. Programda Toprak Şiiri ile yazarlık hayatına başlayan Veyis Ersöz'e, TYB, emeklerinden dolayı teşekkûr plaketi hediye etti. 2'DE

GALİBİYETİ KAÇIRDIK

Atiker Konyaspor ligin ilk maçı ve ilk deplasmanında Rize'de öne geçmesine rağmen son 20 dakikada ev sahibinin baskılarına dayanamadı ve Vukovic'in attığı gole karşılık Emrah'ın golü ile maça denge geldi. ve her iki takımda 1'er puan alarak lige başladı. SPOR'DA

SAĞLIĞINIZ İÇİN,
1954 oVa
www.alova.com

www.hakimiyet.com
21 AĞUSTOS 2016 PAZAR
20.yıl
Hakimiyet®
BÖLGENİN GÜÇLÜ GAZETESİ
50 kr

Konya'nın gençleri aynı duyguyu paylaştı

Konya Büyükşehir Belediyesi Genç KOMEK Yaz Okulu'na katılan binlerce öğrenci, derslerin yanında sosyal ve kültürel faaliyetlere de katılarak tatillerini en verimli şekilde değerlendirdi. Gençler yaz boyu aynı duyguyu paylaştı. 2'DE

Türkçe İsim Enstitüsü Derneği (İSİMDER) Başkanı Mevlüt Kanber

SÖMÜRGE İMAJI VERİYOR

Konya'da artan yabancı marka ve terimler furyası

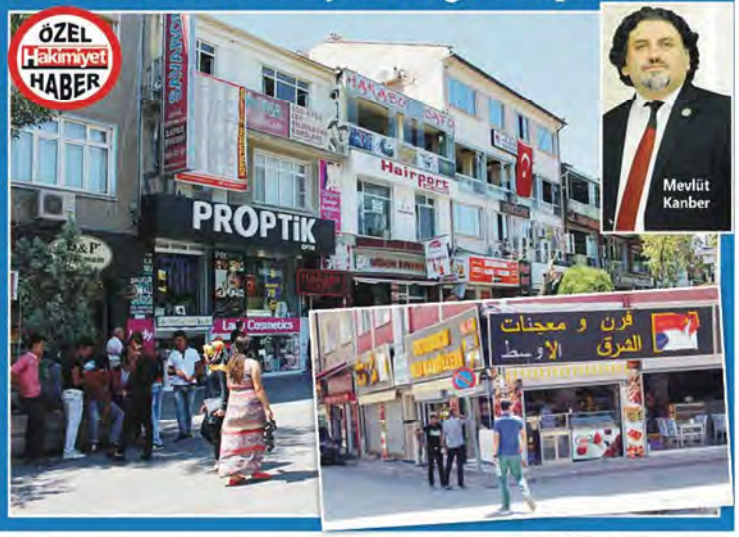
Arapça tabela furyası ve yabancı markalarla gelen yabancı terimleri eleştiren İSİMDER Başkanı Mevlüt Kanber, durumun Türkiye'ye uluslararası camiada sömürülen ülke imajı verdiğini söyledi.

MİLLİ KİMLİK İKİNCİ PLANA ATILIYOR

Türkçe İsim Enstitüsü Derneği (İSİMDER) Başkanı Mevlüt Kanber, Konya gibi büyükşehirler ve metropol olarak adlandırılan şehirlerde dükkan isimleri ve tabelaların başta İngilizce olmak üzere yabancı kelimelerin istilasına uğradığını kaydetti. Duruma tepki gösteren Kanber, "Özellikle İngilizce kelimelerin ve markaların yoğun olarak kullanılması ülkemiz üzerinde sömürge ülkesi algısı uyandırmaktadır. Ülkenin kendi öz kültürünü, milli kimliğini ikinci plana atmaktadır."dedi.

KULLANILMADAN TÜRKÇELEŞTİRLMELİ

Turist sayılarının artması, Suriyeli mülteci sayılarının artması ve Türkiye'ye yerleşen yabancıların şehirleri kozmopolit yapıya kavuşturduğunu söyleyen Başkan Kanber, yabancı terim furyasını bu yapıya bağladı. Bu durumun önüne geçilebilmesi için çözüm yolu gösteren Kanber, "Esas çözüm yabancı markaların henüz kullanılmadan önüne geçilerek alternatif Türkçe marka ve isimlerin oluşturulması ve kullanılmasıdır. Sonradan çözüm çok zor" diye konuştu. 2'DE



Kardeş ilçeler Beyşehir'de buluştu

Konya'nın Beyşehir İlçe Belediye Başkanı Murat Özaltun, kardeş şehir protokolü imzaladıkları Antalya'nın Serik İlçe Belediye Başkanı Ramazan Çalık ile bir araya geldi. 4'TE

Demirsoy'un acı günü

Selçuk Üniversitesi Gazetecilik Bölümü akademisyenlerinden Uzman Dr. Adem Demirsoy'un annesi Seniye Demirsoy(82) Meram Tıp Fakültesinde 2 aydır devam eden yaşam mücadelesini kaybetti. 3'TE

Motosiklet kazasında 3 kişi yaralandı

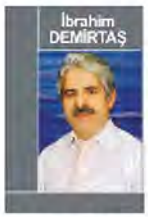
Seydişehir'de trafik kazasında 3 kişi yaralandı. Bahaddin Karagüllüoğlu idaresindeki otomobil, Milli Eğitim Caddesi'nde Ömer Yaka'nın kullandığı motosikletle çarpıştı. Kazada 3 kişi yaralanarak Seydişehir Devlet Hastanesi'ne kaldırıldı. 3'TE

Çumra'nın en büyüğü 2017'de tamamlanacak

Çumra Belediye Başkanı Dr. Mehmet Oğuz 2014 mahalli idareler seçimlerinde verdiği park sözünü yerine getiriyor. Oğuz, Çumra'nın en büyük parkının 2017'de hizmete açılacağı müjdesini verdi. 2'DE

60 ülkeden 300 genç Konya'da buluşuyor

13. Uluslararası Gençlik Buluşması'na Ankara ile birlikte ev sahipliği yapan Konya, 22 ve 23 Ağustos'ta 60 ülkeden 300 genci ağırlayacak. 2'DE



BABAM BENİM

Yahşi beyden gelir soyu
Çınar gibi uzuzn boyu
Makberinde rahat uyu
Çekip giden babam benim

Garip kaldım kardeş oldu
Dertlerime sırdaş oldu
Meleklere yoldaş oldu
Uçup giden babam benim

Oğlum! vatan namus derdi
Sakın haktan şaşma derdi
Ecel geldi şerbet verdi
İçip giden babam benim

Yüz ikiye vardı yaşı
Gözlerinden sızdı yaşı
Musallaya koydu başı
Göçüp giden babam benim

İbrahim im yaktım ağıt
Son nefeste aldım öğüt
Vatanına verdi yiğit
Şehit giden babam benim

TYB'den Veyis Ersöz'e Vefa

Yazar Veyis Ersöz'e Türkiye Yazarlar Birliği (TYB) Konya Şubesi tarafından düzenlenen Veyis Ersöz'e Vefa programı dün İl Halk Kütüphanesinde gerçekleştirildi. Programa Eski Büyükşehir Belediye Başkanı Halil Ürün, Ribat Eğitim Vakfı Başkanı Abdullah Büyük, oğulları Gençlik Spor İl Müdürü Ömer Ersöz ve Gazeteci-Yazar Salih Sedat Ersöz katıldı. Basın camiasına uzun yıllar emek veren ve çok sayıda kitabın yazarı olan Veyis Ersöz'ün öz geçmişinin anlatılmasıyla başlayan programda konuşan Veyis Ersöz, yazarlık hayatının 'Toprak Şiiri' ile başladığını kaydetti. Yazarlık hayatına ilk adımı olan Toprak Şiiri'nden gelen ödülle hayatının değiştiğini ifade eden Ersöz, o günden sonra 70 yıl yazarlık yaptığını ifade etti. Yazarlık hayatını ilerleyen yaşı ve sağlık sorunları sebebiyle bıraktığını açıklayan Yazar Ersöz, programda emeği geçen herkese teşekkür etti.

Programın sonunda Ersöz'e TYB tarafından teşekkür plaketi verildi.

(Haber Merkezi)

YABANCILAŞTIRMAYIN!

Konya gibi büyükşehirlerde artan yabancı markaları eleştiren İSİMDER Başkanı Mevlüt Kanber, yabancı markaların Türkiye'nin öz kültürünü ikinci plana attığını vurguladı. Çözüm yolu gösteren Kanber, belediyelerin markaya izin vermeden önce Türkçeleştirme yapması gerektiğini söyledi.

Türkçe İsim Enstitüsü Derneği (İSİMDER) Başkanı Mevlüt Kanber, Konya gibi büyükşehirler ve metropol olarak adlandırılan şehirlerde dükkan isimleri ve tabelaların başta İngilizce olmak üzere yabancı kelimelerin istilasına uğradığını kaydetti. Bu durumun Türkiye'nin uluslararası platformda imajını zedelediğini vurgulayan Başkan Kanber, "Özellikle İngilizce kelimelerin ve markaların yoğun olarak kullanılması sömürge ülkesi algısı uyandırmaktadır. Ülkenin kendi öz kültürünü, millî kimliğini ikinci plana atmaktadır," diye konuştu.

KAVRAMLAR TÜRKÇELEŞTİRİLMELİ

İSİMDER Başkanı Kanber, Türkiye ve özellikle Konya'da Suriyelilerin işletme açmaları, tabelalarına da Türkçe-Arapça karışık, sadece Arapça ve Arap alfabesiyle yazılmış marka ve isimlere yer vermelerinin büyük bir sorun teşkil ettiğini belirtti. Mevlüt Kanber, yabancı uyruklu öğrencilerin, Suriyeli mültecilerin ve çeşitli ülkelerden gelen yabancıların özellikle büyük şehirleri kozmopolit bir yapıya kavuşturduğunu, bu sebeple de yabancı isimlerin arttığını ifade etti. Bu durumda yabancıların ülkeye adaptasyon sorunu yaşadıklarını ifade eden Başkan Kanber, Türkiye'nin öz kültürü ve kimliğinin de ikinci plana atıldığını savundu. Kanber, yabancı isimlerin önüne yaptırım ve cezalarla geçilemeyeceğini söyleyerek konuyla ilgili demek olarak çözüm önerisinde bulundu. Başkan, "Yabancı isimlerin bilinçsiz bir şekilde kullanılmasının önüne geçilmesi için bazı belediyeler yaptırım uygulamaktadırlar. Esas olan ise yabancı markaların henüz kullanılmadan önüne geçilerek alternatif Türkçe marka isimlerin oluşturulması ve kullanılmasıdır. Özellikle literatürümüze yabancı bir kelime girer girmez Türkçe karşılığı bulunup kavramlar Türkçeleştirilmelidir"dedi.

TÜRKÇEMİZİ ÖN PLANA ÇIKARIYORUZ

İSİMDER çatısı altında ürün ve işletmelere Türkçe ve marka isimler bulduklarını bunların patent çalışmalarını da özveriyle sürdürdüklerini ifade eden Kanber, "Çalışmalarımız kuru bir eleştiriden ziyade yönlendirmeye, yapıcılığa yöneliktir. Yeni marka isimleri oluştururken yabancı dillerin etkisinde kalmadan Türkçemizi ön plana çıkarak dünya genelinde Türkçe markalar çıkarmaya çalışıyoruz. İş adamlarımızı Türkçe markalar üretmeye teşvik ediyoruz. Bununla birlikte bilinçli markalar üretmeye çalışıyoruz. Yani bizim için normal olan kelimeler kavramlar başka dillerde yanlış anlaşılmalara sebebiyet verebilir. Bunları göz önünde bulundurarak global anlamda Türkçe markalar oluşturmaya çalışıyoruz ve iş adamlarımızı da bu yönde çalışmaya teşvik ediyoruz." ifadelerini kullanarak marka konusunda kararsız olan işadamı ve işletmecilere yardımcı olabileceklerini hatırlattı. **(Ümit Özel)**

Mevlüt Kanber

Çumra en büyük parkına kavuşuyor

Çumra Belediye Başkanı Dr. Mehmet Oğuz 2014 mahalli idareler seçimlerinde verdiği vaatleri ve projeleri sırasıyla hayata geçirmeye devam ediyor. Konu ile ilgili olarak açıklama yapan Mehmet Oğuz, '2014 mahalli idareler seçimlerinden önce Çumra Belediyesinde park ve bahçeler alanında hizmet verebilecek bir müdürlük yoktu. Seçim vaatlerimiz arasında olan ilk işlerimizden biri bu müdürlüğün kurulmasıydı ve öylede oldu. Seçim sonrasın ilk meclis toplantımızda alınan kararla Park ve Bahçeler Müdürlüğünü kurduk ve alanında uzman ekibi oluşturduk. Göreve başlayan Park ve Bahçeler müdürlüğü ekipleri yine seçim vaatlerimiz arasında olan tabelası bile kalmayan önceki dönem belediye başkanlarımızdan Hikmet Berberoğlu'nun adını taşıdığı Hikmet Berberoğlu parkını tamamen yenileyerek yeniden halkımızın kullanımına sunduk. Mevcut parklarımızın bakımlar yeniden gözden geçirildi ve otomatik sulama sistemi olmayan parklarımızın otomatik sulama sistemleri yapıldı. Konya Büyükşehir Belediyesi ile ortaklaşa olarak 52 mahallemize yeni park kazandırdık. 2014-2015 sezonunda müdürlüğümüz ihtiyaca göre ağaçlandırma, cami ve okullanmızda peyzaj düzenlemesinin yanı sıra 22 bin m2 yeşil alanı Çumra'mıza kazandırmış oldu. Şimdide Çumra'nın en büyük parkını kazandırıyoruz. Seçim vaatlerimiz arasında olan ve 1970'li yıllardan günümüze kadar atıl bir halde bırakılan ve eski adıyla postalok (ticaret meslek lisesi yanı) olarak bilinen 40 bin m2 alan üzerine inşaa edilen parkımız Yürüyüş yolları, kafeteryaları, dinlenme alanları, süs havuzu, spor alanlanıyla ve peyzaj düzenlemesi ilçenin en büyük parkı olacaktır' dedi. Başkan Oğuz, parkın 2017 yılı içerisinde Çumralıların hizmetine sunulacağını da sözlerine ekledi. **(Haber Merkezi)**

60 ülkenin öğrencisi Konya'da buluşacak

Tahir Akyürek

13. Uluslararası Gençlik Buluşması'na Ankara ile birlikte ev sahipliği yapan Konya, 22 ve 23 Ağustos'ta 60 ülkeden 300 genci ağırlayacak. İslam Dünyası Turizm Başkenti Konya, 13. Uluslararası Gençlik Buluşması'na Ankara ile birlikte ev sahipliği yapıyor. Konya Büyükşehir Belediye Başkanı Tahir Akyürek, İslam Dünyası Turizm Başkenti olarak çok sayıda etkinlik gerçekleştirdiklerini belirterek, şimdi de 60 ülkeden yüzlerce gencin katılacağı önemli bir programa ev sahipliği yapacaklarını söyledi.

Geçtiğimiz günlerde Dünya Müslüman Alimler Birliği Toplantısı'na ev sahipliği yaptıklarını hatırlatan Başkan Akyürek, İslam dünyasının onlarca ülkesinden gelecek gençleri ağırlamaktan mutluluk duyacaklarını ifade etti. İslam Dünyası Sivil Toplum Kuruluşları Birliği Gençlik Kurulu tarafından 13'üncüsü düzenlenecek olan Uluslararası Gençlik Buluşması'nın Ankara'daki oturumlarla başladığını kaydeden Başkan Akyürek, programların 22 ve 23 Ağustos'ta Konya'da yapılacağını dile getirdi.

26. Hükümetin Başbakanı Prof. Dr. Ahmet Davutoğlu'nun da programda "Medeniyetler ve Şehirler" başlıklı konuşma yapacağını kaydeden Başkan Akyürek, toplantıların İslam dünyasının birlik ve beraberliğine katkı sağlamasını diledi.

13. ULUSLARARASI GENÇLİK BULUŞMASI

22 Ağustos Pazartesi günü Konya'da Akademik Forum ve atölye çalışmaları ile başlayacak toplantılar kapsamında saat 14.00'da Büyükşehir Belediyesi Mevlana Kültür Merkezi'nde Konya Özel Oturumu yapılacak. Aynı gün saat 17.00'da Prof. Dr. Ahmet Davutoğlu'nun "Medeniyetler ve Şehirler" başlıklı konuşmasının yer alacağı program, 19.00'da Konya protokolünün katılacağı kapanış programı ile sona erecek. 13. Uluslararası Gençlik Buluşması'na katılan gençler, 23 Ağustos Salı günü Konya'nın tarihi ve turistik mekanlarını ziyaret edecek. **(Haber Merkezi)**

Tüm ilçelerin gençleri aynı duyguda buluştu

Konya Büyükşehir Belediyesi Genç KOMEK Yaz Okulu'na katılan binlerce öğrenci, derslerin yanında sosyal ve kültürel faaliyetlere de katılarak tatillerini en verimli şekilde değerlendirdi.

Konya merkez ve ilçelerde 26 bin öğrencinin katılımı ile yapılan Genç KOMEK Yaz Okulu, Kur'an-ı Kerim ve değerler eğitimi başta olmak üzere sanat ve spor faaliyetleri, kültür gezileri ile öğrencilere unutamayacakları bir yaz yaşattı. Konya Büyükşehir Belediye Başkanı Tahir Akyürek, Türkiye'ye örnek olan Genç KOMEK Yaz Okulu'nun eğlendirirken öğrettiğini belirterek, kültür gezileri ile ilçelerdeki öğrencilerin Konya merkezi, merkezdeki öğrencilerin de ilçeleri tanımasını sağladıklarını söyledi.

Öğrencilerin şehir merkezi ve ilçelerdeki tarihi mekanlarını ziyaret ederek aidiyet oluşturduklarını vurgulayan Başkan Akyürek, "İlçelerde ve merkezde eğitim alan öğrencilerimizden 13 bin 651'i, öğretmenleri ve rehberler gözetiminde Mevlana Türbesi, İstiklal Harbi Şehitleri Abidesi, Bilim Merkezi, Sille gibi tarihi ve kültürel mekanları ziyaret etti. Yaz Okulu'nda eğitim alan 10 bin 652 öğrencimiz de Beyşehir İlçemizdeki Eflatunpınar'ı, Eşrefoğlu Cami'yi, Bedesten'i gezdi, tekne turu yaparak güzel vakit geçirdi. Konya'nın tüm ilçeleri ile birlik ve beraberlik içinde olmasını sağlayan programlarda emeği geçen herkesi tebrik ediyorum" dedi.

Konya Büyükşehir Belediyesi Genç KOMEK Yaz Okulu'nda ferdi kaza sigortaları yapılan öğrenciler, 8 hafta süren eğitimlerin ardından Güz Okulu'na kayıt yaptırarak hafta sonları Genç KOMEK'te eğitimlerini sürdürebilecek. **(İHA)**

İSİMDER'DEN AVCILAR İLÇE EMNİYET MÜDÜRLÜĞÜNÜ ZİYARET

İSİMDER (Türkçe İsim Enstitüsü Derneği) Yönetim Kurulu Başkanı Mevlüt KANBER ve dernek üyeleri Avcılar İlçe Emniyet Müdürlüğüne taziye ziyaretinde bulundular.

İSİMDER adına konuşan Yönetim Kurulu Başkanı KANBER: "Son zamanlarda ülkemizde canlı bomba olaylarının artması ve emniyet güçlerimizin de bu olaylarda şehit olması bizleri derinden üzmektedir. Emniyet güçlerimizi madden ve manen yıpratmaktadır" dedi.

Ziyaret sebebi olarak sözlerine şunları ekledi: "Böyle zor durumlarda ve günlerde asker ve polislerimizi ziyaret ederek emniyet güçlerimizin moral ve motivasyonunu yükseltmemiz gerekmektedir. Acılarını paylaşmamız ve bir vatandaş olarak aynı acıyı yaşadığımızı ifade etmemiz gerekmektedir. Zor günlerde maddi ve manevi desteklerimizi esirgemeyerek emniyet güçlerimize vefa borcumuzu ödemeli, onlara değer verdiğimizi belirtmeliyiz. Bu yüzden emniyet kuruluşlarımızı ziyaret ederek yanlarında olduğumuzu göstermek istedik" dedi.

Avcılar ve Başakşehir'den sorumlu İstanbul İl Emniyet Müdür Yardımcısı Aytekin UYAR da yapılan bu ziyaretten duyduğu memnuniyeti belirterek; "Sizlerin, emniyet güçleri olarak bizleri ziyaret etmesi bizdeki hizmet aşkını ve görev sorumluluğunu daha da artırmaktadır. Bu duygularla işimize, vatanımıza ve halkımıza daha da sıkı sarılacağız, asayişimizi ve huzurumuzu bozacak olan hiçbir oluşuma prim vermeyeceğiz, fırsat vermeyeceğiz. Ziyaretiniz bizleri ziyadesiyle memnun etmiştir" ifadelerini kullandı.

Dernek Başkanı KANBER Emniyet Müdürü UYAR'a derneğin bültenini takdim etti ve dernek üyeleri ile birlikte son olarak İstanbul İl Emniyet Müdür Yardımcısı Aytekin UYAR ile günün anısına fotoğraf çektirdiler.

BayKamber Markalaşmanın Püf Noktasını Anlattı

Türkçenin Başkentinde Evrensel Markalaşma konulu konferans düzenlendi.

Resmi küçültmek için üzerini tıklayın...

Türkçenin Başkentinde Evrensel Markalaşma konulu konferans düzenlendi.

Karaman Organize Sanayi Bölge Müdürlüğü toplantı salonunda düzenlenen konferansın konuğu, Ünlü "İş Adamlarının, Siyasetçilerin ve Sanatçıların", Türkiye'nin En Meşhur Markalaşma Uzmanı; Mevlüt Kanber idi.

Bilim, Sanayi ve Teknoloji İl Müdürlüğünün ev sahipliğinde, TÜMSİAD, Kamu - Üniversite - Sanayi ve İSİMDER tarafından organize edilen konferansa protokol üyeleri yanı sıra sanayici ve işletme temsilcileri katıldılar.

Karaman'da Evrensel Markalaşma Konferansı

Paylaş Tweet G+1 0

KARAMAN (AA) - Karaman Bilim Sanayi ve Teknoloji Müdürlüğünce "Türkçenin Başkenti Karaman'da Evrensel Markalaşma" konulu konferans düzenlendi.

Türkçe İsim Enstitüsü Derneği (İSİMDER) Başkanı Mevlüt Kanber, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi (KMÜ) Konferans Salonu'nda, markanın, kurum ve kuruluşları ürettikleri mal ve hizmetleri farklılaştırmak için anlamlandırılan, logo ve benzeri şekillerle tasarlanarak çizilebilen ve yazılabilen, ses algısı ile ifade edilerek hatırlanabilen ticari unsur olduğunu belirtti.

Markalaşmayı bir iletişim kültürü olarak açıklayan Kanber, "Markalaşmaya çatıdan değil, temelden doğru stratejilerle evrensel marka ismi oluşturarak başlayın." tavsiyesinde bulundu.

Kanber, evrensel marka ismi oluşturmak konusunda ise marka isminin Türkçede ve tüm dillerde telaffuzu ve hatırlanabilirliği kolay, temsil ettiği ürünle özdeşleşen, diğer dillerde argo, müstehcen anlamlar taşımayan, diğer markalarla benzer isimler olmayacak şekilde ve internet ortamında domain (alan adları) ile uzantılarının tescile uygun olması gerektiğini ifade etti.

Karaman Markalaşıyor

“Markalaşalım ama yabancılaşmıyalım”.

Kategori : Gündem 17 Nisan 2017 17:44

“Markalaşalım ama yabancılaşmıyalım”.

Pazarlama dünyasının trendlerini belirleyen ve markaların geleceğini yapılandıran, ünlü marka uzmanı ByKanber yine çok konuşulacak bir konferansla Karaman'da iş dünyasının ve üniversite öğrencilerinin karşısına çıkmaya hazırlanıyor.

Evsahipliğini Karaman Bilim Sanayi ve Teknoloji İl Müdürlüğü tarafından üstlenilen, Karaman Valiliği, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Karaman Organize Sanayi Bölgesi Müdürlüğü, Tümsiad, Kamu-Üniversite-Sanayi İşbirliği, İsimder tarafından organize edilen, Ünlü Marka Uzmanı By Kanber'in katılımı ile gerçekleşecek olan “TÜRKÇENİN BAŞKENTİ'NDE EVRENSEL MARKALAŞMA” temalı konferansa tüm hemşerilerimiz davetlidir.

KARAMAN'DA EVRENSEL MARKALAŞMA KONFERANSI

03:05:2017 01:06

TÜMSİAD KARAMAN ŞUBESİNDE MARKALAŞMA KONFERANSI

Karaman Bilim Sanayi ve Teknoloji İl Müdürlüğü ve Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi'nin iş birliği ile Karaman'da "Türkçe'nin Başkentinde Evrensel Markalaşma" adlı konferans düzenlendi. Konuşmacı olarak Evrensel Marka İsim Uzmanı BAYKAMBER (Mevlüt KANBER)'in katıldığı konferans iki gün sürdü. Birinci gün konferans, Karaman Organize Sanayi Bölgesi Müdürlüğü'nde gerçekleştirildi. İkinci günü ise Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi konferans salonunda gerçekleştirildi. Karaman Organize Sanayi Bölgesi konferansına Karamanlı sanayici ve iş adamları katılım gösterdi. Açılış konuşması yapan Bilim, Sanayi ve Teknoloji İl Müdürü Ali Osman KAŞIKCI, özellikle Türkçe markalaşma konusunda bilinçlendirmenin artırılması amacıyla böyle bir program düşündüklerini ifade etti. Konferansın konusunu marka, başarılı marka ismi, bilinçli evrensel markalaşma, Türkçe markalaşma, doğru ve yanlış markalaşma, markalaşma hataları, marka-patent-faydalı model-endüstriyel tasarım tescillerinin birbirinden farkları ve bunların ayrı ayrı neden olması gerektiği gibi ayrıntılar oluşturdu. İkinci gün ise Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi konferans salonunda düzenlenen konferansa ise üniversite öğrencileri, akademik kadro, rektör ve rektör yardımcıları, Karaman Valisi ve diğer mülki amirler katılım gösterdi. Konferansın açılış konuşmasını yapan Bilim, Sanayi ve Teknoloji İl Müdürü Ali Osman KAŞIKCI, markanın önemine değinerek böyle bir organizasyonun gerekliliğine dikkat çekti. Açılış konuşmasının ardından BayKamber unvanıyla markalaşan, kültürümüzün yabancı dillerin baskısı altında kalmasına tepki olarak Türkçe İsim Enstitüsü Derneğini kuran ve Türkçe isimlerin markalaşmasını teşvik eden Mevlüt Kanber, dinleyenlere hitap etti. Türkçenin başkenti ve Anadolu'nun kadim şehri olan Marka Karaman'da bulunmaktan memnun olduğunu ifade ederek konuşmasına başlayan Mevlüt Kanber, konferansta 'markanın tanımı, patent ve tasarım tescili, global marka ismi oluşturmanın kriterleri ve Türkçe isimlerle markalaşma' konularına değindi. Markalaşmayı bir iletişim kültürü olarak açıklayan Kanber, "Markalaşmaya çatıdan değil, temelden doğru stratejilerle evrensel marka ismi oluşturarak başlayın." tavsiyesinde bulundu. Markalaştırdıkları firmalardan örnekler sunan Kanber, evrensel marka isimleriyle Karaman'ı da markalaşmaya davet ederek sözlerini tamamladı. Program, plaket ve teşekkür belgesi takdimiyle sona erdi. Programa ek olarak bir de TÜMSİAD Karaman Şubesinde markalaşma konulu bir sunum yapılarak Karaman TÜMSİAD üyelerine de markalaşma ile ilgili bir seminer verildi. Aynı zaman da kendisi de bir TÜMSİAD üyesi olan Kanber, TÜMSİAD üyeleri ile böyle bir toplantıda bir arada olmaktan memnuniyet duyduğunu ifade etti. TÜMSİAD'da da verilen seminer ile "Türkçe'nin Başkenti Karaman'da Evrensel Markalaşma" adlı program bir dizi kamu ve sivil toplum kuruluşu ziyareti ile sona erdi. Değerli üyelerimiz, değerli iş adamlarımız siz de markalaşmak istiyorsanız www.isimder.org.tr ve www.markalize.com u ziyaret edebilirsiniz.

KARAMAN VALİLİĞİ

İsim Enstitüsü Derneği Başkanı Kamber'den Vali Tapsız'a Ziyaret

Vali Süleyman Tapsız, "Türkçe'nin Başkentinde Evrensel Markalaşma" konulu konferans vermek üzere ilimizde bulunan İsim Enstitüsü Derneği Başkanı Mevlüt Kamber'i makamında kabul etti.

Ziyaretten duyduğu memnuniyeti ifade ederek, derneğin yürüttüğü faaliyetler hakkında başkan Kamber'den bilgiler alan Vali Tapsız, ülkemizin dünya ülkeleri arasında yerini alabilmesi ve saygın bir konuma gelebilmesi için kendi marka değerimizi üretmemiz gerektiğini belirterek, sanayici ve işadamlarına yönelik düzenlenecek konferansın verimli geçmesi dileklerinde bulunarak derneğin çalışmalarında başkan Kamber'e başarılar diledi.

Bilim, Sanayi ve Teknoloji İl Müdürlüğünün ev sahipliğinde, Kamu - Üniversite - Sanayi ve İSİMDER tarafından organize edilen konferansa katılmak üzere, Karaman'da bulunduğunu söyleyen Mevlüt Kamber, markalaşmanın ve marka değerinin önemine değinerek, Türkçe'nin başkenti Karaman'da böyle bir konferansın yapılıyor olmasının çok anlamlı olduğunu söyledi.

Ziyaret, İsim Enstitüsü Derneği Başkanı Mevlüt Kamber'in Vali Tapsız'a "Her Zaman Her Yerde Türkçe Marka İsimleri" yazısının bulunduğu porselen tabak hediye etmesiyle sona erdi.

Resim Galerisi

KGR KARAMAN GAZETESİ GÜNCEL

GÜNCEL | POLİTİKA | EKONOMİ | SPOR | KÜLTÜR/SANAT | SAĞLIK | EĞİTİM | TEKNOLOJİ

İsim Enstitüsü Derneği Başkanı Kamber'den Vali Tapsız'a Ziyaret

Vali Süleyman Tapsız, "Türkçe'nin Başkentinde Evrensel Markalaşma" konulu konferans vermek üzere ilimizde bulunan İsim Enstitüsü Derneği Başkanı Mevlüt Kamber'i makamında kabul etti.

24.4.2017 17:43:02

Ziyaretten duyduğu memnuniyeti ifade ederek, derneğin yürüttüğü faaliyetler hakkında başkan Kamber'den bilgiler alan Vali Tapsız, ülkemizin dünya ülkeleri arasında yerini alabilmesi ve saygın bir konuma gelebilmesi için kendi marka değerimizi üretmemiz gerektiğini belirterek, sanayici ve işadamlarına yönelik düzenlenecek konferansın verimli geçmesi dileklerinde bulunarak derneğin çalışmalarında başkan Kamber'e başarılar diledi.
Bilim, Sanayi ve Teknoloji İl Müdürlüğünün ev sahipliğinde, Kamu - Üniversite - Sanayi ve İSİMDER tarafından organize edilen konferansa katılmak üzere, Karaman'da bulunduğunu söyleyen Mevlüt Kamber, markalaşmanın ve marka değerinin önemine değinerek, Türkçe'nin başkenti Karaman'da böyle bir konferansın yapılıyor olmasının çok anlamlı olduğunu söyledi.
Ziyaret, İsim Enstitüsü Derneği Başkanı Mevlüt Kamber'in Vali Tapsız'a "Her Zaman Her Yerde Türkçe Marka İsimleri" yazısının bulunduğu porselen tabak hediye etmesiyle sona erdi.

Türkçenin Başkentinde Evrensel Markalaşma Konferansı

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesinde (KMÜ) 'Türkçenin Başkenti Karaman'da Evrensel Markalaşma' konulu konferans düzenlendi.

'Her Zaman Her Yerde Türkçe'

Konuşmasının devamında Türkçe İsim Enstitüsü Derneğinin faaliyetlerinden bahseden Kanber, "Eski Türk devletlerinde kullanılan öz Türkçe kelimeleri açığa çıkararak bunların marka ya da kişi ismi olarak kullanılması yönünde çalışmalar yapmak, Türkçenin doğru ve yaygın olarak kullanılmasını sağlamak, Türkçede yer alan yabancı kökenli isimlerin hakimiyetini yok ederek markaların Türkçe isimlerle varlığını sürdürmek yönünde çalışmalar yapmaktayız. 'Her Zaman Her Yerde Türkçe' sloganımızla faaliyetlerimizi gerçekleştiriyoruz." şeklinde konuştu.

Markalaştırdıkları firmalardan örnekler sunan Kanber, evrensel marka isimleriyle Karaman'ı da markalaşmaya davet ederek sözlerini tamamladı. Program, plaket ve teşekkür belgesi takdimiyle sona erdi.

CEYLAN İNŞAAT YÖNETİM KURULU BAŞKANI MUAMMER CEYLAN'DAN YABANCI İSİM TEPKİSİ!...

08:06:2017 11:48

Türkçe İsimlere Duyarlılığından Dolayı Ceylan İnşaat Yönetim Kurulu Başkanı Muammer CEYLAN Bey'i Tebrik Ettik.

TELAFFUZUNDA ZORLANDIĞIM İSMİ PROJEME VERMEM

Türkiye'nin önde gelen inşaat sektörlerinin buluştuğu Marka Şehirler Zirvesi'nde konuşan hemşehrimiz Muammer Ceylan, yabancı isim hayranlığına karşı büyük tepki gösterdi.

Bu yıl ikincisi düzenlenen "Marka Şehirler Zirvesi'nin ana sponsorlarından olan Ceylan İnşaat Yönetim Kurulu Başkanı hemşehrimiz Muammer Ceylan zirveye damgasını vurdu. 16 Nisan referandumundan sonra inşaat sektöründeki gelişmelere değinen Ceylan; "15 Temmuz darbe girişimi sonrası milletimizin gösterdiği kahramanlık dünyada az görülen bir olaydır. Bu millet tüm zorluklarına rağmen geleceğine ve istiklaline sahip çıkmıştır. Tüm bu saldırılara rağmen ve düşmanlarına karşı kahramanca ülkesini savunmuştur. Marka şehir aranıyorsa Türkiye'nin 81 vilayeti ve bir çok tarihi ilçesi marka değeri taşımaktadır. Bu ülkenin değerini bilmek gerekir." dedi

Bu arada ilk defa bir inşaat projesi Altın Palmiye Ödülü aldı. Ceylan İnşaat tarafından yapılan "Zer Proje" Altın Palmiye ödülüne layık görüldü.

35 yıldır inşaat sektöründe yaptığı projelerle takdir toplayan ve her geçen gün istikrarlı bir şekilde büyüyen Ceylan İnşaat, son olarak sadece İstanbul'da 10'dan fazla büyük ölçekli projeler hazırladı. Kentsel dönüşüm alanında yaptığı hamlelerle Türkiye'nin en çok konuşulan ve her kesimden ilgi gören bir kuruluş haline geldi.

İLK DEFA BİR İNŞAAT PROJESİ ALTIN PALMİYE ÖDÜLÜ ALDI:

Bu yıl 4.sü düzenlenen Altın Palmiye Ödülleri sahiplerini bulurken, ilk defa bir inşaat projesine ödül verildi.

Ödüle layık görülen proje ise Ceylan İnşaat tarafından inşaatına başlanan Zer Göztepe. Zer altın demek. İsmine layık bu projeye Altın Palmiye ödülü verilmesi hemşehrileri olarak bizleri gururlandırdı. Ödül töreninde ödülünü Süheyl ve Behzat Uygur kardeşlerin elinden alan Muammer Ceylan, aldığı ödülü 15 Temmuz'da ihanet girişimine karşı ülkesini canı pahasına savunan şehit ve gaziler adına aldığını beyan etti.

1 MİLYARLIK YATIRIM:

Başarılı iş adamı hemşehrimiz Muammer Ceylan, sadece İstanbul sınırları içinde yaklaşık iki yıl içinde tamamlanması planlanan 15 ayrı proje ile 1 milyarlık yatırım yapmış olacak.

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'a yakınlığı ile bilinen Ceylan, her zaman Cumhurbaşkanımıza açık desteğini çekinmeden ifade eden bir değerimiz. Referandum öncesi gerek televizyon gerekse yazılı medya aracılığı ile desteğini açıkça ilan etti. Uzay TV'de Özgür Özkaya'nın hazırlayıp sunduğu Parantez İçi programına konuk oldu. Ülke ekonomisi, siyaset ve sektörle alakalı konuşan Muammer Ceylan, Türkiye'nin siyasi gündemi, referandum süreci ve sonrası, sektörün gelişimi ve geleceği ile ilgili bilgiler verdi.

Cumhurbaşkanı R. Tayyip Erdoğan'ın yurtdışı gezilerine de katılan hemşehrimiz son olarak Hindistan'ı ziyaretine katıldı.

Şebinkarahisarlı hemşehrimizi ülkün başarılarından dolayı kutluyor, yolunun, bahtının açık olmasını diliyoruz.

Şebinkarahisar Haber / İstanbul

Türkiye'nin önde gelen inşaat sektörlerinin buluştuğu Marka Şehirler Zirvesi'nde konuşan Ceylan İnşaat Yönetim Kurulu Başkanı Muammer Ceylan, yabancı isim hayranlığına büyük tepki gösterdi. Konuşmasında "Telaffuzunda zorlandığım ismi projeme vermem" dedi. Bu yıl 2.si düzenlenen "Marka Şehirler Zirvesi"nin ana sponsorlarından olan Ceylan İnşaat'ın Yönetim Kurulu Başkanı Muammer Ceylan zirveye damgasını vurdu. 16 Nisan referandumundan sonra inşaat sektöründeki gelişmelere değinen Ceylan; "15 Temmuz darbe girişimi sonrası milletimizin gösterdiği kahramanlık dünyada az görülen bir olaydır. Bu millet tüm zorluklarına rağmen geleceğine ve istiklaline sahip çıkmıştır. Tüm bu saldırılara rağmen ve düşmanlarına karşı kahramanca ülkesini savunmuştur. Marka şehir aranıyorsa Türkiye'nin 81 vilayeti ve birçok tarihi ilçesi marka değeri taşımaktadır. Bu ülkenin değerini bilmek gerekir." dedi. 35 yıldır inşaat sektöründe yaptığı projelerle takdir toplayan ve her geçen gün istikrarlı bir şekilde büyüyen Ceylan İnşaat, son olarak sadece İstanbul'da 10'dan fazla büyük ölçekli projeler hazırladı. Kentsel dönüşüm alanında yaptığı hamlelerle Türkiye'nin en çok konuşulan ve her kesimden ilgi gören bir kuruluş haline geldi. İLK DEFA BİR İNŞAAT PROJESİ ALTIN PALMİYE ÖDÜLÜ ALDI: Bu yıl 4.sü düzenlenen Altın Palmiye Ödülleri sahiplerini bulurken, ilk defa bir inşaat projesine ödül verildi. Ödüle layık görülen proje ise Ceylan İnşaat tarafından inşaatına başlanan Zer Göztepe. Zer altın demek. Ödül töreninde ödülünü Süheyl ve Behzat Uygur kardeşlerin elinden alan Muammer Ceylan, aldığı ödülü 15 Temmuz'da ihanet girişimine karşı ülkesini canı pahasına savunan şehit ve gaziler adına aldığını beyan etti. TÜRKÇE İSİM ENSTİTÜSÜNDEN TEŞEKKÜR PLAKETİ Muammer Ceylan'ın Türkçe marka isimlerle ilgili çıkışı, ilgili kuruluşların da takdirini kazandı. Muammer Ceylan'ın da yakından tanıdığı fahri üyesi olduğu Türkçe İsim Enstitüsü (İSİMDER) yönetimi de Türkçe marka isimlerle ilgili duyarlılığından dolayı kendisini tebrik etti. Türkçe İsim Enstitüsü Başkanı Marka İsim Uzmanı Mevlüt Kanber (Baykamber) bu duyarlılığının kendilerini gururlandırdığını belirterek ülkemizdeki bütün firmaların, kurum ve kuruluşların da aynı hassasiyeti göstermesini temenni etti. Günün anlamına binaen Türkçe İsim Enstitüsü Başkanı Mevlüt Kanber, Muammer Ceylan'a plaket takdim ederek bizzat teşekkür etti.

Paylaş Share 24 Share 21 Tweet 3 Share 0 Pin 0 Email 0

5. CNR İSTANBUL ULUSLARARASI KİTAP FUARINDA BAYKAMBER RÜZGÂRI

Bu yıl 5.si düzenlenen CNR İstanbul Uluslararası Kitap Fuarı 10-18 Mart 2018 tarihlerinde icra edildi. Fuarın açılışını Kültür ve Turizm Bakanı Sayın Prof. Dr. Numan KURTULMUŞ yaptı. Fuara ilgi yoğun oldu.

Fuarın dikkat çeken bir konuğu da Türkçe İsim Enstitüsü (İSİMDER) Başkanı Sayın Mevlüt KANBER (BAYKAMBER) oldu. İSİMDER Başkanı KANBER, Sayın KURTULMUŞ'a dernek ile ilgili bazı bilgiler verdi. Derneğin kuruluş amacı, faaliyetleri, hedefleri hakkında kısa bir sunum yaptı. Ardından bir de dernek tanıtım föyünü kendilerine takdim etti.

Kültür ve Turizm Bakanı Sayın Numan KURTULMUŞ da böyle bir kuruluşun olmasının ülkemiz ve kültürümüz açısından memnuniyet verici olduğunu ifade etti.

Aynı zamanda marka isim uzmanı olan BAYKAMBER (Mevlüt KANBER)'e Türkçe markalaşma faaliyetlerinden dolayı teşekkürlerini sundu. "BAYKAMBER, alanında uzman, gerçek bir marka profesyonelidir" dedi. Türkçe kültürü ve Türkçe markalaşma faaliyetlerinden dolayı tebrik ederek bu konudaki projelerine de destek verebileceğini sözlerine ekledi. Samimi bir sohbet havasında geçen görüşmenin sonunda da başarı dileklerinde bulundu.

www.isimder.org.tr

"Kültürünüzü diğer ülkelere kabul ettiren markanızın gücüdür"

MEVLÜT KANBER

Adını birçok platformda duyduğumuz markalaşma konusunda yeni bir çalışma platformu sunan Sayın Mevlüt Kanber konuğumuz. Evrensel marka isim uzmanı Mevlüt Kanber ile markalaşma üzerine kısa bir söyleşi gerçekleştirdik.

Röportaj : Çiğdem ÖZCAN

Siyasetin içinde bir marka danışmanı olarak gündemi ve 15 Temmuz ile beraber değişen süreci bizim için değerlendirebilir misiniz? Bu süreçte Türkiye'nin ve gelişen olayların yeni yılda yansıması ne olacaktır?

Türkiye, gerek Osmanlı döneminde olsun gerek Cumhuriyet döneminde olsun batılı devletler tarafından hep istenmeyen, zayıf duruma düşürülmeye çalışılan devlet olmuştur. Bu yüzden Osmanlı'nın son dönemlerinde ve Cumhuriyet tarihi boyunca Türkiye darbelerle, muhtıralarla terbiye edilmeye çalışılmıştır. Cumhuriyet tarihindeki darbelerin, muhtıraların arkasında batılı güçlerin Türkiye'yi baskı altına almak istemesi, dizginlemek istemesi yatmaktadır. 10'ar yıllık düzenli periyodlarla darbe yapmaya alışan batılı güçler yaklaşık 20 yıldır darbe yapamamanın ve darbe hazırlıklarının agresifliğiyle şanslarını 15 Temmuz 2016 tarihinde denemişlerdir. Fiyasko ile sonuçlanan darbe girişimi Türkiye'nin üstündeki ölü toprağını atmasını sağlamış. Osmanlı'dan günümüze ilk defa bir darbe püskürtülmüş, tarihi bir dönüm noktası olmuştur. 15 Temmuz şehitlerimizin, gazilerimizin ve direnç gösteren bütün vatandaşlarımızın kahramanlığı ile Türkiye'miz tarih boyunca darbelerin gölgesindeki makus talihini yenmiş, bir Türkiye'ye ilmek olmuş, Türkiye'yi yeniden görünmez kılınmaya çalışılan ve yine dünyaya Kurtuluş Savaşı'yla ilan ettiğimiz bağımsızlık ruhunu ortaya çıkarmıştır.

Dolayısıyla başarısız olan darbe girişimi, dış güçleri Türkiye'ye yaptırım konusunda iyice fırlatmıştır. Askeri darbe ile yapamadıklarını dış baskı unsurları ile yapmaya başlamışlardır. İçerde ve dışarda artan terör olayları, suikastlar, patlamalar, saldırılar, kundaklamalar, provokasyonlar, ekonomideki hareketli kur baskıları ve savaşmayacağımız nice baskı aracıyla Türkiye'yi kontrol etmeye çalışmaktalar ve devam edeceklerdir. Türkiye'nin her yönüyle jeopolitik ve jeo-stratejik öneme sahip olmasından dolayı saldırılara maruz kalması kaçınılmazdır. Bu saldırılara ve baskılara karşı hükümetimizin güvenlik önlemlerini artırıcı tedbirler alması, olağanüstü hali uzatması normaldir. Bizler de vatandaş olarak üstümüze düşeni yapmalıyız. Güvenlik güçlerimizin maddi ve manevi anlamda destek vermeli ve uygulamalardan yanlarında olmalıyız. Hibrit savaş denilen bu savaş türünde ülkemize her türlü tuzaklar kurulmaktadır. Özellikle, toplumun farklı kesimlerini birbirine karşı kışkırtma, kaos ortamı oluşturma çabasınız gözümüz, sokaklarımız sağduyulu olmalıyız.

Bizim toplumumuzu, ülkemizi ve onu dünyada marka yapan unsurlar cadeleci olması, cesur olması yıkılmaması ve kararlı olmasıdır. Nitekim bu ruh da 15 Temmuz'da yine kendisini göstermiş, dünyaya gerekeni örnek vermiştir. Bundan sonra dış güçler, bu böylesi girişimlere karşı caydırıcı bir direniş olmuştur. Milletimizin bu kendinden emin ve cesur tutumu, dünya arenasında ve tarih sahnesinde bizi oldukça markalaştırmış, farkımızı ortaya koymuştur.

> **Bir firmanın ihracat rakamları ne kadar yüksek olursa olsun maldan ziyade marka satmadıkça global bir marka olmak gibi bir kazanç söz konusu olmayacaktır.**

Marka danışmanısınız. Ticari ürünlerden kişisel markalaşmaya kadar pek çok farklı branş ve sektörde çalışıyorsunuz. Ticari ürünlerde markalaşma süreci nedir? Kişilerin ya da kentlerin markalaşma sürecinde farklılıklar nelerdir?

Maalesef, ülkemizde markalaşma tam olarak anlaşılmıyor. Bir markayı oluştururken markalaşma kriterleri göz önünde bulundurulmuyor. Sonradan ortaya çıkan hatalar düzeltilmesi zor oluyor veya imkânsız oluyor. İddialı bir marka öncelikle markalaşma kriterlerini sağlamakla yola çıkmalıdır. Marka isminin ulusal dilde ve uluslararası alanda ne çağrıştırdığı ne anlama geldiği çok önemlidir. Siyasi olgulara atıf yapıyor mu, ahlaki olarak eksi bir durumu var mı, müstehcen bir anlama geliyor mu, alay konusu olur mu, benzer veya aynı marka var mı bu ve buna benzer sorulara müspet cevap verebilecek markalar ancak bir yere gelebilir. Kriterleri sağlayan markalar, gerekli reklam tanıtım ve konumlandırma çalışmaları ile zamanla markalaşma yolunda ilerler.

Kişilerin markalaşma sürecinde bizzat kendi çabası gerekir. Kişinin kendisine yaptığı yatırım yani kendi birikimi kişiyi bir yerlere getirir. Kişi kendi gayreti ve oluşturduğu imajla markalaşır. Kentlerin markalaşma sürecinde ise bir toplumsal hareket ve yönetimsel sorumluluk söz konusudur. Bir kentte her bireyin kendi üzerine düşen görevi, sorumluluğu vardır. Şehrin imajını bireyler oluşturür. Toplamda bireylerin etkisiyle kent imajı ve markası ortaya çıkar. Bu yüzden kişilerin eğitimi, kültürü, davranış biçimleri, tutumları kentin markalaşma sürecine etki eder. Bunun dışında belediye başkanı, vali, kaymakam, müdür vs. yöneticiler de yönetim erkini ellerinde bulundurdukları için kentin markalaşma sürecinde sorumlu ve etkindirler. Bu sorumluluğun bilinciyle hareket ettiklerinde kentin markalaşma sürecine katkıda bulunabileceklerdir.

Kişisel markalaşmada özellikle siyasilerimize ilk adım olarak neler önerirsiniz?

Siyasilerimiz genellikle seçilmiş kişiler olarak bir yere geldikleri için toplumu temsilen bir makamda bulunmaktadırlar. Bu yüzden onların tutum ve davranışları hem iktidarı elde etmelerini hem de elde ettikleri iktidarı korumalarını etkilemektedir. Kişisel anlamda markalaşmak için siyasiler olumsuz algılanmada durumları sıfıra indirgemek, olumlu yönlerini daha çok ön plana çıkararak olumlu bir intiba elde etmelidirler. Sosyal sorumluluk çalışmalarına ağırlık vermelidirler. Toplumsal faydayı ön planda tutan çalışmalar yapmalıdırlar. Yani faydalı bir çalışmanın mümkün olduğunca toplumun tümüne etki etmesini sağlamalılar. İyi şeylerin geniş bir tabana yayılması için çaba sarf etmeliler. Vaatler yerine getirilmeli, tutarlı demeçler vermeli, dengeli ve sürekli atılımlar gerçekleştirilmelidir. Devamlı surette de olumlu yönleriyle propaganda yaparak zamanla markalaşma yolunda ilerleyebilirler.

Türkiye'de faaliyet gösteren ve ürünleri gerçekten kaliteli olduğu halde markalaşamayan firmalar hangi yanlıştan yüzünden belli bir ölçekte kalıyor?

Marka tescil ettirmek ile markalaşmak farklı olmuştur. Türkiye'de çok fazla markalar tescil ettirilmiş olmuştur. Sadece tescil ettirmek mümkün olmuyor. Sadece tescil ettirmek, kaliteli ürünler yapmak yetmiyor. Ayrıca kaliteli reklam, tanıtım ve devamlı yapmak gerekiyor. Türkiye'de firmaları kurmuş ayrılmasında ilk önce müşteri ve hizmeti bir şey önce bulmuş olmuştur. Müşteri yönlü olmuşlardır. Markalaşmayı ve tanıtımı yapılan yatırımlarda ön plana çıkarmamıştır. Bu da firmaların müşterilerinin gözünde yerinde sayıyorlar ve kaybediyorlar olmak kalmamıştır. Maalesef oluyor. Aynı zamanda ya yapılan yatırımın karşılığında ne kadar geri dönüş yapılıp yapılmadığı gerekiyor. Ne tekim büyük markalar uzun yıllar markalaşmaya yatırım yaparak belirli bir seviyeye geliyorlar. Kısaca markalaşmak bir ne bedel ödemek ve zaman harcamak gerekiyor. Ülkemizde de markalaşmanın bedelinden kaçınmak bir kaynaklanmaktadır. Bu da ülkemizin markalaşma sürecini kısaltmaktadır.

> **Marka ile birlikte o ülkenin kültürü de diğer ülkelere taşınmaktadır. Marka ile bir yaşam tarzı da diğer ülkelere ihraç olmaktadır**

Markalaşma algısı size ülkemizde doğru yönetiliyor mu?

İstisnaları saymazsak pek de iyi yönetildiğini söyleyemeyiz. Çünkü dünyanın büyük ekonomilerinde devletlerini hartlatacak büyük markaları bulunmaktadır. Fakat ülkemiz için bunu söyleyemeyiz. Buna ek olarak markalaşmanın öneminin ülkemizde tam anlamıyla bilindiğini söyleyemeyiz. Önce de dediğimiz gibi markalaşmaya yapılan yatırım detay olarak algılanmaktadır. Profesyonel ve kurumsal bazı firmalar bunun bilinciyle hareket etmekteler, fakat bu da ülkemizin markalaşma süreci için yeterli değildir. Örneğin, ülkemizde ilk 500'e giren firmalar aynı zamanda dünya markası olma yolunda yatırımlar, atılımlar yapmakdırlar. Çıtayı yükseltmeliler, sınırları aşmalılar, global marka olma gayreti göstermelidirler. Fakat ülkemizde yurt dışına açılmak denilince sadece ihracat anlaşılıyor ve şirketin değeri ihracat oranları ve yaptığı ciro ile ölçülüyor. Şu bilinmelidir ki bir firmanın ihracat rakamları ne kadar yüksek olursa olsun maldan ziyade marka satmadıkça global bir marka olmak gibi bir kazanç söz konusu olmayacaktır.

Dünyaca ünlü giyim markalarına esas malzemeyi Türkiye temin etmektedir. Fakat Avrupa ülkelerinde markalaşma bilinci yüksek olduğu için Türkiye maalesef bu ülkelere fason mal satarak tabiri caizse işin kaymak kısmını eliyle hediye etmektedir. Örneğin; 10 TL'ye mal olan bir t'şört ünlü bir marka ile damgalanınca 100 TL oluyor. Bu durumda marka sahibi esas mal sahibinin üzerinden %90 kâr ediyor. Türkiye'de iş dünyası olarak mal ve hizmetlere %90 değer kazandıran o sihirli damgaya bedel ödemekten kaçınıyoruz. İşte biz markalaşamamanın faturasını kendimiz çalışıp başkalarına kazandırarak ödüyoruz.

Bazı markalar ülkelerin önüne geçmiş ve globalleşerek başka ülkelere ve topluluklara mal olmuştur. Hatta marka ile birlikte o ülkenin kültürü de diğer ülkelere taşınmaktadır. Yani bir marka ile bir yaşam tarzı da diğer ülkelere ihraç olmaktadır. İşte kültürü diğer ülkelere kabul ettiren o markaların gücüdür. Bunu da göz ardı etmemek gerekir.

Röportaj : Çiğdem ÖZCAN

Adaylığınız döneminde Meclisi markalaştıracağım demiştiniz. Bu konuda çalışmalarınız sürüyor mu?

Aktif olarak siyasette yer almamakla beraber siyasilerimizle görüşmelerimiz devam ediyor. Ülkemizde ve siyasette markalaşma anlamında neler yapabiliriz veya neler yapmalıyız gibi soruları görüşüyoruz. Önerilerde bulunuyoruz, istişareler yapıyoruz. Bazen İstanbul'da bazen de Ankara'da görüşmeler yapıyoruz. Fahri olarak danışmanlık hizmetine devam ediyoruz.

Ülkemizde yabancı dilde markalaşma nasıl algılanıyor?

Maalesef taklitçilik veya doğrudan İngilizce isim kullanmak olarak algılanıyor. Ya da sadece kendimizin telaffuz edeceği şekilde bir Türkçe ile evrensel markalaşmayı hedefliyoruz. Dolayısıyla olumlu bir sonuç elde edemiyoruz. Kısa, her dilde kolay telaffuz edilebilen, argo çağrıştırmayan, değerlere ters düşmeyen, siyasi çağrışımı olmayan pratik Türkçe kelimeler kullanılabilir. Fakat ülkemizde aristokrat duygularla oluşturulan markalar uluslararası alanda sağ kalmakta ve ilerleyememektedir.

Diğer taraftan tamamen yabancı isimler, özellikle İngilizce isimleri marka ismi olarak tercih ediyoruz. Sonuç olarak yine büyük bir hataya düşüyoruz. Markalaşmada global açılım yapacağız derken kendi ülkemizde yabancı, asimile bir marka olarak kalıyoruz. Evrensel marka olmaya çalışırken yabancı isimleri ve kültürleri absorbe etmekle kalıyoruz. Evrensel marka oluşturma çabasıyla sömürge ülkesi imajı oluşturuyoruz. Negatif sonuç elde ediyoruz. Global marka olmak sadece yabancı bir isim kullanma olarak algılanmamalıdır. Yabancı dilde marka evrensel dile hitap edebilmeli ve bunu geliştirmek için global anlamda markalaşma çalışmalarına ağırlık verilmelidir. Evrensel markalaşma diline ve kültürüne yatkın olmalı, bütün toplumlar için tanıdık olmalıdır. Ancak bu şekilde yabancı dilde markalaşmak mümkün olacaktır.

YARIŞMADA 1.LİK ÖDÜLÜ ALDIĞIMIZ “TADİKİ” MARKAMIZ ve POSTA PULU

SPOR | EĞİTİM | SİYASET | YAŞAM | KÜLTÜR-SANAT | ASAYİŞ | MEDYA | BÖLGE HABERLER

DÜNYA MARKASI SULTANDAĞI KİRAZI : TADİKİ

Sultandağı kirazını dünya çapında marka haline getirmek amacıyla yürütülen "Kiraz Markası İnşa Projesi" tamamlandı. Büyük bölümü ihraç edilen Sultandağı kirazı yurt dışına Tadiki markasıyla pazarlanacak.

Facebook | Twitter | Google+ | Linkedin | 12.07.2016 09:43 | Yazdır

DÜNYA MARKASI SULTANDAĞI KİRAZI : TADİKİ

SULTANDAĞI KİRAZINI DÜNYA ÇAPINDA MARKA HALİNE GETİRMEK AMACIYLA YÜRÜTÜLEN "Kiraz Markası İnşa Projesi" tamamlandı. Büyük bölümü ihraç edilen Sultandağı kirazı yurt dışına Tadiki markasıyla pazarlanacak

man ve Su İşleri Bakanı Prof. Dr. ysel Eroğlu, dün Ankara'da, CHP onkarahisar Milletvekili Ah- Toptaş, Afyonkarahisar Valisi n Balkanlıoğlu, Afyon Kocate- Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. tafa Solak ve Sultandağı Bele- Başkanı Osman Acar'ın da ha- ulduğu toplantıda Sultandağı n marka yarışmasının sonuç- açıkladı. Sultandağı kirazı- eni markasını dünyaya tanı-

kirazda önemli adımlar attığını da ifade etti ve şöyle dedi: "Marka olmadan değişme olmaz. Her konuda marka olmalıyız. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'na da buna öncü olur, biz de bunlardan ilham alarak suda markalaşmaya gidelim diyoruz." dedi.

Dünyaca ünlü Sultandağı kirazına aranan marka bulundu: Tadiki. Orman ve Su İşleri Bakanı Prof. Dr. Veysel Eroğlu, önceki gün, Ankara'da Afyonkarahisar Sultan-

dağı kirazını dünya çapında marka haline getirmek maksadıyla yürütülen "Kiraz Markası İnşa Projesi" kapsamında Sultandağı kirazını tanıttı. AKÜ Sultandağı MYO, Sultandağı Kaymakamlığı, Belediye ve İlçe Tarım Müdürlüğü tarafından açılan yarışmayla belirlenen Tadiki, "Tad" ve "İki" kelimelerinin birleştirilmesinden oluşuyor.

TADİKİ MARKASINI BAKAN EROĞLU AÇIKLADI

Sultandağı İlçe Tarım Müdürü Halil İbrahim Önder, 285 kişinin katıldığı yarışmada By Kanber rumuzlu kişinin Tadiki markasıyla birinci geldiğini ve markayı 60 yakında lisanda [illegible] denediklerini açıkladı. Önder, özellikle Sultandağı'ndan kiraz

ihraç edilen ülkelerin lisanlarında değerlendirme yapıldığını da bildirdi.

Tadiki markasını kamuoyuna tanıtan Orman ve Su İşleri Bakanı Prof. Dr. Veysel Eroğlu, Afyonkarahisar'ın Sultandağı ilçesinin, kiraz konusunda çok önemli bir adım attığını belirtti. Prof. Dr. Eroğlu, "0900 Ziraat" adıyla Türk ziraat mühendislerince geliştirilen kiraz türünün burada yetiştirildiğini, bugün Türkiye'nin ihraç ettiği kirazın yüzde 30'unun Sultandağı'nda üretildiğini anlattı.

"TÜRKİYE HER ALANDA MARKA YARATMALI"

Markalaşma olmadığı için Afyonkarahisar'lı üreticilerin yetince kazanç sağlayamadıklarına dikkati çeken Orman ve Su İşleri Bakanı Prof. Dr. Veysel Eroğlu, Sultandağı kirazının marka olması için atılan adımın önemine işaret etti.

Gıda, tekstil ve sanayi başta olmak üzere her alanda markalar yaratılması gerektiğini vurgulayan Prof. Dr. Veysel Eroğlu, "En iyi çıkan sular bizde. Ama bakıyoruz, marka ismi vermeyeceğim bir Fransız markası, 5 dolara, 10 dolara su satıyor. Hâlbuki bakıyorsunuz, içiyorsunuz ama tadı tuzu yok. 'Ah nerede bizim Afyonkarahisar Kızıl maden suyu' diyorum, 'Ah ner bizim membaa sularımız' diye yıflanıyorum" şeklinde konuş

"KİRAZ SİNDİRİM SİSTEMİ GÜÇLENDİRİR"

Sulama alanında yaptıkla nilikleri anlatan Prof. Dr. Bilgisayar Sistemli Damla Sistemi ve Teknolo Projesi'ni başlattıklarını Sultandağı'nın kirazda li adımlar attığını da Orman ve Su İşleri Ba Dr. Veysel Eroğlu, "M dan değişme olmaz. marka olmalıyız. Gı Hayvancılık Bakanlı öncü olur, biz de bu alarak suda marka lim diyoruz" dedi.

Kirazın çok faydal duğunu ifade ede lu "Kiraz lifli oldu sistemini güçle meyveler antiok sağlar ve kiraz tirir" dedi.

Konuşmanın Markası İnşa çenlere plaket İşleri Bakanı lu, toplantı ç rına kiraz ik

ANKETİMİZE KATILIN

İTİRAZIM VAR BU MARKA İSME!

TÜRKÇE İSİM ENSTİTÜSÜ ® BAŞKANLIĞI

A'lâ Suresi (87. Sure)

سَبِّحِ ٱسْمَ رَبِّكَ ٱلْأَعْلَى ﴿١﴾ ٱلَّذِى خَلَقَ فَسَوَّىٰ ﴿٢﴾ وَٱلَّذِى قَدَّرَ فَهَدَىٰ
﴿٣﴾ وَٱلَّذِىٓ أَخْرَجَ ٱلْمَرْعَىٰ ﴿٤﴾ فَجَعَلَهُۥ غُثَآءً أَحْوَىٰ ﴿٥﴾ سَنُقْرِئُكَ

Allah'ın Kuran-ı Kerim'de yasakladığı bir harama
ALLAH'IN YÜCE İSMİ ve
Kuran-ı Kerim'de bir sure ismi olan "Âlâ"
olarak tescillenmesi ve markalaştırılmasına

İTİRAZ EDİYORUZ

Mevlüt KANBER
(Türkçe) İsim Enstitüsü Başkanı

www.BayKAMBER®.com Marka İsim Uzmanı www.isimder.gov.tr

İTİRAZIM VAR BU İSME !
KAMPANYASINA
DESTEK VERMEK İÇİN

03 HAZİRAN 2016 Cuma - Saat:14.30'da
Sultan Ahmet Meydanı'nda Toplanıyoruz

Her Zaman Her Yerde Güvenle Markalaşma

MARKA İSİM MERKEZİ BAŞKANLIĞI

BASINDA İSİMDER

Marka İsim Uzmanı
BayKAMBE®
Brand Name Expert

www.isimder.org.tr

Şirinevler Mah. Mahmutbey Cad. Meriç Sok.
Ünal İş Mrk. Kat:4 No:4 **Bahçelievler/İSTANBUL**

Feritpaşa Mah. Ahmet Hilmi Nalçacı Cad.
Bakkalar Sitesi No:48/A/2 **Selçuklu/KONYA**

Tescilli Hat: +90 850 270 02 30

Mevlüt Kanber
Evrensel Marka İsim ve Markalaşma Uzmanı,
Türkçe İsim Enstitüsü Derneği
Kurucusu ve Başkanı
baskan@isimder.org.tr

BayKAMBER'e Göre Markalaşmada ilk Adım Marka ismi

"Marka ismi ise kurum ve kuruluşların ürettikleri malları ve hizmetleri farklılaştırabilmek için anlamlandırılan, logo vb. şekillerle tasarlanarak çizilebilen ve yazılabilen, ses algısı ile ifade edilerek hatırlanabilen "ticari unvanlara" denir."

İsim, bir kuruluşun ya da markanın kökenini oluşturan en önemli değerdir. Çünkü bir kurum öncelikle ismiyle hafızalarda yer edinir.

Geçmişte yatırımcılarımızın isimlendirme ile ilgili politikaları yok denecek düzeyde azdı. Tıpkı insan isimlendirmesinde olduğu gibi marka isimlendirmesinde de geleneksel bir çizgi seyretmekteydi. İsimler; geleneksel, yerel, megolaman kaygılarla komplekslerle oluşturulmakta idi. Daha çok isimlerin, soyadların kısaltılmış veya birleştirilmiş halleri isimlendirmelerde tercih edilip; kullanılmaktaydı. Örneğin MBG Makina (Mehmet, Bülent, Galip), Çiftesuroğulları gibi isimlendirmeler yapılmaktaydı. Bunun dışında yabancı kökenli marka isimlendirmeler de yatırımcılarımız tarafından tercih edilmekteydi. Böylelikle daha çok dikkat çekeceklerini, hedef kitle algısında daha entelektüel bir marka olarak algılanacaklarını düşünerek böyle bir yanılgı içine düşmekteydiler.

Günümüzde bilinçsizce, plansız, programsız, resmi ve teknik araştırma yapmadan marka isimleri oluşturulmakta. Bu da bazı dillerde argo, istenmeyen bir siyasi olayı çağrıştırdığı gibi müstehcen anlamlara da gelmektedir. Bu ve buna benzer sorunlar marka için itibar kaybı olduğu gibi zaman, emek, para kaybı da olmaktadır. Ülkemizde Ordu- Giresun arasına yapılan hava limanına yetkililerin, ORGİ ismini vermeleri bu duruma verilecek örneklerdendir. ORGİ birçok dilde travesti anlamlarına gelmektedir. Bunun dışında bazı firmalar yabancı kökenli marka isimlerin taklidi veya birebir aynısını kullanarak iltibas ve iktibas yaratmakta olup; marka büyüyüp, geliştiğinde ise hukuki birçok yaptırımlarla karşılaşmaktadır. Bu da firmanın geleceği açısından sıkıntı oluşturmaktadır.

Türkiye'deki birçok marka, yanlış isimlendirilmeler ve konumlandırmalar sonucu değer ve itibar kaybederek durağanlaşarak zaman içerisinde ticari sahneden silinmektedir. Bu da ülkemizde yer alan markaların evrensel alanda kendilerini duyurmaları ve söz sahibi olmalarını engellemektedir. Ayrıca ülkemiz ekonomisinin büyümesine engel olmaktadır.

Bu ve buna benzer isimlendirmeler şirketin, ürünün, hizmetin faaliyet alanını tam olarak yansıtmamakta; firma ismi ile hedef kitle algısında yer edinememektedir. Bu da markalaşma yolunda bir engeldir. Buna benzer sorunların yaşanmasına engel olmak için ön araştırmaların itina ile yapılması gerekmektedir. Bir kuruluş için önem arz eden nokta, firmanın nerede kurulacağı ve hangi toplum kültürüne hitap edeceğidir. İsim, bir kurumun ya da kuruluşun geleceğini oluşturmaktadır. Bir marka, ismi ile doğuşunu gerçekleştirir; doğru marka ve markalaşma stratejileriyle gelişir ve büyür. Bir marka isminin ne kadar mühim olduğunu yukarıda bahsettik. Bu nedenle isim konusunda hassas olunmalı ve bilimsel bilgiler doğrultusunda hareket edilmelidir. Akrofonoloji ve benzeri bilim dallarından yararlanılmalıdır.

Akrofonoloji Nedir?

Akrofonoloji; harflerdeki seslerin karakterimize yansımalarını ve sesin titreşim niteliklerinin kişiliğimize etkilerini inceleyen bir bilim dalıdır. Akrofonoloji, astrolojinin bir başka dilidir. Her ismin kişiliğimizi yansıtan bir enerjisi vardır. Bu enerji, ismimizde yer alan harflerden oluşmaktadır. Her harfin kendine ait bir kişilik özelliği vardır ve bu özellikler insanların kişisel niteliklerine, ihtiyaçlarına ve eğilimlerine hitap etmektedir.

Akrofonoloji'nin Ortaya Çıkışı

İsim, ilk olarak Arı ve Maya medeniyetlerinde semboller halinde kullanılmaya başlamıştır. Tarihte yer alan toplumlar, insanları birbirinden ayırt etmek amacıyla isim kullanmışlar ve isme ayrı bir önem vermişlerdir. İspanya ve Portekiz bölgelerinde özellikle anneanne, babaanne ve büyükbaba isimleri çocuklara isim olarak verilmiştir. Böylelikle kimin kime ait olduğu ve kiminle akraba olduğu daha iyi anlaşılmıştır. Akrofonoloji; isimlerin enerjisi, isimlerin titreşimi, isim bilim ve isimlerin frekansının birleşiminden oluşmaktadır. Bu oluşum içerisinde her harf farklı anlamlar içermektedir. Yıldızlar ile alfabedeki harfler arasındaki ilişkiye bağlı olarak 29 harf anlamlandırılmıştır. Her harf farklı bir anlam içermektedir.

Akrofonoloji'ye Göre Harflerin Anlamları

A: Atılgan-enerjik, B: Önsezileri kuvvetli, C: Konuşma ve yazma yetenekleri olan, Ç: Zevk sefa düşkünü, D: Üstün güçlere sahip, E: Sıkıntılardan kurtulmak için mücadele eden, F: Uysal, güvenilir, G: İnatçı kişilik, Ğ: Bir şeyin sonuna kadar azimle, mücadele ederek gitme, H: Sakin ve durağan, I: Hassas, İ: Hassas ve Duygusal, J: Kaprisli ve kıskanç, K: Başarılı, unvan sahibi, L: Sanatsal yeteneğe sahip, M: Ticarete yatkınlık, N: Sağduyulu, O: Gizliliği sever, Ö: Gizemli, P: Kendinden emin, R: Tereddütlü, S: Hayalperest, Ş: Çok üretken ve güçlü, T: Duygularını zor açabilen, U: Bereket ve Bolluk, Ü: Engellerle mücadele eden, V: Kendi içine dönük, umursamaz, Y: Geçmişten iyi ders alan Z: Bilimsel açıdan, okumayı seven.

Türkiye'de marka isimleri oluşturulurken genellikle S-Ş,T, A,B harfleri tercih edil-

mektedir. İsimlendirme yapılırken harf analizlerinin yapılması gerekmektedir. Şirketler, markalar, kuruluşlar isimlerini oluştururken doğru bir strateji izlemezlerse, başarıyı yakalamaları zorlaşacaktır.

Marka İsmi Verilirken Yapılan Başlıca Hatalar ve Doğru Marka İsmi Oluşturmanın Faydaları

Marka ismi oluştururken, Türkiye ve dünya genelinde tescil araştırmasının yapılmaması; kurumları hukuki, ticari, maddi ve manevi yönden sıkıntıya sokmaktadır. Marka ismi verirken ismin dünya dillerindeki karşılığı, dilimizdeki manası kadar önemlidir. Yoksa markanın uluslararası alanda tutunması güçtür. Okunuşu, yazılışı, akılda kalıcılığı zor olan ve anlamsız marka isimlerinin seçilmesi markanızı evrensel platforma taşımada ve kurumunuzu geliştirmede bir engeldir. Bu doğrultuda evrensel marka isimleri kullanmanın faydası; evrensel marka ismini tercih eden hedef kitle tarafından daha çabuk hatırlanabilecek, hedef kitle ürün veya hizmetle ilgili daha çabuk bilgi sahibi olacaktır. Bu da marka isminin marka sahibine sağlayacağı en önemli faydalarından birini oluşturmaktadır. Ayrıca pazarlama ve satış faaliyetlerinde başarı sağlar. (daha çok hedef kitle, daha çok müşteri, daha çok üretim, daha çok kazanç) Tanıtım, reklam, halka ilişkiler faaliyetlerinde kısa zamanda, etkili, başarılı, kesin bir geri dönüşüm (feedback) sağlar.

Evrensel Marka İsim Oluşturma Kriterleri

• Melodik, akılda kalıcı, telaffuzu ve hatırlanabilirliği kolay bir isim olmalıdır.
• Evrensel ticari dillerdeki harflerin okunuşuna uyumlu olmalıdır.

• Marka ismi, ürünün işlevsel yönünü çağrıştırmalıdır. (Fonetik ve Semantik açıdan ürün ile iletişim kurulmalıdır.)

• Diğer dillerde argo, müstehcen, istenmeyen siyasi ve toplumsal bir olgu veya olayları çağrıştırmamalıdır. (Marka ismi, Filolojik ve terminolojik açıdan incelenmelidir.)

• Marka ismi, benzer veya farklı alanlarda melodik ve fonetik açıdan hem ulusal hem de evrensel markalarla benzeşmemelidir. Marka ismi olarak kullanılmış olmamalıdır.

• Evrensel kriterler de oluşturulan marka ismi; internet (sanal ortam) ve arama motorlarında erişilebilir, ulaşılabilir olmalıdır. Bütün alan adları, uzantıları tescile müsait ve e- ticaret sistemine uygun olmalıdır.

• TPE ve WİPO nezdinde üretim ve hizmet alanlarındaki emtialarında tescile müsait olmalıdır

Ülkemizde üretilen ürünlerin, malların ve hizmetlerin evrensel Türkçe marka isimleri ile tanınması hem Türkçemiz açısından, hem de Türkiye ekonomisinin gelişimi ve tutunması noktasında büyük fayda sağlayacaktır.

Bu doğrultuda Türkçe imla kurallarına, Türk kültürüne ve evrensel iletişim kriterlerine uyumlu, dünyanın bütün dillerinde aynı sesle yazılıp aynı sesle okunabilen, üretim ve hizmet alanını çağrıştıran, telaffuzu kolay, akılda kalıcı, anlamı olan veya anlam yüklenilebilen, filolojik ve semantik açıdan diğer dillerde olumsuz anlamlar içermeyen, e-ticaret sistemine uygun ve Türkiye' de (TPE) ve dünyadaki (WİPO) patent merkezleri tarafından bütün sınıflarda tescile müsait yeni Türkçe marka isimleri oluşturulmalıdır.

Bu doğrultuda evrensel Türkçe marka isimleri ile firmaların gelişmesi ve büyümesi, bunun yanında yozlaşmaya imkan vermemek adına dünyada ve Türkiye'de ilk olan Türkçe İsim Enstitüsü Derneği İSİMDER'i ben BayKAMBER ve ekibim kurduk. Derneğimiz, firmalara doğru Türkçe marka isimleri oluşturmaları noktasında yol göstermektedir.

Dernek olarak hedefimiz: Markalaşma ve isim oluşturma üzerine eğitim vermek; marka, tabela, ürün, hizmet vb. alanda evrensel iletişim kriterlerine ve Türkçe dil bilgisi kurallarına uyumlu yeni Türkçe isimleri oluşturmak ve bunu dünyaya duyurmaktır.

"TÜRKİYE'NİN İLK ADI TESCİLLİ EVRENSEL MARKA İSİM VE MARKALAŞMA UZMANI BAYKAMBER ATSO'DA"

Eklenme Tarihi : **27 Haziran 2014 Cuma 04:22**

Türkiye'nin ilk adı tescilli marka isim uzmanı BayKAMBER, ATSO'da evrensel marka isim ve markalaşma üzerine seminer verdi. BayKAMBER'in konuşmacılığını yaptığı seminere ilgi yoğundu. Konuşmasında markal

Türkiye'nin ilk adı tescilli marka isim uzmanı BayKAMBER, ATSO'da evrensel marka isim ve markalaşma üzerine seminer verdi. BayKAMBER'in konuşmacılığını yaptığı seminere ilgi yoğundu. Konuşmasında markalaşmanın ticaret açısından önemli olduğunu vurgulayan BayKAMBER, tıpkı insan isimlerinde olduğu gibi kurumsallaşma yolunda ilerleyen firmalar için isimlerin önemli olduğuna değinmiştir. Markalaşmanın ve kurumsallaşmanın dünya markası olma yolunda önemli olduğunu ifade eden BayKAMBER; geçmiş dönemlerde firmaların, şirketlerin markalaşma yolunda isimlendirme politikaları yok denecek düzeydeydi. Bu da markalaşma yolunda büyük bir engeldi. Şimdilerde ise marka isimlendirmesinin önemi anlaşılmaya başlanmış ve bu doğruluda çalışmalar yapılmaktadır. Bunun sebeplerinden bir tanesi bilinçli tüketicilerin artmasıdır. İnsanlar bilinçlendikçe markanın ve onu diğerlerinden ayıran özelliğin farkına varıyorlar. Bende marka uzmanı olarak Türkiye'de üretilen

Adaylara "Kazandıran Seçim Paketi"

07.06.2007 - 6:29:31

Ajans Alize sektördeki ilerleyişini ve başarısını anlatmak ve paylaşmak üzere Toplantı düzenledi. Toplantıda konuşan Ajans Alize Yönetim Kurulu Başkanı Mevlüt Kanber (Bykanber), tanıtım faaliyetlerinin gerekliliği, doğru stratejilerle markalaşma ve kurumsallaşma ile ilgili olarak açıklamalar yaptı.

Bera Hotel Alanya
Bayanlara Özel Havuzlar Alanya'da Ailenize Uygun Tatil
Tarhana

[redacted]

Kanber, Alize ajans olarak Tanıtım reklam sektöründe her kurumu markalaştırmaya kurumsallaştırmaya çalıştıklarını ve marka olarak kazandırdıklarını sorgulamaya çalıştıklarını belirtti. Gündemde seçimler olduğunu ve bu nedenle Milletvekili adayları için "Kazandıran Seçim Paketi" hazırladıklarını ifade eden By Kanber, Kazandıran Seçim Paketi sayesinde adayların seçmenlere kendilerini en iyi şekilde tanıtacaklarını söyledi.By Kanber, Kazandıran Seçim Paketini ilk olarak Bağımsız aday Ali Gürbüz Dayıoğlugil'e uyguladıklarını ve onu hedef kitleye en iyi şekilde tanıttıklarını dile getirdi. Kanber ayrıca, geliştirdikleri marka stratejileri ile bugüne kadar oluşturmuş oldukları 40 ulusal markanın olduğunu da sözlerine ekledi.

Bu haber 14 defa okundu.

» Yorum eklemek için tıklayınız...

var mı? Bir ferman yayınlamıştı. Bu günden sonra diyanda, dergahta, bergahta, mecliste, meydanda Türkçe'den başka dil konuşulmaya diye" Hatırlayanınız var mı? Dükkânın store, bakkalın market, torbanın poşet, Mağazanın süper, hiper, groos market. Ucuzluğun, Damping olduğuna kananınız var mı? A.Turhan Selçuk

"HER ZAMAN, HER YERDE TÜRKÇE"

GÜLŞEMİN MISIRLI

BAY KAMBER (Mevlüt KANBER) kimdir?

Türkiye'nin ilk adı tescilli marka isim ve markalaşma uzmanı ve Türkçe (marka) İsim Enstitüsü (İSİMDER) Genel Başkanı-

1995 yılı başlarında arka isim ve marka-na üzerine çalışmala-ı başladım ve bugüne ğin aldığım eğitim ve ın verdiği bilgi birikimi nerkez İstanbul olmak re Konya'da ajansım rkalize İsim Fabrika-da evrensel marka isim ışlırma, kurumsallaş-na, tanıtım, reklam ve rkalaşma alanlarında net vermekteyim. Tür-'de ve yurt dışında sa-ısız birçok markanın ensel marka isim oluş-rma ve marka yöneti-ni yaptım. Markaların babalığını yapmamın nda markalara ve ku-mlara slogan, pazar-a iletişim danışmanlığı, rumsal kültür yönetimi, rka konumlandırması, rka koruma stratejileri marka tescil işlemleri birçok alanda marka-ma hizmetleri vermek-teyim.

Türkiye'nin ilk tescilli marka isim ve markalaşma uzmanı Genel Başkanı Mevlüt KANBER nam-ı diğer Bay KAMBER ile İSİMDER'in faaliyetlerini, Markalaşmayı ve Yozlaşan Türkçe'yi konuştuk...

İSİMDER nedir?

Türkçe (marka) İsim Enstitüsü Derneği (İSİMDER): Türkçe dili, kelimeleri ve isimlerinin kullanılmasına, yaygınlaşmasına; ayrıca çok kullanılan yabancı isimlerin de Türkçeleşmesine katkı sağlamak amacı ile 2013 yılında benim başkanlığımda ve gönüllülerle Konya'da kurulmuştur. Derneğimiz; Türkçe dil bilgisine uyumlu Türkçe kelimelerden yeni işlevsel isimler üretmek ve bu isimleri ticari, siyasi, kültürel isimler olarak her alanda işlevsel hale getirmek ve yaygınlaştırılmasını sağlamak amacı ile derneğimizi kurmaya karar verdik. Var olan Türkçe kelimeleri ticari ve kültürel alanda yaygınlaştırmaktır. Ayrıca iletişim aracı olarak Türkçe diline uyumlu sloganlar ve global isimler oluşturarak Türkçe kelimelerden oluşan kurum -kuruluş, ürün, marka isimlerinin tabelalar gibi benzeri reklam iletişim araçları, materyalleri ve faaliyetlerinde kullanılmasını ve yaygınlaşmasını sağlamak derneğimizin birincil görevidir.

Neden Türkçe (marka) İsim Enstitisü'nü kurmaya karar verdiniz? Enstitünüzün faaliyetlerinden ve projelerinden bahseder misiniz?

Dış mekânda gözümüzü gezdirdiğimizde en basiti tabelalarda, billboardlarda Türkçe isimlerden çok yabancı sözcüklerden oluşan isimleri, cümleleri görmekteyiz. Türkiye evladı olarak bu durum beni rahatsız etmeye başlamıştı. Size yaşadığım bir olaydan bahsedeyim. Marka üzerine çalışmak amacıyla bir dönem yurtdışında bulundum. Bulunduğum ülkede; caddelerde, alışveriş merkezlerinde, sokaklarda hiçbir yerde Türkçe isme, sözcüğe rastlamadım. Kıyaslama yaptım ve ortaya çıkan sonuçtan dolayı üzüldüm. Benim ülkemde yüzlerce yabancı sözcüğe, isme rahatlıkla rastlanır; ama orada Türkçe isme, sözcüğe rastlamak imkânsız. Oktay Sinanoğlu'nun "Bye Bye Türkçe" isimli kitabında yazdığı gibi ülkede Türkçe isme, sözcüğe rastlamak yalnızca rüyada mümkündü. Bunun dışında gerek Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip ERDOĞAN'ın gerek yetkililerin gerekse halkın tepkileri derneğin kurulma sürecini hızlandırdı. Derneğimiz, Türkçemizin ithal kelimeler ile yozlaşmasına izin vermemek adına faaliyetlerini gerçekleştirmektedir. Bunlardan ilki; Türkçe İsimler Tarihinin Rehberi Marka Geleceğimizin Sahibi"dir. Bunun dışında Türkiye'ye ait markaları, uluslar arası pazarda tanıtan belgelendirme işreti ve Bu İsme İtirazım Var projelerimizden yalnızca birkaçıdır.

Neden Konya'da kurulmak istendi?

Anadolu Selçuklu Devleti'ne başkentlik yapmış bir şehir olması ve Türkçenin korunması ve yaygınlaştırılması için büyük çalışmalar yürüten Karamanoğulları Beyliği'nin yaşadığı coğrafyaya yakın olması, birçok medeniyete ev sahipliği yapmış bir şehir olması, Başkentimiz Ankara'ya komşu olması ve eskiden Konyalı olmam hasebiyle Ens-

kimler var?

Derneğimiz, Markalize İsim Fabrikası ve ben BayKAMBER olarak "Her Zaman, Her Yerde Türkçe" misyonu ile faaliyetlerimizi gerçekleştirmekteyiz. Türkçe dilbilgisine, Türkiye kültürüne ve evrensel iletişim kriterlerine uygun yeni marka isimleri oluşturarak; uluslar arası pazarda Türkçe isimlerden, sözcüklerden oluşan Türkiye evrensel markalarını oluşturmak ve bu markaları desteklemek amacındayız. Türkçe marka isim bilincinin ve markalaşmanın öneminin yerleşmesini amaçlayarak faaliyetlerini sürdüren Enstitümüz, kuruluşların önünü açacak markalaşma sürecinde bir kılavuz görevi yapacaktır. Türkçeyi ön planda tutan bütün herkes, firmalar ve kamu kuruluşları bizim hedef kitlemizi oluşturmaktadır.

Derneğin şubelerini açmayı düşünüyor musunuz? Açacak olursanız hangi illere kurmayı düşünüyorsunuz?

Derneğimizin Ankara, İstanbul ve Bursa'da olmak üzere üç şubesi daha bulunmaktadır. İSİMDER Gönüllüleri yelpazemizi gün geçtikçe genişletmekte ve hıza büyümekteyiz. İleride de birçok şehrimizde ve özellikle doğu illerimizde şubeler açmayı hedeflemekteyiz.

Marka nedir?

İsim; canlı canısız bütün varlıkları bize bildirmek, anlamlandırarak hatırlamak için verilen kelimelerdir. İsim, insanın hayatını belirleyen, hatta hayatını yönlendirebilen çok önemli bir unsurdur. İsmin, hayatı olumlu ya da olumsuz etkileyebileceğine dair inanışlara, farklı kültürler ve sosyal yapılara sahip birçok toplum bulunmaktadır. Marka ismi kurum ve kuruluşların ürettikleri mal ve hizmetleri farklılaştırmak için anlamlandırılan, logo gibi şekillerle tasarlanarak çizilebilen ve yazılabilen, ses algısı ile ifade edilerek hatırlanabilen ticari unvanlara denir. Yani marka, aynı alanda ve aynı zamanda ilk önce akla gelmek demektir. Dünya çapında birçok ürün birçok firmanın isimleri ile piyasada yer almasına karşılık tüketicilerin aklındaki ilk isim, ilk marka olmak anlamına gelir. Bu doğrultuda marka olmak için akıllarda kalıcı olmak gerekir.

Markalaşma hakkında ne düşünüyorsunuz?

Markalaşma büyük bir kültür aslında. Toplumun birçok kesimi piyasaya sürülen ürünlerin telaffuzunun zor olması ve akıllarda kalıcı olmaması nedeniyle firmaların markalaşma anlamında yeterli ilerlemeyi

rinde aynı sesle okunup aynı sesle yazılabilen evrensel iletişim kriterlerine uygun isim bulmalı ve bu ismi markalaştıracak hamleleri doğru yapmalısınız. Markalaşma noktasına kullandığımız kelime, melodi Türkçe imla kurallarına uyarsa ve Türkiye kültürüne uyan bir değerde markalaşırsak hem dilimizin ve kültürümüzün gelişmesine katkıda bulunuruz hem de doğru bir şekilde markalaşarak Türkiye ekonomisine katkı sağlamış oluruz.

Türkçe isimlerle de bir yerlere gelmiş markalar var Bolulu Hasan Usta, Adil Işık vs. sizce bunlar bu başarıyı nasıl kat etti?

Bu firmaların markalarıyla değil kaliteleriyle bir başarı elde ettiklerini düşünmekteyim. Dünyada kaç kişi Bolulu Hasan Ustayı tanımaktadır ki? Hem doğru isimle markalaşma yoluna gidilmiş olsaydı şuan ki başarılarını daha da artırmış ve dünya genelinde çok daha kısa sürede tanınmış firmalar olabilirlerdi. Dominos bu konuda çok iyi bir örnek teşkil etmektedir.

Türkçe markalar neden evrenselleşemiyor?

Firmanızın büyüklüğü, niteliği, işlevi, ürettiği ürün ya da hizmet ne olursa olsun bir ticari varlığa-değere isim bulmak hiç kolay değildir ve kolay da olmamalıdır. Ticari değerlere isim verirken pek fazla üzerinde durmayız. Halbuki markalaşmak, sürekli büyümek ve yüzyıllara meydan okuyan bir değer yaratmak için isim seçerken çok iyi düşünmek ve karar vermek gerekir.

İsim markanın ve markalaşmanın önemli bir parçasıdır. Marka, teori ve iş dünyasında iki farklı anlam taşımaktadır; işaret ve değer olarak. İyi bir marka isminin özellikleri sıralarsak: öncelikle telaffuzu kolay, kulağa hoş gelmeli, kolay anlaşılır olmalı, yazılması kolay olmalıdır. Mümkünse sesli ve sessiz harflerin yan yana gelmesinden oluşmalıdır.

Dikkat edilmesi gereken bir husus ise marka adının uluslararası alanda uygulanabilir olmasıdır. Batı dillerinden farklı bir fonetik yapıya sahip olması sebebiyle Türkçe marka ve şirket ismi seçerken daha dikkatli olunmalıdır. Özellikle dünyaca tanınan bir marka olmak isteyen yerli şirketler markalarını isimlendirirken her durumda heceleneb-ilmesine, telaffuz edilmesine ve yazılabilmesine, kolay isimler olmasına özen göstermelidirler. İçinde ç,ö,ı,ş,ü,ğ harfleri çok fazla tercih etmemelidirler. Ayrıca Türkçede iyi bir anlamı olan bir kelimenin diğer dillerde de iyi bir an-

Markalaşmaya çatıdan değil temel-den doğru stratejilerle evrensel mark oluşturma ile başlanmalıdır. Es Türkçe kelimeler gün yüzüne çıkarılarak markalaşmayla günlük hayat uyarlanmalıdır. Markanın da bir mir olduğu unutulmamalı kuşaktan kuşa geçişlerde yok olmamasına güncelliği koruyabilmesine dikkat edilmelid Benzeşen kavramlar markalaşama Tutarlı-istikrarlı-kalıcı-farklı kavraml markalaşır. Türkiye'deki firmaların e renselleşebilmesi ve kalıcılığı yakalay bilmesi için samimi, yeniliklere aç olmalıdırlar ve alanında uzman, den yimli marka temsilcileriyle çalışmalıd lar.

Yabancı hayranlığı hakkınd ne düşünüyorsunuz? Türkçe'ni yozlaşması sadece marka y nünde mi seyretti?

Dilimizden uzaklaşma ve günl hayatımızda daha fazla yabancı dil ka lanılması hem aile hem de sosyal çe rede iletişim sıkıntıları yaratmakta Esnaf ile görüştüğümüzde yaban isimler daha cazip algılanıyor. Kar ed lebilirliğin daha fazla olacağını düşü mektedirler. Ancak bu duru toplumsal çözülmenin önünün açma tadır. Türkçemiz geleceğini riske at

tehlikeli süreçlerin hedefi haline gelmiştir. İthal kelimelerle Türkçemizin daha fazla bozulmasına imkan vermemeliyiz. Türkçemize; Türkiye'nin artan gücüne, büyüyen ekonomisine, artan dış ticaretine paralel, uluslar arası bir boyut kazandırılarak Türkçe hassasiyeti çerçevesinde çalışmalara yön vermeli ve Türkçe isim kullanımını yaygınlaştırmalıyız. Yabancı isim hayranlığımız hem dilimize hem kültürümüze sahip çıkmak adına son bulmalıdır. Enstitü olarak hayatımızdaki yabancılaşmaya dur demek için çeşitli çalışmalarımız var. İsim bulunması konusunda firmalara, esnafa yardımcı oluyoruz. Ticaret odalarında, üniversitelerde seminerler düzenliyoruz. Örneğin Konya, Afyon, Çankırı ticaret odalarında geçmiş dönemlerde seminerler gerçekleştirdik. Kendimize yabancılaşmamız dilimiz açısından sonu kaçınılmaz bir gerçek haline geliyor. Bu durumun önüne geçmek için çalışmalarımız hızla sürecektir.

Bugüne kadar aldığınız ödüllerinizden bahseder misiniz?

Bu ödüllerden birkaçını söylemek gerekirse Afyonkarahisar Valiliği, Afyonkarahisar İl Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü, Sultandağı Kaymakamlığı, Sultandağı Belediyesi ve Afyon Koçatepe Üniversitesi Sultandağı Meslek Yüksek Okulu'nun destekleriyle düzenlenen marka isim oluşturma yarışmasında "TADİKİ" marka ismiyle birincilik ödülünü, Orman ve Su İşleri Bakanı Prof. Dr. Veysel EROĞLU' undan aldım. Bolu Valiliği İl Sosyal Etüt ve Proje Müdürlüğü AB Koordinasyonu Merkezi tarafından düzenlenen logo tasarım yarışmasında ise yine birincilik ödülü aldım. Eski Başbakanımız ve Yeni

Millet Meclisi'ni markalaştıracağım

MARKA uzmanı Mevlüt Kanber, AK Parti İstanbul 3. Bölge'den milletvekili aday adayı oldu. "Bugüne kadar hiç marka ve markalaşma alanında bir milletvekili mecliste yer almamış. Bu boşluğu dolduracağımı düşünerek aday oldum" diyen Kanber, TBMM'yi de markalaştırmak istediğini söyledi

I SAYFA 8

Mevlüt Kanber

AK PARTİ'NİN HEDEFLERİ ARASINDA HEM MARKA OLMAK HEM DE TÜRKİYE'Yİ GELİŞTİRMEK, YAPILANDIRMAK VAR. BENİM DE DÜŞÜNCELERİM BU YÖNDE OLDUĞU İÇİN AK PARTİ'NİN İÇİNDEYİM

EĞER MİLLETVEKİLİ OLURSAM İLETİŞİM BOZUKLUKLARINI ORTADAN KALDIRMAYI, MAHALLE İLE MECLİS ARASINDAKİ DOĞRU İLETİŞİMİ VE DOĞRU BAĞI KURMAYI HEDEFLİYORUM

ÜÇÜNCÜ DÜNYA PSİKOLOJİSİNDEN KURTU TABULARIMIZI YIKMALIYI DE GÜCÜMÜZÜ DÜNYA MARKALARLA GÖST

Millet Meclisi'ni markalaştıracağım

Marka uzmanı olan Mevlüt Kanber, AK Parti İstanbul 3. Bölge'den Milletvekili Aday Adayı oldu. ***"Bugüne kadar hiç marka ve markalaşma alanında bir milletvekili Meclis'te yer almamış. Bu boşluğu dolduracağımı düşünerek aday oldum"*** *diyen Kanber, TBMM'yi de markalaştırmak istediğini söyledi*

SÖYLEŞİ
Ercan KARAKAŞ

"Kambersiz düğün, Kanber'siz Meclis olmaz' sloganıyla yola çıkan Mevlüt Kanber AK Parti İstanbul 3'üncü bölgeden milletvekilliği adayı olmak için kolları sıvadı. 'Kambersiz düğün olmaz' atasözünü de tescilleyerek bu konuda bir ilki gerçekleştiren Kanber, "Meclis'i de markalaştıracağım" açıklamasında bulundu. Kanber, "Günümüzün en büyük sorunlarından iletişim bozukluğundan kaynaklanıyor. İletişim sorunu yaşadığı için herkes kendi[illegible] *çok farklı bir alan. Siz neden [illegible]tiyorsunuz?*

[illegible]ir iletişim [illegible]yet göste[illegible]lis'i de [illegible]ağım. İş[illegible]mesi için [illegible]acağım. [illegible]da yapı[illegible]dara göre [illegible] hiç marka [illegible]a alanında [illegible] mecliste yer [illegible]boşluğu dol[illegible]üşünerek [illegible]Meclis'te her [illegible]er sektörden [illegible]. Neden bir mar[illegible]nı olmasın? Öte yandan Tür[illegible]var ama markalaşma olmadığı [illegible] satış olmuyor. Bu noktada da [illegible]mda memleketimize biz de [illegible]rimizle büyük ölçüde katkıda [illegible] düşünüyorum.

[illegible]im sağlayacağım

[illegible] düğün, Kanber'siz Meclis [illegible]la çıktınız. Bir hayli ilginç bir [illegible]k kabul edilen bu sloganın hi[illegible]r mısınız?

[illegible] adamı demek. Yani bir top[illegible]lmazsa o toplantının eksik ola[illegible]cağı düşünülüyor. Kambersiz düğün olmaz da buradan çıkıyor. Kanber aynı zamanda Hazreti Ali'nin muhafızı, yardımcısı, hizmetkarı. Ben de halkın hizmetkarı olmak, halkı koruyan bir muhafız gibi hizmet etmek için, halk için gece gündüz çalışacağımı düşündüğüm için bu sloganı seçtim. Kanber her mecliste olmalı, niye Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde olmasın dedim. Aynı zamanda bu atasözünü de tescilledim. Türkiye'nin tescilli ilk atasözüdür.

KAMBER HALKIN ADAMI DEMEK. AYNI ZAMANDA HAZRETİ ALİ'NİN MUHAFIZI. BEN DE HALKIN HİZMETKARI OLMAK, HALKI KORUYAN BİR MUHAFIZ GİBİ HİZMET ETMEK İÇİN BU SLOGANI SEÇTİM

yapılması gerekiyor ki insanlarımız bunu özümseyebilsin. Ben de bu yönde çalışmalar yapmak istiyorum. Yani milletle Millet Meclisi arasında doğru iletişimi ve doğru bağı kurmayı hedefliyorum. Meclis ve halk arasında güçlü bir iletişim kurarak devlet ve vatandaş arasında bir bütünlük oluşturmalıyız. Bunun için de milletvekillerimizin vatandaşımızı dinlemesi ve derdine tercüman olması için bütün imkânlarını seferber etmeli, vekillerimiz aktif olmalıdır. Başta ben kendime bu iletişim meselesini misyon ediniyorum ve bu konuda, mecliste ve dışarıda önderlik etmek istiyorum.

Markalarla rekabet edebiliriz

Markalaşma ekonomi için neden önemli?

Kaliteli ve doğru markalar çıkararak hem ülkemizin uluslararası arenada imajının daha iyi seviyeye getirilmesi hem de ekonomik canlılık kazanması başlıca amaçlarımızdır. Ülkemizin global anlamda açılması ve iyi bir imaj kazanması için markalarımızla evrensel marka kriterlerini yakalayarak dünya çapında örnek markalar oluşturmalıyız. Ekonomik anlamda küresel rekabete girebilmemiz için evrensel markalar çıkarmamız kaçınılmazdır. Aksi takdirde Avrupa ülkelerine fason mal üretmekten öte gidemeyiz. Üçüncü dünya ülkesi psikolojisinden kurtulmamız için tabularımızı yıkmalıyız. Bunun için de zaten var olan gücümüzü, potansiyelimizi iddialı eylemlerle ortaya koyabilmeliyiz.

[illegible]raniye ilçeleri de bu markanın içinde mi?

Her ilçesi değil tabi. Ama özellikle AK Partili belediyenin olduğu ilçeler çok daha ileride. Bunu ben AK Partili'yim diye söylemiyorum. Ama görünen köyde İstanbul AK Parti ödüllerinde şöyle bir şey var; söz verdiklerini yeşil yazılı hale getiriyorlar. Yazılı hale getirdiklerini de icraata geçirebilme yetenekleri var. Bu da günümüzdeki icraatlardan görebiliyoruz. Şimdi örneğin Konya ile İstanbul arasını 4 saate düşüreceğiz derseniz; halk nasıl yapacaksınız diye sorar. Yüksek hızlı trenle yapacağım dersiniz ve sonuçta bunu hizmete açarsanız halk size inanır. AK Parti'de 12 yıldır bunu yapıyor. Yapacakları vaat olarak kalmıyor, hayata geçiriliyor. O yüzden de halkın güvenini kazandı.

ÇİĞKÖFTE TÜRKİYE'NİN ÇİĞKÖFTESİ, BAKLAVA TÜRKİYE'NİN BAKLAVASI GİBİ LANSE EDİLİP BÖLGESELLİKTEN GENELLİĞE DOĞRU YOL ALMALIYIZ. BURADAN DA KÜRESEL TANITIMA DOĞRU AÇILMALIYIZ.

İstanbul kısmen marka

Türkiye'nin markaları yok mu?

Türkiye'nin doğusunda batısında, güneyinde kuzeyinde yörelerimize ait ne varsa bunları yurdumuzun genelinde tanıtarak memleketimizin tamamına mal etmemiz gerekir. Yörelerimize ait farklı özellikler yurdumuzun geneline mal edilmelidir ki bunlar bizim ayrıştırıcı değil birleştirici özelliğimiz olsun. Çiğköfte Türkiye'nin çiğköftesi, baklava Türkiye'nin baklavası, fındık Türkiye'nin fındığı gibi lanse edilip bölgesellikten genelliğe doğru yol almalıyız. Buradan da küresel tanıtıma doğru açılmalıyız. İçerde sahip olduğumuz farklı ürünler özellikler bizi dışarıda tek parça olarak temsil etmelidir ki bizim bütün, ayrılmaz bir devlet olduğumuz dünyaya gösterilsin. Bu süreçte şahsım adına birlik ve beraberliğe katkıda bulunan bir vekil olarak mecliste yer almayı umut ediyoruz.

İstanbul bir marka mı?

İstanbul zaten eskiden beri markaydı. Fakat işlevsel bir marka mı derseniz kısmen, yüzde 70 – 80 oranında evet...

Çözüm sürecini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Çözüm sürecinde de hükümetimizi destekliyoruz. Çünkü istikrarlı bir ülke olabilmemiz için sükûnet ortamının sağlanması gerekir. Dış mihrakların koşkurtmalarıyla vatandaşlarımızın provokasyona gelmemesi gerekir. Çatışma ortamıyla bizim her yönümüzle enerjimizi tüketmemize neden oluyorlar. Bizim bu oyunlara gelmememiz gerekir. Doğusuyla batısıyla kardeş olduğumuzun bilincinde olmalıyız. Biz tarih, kültür ve kader ortağıyız bu yüzden ortak yönümüz çoktur. Dünyada örnek sayılacak, gıpta edilecek bir mozaik yapımız vardır. Yöresel ve bölgesel özelliklerimizi ortak değerlerimiz olarak algılamalı ve bu imaj düşüncesi oluşturmalıyız.

KELİME OYUNU

Aile: Toplumun en önemli yapıtaşı
Çocuk: Ailenin meyvesi
Siyaset: Toplumsal yönetim biçimi
İstanbul: Evrensel marka bir şehir
Türkiye: Türkiye markası Türkiye malı
Dostluk: [illegible]

Ortadoğu'da model ülkeyiz

BİLİNDİĞİ gibi Ortadoğu ülkelerinde etnik yapılar üzerinde çok durulmaktadır. Bunların çoğu kasıtlı olarak dış güçler tarafından empoze edilmektedir. Suni çatışmalar oluşturarak karanlık güçler Ortadoğu'da kendilerine oyun sahası oluşturmak istemektedirler. Türkiye olarak başta biz ülkemizde kaynaşmayı başarmak zorundayız. Çünkü biz Ortadoğu'da model ülkeyiz. Osmanlı'dan kalan bir itibarımız var. Ülkemizin her bir ferdi çözüm sürecinde ihtiyatlı olmalı kendi üstüne düşeni yapmalıdır. Biz kendi içimizde barış ve huzuru tesis edersek diğer Ortadoğu ülkeleri de bizi örnek alacaklardır. Böylece küresel barışa takdire şayan bir tedbirlik katkıda bulunmuş

Vekillik amaç değil araç

MİLLETVEKİLİĞİ aracılığıyla vatandaşın gerçek anlamda mecliste sesi, elçisi olacağını görev süresince en verimli şekilde çalışacağını bildiren Mevlüt Kanber, ister seçim öncesi olsun ister seçim sonrası olsun her zaman halkın desteğini beklediğini ve kendisinin de hep halkımızla iç içe olacağını belirtti. Milletvekilliğinin bir amaç değil, millete hizmet yolunda bir araç olduğuna değindi.

Kiraz'ın çocukları TADİKİ'yle dünyaya açılıyor

Sultandağı'nın dünyaca ünlü eşsiz kirazına isim arayışı, ByKanber tarafından; "TADİKİ" marka ismi verilmesiyle son buldu. Toplam 33 ülkeye ihraç edilen Sultandağı kirazının dünya pazarında ilk sırada olmasına rağmen, bir marka isminin olmaması büyük bir eksiklikti. Bu eksikliğin giderilmesi için Afyonkarahisar Valiliği, Afyonkarahisar İl Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü, Sultandağı Kaymakamlığı, Sultandağı Belediyesi ve Afyon Kocatepe Üniversitesi Sultandağı Meslek Yüksek Okulu'nun destekleriyle ulusal bazda düzenlenen isim yarışmasının birincisi "TADİKİ" marka ismiyle ByKanber oldu. Sultandağı Kiraz Markası Proje Komisyonu üyeleri, firmalar tarafından sezonda üreticiden alınarak dış pazarlara gönderilen kirazın, logosu ve ismi olmadığından Sultandağı Kirazı olarak gitmediğini belirtmişlerdi. İsim yarışmasının birincisi ByKanber ismin yanında logo ve slogan çalışmalarını da tasarladı. Böylelikle, markanın korunup tanıtılması ve daha kolay pazarlanması için SUMEYDER (Sultandağı Meyveciliğini Yaygınlaştırma ve Geliştirme Derneği) kurulmuş oldu.

ByKanber, lezzeti ve özel aromasıyla dünyanın en sevilen ve talep edilen Sultandağı Kirazı'na neden "TADİKİ" marka ismini seçtiğini şöyle anlattı: "Global pazarda kendini ispat etmiş ve zirveye yerleşmiş

Sultandağı Kirazı'na TADİKİ marka ismini seçerken titiz bir çalışma yaptık ve kirazımızı dünyada temsil edebilecek, her dilde telaffuzu kolay, hafızalarda kalabilen bir söylemi olmasına dikkat ettik. Global ve ulusal platformda pozitif bir anlam taşımasına özen gösterdik. İsimlendirme konusunda çalışan biriminiz oldukça geniş bir isim listesi hazırladı. Daha sonra belirlenen bu isimler arasından bir ön eleme yaptık. Bu listede kesinlikle olamayacağı düşünülen isimleri eledik. Marka ismi ile ilgili filolojik, fonetik, resmi yönden sorun olup olmadığı ve bu ismin daha önce kullanılıp kullanılmadığını resmi kanallar yoluyla araştırdık. Daha sonra bu ismin kullanılmasında herhangi bir yasal engelin olup olmadığına baktık. TADİKİ marka ismini tasarlarken kiraz meyvemizin dünyaca ünlü tadını çağrıştırmasına dikkat ettik. TADİKİ marka ismi; iki kelimeden oluşmaktadır. "tad" ve "iki". Ürünümüz kiraz meyvesi olduğundan ve lezzeti sınırlarımızı aştığından, lezzetini vurgulamak için 'tadınak' kelimesinin "tad" kısmını aldık. "tad" kelimesi günlük hayatta tek başına kullandığımız bir sözcüktür. Genellikle bir yiyecek ürünü almadan önce tadına bakarız. Burada da "tadına bakmaktan" ve "tad almaktan" esinlendik. "iki" kelimesinden anlatmak istediğimiz ise kiraz ürünümüzün genellikle ikili olmasından kaynaklanan doğal sembolize tasarımına vurgu yaptık. Ayrıca kirazın ilk hecesi olan "ki" hecesini vurguladık. Ayrıca "TADİKİ" marka isminin; ürünümüzün doğallığını da göz önünde tutarak, doğal anlamına gelen tabii kelimesini de çağrıştırmasına dikkat çektik. "Tabii ki TADİKİ" sloganımızda da; "Hangi kiraz?" sorusuna "tabii ki TADİKİ" başkası düşünülemez onay cevabında olduğu gibi, "TADİKİ" markamızı öne çıkardık. Birçok kültürde özel bir yere sahip kiraz ağaçları, Japonlar için aşkı ve tutkuyu simgelerken aynı zamanda tazeliği, yenilenmeyi ve baharı da müjdeler. Kan temizleme özelliği ve böbrek dostu bir meyve olması yenilenme kelimesinin haklılığını ön plana çıkarmaktadır. Doğu kültürlerinde sevilen ve değer verilen bir simge olan kiraz çiçekleri ise, Anadolu'da; halı motiflerinde, iğne oyalarında, işlemelerde sıkça kullanılmıştır. İşte bu kiraz sevgisini; aynı zamanda kalp şekline de benzeyen kirazlarımızı, "TADİKİ" marka isminizde "i" harflerinin nokta kısımlarına koyarak logoya estetik bir görünüm kazandırdık. Ürünümüz Sultandağı İlçesinin kirazı olduğundan, Sultandağı'nı logomuzda dağ sembolü kullanarak öne çıkarmak istedik. "TADİKİ" marka ismi, global pazarda Türk firması olarak birinci sırada olmayı hedeflediğinden logomuzda kırmızı kiraz üzerine beyaz çizgiler kullanarak Türk Bayrağı'nı simgeledik. Aynı zamanda kirazımızı dönen bir dünya tasarımıyla, dünya döndükçe kirazımızın üretiminin devam edeceğini sembolize ettik. Kirazlarımızın sululuğunu ve tazeliğini anlatmak için kirazlarımızın üzerine çiğ tanesi koyduk. Ve tüm bu bilgiler ışığında "TADİKİ" marka ismini; "Dünya'nın en iyi, en sevilen kirazı, Tabii ki TADİKİ" sloganıyla takdim ettik" dedi.

■ HABER MERKEZİ

Konyaspor Markalaşıyor

Geçtiğimiz akşam bir araya gelen Türkiye'nin ilk tescilli marka danışmanı ByKanber ve Konyaspor kulübü başkanı M. Ali Kuntoğlu Konyaspor'un markalaşması hakkında görüştü. Saygın birçok ismin katıldığı toplantıda ByKanber konuşmalarına şu sözlerle başladı:

'21. yüzyılda markalaşmanın önemi gün geçtikçe artmaktadır. Ulusal platformda marka olabilmek ve markaları globale taşıyabilmek için profesyonel stratejiler üretebilmek gereklidir. Uluslararası platformda milli değerlerimizi ve maddi kültürümüzü anlatan dünya markalarını mutlaka çıkarmalıyız. Biz stratejilerimizi markalaşma ve kurumsallaşma paketi dahilinde değerlendiriyoruz. Bu yüzden Türkiye'de ilk olan markalaşma paketini çıkarttık. Adını markalaştırma paketi koyduk. Bu başarılı çalışmalarımızın mutluluğunu yaşıyor ve sizlerle paylaşmaktan onur duyuyorum' dedi.

ByKanber sözlerine şu şekilde devam etti: 'Başarıyla göz dolduran Konyaspor'da markalaşma yönünde emin adımlarla ilerlemektedir. Çalışmalarında doğru stratejilerle marka değerlerini arttırarak zorlu rekabet şartlarında güçlü bir şekilde varlıklarını sürdürmektedirler. Konyaspor ismini zirveye taşıyan Konyaspor kulübü başkanı Mehmet Ali Kuntoğlu'na markalaşmaya gösterdiği ehemniyetten dolayı teşekkürlerimi bir borç bilirim' dedi.

Markalaşmada ilk adım

Konyaspor Kulübü ile Türkiye'nin ilk tescilli marka danışmanı ByKanber, Konyaspor'un markalaşması adına ilk hamleyi yaptı. Konyaspor Kulübü Başkanı M. Ali Kuntoğlu, geçtiğimiz günlerde ByKanber ile Konyaspor'un markalaşması hakkında fikir alışverişinde bulundu.21. yüzyılda markalaşmanın öneminin gün geçtikçe arttığına değinen ByKanber, "Ulusal platformda marka olabilmek ve markaları globale taşıyabilmek için profesyonel stratejiler üretebilmek gereklidir. Uluslararası platformda milli değerlerimizi ve maddi kültürümüzü anlatan dünya markalarını mutlaka çıkarmalıyız. Biz stratejilerimizi markalaşma ve kurumsallaşma paketi dahilinde değerlendiriyoruz. Bu yüzden Türkiye'de ilk olan markalaşma paketini çıkarttık. Adını markalaştırma paketi koyduk. Bu başarılı çalışmalarımızın mutluluğunu yaşıyor ve sizlerle paylaşmaktan onur duyuyorum. Konyaspor da markalaşma yönünde emin adımlarla ilerlemektedir. Çalışmalarında doğru stratejilerle marka değerlerini arttırarak zorlu rekabet şartlarında güçlü bir şekilde varlıklarını sürdürmektedirler. Konyaspor ismini zirveye taşıyan Başkan Kuntoğlu'na markalaşmaya gösterdiği ehemmiyetten dolayı teşekkürlerimi bir borç bilirim" dedi. Başkan Kuntoğlu ise Konyaspor'un markalaşmasında büyük katkıları olan ByKanber'e çalışmalarından dolayı teşekkür ederek, katkılarından dolayı plaket takdim etti.

Özel Ciğerci tescillendi

Serdar Cüneyt Akyüz

Konya'nın 10 yıllık lezzeti, Özel Ciğerci'nin marka ismi ve lezzetinin tescillenmesi ile ilgili basın toplantısı düzenlendi. Toplantıya Markalize Markalaşma Uzmanı BYKANBER, Özel Ciğerci'nin ortakları Mehmet Eşmekaya ile Müslüm Aba katıldı. Bu zamana kadar Türkiye'de birçok ismin markalaşmasına katkı sağladıklarını belirten Markalize Markalaşma Uzmanı BYKANBER, "Bunlardan biri olan Özel Ciğerci'nin de tescillenmesine ve markalaşmasına katkı sağlamaktan büyük onur ve mutluluk duyuyorum" dedi. 2003 yılından bu yana Konya'nın yöresel lezzetlerinden olan Özel Ciğerci, kurulduğu yıldan bu yana kalite ve hijyenden ödün vermeden hizmetlerini sürdürmekte olduğunu söyleyen Mehmet Eşmekaya, "Özel Ciğerci, damak tadına düşkün hedef kitlesi için her geçen gün menüsünü zenginleştiriyor. Hedef kitlemiz için bir adım daha atarak lezzetimizi ve markamızı tescillemek ve global bir marka olabilmek için çalışmalara başladık. Global bir marka olacağımız için kıvanç duyuyoruz" diye konuştu. Toplantının ardından basın mensuplarına Özel Ciğerci'nin lezzetleri tattırıldı.

Türk kirazının dünya markası

Akşehir, Çay ve Sultandağı bölgesinde yetiştirilen ve Türkiye'nin ihraca şampiyonu olan kirazlar artık "tadiki "markasıyla pazarlanacak

MARKA YARIŞMASINDA BYKANBER BİRİNCİ OLDU

Sultandağı Kiraz Markası Proje Komisyonu tarafından açılan Ulusal Marka Yarışması'nı "tadiki" marka ismiyle kazanan ByKanber marka isminin oluşum aşamalarını ve kriterlerini Dedeman Otel'de düzenlediği bir basın toplantısıyla paylaştı. Toplantıda Konya İl Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürü Bülent Alpaslan, Sultandağı B elediye Başkanı Osman Acar, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sultandağı Meslek Yüksekokulu Müdür Yardımcısı ve Öğretim Görevlisi Hurşit Ertuğrul Dere ile Sultandağı İlçe Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürü Halil İbrahim Önder de hazır bulundu.

"HER DİLDE TELAFFUZU KOLAY BİR İSİM"

"Tadiki" marka ismini tasarlarken kiraz meyvesinin dünyaca ünlü tadını çağrıştırmasına dikkat ettiklerini söyleyen ByKanber,"Tadiki marka ismini seçerken titiz bir çalışma yaptık ve kirazımızı dünyada temsil edebilecek, her dilde telaffuzu kolay, hafızalarda kalabilen bir isim tercih ettik" dedi.

KİRAZ İHRACATINDA DÜNYA BİRİNCİSİ

Sultandağı Belediye Başkanı yer aldığını söyleyerek "Türkiye'nin kiraz ihracatının yüzde 30'unu tek başına Sultandağı gerçekleştiriyor. Bu açıdan da Sultandağı Türkiye'nin kiraz ihracatında ilk sırada yer alıyor. Göreve geldiğimizde kiraz ihracatında iki temel sıkıntı olduğunu gördük. Bunlar pazarlama ve markalaşmaydı. Marka yarışmasını o yüzden açtık. Yarışmamızda birinci olan ve Tadiki dünya çapında markamızın isim babası seçilen ByKanber'i tebrik ediyorum" diye konuştu.

HADİM VE EREĞLİ KİRAZLARI DA TESCİLLENECEK

Konya İl Gıda, Tarım ve Hayvancılık İl Müdürü Bülent Alpaslan da, "Akşehir kirazı coğrafi işaret alarak tescillenmişti. Şimdi sırada Hadim ve Ereğli kirazları var. Ancak ister Hadim olsun, isterse Ereğli, Sultandağı, Çay olsun üretilen bütün kirazlar Türk kirazıdır" dedi. Konuşmaların ardından Acar, ByKanber'e

Markalarımız Türkçe olmalı

RASYONEL SÖYLEŞİ

GÜLSEMİN MISIRLI

2013 yılında Konya'da Türkçe İsim Enstitüsü'nü kuran Mevlüt Kanber, nam-ı diğer Bay Kanber, firmaların Türkçe'ye uygun isim ve markalarla piyasa çıkması gerektiğini söylüyor. 11'de

RASYONEL HABER

03 Kasım 2014 PAZARTESİ www.rasyonelhaber.com 50 Krş.

Doğan çanta, ürün reklamlarıyla

Kısa sürede yakaladığı başarı grafiğini her geçen gün yükselten Doğan Çanta, bu kez ürünlerini daha geniş alanda tanıtmak için reklâm çalışmalarına hız verdi.

DGN, Activia, Taraftaria ve Merazdo markaları ile ürün yelpazesini her geçen gün geliştiren Doğan Çanta, yerelden ulusala taşıdığı başarısını ulusaldan da uluslar arası arenaya taşımak için çalışmalarına başladı.

Ürünlerinin ve firmalarının tanıtımı için Alize tanıtım-Reklam şirketi ile anlaşan Doğan çanta yetkilileri amaçlarının doğru stratejilerle elde ettikleri başarıyı daha da büyütmeyi hedeflemek olduğunu söyledi. Alize Tanıtım-Reklam şirketi de camlı köşk önünde ünlü mankenlerinde katıldığı ve yerel televizyonların yanı sıra ulusal televizyonlarda da yayınlanacak olan bir reklam filmi ile 'Doğan çanta ürünleri tanıtım faaliyetleri' nin ilk halkasını gerçekleştirdi.

■ ALİ SAİT ÖGE

Alize'den adaylara 'Kazandıran Seçim Paketi'

Ajans Alize'nin sektördeki çalışmalarını paylaşmak üzere düzenlediği basın toplantısında konuşan Ajans Alize Yönetim Kurulu Başkanı Mevlüt Kanber, tanıtım-reklam sektöründe her kurumu markalaştırmaya kurumsallaştırmaya çalıştıklarını belirtti. Gündemde seçimler olduğunu ve bu nedenle Milletvekili adayları için "Kazandıran Seçim Paketi" hazırladıklarını ifade eden Kanber, "Elimizi kime dokunsak marka olur" dedi. Kanber, bu paket sayesinde adayların seçmenlere kendilerini en iyi şekilde tanıtacaklarını ifade ederek paketi ilk kez Bağımsız Aday Ali Gürbüz Dayıoğlugil için uyguladıklarını ve onu hedef kitleye en iyi şekilde tanıttıklarını kaydetti. Ali Gürbüz Dayıoğlugil ise Alize Ajans'la adaylıktan dört ay önce çalışmaya başladıklarını belirterek "Tanıtımın bu kadar yankılanacağını bilmiyordum"

■ Maide Türker-Memleket

Kartal'da markalaşma çabası

Geçtiğimiz akşam bir araya gelen Türkiye'nin ilk tescilli marka danışmanı ByKanber ve Konyaspor Kulübü Başkanı M. Ali Kuntoğlu Konyaspor'un markalaşması hakkında görüştü. Saygın birçok ismin katıldığı toplantıda ByKanber konuşmalarına şöyle konuştu:

'21. yüzyılda markalaşmanın önemi gün geçtikçe artmaktadır. Ulusal platformda marka olabilmek ve markaları globale taşıyabilmek için profesyonel stratejiler üretebilmek gereklidir. Uluslararası platformda milli değerlerimizi ve maddi kültürümüzü anlatan dünya markalarını mutlaka çıkarmalıyız. Biz stratejilerimizi markalaşma ve kurumsallaşma paketi dahilinde değerlendiriyoruz. Bu yüzden Türkiye'de ilk olan markalaşma paketini çıkarttık. Adını markalaştırma paketi koyduk. Bu başarılı çalışmalarımızın mutluluğunu yaşıyor ve sizlerle paylaşmaktan onur duyuyorum."

Yapı ve Doğalgaz Fuarı'ndan renkli görüntüler

TÜYAP Yapı ve Doğalgaz Fuarı'nda Konya'nın tanınmış markaları görücüye çıktı. Bazı firmalar ilginç tanıtım hamleleri ile fuarda ilgi odağı haline gelmeyi başardı.

ASANSÖRDE YENİ BOYUT

İtimat Asansör'ün tasarlanmış olduğu asansörlü kabin, ilk defa TÜYAP Konya Fuarı'nda sergilendi. Asansör ve makine sektöründe bir ilki gerçekleştirerek hedef kitlelere kalite ve estetiği bir arada sunduklarını belirten İtimat Asansör Genel Müdürü Ramazan Keskinoğlu, hızla değişen ve ilerleyen teknolojiyi kurum yapısına uyarlayarak, işlevsel hizmet anlayışıyla hedef kitlenin koşulsuz memnuniyetini sağlamayı ilke edindiklerini bildirdi.İtimat Asansör'ün tanıtımını üstlenen Bykanber ise asansörlü stand tasarımının patent ve tasarım tescil çalışmalarına başladığını belirtti. Bykanber, İtimat Asansör'ü uluslar arası markalar platformuna taşımak için çalışmalara başladıklarını söyledi.

ÇATI VE CEPHEDE SUR

Çatı cephe panelleri ve ahşap sandwich panel endüstrisinde kesin çözüm üreten bir kuruluş olma yolunda emin adımlarla ilerlediklerini belirten Sur İnşaat Yönetim Kurulu Başkanı Tahir Subaşı, ısınma giderlerini en aza indirerek milli gelire katkı sağlamayı hedeflediklerini vurguladı. Sur İnşaat Proje Müdürü Muaz Subaşı ise yaptığı açıklamada kaliteye büyük önem verdiklerini ve ürünlerinde kaliteyi yüksek tutmak için ne gerekiyorsa yaptıklarını kaydetti.

Yapı ve Doğalgaz Fuarı'nda İtimat Asansör, Sur İnşaat, Andaç Asansör ve Pınar Ferforje standları yoğun ilgi görüyor.

ANDAÇ ASANSÖR KALİTESİ VE HİZMETİ İLE DİKKAT ÇEKİYOR

Andaç Asansör sahibi Kazım Andaç yaptığı açıklamada, sektörde özellikle kaliteye büyük önem veren firmaların başarıyı kucakladıklarını dile getirerek, bazı olumsuzlukların aşılmasıyla başarılı ortamın daha da artacağını dikkat çekti. Sektörde en geniş yelpazeye sahip olduklarını ifade eden Kazım Andaç, Andaç Asansör'ün uygun fiyat ve yüksek kaliteyle Türkiye'nin her bölgesine hitap edebildiğini söyledi.

PINAR FERFORJE KALİTE VE ESTETİĞİ BİR ARADA TUTUYOR

TÜYAP Konya Fuarı'ndaki standında bir konuşma yapan Pınar Ferforje yöneticileri ürünlerinde kalite ve estetiği ön plana çıkardıklarını belirtti. Müşteri memnuniyeti için kalite ve estetiğin önemine değinen yöneticiler Pınar Ferforje olarak hedeflerinin daima ilerlemek ve gelişmek olduğunu kaydettiler.

Talipoğlu: Konya'dan markalar çıkarılmalı

Tayfun Talipoğlu ve Bykanber birçok alanda büyük markalar çıkaran Konya'yı ve markalaşmayı konuştu.

Az giden, uz giden dere tepe düz giden Tayfun Talipoğlu kentlerin markalaşması ile ilgili görüşlerini marka uzmanı Bykanber ile paylaştı. Gazetecilikle başlayan iş hayatına Tv programcılığı ile devam eden Talipoğlu, Türkiye'nin yedi bölgesinin toprağını çocuk hevesiyle keşfedip aynı heyecanı, izleyicisinin bamteline dokundurarak sunmayı bilen bir usta.

Büyük şehirlerdeki marka rekabetinin, Anadolu'da da markalaşmayı tetiklediğini söyleyen Bykanber, son birkaç yıl öncesine kadar, Anadolu'da özellikle Konya'da "Marka" kavramına çok farklı bakıldığını, markalaşmanın, marka bilinirliği yerine ürünün özentisiz bir şekilde ön plana çıkartıldığını belirtti.

Bykanber'in Anadolu'nun global gelişime ayak uydurmada batıya göre daha yavaş olduğu fikrini paylaşan Talipoğlu, Anadolu kentleri ağırlıklı olmak üzere yaptığı program tecrübelerine dayanarak bu düşünceyi desteklediğini belirtti. Talipoğlu, uluslar arası bir marka olma niteliğine sahip kurumların ancak doğru stratejilerle devleşebileceklerini söyledi.

Talipoğlu, Anadolu'da ve özellikle Konya'da bunu gerçekleştirebilecek kişinin markalaşma alanında tecrübeli bir uzman olması gerektiğini belirtti.

BayKAMBER' den bir yenilik daha!

Marka isim ve markalaşma konusunda profesyonel çalışmalarda bulunan BayKAMBER, faaliyet alanını genişleterek başarılarına bir yenisini daha eklemiştir. Geçtiğimiz aylarda dünyanın ve Türkiye'nin ilk Türkçe İsim Enstitüsü Derneği'ni kurmuştur. İl Genel Meclis Başkanı Sayın Ali Selvi tarafından açılışı gerçekleştirilen dernek, faaliyetlerine başlamıştır. Dernek, Türkçe hassasiyeti çerçevesinde çalışmalarına yön vermektedir. Türkiye markalarının uluslararası alanda Türkçe marka isimleri ile tanınmasını sağlamak ve bilinirliğini arttırmak amacındadır. Bunun yanında Öz Türkçe' de kişi, yöre, ürün, mal ve hizmet isimlendirilmesinde kullanılan Türkçe isimleri gün yüzüne çıkartıp; işlevsel hale getirmek için çalışmalarını sürdürmektedir. Marka isimlerinden tabela isimlerine kadar yabancılaşmaya son diyerek "Her Zaman, Her Yerde Türkçe" sloganı ile faaliyetlerde bulunan İSİMDER; Araboğlu Makası, Türk Anadolu Vakfı binasında hizmet vermektedir. • CİĞDEM ÖZEK

CLP'lerde halkla ilişkiler reklamı

Alize Reklam Ajansı'nın CLP'lerde seçim kampanyalarına yönelik hazırladığı duyurular büyük ilgi çekiyor. Kazım Karabekir Yaya bölgesinde İl Sağlık Müdürlüğü'nün önündeki CLP'de tanınmış eczacı ve Konya bağımsız milletvekili adayı Gürbüz Dayıoğlugil manken olarak yer alıyor. CLP'de Alize Reklam Direktörü Kanber'in elini değdiği kişileri markalaştırdığı mesajına yer verilerek seçim kampanyalarında halkla ilişkiler paketlerinin tanıtımı yapılıyor. ■ Memleket

Markanızı iyi seçin

Türkiye'nin ilk marka isim uzmanı Baykamber ÇATSO'da markalaşma ve kurumsallaşma konulu söyleşiye katıldı.

ÇATSO Toplantı Salonu'nda yapılan toplantıda konuşan Baykamber, markalaşmanın ticaret açısından çok önemli olduğunu anlattı. • Haberi 6'da

Memleket
20 Mayıs 2006 Cumartesi "GÜNLÜK YERLİ GAZETE" • 25 Yeni Kuruş (KDV Dahil)

Cengizhan, 2 bin 300 firma arasında birinci

Cengizhan Sigorta Antalya'da gerçekleştirilen yıllık acenteler toplantısında, tüm Türkiye genelindeki 2 bin 300 acente arasında 2005 yılının birincisi seçildi. Cengizhan Sigorta Yönetim Kurulu Başkanı Cengiz Kahveci, "Bu ödül, Konya adına gurur vericidir" dedi.

Konyaspor markalaşıyor

Geçtiğimiz akşam bir araya gelen Türkiye'nin ilk tescilli marka danışmanı ByKanber ve Konyaspor Kulübü Başkanı M. Ali Kuntoğlu Konyaspor'un markalaşması hakkında görüştü. Saygın birçok ismin katıldığı toplantıda ByKanber konuşmalarına şu sözlerle başladı: ' 21. yüzyılda markalaşmanın önemi gün geçtikçe artmaktadır. Ulusal platformda marka olabilmek ve markaları globale taşıyabilmek için profesyonel stratejiler üretebilmek gereklidir. Uluslararası platformda milli değerlerimizi ve maddi kültürümüzü anlatan dünya markalarını mutlaka çıkarmalıyız. Biz stratejilerimizi markalaşma ve kurumsallaşma paketi dahilinde değerlendiriyoruz. Bu yüzden Türkiye'de ilk olan markalaşma paketini çıkarttık. Adını markalaştırma paketi koyduk. Bu başarılı çalışmalarımızın mutluluğunu yaşıyor ve sizlerle paylaşmaktan onur duyuyorum' dedi.

ByKanber sözlerine şu şekilde devam etti: 'Başarıyla göz dolduran Konyaspor'da markalaşma yönünde emin adımlarla ilerlemektedir. Çalışmalarında doğru stratejilerle marka değerlerini arttırarak zorlu rekabet şartlarında güçlü bir şekilde varlıklarını sürdürmektedirler. Konyaspor ismini zirveye taşıyan Konyaspor kulübü başkanı Mehmet Ali Kuntoğlu'na markalaşmaya gösterdiği ehemniyetten dolayı teşekkürlerimi bir borç bilirim' dedi. Daha sonra sahneye çıkan Kuntoğlu, Konyaspor'un markalaşmasında büyük katkıları olan ByKanber'e çalışmalarından ötürü teşekkür ederek kendisine plaketini takdim etti.

ByKanber basınla buluştu

Tanıtım hizmetlerine başladığı 2000 tarihinden beri sürekli gelişerek kurusallaşma ve markalaşma stratejileri geliştiren Ajans Alize, sektördeki ilerleyişini ve başarısını anlatmak ve paylaşmak üzere Ajans Alize Toplantı Salonunda, basın toplantısı düzenledi.

Toplantıda Ajans Alize Yönetim Kurulu Başkanı ByKanber, tanıtım faaliyetlerinin gerekliliği, doğru stratejilerle markalaşma ve kurumsallaşma ile ilgili olarak "Hızlı bir değişim içerisinde sürekli gelişen piyasa koşulları ve özellikle pazarların küreselleşmesi, işletmeleri yoğun bir rekabet ortamı içerisinde faaliyet göstermeye zorlamaktadır dedi.

Alize reklam markalaştırıyor

Alize Tanıtım ve Reklam Ajansı, markalaşma çalışmaları hakkında basın toplantısı düzenledi. Kendisini 'ByKanber' marka adamı tiplemesiyle niteleyen Ajans Yönetim Kurulu Başkanı Mevlüt Kanber, "elimizi değdiğimiz markalaşıyor"dedi.

Alize Tanırım ve Reklam Ajansı'nın 'marka fabrikası' sloganıyla yola çıktığını belirten Kanber, tanıtım faaliyetlerinin gerekliliği hakkında bilgi verdi. Markalaşma ve kurumsallaşmada doğru stratejiler uygulanması gerektiğine dikkat çeken Kanber, "Hızlı bir değişim içerisinde sürekli gelişen piyasa koşulları ve özellikle pazarların küreselleşmesi, işletmeleri yoğun bir rekabet ortamı içerisinde faaliyet göstermeye zorlanmaktadır. Her geçen gün, benzer özelliğe sahip birçok ürün piyasaya sunulmaktadır. Tüketicilerin sürekli yeni ürünlerle karşılaştığı günümüzde, işletmelerde farklı stratejiler uygulayarak tüketiciler tarafından farkına varılma ve hatırlanma çabası içerisine girmektedirler. Ajans Alize, doğru stratejiler geliştirerek sektörde farklılığını ortaya koymakta ve kendisi de yerelden ulusala taşınmış bir marka olmanın mutluluğuyla hizmetlerine devam etmektedir. ByKanber olarak yapmış olduğumuz marka adamı tiplemesiyle ajans vizyonunu elini değdiği her kurumu-ürünü markalaştırması marka yapma gücünü ifade etmektedir. Ajans Alize, sizenet.net ve ajansalize.net sitelerinden ulusal platformda birçok kurum ve markaya kurumsallaşma stratejisi geliştirme ve markalaşma üzerine danışmanlık hizmeti de vermektedir."diye konuştu.

Konyaspor markalaşıyor

KONYASPOR markalaşıyor.. Konyaspor Başkanı Mehmet Ali Kuntoğlu ile Türkiye'nin ilk tescilli marka danışmanı ByKanber önceki gün Konyaspor'un markalaşması hakkında bir süre görüştüler. "21. yüzyılda markalaşmanın önemi gün geçtikçe artmaktadır. Ulusal platformda marka olabilmek ve markaları globalleşmeye taşıyabilmek için profesyonel stratejiler üretebilmek gereklidir" diyen ByKanber açıklamasını şöyle sürdürdü. "Uluslararası platformda milli değerlerimizi ve maddi kültürümüzü anlatan dünya markalarını mutlaka çıkarmalıyız. Biz stratejilerimizi markalaşma ve kurumsallaşma paketi dahilinde değerlendiriyoruz. Bu yüzden Türkiye'de ilk olan markalaşma paketini çıkarttık. Adını da markalaştırma paketi koyduk." Konyaspor Başkanı Kuntoğlu ise Konyaspor'un markalaşmasında büyük katkıları olan ByKanber'e çalışmalarından dolayı teşekkür ederek kendisine plaket takdim etti.

ByKANBE®
Elini değdiği markalaşıyor

Unutmayın!

kendi reklamını iyi yapamayan sizin reklamınızı iyi yapamaz.

Ajans Alize, doğru stratejiler geliştirerek sektörde farklılığını ortaya koymakta ve kendisi de yerelden ulusala taşınmış bir marka olmanın mutluluğuyla hizmetlerine devam etmektedir. ByKanber olarak yaratmış olduğu marka adamı tiplemesiyle ajans vizyonunu elini değdiği her kurumu-ürünü markalaştırması marka yaratma gücünü ifade etmektedir.

alize
Tanıtım@Reklam
www.ajansalize.net

Reklam, markalaşmanın önem kazandığı günümüz iş dünyasında kendi markasını oluşturma çabası içinde olan firmaların üzerinde hassasiyetle durduğu en önemli pazarlama unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır. Dünyada farklı sektörlerde söz sahibi olan kuruluşlar performanslarını reklâm sayesinde korumaktadırlar. Bu da haliyle reklamcılığın dolayısı ile ajansların dönemini son derece arttırmaktadır.

1995 yılında Konya'da tanıtım ve reklam sektöründe merhaba diyerek araştırma ve dinamizm gerektiren, sürekli değişim ve gelişim içinde olan çalışma alanımızı daha da genişleterek halkla ilişkiler, tanıtım-reklam, marka danışmanlığı ve eğitim hizmetleri, kurumsal kimlik çalışmaları, grafik-tasarım-logo-slogan ve imaj çalışmaları, web tasarım, interaktif CD sunumu, TV-Radyo-Gazete reklamları, marka patent yönetimi gibi konularda firmaların bu alandaki ihtiyaçlarına profesyonelce cevap verebilecek kapasitemiz ile hizmette tam bir ajans niteliği taşıyan köklü bir kuruluş olmanın gururunu yaşıyoruz.

Farklılığını ve orijinalliğini yaptığı çalışmaların her çizgisinde sergileyen ve çalıştığı her kurum tarafından takdir gören Ajans Alize, "en iyisi"nin sınırlarını zorlamak ve sektörde tüm birimleri ile amatör ruh ve profesyonel çalışma prensibiyle hizmetlerine devam ediyor.

Neden kurumsallık

Günümüzün zorlu piyasa şartlarında etkili ve güçlü bir pazarlama iletişimi için

19 EKİM 2006 PERŞEMBE

ANADOLU
Manşet
BÖLGE GAZETESİ
Fiyatı: 20 Ykr
19 EKİM 2006 PERŞEMBE
Konya, Karaman ve Aksaray'da günlük olarak yayınlanmaktadır www.mansetgazetesi.com 0 332 353 89 6

Cengizhan başarısını ispatladı

Sigortacılık sektöründe 23 yıldır yükseliş trendinde olan Cengizhan Sigorta, Anadolu Sigorta'nın yıllık acenteler toplantısında aldığı Türkiye birinciliği ödülüyle başarısını ispatladı.

Kadrosu ile birlikte dün çalışmaları ve aldıkları ödüller hakkında bilgi vermek üzere basın toplantısı düzenleyen Cengizhan Sigorta Yönetim Kurulu Başkanı Cengiz Kahveci, "Sigortanın her branşında varız" diyerek, Türkiye'deki 47 sigorta şirketinin arasında Anadolu Sigorta'nın 4 yıldır birinci olduğunu kaydetti.

Hiçbir başarının tesadüf olmadığını ve bunu kurum felsefesi yaparak çalıştıklarını dile getiren Kahveci, "12-13-14 Mayıs günlerinde, Antalya'da düzenlenen Anadolu Sigorta yıllık acenteler toplantısında 2005 yılı değerlendirildi. Bu değerlendirmeye göre 2004 yılında olduğu gibi 2005 yılında da Cengizhan Sigorta olarak İç Anadolu Bölgesi'nde bölge birincisi, profesyonel acentelerde de Türkiye birincisi olduk. 2 bin 300 civarındaki acentelerden Türkiye birincisinin Konya'dan çıkması ve Cengizhan Sigorta'nın layık görülmesi ile gurur duyduk" dedi.

Cengizhan Sigorta'nın uzun bir emeğin hikayesi olduğunu vurgulayan Kahveci, bu emeği "Türkiye'nin en başarılı acentesiyiz. Çünkü sigorta güven demektir" sözleriyle ifade ederken, bundan sonraki hedeflerini güveni finanse etmek olarak açıkladı.

KONYA
www.merhabagazetesi.com.tr
Merhaba
BÖLGENİN EN FAZLA OKUNAN GAZETESİ
17 Kasım 2006 Cuma

CENGİZHAN kalitesini belgelendirdi

1983 yılında kurulan CENGİZHAN SİGORTA, Türkiye genelinde faaliyet gösteren, şirketimize on-line bağlantılı olmak üzere 200'den fazla acentası, konusunda uzman Toplam 40 personeli ile yangın, nakliyat, mühendislik, tarım gibi tüm sigortacılık branşlarında Türkiye'nin önde gelen sigorta şirketlerinin yetkili acentalığını yapıyor. Kalitesini de belgelendiren Cengizhan Sigorta, Uluslar arası kalite belgelendirme kuruluşu ICS tarafından verilen ISO 9001:2000 Kalite Yönetim Sistemi Belgesini Ankara'da düzenlenen dev törenle aldı.

rekabetçi, azami müşteri memnuniyetini ön planda tutan profesyonel kadrosuyla sigorta sektöründeki başarılarını sürdürmeyi hedefler, bizim işimiz güven olaydır." diyen yetkililer, şu açıklamayı yaptılar: " Bunu gerçekleştirmek için müşterilerimize kaliteli hizmet sunmak, verdiğimiz sözü tutmak müşterilerimizin güvenini kazanmak, takım çalışması yapmak, şirket hedeflerini yakalamak, her zaman dürüst çalışmak, sigorta ihtiyaçlarını gerçekçi fiyatlarla ilgililerine sunmaktır.

23. faaliyet yılımızda deneyim ve uzmanlığı ile şirketimiz konusunda özellikle tercih edilerek, güvence ihtiyacının karşılanmasında şirketimizi seçmiştir. Yangın, nakliyat, kaza, mühendislik, hukuksal koruma, tarım ve hayvan, hayat gibi ana sigorta branşlarının yanı sıra konut ve işyeri yangın paket poliçeleri hırsızlık, ferdi kaza, para nakli, cam kırılması, sorumluluk, otel paket sigortası, kar kayıbı, kasko, trafik, yeşil kart gibi sigorta Türkiye'yle yaşamın her sonunda yaygın, Cengizhan Sigorta güvencesi yaşanmaktadır.

Sektörün rekabet ortamı içinde sigortalıya en iyi ve en hızlı hizmeti vermeyi amaçlayan şirketimiz, ürünlerinin geliştirilmesi ve yenilenmesi hizmete sunulması gibi standart çalışmaların dışında bilgi-işlemde de gerekli hassasiyeti göstererek (on-line bağlantı) sigortacılıkta çağdaşlık çizgisini yakalamıştır. Personel ve acentelerini daha etkin kılmak için eğitim seminerleri ve aktiviteler gerçekleştiren şirketimiz başarılı acentelerini de yıl sonu değerlendirmelerinde ödüllendirmiştir. Sigortalılarını daha faydalı olabilmek için ilgili oldukları branşlarda şirket üst düzey yöneticilerinin de katıldıkları sigorta başlığı altında seminerler düzenlemiştir.

Bunun yanı sıra eğitim, spor, ilyanı gibi konularda sponsor olarak sosyal aktivitelere de destek olmuştur."

Cengizhan Sigorta Uluslar arası dev belgelendirme kuruluşu ICS tarafından ISO 9001:2000 Kalite Yönetim Sistemi Belgesini Ankara'da düzenlenen dev törenle aldı.

Lale Dönerye açıldı

Lale Dönerye Nalçacı Caddesi Acentacılar Sitesi altında açıldı. Hafta sonu gerçekleşen açılışta konuşan Lale Dönerye Halkla İlişkiler Danışmanı ve Marka Uzmanı Mevlüt Kanber, eşsiz lezzete döner, İskender ve dürüm çeşitleri ile kaliteli hizmet sunduklarını söyledi. Lale Dönerye olarak Türkiye'de bir çok insanın onayını aldıklarını belirterek, "Amacımız Lale Dönerye olarak Türkiye topraklarından dünyaya yayılan lezzetli bir marka yaratmak ve dönerin Türklerin lezzetli bir yemeği olduğunu dünyaya kanıtlamaktır. Lale Dönerye dönercilikte akla gelen ilk firma olmak üzere kalitesini her zaman artırmaktadır. Açtığı yeni şubelerle bu lezzeti sizlere en kolay şekliyle ulaştırmayı kendisine görev edinmiştir" dedi.

Kanber, Lale Dönerye'nin sektöre yön veren ve dönerciliğin standartlarını yükselten bir marka olduğunu ifade ederek, Lale Dönerye'yi dünya markası yapmak için çalıştıklarını sözlerine ekledi.

Kanber, Lale Dönerye'nin sektöre yön veren ve dönerciliğin standartlarını yükselten bir marka olduğunu ifade ederek, Lale Dönerye'yi dünya markası yapmak için çalıştıklarını sözlerine ekledi.

Lale Dönerye'den 5.şube

ByKanber "Dönercilikte çeyrek asrı ulaşan Lale Dönerye, essiz lezzetini hedeflediği kitleye daha kolay ulaştırmak için Türkiye'nin ve Konya'nın değişik bölgelerine yeni şubeler açmaya devam edecektir. Hedef kitlemiz tarafından dönerciliğin vazgeçilmezi haline gelen 'Türkün Lezzet Tescili' Lale Dönerye olarak Türkiye ve dünyada bir çok insan lezzetimize onay verdi" dedi.

ByKanber, Lale Dönerye'nin bir dünya markası olması için çalıştıklarını ifade ederek, "Lale Dönerye olarak her sektörde olduğu gibi dönercilikte de öncelikli olarak hijyen ve sağlığın ön planda olması gerekir. Bu ilkeden hareketle essiz lezzetin hedef kitlesini memnun edeceğini biliyoruz. Büyümenin de bununla beraber geleceği inancıyla çalışıyoruz. Türkün lezzet tescilli Lale Dönerye'yi dünya markası yapmak için emin adımlarla ilerliyoruz" şeklinde konuştu.

24 Mayıs 2006 Çarşamba

8 MAYIS 2006 PAZARTESİ

Hakimiyet

www.hakimiyet.com

BÖLGE GAZETESİ Fiyatı:25 YKR HERGÜN 2 GAZETE

Cengizhan Sigorta Yönetim Kurulu Başkanı Cengiz Kahveci dün Cengizhan Plaza'da basın toplantısı düzenledi. Kahveci aldıkları ödüller ve şirket çalışmaları hakkında bilgi verdi.

"Canın değil malın sigortası ödeniyor"

'Sigortacılıkta güvenin finansörü' sloganıyla hizmet veren Cengizhan Sigorta bu yıl da aldığı birincilik ödülleri ile başarısının sigortasını perçinledi.

[Tevfik PEKÇAK]

Sektöründe birincilikleri eldeni bırakmayan Cengizhan Sigorta, Antalya'da gerçekleştirilen 2005 yılı değerlendirme ve ödül toplantısında, İç Anadolu bölgesinde bölge birincisi, profesyonel acenteler arasında da Türkiye birinciliğini elde etti. Dün sigorta binasında kahvaltılı bir basın toplantısı düzenleyen Cengizhan Sigorta Yönetim Kurulu Başkanı Cengiz Kahveci Türk halkının önceliklerinden çok malını sigorta çıktığını hatırlatarak, "Maalesef ülkemizde halkımız canının değil malının sigortasını ödüyor. Türk halkı yüzde 80'i malına yüzde 20 ise canına sigorta yaptırıyor. Avrupa'da bu durum ise tam tersi. Avrupa halkı" dedi.

Kahveci 12-14 Mayıs tarihlerinde Antalya'da gerçekleştirilen sigorta yıllık acenteler toplantısı hakkında da bilgi verdi. Kahveci şunları söyledi:

"Bu toplantıda 2005 yılı değerlendirildi. Bu değerlendirmelere göre; başarılı acentelere ödüller verildi. 2004 yılında olduğu gibi 2005 yılında da biz Cengizhan Sigorta olarak İç Anadolu bölgesinde bölge birincisi ve profesyonel acentelerde ise Türkiye birincisiydik. Türkiye genelinde Anadolu Sigortanın bin 400 acentesi ve 900 civarında T. İş Bankası şubesinin bulunduğu toplamda 2 bin 300 civarında acentelerden Türkiye birincisinin Konya'mızdan çıkması ve Cengizhan Sigorta'nın bunu layık görülmesi gurur verici. Değişimin yeni yüzü Konya'da sigorta hizmetlerinde ulusal bazda birincilik ödülüne layık görülmek bizleri çok mutlu etti. Değişimin yeni yüzü Konya'da sigorta hizmetlerinde ulusal bazda birincilik ödülüne layık görülmek bizleri çok mutlu etti."

6 Mayıs'ta görkemli bir açılış yapılan Cengizhan Plaza'nın açılışını değerlendiren Cengiz Kahveci, "Bugün geldiğimiz bu noktayı sistemli bir çalışma ve takım ruhunun sonucu. Özveriyle geçmişi gündüzümüze katık. 6 Mayıs'ta açılışını gerçekleştirdiğimiz modern plazamız bu başarının en güzel örneği olmuştur. Bundan sonrası; hedefimiz ve hizmetimiz zirvede bir kurum olarak güveni finansa ermeye devam etmek olacak" diye konuştu.

Toplantıda Cengizhan Sigorta Genel Müdürü Hasan Sarıaç'da bir konuşma yaptı. Sarıaç, şirket olarak Konya'nın gönüllü tarım ilçesi olduklarını ve ilçeyi Konya'nın en iyi şekilde temsil etmek istediklerini söyledi.

ByKanber Basınla Buluştu

Tanıtım hizmetlerine başladığı 2000 tarihinden beri sürekli gelişerek kurusallaşma ve markalaşma stratejileri geliştiren Ajans Alize, sektördeki ilerleyişini ve başarısını anlatmak ve paylaşmak üzere Ajans Alize Toplantı Salonunda, basın toplantısı düzenledi.

Toplantıda Ajans Alize Yönetim Kurulu Başkanı ByKanber, tanıtım faaliyetlerinin gerekliliği, doğru stratejilerle markalaşma ve kurumsallaşma ile ilgili olarak "Hızlı bir değişim içerisinde sürekli gelişen piyasa koşulları ve özellikle pazarların küreselleşmesi, işletmeleri yoğun bir rekabet ortamı içerisinde faaliyet göstermeye zorlamaktadır dedi.

Bu haber 7 kez görüntülendi.

09.07.2007 10:40

Ahmet TAPU
atapu@ hakimiyet.com
Aday tanıtımına aday gösterilmeyen damgasını vurdu...

M. Ali KÖSEOĞLU
Gül temel attı, Bahçeli hesap sordu!

Ahmet AKA
Ilgın'da Hitit Pınarı önünde teyemmüm...

Yukarıçiğil'de Kilim Festivali

Ilgına bağlı Yukarıçiğil Belediyesi'nin düzenlediği Yukarıçiğil Kilim Festivali'nin birincisi coşkulu bir şenlikle kutlandı.

Geleneksel hale getirilecek olan festivalle Çiğil Kilimlerini tüm dünyaya duyurmayı amaç edinen Yukarıçiğil Belediye Başkanı Ali Aksoy "Hizmete talip olduğumuz günden bu güne kadar kanunların bize verdiği görev ve sorumluluklar doğrultusunda, Yukarıçiğil Belediyesi olarak yapacağımız faaliyetlerde önceliklerimizi belirledik. Çözüm üreten öncü bir anlayışla çalışmalarımızı sürdürdük" dedi..

"Orta Asya'dan kalan kültür mirasımız Çiğil Kilimleri'nin halen yaşıyor ve yaşatılıyor olması beldemizin ayrıcalığıdır" diyen Aksoy, "Gelecek nesillere karşı aynı zamanda bir sorumluluktur. Çünkü otantik yapısını bozmadan atalarımızdan kalan bu kilimleri bizim de gelece taşımak gibi bir misyonumuz vardır. Bu amaçla usta ellerin efsanevi dokusu Çiğil kilimlerini gelece taşımak ve yaşatmak için birtakım organizasyonlar başlatmış bulunmaktayız. Dünya markası olr yolunda Çiğil kilimlerinin tescili başta olmak üzere geleneksel hale getireceğimiz Yukarıçiğil kil festivalinin birincisi organizasyonlarımızın ilk ayağını oluşturmaktadır" dedi.

Arama

Ara Gelişmiş Arama

ANADOLU
Manşet
BÖLGE GAZETESİ

web: www.mansetgazetesi.com
e-mail: info@mansetgazetesi.com

Markalaşan kent Konya'da iki marka isim buluştu

Tayfun Talipoğlu ve Bykanber birçok alanda büyük markalar çıkaran Konya'yı ve markalaşmayı konuştu.

Gazeteci ve televizyon yapımcısı Tayfun Talipoğlu, kentlerin markalaşması ile ilgili görüşlerini marka uzmanı Bykanber ile paylaştı. Gazetecilikle başlayan iş hayatına televizyon programcılığı ile devam eden Talipoğlu, Türkiye'nin yedi bölgesinin toprağını çocuk hevesiyle keşfedip aynı heyecanı, izleyicisinin bamteline dokundurarak sunuyor. Duygusal ve renkli kişiliği ile samimi sohbetlerin yaratıcısı olarak gönüllere seslenen Talipoğlu, markalaşma uzmanı Bykanber ile kentlerin markalaşması üzerine uzun soluklu bir sohbet gerçekleştirdi. Büyük şehirlerdeki marka rekabetinin, Anadolu'da da markalaşmayı tetiklediğini söyleyen Bykanber, son birkaç yıl öncesine kadar, Anadolu'da özellikle Konya'da "Marka" kavramına çok farklı bakıldığını, markalaşmanın, marka bilinirliği yerine ürünün özentisiz bir şekilde ön plana çıkartıldığını belirtti. kurumlara anlatırken kalıplaşan fikirleri kırmada oldukça zorlandıklarını dile getiren Bykanber, kurumların markayı geleceğe yapılan yatırım olarak algılamada, geldikleri noktayı bir mucize olarak değerlendirdi. Marka oluşturma ve markalaşma alanlarında Türkiye genelindeki ulusal firmalarla çalıştıklarını söyleyen Bykanber, Anadolu'da markanın değerinin yeni yeni anlaşılmaya başlamasında büyük katkıları olduğunu dile getirdi.

Bykanber'in Anadolu'nun global gelişime ayak uydurmada batıya göre daha yavaş olduğu fikrini paylaşan Talipoğlu, Anadolu kentleri ağırlıklı olmak üzere yaptığı program tecrübelerine dayanarak bu düşünceyi desteklediğini belirtti.

Talipoğlu, uluslar arası bir marka olma niteliğine sahip kurumların ancak doğru stratejilerle devleşebileceklerini söyledi. Anadolu'da ve özellikle Konya'da bunu gerçekleştirebilecek kişinin markalaşma alanında tecrübeli bir uzman olması gerektiğini belirten Talipoğlu, Anadolu'da bu misy-

Kilim Festivali coşkulu geçti

Ilgın'a bağlı Yukarıçiğil Belediyesi ile Ajans Alize'nin organize ettiği Yukarıçiğil Kilim festivalinin birincisi önceki gün coşkulu bir şenlikle kutlandı

Geleneksel hale getirilecek olan festivalle Çiğil Kilimlerini tüm dünyaya duyurmayı amaç edinen Yukarıçiğil Belediye Başkanı Ali Aksoy, "Hizmete talip olduğumuz günden bu güne kadar kanunların bize verdiği görev ve sorumluluklar doğrultusunda, Yukarıçiğil Belediyesi olarak yapacağımız faaliyetlerde önceliklerimizi belirledik. Çözüm üreten öncü bir anlayışla çalışmalarımızı sürdürdük. Yukarıçiğil Belediyesi olarak bize verilen sorumluluğun her zaman bilincinde olduk" dedi.

Yukarıçiğil yöresi farklılıklarının aynı zamanda zenginlikleri olduğuna değinen Aksoy, "Orta Asya'dan kalan kültür mirasımız Çiğil Kilimleri'nin halen yaşıyor ve yaşatılıyor olması beldemizin ayrıcalığıdır. Gelecek nesillere karşı aynı zamanda bir sorumluluktur. Çünkü otantik yapısını bozmadan atalarımızdan kalan bu kilimleri bizimde geleceğe taşımak gibi bir misyonumuz vardır. Dünya markası olma yolunda Çiğil kilimlerinin tescili başta olmak üzere geleneksel hale getireceğimiz Yukarıçiğil kilim festivalinin birincisi organizasyonlarımızın ilk ayağını oluşturmaktadır" diye konuştu.

Festivalin organizasyonu gerçekleştiren Ajans Alize Yönetim Kurulu Başkanı Mevlüt Kanber de Çiğil kilimlerinin markalaştırmayı amaçladıklarını söyledi. Çiğil kilimlerini uluslararası arenada tanıtımının ilk aşaması olarak belirlenen bir özelliği ile Guines Rekorlar kitabına aday gösterdiklerini ifade eden Kanber, "ByKanber olarak Ajans Alize'nin yaratmış olduğu marka adamı tiplemesiyle ajans vizyonunu elini değdiği her kurumu-ürünü markalaştırması, marka yaratma gücünü ifade etmektedir" diyerek konuşmasını bitirdi.

Bu fırsatı kaçırma !

29 Eylül 2007
Cumartesi

- ANA SAYFA
- GÜNCEL
- KENT
- BÖLGE
- YAŞAM
- EKONOMİ
- SPOR
- POLİTİKA
- SAĞLIK
- EĞİTİM
- KÜLTÜR - SANAT
- HABERÖTESİ
- BİLİM-TEKNOLOJİ
- SERİ İLANLAR

Anket

Konya'daki Yazılı ve Görsel Basından Memnunmusunuz ?

Memnun Değilim ?(76%)
Evet Memnunum(24%)

Oyla | Sonuçlar
200 kişi oyladı.

Piyasalar

Dolar Alış	1,2048 YTL
Dolar Satış	1,2106 YTL
Euro Alış	1,7086 YTL
Euro Satış	1,7168 YTL

Köşe Yazıları

Kan ve gül gülle diken...
Zafer VAROL

Çumra Tarımın Başkenti Olmalıdır
Mustrafa ARSLAN

Gavur Yapmaz!
Temuçin SÖNMEZ

Sizin de Bir Sınıfınız Olsun
Tevfik PEKÇAK

"Markalaşma Şart!"

Markalaşma Uzmanı ByKanber, "KOBİ başkenti Konya başta olmak üzere Anadolu'nun birçok kentinde markalaşma ve kurumsallaşma faaliyetlerine müteşebbislerin gerekli desteği ve yatırımları yapmasını istiyorum" dedi.

Kurumsallaşma ve Markalaşma Uzmanı Mevlüt Kanber, tescilli ismiyle ByKanber, Anadolu'da markalaşmadaki son durumu değerlendirdi.

ByKanber, Anadolu'nun sahip olduğu kültürel ve tarihi zenginliklerle büyük bir potansiyeli barındırmasına rağmen Anadolu'daki müteşebbislerin bu gücü tam olarak kullanamadığını ve markalaşamadığını söyledi.

Türk Patent Enstitüsü (TPE)'de kayıtlı 170 bin ürün markası bulunduğunu ancak bu markaların arasında Anadolu ve Konyalı markaların çok fazla yer almadığının altını çizen ByKanber, konuyla ilgili şunları söyledi:

"Anadolu sahip olduğu kültürel ve tarihi zenginliklerle büyük bir potansiyeli barındırıyor. Ne var ki bu potansiyeli tüm dünyaya sunabilecek bir ürün ve hizmet olarak çıkamıyor. Anadolu'daki müteşebbislerin bu gücü kullanmalarını üretim ve hizmetlerinde bu potansiyeli açığa çıkarmalarını bekliyoruz. Üretilen mal ve hizmetlerin yüksek kar marjına ulaşmaları için markalaşmaları gerekmektedir.

TPE'de kayıtlı 170 bin ürün markası bulunuyor. Bunların içinden uluslararası globalleşen marka değeri yüksek henüz bir marka üretemedik. Uluslararası çıkardığımız markalarımızda henüz marka değeri çok yüksek değildir. Konya'ya KOBİ başkenti sanayi ve üretimin başkenti diyoruz; ama hala tekstil firmalarının birçoğu dünyaca ünlü markalara fason üretim yapıyoruz. (puma, Mercedes. Volvo gibi) çünkü fason üretmek pazarlama iletişimi ve markalaşma stratejileri için gerekli yatırım maliyetlerinden kaçıyoruz. Bu yüzden uluslararası global marka yaratamıyoruz. Bu da ülke ekonomisini ve gelecekteki maddi kültürümüzü olumsuz etkiliyor. Kısa vadeli çözüm yolları arıyoruz, uzun vadeli yatırımlar yapmıyoruz.

KOBİ başkenti Konya başta olmak üzere Anadolu'nun birçok kentinde markalaşma ve kurumsallaşma faaliyetlerine müteşebbislerin gerekli desteği ve yatırımları yapmasını istiyorum. Kurumsallaşma faaliyetlerini doğru stratejilerle istikrarlı bir şekilde yürütmeleri gerekmektedir. Bunun için bir uzmanın, markalaşma danışmanının bilgilerine başvurmalarını istiyorum. Gelecekte Anadolu da yerelden ulusala, uluslararası değeri olan dünyada güçlü Türk markalarını oluşturacağımıza inanıyorum. Marka bilinirliği ve gücü deyimi markalar şu kriterlerle ölçülmelidir; Pazar payı, dağıtım gücü, marka bilinirliği, algılanan kalite, fiyatlandırma gücü, sosyal fayda, liderlik popülerlik, marka vaadi, marka kişiliği, marka müşteri bağımlılığı gibi."

Çok Okunanlar

Şüpheli Ölüm
4 Bin Sahte Altını Yolda Bulmuş
Başbakan Erdoğan'ın ABD Temasları
Bakan Tüzmen'den Japon İş adamlarına Çağrısı
Konya'da Laptop İzdihamı
Katilin Cezası 25'Yıldan Müebbete Çevrildi
Konyaspor,Ünal Karaman'la Prensipte Anlaştı
Karakolluk Küheylan
Su Seviyesi Düşünce Gezinti Yatı Göl Saplandı
Kuraklık Elmayıda Vurdu

Çok Yorumlananlar

Az Kalsın Canından Oluyordu
Konya Fuar Merkezi Oldu
Ereğli Emniyeti'nden Çete Operasyonu
Büyükşehir'den Eğitime Destek
Selçuk Teknolojide İlk 3 te
Konya'da İlk Defa Buz Pateni Yapıldı
Tarihe Yenik Düşen Meslekler
Konyaspor'Un Yeni Teknik Direktörü Ünal
Su Seviyesi Düşünce Gezinti Yatı Göl Saplandı
Konya'daki Kanlı Soygun

Talipoğlu ve Bykanber markalaşmayı konuştu

TAYFUN Talipoğlu ve BYKANBER birçok alanda büyük markalar çıkaran Konya'yı ve markalaşmayı konuştu. Az giden, uz giden dere tepe düz giden Tayfun Talipoğlu kentlerin markalaşması ile ilgili görüşlerini marka uzmanı BYKANBER ile paylaştı. Gazetecilikle başlayan iş hayatına Tv programcılığı ile devam eden Talipoğlu, Türkiye'nin yedi bölgesinin toprağını çocuk hevesiyle keşfedip aynı heyecanı, izleyicisinin bamteline dokundurarak sunmayı bilen bir usta. Duygusal ve renkli kişiliği ile samimi sohbetlerin yaratıcısı olarak gönüllere seslenen Talipoğlu, markalaşma uzmanı BYKANBER ile kentlerin markalaşması üzerine bir sohbet gerçekleştirdi.

Büyük şehirlerdeki marka rekabetinin, Anadolu'da da markalaşmayı tetiklediğini söyleyen BYKANBER, son birkaç yıl öncesine kadar, Anadolu'da özellikle Konya'da "Marka" kavramına çok farklı bakıldığını, markalaşmanın, marka bilinirliği yerine ürünün özentisiz bir şekilde ön plana çıkartıldığını belirtti. Talipoğlu, uluslararası bir marka olma niteliğine sahip kurumların ancak doğru stratejilerle devleşebileceklerini söyledi. Anadolu'da ve özellikle Konya'da bunu gerçekleştirebilecek kişinin markalaşma alanında tecrübeli bir uzman olması gerektiğini belirten Talipoğlu, Anadolu'da bu misyonu üstlenen BYKANBER'i desteklediğini söyledi.

Marka'kavramına farklı bakıyoruz

Tayfun TALİPOĞLU ve BYKANBER birçok alanda büyük markalar çıkaran Konya'yı ve markalaşmayı konuştu. Az giden, uz giden dere tepe düz giden Tayfun TALİPOĞLU kentlerin markalaşması ile ilgili görüşlerini marka uzmanı BYKANBER ile paylaştı. Gazetecilikle başlayan iş hayatına Tv programcılığı ile devam eden TALİPOĞLU, Türkiye'nin yedi bölgesinin toprağını çocuk hevesiyle keşfedip aynı heyecanı, izleyicisinin bamteline dokundurarak sunmayı bilen bir usta. Duygusal ve renkli kişiliği ile samimi sohbetlerin yaratıcısı olarak gönüllere seslenen TALİPOĞLU, markalaşma uzmanı BYKANBER ile kentlerin markalaşması üzerine uzun soluklu bir sohbet gerçekleştirdi. Büyük şehirlerdeki marka rekabetinin, Anadolu'da da markalaşmayı tetiklediğini söyleyen BYKANBER, son birkaç yıl öncesine kadar, Anadolu'da özellikle Konya'da "Marka" kavramına çok farklı bakıldığını,

ByKanber: Marka geniş kitlelere ulaşmanın sihirli anahtarı

ByKanber, başta Konya olmak üzere 1995- 2006 yılları arasında Türkiye'nin farklı illerinde farklı alanlardaki birçok firmaya Ajans Alize çatısı altında marka danışmanlığı yaparak bu alandaki tecrübesini profesyonelleştirdi. Türkiye'de birçok ürün ve hizmeti ulusala taşıyacak markalaşma projeleri üretti. ByKanber'e göre marka, modern ekonominin ve iş dünyasının en büyük icadı. Tek bir kelime ya da sloganla geniş hedef kitlelere ulaşmanın ve onların gözdesi olmanın sihirli anahtarıdır. Farklı hizmet anlayışı ve projeleriyle başarılı çalışmalarına devam eden ByKanber, Ajans Alize'ye modern stratejiler kazandırarak faaliyetlerine devam ediyor. Son dönemdeki projeleri ile birçok büyük markanın ilgisini çeken ByKanber, hedef kitle tarafından aranan bir marka uzmanı olarak hizmet vermeye devam ediyor. ByKanber, Türkiye de markalaşma ve kurumsallaşma alanında kendini kanıtlamış, birçok kurum ve kuruluşa ve kuruluş temsilciliklerine bilimsel bilgiye ve gerçeğe dayalı stratejiler geliştiriyor. ByKanber, markalaşma ve markalamayla ilgili var olan bilgi birikimini ve tecrübesini Türkiye gerçekleriyle de harmanlayarak başarılı ve marka değeri yüksek Türkiye markalarını globalleştiriyor. ByKanber, Tayfun Talipoğlu ile geçen günlerde yaptığı uzun sohbette bir çok alanda büyük markalar çıkartan Konya'yı ve markalaşmayı konuştu. Sohbette düşüncelerini anlatan Bykanber, büyükşehirlerdeki marka rekabetinin, Anadolu'da da markalaşmayı tetiklediğini söyledi. ByKanber, son birkaç yıl öncesine kadar, Anadolu'da özellikle Konya'da "Marka" kavramına çok farklı bakıldığını, marka yerine ürünün ön plana çıkartıldığını belirtti. Markalaşmanın kalite ve liderlik olduğunu kurumlara anlatırken kalıplaşan fikirleri kırmada oldukça zorlandıklarını dile getiren ByKanber, kurumların markayı geleceğe yapılan yatırım olarak algılıyor ve geldikleri noktayı bir mucize olarak değerlendiriyor.

Profesyonel, stratejiler üretir

Ticari ve kurumsal firmaların tercih ettiği profesyonel reklam ajanslarını geçtiğimiz seçim döneminde siyasi partiler ve milletvekili adayları farklı tanıtım kampanyalarıyla değerlendirdi.

Hedef kitleye en etkili şekilde ulaşmak için profesyonel reklam ajansları ile çalışan siyasi partiler seçim döneminde caddeleri bayrak ve afişlerle süslemek yerine farklı kampanyalarla hedef kitleye ulaşmaya çalıştılar.

Konuyla ilgili gazetemize bilgi veren Ajans Alize Yönetim Kurulu Başkanı Mevlüt Kamber, 22 Temmuz Milletvekili Seçimleri geride kalırken seçim öncesi yaşana siyasi çekişmeler, Cumhurbaşkanlığı krizi ve terör olaylarının siyasi partiler tarafından propaganda aracı olarak kullanılması bu seçimlere damgasını vuran gelişmeler olarak karşımıza çıktı. Bununla birlikte 22 Temmuz Seçimlerinin diğer önemli yanı ise siyasal iletişim kampanyalarının en etkin şekilde kullanıldığı süreç olma özelliği taşıması. Geçmişte seçim öncesi şehir merkezlerli ile birlikte cadde ve mahalleleri dahi parti bayrakları lider ve milletvekili aday posterleri ile süsleyen siyasi partiler bu seçimde yine stratejilerle oy kullanacak vatandaşı etkilemeye çalıştı. Sadece şehir merkezi ve önemli caddeleri parti bayrakları ve posterleri ile süsleyen siyasi partiler, daha önce kitle iletişim araçları siyasal kampanyalar ve birebir görüşmelere ağırlık verdi.Bir çok siyasi parti ve bağımsız aday, seçim çalışmalarının profesyonel reklam ajansları ile etkili bir şekilde gerçekleştirdi.Siyasal iletişim uzmanları da siyasetçilerinin artık çağdaş seçim kampanyalarına ağırlık verdiğine işaret ederek bu ağırlığın önümüzdeki dönem verel seçimlerde daha cok hissedileceği

gün arttığını belirten Ajans Alize Yönetim Kurulu Başkanı BvKamber (Mevlüt Kam-

Markalaşma Uzmanı ByKanber, KOBİ başkenti Konya başta olmak üzere Anadolu'nun birçok kentinde müteşebbislerin markalaşma ve kurumsallaşma faaliyetlerine destek olmalarını ve yatırım yapmalarını istedi

Tevfik PEKÇAK

Kurumsallaşma ve Markalaşma Uzmanı Mevlüt Kanber, tescilli ismiyle ByKanber, YENİ MERAM'a Anadolu'da markalaşmadaki son durumu değerlendirdi.

ByKanber, Anadolu'nun sahip olduğu kültürel ve tarihi zenginliklerle büyük bir potansiyeli barındırmasına rağmen Anadolu'daki müteşebbislerin bu gücü tam olarak kullanamadığını ve markalaşamadığını söyledi.

KONYA MARKASI AZ

Türk Patent Enstitüsü (TPE)'de kayıtlı 170 bin ürün markası bulunduğunu ancak bu markaların arasında Anadolu ve Konyalı markaların çok fazla yer almadığının altını çizen ByKanber, "Anadolu sahip olduğu kültürel ve tarihi zenginliklerle büyük bir potansiyeli barındırıyor. Ne var ki bu potansiyeli tüm dünyaya sunabilecek bir ürün ve hizmet olarak çıkamıyor. Anadolu'daki müteşebbislerin bu gücü kullanmalarını üretim ve hizmetlerinde bu potansiyeli açığa çıkarmalarını bekliyoruz. Üretilen mal ve hizmetlerin yüksek kar marjına ulaşmaları için markalaşmaları gerekmektedir" diye konuştu.

BayKanber, TPE'de kayıtlı 170 bin ürün markasının bulunduğunu belirten ancak bunların içinden globalleşen marka değeri yüksek henüz bir marka üretilemediğine dikkat çekerek şöyle devam etti:

ULUSLAR ARASI MARKA YARATAMIYORUZ

"Uluslararası çıkardığımız markalarımızda henüz marka değeri çok yüksek değildir. Konya'ya KOBİ başkenti sanayi ve üretimin başkenti diyoruz; ama hala tekstil firmalarının birçoğu dünyaca ünlü markalara fason üretim yapıyoruz. (puma, Mercedes. Volvo gibi) çünkü fason üretmek pazarlama iletişimi ve markalaşma stratejileri için gerekli yatırım maliyetlerinden kaçıyoruz. Bu yüzden uluslararası global marka yaratamıyoruz. Bu da ülke ekonomisini ve gelecekteki maddi kültürümüzü olumsuz etkiliyor. Kısa vadeli çözüm yolları arıyoruz, uzun vadeli yatırımlar yapmıyoruz."

DOĞRU STRATEJİLERLE KURUMSALLAŞMA

KOBİ başkenti Konya başta olmak üzere Anadolu'nun bir çok kentinde markalaşma ve kurumsallaşma faaliyetlerine müteşebbislerin gerekli desteği vermesini ve yatırımlar yapmasını isteyen ByKanber, "Kurumsallaşma faaliyetlerini doğru stratejilerle istikrarlı bir şekilde yürütmeleri gerekmektedir. Bunun için bir uzmanın, markalaşma danışmanının bilgilerine başvurmalarını istiyorum. Gelecekte Anadolu da yerelden ulusala, uluslararası değeri olan dünyada güçlü Türk markalarını oluşturacağımıza inanıyorum. Marka bilinirliği ve gücü deyimi markalar şu kriterlerle ölçülmelidir; Pazar payı, dağıtım gücü, marka bilinirliği, algılanan kalite, fiyatlandırma gücü, sosyal fayda, liderlik popülerlik, marka vaadi, marka kişiliği, marka müşteri bağımlılığı gibi" ifadelerini kullandı.

Beyşehir'de hamallar geçim sıkıntısı içinde

Beyşehir ilçesinde hamaliye işleri yapanlar kazançlarının azlığından ve sosyal güvenceden yoksun olmalarından yakınıyor. Şehir mer-

Stratejiler yenilendi

Siyasi partiler bu seçim döneminde caddeleri bayrak ve afişlerle süslemek yerine, mesajını hedef kitleye en etkili biçimde göndermek için profesyonel reklâm ajanslarıyla çalıştı

22 Temmuz Milletvekili Seçimleri geride kaldı. Seçim öncesi yaşanan siyasi çekişmeler, Cumhurbaşkanlığı krizi ve terör olaylarının siyasi partiler tarafından propaganda aracı olarak kullanması bu seçimlere damgasını vuran gelişmeler olarak tarihe geçti. Bununla birlikte 22 Temmuz seçimlerinin bir diğer önemli yanı ise siyasal iletişim kampanyalarının en etkin şekilde kullanıldığı süreç olma özelliği taşıması.

Geçmişte, seçim öncesi şehir merkezleriyle birlikte cadde ve mahalleleri dahi parti bayrakları, lider ve milletvekili aday posterleri ile süsleyen siyasi partiler, 22 Temmuz seçimlerinde yeni stratejilerle oy kullanacak vatandaşı etkilemeye çalıştı.. Sadece şehir merkezini ve önemli caddeleri parti bayrakları ve posterlerle süsleyen siyasi partiler, daha çok kitle iletişim araçları, siyasal kampanyalar ve birebir görüşmelere ağırlık verdi.

Birçok siyasi parti ve bağımsız aday, seçim çalışmalarını profesyonel reklâm ajanslarıyla etkili bir şekilde yürüttü. Siyasal iletişim uzmanları da, siyasetçilerin artık çağdaş seçim kampanyalarına ağırlık verdiğine işaret ederek, bu ağırlığın önümüzdeki dönem yerel seçimlerde daha çok hissedileceği mesajını verdi.

Konya Bağımsız Milletvekili Adayı Ali Gürbüz Dayıoğlugil'in seçim çalışmalarını yürüten Ajans Alize, reklamları ile dikkatleri çekmişti.

SEÇİM KAMPANYALARINI REKLÂM AJANSLARI YÜRÜTÜYOR

Siyasal seçim kampanyalarına örnek olarak verilebilecek halkla ilişkiler çalışmalarından en dikkat çeken 'marka fabrikası' olarak ifade eden Ajans Alize'nin yürüttüğü seçim kampanyası ile dikkatleri üzerine çeken Bağımsız Aday Ali Gürbüz Dayıoğlugil, seçim sonrası meclise gidecek yeterli oyu alamadı ancak, bir marka olarak hafızalarda kaldı. dikkat çeken halkla ilişkiler çalışması olarak büyük beğeni kazandı.

Türkiye'de seçim kampanyalarında gelinen nokta ve markalaşma konusunda reklâm ajanslarına olan ilginin her geçen gün arttığını belirten Ajans Alize Yönetim Kurulu Başkanı seçimlerde bu ilginin daha da artacağını söyledi. Seçim kampanyalarını ve halkla ilişkiler çalışmalarını yürüttükleri Konya Bağımsız Adayı Ali Gürbüz Dayıoğlugil'in bir marka haline geldiğini anlatan ByKamber, partilerin ve adayların artık seçim

ğını söylüyor. Ajans Alize olarak Türkiye'de ilk kez 'Seçim Paketi' uygulaması ile seçim kampanyalarının nasıl olması gerektiği konusunda adaylara hizmet verdiklerini anlatan ByKamber, bu doğrultuda kurumsal kimlik yönetiminde bilimsel bilgiy

Marka fabrikası Ajans Alize

Geçtiğimiz günlerde billboardlarda yer alan 'ByKamber Elini Değdiği Herkesi Markalaştırıyor' reklâmlarıyla dikkatleri üzerine çeken Ajans Alize, marka fabrikası olma yolunda önemli başarılara imza atıyor. Türkiye'de ilk kez 'Seçim Paketi' uygulaması ile seçim kampanyalarının nasıl olması gerektiği konusunda adaylara hizmet veren Ajans Alize, Konya Bağımsız Milletvekili Adayı Ali Gürbüz Dayıoğlugil'in de seçim çalışmalarını üstlenerek yaptığı reklâmlarla dikkatleri üzerine çekmişti.

MARKA FABRİKASI AJANS ALİZE'DEN KAZANDIRAN PAKETLER

Tanıtım hizmetlerine başladığı 2000 tarihinden beri sürekli gelişerek kurumsallaşma ve markalaşma stratejileri geliştiren Ajans Alize, sektördeki ilerleyişini ve başarısını düzenlediği basın toplantısı ile kamuoyuna açıkladı.

Ajansın binasında düzenlenen toplantıya seçim kampanyaları ile dikkatleri çeken ve Ajans Alize ile çalışan Konya Bağımsız Milletvekili Adayı Ali Gürbüz Dayıoğlugil de katıldı.

Burada basın mensuplarına ajans ve faaliyetleri hakkında bilgi veren Ajans Alize Yönetim Kurulu Başkanı ByKamber, kurumsal kimlik yönetiminde bilimsel bilgiyi etkin bir şekilde kullanmak üzere Ar-Ge çalışmalarını alanında uzman kişilerin desteğiyle sürekli geliştirmekte olan ajansın firmaların kurumsal kimlik ile ilgili sorunlarına profesyonel yöntemlerle kalıcı çözümler sunduğunu söyledi. Ajans Alize'nin kurumsal kimlik konusunda firmaların mevcut durum değerlendirmesini yaptığını anlatan ByKamber, kurumların gelişmişlik yapılarına göre dört ayrı kurumsallaştırma ve markalaştırma paketi ürettiklerini ve bu paketler ile elini değdiği kurumu markalaştırdıklarını belirtti. Ajansın firmaların ihtiyaç duydukları hizmetlerin kriterlerini belirlemekte ve Sizenet markasıyla birbirinden farklı dört kurumsal kimlik paketin firmanın yapısına uygun hizmet stratejisi geliştirerek uyguladığını aktaran ByKamber, "Yine gündemin öncelikli konularıyla ilgili olarak seçim sürecinde adayların bilimsel bilgiye dayalı seçim kampanyası yürütmeleri için oluşturduğu kazandıran seçim paketleriyle doğru stratejileriyle bir seçim kampanyasının nasıl olması gerektiği konusunda adaylara hizmet veriyoruz" diye konuştu. Sektöre farklı bakış açısından dolayı sürekli bir büyüme gösteren Alize Ajans, faaliyet alanıyla ilgili olarak uzmanlaşmış insanlarla çalıştığını belirten ByKamber, ajans olarak Türkiye'de kurum ve kuruluşların ihtiyaç duyduğu kurumsal kimlik çalışmalarını yürütmede büyük ilerleme kaydettiklerini ifade etti.

BUGÜNE KADAR 40 ULUSAL MARKA OLUŞTURDULAR

Geliştirdikleri marka stratejileriyle bugüne kadar oluşturmuş oldukları 40 ulusal markanın yanı sıra birlikte çalıştıkları ve markalaştırdıkları 100'ün üzerinde firmayı bunun göstergesi olarak sunan ByKamber, şöyle devam etti: "Ajans Alize, doğru stratejiler geliştirerek sektörde farklılığını ortaya koymakta ve kendisi de yerelden ulusala taşınmış bir marka olmanın mutluluğuyla hizmetlerine devam etmektedir. ByKamber olarak ortaya koyduğu marka adamı tiplemesiyle ajans vizyonunu elini değdiği her kurumu-ürünü markalaştırması marka oluşturma gücünü ifade etmektedir."

ATSO'da markalama semineri

Afyonkarahisar Ticaret ve Sanayi Odası'nda (ATSO) Marka İsim Uzmanı 'BayKAMBER' olarak tanınan Mevlüt Kamber tarafından markalaşma üzerine seminer verildi.

Türkçe İsim Enstitüsü Derneği (İSİMDER) ve ATSO işbirliği ile Evrensel Marka, Evrensel Marka İsim Nedir, Nasıl Oluşturulur? Evrensel Marka Oluşturma Kriterleri ve Faydaları, Evrensel Marka Konumlandırma, Marka Tutundurma, Marka Koruma Stratejileri, Marka Yönetimi ve Evrensel Markalaşma ile ilgili bir seminer gerçekleştirildi. Dün saat 14.00'da gerçekleşen seminer ATSO Toplantı salonunda gerçekleşti. Marka İsim Uzmanı 'BayKAMBER' olarak tanınan Mevlüt Kamber'in konuşmacı olarak katıldığı seminere ilgi yoğun oldu.

"MARKALAŞMADA TÜRKÇE'Yİ KULLANALIM"

Seminer öncesi Gazete 3'e konuşan Kamber, markalaşmaya giderken Türkçenin kullanılmasına değindi. Türk kültürünü yansıtan markalaşmanın hem dilimize hem de kültürümüze büyük katkı sunacağını kaydeden Kamber, şunları söyledi; "Lezzetin ve termalin diyarı olan Afyon'da olmaktan büyük mutluluk duydum. Buraya evrensel iletişim mahiyetlerine uyumlu marka isminin oluşturulması, konumlandırılması ve markanın yönetilerek evrensel kriterde markalaşmanın sağlanmasını anlatmak için geldim. Bugünkü konferansımızda bu bilgiler ışığında bilimsel bir konferans vereceğim. Markalaşma büyük bir kültür aslında. Bu kültürde dilimizi kullanmazsak dilimizin gelişmesini de engelleriz. Markalaşma noktasında kullandığımız kelime, kullandığımız melodi Türkçe imla kurallarına uyarsa ve Türkiye kültürüne uyan bir değerde markalaşırsak hem dilimizin ve kültürümüzün gelişmesine katkıda bulunuruz. Hem de doğru bir şekilde markalaşarak Türkiye ekonomisine katkı sağlamış oluruz" >>>Nail Azbay

STAR · Milliyet · MİLLİGAZETE · SABAH · Hürriyet · VATAN · AKSAM · Yeni Şafak · HABER TÜRK · Türkiye · akit · Radikal · Takvim · Cumhuriyet · Vakit · GÜNEŞ · POSTA

O BİR MARKA, O BİR MARKA İSİM BABASI

O'NUN ÖDÜLLERİ VARI

Sevgili Marka Dostlar;

Bu hafta sizlere sihirli parmaklarıyla elinin değdiğini markalaştıran Sayın nam-ı diğer **BayKAMBER**'i tanıtmak istiyorum. Ben kim olduğunu, yaptığı işi bir hayli merak ettim. Eminim ki sizlerde merak etmişsinizdir. Bu yüzden **BayKAMBER**'i kendisinden dinlemek, tanımak istiyorum.

O BİR MARKA! Size TÜRKİYE'NİN İLK ADI TESCİLLİ MARKA İSİM VE MARKALAŞMA UZMANI, MARKA İSİM BABASI BayKAMBER diyorlar. Evet BayKAMBER kimdir ve MARKALİZE REKLAM AJANSINDAN bahseder misiniz?

Ben BayKAMBER. Söylediğiniz gibi Türkiye'nin ilk adı tescilli marka isim ve markalaşma uzmanıyım. 1995 yılı başlarında marka isim ve markalaşma üzerine çalışmalarıma başladım ve bugüne değin aldığım eğitim ve yılların verdiği bilgi birikimi ile merkez İstanbul olmak üzere Konya'da da ajansım Markalize İsim Fabrikası'nda evrensel marka isim oluşturma, kurumsallaştırma, tanıtım, reklam ve markalaşma alanlarında hizmet vermekteyim. Türkiye'de ve yurt dışında sayısız birçok markanın evrensel marka isim oluşturma ve marka yönetimini yaptım. Markaların isim babalığını yapmanın yanında markalara ve kurumlara slogan, pazarlama iletişim danışmanlığı, kurumsal kültür yönetimi, marka konumlandırması, marka koruma stratejileri ve marka tescil işlemleri gibi birçok alanda markalaşma hizmetleri vermekteyim.

Yakın zamanda İstanbul Büyükşehir Belediyesi'ne bağlı olan İstanbul Ulaşım A.Ş. ve Metro'nun marka danışmanlığını yapmaya başladım. Ajansım Markalize'nin temel hedefleri vardır. Bu hedefler markayı evrensel platformda tanıtmak, geliştirmek, konumlandırmak; kısacası profesyonel hizmetler sunmak ve müşterilerinin güvenini kazanmaktır. Bu vizyonu temel alan Markalize, her geçen gün başarı çıtasını yükseltmektedir.

- **Yakın zamanda DÜNYANIN VE TÜRKİYE'NİN İLK TÜRKÇE İSİM ENSTİTÜSÜ DERNEĞİ'Nİ İSİMDER'i kurarak önemli bir ilke imza attınız. Neden böyle bir dernek kurmaya karar verdiniz? Derneğinizin faaliyetlerinden ve projelerinden bahseder misiniz?**

Dış mekanda gözümüzü gezdirdiğimizde en basitti tabelalarda, billboardlarda Türkçe isimlerden çok yabancı sözcüklerden oluşan cümleleri, isimleri görmekteyiz. Türk evladı olarak bu durum beni rahatsız etmeye başlamıştı. Size yaşadığım bir olaydan bahsedeyim. Marka üzerine çalışmak amacıyla bir dönem yurtdışında bulundum. Bulunduğum ülkede; caddelerde, alışveriş merkezlerinde, sokaklarda hiçbir yerde Türkçe isme, sözcüğe rastlamadım. Kıyaslama yaptım ve ortaya çıkan sonuçtan dolayı üzüldüm. Benim ülkemde yüzlerce yabancı sözcüğe, isme rahatlıkla rastlanır; ama orada Türkçe isme, sözcüğe rastlamak imkansız. Oktay Sinanoğlu'nun "Bye Bye Türkçe" isimli kitabında yazdığı gibi ülkede Türkçe isme, sözcüğe rastlamak yalnızca rüyada mümkündü. Bunun dışında gerek Başbakanımızın gerek yetkililerin gerekse halkın tepkileri derneğin kurulma sürecini hızlandırdı. Derneğimiz, Türkçemizin ithal kelimeler ile yozlaşmasına izin vermemek adına faaliyetlerini gerçekleştirmektedir. Bunlardan ilki; "Türkçe İsimler Tarihinin Rehberi Marka Geleceğimizin Sahibi"dir. Bunun dışında Türkiye'ye ait markaları, uluslararası pazarda tanıtan belgelendirme işareti ve Bu İsme İtirazım Var projelerimizden yalnızca birkaçıdır.

- **Ülkemiz ve Türkçemiz açısından böylesi mühim bir konu üzerinde itina ile durmaktasınız. DÜNYANIN VE TÜRKİYE'NİN İLK TÜRKÇE İSİM ENSTİTÜSÜ DERNEĞİ'nin kurucusu ve başkanı BayKAMBER olarak neler söylemek istersiniz?**

Derneğimiz, Markalize Ajans ve ben BayKAMBER olarak **"Her Zaman, Her Yerde TÜRKÇE"** misyonu ile faaliyetlerimizi gerçekleştirmekteyiz. Türkçe dilbilgisine, Türkiye kültürüne ve evrensel iletişim kriterlerine uygun yeni marka isimleri oluştururarak; uluslararası pazarda Türkçe isimlerden, sözcüklerden oluşan Türkiye evrensel markalarını oluşturmak ve bu markaları desteklemek amacındayız. Türkçe' ye ve Türkiye'ye değer veren herkesin derneğimize desteklerini bekliyoruz.

- **Sayın BayKAMBER, bugüne kadar aldığınız ödülleriniz bir hayli var. Bu ödüllerinizden okurlarımıza bahseder misiniz?**

Teşekkürler Hasip Bey. İsim oluşturma ve logo tasarım alanlarında söylediğiniz gibi ödüller aldım. Bu ödüllerden bir kaçını söylemek gerekirse yakın zamanda Afyonkarahisar Valiliği, Afyonkarahisar İl Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü, Sultandağı Kaymakamlığı, Sultandağı Belediyesi ve Afyon Kocatepe Üniversitesi Sultandağı Meslek Yüksek Okulu'nun desteklerinde düzenlenen marka isim oluşturma yarışmasında "TADİKİ" marka ismiyle birincilik ödülünü, Orman ve Su İşleri Bakanı Prof. Dr. Veysel EROĞLU' undan aldım. Bolu Valiliği İl Sosyal Etüt ve Proje Müdürlüğü AB Koordinasyon Merkezi tarafından düzenlenen logo tasarım yarışmasında ise yine birincilik ödülünü aldım. Başbakanımız Sayın Recep Tayyip ERDOĞAN' dan onur ödülünü aldım.

Evrensel Marka İsmi Oluşturma Markalaşma, Kurumsallaşma ve Marka Tescil Paketlerimiz

Markalaşma yolunda markanızı konumlandırmak, markanızı tutundurmak ve marka kurum kimliğinizi oluşturmak için evrensel markalaşma paketlerimizden faydalanın.

TÜRKİYE'NİN ve DÜNYANIN İLK TÜRKÇE İSİM ENSTİTÜSÜ

BayKAMBER® Marka İsim Uzmanı · markalize

www.baykamber.com - www.isimder.org.tr
www.markalize.com - marka@markalize.com

0 542 490 60 44 - 0 850 270 02 30
0 212 595 08 92 - 0 332 350 64 59

Merhabahaber

Yabancı isim hayranlığı son bulmalı

18 Aralık 2013 Çarşamba günü Konya Dernekler Müdürlüğü'ne yapılan başvuru ile tüzel kişilik kazanan dünyanın ve Türkiye'nin ilk Türkçe İsim Enstitüsü Derneği (İSİMDER) Mevlana Şehri Konya'da açılıyor. Açılış töreniyle ilgili gazetemiz Merhaba'yı ziyaret eden İSİMDER Başkanı Mevlüt Kanber, dernek faaliyetleriyle ilgili Merhaba Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Kerem İşkan'ı bilgilendirdi.

Ziyarette konuşan Kanber, "Türkçemiz geleceğini riske atan sosyopolitik çekişmelere sahne olmuş; tehlikeli süreçlerin hedefi haline gelmiştir. İthal kelimelerle Türkçemizin daha fazla bozulmasına imkân vermemeliyiz. Türkçemizin Türkiye'nin artan gücüne, büyüyen ekonomisine, artan dış ticaretine paralel, uluslararası bir boyut kazandırılarak Türkçe hassasiyeti çerçevesinde çalışmalara yön verilmeli ve Türkçe isim kullanımı yaygınlaştırılmalıdır. Bu düşünceyi ilke edinen İSİMDER, Türkçe isimlerin gelişmesini, kullanımının yaygınlaşmasını, yeni evrensel marka isimlerinin oluşturulmasını ve doğru marka yönetimini yapmak amacı ile 'Her Zaman Her Yerde Türkçe' misyonu ile kurulmuştur" dedi. Yabancı isim hayranlığının son bulması gerektiğini ifade eden Kanber, tüm Konyalıları açılışa davet etti. Ziyaretten duyduğu memnuniyeti ifade eden Kerem İşkan da, Kanber'e çalışmalarında başarılar diledi. ■ KERİM ATICI

Merhabahaber

Türkçe İsim Enstitüsü çalışmalarına hız verdi

Marka isim ve markalaşma konusunda profesyonel çalışmalarda bulunan Türkçe İsim Enstitüsü Derneği (İSİMDER), faaliyet alanını genişleterek, çalışmalarına hız verdi. Geçtiğimiz aylarda dünyanın ve Türkiye'nin ilk Türkçe İsim Derneği Konya'da kuruldu. Açılışı gerçekleştirilen dernek, faaliyetlerine başladı. Dernek, Türkçe hassasiyeti çerçevesinde çalışmalarına yön veriyor. Türkiye markalarının uluslararası alanda Türkçe marka isimleri ile tanınmasını sağlamak ve bilinirliğini arttırmak amacında olan dernek, bunun yanında Öz Türkçe'de kişi, yöre, ürün, mal ve hizmet isimlendirilmesinde kullanılan Türkçe isimleri gün yüzüne çıkartıp; işlevsel hale getirmek için çalışmalarını sürdürüyor. Marka isimlerinden tabela isimlerine kadar yabancılaşmaya son diyerek, "Her Zaman, Her Yerde Türkçe" sloganı ile faaliyetlerde bulunan İSİMDER; Araboğlu Makası, Türk Anadolu Vakfı binasında hizmet veriyor.

■ HABER MERKEZİ

BayKAMBER'e Göre Evrensel Marka İsmi Oluşturma Ve Markalaşma

BayKAMBER (Mevlüt KANBER)
Evrensel Marka İsim ve Markalaşma Uzmanı,
Türkçe İsim Enstitüsü Derneği Kurucusu ve Başkanı

BayKamber' e göre marka benzerleriyle aynı alanda ve aynı zamanda anıldığında diğerlerinden farklılaşarak akla gelen ilk kavramdır. Marka ismi kurum ve kuruluşların ürettikleri mal, logo vb. şekillerle tasarlanarak çizilebilen ve yazılabilen, ses algısı ile ifade ederek hatırlanabilen "ticari unvanlara" denir .

Dünya da marka ismi üretici kurum ve kuruluşların ürünlerin ve sunduğu hizmetlerin benzerlerinin arasından ilk tercih edilir hale getiren markadır. Bir ismin marka haline gelebilmesi için akılda kalıcı, kulağa hoş gelen, göze hitap eden, tadı ve kokusuyla insanları cezbeden ve sunduğu hizmetle fark yaratıp insanlarda memnuniyet hissi bırakan bir oluşumdur.

Günümüz de sürekli rekabet halinde bulunan üretici firmaların sektörde ayakta kalabilmesi için ürettikleri ürünün yanında oluşturulan marka ismi de oldukça önemlidir. Marka ismi ürünle bütünleşip hedef kitleye ve daha fazlasına hitap edebildiği sürece markalaşma yolunda ilerler. Bir markanın evrensel marka haline gelebilmesi için sahip olması gereken en önemli özelliklerden biri kalitedir. Kalite markanın değerini belirler. Marka değeri ise; ürünün özünde bulunduğu gerçeklerden oluşur ve sektör de sahip olunan yeri daha ileri taşıyan bir faktördür. Bir marka isminin sahip olduğu pazar payında kendini ispatlayıp en büyük payı alabilmesi ve evrensel hale gelebilmesi çok kolay olmayıp stratejik bilgiler ışığında oluşturulması gerekir.
Marka isminin ne kadar mühim olduğundan yukarıda bahsettik, bu nedenle sahip olunan bilgi, tecrübe ve gösterilen hassasiyet isim oluşum sürecinde oldukça önemlidir.

Akrofonoloji Nedir?

Akrofonoloji; harflerdeki seslerin karakterimizeyansımalarını ve sesin titreşim nitelliklerinin kişiliğimize etkilerini inceleyen bir bilim dalıdır. Akrofonoloji, astrolojinin bir başka dilidir.Her ismin kişiliğimizi yansıtan bir enerjisi vardır. Bu enerji, ismimizde yer alan harflerden oluşmaktadır.Her harfin kendine ait bir kişilik özelliği vardır ve bu özellikler insanların kişisel niteliklerine, ihtiyaçlarına ve eğilimlerine hitap etmektedir.

Akrofonoloji'ye Göre Harflerin Anlamları

A: Atılgan-enerjik,
B: Önsezileri kuvvetli
C: Konuşma ve yazma yetenekleri olan
Ç: Zevk sefa düşkünü
D: Üstün güçlere sahip
E: Sıkıntılardan kurtulmak için mücadele eden
F: Uysal, güvenilir
G: İnatçı kişilik
Ğ: Bir şeyin sonuna kadar azimle, mücadele ederek gitme
H: Sakin ve durağan
I: Hassas
İ: Hassas ve Duygusal
J: Kaprisli ve kıskanç
K: Başarılı, unvan sahibi
L: Sanatsal yeteneğe sahip
M: Ticarete yatkınlık
N: Sağduyulu
O: Gizliliği sever
Ö: Gizemli
P: Kendinden emin
R: Tereddütlü
S: Hayalperest
Ş: Çok üretken ve güçlü
T: Duygularını zor açabilen,
U: Bereket ve Bolluk
Ü: Engellerle mücadele eden
V: Kendi içine dönük, umursamaz
Y: Geçmişten iyi ders alan
Z: Bilimsel açıdan, okumayı seven.

Türkiye'de marka isimleri oluşturulurken genellikle **S-Ş,T, A,B** harfleri tercih edilmektedir. İsimlendirme yapılırken harf analizlerinin yapılması gerekmektedir. Şirketler, markalar, kuruluşlar isimlerini oluştururken doğru bir strateji izlemezlerse, başarıyı yakalamaları zorlaşacaktır.

Akrofonoloji'nin Ortaya Çıkışı

İsim, ilk olarak Arı ve Maya medeniyetlerinde semboller halinde kullanılmayabaşlamıştır.Tarihte yer alan toplumlar, insanları birbirinden ayırt etmek amacıyla isim kullanmışlar ve isme ayrı bir önem vermişlerdir. İspanya ve Portekiz bölgelerinde özellikle anneanne, babaanne ve büyükbaba isimleri çocuklara isim olarak verilmiştir.Böylelikle kimin kime ait olduğu ve kiminle akraba olduğu daha iyi anlaşılmıştır.Akrofonoloji; isimlerin enerjisi, isimlerin titreşimi, isim bilim ve isimlerin frekansının birleşiminden oluşmaktadır. Bu oluşum içerisinde her harf farklı anlamlar içermektedir. Yıldızlar ile alfabedeki harfler arasındaki ilişkiye bağlı olarak 29 harf anlamlandırılmıştır. Her harf farklı bir anlam içermektedir.

Evrensel Marka

İsim Oluşturma Kriterleri

- **Melodik,** akılda kalıcı, telaffuzu ve hatırlanabilirliği kolay bir isim olmalıdır.
- **Evrensel** ticari dillerdeki harflerin okunuşuna uyumlu olmalıdır.
- **Marka** ismi, ürünün işlevsel yönünü çağrıştırmalıdır. (Fonetik ve Semantik açıdan ürün ile iletişim kurulmalıdır.)
- **Diğer** dillerde argo, müstehcen, istenmeyen siyasi ve toplumsal bir olgu veya olayları çağrıştırmamalıdır. (Marka ismi, Filolojik ve terminolojik açıdan incelenmelidir.)
- **Marka** ismi, benzer veya farklı alanlarda melodik ve fonetik açıdan hem ulusal hem de evrensel markalarla benzeşmemelidir. Marka ismi olarak kullanılmış olmamalıdır.
- **Evrensel** kriterlerde oluşturulan marka ismi; internet (sanal ortam) ve arama motorlarında erişilebilir, ulaşılabilir olmalıdır. Bütün alan adları, uzantıları tescile müsait ve e-ticaret sistemine uygun olmalıdır.

- **TPE ve WİPO** nezdinde üretim ve hizmet alanlarındaki emtialarında tescile müsait olmalıdır. Ülkemizde üretilen ürünlerin, malların ve hizmetlerin evrensel Türkçe marka isimleri ile tanınması hem Türkçemiz açısından, hem de Türkiye ekonomisinin gelişimi ve tutunması noktasında büyük fayda sağlayacaktır. Bu doğrultuda Türkçe imla kurallarına, Türk kültürüne ve evrensel iletişim kriterlerine uyumlu, dünyanın bütün dillerinde aynı sesle yazılıp aynı sesle okunabilen, üretim ve hizmet alanını çağrıştıran, telaffuzu kolay, akılda kalıcı, anlamı olan veya anlam yüklenilebilen, filolojik ve semantik açıdan diğer dillerde olumsuz anlamlar içermeyen, e-ticaret sistemine uygun ve Türkiye' de (TPE) ve dünyadaki (WİPO) patent merkezleri tarafından bütün sınıflarda tescile müsait yeni Türkçe marka isimleri oluşturulmalıdır. Bu doğrultuda evrensel Türkçe marka isimleri ile firmaların gelişmesi ve büyümesi, bunun yanında yozlaşmaya imkan vermemek adına dünyada ve Türkiye'de ilk olan Türkçe İsim Enstitüsü Derneği İSİMDER'i ben BayKAMBER ve ekibimkurduk. Derneğimiz, firmalara doğru Türkçe marka isimleri oluşturmaları noktasında yol göstermektedir. Dernek olarak hedefimiz: Markalaşma ve isim oluşturma üzerine eğitim vermek; marka, tabela, ürün, hizmet vb. alanda evrensel iletişim kriterlerine ve Türkçe dil bilgisi kurallarına uyumlu yeni Türkçe isimleri oluşturmak ve bunu dünyaya duyurmaktır.

Marka İsmi Verilirken

Yapılan Başlıca Hatalar ve Doğru Marka İsmi Oluşturmanın Faydaları

Marka ismi oluştururken, Türkiye ve dünya genelinde tescil araştırmasının yapılmaması; kurumları hukuki, ticari, maddi ve manevi yönden sıkıntıya sokmaktadır. Marka ismi verirken ismin dünya dillerindeki karşılığı, dilimizdeki manası kadar önemlidir. Yoksa markanın uluslararası alanda tutunması güçtür. Okunuşu, yazılışı, akılda kalıcılığı zor olan ve anlamsız marka isimlerinin seçilmesi markanızı evrensel platforma taşımada ve kurumunuzu geliştirmede bir engeldir. Bu doğrultuda evrensel marka isimleri kullanmanın faydası; evrensel marka ismini tercih eden hedef kitle tarafından daha çabuk hatırlanabilecek, hedef kitle ürün veya hizmetle ilgili daha çabuk bilgi sahibi olacaktır. Bu da marka isminin marka sahibine sağlayacağı en önemli faydalarından birini oluşturmaktadır.Ayrıca pazarlama ve satış faaliyetlerinde başarı sağlar.(daha çok hedef kitle, daha çok müşteri, daha çok üretim, daha çok kazanç)Tanıtım, reklam, halka ilişkiler faaliyetlerinde kısa zamanda, etkili, başarılı, kesin bir geri dönüşüm (feedback) sağlar.

KONYA
Merhaba
20 ARALIK 2013 CUMA
50 Kr. / KDV Dahil

İlk İsim Enstitüsü Derneği Konya'da açıldı

Konya Dernekler Müdürlüğü'ne yapılan başvuru ile tüzel kişilik kazanan dünyanın ve Türkiye'nin ilk Türkçe İsim Enstitüsü Derneği (İSİMDER) Konya'da açıldı.

Açılış törenine İl Genel Meclisi Başkanı Ali Selvi de katıldı. Açılışta konuşan İSİMDER Başkanı Mevlüt Kanber, "Türkçemiz geleceğini riske atan sosyopolitik çekişmelere sahne olmuş; tehlikeli süreçlerin hedefi haline gelmiştir. İthal kelimelerle Türkçemizin daha fazla bozulmasına imkân vermemeliyiz. Her geçen gün batı hayranlığının getirmiş olduğu kültürel çözülme ve ithal kelimeler ile Türkçemiz yozlaşmakta olup; atıl bir dil haline gelmektedir. Marka, tabela isimlerinde ve benzeri alanlarda yabancı isimlerin yaygınlaşmasına dur demek; ayrıca Öz Türkçemizde var olan fakat günümüzde unutulan (kişi, ürün, materyal, yöre ve benzeri) isimleri yeniden gün yüzüne çıkarmak, işlevsel hale getirmek Türkçe hasssasiyeti çerçevesinde çalışmalarına yön vermeli ve Türkçe isim kullanımı yaygınlaştırılmalıdır. 'Her Zaman Her Yerde Türkçe' sloganı ile çalışmalarına yön vermeyi amaçlayan İSİMDER, birçok projeleri ile Türkçe'yi dünyaya tanıtıp, kullanımın yaygınlaşmasını sağlamak amacıyla çalışmalarına başlamış bulunmakta olup, tüm halkımızın Türkçe'nin gelişimine destek vermelerini dilemektedir" dedi.

■ HABER MERKEZİ

KONYA
enigün

İlk İsim Enstitüsü Derneği Konya'da hizmete başladı

18 Aralık 2013 Çarşamba 17:42

Dünyanın ve Türkiye'nin İlk İsim Enstitüsü Derneği (İSİMDER) Konya'da açıldı

Konya Dernekler Müdürlüğü'ne yapılan başvuru ile tüzel kişilik kazanan dünyanın ve Türkiye'nin enstitüsü Derneği Mevlüt Kanber öncülüğünde faaliyete geçti. Programın açılışında konuşan Mev Kanber, Türkçe'nin zenginleştirilmesi ve yabancı kökenli kelimelerin etkisinden kurtulmasını sağlan derneği faaliyete geçirdiklerini söyledi. Kanber, "Türkçemizin zenginleştirilmesi, yabancı kökenli dil etkisinden arındırılması için faaliyetleri yürütmeyi amaçlıyoruz. Yeni projeler sunup, Türkçemizi ev diler boyutuna çıkaracak çalışmaların yeterliliği konusunda tedirginliğimiz Türkiye'nin ve dünyanı Türkçe İsim Enstitüsü Derneği'nin açılması sürecini hızlandırdı" dedi. Tüm dünyada Türkçe marki kullanılması için faaliyetlerini sürdüreceklerini dile getiren Kanber, şunları söyledi: "Türkçe'nin daha ve yaygın kullanılmasını sağlamalıyız. Türkçe harflerin telaffuzundaki yabancılaşmanın yok edilme markaların yabancı isimlerle konumlandırılmasını engellemeliyiz. Dilimizi günlük hayatta sık sık telaf ettiğimiz yabancı kökenli kelimelerin hâkimiyetinden kurtararak, Türkçe ile bütünleşen bir toplum ticari kültürün oluşmasını sağlamalıyız. Tüm dünyada Türkçe marka isimlerin kullanılmasını sağlan 'her zaman, her yerde Türkçe' sloganından yola çıkarak gerçekleştirmeyi amaç edindik."

MUSTAFA OZÇELİK

'Marka denilince akla gelmelisiniz'

Türkiye Standartları Enstitüsü'nden kalite belgelerini tescilleterek gelişim trendini yükselten Afyonkarahisar Ticaret ve Sanayi Odası üyelerinin de eğitim ve bilgilendirme çalışmalarına hızla devam ediyor.

Üyelerinin mesleki eğitim ve bilgilendirme seminerlerinin yanı sıra marka tescili ve ulusal ve uluslararası alanda tanınırlığının artırılmasına olanak sağlayan bir eğitim semineri düzenleyen Ticaret ve Sanayi Odası, firma temsilcilerinin katıldığı seminerde Baykamber olarak tanınan arka tescil uzmanı Mevlüt Kamber ile üyelerini bir araya getirdi.

Firmaların marka tescili konusunda neleri ele almaları gerektiğini ve tanınırlığı yüksek bir markanın nasıl oluşturulabileceği konularında firma temsilcilerine bilgiler veren Mevlüt Kamber; "Marka, aynı alanda ve aynı zamanda ilk önce akla gelmek demektir. Dünya çapında bir çok ürün bir çok firmanın isimleri ile piyasada yer almasına karşılık tüketicilerin aklındaki ilk isim olmak bir marka olmak anlamına gelir. Bu doğrultuda marka olmak için akıllarda kalıcı olmak gerekir" dedi.

Otomobil, peçete mendiller, kahvaltılık yağlar gibi birden fazla firmanın üretimindeki ürünlerde akla ilk gelen firmaların marka olduğunun toplum olarak kabul edildiğini ancak firmaların markalaşma anlamında yaptıkları yanlışlıkların da kendileri için kayıplar yarattığını söyleyen Mevlüt Kamber; "Toplumun bir çok kesimi piyasaya sürülen ürünlerin telaffuzunun zor olması ve akıllarda kalıcı olmaması nedeniyle markalaşma anlamında yeterli ilerlemeyi sağlayamadığını görüyoruz. Bu alanda öncelikle akılda kalıcı isimler bulunmalı ve bu ismi markalaştıracak hamleleri doğru yapmalısınız" dedi.

Türkiye'de kendisinin bir marka değer olduğunu ve Baykamber adıyla kendisini tescil ettirdiğini de belirten Markalaştırma Uzmanı Mevlüt Kamber, Türkiye'de bir çok firma ve ürünün markalaşması anlamında isim babasının kendisi olduğunu söyledi. Sultandağı'nda yetişen ve dünyaya yayılan eski adıyla Napolyon Kirazının yapılan marka tescili sonrasındaki adı olan Tadiki isminin de isim babası olduğunu belirten Mevlüt Kamber, marka isim belirleme noktasında Türkçe literatürde yer alan ve telaffuzu kolay isimlerle dünyaya açılmak gerektiğini, bu sayede Türkçe'nin de dünya dili olarak kabul görmesi anlamına geleceğini de sözlerine ekledi. Düzenlenen eğitim yaklaşık 2 saat sürdü.

>> Mustafa Kılınç

YENİ Konya
Günlük tarafsız siyasi gazete
RESMİ İLANLAR
kontv Canlı Yayın

SH SARICA CAMİ HALILARI
Cami Halısında A Kalite
IAF

Kazım ÖZTÜRK

YAZARIN DİĞER YAZILARI
- O Günden Bu Güne Ne Değişti?
- Mesaj Yüklü Konuşmalar
- Sayın Başbakanım Şeb-i Arus'a Hoş Geldiniz
- Abdülkadir Molla
- Hz. Mevlana'nın Evrensel Mesajları
- Mevlana'nın Tefekkür Anlayışı
- Sevgiye Giden Yollar
- 3. Konya Kitap Günleri Sona Erdi
- Bir Nefes Olmak
- Adem Ağlıyor
- Havva Hanımın Gamzesi
- Eğitimde Reform Çalışmaları
- Aşkın Kanatları
- Medeniyetin Başkenti Konya'da Kitap Günleri
- Fitneyi Kaşımayın
- Güneşin Doğduğu Yer
- Hükümeti Yıpratma Oyunları
- Eğitim; En Önemli Sorunumuz
- Mevlana İkliminde

İsim Enstitüsü Derneği

4
Beğen 1 Tweet 0 g+1 0

Her çocuk doğduğu zaman babası, dedesi veya ailenin büyüğü tarafından sağ kulağına ezan, sol kulağına kamet okunur. Sonra toplumda itibarını sarsmayacak, bir anlamı olan, bir çeşit kimlik pozisyonunda bulunan isim konur. İsimler, kimliğimizdir. İsim konurken; çoğunlukla "Biz Kur'andan isim koyduk" diye kendini savunur aileler. Kur'andaki her ismi koymak doğru değildir. Çünkü Kur'andaki her ismi koyacak olursak o zaman, İblis (Şeytan), Kafir, Münafik, Ebu Leheb, Firavun, Nemrud, Karun, Şeddad, Cehennem, Keziban (Yalancı), Yahudi, Hıristiyan, Mülhid, Zina, Fuhuş, Ankebut (Örümcek), Neml (Karınca), Kasas (Kıssalar), Tebareke, Felak, Nas, Bakara, Azer (Hz. İbrahim'in putperest babası)... gibi isimleri de koymamız kaçınılmaz olur!

Nüfus ve Vatandaşlık İşleri Genel Müdürlüğü'nün kayıtlarına göre 2009 yılında 8 bin 90 bebeğe 'Ecrin' adı verildi, bir o kadar sayıda da Aleyna

Bu isimlere popülerlik kazandıran özellik ise kulağa hoş gelmeleri ve Kur'an-ı Kerim'de geçiyor olmaları.'Dini referanslı isim verme' isteği, ebeveyni Kur'an'da yer alan her kelimeyi anlamı uygun olmasa da isim haline getirme yanlışına itiyor.

İsimlerin bir anlamı olması, çocukları toplumda alay konusu yapmaması, kültürümüzü yansıtması gereklidir.

Aileler; batı'ya benzemek, körü körüne bir taklit sonucu olarak hiçbir anlamı ve mantığı olmayan isimler koymakta. Mesela; annenin isminin baş harfi ile babanın isminin baş harfinden veya birisinin ismi, diğerini soyadından oluşan ve güya kulağa hoş geldiği söylenen isimlerle karşılaşıyoruz! Sonra, isim mi isim!

Toplumumuzda kullanılan diğer isimler; Arın, Arkın, Armağan, Arman Arife, Arzu, Asena, Aslan, Aslı, Aslıhan, Aslım, Asu, Asude, Asuman, Asya, Ata, Atabek, Ataç, Atahan, Atalay, Ataol, Atasagun, Atasoy, Atener, ateş, Atıl, Atılay, atılgan, Atık, Atilla, Aybars, Ayberk...

Aslında "isim" der geçeriz. Ama bunun ne kadar önemli olduğunu bilmeyiz. Tarihe baktığımız zaman, her ismin bir anlamı olduğunu, her ismin bir kahramanı anlattığını açıkça görürüz.

Avrupa ve diğer batı ülkelerinin, çocuklarına bizim isimlerimizi koyduğunu göremeyiz. Fakat bizde ne hikmetse yabancı isim koymaya yönelik bir tutum mevcut!

İslam kültüründe isim değiştirme, onurlu, şahsiyetli, değer verici, "yaratıları hoş gördük yaratandan ötürü" anlayışı vardır. Bunun için bir gayri Müslim, Müslüman olunca ismi değiştirilir. Peygamberimizin, bazı isimleri değiştirdiği malumdur. Mesela; Keziban (Yalancı) ismini, Sıddıka (Doğru söyleyen) olarak değiştirdiği bilinmektedir. Sağlam kişilikler, sağlam toplumu oluşturur. Sağlam toplumdan sağlam ve uzun vadeli devletler çıkar.

Evet bu duygulardan hareket ederek Konya'mızda, "İSİM ENSTİTÜSÜ DERNEĞİ" adıyla bir dernek kuruldu Derneğin başkanı sayın Mevlüt Kamber'i, makamında ziyaret edip, hayırlı olsun dileklerinde bulundum. Başkanın şikayetleri ve önerileri de bendenizin ortak şikayet ve önerisidir.

Haklı olarak, Türkçemize birçok yabancı, ne anlama geldiği belli olmayan birçok kelime olduğunu, bunun kültürümüze bir darbe gibi algılandığını, her yerde, her zaman Türkçe konuşmanın; bir Türk vatandaşı olarak şart olduğunu, yabancı kökenli marka isimlerinin yaygınlaşması ve yerleşmesinin, yerini Türkçe isimlere bırakması gerektiğini belirtmiştir.

Türkçe dilbilgisine uygun yeni kelimeler üreterek, bu kelimelerin iletişim araçlarıyla tanıtımını ve yaygınlaşmasını sağlamak, derneğin faaliyetleri içinde yer almaktadır.

Derneğin adresi; Araboğlu Makası, Türk Anadolu Vakfı üstü.

HER ZAMAN HER YERDE TÜRKÇE

19 Aralık 2013 Perşembe

Gazete A24

Hem okumak hem izlemek için

ANA SAYFA YAŞAM MAGAZİN

19.12.2013 07:24:49

7M Her zaman her yerde Türkçe Konya Dernekler Müdürlüğü'ne yapılan başvuru ile tüzel kişilik kazanan dünyanın ve Türkiye'nin İlk İsim Enstitüsü Derneği Konya'da açıldı. 2'DE İlk İsim Enstitüsü Derneği Konya'da açıldı Haber/Sinan Kaçar Konya Dernekler Müdürlüğü'

7M Her zaman her yerde Türkçe Konya Dernekler Müdürlüğü'ne yapılan başvuru ile tüzel kişilik kazanan dünyanın ve Türkiye'nin İlk İsim Enstitüsü Derneği Konya'da açıldı. 2'DE İlk İsim Enstitüsü Derneği Konya'da açıldı Haber/Sinan Kaçar Konya Dernekler Müdürlüğü'ne yapılan başvuru ile tüzel kişilik kazanan dünyanın ve Türkiye'nin İlk İsim Enstitüsü Derneği Konya'da açıldı. Açılışta konuşan Türkçe İsim Enstitüsü Derneği Başkanı Mevlüt Kanber, "Son günlerde Türkçenin geleceğini riske atan sosyopolitik çekişmelere sahne olduğunu ifade etti. Kanber, "İthal kelimelerle Türkçemizin daha fazla bozulmasına imkan vermeyerek, bu hassasiyet çerçevesinde çalışmalara yön vermek ve Türkçe isim kullanımı yaygınlaştırmak için Türkçemizin içerisine sürüklendiği bu durumun farkında olan bireyler olarak Türkçe İsim Enstitüsü Derneğini kısaca İ S İ M D E R İ kurmaya karar verdik" dedi. "Her Zaman Her Yerde Türkçe" sloganı ile çalışmalarına yön vermeyi amaçladıklarını ifade eden Kanber şunları konuştu; "İSİMDER, Türkiye'nin adı tescilli ilk marka isim ve markalaşma uzmanı Konya'da kurduk. Hergeçen gün batı hayranlığının getirmiş olduğu kültürel çözülme ve ithal kelimeler ile Türkçemiz yozlaşmakta. Marka, tabela isimlerinde vb. alanlarda yabancı isimlerin yaygınlaşmasına dur demek; ayrıca Öz Türkçemizde var olan fakat günümüzde unutulan (kişi, ürün, materyal, yöre vb.)isimleri yeniden gün yüzüne çıkarmak ve işlevsel hale getirmek amacıyla dünyanın ve Türkiye'nin ilk İsim Enstitüsü Derneği kurulmuştur. İSİMDER birçok projeleri ile Türkçemizi dünyaya tanıtıp, kullanımın yaygınlaşmasını sağlamak amacıyla çalışmalarına başlamış bulunduk. Tüm halkımızın Türkçemizin gelişimine destek vermelerini istiyoruz." Programa katılan Konya İl Genel Meclis Başkanı Ali Selvi ise şöyle konuştu; "Son zamanlarda dünya ticaretinin markalaşmasının nasıl olduğunu biliyoruz. İşletmeler isim bulmakta zorlanmakta. Bu kapsamda tarihimize kültürümüze uygun isimlerin bulunması çok önemli. Bu dernek Türkçe isimlerin korunmasında ve değerlendirilmesinde çok önemli görev düşüyor. Emeği geçen arkadaşları kutluyorum" diye konuştu.

Ticaret ve Sanayi Odasın'da markalaşma ve kurumsallaşma konulu söyleşi yapıldı

Bizim Çankırı

Türkiye'nin ilk marka isim uzmanı Baykamber, Çankırı Ticaret ve Sanayi Odasın'da markalaşma ve kurumsallaşma konulu söyleşiye katıldı.

ÇATSO Toplantı Salonu'nda yapılan toplantıda konuşan Baykamber, markalaşmanın ticaret açısından çok önemli olduğunu anlattı.

Markaların yalın, sade ve anlaşılabilir Türkçe kelimelerden seçilmesi gerektiğinin altını çizen Baykamber, "İsim, canlı cansız bütün varlıkları bize bildirmek, anlamlandırarak hatırlamak için verilen kelimelerdir. İsim, insanın hayatını belirleyebilen, hatta hayatını yönlendirebilen çok önemli bir unsurdur. İsmin, hayatı olumlu ya da olumsuz etkileyebileceğine dair inanışlar farklı kültürel ve sosyal yapılara sahip birçok toplumda mevcuttur. Marka ismi kurum ve kuruluşların ürettikleri mal ve hizmetleri farklılaştırmak için anlamlandırılan, logo gibi şekillerle tasarlanarak çizilebilen ve yazılabilen, ses algısı ile ifade edilerek hatırlanabilen ticari unvanlara denir" ifadelerini kullandı.

İnsanların çocuklarına isim seçerken de gelişi güzel davrandığını anlatan Baykamber, "Bazı insanlar detaylı araştırmalar yaparak, isimlendirme konusuna önem verir. Bu tip insanlar için her kişi ve taşıdığı isim özeldir. Eskiden çocuklarına isim verirken, dede-nine isimleri tercih edilirdi, şimdi ise aileler, isimlerin yüklendiği anlamlar üzerinde durmaktadır. Yani günümüzde, bilinçli isim tercih edenlerin sayısı eskiye nazaran artmaktadır. Çünkü ismin taşıdığı anlamla, ismin ses ve kültür algısı, insan kişiliği ve mizacın şekillenmesi üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Tıpkı insanların isimleri gibi, kurumsallaşma yolunda ilerleyen firmaların isimleri, alanlarında başarıyı yakalayabilmeleri açısından potansiyel bir güç oluşturmaktadır" dedi.

Markalaşmanın ve kurumsallaşmanın dünya markası olma yolunda önemli olduğunu ifade eden Baykamber, şunları kaydetti:

"Eski yıllarda firmaların isimlendirme politikası yok denecek düzeyde kısıtlıydı. Tıpkı insan isimlendirmesinde olduğu gibi geleneksel bir çizgide seyrediyordu. Yani

soyadların kısaltılmış veya birleştirilmiş şekli gibi isimlendirmeler bu duruma örnek gösterilebilir. Fakat şimdi markalaşma diye tabir ettiğimiz süreç insanların ilgisini çekmeye başlamıştır. Bunun sebeplerinden biri de bilinçli tüketicinin artmasıdır. İnsanlar bilinçlendikçe markanın ve onu diğerlerinden ayıran özelliğin farkına varıyorlar. Bu farkındalık arttıkça markalaşma çalışmaları yürüten ajanslara ve marka uzmanlarına olan ilgi de doğal olarak artmaktadır. Yıllardır süren monografik ve bilimsel araştırmalarım ile çalışmalarımda bunları gözlemleyerek markalaşmanın ülkemizdeki seyrini yakından takip ettim. İşime verdiğim önemi de, ismimi tescilleyerek gösterdim. Nitekim Türkiye'nin adı tescilli ilk marka danışmanlığı unvanını da bu sebeple taşımaktayım" dedi.

Toplantı soru cevap şeklinde devam etti.

'MARKA İSMİNİZİ İYİ SEÇİN'

rkiye'nin ilk marka isim uzmanı Baykamber, ÇATSO'da markalaşma ve kurumsallaşma konulu söyleşiye katıldı. ÇATSO Topla ılonu'nda yapılan toplantıda konuşan Baykamber, markalaşmanın ticaret açısından çok önemli olduğunu anlattı.

iye'nin ilk marka isim uzmanı Baykamber, SO'da markalaşma ve kurumsallaşma konu- yleşiye katıldı.

SO Toplantı Salonu'nda yapılan toplantıda şan Baykamber, markalaşmanın ticaret açı- n çok önemli olduğunu anlattı.

ların yalın, sade ve anlaşılabilir Türkçe ke- rden seçilmesi gerektiğinin altını çizen Bay- er, "İsim, canlı cansız bütün varlıkları bize rek, anlamlandırarak hatırlamak için verilen ilerdir. İsim, insanın hayatını belirleyebilen, hayatını yönlendirebilen çok önemli bir un-

ismi kurum ve kuruluşların ürettikleri mal ve hizmetleri farklılaştırmak için anlamlandırılan, logo gibi şekillerle tasarlanarak çizilebilen ve yazılabilen, ses algısı ile ifade edilerek hatırlanabilen ticari unvanlara denir" ifadelerini kullandı.

İnsanların çocuklarına isim seçerken de gelişi güzel davrandığını anlatan Baykamber, "Bazı insanlar detaylı araştırmalar yaparak, isimlendirme konusuna önem verir. Bu tip insanlar için her kişi ve taşıdığı isim özeldir. Eskiden çocuklarına isim verirken, dede-nine isimleri tercih edilirdi, şimdi ise aileler, isimlerin yüklendiği anlamlar üzerinde

algısı, insan kişiliği ve mizacın şekillenmesi üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Tıpkı insanların isimleri gibi, kurumsallaşma yolunda ilerleyen firmaların isimleri, alanlarında başarıyı yakalayabilmeleri açısından potansiyel bir güç oluşturmaktadır" dedi.

Markalaşmanın ve kurumsallaşmanın dünya markası olma yolunda önemli olduğunu ifade eden Baykamber, şunları kaydetti:

"Eski yıllarda firmaların isimlendirme politikası yok denecek düzeyde kısıtlıydı. Tıpkı insan isim-

tabir ettiğimiz süreç insanların ilgisini çekm taşlamıştır. Bunun sebeplerinden biri de bil il tüketicinin artmasıdır. İnsanlar bilinçlend markanın ve onu diğerlerinden ayıran özell farkına varıyorlar. Bu farkındalık artışı ma taşma çalışmaları yüzden ajanslara ve marka mentarına olan ilgi de doğal olarak artmakt Yıllardır süren mesleğimiz ve ilmsel araştı tarımı ile çalışmalarımda bunları gözlemleyi markalaşmanın ülkemizdeki sayısını yakından kip ettim. İşime verdiğim önemi de, ismini

ÇATSO'dan markalaşma toplantısı

Türkiye'nin ilk marka isim uzmanı Baykamber, ÇATSO'da markalaşma ve kurumsallaşma konulu söyleşiye katıldı.

ÇATSO Toplantı Salonu'nda yapılan toplantıda konuşan Baykamber, markalaşmanın ticaret açısından çok önemli olduğunu anlattı.

Markaların yalın, sade ve anlaşılabilir Türkçe kelimelerden seçilmesi gerektiğinin altını çizen Baykamber, "İsim, canlı cansız bütün varlıkları bize bildirmek, anlamlandırarak hatırlamak için verilen kelimelerdir. İsim, insanın hayatını belirleyebilen, hatta hayatını yönlendirebilen çok önemli bir unsurdur. İsmin, hayatı olumlu ya da olumsuz etkileyebileceğine dair inanışlar farklı kültürel ve sosyal yapılara sahip birçok toplumda mevcuttur. Marka ismi kurum ve kuruluşların ürettikleri mal ve hizmetleri farklılaştırmak için anlamlandırılan, logo gibi şekillerle tasarlanarak çizilebilen ve yazılabilen, ses algısı ile ifade edilerek hatırlanabilen ticari unvanlara denir" ifadelerini kullandı.

İnsanların çocuklarına isim seçerken de gelişi güzel davrandığını anlatan Baykamber, "Bazı insanlar detaylı araştırmalar yaparak, isimlendirme konusuna önem verir. Bu tip insanlar için her kişi ve taşıdığı isim özeldir. Eskiden çocuklarına isim verirken, dede-nine isimleri tercih edilirdi, şimdi ise aileler, isimlerin yüklendiği anlamlar üzerinde durmaktadır. Yani günümüzde, bilinçli isim tercih edenlerin sayısı eskiye nazaran artmaktadır. Çünkü ismin taşıdığı anlamla, ismin ses ve kültür algısı, insan kişiliği ve mizacın şekillenmesi üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Tıpkı insanların isimleri gibi, kurumsallaşma yolunda ilerleyen firmaların isimleri, alanlarında başarıyı yakalayabilmeleri açısından potansiyel bir güç oluşturmaktadır" dedi.

Markalaşmanın ve kurumsallaşmanın dünya markası olma yolunda önemli olduğunu ifade eden Baykamber, şunları kaydetti:

"Eski yıllarda firmaların isimlendirme politikası yok denecek düzeyde kısıtlıydı. Tıpkı insan isimlendirmesinde olduğu gibi geleneksel bir çizgide seyrediyordu. Yani soyadların kısaltılmış veya birleştirilmiş şekli gibi isimlendirmeler bu duruma örnek gösterilebilir. Fakat şimdi markalaşma' diye tabir ettiğimiz süreç insanların ilgisini çekmeye başlamıştır. Bunun sebeplerinden biri de bilinçli tüketicinin artmasıdır. İnsanlar bilinçlendikçe markanın ve onu diğerlerinden ayıran özelliğin farkına varıyorlar. Bu farkındalık arttıkça markalaşma çalışmaları yürüten ajanslara ve marka uzmanlarına olan ilgi de doğal olarak artmaktadır. Yıllardır süren monografik ve bilimsel araştırmalarım ile çalışmalarımda bunları gözlemleyerek markalaşmanın ülkemizdeki seyrini yakından takip ettim. İşime verdiğim önemi de, ismimi tescilleyerek gösterdim. Nitekim Türkiye'nin adı tescilli ilk marka danışmanlığı unvanını da bu sebeple taşımaktayım".

Toplantı soru cevap şeklinde devam etti.

MEDIA NEWS - 24

Mittwoch, 9. August 2017

İSİMDER BAŞKANI MEVLÜT KANBER YABANCI MARKALARA SAVAŞ AÇTI!

Türkiye'de Artan Yabancı Marka ve terimlere karşı mücadele eden Türkçe İsim Enstitüsü Derneği (İSİMDER) Başkanı Mevlüt Kanber mevcut durumun Türkiye'mize uluslararası camiada bir sömürge imajı verdiğini söylüyor.
Mevlüt Kanber, bir markanın, kurum ve kuruluşları ürettikleri mal ve hizmetleri farklılaştırmak için anlamlandırılan, logo ve benzeri şekillerle tasarlanarak çizilebilen ve yazılabilen, ses algısı ile ifade edilerek hatırlanabilen ticari unsur olduğunu belirtiyor.
Markalaşmayı bir iletişim kültürü olarak açıklayan Mevlüt Kanber, "Markalaşmaya çatıdan değil, temelden doğru stratejilerle yerli ve evrensel marka ismi oluşturarak başlayın." tavsiyesinde bulunuyor.
Kanber, evrensel marka ismi oluşturmak konusunda ise marka isminin Türkçe`de ve tüm dillerde telaffuzu ve hatırlanabilirliği ve kolay temsil ettiği ürünle özdeşleşen, diğer dillerde argo, müstehcen anlamlar taşımayan, diğer markalarla benzer isimler olmayacak şekilde ve internet ortamında domain (alan adları) ile uzantılarının tescile uygun olması gerektiğini ifade ediyor.
İstanbul,İzmir, Ankara ve Konya gibi büyükşehirler ve metropol olarak adlandırılan şehirlerde dükkan isimleri ve tabelaların başta İngilizce olmak üzere yabancı kelimelerin istilasına uğradığını kaydediyor. Duruma tepki gösteren Kanber, "Özellikle İngilizce kelimelerin ve markaların yoğun olarak kullanılması ülkemiz üzerinde sömürge ülkesi algısı uyandırmaktadır. Ülkenin kendi öz kültürünü, milli kimliğini ikinci plana atmaktadır." diyor.

Türkiye'ye yerleşen yabancıların şehirleri kozmopolit bir yapıya dönüştürdüğünü söyleyen Başkan Kanber, yabancı terim furyasına karşı kendi geliştirmiş olduğu yerli ve Evrensel Marka isimleri ile savas açmış durumda. Bu durumun önüne geçilebilmesi için yerli marka isimleri ile insanlara alternatif çözüm yolu gösteren Kanber, "Esas çözüm yabancı markaların henüz kullanılmadan önüne geçilerek alternatif Türkçe marka ve isimlerin oluşturulması ve kullanılmasıdır. Sonradan çözüm üretmek zor" diye belirtiyor.
Haber Medya 24

BU YILIN ÖDÜLLÜ ALTIN MARKASI YİNE BAYKAMBER'DEN

BAYKAMBER'in Eliyle Markalaşan CEYLAN İNŞAAT, Aldığı Ödülle Başarısını Taçlandırıyor!

Marka İsim Uzmanı BAYKAMBER (Mevlüt KANBER)in elini değdiği markalaşıyor!

Marka danışmanlığını ve kurumsallaşma danışmanlığını BAYKAMER'in yaptığı CEYLAN İNŞAAT yılın inşaat markası ödülüne layık görülürken Ceylan İnşaat Yönetim Kurulu Başkanı Muammer CEYLAN da yılın iş adamı ödülüne layık görüldü.

Ünlü Marka Uzmanı BAYKAMBER, markalaşma yolunda verdikleri desteklerin meyvesini almaktan dolayı gurur duyduklarını ifade ederek Ceylan İnşaat Yönetim Kurulu Başkanı Muammer CEYLAN'ı bu başarılarından dolayı tebrik etti.

Daha önce de Altın Palmiye Ödülüne layık görülen Ceylan İnşaat bu yıl da 1. si düzenlenen Altın Marka Ödülleri'nin halk oylamasına katıldı.

İstanbul Marka ve Kariyer Zirvesi Etkinlikleri çerçevesinde gerçekleştirilen 1. Türkiye Altın Marka Ödüllerinin halk oylaması yapıldı. Toplam 21 ana kategoride yapılan oylama 20 Kasım'da sona erdi. Oylama sonuçlarına göre CEYLAN İNŞAAT "Yılın İnşaat Markası" ödülüne layık görülürken Muammer CEYLAN da yine en çok oyu alarak "Yılın İş Adamı" unvanına layık görüldü. Ödül töreni 4 Aralık tarihinde İstanbul'da bir otelde organize edilecek ve ödüller sahiplerine verilecek.

Güvenilir Marka İsim Belgesi
GUMİB-TOBNC

PROJE

İSİMDER Marka İsim Merkezi Başkanı Marka Uzmanı Mevlüt KANBER (ByKanber) yılın projesi olan Güvenilir Marka İsim Belgesi (GUMİB-TOBNC) ile yılın Güvenilir Marka İsim Belgesi ödülüne layık görüldü.

MARKA İSİM MERKEZİ BAŞKANLIĞI

Her Zaman Her Yerde Güvenilir Markalaşma

16:56

14 Eylül 2022

Uluslararası Medya Ödülleri Töreni'nde Yılın Güvenilir Marka İsim Belgesi Dalında ödülü ByKanber aldı

13 Eylül 2022 tarihinde Gökhan Burak Gürsoy'un organizatörlüğünde Uluslararası Medya Ödül Töreni'nin bu yıl ikincisi düzenlendi.

İCRA İHALE TEBLİGAT PERSO
KONYA • Selçuklu
Organizasyon hizmeti alınacaktır
9 / 19
ilan.gov.tr

YEREL

42 gönüllü üniversiteli gençten
Karatay'da alkış alan iyilik harek

Dezenformasyon basını İTİBARSIZLAŞTIRIYOR

"DEZENFORMASYON BASINI KALİTESİZLEŞTİRİYOR, İTİBARSIZLAŞTIRIYOR. ARTIK BASIN BİR SİLAH OLARAK KULLANILMAYA BAŞLANDI. YEREL YÖNETİCİLERE KARŞI, ÜLKE İKTİDARINA VEYA MUHALEFETİNE KARŞI HİÇ FARK ETMİYOR"

Basın İlan Kurumu Genel Müdürü Cavit Erkılınç, dezenformasyonun basını itibarsızlaştırdığını, artık basının bir silah olarak kullanılmaya başlandığını söyledi.

Erkılınç, Konya'da bir otelde düzenlenen Gazete Sahipleri ve Temsilcileri Bölge Toplantısı'nda, medya ve Basın İlan Kurumu'nun birbirinden ayrı düşünülemeyeceğini, medyayı, basın kuruluşlarını birer iş ortağı gibi gördüklerini dile getirdi.

Basın İlan Kurumu'nun ilgili kanunla belirlenmiş denetleme görevini yerine getirirken bazı kesimlerce eleştirildiğini aktaran Erkılınç, "Bizim bu denetimleri yapmamamız suç. Çünkü bize 'Denetleyin. Denetlemek zorundasın. Ben sana kamunun malını, parasını teslim etmişim. Sen bunu dağıtmakla yükümlüsün ve dolayısıyla denetlemeyi de düzgün yapmalısın' deniliyor." ifadesini kullandı.

BASINA DESTEK MÜCADELESİ VERİYORUZ

Anayasa Mahkemesi kararlarına uygun şekilde "Basın Ahlak Esasları" konusunda kararlar aldıklarını, kendilerine gelen şikayetler doğrultusunda değerlendirmeler yaptıklarını anlatan Erkılınç, gelen şikayetlerin yüzde 90'ından fazlasını reddettiklerini ancak basın ahlakı açısından ciddi şekilde "itibar suikastı", "dezenformasyon" sayılabilecek konularda gerekli kararları verdiklerini vurguladı. Buna rağmen Basın İlan Kurumu'nun aldığı bazı kararların siyasi zemine çekildiğine, kurumun hedef haline getirildiğine değinen Erkılınç, Basın İlan Kurumu'nun denetleme hakkının Anayasa Mahkemesince de belirtildiğini, adil bir şekilde görevlerini yapmaya devam edeceklerini söyledi. "Basına destek" mücadelesi verdiklerini, vermeye de devam edeceklerine işaret eden Erkılınç, yasal düzenlemeler sürecinde de gazetelerin, basın kuruluşlarının ayakta kalabilmesi için ellerini taşın altına koyduklarını kaydetti.

"BASINA BİR KALİTE GELMELİ"

Erkılınç, bu mücadele sırasında kitleleri yanlış yönlendiren haberlerle, kamuoyuna verilen yanlış bilgilerle de karşılaştıklarını belirterek, "Dezenformasyon basını kalitesizleştiriyor, itibarsızlaştırıyor. Artık basın bir silah olarak kullanılmaya başlandı. Yerel yöneticilere karşı, ülke iktidarına veya muhalefetine karşı hiç fark etmiyor" dedi. Dezenformasyon örneği olarak son dönemde yaşanan "Kız Kulesi'ndeki restorasyon çalışmaları"na ve "İstanbul'daki metrobüs kazası"na ilişkin yanlış iddialardan bahseden Erkılınç, "Bu tür şeyler basınımızı ciddi bir şekilde itibarsızlaştırıyor. Buna bir çözüm bulmamız lazım. Tekrar, eskiden olduğu gibi basın, gerek yerel gerek ulusal mecralarda güvenilirliğini kazanmalı. Yani basın bir şey diyorsa, yorum farklı olabilir, muhalefet veya destekleyici amaçlı olabilir ama yalan haber olmamalı. Basına bir kalite gelmeli." diye konuştu. Erkılınç konuşmasının ardından Konya, Afyonkarahisar, Aksaray, Antalya, Burdur, Isparta ve Karaman'dan gelen gazete sahipleri ve temsilcilerinin sorularını yanıtladı, yerel gazetelerin sorunlarını dinledi. **AA**

BYKANBER'E MARKA ÖDÜLÜ

Uluslararası Medya Ödülleri Töreninde yılın güvenilir marka isim belgesi dalında Ödül Güvenilir Marka İsim Belgesi (GUMİB-TOBNC) projesi ile Mevlüt Kanber aldı. 13 Eylül 2022 tarihinde Gökhan Burak Gürsoy'un organizatörlüğünde Uluslararası Medya Ödül Töreni'nin bu yıl ikincisi düzenlendi. Ödül gecesinde sanat, cemiyet ve iş dünyasından birçok isme ve kuruma ödüller verildi. Birbirinden ünlü sanatçıların şarkılarıyla renklenen geceye ByKanber markasıyla Mevlüt Kanber damga vurdu. Yılın en iyilerinin ödül aldığı bu organizasyonda İSİMDER Başkanı Marka Uzmanı Mevlüt Kanber (ByKanber) yılın projesi olan Güvenilir Marka İsim Belgesi (GUMİB-TOBNC) ile yılın Güvenilir Marka İsim Belgesi ödülüne layık görüldü.

ELİMİN DEĞDİĞİ MARKALAŞIYOR

Mevlüt Kanber yılın projesi olan Güvenilir Marka İsim Belgesi ödülünü alırken markaların global alanda nasıl daha güvenilir olabileceğini vurgulayarak her markanın mutlaka bizi tanımasını gerektiğini ve "Elimin Değdiği Markalaşıyor" sloganı ile her markanın global olarak markalaşabileceğine aynı zamanda markaların mutlaka yılın projesi olan Güvenilir Marka İsim Belgesi (GUMİB-TOBNC)'ne mutlaka sahip olmalarını gerektiğini söyledi.

Ödülünü alıp konuşmasını tamamlayan ByKanber Uluslararası Medya Ödül Töreni organizatörü ve MEDYADA Reklam Ajansı Sahibi Gökhan Burak Gürsoy'a yılın projesi olan Güvenilir Marka İsim Belgesi (GUMİB-TOBNC) takdim etti. Aynı zamanda Medya alanında verilen Güvenilir Marka İsim Belgesi (GUMİB-TOBNC) bu alanda ilk olma özelliğini taşıyor. **(İbrahim Yapıcı)**

OPRUKÇU, BELEDİYE YURDUNDA İNCELEMELERDE BULUNDU

Ereğli Belediye Başkanı Hüseyin Oprukçu, belediye tarafından Toros Mahallesinde üniversiteye yakın bir konumda kız öğrencilere tahsis edilen Kız Öğrenci Misafirhanesinde incelemelerde bulundu. Eğitime katkı yapmaya devam ettiklerini ifade eden Başkan Oprukçu, "Ereğ-

CİHANBEYLİ'E YEŞİL ALAN ORANI HIZLA ARTIYOR

Cihanbeyli Belediye Başkanı Mehmet Kale, ilçenin dört bir yanında yürüttükleri çalışmalarla yeşil alan oranını giderek artırdıklarını belirtti. Kale "Yeni parklarımızın yapımlarını hızla sürdürüyoruz. Şüphesiz bunların devamı gelecek" dedi. Kale, [illegible] de 3 adet çocuk parkı kazandırıyoruz. Çalışmalarımız devam ediyor. Cihanbeyli'nin dört bir yanında hummalı bir çalışma yürütüyor, vatandaşlarımıza hizmet için gayret ediyoruz" diye konuştu.

TOKİ KONUTLARI

Her Zaman Her Yerde Güvenilir Markalaşma

MARKA İSİM MERKEZİ BAŞKANLIĞI

TÜRKÇE MARKA İSMİ VE KAMUOYU İLE İLGİLİ HABERLER

Marka İsim Uzmanı
BayKAMBE®
Brand Name Expert

www.isimder.org.tr

Şirinevler Mah. Mahmutbey Cad. Meriç Sok.
Ünal İş Mrk. Kat:4 No:4 **Bahçelievler/İSTANBUL**

Feritpaşa Mah. Ahmet Hilmi Nalçacı Cad.
Bakkalar Sitesi No:48/A/2 **Selçuklu/KONYA**

Tescilli Hat: +90 850 270 02 30

CEYLAN İNŞAAT YÖNETİM KURULU BAŞKANI MUAMMER CEYLAN'DAN YABANCI İSİM TEPKİSİ!...

Turkisim 09.06.2017 11:48

Türkiye'nin önde gelen inşaat sektörlerinin buluştuğu Marka Şehirler Zirvesi'nde konuşan Ceylan İnşaat Yönetim Kurulu Başkanı Muammer Ceylan, yabancı isim hayranlığına büyük tepki gösterdi. Konuşmasında "Telaffuzunda zorlandığım ismi projeme vermem" dedi. Bu yıl 2.si düzenlenen "Marka Şehirler Zirvesi"nin ana sponsorlarından olan Ceylan İnşaat ın Yönetim Kurulu Başkanı Muammer Ceylan zirveye damgasını vurdu. 16 Nisan referandumundan sonra inşaat sektöründeki gelişmelere değinen Ceylan; "15 Temmuz darbe girişimi sonrası milletimizin gösterdiği kahramanlık dünyada az görülen bir olaydır. Bu millet tüm zorluklarına rağmen geleceğine ve istiklaline sahip çıkmıştır. Tüm bu saldırılara rağmen ve düşmanlarına karşı kahramanca ülkesini savunmuştur. Marka şehir aranıyorsa Türkiye'nin 81 vilayeti ve birçok tarihi ilçesi marka değeri taşımaktadır. Bu ülkenin değerini bilmek gerekir." dedi. 35 yıldır inşaat sektöründe yaptığı projelerle takdir

www.istanbultimes.com.tr

İstanbul Times

YIL: 6 SAYI: 171 28 AĞUSTOS 2013 Fiyatı: 2 TL Haftalık Siyasi Magazin Aktüel Gazete

■ **SİYASETTEKİ** güvenilir duruşu, iş ve aile yaşantısındaki düzgün kişiliği ile Başakşehirli'lerin gönlüne taht kuran CHP'den Başakşehir Belediye Başkan aday adayı Özgür Karabat, 2014 yerel seçimlerinde Belediye Başkanlığı'na en yakın isim gibi... ▶ SAYFA 10'DA

YABANCI İSİME İSYAN

"MALL değil ALIŞ VERİŞ MERKEZİ..."

Başbakan Erdoğan daha önce açılışını yaptığı alışveriş merkezlerinde dile getirdiği Türkçe isim hassasiyetini Küçükçekmece Arenamega Sanat Merkezi açılışında bir kez daha dile getirdi

"Arenamega yerine başka isim düşünün"

BAŞBAKAN Küçükçekmece'de açılışını yaptığı Arenamega isimli kültür merkezinin ismini beğenmediğini ve bunun yerine daha güzel Türkçe'ye yakışır bir ismin bulunması gerektiğini söyledi. Erdoğan, Türkçe isim konusundaki hassasiyete dikkat çekerek, "Türkçe hassasiyetini kaybettik. Türkçe uluslararası bir dil. Eserlerine isim koyarken yokluğunu hissetmeyeceğimiz bir kültürümüz var. İthal kelimelerle Türkçemiz mahvedildi. Bir çocuğa ya bir büyük esere isim koyarken başka dillere ihtiyaç duymadan kendi medeniyetimizi yaşatacak bir anlayışı sürdürmemiz gerektiğine inanıyorum. Dolayısıyla, bugün açılışını yaptığımız, Türkiye'nin ve Avrupa'nın her açıdan bu büyük eserine 'Arenamega' yerine, bizim kültürümüzden isim düşünülmesini de sizle-

ÇAMURLU SOKAKLARDAN DEV GÖSTERİ MERKEZİNE

KÜÇÜKÇEKMECE Belediyesi'nin Halkalı'da inşa ettiği dev gösteri merkezinin açılışına, Başbakan Recep Tayyip Erdoğan başta olmak üzere, Kültür ve Turizm Bakanı Ömer Çelik, AB Bakanı ve Başmüzakereci Egemen Bağış, Milletvekilleri, İstanbul Valisi Hüseyin Avni Mutlu, İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Kadir Topbaş, Ak Parti İl Başkanı Aziz Babuşcu, Küçükçekmece Belediye Başkanı Aziz Yeniay, Ak Parti İlçe Başkanı Temel Karadeniz, ile sanat ve siyaset camiasından birçok önemli isim katıldı. Küçükçekmece Belediye Başkanı Aziz Yeniay, Başbakan Erdoğan'a teşekkür ederek, Küçükçekmece ilçesinin çamurlu sokaklardan dev sanat merkezlerine ulaşmasını Ak Parti'nin yerel yönetim anlayışına kavuşmasına bağladı.

"Bu daha başlangıç mücadeleye devam"

■ **SARIYER** Belediye Başkanı Şükrü Genç, coşkulu bir kalabalık eşliğinde CHP Sarıyer İlçe Başkanlığına giderek 2014 yerel seçimleri için aday olduğunu açıkladı. Genç, "Bu daha başlangıç, mücadeleye devam" dedi

▶ SAYFA 5'TE

Ağır Ceza'da yargılanacaklar

■ **SARIYER** Belediyesi'ne yönelik 'rüşvet ve yolsuzluk' soruşturmasının iddianamesi kabul edildi.

▶ SAYFA 9'DA

BAŞBAKAN'DAN TÜRKÇE İSİM UYARISI

Siyaset - 03 Ağustos 2013 18:50

Başbakan Erdoğan, Küçükçekmece Belediyesi tarafından Halkalı'da inşa edilen gösteri merkezi Arenamega'nın resmi açılışında konuştu.

Erdoğan, eserlere Türkçe isim verilmesi gerektiğini söylediği konuşmasında Gezi olaylarını eleştirdi. "Yaşam tarzlarına saygı" mesajı verdi.

Başbakan Erdoğan'ın konuşmasından satırbaşları:

ARENAMEGA'NIN YERİNE BAŞKA İSİM

Eserlerimize isim koyarken asla yokluğunu hissetmeyeceğimiz bir kültürümüz tarihimiz var. **Hep ithal kelimelerle maalesef Türkçemiz çok büyük darbe yedi. Bunu hassasiyetle ele almak suretiyle, Kültür ve Milli Eğitim Bakanlığı ile el ele bu adımı atmamız lazım.** Bir büyük esere isim koyarken başka bir dile ihtiyaç duymadan kendi medeniyetimizi sürdürecek bir anlayışa ihtiyaç duyuyoruz.

Arena, mega yerine daha bizden isim düşünülmesini sizlerin takdirlerine sunuyorum.

Erdoğan: Eserlere Türkçe isimler vermeliyiz

Başbakan Recep Tayyip Erdoğan, "El ele bir dayanışmayla bunun adımlarını atmamız lazım" dedi.

04 Ağustos 2013 Pazar 13:13

Başbakan Recep Tayyip Erdoğan, "Bir çocuğa ya da bir çocuk kadar değerli olan bir büyük esere isim koyarken, başka dillere, başka simge ve sembollere hiç ihtiyaç duymadan, kendi dilimizi ve kendi medeniyetimizi yaşatacak bir anlayışı sürdürmemiz gerektiğine inanıyorum" dedi.

Erdoğan, Küçükçekmece Belediyesi tarafından Halkalı'da yaptırılan "Arenamega" adlı gösteri ve sanat merkezinin açılış töreninde yaptığı konuşmada, Küçükçekmece Belediyesi'nin başkan ve yöneticileri başta olmak üzere, tesisin yapımında emeği geçenlere teşekkür etti.

Açılışını yaptıkları kamu ya da özel sektör yatırımlarında, Türkçe isimler verilmesi konusundaki hassasiyeti her fırsatta dile getirdiğini hatırlatan ve Türkçe'nin son derece zengin bir dil olduğunu belirten Erdoğan, şunları söyledi:

"Türkçe hassasiyetini kaybettik. Burada böyle bir sıkıntı yaşıyoruz. Gittiğimiz yerlerde hep bunu ifade ediyoruz. Ne yazık ki bizim son derece zengin bir dilimiz olmasına rağmen niçin? Türkçe bir bilim dili, bir medeniyet dili olduğu kadar, çok geniş bir coğrafyada, yüz milyonlarca insan tarafından konuşulması hasebiyle, uluslararası boyutu da olan bir dildir. Dilimizin bu vasıflarının ötesinde, bizim tarihimizde, isminin yaşatılması, anılması, hafızalarda hiç unutulmaması gereken çok sayıda bilim, sanat insanımız, gönül insanımız, kahramanlarımız, devlet adamlarımız var. Eserlerimize isim koyarken, asla yokluğunu ve yoksunluğunu hissetmeyeceğimiz bir tarihimiz, kültürümüz, medeniyetimiz var. Tabi her şey birbirine karıştı diyorum ya... 'Kültür' diyoruz o da Türkçe değil ama hani onu da 'Türkçeleşmiş Türkçe' olarak kabul ediyoruz. 'Türkçe'nin Sırları'nda', Nihat Sami Banarlı'nın güzel bir tespiti var; 'Ketebe, yektübü Arab'ındır; kitap, katip benimdir' der. Son zamanlara kadar hala daha geçerlidir Dışişleri Bakanlığımızda, bugün sekreter olarak ifadesini bulan katiplik vardır. Sekreter Türkçe mi? O da değil. Hep bu tür ithal kelimelerle maalesef Türkçemiz mahvedildi. Çok büyük darbe yedi. Biz şimdi bunu mümkün olduğunca hassasiyetle ele almak suretiyle; tabi Kültür ve Turizm Bakanımıza da parantez içinde hatırlatıyoruz, gereği neyse yapması lazım. Milli Eğitim Bakanlığımız, aynı şekilde bunu yapması lazım. El ele bir dayanışmayla bunun adımlarını atmamız lazım. Bir çocuğa ya da bir çocuk kadar değerli olan bir büyük esere isim koyarken, başka dillere, başka simge ve sembollere hiç ihtiyaç duymadan, kendi dilimizi ve kendi medeniyetimizi yaşatacak bir anlayışı sürdürmemiz gerektiğine inanıyorum. Dolayısıyla, bugün açılışını yaptığımız, Türkiye'nin ve Avrupa'nın her açıdan bu büyük eserine -Aziz kardeşim, iki anlamda aziz kardeşim, ismiyle müsemma olsun- ve inşallah 'Arenamega' yerine, daha bizden, daha bir bizim kültürümüzden isim düşünülmesini de sizlerin takdirlerine ve fikirlerine sunuyorum."

Erdoğan'dan Türkçeye hassasiyet uyarısı

Mağazalara Türkçe dışında isimler verilmesine Başbakan Erdoğan da karşı çıktı.

Başbakan Recep Tayyip Erdoğan, mağazalara Türkçe dışında isimler verilmesini eleştirdi. Farklı dilde isim kullanılmasının kültür mücadelesinde yara açtığını söyleyen Erdoğan, firma sahiplerinin Türkçe adına fedakârlıkta bulunmasını istedi.

Başbakan Recep Tayyip Erdoğan, Akın Holding tarafından 115 milyon Euro'ya yaptırılan 212 İstanbul isimli alışveriş merkezinin resmi açılışına katıldı. Erdoğan burada yaptığı konuşmada Türkçenin duru ve güzel bir dil olduğunu ancak alışveriş merkezlerinde Türkçe dışında farklı isimler kullanıldığını söyledi.

"Türkçe isimler yerine farklı isimler olması kültür mücadelesinde bizim için bir yara oluşturuyor." diyen Erdoğan, bunun için mağaza sahiplerinin isim belirlerken Türkçe isim seçerlerse bunun Türkçenin dünyada markalaşmasına vesile teşkil edeceğini dile getirdi. Erdoğan, "Bu çok önemli." vurgusunu yaptı.

BU ESERİN AVRUPA'DA BENZERİ YOK

-Ben Küçükçekmece'nin 20 sene öncesi ile ilgili birşey söylemeyeceğim. buaralar felaketti, çamur deryasıydı. 1994'te belediye Başkanı olduğumda mesafe alamıyorduk. Bugün istanbul'da muhteşem bir ederin açılışını hep birlikte gerçekleştiriyoruz. Bu eserin Avrupa'da benzeri yok.

ÇAMUR DERYASIYDI

-Ben Küçükçekmece'nin 20 sene öncesi ile ilgili birşey söylemeyeceğim. buaralar felaketti, çamur deryasıydı. 1994'te belediye Başkanı olduğumda mesafe alamıyorduk. Bugün istanbul'da muhteşem bir eserin açılışını hep birlikte gerçekleştiriyoruz. Bu eserin Avrupa'da benzeri yok.

ARENAMEGA YERİNE BAŞKA BİR İSİM DÜŞÜNÜN

-Bu eser hem İstanbul'un hem Türkiye'nin önemli bir sanat merkezi olacak. 35 bin kapasiteli bir salonun, Türkiye'nin en büyük gösteri merkezinin içindeyiz. Sayın Başkanı tebrik ediyorum. Açılışını yaptığımız kamu ya da özel sektör yatırımlarından zorlanıyoruz. Birbirinden ayırt etmek bizler için çok zor oldu. Türkçe hassasiyetini kaybettik. Türkçe uluslararası boyutu da olan bir dil. Eserlerine isim koyarken yokluğunu hissetmeyeceğimiz bir kültürümüz var. İthal kelimlerle Türkçemiz mahvedildi. Bir çocuğa ya bir büyük esere isim koyarken başka dillere ihtiyaç duymadan kendi medeniyetimizi yaşatacak bir anlayışı sürdürmemiz gerektiğine inanıyorum. **Arena Mega yerine kültürümüze uygun bir isim düşünülmesi gerektiğini düşünüyorum.**

Türkiye

DÜNYANIN KABUL ETTİĞİ AYVALIK GÖMEÇ PELİTKÖY YAMAÇLARINDAN

"Piyer Loti'nin ismi değiştirilsin"

AK Parti'li Vahit Kiler, Piyer Loti tepesinin adının değiştirilmesi için başvuru yapacağını söyledi. Tepenin adının "İdris-i Bitlis" olduğunu savunan Kiler, "Fransız Piyer Loti kanımıza dokunuyor" dedi.

AK Parti Bitlis Milletvekili Vahit Kiler, Haliç'te manzarasıyla ilgi odağı olan Piyer Loti'nin adının değiştirilmesini istedi. Vahit Kiler, "Bitlisli olarak, bu ismin değiştirilerek Piyer Loti haline getirilmesi kanımıza dokunuyor. Belgeleri hazırlayarak, belediyeye gerekli başvuruyu yapacağız" dedi.

SEYYAH MI AJAN MI? OKUMAK İÇİN TIKLAYIN

Akşam gazetesine konuşan Kiler, şunları söyledi: "Eyüp'teki o meshur köskün adı 1934'e kadar İdris-i Bitlisi Köşkü olarak biliniyormuş. Tepenin adı da kayıtlarda 'İdris-i Tepesi' diye geçiyor. Ne var ki, 1934 yılında, Fransız yazarı Pierre Loti'nin ismi verilmiş. Biz bunu öğrendiğimiz zaman Bitlisliler olarak kanımıza dokundu, ağrımıza gitti.

İdris-i Bitlisi, Bitlis'in önde gelen isimlerinden biri. Ancak sadece Bitlis için değil, Türk tarihi açısından da önemli bir kişilik. Akkoyunlu sarayında hükümdar çocuklarına lalalık yapan, bundan dolayı 'Kutlu Müderris' olarak övülen bir isim. Hem 2. Bayezid hem de Yavuz Sultan Selim döneminde yaptıklarıyla büyük övgü almış. Osmanlı siyasetinde aktif bir rol üstlenmiş. Çaldıran'da savaşıp, Doğu ve Güneydoğu vilayetlerinin Osmanlı'ya katılmasında gösterdiği başarısıyla merkezi Diyarbakır olan Arap Kazaskerliği rütbesiyle ödüllendirilmiş. Yavuz'la birlikte Ridaniye ve Mercidabık Savaşlarına katılmış. Mısır'ın fethinden sonra bu ülkenin yönetimi konusunda Yavuz Sultan Selim'e yardımcı olan biri. Ayrıca aralarında Risale-i Hazaniyye'nin de olduğu 28 eseri olan tarihi bir kişilik. Ülkeye bu kadar yararları dokunmuş birinin ismi o tepeden neden çıkarılıp, bir Fransız olan Piyer Loti'nin adı verilir?

Piyer Loti de Fransız roman yazarı olarak Türkiye sevgisiyle bilinen bir yazar. En azından bize öyle anlatılıyor. Ama, büyük hizmetleri geçmiş İdris-i Bitlisi'nin adının çıkarılarak, o tepeye Piyer Loti'nin adının konulmasını garipsedik. İdris-i Bitlisi, Müştak Baba gibi, Saidi Nursi Bediüzzaman gibi bizim için çok değerli bir insan. Tekrar o tepeye ve köşke isminin geri verilmesi için çalışma yapacağız.

Gerekli belgeleri topluyoruz. O tepenin ve köşkün isminin daha önce İdris-i Bitlisi olduğunu gösteren belgelerle birlikte İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanımız ve yetkililerle görüşeceğiz. Belediye Meclisi kararıyla mı, yoksa bir kişinin kararıyla mı değişmiş onu inceledikten sonra gerekli başvurumuzu yapacağız. İdris-i Bitlisi'nin hem çeşmesi hem de köşkü o bölgede bulunuyor. Eşiyle birlikte kabristanları da orada."

Yabancı isim kullanan şirketlere tabela vergisi

Normatif.com

Türkiye Dil ve Edebiyat Derneği (TDED) Genel Başkanı Ekrem Erdem, yabancı dilde isim kullanan şirketlerin tabela vergilerinin artırılabileceğini, bu amaçla bir teklif getireceklerini bildirdi. Erdem, yaptığı yazılı açıklamada, TDED olarak Türkçe isimli yerli markalar oluşturmayı ve dil bilincini artırmayı amaçladıklarını belirtti.

Türkçe'nin dünyada hak ettiği yere gelebilmesi için önce sağlam bir dil şuuruna sahip olunması gerektiğini vurgulayan Erdem, şu ifadeleri kullandı:

"Dilde başlayan yozlaşma ve yabancılaşma, dille sınırlı kalmayarak zamanla bütün değerlerin yok olmasına ve milli birliğin telafisi imkansız zararlar görmesine sebep olur. Bir milletin dili bozulursa kültürü de bozulur; sanat, edebiyat ve fikir sahalarında çöküntüler meydana gelir. TDED olarak, bunu önlemek için mücadele ediyoruz. Bu amaçla yeni bir çalışma hazırlayacağız. İsimlerini yabancı dilde ilan eden şirketlerden, bir düzenlemeyle daha fazla tabela vergisi alınabilir. Bu amaçla bir teklif getireceğiz. Ancak, çalışmamızın özü; yasakçı olmayan, tamamen Türkçeyi koruma amaçlı bir temaya sahip olacak. Örneğin, ismini Türkçe yazan şirket 10 lira tabela vergisi ödüyorsa yabancı bir dille yazan 100 lira ödeyebilir. Amacımız, dil bilincini artırmak ve Türkçemizi korumak. Tabii, Türkçe ya da yabancı bir dilde isim kullanmak tercihi şirketlerin." AA

ADAPAZARI

İş yeri isimleri Türkçe olmalı.

03 Eki 2013 Per 10:42 Bu haber 155 views kez okundu Yazı Büyüklüğü

BU YAZIYA AİT RESİM EKLENMEMİŞ..

Türkçe yazmayan işyerleri tabelalarına kocaman İngilizce isimler yazılmış. Türkçe anlamı nedir? Ben bilmiyorum başkaları' da bilemez.

Kendi kültürümüzle, kendi Türkçe isimlerimizle marka olmayı öğrenmeliyiz. Yabancı hayranlığı uyandıran isimler kullanmamalıyız.

Görsel güzellik için, Şehirde işyeri tabelaların standarda ve göze hitap edecek şekilde düzenlenmesi için belediyenin çalışma yapması kaçınılmaz oldu.

İl genelinde iş yerlerinde, Türkçe isim kullanımının yaygınlaştırılması ve ilde yabancı isim taşıyan işyerlerinin belirlenmesi amacıyla çalışma yapılması gerekir, kendi kültürümüz ve Türkçemize göre işyeri isimleri kullanılması için esnaf birlikte çalışma yapılarak yabancı isimlerden işyerleri kurtulmalıdır.

Şehirde, illerde baktığımızda bazı işyerlerinin isimlerinin Türkçe olmadığını ve yabancı isimler kullanıldığını görmek mümkün. Sakarya esnaf odaları Belediye kültür müdürlüğünde dâhil olacağı bir çalışma başlatılarak işyerleri Türkçeleştirmeli

Yabancı kelime istilası, işyeri tabelalarında, tekstil ürünlerinde, kaffe, restoran, hastane isimlerinde, alışveriş merkezlerinde ve yeni yapılan sitelerde her geçen gün artarak sürüyor. Dünyada en çok konuşulan 5. dil olan Türkçe ve bu güzel dilin zenginliği yabancı isim koyma çılgınlığına kurban ediliyor. Peki, ürettiğimiz ürünlere, açtığımız dükkânlara neden 'Türkçe' isim koymuyoruz? Ülkemize mi, dilimize mi yoksa kendimize mi güvenmiyoruz? Dünya piyasasında saygın bir yeri olan markalar üreten bir ülke olarak Türkçe ismi tabelalarımızda neden gururla taşıyamıyoruz? Bunu anlamakta güçlük çekiyoruz.

İş yeri açacak olanlara Türkçe isim verilmesi için, Birkaç misli ağır vergilendirme geçici bir çare olabilir; en kesin çözüm vatandaşın dükkândan içeri girip "Yabancı kelimeyi firma adı yaptığınız için sizden alışveriş etmiyorum." diyerek kınamasıdır. Bir firma, ayda 30 kere böyle şahsi ve nazik protestoya uğrasa, bundan etkilenir.

Şehirdeki işyeri tabelalara standarda uygun ölçülere getirilmeli ve görsel kirlikten şehir sokakları ve işyeri duvarların kirlilik arz eden tabelaların standart ve görsel güzelliğe kavuşturulması faydalı olacağı kanındeyim.

Turizm bölgelerinde yabancı isimler kullanılmasın

Türk Dil Kurumu (TDK) Başkanı Prof. Dr. Şükrü Haluk Akalın, Türk girişimcilerin işletmelerine yabancı isimler koymasının, dildeki yabancılaşma sürecini hızlandırdığını belirtti.

TDK Başkanı Prof. Dr. Akalın, Türkiye'de özellikle turistik bölgelerde iş yerlerinin yabancı isimler altında hizmet verdiğini, turisti cezbetmek amacıyla yapılan bu uygulamanın, turist üzerinde olumsuz etki yaptığını bildirdi. Dünyanın önde gelen turizm ülkelerinde bu tür bir uygulamaya rastlanmadığının altını çizen Akalın, İspanya'da "Otel" kelimesinin bile İspanyolca yazıldığını, bütün iş yerlerinin İspanyolca isimlerden oluştuğunu vurguladı. Akalın, şöyle devam etti:

"Bir Amerikalı, bir İngiliz turist, gittiği ülkede kendi dilinde yazıların yazdığı bir otel tabelası önünde fotoğraf çektirmek istemez. Çünkü ülkesine döndüğünde, 'ben Türkiye'ye gittim' dediğinde, İngilizce bir tabela önünde çekilmiş bir fotoğrafı göstermek istemeyecektir. Bu durumda insanlar gittiği bölgenin kültürünü, tarihini, doğasını, güzelliklerini gösteren fotoğraflar çeker, o bölgeye ait hediyelik eşyalar alır. Türkiye'deki uygulamaya baktığımızda, yabancı ortaklığı olmayan işletmelerin de yabancı isimler aldığını görüyoruz. Turist geldiğinde bakacak ki, tabelalar yabancı, otellerin isimleri yabancı, yemekler yabancı mutfağından, bu ülke ona cazip gelmeyecektir. Bu uygulama ne yazık ki, Türkiye'de sokaklarımızın görüntüsünü değiştirdi."

İspanya, Fransa ve İtalya gibi ülkelerde, müzelerdeki tarihi varlıklarını tanıtan tabelaların bile o ülkenin dilinde yazıldığını anlatan Akalın, bu sayede bilgi almak isteyen turistin rehber tutmasının sağlandığını bildirdi. Akalın, şunları söyledi:

"Böylece rehberlere iş imkanı sağlanmış oluyor. Bu sayede istihdam sağlamış oluyorsunuz. Rehber pahalı geliyorsa katalog satın alıyorsunuz ama bizde tam tersi. Neredeyse Türkçesinden önce İngilizcesini, Fransızcasını, Rusçasını görüyorsunuz. 'Turizmden yeterince gelir elde edemiyoruz' diyoruz. Turist neden para bıraksın ki, siz her şeyi zaten veriyorsunuz. Alfabesi farklı olan ülkeler dışında dünyanın hiçbir ülkesinde böyle bir uygulama yok.

Yabancı ortaklığı bulunmayan kuruluşların adları Türkçe olmalıdır. Buralarda Türk mutfağını tanıtan yemeklere yer verilmelidir. Bizim kültürümüzü anlatan değerlere yer verilmelidir. Bu uygulama yabancıları daha da cezbedecektir. Ama maalesef bizde, adeta burası küçük Amerika, İngiltere gibi yabancı adlı iş yerleri cennetine dönüştü."

100 BELEDİYE TÜRKÇE İŞ YERLERİNE İZİN VERİYOR

TDK Başkanı Prof. Dr. Şükrü Haluk Akalın, TDK'nin yürüttüğü çalışmalar çerçevesinde 100 belediyenin, bölgesinde Türkçe isimler kullanma kararı aldığını söyledi. İşletme isimlerinin yabancılaşmasına, yasal boşlukların neden olduğuna dikkati çeken Akalın, şöyle devam etti:

"Her etkinin bir tepkisi oluyor. TDK'nin yürüttüğü çalışma neticesinde 100 belediye, bölgesinde Türkçe isimler kullanma kararı aldı. Bunu en son Bodrum Belediyesi de kabul etti. Turistik bölgelerde de artık bu olumsuz gidişe yönelik bir tepki ortaya çıktı. Bu konuda yasal boşluğun doldurulması gerekmektedir. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, iş yeri açmak için başvuruda bulunan şahısların her şeyini inceliyor. Kurucusu, sermayesi, şirket türü soruluyor ama işletme adı sorulmuyor. Bir şirket iş yeri açtığında, ne ad kullanacak, satacağı ürünün adı ne olacak sorulmuyor. TDK olarak her yasama döneminde TBMM'ye bu yasal boşluğu giderecek madde önerilerimiz oluyor. Şu an TBMM'de Türkçe'nin yozlaşmasını araştıran bir komisyon kuruldu. Bu yasal boşluk giderilirse, yabancılaşmanın önüne geçilebilecektir."

YABANCILAŞMA

Akalın, "yabancı tabelaların yoğunlukta bulunduğu kentlerdeki insanlar, bu yabancılaşmadan etkileniyor mu?" şeklindeki soruya da, "Etkiliyor ama bu konuda esnaf, insanların yabancı isim taşıyan iş yerlerine daha çok ilgi gösterdiğini söylüyor" dedi.

Esnaflarla bu konuda bir araştırma gerçekleştirdiklerini belirten Akalın, "sanki içerde satılan mal yabancıymış, sanki daha kaliteliymiş gibi bir düşünce var. Bu birbirini etkileyen, birbirini tetikleyen bir durum. Bundan biran evvel kurtulmalıyız. Türk girişimcilerin işletmelerine yabancı isimler koyması, dildeki yabancılaşma sürecini hızlandırıyor. Dünyanın hiçbir ülkesinde bizde olduğu kadar yabancılaşma yok" dedi.

Yabancı Tabela İstilası: Aşağılık Komleksi

Tabelalarda yabancı isimlerin seçilmesinin Avrupa karşısında eziklik duygusu içinde olmamızdan kaynaklandığını ifade eden Doç. Dr. Şahin Köktürk, **"Bir diğeri, bilinmeyen kelimelerin cazip bir tarafı var ve insanlara çekici geliyor. Acaba ne demek istedi bu kelimeyle? Hayal dünyasına hitap etmiş oluyor bir anlamda"** diye konuştu. Köktürk: Bizim çoğalttığımız isimler, markalar bizi tatmin edip dünyayla rekabete başladıktan sonra kendi isimlerimizi koymaya başlayacağız.

Türkçe'ye Dönülecek

Ondokuz Mayıs Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Türk Dili ve Edebiyatı Bölüm Başkanı Doç. Dr. Şahin Köktürk, **"Avrupa karşısında eziklik duygusu içinde olmamız dolayısıyla Türkiye'de tabelalara İngilizce isim verme alışkanlığımız ağırlıkta. Yabancı dil kullanma merakı öz güvenimizi kazanmaya başlayınca değişebilir. Bunun göstergesi tabelalarda Türkçe'ye dönülmesi olacaktır**.dedi.

Doç. Dr. Şahin Köktürk, Türkiye'de, iş yerleri ve dükkanlardaki tabela adlarının özellikle yabancı isimlerden seçilmesinin aşağılık kompleksinden kaynaklandığını ifade etti. Tabela seçimlerinde yabancı isimlerin kullanılmasının birkaç sebebi olduğunu söyleyen Köktürk, şunları söyledi:

"Uzun zamandan beri Türkiye'de yabancı dillerin çokça öne çıkarılması, yabancı dil öğretiminin ve eğitiminin küçük yaşlara kadar indirilmesinin yanı sıra Avrupa karşısında eziklik duygusu içinde olmamızdan da kaynaklanıyor. Özellikle İngilizce isimlerin tercih edilmesi bu kompleksten kaynaklanıyor. Bir diğeri, bilinmeyen kelimelerin cazip bir tarafı var ve insanlara çekici geliyor. Acaba ne demek istedi bu kelimeyle? Hayal dünyasına hitap etmiş oluyor bir anlamda. Türkçe bir kelime olsa ve bilinse, anlamı tek olacak ama yabancı bir isim konunca bunun arkasında ne var gibi bir merak uyandıracak. Ben merak ettirme düşüncesinden ziyade batı karşısındaki kompleksimize, yabancı dil öğretiminin küçük yaşlara kadar indirilmesi gerçeğinden hareketle böyle bir yola başvuruyorlar."

Güven Meselesi

Bu durumun ne şekilde düzeleceği konusunda da açıklamalarda bulunan Köktürk, sözlerine şöyle devam etti:

"Yabancı dil kullanma merakı kendi öz güvenimizi kazanmaya başladıktan itibaren değişebilir. Yani birden bire olmaz. Çünkü uzun yıllardan beri şuur altına yerleşen, dışardakiler bizden daha iyidir şeklinde bir kanaat var. Bizim ortaya koyduğumuz isimler, markalar bizi tatmin edip dünyayla rekabet etmeye başladıktan sonra kendi isimlerimizi koymaya başlayacağız. Bu durumun bizde bir özgüven hali oluşturmasıyla birlikte, bunun göstergesi tabelalarda Türkçe'ye dönülmesi olacaktır."

Köktürk, bu yabancı kelime kullanma hevesini, dil şuurunun tam yerleşmemesinden de kaynaklanabileceğine dikkat çekerek, Türkçe'ye sahip çıkılmadığını söyledi. **"Türkçe isimlerin kullanılması insanların diline sahip çıktığının bir göstergesidir"** diyen Köktürk, Bir otel, alışveriş merkezi, şirketler, eğer uluslararası bir alana hitap ediyorsa da Türkçe isimlerini büyük İngilizce isimlerini ise küçük ebatlarda yazmaları gerektiğini ifade etti. Köktürk, tanıdığı 'Zarif Kundura' isimli mağaza sahibinin kendisine **"Zarif Kundura"**nın İngilizcesi nedir diye sorduğunu belirterek, orta halli müşteriye hitap eden dükkânların bile yabancı tabela peşinde olduğuna dikkat çekti.

GENÇGAZETE
İNEGÖL'ÜN ÖZGÜR GAZETESİ 12 YAŞINDA

TTNET 'le HER
MMC İLETİŞİM

Yabancı isim merakı

Türk Dil Bayramını kutladığımız bugünlerde başta mobilya firmaları olmak üzere tabelalarımızda yabancı isim istilası sürüyor. Özellikle mobilya sektöründe yabancı isimler dikkat çekiyor.

YABANCI İSİM İSTİLASI

Alışveriş merkezlerinden hastanelere, lokantalardan apartman ve sitelere kadar hayatımızın neredeyse bütünü yabancı isim istilasına uğradı.

Dünyada en çok konuşulan 5. dil olan Türkçenin zenginliği tabela ve markalara yansımıyor. İnegöl'de özellikle mobilya mağazaları Türkçe ismi unutmuş durumda.

TÜRKÇE MOBİLYA İSMİ YOK GİBİ

Türk Dil Bayramının kutlandığı bugünlerde başta Ertuğrulgazi Caddesi olmak üzere İnegöl'ün birçok mobilya mağazasının yabancı isim kullandığı görülüyor. Firma ismini marka olarak kullanmak yerine yabancı bir isim ile ön plana çıkmayı isteyen firmalar, zaman zaman mobilya ve kanepe yerine furniture (mobilya) ve sofa (kanepe) da kullanabiliyor.

Konu hakkında görüşlerini aldığımız mobilyacılar, mobilyada yabancı isim tercihinin dış ticaret faaliyetleri ve yabancı müşteri dikkate alındığı için kullanıldığını söylüyorlar.

BELEDİYE, PLAKET ALMIŞTI

Oysa İnegöl Belediyesi, 2007 yılında mecliste Türkçe isimlerin özendirilmesi kararını almıştı. Hatta Türk Dil Kurumu, işyerlerinde Türkçe ismin özendirilmesi kararı dolayısıyla Belediye Başkanı Alinur Aktaş'a plaket takdim etmişti.

İNEVİA İSMİ DEĞİŞMİŞTİ

Cazibe Merkezi adıyla başlanılan, alışveriş merkezi için isim yarışması yapılmış ve Bursa'nın en büyük ikinci alışveriş merkezi için 'Alışveriş ve Yaşam Merkezi İsmini Arıyor' adlı 1500 TL ödüllü yarışmayı, 'İNEVİA' ismiyle Kütahya Dumlupınar Üniversitesi'nde Yüksek Lisans eğitimi alan Muharrem Polatdemir kazanmıştı. Kamuoyu tarafından yabancı bir isim olması nedeniyle ciddi eleştiriler alan İNEVİA ismi, daha sonra değiştirilerek İnegöl AVM olmuştu.

NEDEN GURURLA TAŞIMIYORUZ?

Uzmanlar, yabancı kelime istilasının işyeri tabelalarında, tekstil ürünlerinde, kafe, restoran, hastane isimlerinde, alışveriş merkezlerinde ve yeni yapılan sitelerde her geçen gün artarak sürdüğünü aktararak şu soruları soruyor: "Dünyada en çok konuşulan 5. dil olan Türkçe ve bu güzel dilin zenginliği yabancı isim koyma çılgınlığına kurban ediliyor. Peki, ürettiğimiz ürünlere, açtığımız dükkânlara neden 'Türkçe' isim koymuyoruz? Ülkemize mi, dilimize mi yoksa kendimize mi güvenmiyoruz? Dünya piyasasında saygın bir yeri olan markalar üreten bir ülke olarak Türkçe ismi tabelalarımızda neden gururla taşıyamıyoruz?"

Yrd.Doç.Dr.
Tamer ÜSTÜNER

Tabelalarda Neden İngilizce İsimler!

Yrd. Doç.Dr. Tamer ÜSTÜNER

tamerustuner@ksu.edu.tr

Güncelleme: 1 Kasim 2012 - 12:00

Türkiye'mizde güzel Türkçe isimler varken neden hala İngilizce isme merak sarmış esnaflarımız var? **Birbirinden güzel anlamları olan, anlam zenginliği oldukça iyi olan Türkçe'miz hala hakir görülüyor, bunu anlamak kolay değil.**

Sayın başbakanımızda Türkçe isim kullanılmaması hususunda muzdarip, öyleki bu konuda bile açıklama yapma ihtiyacı duymuştur. Esnaflar tabela isimlerinde Türkçe isimler kullansınlar diye çağrıda bulunmuştur. Gerçekten Türkçe'miz neden böyle bilinçsizce dejenere ediliyor? Yabancı ülkelerde niye böyle bir davranış sergilenmiyor? Yabancı milletler kendi dillerine daha çok ihtimam gösteriyorlar. Kendi dillerini önemsiyorlar. Bir ABD veya Avrupa ülkelerinde niçin bir Türkçe isim veren yabancı esnaf göremiyoruz. **Oysa ülkemizde binlerce yabancı isimlerde işyerleri var, neden?**

Öyle ki bir Alman, Fransız vatandaşı İngilizce konuşabildiği halde kendi dilini konuşuyor. Ama mecbur kaldığı durumlarda ingilizce'yide gayet güzel konuşabiliyor. Ama sadece mecbur kaldığında konuşuyor. Biz de durum tam tersine, çat pat İngilizceyle hemen Türkçe'mizin pabucunu dama atabiliyoruz. Hem de dilimizin dejenere olmasına zemin hazırlamış oluyoruz. **Şu gerçeği biliyoruz, İngilizce hem bilim hem de ticaret dili.** Yani İngilizceyi bilmek zorundayız ama böylede bilinçsizce Türkçe'yi katletmek doğru değil. Hem milletimize hem de Türkçe'mize büyük saygısızlıktır.

Hadi gelirin büyük bir kısmını turizmden sağlayan esnaflar veya turizm şehirlerinde böyle bir yaklaşıma bir dereceye kadar anlam vermek mümkün ama **Anadolu'muzun turist uğramaz, turizmle alakası olmayan esnaflar veya il, ilçelerde böyle tabelaya yabancı isim yazmalar olsa olsa basit bir özentidir.** Zaten kullandığımız ürünlerin çoğunda kullanılan isimler yabancı, hadi bu bizi aşan bir durum. Yani yabancılar ürettiği ürüne tabiî ki kendi uygun gördüğü ismi koyacaktır, yani seçme şansımız yok ama işyerlerine isim belirlemede insiyatif tamamen bizde.Gelin bu konuda bir hassasiyet gösterelim.

Bu yabancı isim özentisi bilinçli insanlarda ters tepki yapar. Türkçe'yi seven insanlar böyle yerlerden alış-veriş yapmayabilir. **Bir başka boyutu da kendini tam olarak ifade edememe.** Bir çok vatandaş böyle işyerlerini tercih etmez, ne satıldığını bilememe, yüksek fiyat uygulaması gibi yanlış kanıya varabilir. Yani pazarlama taktiğinde büyük hata olur. Yabancı isim bazı tüketiciler üzerinde itici olabilir. Buda bir nevi müşteri kaybıdır.

Gelin güzel Türkçe'mize geri dönelim...dilimizle barışık bir toplum bilincine kavuşmak dileğiyle...

KURUCUSU: SABRİ AVCILAR

ÇERKEZKÖY GAZETESİ

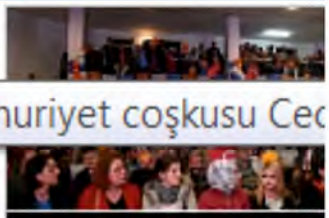
"Gerçekleri Söylemekten Kaçınmayınız"
K. Atatürk

GÜNLÜK SİYASİ YEREL GAZETE

Gazetemiz Basın Ahlak Yasasına Uyar

Cumhuriyetin 90'ıncı kuruluş yıldönümü

Konser alanının etrafında bulunan binalarda...



Kapaklı Ak Parti Belediye

Vitrinleri yabancı isimler neden süslüyor?

Son yıllarda özellikle tabelalarda ve vitrinlerde yer alan ilan ve reklamların birçoğunun Türkçe'den başka dillerle yazılmasına artık Türk insanı alışırken, yabancı isim özentisinin Türk mallarının markalaşamamaktan dolayı ortaya çıktığı ifade ediliyor.

20 Şubat 2009 Cuma 00:00

Bu haber 975 kez okundu

Vitrinleri yabancı isimler neden süslüyor?

Tavsiye Et

Arkadaşlarının neler tavsiye ettiğini görmek için Kaydol.

Vitrinlerde, tezgahlarda ve TV'de Türkçe'nin yaygınlaşması için eğitici, öğretici programlar yapılmasının üzerinde duran vatandaşlar, ayrıca Türk mallarının markalaşması halinde vitrinlerin de yabancı isimlerden kurtulacağını ifade ediyorlar.

Yabancı isim ve Türkçe kullanımı ile ilgili düşüncelerine başvurduğumuz birbirinden farklı esnaflar konu ile ilgili kamuoyuna güzel mesajlar verirken, vitrinlerin ve tabelaların yabancı özentisinden kurtulması için Türk mallarının markalaşması gerektiğini ifade ettiler.

Yabancı isim kullanan esnaflar da, yabancı isim kullanmaya karşı olanlar da hemen hemen aynı ortak paydada birleşirken, "Asıl önemli olan bu tarz sözler değil markalardır. Marka olamazsak elbette sadece Türkçe kullanımıyla bir yere varamayacağız" görüşünü savundular. Sonuçlar üzerinden durumu değerlendirmekle sorunun çözülemeyeceğini dile getiren esnaflar "Önce nedenler ortadan kaldırılmalı ve eğitim anlayışı daha sağlam temellere oturtulmalı" dedi. Konu ile ilgili görüşlerini Gazetemiz ile paylaşan Sezen Gül Polat, "Bu tarz isimlerin kullanılması elbette yanlış. Kullanılmaması gerektiği düşüncesindeyim. Dilimizde çok güzel ve albenisi olan isimler var. Kalıcı isimler var. Bu konuda küçük bir araştırma yapmamız yeterli olacaktır. Durumu sadece basit isimler olarak görmemek gerekir. Bu şekilde kullanımlar ne yazık ki gündelik dile de etki ediyor. Haliyle buda sosyal ilişkilerde kısmi veya dolaylı sorunlara sebep oluyor. Televizyonların bu konuda birincil sorumlu olduğunu düşünüyorum. Bir magazin programının "out, in" demesi moda oldu. Araç satıcılarının full aksesuar demesi moda oldu. Bu örnekleri çoğaltmak mümkün. Yapılması gereken özellikle eğitim ve internet konularında kapsamlı çalışmalar yapılması gerekiyor. Bu sayede değişen dünyaya ayak uydurabilir ve tüketen toplumların karşılaştığı böyle sorunlarla karşılaşmayız.

trendyol
Her Model ve Marka ayakkabı Büyük İndirimle Trendyol'da
Alışverişe Başla

Caddeler, mağazalar, isimler yabancılaştı-(TAMAMI)

Pazartesi, 26 Eylül 2011 07:26

Beğen 78b | Takip Et 12 | Takip et: @AydinlikGazete
Paylaş | Tweetle 0 | g+1 0 | Share

Toplum olarak dilin öğretilmesi konusunda gerekli tedbirlerin alınmadığı ülkemizde, hayatımızın her alanında Türkçe yozlaşıyor. Kimi bilinçsizce, kimi de bilinçli olarak buna katkıda bulunuyor. Bugün Dil Bayramı'nın 79 yılını kutluyoruz. Ankara sokaklarında yaptığımız araştırma, dükkan isimlerinin yüzde 60'ının Türkçe olmadığını gösteriyor

26 Eylül tarihinde kutlanan Dil Bayramı'nın 79. yılına gelindi ancak sokaklar ve caddelere yabancı isimler hakim oldu. Başta Ankara, İstanbul olmak üzere Türkiye'nin bütün il ve ilçelerindeki işyerlerinin adının Türkçe olmadığı görülüyor. Daha kolay ilgi çekmek için verilen bu yabancı isimlere vatandaşlar da alışmış durumda.

Aydınlık'ın Ankara sokaklarında yaptığı araştırmada işyerlerine verilen isimlerin yüzde 60'ından fazlasının yabancı olduğu belirlendi. İşyeri sahiplerinin, yabancı isim kullanmalarını "Daha çok dikka tçekiyor, müşterinin aklında kalıyor" diye izah ederken, yaptıklarının yanlış olduğu konusunda da hemfikir oldukları görüldü. İşyerlerine yabancı isim koyan işyeri sahipleri arasında "Herkes koyunca biz de yabancı isim koyduk" diyenlerin oranı yüzde 70'lerin üzerinde.

Araştırmada "belediye veya devlet Türkçe isim zorunluluğu getirirse uyarız" diyenlerin oranı yüzde 85. İşyerlerine yabancı isim koyanlarda 40 ya altındakiler yüzde 80'i arşken, yaş yükseldikçe yabancı isim koyan işyeri sahibi sayısı azalıyor. İşyeri sahiplerinden 74 yaşındaki Mehmet Camgö "yabancı isim koyma işi 12 Eylül darbesinden sonra çoğaldı. Yabancı isim moda oldu" dedi.

KATEGORİLER
Rize
Trabzon
Artvin
Giresun
Ordu
Samsun
Gümüşhane
Bayburt
Tokat
Amasya
Çorum
Sinop
Kastamonu
Karabük

'YABANCI İSİMLER TÜRKÇE OLARAK DEĞİŞTİRİLSİN'

Anasayfaya Dön
Tüm Trabzon Haberleri
Karakter boyutu :

Karadeniz teknik üniversitesi fatih eğitim fakültesi öğrencileri Trabzon da bulunan ticarethane isimlerinin yabancı olanlarının isimlerinin Türkçe olarak değiştirilmesi için imza kampanyası düzenledi.

2010-11-13 - 17:26

Yapılan imza kampanyası kapsamında öğrenciler adına konuşma yapan Fatih eğitim fakültesi 3 sınıf öğrencisi Habibe Gergin Trabzon da sokağa çıkıldığında yabancı isimlerdeki ticarethanelerin kendilerini rahatsız etmesinden yola çıktıklarını belirtti.
Üniversitedeki öğretmenlerinin desteğiyle böyle bir kampanya başlattıklarını söyleyen öğrenciler belli bir düzeyde imza toplayana kadar bu kampanyayı Trabzon belediyesine sunamadıklarını şimdi ise 7000 adet imza toplandığını ve Belediye başkanı sayın Orhan Fevzi Gümrükçüoğlu'na sunacağız dediler.

caytvhaber hızlı , doğru , tarafsız

Fenerbahçe'den derbi öncesi şok haber !

Ushan Çakır'dan "Altın" itiraf!

Redhack soruşturmasına itiraz

Buse Teri yıldızının ele

25.03.2010 13:37

Tarihi mekanlarda Türkçe isim kullanılacak, yabancı isimler kaldırılacak

Osmanlı Devleti'nin ilk başkenti Bursa'da ecdad yadigarı tarihi mekanlarda Türkçe isim kullanılacak.
Bursa Tarihi Çarşı ve Hanlar Birliği'nin Kozahan'daki açılışa katılan Bursa Valisi Şahabettin Harput, konuşması sırasında gözüne takılan yabancı işye

Beğen 0 Tweet 0 g+1 0 Share Yazdır

Osmanlı Devleti'nin ilk başkenti Bursa'da ecdad yadigarı tarihi mekanlarda Türkçe isim kullanılacak.
Bursa Tarihi Çarşı ve Hanlar Birliği'nin Kozahan'daki açılışa katılan Bursa Valisi Şahabettin Harput, konuşması sırasında gözüne takılan yabancı işyeri isimlerine tepki gösterdi. "Biz kendi değerlerimizi turistlere sunmalıyız" diyen Vali Harput, tarihi mekanlarda Türkçe isim kullanılacağını söyledi.

Dünyanın ilk alış veriş merkezleri arasında yeralan tarihi mekanların bulunduğu Hanlar Bölgesi esnafı dernekleşti. Geçtiğimiz yıl İngiltere Kraliçesi Elizabeth'in ziyaret etmesiyle namını dünyaya duyuran Koza Han'daki dernek merkezi, Bursa Valisi Şahabettin Harput ve porotokolün katılımıyla açıldı.

Tarihi Hanlar Bölgesi'ndeki çalışmaları anlatan Birlik Başkanı Şeref Akgün, bölgenin tanıtımını yapmak, sorunların çözümü amacıyla yola çıktıklarını söyledi. Osmangazi Belediye Başkanı Mustafa Dündar da bölgenin aslına uygun olarak muhafaza edilmesinin önemine dikkat çekti.

15 Aralık 2012 Cumartesi 13:35

Augustus'u da değiştir!

Gazeteci-Yazar Mustafa Ümit, "Sayın Başbakan bugün açacağı Augustus Otel'in de isminin değiştirilmesini önermelidir. Yapacağı öneri Konya için önemlidir" dedi

Başbakan'ın Kars'taki Grand Castle Otel'in isminin Büyük Kale olarak değiştirilmesini anlamlı bulan Gazeteci-Yazar Mustafa Ümit, "Sayın Başbakan bugün açacağı Augustus Otel'in de isminin değiştirilmesini önermelidir. Yapacağı öneri Konya için önemlidir" dedi

Yıllardır Türkiye'de önemli bir sorunu yabancı isim meraklılığı oluşturuyor. Yabancı isimlerle Türkçe'nin ve Türk kültürünün zarar gördüğünü sık sık edebiyatçılar, akademisyenler, siyasetçiler ve vatandaşlar tarafından dile getiriliyor. Özellikle yabancı isimlerin de telaffuzunun zor olması nedeniyle en fazla şikayette duyarlı vatandaşlardan geliyor. Anadolu'yu işgal eden yabancı isim meraklılığından Başbakan Recep Tayyip Erdoğan da rahatsız olduğunu 8 Ocak 2011 yılında Grand Castle Otel'in açılışında gösterdi. Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın otel sahiplerine ismin Grand Castle anlamına gelen "Büyük Kale" olarak değiştirilmesini önermesiyle 22 Ocak'ta ismi Türkçeleştirildi. Gazetelerde olayın "Başbakan istedi otelin adı değişti" şeklinde yer alması Anadolu'daki birçok yabancı isimin de bir anlamda değişmesi gerektiğini ortaya koydu.

AUGUSTUS OTEL'İN ADI DA DEĞİŞSİN

Değişmesi gereken isimlerden birini de Augustus Oteli oluşturuyor. Konya Gar binasının karşısında bulunan Augustus Butik Otel kapılarını geçmişteki ismiyle açması tepki çekiyor. Telefuzu zor olan otele vatandaşlar arasında "Ağustos Otel" diyen bile var. Cumhuriyetle birlikte Konya'nın malı olmuş ve geçtiğimiz yıllarda Meram Belediyesi tarafından varislerinden satın alınan otelin isminin halen Augustus olarak kalması tepki çekiyor. Konuyla ilgili önemli tespitlerde bulunan Gazeteci-Yazar ve İşadamı Mustafa Ümit, Başbakan'ın 16 Aralık 2012'de açacağı Augustus Oteli'nin de ismini değiştirmesi gerektiğine dikkat çekiyor. Yabancı isim meraklılığının bırakılması gerektiğini ifade eden Mustafa Ümit, şu tespitlerde bulundu: "Başbakan'ın Kars'ta açılışını yaptığı Grand Castle Otel'in adını Büyük Kale olarak değiştirilmesini önermesi gerçekten anlamlı. Çünkü ingilizce isminin hem telaffuzu zor hem de Türkçeyi katlediyor. Aynı durum Augustus Otel için de geçerli. Burayı Meram Belediyesi varislerinden alarak restorasyonunu yaptı. Fakat ismine dokunmadı. Eski isimle oteli açtı. Oysa otelin isminin Meram kültürüne, Anadolu'ya yakışır yeni bir isim verilmeliydi. Otel artık Meram'ın malı ve değiştirecek olanda Meram Belediyesi. Bu anlamda Oteli açacak olan Başbakan Erdoğan, Kars'ta yaptığı gibi Augustus Oteli'nin de isminin değiştirilmesini önermeli. Aslında Konya için yapacağı en hayırlı işlerden biri de bu olacaktır" dedi.

Günlük Siyasi İl Gazetesi
Hamle

İşyerlerine yabancı isim yasağı

Her zaman merak etmişimdir.
Yabancı ülkelerde, iş yerine yabancı isim veren var mıdır?
İki kere yurt dışına çıkma olanağı buldum. Yunanistan'a ve Kıbrıs'a gittim.
Yunanistan'ın ne ana karasında ne adalarında yabancı isimli iş yeri görmedim. Bütün tabelalar Grekçe...
Kuzey Kıbrıs'ın bizden farkı yok.
Tabelalar her dilden, her telden!...

xx xx xx
Bu konuda çok yazdım.
Yazdım da ne oldu?
Muğla'nın Cumhuriyet Meydanı'ndaki, hem de "İtalyanca" ismi değiştiremedik!
Milas'ın Beçin Belediyesi'nin aldığı kararı duyunca yine yazma gereği duydum.

xx xx xx
Muğla Cumhuriyet Meydanı'ndaki tabela adeta Muğlalılarla dalga geçiyor, Muğlalılara hakaret ediyor...
Muğla, İtalyan işgali yaşamış bir il.
Böyle bir ilin merkezindeki meydanda faaliyet gösteren mekana Türkçe'si "Tutku" olan İtalyanca "Ardore" ismi verilmiş bulunuyor.
Üstelik mekan da Muğla Belediyesi mülkü!
O tabela beni rahatsız ve rencide ediyor, ama Muğla'yı yönetenlerin, Muğlalıların umurunda değil...
O mekanın adı eskiden "Atapark"tı!...

xx xx xx
Bir ara kendi kendime, acaba belediyenin bu yönde bir yetkisi yok mu, diye düşündüm.
Varmış...
Milas'ın Beçin Belediye Meclisi bir karar alıp, beldede yabancı isimle iş yeri açılmasını yasaklamış.
Biz bu köşeden "Muğla'nın Atapark'ını geri getirin. Şu onursuzluğa son verin." diye onca yazı yazdık, Muğla Belediye Meclisi kör ve sağır kaldı...

xx xx xx
Beçin Belediye Başkanı Mehmet Balcı meclisinin aldığı onurlu kararın 2008 yılı içinde alındığını anımsatarak şöyle demiş:
"Amacımız yabancı özentiliğini ortadan kaldırmak ve özümüze dönmek. Beldemizde görüntü kirliliğine neden olan Türkçe'yi bozan, yozlaştıran, yabancı özentisi reklam tabelalarından kurtaracağız. Bunu yaparken kimseni canını yakarak, üzerine gitmeyeceğiz. Öncelikle uygulamayı yeni tabela almak isteyenlerden başlatacağız. Uluslararası markalar, bu zorunluluğun kapsamı dışında tutulacak. Eskileri de zaman içinde tescilli olmayanları düzeltme yoluna gideceğiz. Böylelikle, kültür ve dil erozyonunu önlemiş olacak"
Diline, yüreğine sağlık başkan...

xx xx xx

Yıllar önce Fethiye'de dönemin Belediye Başkanı Özer Olgun tarafından düzenlenen Çocuk Şenliği'ne gitmiştim. Şenlik etkinlikleri içinde çocuklarla tekne gezisi vardı.

Rahmetli Aziz Nesin ile aynı teknede birlikte olmuştuk.

Gezi sırasında şöyle demişti:

"Yurdumun her yanı işgal altında."

Ne demek istediğini anlayamamıştık. Teknedeki çocukların tişörtlerini göstererek:

"Güzel Türkçe'mizin suyu mu çıktı?" demişti.

Kaç yıl geçti aradan. Erozyon tabelalara sıçradı.

Beçin Belediye Başkanı Balcı haklı.

Bu bir "özenti"...

Bize özenen yabancı var mı?

Siz neden özeniyoruz? Aşağılık kompleksimiz mi var?!!

xx xx xx

Benim, Muğla Cumhuriyet Meydanı'ndaki tabela kavgam sırasında mekan işletmecisi "Gençler böyle istiyorlar. Ayrıca yabancı turistler var." diye saçma bir gerekçe getirmişti.

Aslında yabancı isim tercih edenlerin hemen hepsinin gerekçesi aynı!

Ama anımsayanlar olacaktır. Yakın zamanda Fethiye'nin "yerleşik yabancıları" da isyan etmişti bu yabancı isimli iş yerlerine... "Biz Türkiye'de olduğumuzu hissetmek istiyoruz." demişlerdi!

Dalyan'daki çamur banyolarının girişinde de İngilizce, Almanca "Şu anda Türk topraklarındasınız" yazılıdır.

Ben de Türk'üm. Türk topraklarında olduğumu hissetmek, hissettirmek istiyorum.

Beçin Belediyesi de "Türk'üm" diyor.

Ya ötekiler?!!

GÜNÜN SÖZÜ

Nuh Aleyhisselam'ın Gemisinden Esinlenerek: "Vapuru Kaçırmamaya Dikkat Ediniz. Hepimizin Aynı Gemide Olduğumuzu Asla Unutmayınız. Hız; Her Yerde, Zaman Avantajı Kazandırmayabilir. Cins Koşu Atları ile Salyangozlar Aynı Gemide İdi. Cenab-ı Allah'a Sığındığınızda, Fırtınadan Korkmayınız, Sizi Bekleyen Bir Gökkuşağı Bulursunuz.".

28 Kasım 2013 02:22 Hepsini Gör

ETKİNLİK KATEGORİLERİ

Konferanslar (206)
Söz Sırası Gençlerde (69)
Ziyaretler (466)
Kültür Gezileri (30)
Röportajlar (5)
Diğer Etkinlikler (1075)
Şuralar (44)
Etkinlik Arşivi (1895)
Duyuru Arşivi (159)
Karikatür Arşivi (256)

Reklam

Kocaeli Tıbbi Tahlil Laboratuarı
Antik Barış Otel
SİNTAR MÜHENDİSLİK
KÜLTÜR Üniversiteye hazırlık
yasa grup Sigorta ve Danışmanlık
ÖZEL KÜRŞAT MARMARA HASTANESİ
Duyarhan Tekstil
Hamit Kumaş
akarhan PETROL VE ÜRÜNLERİ
ADE ALİ SALKIM MİMARLIK
Bu alana reklam verebilirsiniz #11
Bu alana reklam verebilirsiniz #12

YAZI KATEGORİLERİ

Güncel (4347)
Akademik (5)
Şiir Defteri (239)
Teknoloji ve Bilişim (7)
Seyahat ve Hatıra (53)
Din ve Ahlâk (262)
Tarih (83)
Röportaj (115)
Kültür - Sanat (3)
Sağlık (3)
Yazı Arşivi (5115)

ŞAİRLER

Aygutşat Selçuk (2)
Ayşen Büyükkanber (34)

kocaeli-aydinlar-ocagi
Beğen
1.098 kişi kocaeli-aydinlar-ocagi'yi beğendi.
Facebook sosyal eklentisi

Anasayfa » Aydın Gözüyle » Güncel » Musa ORDU » İş Yerlerine Türkçe İsim Verilmesi

İş Yerlerine Türkçe İsim Verilmesi

15 Kasım 2012 Musa ORDU-İktisatçı - Danışman Güncel

Beğen 3

İş Yerlerine Türkçe İsim Verilmesi

Türkçemizin tasfiye hareketlerinin bir yolu da dilimizi adeta istila edercesine yaygınlaşan yabancı iş yeri isimleri meselesidir. Bugün alış veriş merkezleri ile bu merkezlerde bulunan iş yerlerinin tamamına yakınının tabelalarında yabancı isimler yer almaktadır. Bunların da çoğunun ne manaya geldiğini halkımız bilmemektedir. Günümüzde işyeri adı olarak kullanılan yabancı kelimeler o kadar çoğalmıştır ki, nerede ise Türkçe bir isim görme imkânı bulunmamaktadır.

Verilen yabancı isimlerin kabul edilip edilmemesi hususunda ilgili mercilerin bir yetkilerinin olduğunu düşünüyorum. Hadi diyelim ki, iş yeri sahibi modaya uyarak iş yerine isim olarak yabancı bir kelimeyi seçti. Bu taktirde ismi tescil edecek olan makamın buna müdahale etmesi gerekir. Nasıl ki, bir anne baba çocuğuna her ismi veremiyorsa, işyeri isimlerinin de tescilini yapacak olan yetkili makamlar tarafından denetime tabi tutularak uygun olmayan isimleri reddetmelidir. Şayet ilgili makamlar yetkileri olduğu halde bu yetkiyi kullanmıyorlarsa bunda bir yanlışlık var demektir.. Bugün bırakınız dış turizme açık olan şehirlerimizi, muhafazakâr Anadolu şehirlerinde dahi işyerlerine yabancı isim koyma modası almış başını gitmektedir.

İçinde yaşadığımız Kocaeli'nden misal verecek olursak, şehrimizde belli başlı birkaç alışveriş merkezi bulunmaktadır. Bunlarında isimlerinin tamamına yakını yabancı olup, içindeki işyerlerinin yine birçoğu yabancı isim almış bulunmaktadır. Bu alışveriş merkezlerinden aklımıza gelenleri sayacak olursak,

REAL, CARREFOURSA, OUTLET CENTER, DOLPHIN, NCITY, KİPA, ÖZDİLEK

İsimlerinin olduğu ve buradan çok açık bir şekilde anlaşıldığı üzere yedi alışveriş merkezinden sadece ÖZDİLEK isminin yerli olduğu görülmektedir.

Şimdi bir de örnek olması bakımından sadece DOLPHIN alış veriş merkezin de bulunan işyerlerinin isimlerine bakalım,

BATİK, D'S DAMAT, DAGİ, HERRY, İPEKYOL, KANZ, KOTON, LUCA BUTİK, NIKE, PANÇO, STEFANEL, TABUU, ENGLISH HOME, STEP HALI, TCHIBO, BUN DESIGN, FLORMAR, MERMAID, ROSENSE, SEVİL PERFÜMERİ, SWATCH, YVES ROCHER, TOYZZ SHOP, HARIBO, STARBUCKS, YUMMY CAFE, MİGROS, SHAKA, BURGER KING, ÖZSAR, RAMİZ, KARTAL YUVASI

Şimdi bu **32** isim arasında SEVİL PARFÜMERİ'yi de Türkçe isim olarak kabul edecek olursak, sadece **beş** Türkçe isim bulunmaktadır. Fiili durum böyle olunca bu işte acayip durumun olduğu çok açık bir şekilde görülmektedir.

******

Ayşen Büyükkanber (34)
Bülent Yaşar (1)
Cafer Genç (1)
Cevat Nas (17)
Fatma Gülşen (1)
Feyzullah Divli (1)
İbrahim Yılmaz (14)
İsmail Oğul (1)
Muhammed Aydın (1)
Muhsin Bozkurt (36)
Sadun Köprülü (1)
Yrd. Doç.Dr. Sakin Öner (2)
Seyfettin Karamızrak (28)
Süleyman Pekin (15)
Şükrü Çakır (2)
T. Muzaffer Şişmanoğlu (19)
Doç. Dr. Taner Tatar (5)
Doç. Dr. Tarık Özcan (2)
Av. Tevfik Karabulut (8)
Ünal Akbulut (47)

YAZARLAR

Abdullah Keskin (12)
Abdullah Köktürk (7)
Adem An (2)
Ahmet Piri (3)
Ahmet Balkaya (1)
Ahmet Demir (2)
Ahmet Özen (47)
Ahmet Can Toka (1)
Ahmet Hazer Hızal (6)
Ahsen Okyar (7)
Ali Aydemir (1)
Ali Kahraman (1)
Alptekin Cevherli (4)
Prof. Dr. Atıf Ural (8)
Prof. Dr. Atilla Çetin (6)
Aybala Tuhfe Pekin (4)
Aygutşat Selçuk (26)
Ayşe Öz (8)
Dr. Ayşe Zeynep Turan (2)
Ayşegül Toka (4)
Ayşen Büyükkanber (2)
Yrd. Doç. Dr. Banu Gürer (59)
Banu Çevikel (1)
Doç Dr. Bekir Günay (1)
Bekir Serin (15)
Bihter Gördü (31)
Burak Elbay (1)
Bülent Yaşar (1)
Cahit Büyükkanber (118)
Cevat Nas (47)
Çetin Mut (3)
Doğan Sofracıoğlu (42)
Elif Banu Uzunhasanoğlu (2)
Doç. Dr. Emin Sezer (4)
Erdal Güzel (7)
Erdal Sağır (5)
Erdoğan Davut (4)
Erdoğan Aslıyüce (2)
Erkan Ergi (13)
Erkan Ayan (4)
Yrd. Doç. Dr. Ercan Ercev (2)

İşyerlerine isim verme hususunda yapılan uygulamaları araştırdığımızda karşımıza şöyle bir durum çıkmaktadır. Türkiye genelinde bazı belediyeler, bu hususu kendilerine dert edinerek belediye meclislerinden karar çıkartmışlardır. Bu cümleden olarak. medyadan derlenen bilgilerden bazı örnekler vermenin faydalı olacağı kanaatindeyim:

KARAMAN BELEDİYESİ: Belediye Meclisinin 2012 bütçe müzakereleri esnasında, levha vergileri konusundaki "**Türkçe olmayan levhalardan** % 50 daha fazla vergi alınması" maddesini değiştiren meclis , **% 50 değil, % 100 daha fazla vergi tahakkuk ettirilmesi** hususunda Belediye Başkanına yetki vermişlerdir.

Konu ile ilgili açıklamada bulunan Belediye Başkanı , "Liberal ekonomide kişilerin, kurumlarına istedikleri isimleri koymasında yasal bir sakınca yoktur. Fakat levha vergilerini tespit etmeye yetkili olan Belediye, 'Yabancı Kelimelerden Oluşan Levhalara' takdir yetkisini kullanarak bu uygulamayı yapabilmektedir" diyerek konuyu titizlikle uygulayacaklarını ve esnafımızdan da bu konuda anlayış beklediklerini ifade etmiştir.

AYDIN BELEDİYESİ: Takdir yetkisini kullanarak yabancı isimlerle yazılmış olan tabelalardaki LEVHA VERGİSİ'ni Türkçe yazılmış levhalara nazaran % 100 artırarak uygulanmasına karar vermiş bulunmaktadır.

TRABZON BELEDİYESİ: . Belediye Meclisinin yaptığı toplantıda Kültür Çevre Turizm ve Spor komisyonundan gelen rapor oy birliği ile kabul edilerek **bundan sonra Trabzon'da açılacak iş yerlerine Türkçe isim verilmesi** kararı alınmıştır.

Belediye Başkanı yaptığı açıklamada, Teknik Üniversite Türkçe bölümü öğrencilerinin 2010 yılında başlattığı **"Türkçemiz Turkcheleşmesin"** sloganıyla başlattıkları imza kapmayası ve yaptıkları çalışmaları Trabzon Belediyesi'ne sunduklarını söyledi. Kendilerine bu konunun takipçisi olacaklarına dair söz verdiklerini hatırlatan Başkan "Belediye Meclisimizde alınan karar gereği artık bundan **sonra açılacak iş yerlerine Türkçe isim verilmesi konusunda Belediye Zabıtası yetkilendirildi**" demiştir.

Sivas Belediyesi: Yabancı isim kullanan firmalardan reklam tabela vergisinin üst birimden alınacağı karara bağlanmıştır.

Belediyeden yapılan yazılı açıklamada, Belediye Meclisi tarafından iş yeri tabelalarında Türkçe isim kullanılmasını teşvik etmek maksadıyla karar alındığı izah ederek, buna göre **Türkçe isimli firma tabelalarının metre karesinden alt birim** reklam vergisi alınırken, yabancı isim kullanan firmalardan reklam tabela **vergisinin üst birimden alınacağı ifade edilmiştir.** "Bir iletişim aracı diye tanımlanan dilin, toplumu düzenlemesi, yön vermesi ve kültürün nesilden nesle aktarılmasında milli kimliğin en önemli unsuru olduğu, dilin düşünce ile olan yakın ilgisi dikkate alındığında, bu alanda meydana gelecek kirliliğin zamanla fikri ve milli yapımızı da bozacağı şüphe götürmez bir gerçektir" denilmiştir.

Antalya Kumluca Belediyesi: Kumluca Belediyesi'nin meclis toplantısında, Belediyenin mücavir alanı içindeki iş yerlerine reklam, ilan ve tanıtım maksatlı sergiledikleri her türlü tabelalarda Türk dili ve sözcüklerinin kullanmaları mecburiyeti getiren kararı oy birliğiyle alınmış olup, Belediye Başkanı "Karardan sonra Kumluca da bulunan iş yerlerinde, **tescilli markalar haricinde, hiçbir şekilde yabancı sözcük veya kelime kullanılmamalı. Aksi halde, yabancı dillerde reklam veya tabela bulunduranlara iş yeri ruhsatı vermeyeceğiz"** demiştir..

DENİZLİ BELEDİYESİ: Belediye Meclisi şehirdeki reklam tabelalarında Türkçe haricindeki isim ve harfleri yasaklamıştır. Kabul edilen İlan, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'ne göre de, 31 Aralık 2006 tarihinden sonra, tescilli markalar dışında Türkçe olmayan sözcükler ve Türk alfabesinde yer almayan harfler ilan ve reklam tabelalarında yer alamayacak, çatılarda yer alan reklam tabelaları da kaldırılarak Yönetmeliğe uymayanlar hakkında cezai yaptırımların yanı sıra, işyeri açma ruhsatı vermeme gibi tedbirlerin alınması hükme bağlanmıştır.

Yukarıda adı geçen belediyeler tarafından alınan bazı kararlardan anlaşılacağı üzere, belediyelerin, isterlerse işyerlerine Türkçe isim verilmesi hususunda bazı zorlayıcı tedbirleri alabilecekleri anlaşılmaktadır.

İlimiz Kocaeli'nde de Kent Konseyi Başkanı Dr. Halil İbrahim Kahraman da işyerlerine Türkçe isim verilmesi hususunda bir çalışma başlatmış bulunmaktadır. Başta Üniversite olmak üzere, aralarında Kocaeli Aydınlar Ocağı'nın da bulunduğu birçok STK şu bu çalışmaya davet edilmiş bulunmaktadır. Yapılan toplantılarda alınan karar gereğince muhtelif çalışma grupları teşekkül ettirilmiş olup, bu gruplar zaman zaman toplantı yapmak suretiyle çalışmalarına devam etmektedir.

Öyle ümit ediyorum ki, burada hazırlanacak olan rapor önümüzdeki günlerde KENT KONSEYİ Başkanlığı tarafından başta Büyükşehir Belediye Başkanlığı olmak üzere, diğer belediye başkanlıklarına intikal ettirilecektir

Artık bundan sonra belediye meclislerinin bu husus ile alakalı olarak verecekleri kararlar beklenecektir. Alınacak olan kararların hayırlara vesile olmasını temenni eder, bütün okuyucularıma hayırlı günler dilerim.

15 Kasım 2012

TİCARET ÜNVANI OLUŞTURULMASINDA DİKKAT EDİLECEK HUSUSLAR

GERÇEK KİŞİLER :

Gerçek kişi tâcirin ticaret unvanı, kısaltılmaksızın yazılan ad ve soyaddan meydana gelir. Ad ve soyadı bütün harfleriyle yazılır. (TTK 41.)
Tek başına ticaret yapan gerçek kişiler, ticaret ünvanına bir şirketin var olduğu izlenimini uyandıracak ekler yapamaz.

TÜZEL KİŞİLER :

Kollektif şirketin ticaret unvanının bütün ortakların veya en az ortaklardan birinin ad ve soyadı ile şirketin kolektif olduğunu gösterecek sözleri içermesi şarttır.

Adî veya sermayesi paylara bölünmüş komandit şirketlerin unvanı, komandite ortaklardan en az birinin ad ve soyadı ile şirketin adî veya sermayesi paylara bölünmüş komandit şirket olduğunu gösteren sözlerden meydana gelir. Bu şirketlerin unvanlarında komanditer ortakların ad ve soyadları yer alamaz. (T.T.K. 42)

Limited, Anonim ve Kooperatif şirketler, işletmelerinin ne işle uğraştığı gösterilmek ve diğer yasal gereklilikler yerine getirilmek şartiyle ticaret unvanlarını serbestçe seçebilirler. Bunların unvanlarında (Limited şirket), (Anonim şirket) ve (Kooperatif) kelimelerinin bulunması şarttır. Unvanlarında hakikî bir şahsın ad veya soyadı bulunduğu takdirde, şirket nevini gösteren sözler, remizle veya kısaltılmış olarak yazılamaz (T.T.K. 43).

Ticaret ünvanında kullanılan ad soyadı eğer şirket ortağına ait değilse adı soyadı kullanılan kişinin yazılı onayının alınması gerekmektedir.

ORTAK HÜKÜMLER

Bir ticaret ünvanına Türkiye'nin herhangi bir Sicil Müdürlüğünde daha önce tescil edilmiş bulunan diğer bir ünvandan ayırt edilmesi için ek yapılabilir. (TTK 45

Tâcirin kimliği veya işletmenin genişliği ve önemi ya da finansal durumu hakkında üçüncü şahıslarda yanlış bir görüşün oluşmasına sebep olacak nitelikte bulunmamak, gerçeğe ve kamu düzenine aykırı olmaması şartıyla, ticaret unvanına işletmenin özelliklerini belirten veya ünvanda yer alan kişilerin kimliklerini gösteren ya da hayali adlardan ibaret olan ekler yapılabilir. (TTK 46

(Türk), (Türkiye), (Cumhuriyet), ve (Millî) kelimeleri, bir ticaret unvanına ancak Bakanlar Kurulu onayı ile konabilir. (TTK. 46.

Ticaret unvanı Türkçe olarak tespit edilir. Unvanda yer alan muhayyel adlar da Türkçe olmalıdır. Ancak kanuna, milli, kültürel ve tarihi menfaatlerimize aykırı olmaması, şirketin faaliyet konusuna giren mal veya hizmetin tanıtıcı ad veya markasının yabancı dilde olması ve yabancı ortak bulunması halinde, ticaret unvanında yabancı kelime bulundurulmasına izin verilebilir (Sanayi ve Ticaret Bakanlığı İç Ticaret 2003/3 sayılı tebliğ)

Usulen tescil ve ilan edilmiş olan ticaret unvanını kullanma hakkı sadece sahibine aittir. (TTK 50.)

Türkiye genelinde var olan ve aynı sektörde faaliyet gösteren şirketlerin unvanlarının başına "öz" kelimesi eklenerek unvan kullanılamaz

Unvan uzunluğu 140 karakteri geçmemelidir

Ana sözleşmenin belirlenen "amaç ve konu" maddesinde üretim yapılacak sektörlerin unvana yansıtılması gerekmektedir.

Bölge isimleri çekirdek unvan olarak kullanılamaz.

Örnek: Ege Bölgesi

Görsel ve işitsel olarak üçüncü şahısları yönlendirecek aynı sektörde kullanılan bir unvanın tekrar kullanılması mümkün değildir

Yaprak Tekstil Gıda Limited Şirketi

Beyaz Yaprak Tekstil Gıda Limited Şirketi

Sigorta Acenteliği, Emlak Komisyonculuğu, Güvenlik Hizmetleri tek başına yapılabilen işlerden olup yanında başka faaliyet konularında iştigal edilememektedir

"4884 sayılı Kanunun 2 nci maddesi ile değişik Türk Ticaret Kanununun 273 üncü maddesi gereğince; bankalar, katılım bankaları, finansal kiralama şirketleri, faktoring şirketleri, tüketici finansmanı ve kart hizmetleri şirketleri, varlık yönetim şirketleri, sigorta şirketleri, holdingler, döviz büfesi işleten şirketler, umumi mağazacılıkla uğraşan şirketler, lisanslı depoculukla uğraşan şirketler, tarım ürünleri lisanslı depoculuk şirketleri, ürün ihtisas borsası şirketleri, Sermaye Piyasası Kanununa tabi ve halka açık şirketler ile serbest bölge kurucusu ve işleticisi şirketlerin kuruluşları ve ana sözleşme değişiklikleri Sanayi ve Ticaret Bakanlığının iznine tabidir."

Hukuki Danışmanlık şirketleri kurulamamaktadır. Danışmanlık yapmak amacıyla kurulan şirketlerin anasözleşmelerin de, şirket faaliyet alanı ile ilgili maddede ' Hukuk Müşavirliği Hariç' ibaresi bulunması gerekmektedir

Finansal Danışmanlık Sermaye Piyasası Kurulu'nun yetki verdiği kuruluşlar tarafından yapılmakta olup, yetki belgesi bulunmayanların bu hizmeti vermesi mümkün değildir

TİCARET ÜNVANININ DEVRİ

Ticaret unvanı işletmeden ayrı olarak başkasına devredilemez. Bir işletmenin devri, aksi açıkça kabul edilmiş olmadıkça, unvanın da devri sonucunu doğurur. Devir hâlinde devralan, unvanı aynen kullanma hakkına sahiptir.

İŞLETME ADI

İşletme sahibi ile ilgili olmaksızın doğrudan doğruya işletmeyi tanıtmak ve benzer işletmelerden ayırt etmek için kullanılan adların da sahipleri tarafından tescil ettirilmesi gerekir. Tescil edilen işletme adları hakkında da 38, 45, 47, 50, 51 ve52nci maddeler uygulanır.

Her Zaman Her Yerde Güvenilir Marka İsimleri

MARKA İSİM MERKEZİ BAŞKANLIĞI

AFİŞLER VE KURUMSAL KİMLİK

Marka İsim Uzmanı
BayKAMBE®
Brand Name Expert

www.isimder.org.tr

Şirinevler Mah. Mahmutbey Cad. Meriç Sok.
Ünal İş Mrk. Kat:4 No:4 **Bahçelievler/İSTANBUL**

Feritpaşa Mah. Ahmet Hilmi Nalçacı Cad.
Bakkalar Sitesi No:48/A/2 **Selçuklu/KONYA**

Tescilli Hat: +90 850 270 02 30

EVRENSEL

TÜRKÇE MARKA İSİMLER

- Evrensel iletişim kriterlerine,Türkçe kültürü ve imla kurallarına uygun planlı proğramlı hem görsel hem kültürel hem de resmi yönden konumlandırmaya uyumlu evrensel Türkçe isimleri
- Tanınmış ticari dillerde aynı sesle yazılıp aynı sesle okunabilen, telaffuzu kolay
- Üretim ve hizmet alanını çağrıştıran melodik akılda kalıcı
- Filolojik, Semantik, Etimolojik,Akrofonolojik yönden monografik incelenip diğer dil ve kültürlerde argo,müstehcen,istenmeyen siyasi,ticari ve kültürel çağrışımları olmayan
- İnternet alanında e-ticaret sistemine uyumlu ve farklılaştırıcı bir kültürü olan internet uzantıları ve sosyal paylaşım platformlarında tescillenebilen
- Türk patent enstitüsü ve Madrid protokolüne bağlı (wipo) ülkelerde bütün sınıflarda tescillenebilen marka isimleri oluşturmak...

giyem — Tekstil Alanında Giyim Markası
meusima — Manav Market Alanında
evoliza — Mobilya Alanında
mistane — Bulgur
Pidehan — Konya Pidesi
tadylis — Şekerleme Alanında
tohumax — Tohumculuk Alanında
Keyfal — Küçük Ev Aletleri Alanında Kahve Makinesi
size net — İletişim Alanında
Kabinator — İş Makinaları Alanında Traktör Markası
Teletişim — Baz İstasyonu Alanında İletişim Markası
Tatbil — Pestil / Köme Alanında
KAPROF — Kapı Alanında Çelik Kapı Markası
Lobena — Şekerleme Alanında Lokum Markası
albiser — Ev Tekstili Alanında Halı Markası
ARGESTA — Emlak Yapı İnş. Alanında Danışmanlık Markası
Osenin.com — E-ticaret Alanında Satış Sit.Markası
Demloni — Çay Alanında
tadki — Meyvecilik Alanında Kiraz Markası
Konistan — Eğlence Alanında Eşsiz Kongre Merkezi Markası
sevimce — Süt Ürünleri Alanında Avrupa Markası
paktim — Temizlik Alanında
yorum.com — E-ticaret Alanında Satış Sit. Markası
Lezziyat — Baklaviyat Alanında
monohela — Medikal Alanda Tuvalet Markası
Lezzetana — Et ve Et Ürünleri Markası
Jabiana — Tuz Sektörü Alanında Tuz Markası
BURASI SİZİN İÇİN AYRILDI
tadolya — Unlu Mamul Alanında
Kubbe — İnşaat Alanında Çelik Konstrüksiyon Markası
tedbirge — Geri Dönüşüm Sigorta Hizmetleri Alanında
etyer — Et ve Et Ürünleri Markası
unluca — Un Markası
hukukidar — Hukuk Alanında Danışmanlık Markası

- KURUM KÜLTÜRÜ OLUŞTURMA
- KURUMSAL KİMLİK TASARIMLARI
- ENDÜSTRİYEL TASARIM
- MARKA İSMİ OLUŞTURMA
- MARKA KONUMLANDIRMA
- LOGO LOGOTYPE TASARIMI

markalize marka isim merkezi brand name center
www.markalize.com
Marka İsim Uzmanı
BayKAMBE®
Brand Name Expert
www.isimder.org.tr
www.gumib.org.tr

Güvenilir Marka İsim
Güvenilir Markalaşma Projesi

GUMİB-TOBNC

Güvenilir Marka İsim Belgesi

Trusted of Brand Name Certificate

İSİMDER MARKA İSİM MERKEZİ Brand Name Center

TRUSTED TM TRADEMARK

GÜVENİLİR TİCARİ MARKA

GÜVENİLİR MARKA

ByKANBER TM

MARKA DANIŞMANI

Elini Değdiği Markalaşıyor

TRUSTED BRAND

Register-country/ Tescil-Ülke: Türkiye | Brand Registered / Marka Tescil No: 2007/18220 | Date of Issue Veriliş Tarihi: 26.09.2022

Tax/Identification No/Vergi/Kimlik No: 52678331870 | GUMIB TOBNC / Belge-Certificate No: 2022/346 | And Date Bitiş Tarihi: 26.09.2023

*Marka İsim Merkezi Başkanlığı tarafından yapılan resmi, teknik, sosyal, kültürel ve bilimsel araştırmalar sonucu **MEVLÜT KANBER'** e ait olan **BYKANBER** markasının alınan kararla belirlediğimiz ***kriterlere** ve amaçlara uygunluğu açısından güvenilir bir marka isim olduğu tespit edilmiş ve iş bu belge verilmiştir.*

Belirlenen Kriterlere Göre;* **(BYKANBER) GÜVENİLİR BİR MARKA İSİMDİR.

*It has been ascertained that the **BYKANBER** brand belonging to the **MEVLÜT KANBER** is a reliable brand name in terms of compliance with the ***criteria** and purposes we have determined with the decision taken, and this certificate has been issued as a result of the formal, technical, social, cultural, and scientific research performed by the Presidency of Brand Name Center.*

According to the determined criteria;* **(BYKANBER) IS A TRUSTED BRAND NAME.

***FAALİYET ALANI:** Global Marka İsmi Oluşturma, Logo, Kurumsal Kimlik Tasarım Uluslararası Marka Patent Tescil, Reklam Ta nıtım*

***AREA OF ACTIVITY**: Global Brand Name Creation, Logo, Corporate Identity Design International Trademark Patent Registration, Advertising Promotio n*

ISO 27001:2013 9001:2015 | GARANTİ GUARANTEE GUMİB-TOBNC sertifikalı | TÜRK PATENT Enstitüsü | TRUST

www.isimder.org.tr www.gumib.org.tr

Marka İsim Merkezi İsimder Başkanlığı (Brand Name Center Named Presidency)

TÜRKÇE İSİM İLE EVRENSEL İLETİŞİM KRİTERLERİNE UYUMLULUK
(TRM)SİMGESİ ve BELGELENDİRME

PROJE

Evrensel İletişim Kriterlerine Uygun; Türkçe Dil Bilgisi ve Türkçe İmla Kurallarına, Türkiye Kültürüne Uyumlu; Dünya'da, Türkiye'de ve İnternet Ortamında Resmi Yönden Tescillenebilen; Farklılaşarak Algılanması ve Evrensel Alanda Markalaşması için, Türkiye MARKA İSİMLERİ'nin ve MALLARI'nın Belgelendirildiği İşarettir.

Türkiye Markası Türkiye Malı

TRM

Türkiye Malı Türkiye Markası

markalize™
global marka isim fabrikası

www.markalize.trm

Türkiye Markası ⟷ Türkiye Malı

Türkiye Malı ⟷ Türkiye Markası

NEDEN EVRENSEL TÜRKÇE MARKA İSİMLER

- TÜRKÇE DİLİNİN KORUNMASINI,
- TÜRKİYE KÜLTÜRÜNÜNÜN DEVAMINI,
- TÜRKÇE'NİN DEĞER KAZANMASINI,
- DOĞRU, İSTİKRARLI İLETİŞİMİ, KÜLTÜREL GELİŞİMİ,
- TELAFFUZU KOLAY, AKILDA KALICI OLDUĞU İÇİN EVRENSEL HEDEF KİTLE İLE DOĞRU VE HIZLI İLETİŞİMİ SAĞLAR.
- KÜLTÜREL YOZLAŞMAYI ENGELLER.
- EVRENSEL VE ULUSAL İLETİŞİM KRİTERLERİNE UYGUN OLMASI YAŞANACAK İLETİŞİM PROBLEMLERİNİ EN AZA İNDİRİR.
- TÜRKÇE MARKA İSİM KULLANMAK TÜRKİYE'Yİ VE TÜRKÇE'Yİ DÜNYAYA TANITIR.
- DİLİN CANLI OLMASIYLA EKONOMİNİN DE CANLI OLMASI SAĞLANIR.
- YAPILAN TANITIM REKLAM MATERYALLERİNDEKİ DÖNÜŞÜMÜN KALİTE VE HIZINI ARTIRIR.
- MARKALAŞMAYA VE FARKLILAŞMAYA TÜRKÇE MARKA İSİM OLUŞTURMA İLE BAŞLAMAK TÜRKÇE DİLİ VE KÜLTÜRÜNÜN DE EVRENSEL PLATFORMDA ALGILANIP, FARKINDALIK KAZANARAK MARKALAŞMASINI SAĞLAYACAKTIR.

markalize
marka isim merkezi
brand name center
www.markalize.com

Marka İsim Uzmanı
BayKAMBE®
Brand Name Expert

www.isimder.org.tr
www.gumib.org.tr

TÜRKÇE MARKA İSİMLERİ

melodik akılda kalıcı
TELAFFUZU KOLAY
Türkçe kültürü ve imla kurallarına uygun
bütün sınıflarda
tescillenebilen
İMLA KURALLARINA UYGUN
aynı sesle yazılıp
aynı sesle okunabilen
AKILDA KALICI
hem görsel
Türkçe kültürüne uygun
Evrensel iletişim kriterlerine uygun
PLANLI PROGRAMLI
Üretim ve hizmet
alanını çağrıştıran
hem kültürel
Evrensel iletişim kriterlerine uygun
MELODİK
hem kültürel
Evrensel iletişim
kriterlerine uygun
Filolojik, Semantik, Etimolojik,Akrofonolojik
Türk patent enstitüsü ve Madrid protokolüne bağlı
Evrensel iletişim kriterlerine uygun
melodik akılda kalıcı
telaffuzu kolay
aynı sesle yazılıp
aynı sesle okunabilen
Türk patent enstitüsü
Madrid protokolüne bağlı
melodik akılda kalıcı
internet uzantıları ve sosyal paylaşım
platformlarında tescillenebilen

markalize
marka isim merkezi
brand name center

www.markalize.com

Marka İsim Uzmanı
BayKAMBE®
Brand Name Expert

www.isimder.org.tr
www.gumib.org.tr

MARKA İSİM MERKEZİ BAŞKANLIĞI

EVRENSEL

TÜRKÇE MARKA İSİMLERLE

MARKANIZ

ŞİMDİ DAHA DA

ÇEKİCİ...

EVRENSEL

TÜRKÇE MARKA İSİM

KULLAN

HEM ÜLKENDE

HEM DÜNYADA KAZAN!

markalize
marka isim merkezi
brand name center

www.markalize.com

Marka İsim Uzmanı
BayKAMBE®
Brand Name Expert

www.isimder.org.tr
www.gumib.org.tr

MARKA İSİM MERKEZİ BAŞKANLIĞI

TÜRKÇE İSİMLERİN KULLANILMASI
YABANCI İSİMLERE TEPKİ AMACIYLA YÜRÜTÜLEN

PROJE

KAMPANYA DETAYLARI

itirazimvarbuisme

isimitiraz

İTİRAZIM VAR BU İSME!

İTİRAZ EDİYORUZ ! BU BİR İTİRAZ KAMPANYASIDIR. TÜRKÇE OLMAYAN TÜRKÇEMİZİN YOZLAŞMASINA NEDEN OLAN YABANCI KÖKENLİ KELİMELERDEN OLUŞTURULMUŞ MARKA İSİMLERİNİN TABELALARDAN KALDIRILMASI VE TÜRKÇEMİZİN EVRENSEL ALANDA GELİŞİMİNİN SAĞLANMASI AMACIYLA YABANCI İSİMLERİN KULLANILMASINI REDDEDİYORUZ !...

markalize marka isim merkezi brand name center

www.markalize.com

Marka İsim Uzmanı
BayKAMBE®
Brand Name Expert

www.isimder.org.tr
www.gumib.org.tr

MARKA İSİM MERKEZİ BAŞKANLIĞI

GUMİB-TOBNC
Güvenilir Marka İsim Belgesi
Trusted of Brand Name Certificate

markalize®
marka isim merkezi
brand name center

Marka İsim Uzmanı
BayKAMBE®
Brand Name Expert

Şirinevler Mah. Mahmutbey Cad. Meriç Sok.
Ünal İş Mrk. Kat:4 No:4 **Bahçelievler/İSTANBUL**
Mobile:+90.530 662 44 08
Tel:+90 212 595 08 92 www.markalize.com

Feritpaşa Mah. Ahmet Hilmi Nalçacı Cad.
Bakkallar Sitesi No:48/A/2 **Selçuklu/KONYA**
Tel:+90 332 350 64 29 **in TURKEY**
www.markalize.eu **+90 850 270 02 30**

Sn. .....

GUMİB-TOBNC
Güvenilir Marka İsim Belgesi
Trusted of Brand Name Certificate

Mevlüt KANBER
Marka İsim Merkezi Başkanı
Brand Name Center President
Global Marka İsim Uzmanı / Global Brand Name Expert

İstanbul Tel&Fax:+90.212 595 08 92
Konya Tel&Fax: +90.332 350 64 29

www.isimder.org.tr
www.gumib.org.tr

MARKA İSİM MERKEZİ BAŞKANLIĞI

İSİMDER
MARKA İSİM MERKEZİ
Brand Name Center

Güvenilir Marka İsim • Trusted of Brand Name •

GUMiB-TOBNC

Güvenilir Marka İsim Belgesi

Trusted of Brand Name Certificate

ByKANBER®
Marka Uzmanı
Mevlüt KANBER - Marka İsim Merkezi Başkanı

Tescilli hat:+90 850 270 02 30 İstanbul:+90 212 595 08 92 Konya:+90 332 350 64 29
www.isimder.org.tr www.gumib.com bilgi@isimder.org.tr

MARKA İSİM MERKEZİ BAŞKANLIĞI

İSİMDER
MARKA İSİM MERKEZİ
Brand Name Center

GUMiB Güvenilir Marka İsim Belgesi
TBNC Trusted of Brand Name Certificate

www.isimder.org.tr

MARKA İSİM MERKEZİ

BAŞKANLIĞI

İSİMDER
MARKA İSİM MERKEZİ
Brand Name Center

Her Zaman Her Yerde Güvenilir Markalaşma

Şirinevler Mah. Mahmutbey Cad. Meriç Sok.
Ünal İş Mrk. Kat:4 No:4 **Bahçelievler/İSTANBUL**

Feritpaşa Mah. Ahmet Hilmi Nalçacı Cad.
Bakkalar Sitesi No:48/A/2 **Selçuklu/KONYA**

Tescilli hat:+90 850 270 02 30 İstanbul:+90 212 595 08 92 Konya:+90 332 350 64 29

www.isimder.org.tr www.gumib.org.tr bilgi@isimder.org.tr