

GALVA GÜNDEM

EKİM 2020 | SAYI 19



15 YILLIK SERÜVEN:
GALVA METAL



MOBİL UYGULAMAMIZ YENİLENDİ!



SÜRDÜRÜLEBİLİR YAŞAM
MÜMKÜN!

GALVA METAL A.Ş. ÇALIŞANLARI TARAFINDAN HAZIRLANMIŞTIR.

15 Yıllık Serüven: Galva Metal

Sevgili Galvalılar,

Hepinize merhaba. Zaman ne kadar çabuk geçiyor. 15 yıl önce Ekim ayında ofisimize mobilyaları taşıyışımızı dün gibi hatırlıyorum. 3 kişi ile yola çıkan firmamız her gün büyüyor ve gelişiyor. 2020 yılında bile çalışan sayımız 20 kişi artarak, 130 kişiye ulaşmış durumda. Temel değerlerimiz etrafında ailemizi her alanda geliştirmeye devam ediyoruz.

Makine parkımız da gelişiyor. İlk etapta klips ve agraf üretecek fakat aklımızda pek çok farklı projesi olan pres hattımızı Ekim ayının ilk haftası devreye alıyoruz. Yıl başına kadar 2 hat daha devreye almak için yoğun bir şekilde çalışıyoruz. Üretim tesisimiz ise 24 saat çalışarak müşterilerimize kesintisiz hizmet vermektedir.

Çevreci değerlerimiz paralelinde, 3 adet forkliftimizi elektrikli olanlarıyla değiştirdik. Böylece hem daha hızlı, hem de daha sağlıklı bir ortamda, doğayı da koruyarak hizmetlerimize devam edeceğiz.

Dünyanın en güler yüzlü olma iddiasında olan ticari kadromuzu da, gelişen iş kollarımızla paralel şekilde genişletmek için arayışlarımız da sürüyor. Üstün hizmetlerimizi bir ileri seviyeye götürmek için eğitimler, çalışmalar ve yeni arayışlarımız kesintisiz olarak devam ediyor.

Yeni ürünümüz GalvaFence de çok yüksek beğeni görüyor. Kurulum yapılan yerlerin çevresinden hep talep alıyoruz. Komşuları kıskandıran bir durum var ortada. Hem ekonomik, hem estetik, hem de çevreci bir ürün GalvaFence. Türkiye’de üretilen çelik ürünlerinin %75’i geri dönüştürülmüş

çelik ürünlerinden üretilmektedir. Ayrıca ürünümüzün çok uzun yıllar, boya vernik gibi bakım gerektirmemesi ve ömrü bitince tekrar geri dönüştürülebilir olması sebebiyle çevreyle de dosttur.

Eylül ayında çok muhteşem bir şey daha oldu; şirketimiz ilk düğününü yaşadı. Şirketimizde çalışan 2 karı-koca daha var ama Zeynep ve Furkan şirketimizde tanışıp, burada evlenen ilk çift ve firmamızın üçüncü çifti oldular. Bu gerçekten özel bir duygu. Pek çok firma, eş yada aynı aile üyelerini çalıştırmayı tercih etmez ama ben düşündüğüm zaman insanlar firmalarında neden daha fazla sevgi olmasına izin vermediklerini anlamakta zorlanıyorum. Pandemi sebebiyle en görkemli düğün yapılamadı ama biliyorum ki; bir akşam yerine bir ömür boyu mutlu olmak milyonlarca kere daha değerli. O nedenle yeni çiftimize mutlu, huzurlu ve sevgi dolu bir birliktelik dilerim.

Taviz verilemez değerlerimiz üzerinde, hepimizin ortak katkısıyla büyümeye devam ediyoruz. Halimize çok şükür ama çok eminim ki, çok daha güzel günleri beraber paylaşacağız.

Sağlıklı ve huzurlu günler dilerim.



Tolga KISACIKOĞLU
Yönetim Kurulu Başkanı



POS ARTIK ELİNİZDE

Artık ödemelerinizi mobil uygulamamız üzerinden de yapabilirsiniz.



Download on the
App Store



ANDROID APP ON
Google play



/c/galvamentalas



/GalvaMetal



@galvamental



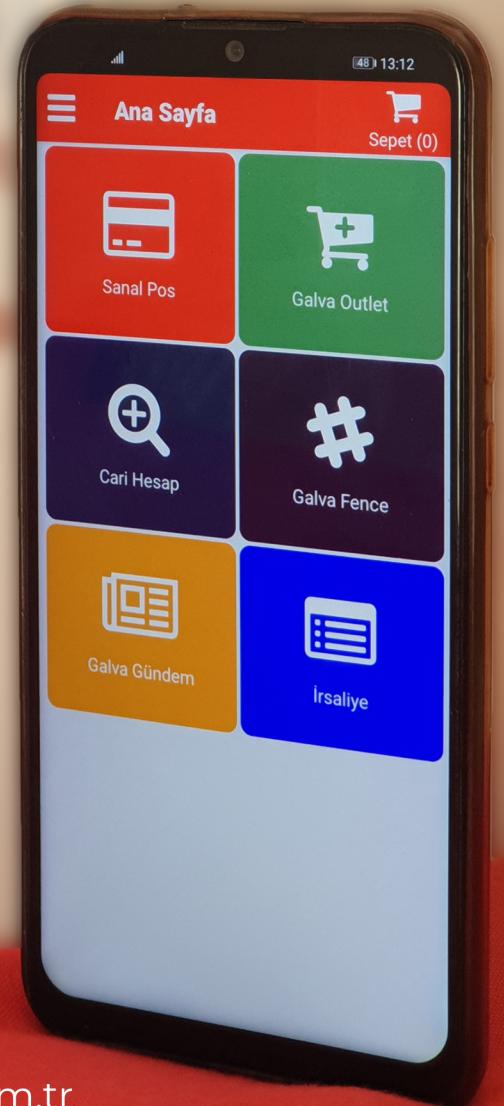
/GalvaMetal



@galvamental



/GalvaMetal



destek : teknik@galvamental.com.tr

Pandemi Döneminde Kişisel Motivasyon

2019 yılının sonlarında ortaya çıkan ve 2020 yılının başı itibariyle neredeyse tüm dünyaya yayılan virüs, uzun süredir devam ettirdiğimiz düzen ve bazı alışkanlıklarımız üzerinde değişikliğe gidilmesine sebep oldu. Dünya Sağlık Örgütü'nün pandemi ilan etmesiyle birlikte, birçok ülke günlük sosyal yaşam üzerinde bazı kısıtlamalara gitmek durumunda kaldı. Yaşanan bu küresel kriz anlarında gelecek hakkında endişelenmek gayet normal. Unutulmaması gereken nokta ise; her zorluğun içerisinde fırsatların yer almasıdır. Ünlü İngiliz yazar ve politikacı Edward Bulwer Lytton'ın dediği gibi: "Fırsat, herkesin ayağına gelir; ama fırsatı değerlendiren azdır.". Alışık olduğumuz düzenin belki biraz dışına çıkarak, yaşadığımız bu zorlu dönemde ayağımıza gelen fırsatı değerlendirerek çok daha güçlü çıkmak ise tamamen kendi elimizde.



Yargı Fırat Bildircin
Satın Alma Uzmanı

Albert Einstein: "Hayatı yaşamının iki yolu vardır: Ya hiçbir şey mucize değilmiş gibi. Ya her şey mucizeymiş gibi." der. Bu söz bana, her zaman ufak konulardaki bir davranışın bile büyük değişiklikler getireceğini hatırlatır. Yaşadığımız bu zor süreçte, ufak bir davranış değişikliği, daha önce hiç olmadığı kadar büyük bir değişime yardımcı olabilir. Salgın sebebiyle evimizde geçirdiğimiz zaman geçmişe göre oldukça arttı. Evden çalışma uygulamasının da hayata geçmesiyle trafikte insanların harcadığı süre de azaldı. Bu da beraberinde kendimize ayırabileceğimiz zamanı arttırdı. Bu dönemde kendimize yapacağımız yatırım ile mucizeler gerçekleştirmek ise hiç olmadığı kadar daha kolay.

Online Eğitimler: Bu dönemde kişisel gelişim için izlenebilecek en iyi ve kolay yollardan biri ise online eğitimler oldu. Ücretsiz kurslar açan üniversitelerden biri olan Yale Üniversitesi, açmış olduğu kurslardan sadece birine 1,3 milyon kişinin kayıt yaptırıldığını açıkladı. Kısa bir karşılaştırma yapmak gerekirse; 2019 yılının sonundan bu zamana kadar online kayıtların oranında %295 artış gözlenmiş. Mart 2020'de ise yarım milyondan fazla kişi kayıt yaptırmış. Günümüz şartlarında online eğitim talebimizi karşılayacak birçok site mevcut. Bu sitelerden kendi ilgi ve çalışma alanınıza göre alacağınız eğitimlerle, sahip olduğunuz bu zamanı en iyi şekilde değerlendirebilirsiniz.

Yeni Hobiler: Belki de hepimizin aklından geçen ama bir türlü vakit bulamadığımız ve sürekli ertelediğimiz hobi fikirleri oluyor. Bu dönem tam da yeni hobimize başlamanın zamanı gibi duruyor. Artık her zamankinden daha fazla vaktimiz var ve uzun süredir ertelediğimiz hayali gerçekleştirmek için ilk adımımızı atabiliriz.

Spor: Bilindiği gibi spor yapmak endorfin salgılar ve bu da daha iyi bir ruh haline sahip olmamıza yardımcı olur. Geleneksel şekilde spor salonlarına gidip spor yapılmasa da, her gün evde kendimize spor için 15 dakika ayırmak daha kaliteli bir uykuya sahip olmamıza ve stresi azaltmamıza yardımcı olacaktır. Asansör yerine merdivenleri kullanmak, çeşitli uygulamalardan yararlanıp günlük hedeflere ulaşabilir ve bu sıkıntılı dönemi daha zinde atlatırız.

Meditasyon: Pandemi döneminde hem duygusal hem de ruhsal sağlığımızı güçlü tutmak en önemli endişelerden biri olarak gözüküyor. Alışık olduğumuz sosyal çevreden uzak olmak stres oranımızı artırabilir. Bu stresin üstesinden gelmenin en kolay yolu ise meditasyon. Yine çeşitli mobil uygulamaları kullanarak gün içerisinde yapılacak nefes egzersizleri ve uyumadan önce yapılacak bir meditasyon, ruhsal sağlığımızı korumamıza yardımcı olacaktır.

Zor Olana Talep Üzerine



Uğurkan MISIR
İhracat Satış Sorumlusu

İnsanlar daha çok arzuladıkları şeyleri, daha çabuk mu terk ederler?

Bir araştırma, erişimleri kısıtlanan kullanıcıların arzu ettikleri ürünlere ulaşmak için daha fazla çalıştıklarını fakat korumaya veya elde ettikten sonra sahip olmaya daha az eğilimli olduklarını ortaya koymuş.

Uzma Khan ve arkadaşları bu konu üzerinde bir araştırma gerçekleştirirler. Bir elektronik mağazasında bir kelime bulmacasını tamamlayanlara hediye kartı vereceğini belirterek başlamışlar deneylerine. Katılımcıların neredeyse yarısı, daha ilk denemelerinde doğru bilmişler bulmacayı, diğer yarısı hata yaparken. Hediye kartları sahiplerine verilmeden önce bir soru sormuşlar: “Bu hediye kartına sahip olmak için neleri göze alırdınız, ne kadar verirdiniz?” sonuç şaşırtıcı olmuş. Hediye kartını kazanamayan kişilerin hediye kartını kazanan kişilere oranla daha fazla ödeme yapmayı göze aldıklarını, fakat farklı bir kart teklif edildiklerinde ise tersi bir şekilde daha hızlı elden çıkarma veya kartlarını takas etme eğilimleri oldukları gözlemlenmiş.

Peki şu soruyu sormak istiyorum: “**Bir ürünü elde etmek zor olduğunda; onu daha çok mu arzuluyoruz? Onu elde ettiğimizde ise aslında onu daha az mı seviyoruz?**”.

Yukarıda bahsettiğim araştırma ile devam edelim. Kelime bulmacasını başlangıçta bilemeyen kişilerin %43’ünün hediye kartına sahip olmak için daha fazla

şeyi göze aldıkları ortaya çıkmış. Fakat bu sayının da sadece %22’si kartlarına sahip çıkma eğilimi göstermişler. Grubun kalan %57’sinin ise kartlarına bağımlılıkları son derece şaşırtıcıymış. Grubun neredeyse tamamı kartlarına sahip çıkmışlar.

Bu araştırmayı bir başka grupla daha yapmışlar. Sonuçlara bakalım: Bir grup insana yine benzer koşullarda, ödül olarak X marka güneş gözlüğü kazanabilecekleri belirtilmiş. Ardından ilk grupla X marka gözlüğün ürün yenileme gibi sebepler ile stoklarda kalmadığı bilgisi paylaşılmış. Buna göre grup üyelerinden X marka gözlük ile ilgili değerlendirmeleri istenmiş. Sonuç olarak ödülü kazanabilecek grup üyeleri; X marka gözlüğü eleştirerek, Y marka gözlüğü tercih etme eğilimi gösterilmiş. Ödülü kazanamayacağını düşünen, stok ile ilgili herhangi bir bilgi paylaşılmayan kişilerin ise eğilimi daha farklı olmuş. Bu kişilerin X marka gözlüğü Y markasına oranla daha fazla arzuladıkları ortaya çıkmış.

Araştırmalar, arzulamak ile beğenmek arasındaki fark net olarak ortaya koymuş. Daha fazla arzuladığımız şeyi aslında sahip olduğumuz zaman daha çabuk vazgeçmeye eğilimli oluruz. Aynı şekilde bir şeye erişimimiz kısıtlandığında onu daha fazla arzularız. Başka bir örnek; ultra lüks bir gece klübü düşünün. İnsanların girişleri kısıtlandığı zaman, aslında bir anda daha çekici ve aldatıcı olabiliyor. İnsanların girebilmek için saatlerce kuyrukta bekledikleri, birbirleriyle tartıştıkları gözlemlenmiş. Fakat girdikleri zaman ise “Bu mu yani?” gibi hızlı duygu düşüşleri gerçekleşerek mekanı terk etme eğilimleri göstermişler.

Pekala arzuları yönetmek istesek, kıtlık olarak ifade edilen (stokta kalmama durumu) bir strateji ile müşteri algısı yönetilebilir mi?

Bu strateji de kısa vadede önemli başarılar sağlayabilir. Fakat çok dikkatli olmak gerekiyor. Çünkü araştırmalar, kısa vadede getirinin, uzun vadede getireceği maliyet ile kıyasının doğru yönetilmesi gerektiğini ortaya koyuyor. Benzer arzular müşterinin sadece o ürüne değil aynı zamanda markaya karşı tutumunu etkileyecektir. Bu stratejide kısa vade getirileri, bağlılığın olmadığı ticari ilişkiler ile kazanılır. Uzun vadede bir güven ve bağlılık beklenemez. Tek bir cümle ile özetlemek gerekirse; “Sizi istedikleri; sizi sevdikleri anlamına gelmez.”.

“Gönlünü İşe Vermek”

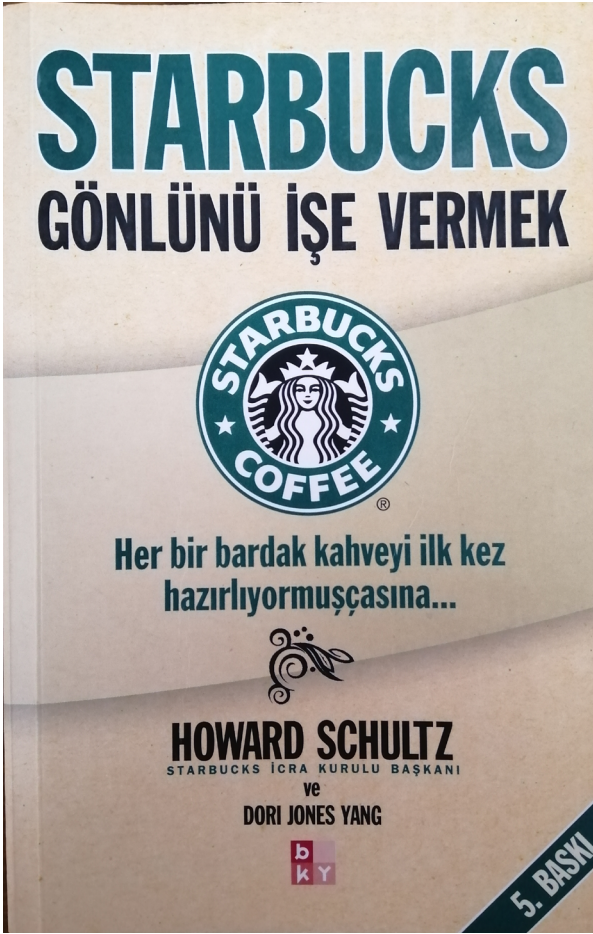
Galva Metal ailesi olarak, güncel iş tempomuzun dışında hem keyifli sohbet edebilmek hem de birbirimize fikirlerimizi aktarabilmek adına her iki ayda bir olacak şekilde kitap okuma etkinliği düzenliyoruz. Kura ile seçilen bir kitabı, gönüllü olarak okumak ve ardından da üzerinde tartışmak isteyen bir ekip kurarak, Teams ortamında keyifli bir sohbet eşliğinde inceliyoruz. Genel süreçte 7.si düzenlenen bu etkinliğimizde, ayın kitabı “STARBUCKS – GÖNLÜNÜ İŞE VERMEK” seçildi ve moderatör olarak bizlere sevgili Fatih Kahraman eşlik etti. İsterseniz gelin şimdi bu etkinliğin detaylarına her bir katılımcının gözünden bir kez anlamaya çalışalım.

Fatih Bey öncelikle kitabın ana konusu olan kahve sektörünü bizlere tanıtmakla konuya giriş yaptı ve devam etti: “Kahve sektöründe kendini bir marka olarak yaratmayı başaran STARBUCKS’ın 55 ülkede 18.000’i aşkın mağazası bulunuyor. Dünyada STARBUCKS için 27 ülkede özel kahve üretimlerinin yapılmasının yanı sıra, haftada yaklaşık olarak 45 milyon kişiye kahve satışı gerçekleştiriyor. Toplamda da beraberinde çalışan yaklaşık 150 bin personel sayısı da notlarımızda bulunuyor. Kuruluş hikayesinden bahsedecek olursak da; STARBUCKS tamamen kahve tutkunu ve amacı en iyi kahveyi içip ve satmak olan iki kişi tarafından kuruluyor. Yazarımız 1981 yılında ilk defa STARBUCKS kahvesini içtikten sonra, bu firmada bir pay sahibi olmak ve vizyonunu ileriye taşımak için bünyesine katılmak istiyor. İş başvurusuna ret almasına rağmen, kendisini bir şekilde işe aldırıyor ve işe başlıyor. 1983 yılında yaptığı bir iş seyahatinde, espresso servisi servisi yapıldığını görüyor ve bunu STARBUCKS’ta da uygulamak istiyor. Ancak şirket kurucuları kurum kültürüne aykırı olduğunu düşünerek kabul etmiyorlar ve yazarımız 1985’te ayrılıp STARBUCKS’tan 1986’da kendi şirketini kuruyor. Gariptir ki, ilk ortaklarından biri STARBUCKS oluyor. Bakılınca kendilerini öyle bir geliştirmişler ki, yalın üretim ve yaşam tekniklerini baz almışlar. Poka-yoke, kanban - stoksuz üretim, 5S vb. günümüz sistemlerini başarıyla uyarlayabilmişler. Tek bardakla servis yapıldığında müşterilerin elleri yanabiliyor ama bir kahve sunumunda iki bardak verilirse de masraf çok oluyor. Plastik bardak kullanılsa belki yıllık 5 milyon USD karlılık sağlanabiliyorken, bunun geri dönüşümü olmadığı için küçük karton parçalar bularak çözüm sunuyorlar ve çevreyi de maksimumda korumuş oluyorlar. “Değerlerini evde bırakmayı işe getiren ve ilkeleri benimle aynı olan



insanlarla yürümek” gibi bir vizyonu var ayrıca yazarımızın, bu vizyonun da şirkete bağlılığı korumadaki etkili yollardan biri olduğunu düşünüyorum.”

Bu girişin ardından Tolga Bey de yorum ve düşüncelerini bizlerle paylaşıyor: “Baştan sona savaştı bir ruhu okuduk bu kitapta. Alınabilecek müthiş bir inat örneği var. Bizlerde böyle bir fikir ayrılığı olduğunda, ana şirketin sermaye yatırdığını neredeyse hiç göremeyiz. Genelde ayrılan kötüdür bizde, dostça ayrılmayı maalesef ki pek beceremiyoruz; ancak bu kitapta güzel bir ders işlenmiş. Bunlara ek olarak iki şeyden etkilendim. Birincisi; çalışanlardan, eş-dosttan onlara verdiği güven sayesinde yaklaşık 4 milyon USD toplayabiliyor. İkincisi de; gerçekten özünde kağıt bir bardak ve toz kahveyi barındıran bu piyasada işini ve vizyonunu bu büyüklüğe getirebilmiş olması. Yaşadıkları şartlarda, ülke kültür farklılıkları da var bu arada; sadece firma kültürünü değil, tüm detayları düşünerek, kalite ve servisinden hiç ödün vermemeleri en büyük değerleri ve avantajlarından birisi. Ülkelerin yeme-içme alışkanlıklarına göre değişik ürün servis imkânı da sunuyorlar. Kitapta dikkat çektikleri diğer bir nokta olan çevre ise, bizim için de çok önemli. Kağıtsız şirket vizyonumuz, elektrikli forklift kullanma ve kendi elektriğimizi güneş enerjisi ile üretme planlarımız var mesela gelecekte. Çelik de bu arada çevre dostu, yüksek geri dönüşümü olan bir ürün olduğu için şanslı bir sektörde olduğumuzu düşünüyorum.”



Sevgili arkadaşımız Fırat Bey de söz alarak belirtiyor ki: “Beni de en çok etkileyen olaylardan biri de, Galva Kafe Sohbetleri’nde işlenen ‘kurban psikolojisi’ ile alakalı bir durum bu kitapta da işlenmiş. Ne zaman bir şirket ya da kişi parlarsa, onu hemen talihli olarak ifade ederiz. Günlük hayatta bile bunu kullanan çok fazla insan var, ama bu kitapta yazarımız çalışkanlığıyla ve çabasıyla kendi başarısını elde etmiş. Evet parlak bir hayatı olmuş, ama vazgeçmeden prensiplerine bağlı kalarak şartlarını zorlamış ve başarmış. Ret aldığı anda, işler kötüye gittiğinde vazgeçmemiş; kurban psikolojisine bürünmemiş. Bizim şirketle özdeşleştirdiğim nokta ise; kitapta “Mağazalarımız bizim reklam panolarımızdır.” diyor. Bizim de birçok panomuz var aslında. Güler yüzlülüğümüz, paketlemeden etiketlemeye kadar en doğru şekilde yapıyoruz hissi ile nihai kullanıcıya servis sunmak çok önemli. Bugünkü STARBUCKS marka değerini yaratan belki de en büyük etmen budur; sahip oldukları prensipleri yani. Amaçları sadece satmak olsa belki de bu noktaya hiç gelemeyeceklerdi. Doğru kişiye doğru yetki verebilme başarısının da yüksek olduğunu düşünüyorum. Yanlış olduğunu düşündüğü iş planlarında bile, olasılıkların her birini değerlendirip, olumsuzlu olumluya çekebiliyorlar. 2 kere ret alan bir iş planı, 3.de onay alıp servise çıkabiliyor ve buna şans tanımaktan hiç vazgeçmiyorlar.”

Feyza Hanım ise bu konuşmaların ardından fikrini beyan etmek amacıyla söz alıyor ve diyor ki: “Yazarımız özünde küçük hayallerdense, büyük bir hayal kurmuş zor olduğunu bile bile. Ekip için söylemleri ise çok anlamlı. Bizimle de özdeşleştirdim açıkçası bunu. Evet çalışan memnuniyeti ve kalabalık bir ekibi tek amaçla çalıştırmak önemli, ama değerlerini de göz ardı etmemesi çok kıymetli. Hiçbir şey imkânsız değil okuduğumuz gibi, pes etmeden – biraz da şans yardımıyla her şey başarılabilirmiş. “Moda olmalısınız!” diyerek yola çıkmış, bizim de amacımız bu değil mi zaten? Her yaşa ve kitleye hitap edilebilmeli sunulan hizmet ya da ürün. Tedarikçiden tutun son kullanıcı ya da müşterimize kadar, her bir paydaşımıza aynı tutumu sergilemeye çalışıyoruz. Öte yandan dikkatimi çeken başka bir konu ise; kendi 5S’lerini öyle güzel uygulamışlar ki, kurdukları her bir ekip –patron dahil- yapılan her şeyden sorumlu ve her uyarıya açık. Alınma yok, kırılma yok; en iyiyi sunma ve yaşatma gibi bitmeyen bir arzunun peşinde kurum kültürünü başarı ile yaşatabiliyorlar.”

Sevgili Elif Hanım da bizlerle düşüncelerini paylaşmak istiyor: “İnsan kaynağı çok önemli. Bir firmayı yermek de yüceltmek de tek bir çalışanın elinde düşünülürdüğünde. STARBUCKS insana ve eğitime çok önem veriyor. Düşünürken bir sekreter, bir güvenlik görevlisi vb. görev tanımını ayırmadan her birey çalıştığı firmanın vitrinidir. Sadece satışın değil, her kademenin aynı tip bakış açısı ve vizyonla bakması önemli. Tabi bu arada herkese eşit imkanlar sunulmalı ve onlar da aynı değere erişmeye çalışmalı. Ayrıca yönetim ve vizyon olarak yeni ürüne bir yandan açıklar ama aynı zamanda temkinliler de. AR-GE kısmına da bir o kadar önem veriyorlar. Öyle bir auraları var ki; isimle hitap edilmesi, baristaların neredeyse her bir müşterisinin ne içtiğini takip etmesi gibi olay örgüleri ile sizinle içten bir bağ kuruyorlar, bizi özel hissettiriyorlar.”

Şimdiye kadar ara ara ufak notlarıyla söze giren Hacer Hanım ise, genel fikrini beyan etmek için konuşmaya dahil olarak diyor ki: “Ben STARBUCKS yönetim ve vizyonunu bizim şirket ile fazlaca özdeşleştirdim. Yatırımları çok, ama güven – dürüstlük gibi temel taşlarından hiç vazgeçmemişler. Firma olarak farklı insanlar bile olsak, bizler de hep bunlara bağlıyız. Ayrıca kitapta müşterilerinden “misafirimiz” diye bahsediyorlar, Tolga Bey de bize hep bunu söyler. Para en son adım gibi düşünülüyor, arada bir bağ kurulunca gerisi otomatik geliyor düşüncesi var. Tabi bu süreçte girdiği iş ve fikirlerde başta ret almasına rağmen yıllarca hiç vazgeçmeden çabalamış, denemiş ve yeniden aramış, sonunda işleri almış.

En etkilendiğim sözlerinden birisi ise: “İyi bir şirket kurmak için, iyi kişileri işe almak durumundasınız. Sizden tecrübeli bir insanı işe almaktan korkmayın, sizi ileriye götürecek adımlardan birisi budur.” cümlesi diyebilirim.”.

Sessizliğini bozan Başak Hanım ise kitabın verdiği ana mesaja ve firmamızla kurduğu bağa dikkat çekmek istiyor: “Bizler Galva Metal ailesi olarak, müşteri odaklılığı ve kurum değerlerini bağdaştırarak, karşı tarafın isteklerini en iyi şekilde yerine getirmeye çalışıyoruz. Herkesin işini benimseyip, en iyiyi yapmayı hedefleyince başarılacak bir şeyin olduğunu da pek sanmıyorum. Kitapta altını çizdiğim bir yer var: “Çalışanların arasındaki dostluk, müşteriler ile arasındaki etkileşim, yeni bilgi ve beceri sahibi olmaktan sahip olduğu gurur; maddi şeylerden daha çok haz verir.” diyor. En önemlisi inanmak belki de. Bir zorluk olduğunda herkesin fikrini ve yorumunu alıyorlar, yargılamadan anlamaya çalışıyorlar. Ani kar elde edilebilecek seçeneklerinde bile, değerlerinin korunup korunamayacağını sorgulayarak geri çevirebiliyorlar. Bu kararlılık ve vizyon ile elde ettikleri başarının şans olduğunu söylemek haksızlık olacaktır.”.

Etkinliğimize katılım sağlayan bir diğer arkadaşımız Aytekin Bey ise yorumlarını şu şekilde sunuyor: “Tamamen değerler üzerine kurulmuş bir yapı. Ayrıntıları o kadar çok tartışıyorlar ki, hiçbir şekilde değerlerinden taviz vermeden karar almaya çalışıyorlar. Senaryoda başarısızlık olunca da hemen geri çekilmeyi biliyorlar. Bir de işi hep profesyonellere teslim etmişler. Karar alırken hiç korkak değiller, kaliteden ödün vermeden gerekirse zarar ederek markaya hep sahip çıkmışlar. “Sizden daha akıllı insanlar sizi tehdit etmesin” diyorlar. Kuruma bir şeyler katabilecek en iyi kadroyu kurmaktan çekinmiyorlar. Reklam yapma ihtiyacı neredeyse hiç duymuyorlar fark ettiyseniz, zaten reklamını kendi müşterisi severek yapıyor ve anlaşılmış reklamların başarısından çok daha etkili oluyor.”.

Bu keyifli sohbetin ardından sayın Tolga Bey etkinliğimizin konusunu ve ana fikrini toparlayarak, oturumu şu sözlerle noktıyor: “Konuştuğumuz ve anladığımız üzere, değerleri belirlemek ve insanların ona sahip çıkmasını denetlemek belki de en basiti. Biz bunu Galva Metal olarak 130 kişide yapıyoruz. Ama bunu 130 bin kişide nasıl yaparsın? Bunu her gün yeni biri katılan firmada nasıl yapar ve süreklilik sağlarsın? Bu değerlerin herkese nüfus etmesini sağlamak ve onları korumak en zoru bence. Kitabın özünde ek olarak ‘girişimcilik’ adı altında çok büyük bir ders ve 8 maddelik bir reçete veriliyor: “1. İyi hammadde temin edebilmek, 2. İnatçı ve savaşı bir ruha sahip olmak, 3. Özellikle ekibinle güven bağı kurabilmek, 4. Ne olursa olsun değerlerinden vazgeçmemek, 5. Cesur yatırımlar yapabilmek, 6. Akıllı insanlara doğru yetkiler verebilmek, 7. Samimi ortaklık ve partnerlik ilişkileri kurabilmek, 8. Çok mutlu ve huzurlu bir çalışan profili oluşturabilmek.”. Ne mutlu ki, “İyi ki bu sektöredesiniz!” diyen paydaşlarımız var; bunları duymak çok gurur verici. Kalite sorunu yaşanan durumlarda bile, servis ve malzeme kalitemiz için memnuniyetini dile getiren, içten teşekkürlerini ileten paydaşlara sahibiz. Biliyoruz ki, bu başarıların hepsi sizin güzel ve gülen kalpleriniz sayesinde!”.

Yapılan kitap sohbetinin videosuna [buraya](#) tıklayarak erişebilirsiniz.



Elçin TARI
Dış Ticaret Operasyon Sorumlusu

Sürdürülebilir Yaşam Mümkün!

Uzun zamandır en sık duyduğumuz, okuduğumuz ve anlamaya çalıştığımız bir kelime olan 'sürdürülebilirlik', aslında en ihtiyaç duyduğumuz şey de diyebiliriz. Sürdürülebilir yaşam, sürdürülebilir beslenme, sürdürülebilirlik, sürdürülebilir şehir gibi birçok kavram duyuyoruz. Kısaca sürdürülebilir olmasını istediğiniz bir şeyin, şu anki halini devam ettiriyor, kendini yeniliyor olan ana düşünce, geniş açıdan baktığımızda ise; 1983 yılında Birleşmiş Milletlerin yayınladığı "ORTAK GELECEĞİMİZ" adlı raporunda sürdürülebilirlik: "Doğanın ve gelecek kuşakların kendi günlük ihtiyaçlarını temin etmek ve kalkınmak" olarak tanımlanmıştır.

Ekolojik döngü alt üst olmuş durumda; eriyen buzullar, değişen mevsimler ve küresel ısınma koruyamadığımız doğanın bize geri dönüşü. Sürdürülebilirlik kendi başına doğal çevre, ekonomi, toplum sistemlerine odaklansa da; değişim hemen her zamanki gibi en küçük birimden insandan başlıyor. Geçirdiğimiz zorlu pandemi döneminde de sürdürülebilir yaşamın önemini bir o kadar iyi anlamış durumdayız aslına bakılırsa. Hayatın her anında, evimizde, işimizde, çevremizde, seçimlerimizde karşımıza çıkarken sürdürülebilirlik kavramı pek çok uygulama ile de karşımıza çıkmakta. Bizim de günlük hayatımıza ekleyeceğimiz ufaklık değişiklikler ile uzun sürede büyük farklılıklar yaratabileceğimizi unutmamamız gerekiyor. Sürdürülebilirlik kavramı günlük hayat içinde somutlaştırmak için, doğal ürünleri yaşamımızın içine almak en birincil adım olacaktır. Basit anlatımı ile plastik yerine doğal ahşabı, pamuk yatağı, taş banyoyu, eko ampulleri, ekolojik boyaları tercih ettiğimizde işleri bizimle bittiğinde doğaya rahatça dönebiliyor olmaları sürdürülebilirlik çarkının devamlılığı anlamına geliyor. Beslenme alışkanlıklarımızda da aynı fikir geçerli oluyor; dünya balık varlığının dörtte birini son yüzyıl içinde bitirdik, balık tüketimimizi türlerin üreme dönemleri dışında yapmak çarkın dönmesine ufak olsa da sonucu büyük bir yatırım olacaktır:

Bu konu ile ilgili belki de söylenebilecek en güzel söz: "En iyi atık, üretilmemiş atıktır" olabilir, ki bu da bizi daha az paket, daha az atık fikrine götürüyor. Modern zamanların pazarlama harikalarına karşı;

- Plastiği hayatımızdan olabildiğince çıkarmaya çalışarak,
- Boşa akan suları kapatarak,
- Eko ampulleri kullanarak,
- Çöplerimizi çöpe atarak,
- Kullanmadığımız elektrikli aletlerin fişlerini çekerek,
- Faturalarımızı internetten ödeyip kağıt israfını önleyerek,
- Paketli gıda tüketimini azaltarak,
- Kırmızı et tüketimini azaltarak kendi adımıza ekolojik dönüşüme katkıda bulunabiliriz.

Uygulaması kolay ve ucuz olan sürdürülebilirlik, bir yanda yaşam standardımızı yükseltirken diğer yandan ekolojik sistemin devamlılığına destek oluyor. Sürdürülebilirlik mantığını anlamaya çalışıp minik adımlarla gün içinde yapılacak ufaklık değişikliklerle sokmaya başladığımızda farkındalığımız ve algımız farklılaşmaya başlıyor. Değişim kendi başına doğal hali ile hayatımıza dahil olmaya başlıyor. Konu ne olursa olsun, dahil etmek çıkartmaktan daha kolaydır. Kendi özel ve günlük hayatlarımıza baktığımızda da sıklıkla yaşadığımız; 'yarından itibaren şeker tüketmeyeceğim', 'her gün spor yapacağım', 'kahveyi azaltacağım' gibi çoğunlukla başarılı olunamayan olguları hep çıkartmak odaklıdır. Çıkartmak yerine amacımıza ulaşmamıza yardımcı olacak olguları dahil etmeye çalışsak, çıkartmak istediklerimiz yavaş yavaş kendiliğinden uzaklaşmaya başlayacaktır.

Sürdürülebilirlik bu noktada önem kazanıyor. Ekleme-çıkarma konusundaki başarımız sürdürülebilirliğin başlangıcı oluyor. İnsanoğlu içselleştiremediği hiçbir konuda kalıcı olamıyor maalesef. Hepimiz farklı koşullar, farklı yaşam döngüsü ve ortamlarda yaşıyoruz ve yaşadığımız döngünün doğal bir parçası olmaya başlıyoruz akış içinde. Parçası olduğumuz döngüde sürdürülebilirlik değişime ilk olarak kendimizden başlamalıyız belki de. Farkındalık açısından mutlaka bıraktığımız linki incelemenizi tavsiye ediyorum.

www.brewdog.com/uk/tomorrow

Sevgilerimle,



Bahar Riemersma

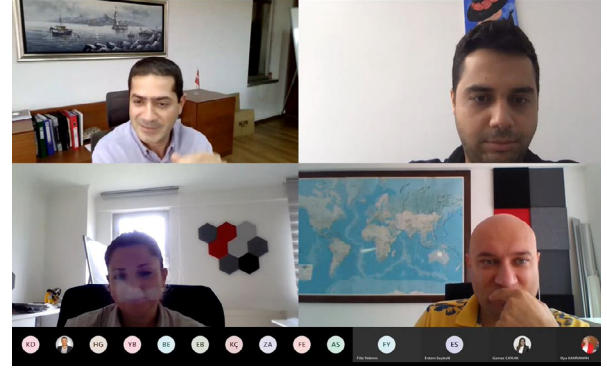
Fonksiyonel Beslenme Uzmanı

Galva Akademi

“Eğitim, meyvenin kendisi değil, bilgi ağacından meyve toplamaya yarayan bir merdivendir.”

-Bernard Shaw

- 1 E-İhracat'ta Mini MBA Programı**
İso Akademi / 05.08.2020
- 2 İSO 45001:2018 İSG Yönetim Sistemi**
İmmib / 06.08.2020
- 3 Sahte ve Muhteviyatı İtibari ile Yanıltıcı Belge Nedir ve Nasıl Anlaşılır?**
Ramazan Yıldırım / 07.08.2020
- 4 Arttırılmış Gerçeklik & Sanal Gerçeklik**
İso Akademi / 10.08.2020
- 5 Süreç Madenciliği ile Süreçlerdeki İyileştirme Fırsatlarının Bulunması**
İmmib / 11.08.2020
- 6 İş Dünyası İçin İletişim**
İmmib / 13.08.2020
- 7 Dış Ticarete Akreditif Uygulamaları**
İso Akademi / 17.08.2020
- 8 Excel'de Raporlama Teknikleri**
İso Akademi / 18.08.2020
- 9 Yeni Nesil Motivasyon: Motivasyon 3.0**
İmmib / 20.08.2020
- 10 Dış Ticarete Gümrük Mevzuat Uygulamaları**
İso Akademi / 24.08.2020
- 11 Yaratıcılık ve Yaratıcı Düşünme Teknikleri**
İmmib / 25.08.2020
- 12 İhracatta Pazarlama ve Satış Becerileri**
İmmib / 01.09.2020
- 13 %100 Memnun Eden İşletme Olmak**
Tolga KISACIKOĞLU / 11.09.2020
- 14 Müşteri Deneyim Yönetimi (CMX)**
İso Akademi / 14.09.2020
- 15 İş Hayatında Başarıya Götüren Yol**
Tolga KISACIKOĞLU / 18.09.2020





Aynı şartlarda hayata başlayan insanlardan neden bir tanesi başarılı olurken diğeri başarısız olur? Başarının anahtarı nedir?

Başarı zihnimizdeki limitleri kaldırıp özgürleştüğümüzde geliyor. Dışımızdaki limitler, içimizdekiler kadar büyür ya da küçülürler.. Kafesten çıkınca değil, kafesi içimizden çıkarınca özgürleşiriz diyor Mümin Sekman. Zihinsel sınırlamalardan özgürleşmeyi ve kendi içsel potansiyelini fark ettirmeyi hedef alan; kendiyolundan, kendi kanatlarıyla, kendi hayaline gidenleri anlatan bir motivasyon kitabı.

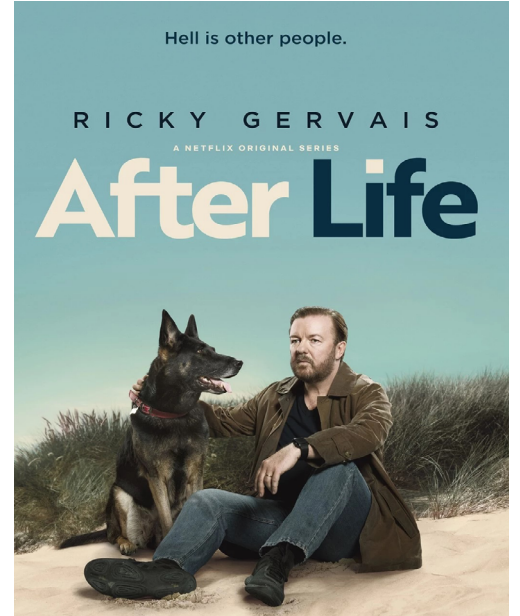
Kitap Adı : Limit Siziniz

Sayfa Sayısı : 168

Baskı Yılı : 2015

Öneren : Filiz YILDIRIM

Galva Sanat



After Life; eşi Lisa'yı kaybetmenin acısını atlatmak için istediği her şeyi yapmaya ve söylemeye başlayan Tony'nin hayatını konu alıyor. Lisa'nın ölümünün ardından etrafındakilerin ne düşündüğünü umursamadan istediğini söylemeye ve yapmaya başlayan Tony, bu umursamazlığını adete bir süper güç olarak gösteriyor.

Dizi Adı : After Life

Bölüm Sayısı : 6

Sezon Sayısı : 1

Öneren : Aybike Ervural



**DOĞUM GÜNÜNÜZ
KUTLU OLSUN!**

GALVA GÜNDEM

EKİM 2020

