

ASFALT

M A G A Z İ N E

ARAŞTIRMA

Otomobil Şirketlerinin
Yeni Değeri; Yapay Zeka

ROPÖRTAJ

Renault Genel Müdürü;
Berk Çağdaş

OTOPOST

Dijital Ortamın Satın
Alma Alışkanlıkları

MODİFİYE

FORD RANGER

KEŞİF

OTOMOBİL SEKTÖRÜNDE
LOGOLARIN TARİHİ

-
DÜNYANIN EN PAHALI
ARABALARI

UZMAN GÖRÜŞÜ

Kuga 2020 için Hazırlanıyor

FUAR

Otomobil Fuarları 2018

S . 0 2

TEMMUZ

2 0 1 8



Kapak Fotoğrafı:
HDQWALLS.COM

İmtiyaz Sahibi:
Fırat Fidan

Hazırlayan:
Build Up Pr

Grafik Tasarım:
Güneş Engin

Katkıda Bulunanlar:
Bahar Yapıcılar,
Fahır Talib,
FT Tuning,
Özkan Yıldırım

İNDEKS

sayı 02, Temmuz'18

05

ARAŞTIRMA

Otomobil Şirketlerinin
Yeni Değeri; Yapay Zeka

11

ROPÖRTAJ

Renaut Türkiye Genel
Müdürü; Berk Çağdaş

17

OTOPOST

Dijital Ortamın Satın
Alma Alışkanlıkları



23

MODİFİYE

FORD RANGER'a Yapılan
Modifiye İşlemleri

29

KEŞİF

Otomobil Sektöründe
Logoların Tarihi

33

KEŞİF

Dünyanın En Pahalı
Arabaları

35

UZMAN GÖRÜŞÜ

Kuga 2020 için
Hazırlanıyor

39

FUAR

Dünyadan Otomobil
Fuarları 2018



Merhaba

DEĞERLİ
SEKTÖR
TEMSİLCİLERİ;

Dergimiz ASFalt Magazine'in Temmuz sayısında yeniden sizlerle birlikte olmanın heyecanı içindeyiz. Birbirinden farklı konular ve değerli konuklarıyla zenginleşen dergimizin detaylarını iç sayfalarımızda bulabilirsiniz.

Otomotiv sektörünün değerli temsilcilerini ağırladığımız söyleşi bölümümüzün bu ayki konuğu Renault Mais Genel Müdürü Berk Çağdaş. Gerçekleştirdiğimiz keyifli söyleşide kendisinin 2018 yılındaki otomotiv pazarına ilişkin öngörülerini, Mais'in büyümesinin altında yatan ipuçlarını, önümüzdeki 5 yıl içerisinde markayı nerede konumlandığını ve daha birçok farklı konuyu öğrenme şansı elde edeceksiniz. Kıymetli paylaşımları için Sayın Çağdaş'a bir kez daha teşekkür ederiz.

Yapay zeka sadece yakın gelecekte çok önemli bir teknoloji olmayacak. Daha şimdiden önemini kavramak, şirketlere rekabette çok öne geçmelerini sağlayacak bir güç verebilir. McKinsey Global Institute'ın gerçekleştirdiği rapor; kısa-orta vadede, dünya çapında otomotiv sektöründeki orjinal malzeme üreticileri için 2025'e gelindiğinde yıllık yaklaşık 215 milyar dolarlık bir değer zincirinde yapay zekanın

verimlilik ve maliyet tasarrufu sağlayabileceğini gösteriyor. Raporun detaylarına için iç sayfalarımızdan ulaşabilirsiniz.

Çağımızın teknolojik yenilikleri son yıllarda hızla gelişerek otomobillerdeki emniyet, performans ve güvenilirliği artırdı. Git gide yaygınlaşan elektrikli araçların; tren, otobüs ve hatta uçakların artık bir akım haline geldiğini ve dijital ortamın satın alma alışkanlıklarındaki payının gün geçtikçe arttığını söylemek yanlış olmayacaktır. Merak edenler için detaylar 'Otopost'ta.

Sınıfının en sağlam pick-up araçlarından biri olan Ford Ranger'da yaşanan dönüşümü FT Tuning imzasıyla hazırlanan 'Modifiye' bölümümüzden inceleyebilirsiniz. Araç-model çekişmesinin yanı sıra, marka konusunda da müşterileri kendine bağlama yolunda hızla ilerleyen otomobil sektöründeki logoların tarihini keşfetmek isteyenler detaylara iç sayfalarımızdan ulaşabilir. Son bölümümüzde ise 'Carviser' markasının yaratıcısı gazeteci Fahir Talib'in katkılarıyla hazırlanan test bölümüne sizleri davet ediyoruz. Ford'un Avrupa'daki önemli modellerinden biri olan yeni Kuga'nın yollara çıkmasına daha birkaç yıl olsa da yeni tasarım şekillenmiş gözüküyor. Yeni nesil Kuga'yı tanımak isteyenler için detaylar sayfalarımızda.

Keyifli okumalar dileğiyle,

FIRAT FİDAN
ASF Otomotiv YK Üyesi

ASF
OTOMOTİV

ASF OTOMOTİV FORTUNE 500 LİSTESİNDEKİ YÜKSELİŞİNE DEVAM EDİYOR

FORTUNE
500
2017

İstanbul'da
139.
sırada

Türkiye'de
238.
sırada



Otomobil Şirketlerinin Yeni Değeri; YAPAY ZEKA

**YAPAY ZEKA,
TAŞINIRLIK İÇİN
HANGİ FIRSATLARI
SUNUYOR VE
OEM'LER** (*Orjinal
Malzeme Üreticileri*)
**BUNLARI
KISA VE UZUN
VADEDE NASIL
YAKALAYABİLİR?**

İki yıldan fazla bir süredir, otomotiv endüstrisi dört yıkıcı ve o kadar da sağlamlaştırıcı trendden bahsediyor: Bağımsız sürüş (*sürücüsüz araba*), bağlanabilirlik, elektrifikasyon ve paylaşımlı araç kullanımı. Bu trendlerin taşınırılık pazarında büyümeyi hızlandırması, bu sektörün kurallarını değiştirmesi ve gelenekselden yıkıcı teknolojilere ve yenilikçi iş modellerine geçişe neden olması bekleniyor.

Yapay Zeka bu dört trend için bir temel teknoloji. Örneğin, bağımsız sürüş Yapay Zeka'ya dayanır çünkü bu, araç etrafındaki objeleri gerçek zamanlı ve güvenilir şekilde tanıma için tek teknolojidir. Diğer üç trend için Yapay Zeka, masrafları azaltmak, operasyonları iyileştirmek



ve yeni gelir kanalları oluşturmak için sayısız fırsat yaratır. Örneğin, paylaşımlı araç kullanımı hizmetleri için Yapay Zeka, arz ve talebi tahmin edip eşleyerek fiyatların optimize edilmesine yardımcı olur. Ayrıca bakım zamanlaması ve filo yönetiminin

iyileştirilmesi için de kullanılabilir. Yapay Zeka yoluyla hayata geçirilen geliştirmeler otomotiv şirketleri için önemli bir rol oynar, onların finansal yenilikler ve önlerindeki trendlerle başa çıkabilmelerini sağlar. Bu dört büyük trendin beklenen bir sonucu endüstrinin

değer havuzunda göze çarpan bir değişimdir. Bu değişimin özellikle Otomotiv OEM'lerinde (Orijinal Malzeme Üreticileri) ve onların iş modellerinde büyük etkisi olacak. Ama bu etki tüm sektörde ve ötesinde hissedilecek.

İÇGÖRÜLERİ NASIL TOPLADIK? KAYNAKLAR VE METODOLOJİ

Daha önceki çalışmalarımızdan bazıları, taşınırılıkta ve sanayi sektöründe yapay zekaya odaklandı. Bu makalenin dayandığı rapor bu çok boyutlu metodolojik yaklaşımdan içgörü toplamayı sürdürüyor. Önce, otomotiv OEM'lerinin yapay zekayı süreç, sürücü ya da araç özellikleri olarak üç uygulama alanı boyunca ve taşınırılık hizmetlerinde kullanımının değer fırsatlarını ortaya koyar. Sonra bu fırsatların alt kırılımlarını çıkarır ve önemlerini belirler. Son olarak, OEM'lerin Yapay Zeka'dan doğan değer fırsatlarını kısa ve uzun vadede yakalayabilmesi için hangi stratejik aksiyonları alması gerektiğini özetler.

MCKINSEY GELECEK HAREKETLİLİĞİ MERKEZİ HAKKINDA DAHA FAZLA BİLGİ EDİNMEK İSTER MİSİNİZ?

Analizlerimiz, raporda



daha detaylı bir şekilde yer alan aşağıdaki temel bilgileri ortaya çıkardı:

Kısa ile orta vade arasında, dünya çapında otomotiv OEM'leri için 2025'e gelindiğinde yıllık yaklaşık 215 milyar dolarlık bir değere ulaşabilen, sektöre dayalı, yapay zeka etkin bir fırsat var. Bu, tüm otomotiv endüstrisi için faiz ve vergi öncesi %9 puanlık kazanç ya da yedi yıllık teorik ortalama yıllık verimlilik artışının yaklaşık %1,3'üne karşılık gelir — Endüstrinin yıllık verimlilik artışını yılda yaklaşık yüzde 2 artırmak için önemli bir değer. Bu değerlerin çoğu, değer zinciri boyunca çekirdek süreçlerin optimizasyonundan elde edilir.

YAPAY ZEKA ÖZELLİKLİ SÜREÇ OPTİMİZASYONU, TÜM ENDÜSTRİYİ 2025'E KADAR YÖNLENDİRECEK

Kısa vadede bile, yapay zeka, tüm değer zincirinde verimlilik ve maliyet tasarrufu sağlayabilir.

Ayrıca araç satışlarından ve satış sonrası satışlardan ilave gelirler yaratabilir. Değerin çoğu dört temel süreçte üretilir. Tedarik,

“OEM’lerin, şimdi bilgi edinmek ve kısa vadeli değer elde etmek için pilot uygulamalarla dönüşümlerine başlaması gerekiyor. Ardından, kurum genelinde yapay zeka üzerinde entegre bir görüş geliştirmek için yapay zeka çekirdeğini oluşturmalarıdır.”

tedarik zinciri yönetimi ve üretimde, sırasıyla 51 milyar dolar, 22 milyar dolar ve 61 milyar dolarlık maliyet tasarrufuna yol açmaktadır. Pazarlama ve satışta yapay zeka kaynaklı verimlilik çalışmaları masrafları düşürür ve böylece toplamda potansiyel \$31 billion gelir sağlar.

Yapay Zeka destekli sürücü veya araç özellik-

leri ve taşınırılık hizmetleri uzun vadede endüstri çapında önemli bir değer yaratabilirken, bunlar kısa vadede sektör seviyesinde

sınırlı bir değer yaratmaktadır. Bununla birlikte, sürücü veya araç özellikleri ve hareketlilik hizmetleriyle rakiplerini geride bırakan bireysel OEM’ler, önemli bir pazar payı kazanabilirler. Teknoloji liderleri tarafından pazar payındaki bu kazanımlar, bu

özelliklerde geride kalan OEM’lerin müşteri tabanının önemli bir bölümünü kaybetme riski ile karşılaştırıldığında küçüktür.

Dört başarı faktörü, OEM’lerin yapay zeka dönüşümüne hazırlanmalarını ve kısa vadede yapay zekadan değer elde etmelerini sağlar: Farklı kaynaklardan verilerin toplanması ve uyumlaştırılması, bir ortak



ekosistemin kurulması, bir yapay zeka işletim sisteminin kurulması ve temel yapay zeka yeteneklerinin oluşturulması ve gerekli dönüşümü yürütmek için bir yapay zeka ekibi.

Bu, OEM’lerin, yapay zekadan gelen tam değer potansiyelini sistematik olarak yakalaması ve dört yıkıcı eğilime karşı uzun vadeli stratejileri için yetenekler oluşturmak için uçtan uca bir dönüşümü ölçeklendirmesini ve sunmasını sağlayacaktır.

Şehri geride bırak!
#yolaçık



0216 427 0 427

rezervasyon@europcar.com.tr

europcartr

Europcar
moving your way

Berk Çağdaş

RENAULT MAIS
GENEL MÜDÜRÜ

“GELECEK, İNTERNETİN ENTEGRE EDİLDİĞİ YA DA İNTERNET
İLE DOĞAN VE BÜYÜYEN SEKTÖRLERDEN OLUŞACAK VE
İŞ SÜREÇLERİ HIZLA DEĞİŞECEK. OTOMOTİV SEKTÖRÜ DE
BU DEĞİŞİMİN EN HIZLI YAŞANACAĞI SEKTÖRLERİN
BAŞINDA GELİYOR.”



2017, Türkiye’de pazar az da olsa daralmış; Mais olarak siz Renault ve Dacia markalarıyla pazarın aksine büyüme ivmenizi korumuştunuz. 2018 yılında pazar ve Mais markaları için beklentileriniz ne yönde?

2018 yılı otomotiv pazarının bir miktar daraldığı bir yıl olacak. Özellikle yılın ilk yarısında yaşanan ekonomik gelişmeler, kur ve faizlerdeki dalgalanma, erken seçim kararı gibi faktörler, öngörülerin aksine otomotiv perakende talebini yavaşlattı. Hükümetimizin uygulamasını başlattığı hurda teşviği ile 2018 yılında, otomotiv pazarının 800 – 820 bin bandında gerçekleşeceğini düşünüyoruz. Bu pazarda MAİS olarak, Renault ve Dacia markalarımız için hedeflediğimiz pazar payına ulaşmayı amaçlıyoruz. Bunun yanı sıra 2017 yılında yakaladığımız pazar liderliğini bu sene sonunda da korumayı hedefliyoruz.

Türkiye pazarında Mais’in büyümesinin sırrını nelere bağlıyorsunuz?

Renault markası 50 yıldır Türkiye’de faaliyet gösteren ve her ailenin mutlaka anısının olduğu bir marka. Geçmişten gelen bu kıymetli mirasın bugünlere de taşınmış olmasının en somut göstergesi, Türkiye’de en çok tercih edilen

ilk üç modelden ikisinin Clio HB ve Megane Sedan olması. Bu iki modelin Oyak Renault Fabrikaları’nda üretilen modeller olması bizi ayrıca gururlandırıyor. Müşterilerimizin bu tercihini hak etmek ve layık olmak için var gücümüzle çalışıyoruz. İnşa ettiğimiz ve halen de bunun için büyük çaba gösterdiğimiz “tüketicinin güvendiği marka” olma hedefimiz var. Bu güven, “müşteri memnuniyetini sağlamak”, “yetkili satıcılarımıza karlı ve tatmin edici bir iş ortaklığı sunmak”, “gerek distribütör ve gerekse de yetkili satıcılarımızda çalışan personelimizin iş tatmini ve memnuniyetini sağlamak” şeklinde üçlü bir stratejik plandan oluşuyor. Buna çok büyük önem veriyoruz. Bizim için artık önemli olan aracı satmak değil, araçlarımız ile müşterilerimiz arasında “yaşamsal bir döngü yaratmak”. İşin stratejik yönü bu. Bir de işin teknik yönü var, modellerimizin “fayda/maliyet” oranları çok yüksek. Diğer taraftan teknolojik olarak üstün ve bu üstünlük, kolay ulaşılabilir maliyetlerde. İşte bu faktörler sebebiyle MAİS sağlıklı ve sürdürülebilir şekilde büyüdü ve büyümeye devam edecektir.

Uluslararası fuarlarda Renault geleceğin otomobilleri konusunda öncü tutumunu sergiliyor. Türkiye’de de elektrikli

otomobil konusunda Renault’ un öncü bir konumda olma planı var mı? Bu konuda yatırımlara başladınız mı?

Renault markası, dünyada elektrikli araç teknolojileri konusunda en fazla yatırım yapan ve öncü marka konumunda. 2009 yılında 4 farklı elektrikli modelin seri üretimine başlayan ve devam eden tek üretici. Bu konuda somut bir üstünlüğü var. Biz halen Türkiye’de Renault markası olarak elektrikli araç segmentinde ZOE ve Twizy modellerinin satışını yapmaktayız. Uluslararası boyutta Renault’nun teknolojik alanda sağladığı gelişmelere ve geliştirdiği modellere paralel olarak bu alanda da pazardaki varlığımızı ve gücümüzü sürdüreceğiz.

Markanın 2030 yılına ilişkin konsept



fotoğraf RENAULT.CO.UK, SYMBIOZ RENAULT

modeli Symbioz ve Renault ZOE’ den bahseder misiniz? Bu iki model, otomotiv teknolojisinin geleceğine dair ne tür ipuçları sunuyor?

ZOE elektrikli otomobil teknolojisinin öncü modellerinin başında geliyor ayrıca Avrupa’nın segmentinde lideri. Symbioz ise, geleceğin mobilitesinde Renault markasının vizyonunun sembolü. Otonom olarak tasarlanan konsept modelin ardından Aralık 2017’de Türkiye’den de bir gazetecinin katılımıyla Paris’te ilk prototip olan SYMBIOZ demo car test sürüşleri gerçekleşti. Otonom, elektrikli ve internet bağlantılı olan SYMBIOZ, otomobilin sadece bir ulaşım aracı olduğuna dair önyargıları yıkmak amacıyla tasarlandı.



Tüm dünyada Renault tarafından öne çıkarılan Dacia'yı Türk halkı da sevdi. Bu segmentte pazarda hangi konumdasınız; hedefleriniz neler?

Dacia markası, fiyat/performansı dengesi ile gerçekten de Türk halkının gönlünde taht kurdu ve birçok önyargıyı yıktı. İyi bir otomobilin ulaşabilir olabileceğini kanıtladı. Duster modeli ile ilk kez müşterilerimizin beğenisine sunduğumuz EDC otomatik vites seçeneğinin de ürün gamına eklenmesi ile müşteri kitlesini de genişletmiş olduk. Geçtiğimiz yıl marka sıralamasında, bir önceki yıla göre iki basamak yükselerek 6. sırada yer alan Dacia, Türkiye pazarında emin adımlarla yükselmeye devam edecektir.

Sayın Cumhurbaşkanı Uber taksilerinin kaldırılmasını; aynı zamanda İstanbul'daki taksilerin Uber araçları gibi geniş ve konforlu olacağını açıkladı. Renault olarak taksiler konusunda talip olduğunuz bir nokta var mı?

Taksiler için şu an gündemde olan tasarıda, D segment standardı getirilmesi planlanıyor. İstanbul ile başlayacak bu standartların Türkiye'ye de yayılacağı düşüncesindeyim ve bu noktada da ürün gamımızdaki Talisman modeli ile sektördeki farkımızı da ortaya koyabileceğimizi öngörüyoruz.

Renault Mais Türkiye'nin 1 yıldır CEO koltuğundasınız. Sizin yönetiminizde şirkette ve markada ne tür değişimler



yaşandı. Önümüzdeki 5 yılda Türkiye'de markayı nerede konumlandırıyorsunuz?

Ben Mais CEO'su olarak göreve başladığım ilk günden itibaren başta müşteri memnuniyeti olmak üzere, bayi ve çalışan memnuniyetini olmazsa olmazlarım arasında sayıyorum. Bu ruhun da hem şirket içinde hem de şebekemize yansması adına elimden geleni yaptım. Bildiğiniz üzere tüm yetkili satıcılarımızı sık sık ziyaret ediyorum. Müşteri şikayetleri adına gerekirse o müşterinin kapısını çalıp, derdini bizzat dinliyorum. Çünkü merkezden patronluk yapılabileceğine inanlardan değilim. Ben yerimi her daim saha olarak görüyorum. Geldiğimde 18 yıldan bu yana binek

otomobil lideri olan Renault, geçtiğimiz yıl toplam pazarda da lider oldu. Ve inanın bana zirvede kalmak için de tüm çalışma arkadaşlarım ile birlikte sürekli gelecek planları yapıyor ve neyi daha da iyi yapabiliriz düşüncesiyle projeler üretiyoruz. Göreve geldiğim günden itibaren kendime çizdiğim bir yol haritası vardı ki, bunların kısa vadeli olanlarını ne mutlu ki başarı ile gerçekleştirdim. Orta vadeli planlarımızın da aynı başarı ile gerçekleştireceğimize inanıyorum. Pazar payındaki liderliğimizi en beğenilen marka olarak da tescillemek istiyoruz. Müşterilerimizi taraftarımız yapmak, markamızı lovemark haline getirmek orta vadedeki planlarım.



FIRAT FİDAN
ASF Otomotiv
Yönetim Kurulu
Üyesi

DİJİTAL ORTAMIN SATIN ALMA ALIŞ- KANLIKLARINDAKİ PAYI GÜN GEÇTİKÇE ARTIYOR

Çağımızın teknolojik yenilikleri son yıllarda hızla gelişerek otomobillerdeki emniyet, performans ve güvenilirliği artırdı. Gitgide yaygınlaşan elektrikli araçların; tren, otobüs ve hatta uçakların ise artık bir akım haline geldiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Daha önceki yazılarımda da sizinle paylaştığım gibi otonom araçların yaygınlaşması ise sadece birkaç yıl uzağımızda.

Tüm bunlara karşılık, müşterilerle birebir temas halinde olan yetkili satıcıların organizasyonel yapılarını ve müşterilerine sundukları satın alma deneyimini incelediğimizde bu metotların oldukça geleneksel kaldığını görüyoruz. Distribütörler her ne kadar satışları hızlandıracak ve arttıracak yeni girişimlerde bulunup, kaliteli satış deneyimi sunmaya çalışsa da bu girişimler, müşteri deneyimini iyileştirmede hızlı bir değişikliğe izin vermedi. Çoğu ülkede olduğu gibi ülkemizdeki bayiler için de dizayn edilen satış, pazarlama ve dağıtım stratejileri, satılan her araçtan elde edilen kazancı odağına almakta, ancak müşteri deneyiminin önemini ıskalamakta. Değişen hedef kitleler ve özellikle dijital dünyada büyüyen Y Kuşağı ve sonrasında gelen jenerasyonlar, tamamen farklı ve yeni beklentilerle araç alıcıları haline geliyor. Sadece yeni

jenerasyonlar değil, eski nesiller de aynı şekilde kendilerini geliştirerek ve dijitalleşerek, satın alma alışkanlıklarını yeniliyor. Özetle artık tüm nesillerin gelişen müşteri deneyimi perspektifiyle, otomobillerini sadece showroom'larda değil, dijital ortamlarda farklı yöntemlerle araştırıp satın almaya karar verdiğini ve üstün hizmet kalitesi beklediğini söyleyebiliriz.

Yeni 'dijital' tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamak ilk bakışta çok kolay gibi gözükse de gerekli alt yapıyı oluşturmak büyük bir çaba gerektiriyor. Bu yapı sadece web sitelerinin, çevrimiçi yapılandırıcıların ve mobil uygulamaların dizaynı ve yenilenmesiyle sınırlı kalmamalı, bunun daha da ötesine geçerek, üstün bir müşteri deneyimi sunmak için satış ve pazarlama modellerinin omnichannel iş modeliyle dönüştürülmesini gerektiriyor. Entegre stratejiler

belirlemek için müşterinin perspektifinden gözlem yaparak dizayn edilmesi ve bir satış aracı olarak kullanılan müşteri deneyiminin tüm iletişim kanallarında tutarlı bir şekilde yönetilmesi gerekiyor.

Tabii bu noktaya ulaşabilmek için, otomobil üreticileri, distribütörler ve bayiler, tüm satış ve pazarlama yaklaşımlarını omnichannel iş modeliyle yeniden kurgulamaya başlamak zorunda. Her üç taraf da araç satın alma davranışındaki beklentileri doğru okumalı ve bu sürecin değişen doğasını içselleştirerek yeni modeller sunmak üzerinde çalışmaya başlamalı.

Dünya'nın en büyük beş otomobil pazarı olan Çin, Almanya, Hindistan, İngiltere ve ABD'deki müşteri satın alma davranışlarını derinlemesine inceleyen Accenture raporuna göre satın alımların yüzde 55'i artık sanal ortamda başlıyor. Müşteriler eskiden birçok bayi dolaşırken artık bu oran 2'lere kadar inmiş durumda. Bir müşteri aklındaki markaya karar kıldıysa artık en fazla 2 bayi geziyor. Sıfır araç satın alacak olan müşterilerin %65'i showroom'lara gelmeden önce hangi model ve markayı alacağını biliyor. Araç araştırma ile satın alma periyodu arasında geçen süre ise en



fazla 9 hafta. Ek olarak bu zaman dilimi içinde müşteri ikna edilemez ise ya araç almaktan vazgeçiyor ya da aracı başka kanallardan alıyor. Müşterilerin yüzde 80'i alacakları araç kararını forumlarda veya online sitelerde bulunan mevcut kullanıcıların deneyimlerini okuyarak veriyor. Her ne kadar müşteriler dijitale geçiş yapsa da, test sürüşleri bayilerin önemli bir avantajı ve müşteriye temas noktası olarak kalmaya devam ediyor. Sanal gerçeklik (VR) yöntemiyle test sürüşleri deneyimlerinin yaygınlaşmasına rağmen, müşteriler gerçek bir sürüş deneyimi yaşamadan

“Online hizmet sunmak artık bir lüks veya moda değil, kesinlikle bir ihtiyaç.”

bir araç alma kararını vermeyeceklerini söylüyorlar. Otomobil üreticileri ve biz yetkili bayiler, müşteri

odaklı bir ekosistem oluşturmak için dijitalleşmeye hızlıca uyum sağlayarak çalışmaya başlamalı ve bu dinamik alandaki değişiklikleri yakından takip etmeliyiz. Her ne kadar markaların küresel pazarlama stratejileri sektörü yönlendiriyor olsa da, strateji ve yaklaşımları yerelleştirerek ve lokal pazarlama aktivasyonları planlayarak, hedeflediğimiz satış adetlerine ulaşabilmemiz mümkün. Örneğin, Avrupa ve Amerika'da müşteriye ulaşmak için kullanılan kanallar arasında son sıralarda bulunan sosyal medya, Türkiye'deki kullanıcı alışkanlıklarının

tam tersi şekilde işlemesi nedeniyle en başta yer alıyor. Bu veriyi doğru okuyup, globalden gelen pazarlama planlarını lokale

uyarlayıp, sosyal medyayı Türkiye'de en çok kullanılan pazarlama kanalı olarak eklemek ve müşteri dene-

yimini zenginleştirme hedefiyle kullanmak çoğu zaman doğru olacaktır. Bu nedenle müşterilerin deneyimlerini iyileştirmek için bayilerin ellerindeki tüm kanalları iyi değerlendirmeleri, müşteriye ulaşacak yeni kanalları kullanmaya başlamaları ve en önemlisi kanal veya cihazdan bağımsız olarak kusursuz bir deneyim tasarlayıp sunmaları oldukça önem taşıyor. Dijitalleşmeyi ve müşterinin üstün deneyim beklentisini doğru analiz edip uygun kanalları kullanarak uyum sağlayan otomobil üreticileri ve bayileri, sadece müşterilerine daha iyi hizmet sunmakla kalmayıp, aynı zamanda satış ve pazarlama maliyetlerini de düşürecektir. Bu maliyet düşürme potansiyelinin en yüksek olduğu sektörün otomotiv sektörü olması, bizim açımızdan iyi değerlendirilmesi gereken bir fırsattır.

Yüksek ve düşük sıcaklıklarda motorunuzda üstün koruma sağlar.



Mobil 1™ bir yağdan daha fazlasıdır.

Moleküler düzeyde dönüşüm sağlayan birçok bileşenden oluştuğu için yüksek ve düşük sıcaklıklarda aracınızın motoruna yağ değişimleri arasında üstün koruma sağlar. Böylece motorunuz sınıf atlar.

Energy lives here™

www.mobil1.com.tr

Mobil 1™

Performance by ExxonMobil

FORD RANGER

FORD RANGER'A YAPILAN MODİFİYE İŞLEMLERİ



GENEL ARAÇ BİLGİLERİ

SÜRÜŞ DENEYİMİ:
GÜÇLÜ, SAĞLAM VE
AKILLI

Ford Ranger, sınıfının en sağlam pick-up araçlarından biri, yeni teknolojik özellikleri ile aynı zamanda en akıllı araçlarından biri.

**Sesinizle Kontrol
Edebileceğiniz
Teknoloji: SYNC**

* Ford SYNC 3 ile müziğinizi, telefonunuzu ve klimanızı basit ve sezgisel sesli komutları kullanarak veya 8” renkli dokunmatik ekran yoluyla kontrol edebilirsiniz.

* Ford SYNC sisteminin en önemli özelliklerinden biri de Acil Durum Yardımı’dır. Bir kaza anında hava yastığının açılması ya da

yakıt pompasının devre dışı kalması durumunda bu teknoloji sizin için otomatik olarak Acil Durum Yardım hizmetini arayabilir. İhtiyacınıza göre başlatılan aramayı durdurabilir ya da servisle görüşebilirsiniz. Konuşamayacak durumda olsanız bile sistem, GPS koordinatlarınız gibi yaşamsal önem taşıyan bilgileri servise iletecektir.

* Ford SYNC Acil Durum Yardımı, 30’dan fazla Avrupa ülkesinde kullanılabilmektedir Bu özellik, araçta bulunan uyumlu bir cep telefonunun sistemle eşlenmesi halinde çalışır ve hava yastıklarından (diz hava yastıkları hariç) herhangi birinin açılması ya da bir çarpışma algılayan sensörlerin yakıt pompasını kapatması durumunda devreye girer. Metin işlevi ve Ford SYNC Acil Durum Yardımı özelliği tüm Avrupa dillerinde desteklenmektedir. Her araziye

uygun seçilebilir çekiş gücü: 4x2 (2H), 4x4 (4H ve 4L)

* Normal sürüş için 4x2 (2H), kötü yüzeylerde ve çamurlu parkurlarda 4x4 Ağır Devir Takviyesi (4H) ve gerçekten zorlu arazi koşulları için 4x4 Düşük Devir Takviyesi (4L). Elektronik bir sistem olan ESOF sayesinde, seyir halindeyken 4x2 ve 4x4 Ağır Devir Takviyesi arasında geçiş yapılabilir.

GELİŞMİŞ MOTOR TEKNOLOJİSİYLE GÜCÜ ARTIRIN

Aracın seçilebilir 4WD – 4x4 sistemiyle çalışacak şekilde tasarlanan ve geliştirilen üstün motorlar, performans, verimlilik ve güç sunar.

Daha Güçlü ve Daha Ekonomik Dizel Motorlar

• Performansını, gücünü

ARACA YAPILAN AKSESUAR LİSTESİ

• 20 INCH
ROCKSTAR JANT

• 275/55/20
LASTİK

• KARBON
GÖRÜNÜMLÜ
DODİK

• SÜRGÜLÜ
ROLLBACK

• KASA HAVUZU

• ISIKLİ FORD
YAZILI ÖN
PANJUR

• ARKA STOP
LAMBALARI

• TAVAN SARI
PARK LEDİ

• LED AYDIN-
LATMALI ÖN
SIS KAPAKLARI

ve güvenilirliğini sahada kanıtlayan 2.2L TDCi Duratorq dizel motor ek güç ve ekonomi sunacak şekilde geliştirilmiştir.

• 6 ileri vitesli manuel şanzımanlı veya 6 ileri vitesli otomatik şanzımanlı 160PS.

• Daha fazla güce mi ihtiyacınız var? O halde 200 PS ve 470 Nm torklu 3.2L TDCi Duratorq dizel seçeneğini tercih edebilirsiniz.

• Etkileyici yakıt ekonomisi ve düşük emisyonlar 6,8L/100 km ve 177 g/km CO2 emisyonlarla (6 ileri vitesli manuel şanzımanlı ve 3,15 FDR'li 160PS 4x2) sağlanır.

Manuel veya Otomatik Şanzıman

İki farklı şanzıman seçeneği mevcuttur. Hassas bir şekilde vites değiştirilebilmesini sağlayan 6 ileri vitesli manuel şanzıman ve

dikkatli bir şekilde ayarlanan vites değiştirme noktalarına sahip, sorunsuz 6 ileri vitesli otomatik şanzıman.

HAYATINIZI KOLAYLAŞTIRAN ÖZELLİKLER

Daha kolay park edebilmenize ve geri manevra yapabilmenize yardımcı olan sistemlerden, sizi bilgilendiren, gideceğiniz yere ulaşmanıza ve sizi sıcak tutmaya yardımcı olan özelliklere kadar... Ranger'da her olağanüstü teknoloji, bir gerçek yaşam amacına hizmet eder.

SYNC 3

Ford SYNC 3 ile müziğinizi, telefonunuzu ve klimanızı, basit, sezgisel sesli komutları kullanarak veya 8" renkli dokunmatik ekran yoluyla kolaylıkla kontrol edebilirsiniz. Radyo, CD çalar, USB bağlantısı ve Bluetooth ses aktarımı yoluyla sesli eğlence sisteminin keyfini çıkarın.

Aracınızın Arkasını Görebilme Yeteneğiyle Daha Kolay Geri Vites

• Bariyerler, variller, alçak duvarlar

• Geri görüş kamerası, geri vitesi seçtiğiniz anda otomatik olarak devreye girer ve aracınızın arkasında duran her şeyi gösterge panelindeki yerleşik 8" ekranda gösterir.

• Sistem, en dar alanlara bile zahmetsizce park etmenizi sağlamak için sanal çizgilerle size yardımcı olur. *Ford SYNC 2 özelliğine de sahip araçlarda.

GELİŞMİŞ GÜVENLİK VE KORUMA

• Ranger'da bulunan geliştirilmiş güvenlik sistemi, standart sürücü ve yolcu hava yastıkları, yan ve perde hava yastıkları ve sürücü diz hava yastığı gibi güven verici korumayla birlikte sunulmaktadır.

• Gelişmiş elektronik denge kontrol sistemi aracınızı kontrol etmenize yardımcı olur. En ileri teknolojiye sahip alarm sistemi aracınızı hırsızlığa karşı korur.

Ford SYNC 3 ve Acil Durum Yardımı

• Ford SYNC 3 sisteminin önemli özelliklerinden biri, Acil Durum Yardımı'dır*.

Hayat kurtarabilecek bu özellik, acil durum aramasında bulunmanız için size yardımcı olmak üzere tasarlanmıştır ve kendi dilinizde, acil yardım servislerine aracınızın konumu hakkında bilgi verebilir.

• İhtiyacınıza göre başlatılan aramayı durdurabilir ya da servisle görüşebilirsiniz. Konuşamayacak durumda olsanız bile, sistem, GPS



koordinatlarınız gibi yaşamsal önem taşıyan bilgileri servise iletecektir.

* Ford Acil Durum Yardımı sistemi, 30'dan fazla Avrupa ülkesinde kullanılmaktadır. Bu özellik, araçta bulunan uyumlu bir cep telefonunun sistemle

eşlenmesi halinde çalışır ve hava yastıklarından (diz hava yastıkları hariç) herhangi birinin açılması ya da bir çarpışma algılayan sensörlerin yakıt pompasını kapatması durumunda devreye girer. Metin işlevi ve Acil Yardım özelliği tüm Avrupa dillerinde

desteklenmemektedir.

Römork Savrulma Kontrol Sistemi

Römork Savrulma Kontrol Sistemi, römorkun gezinmesi veya savrulmasını algılar ve sorunun giderilmesine yardımcı olmak



İLKE TRAFİK MÜŞAVİRLİĞİ

www.ilketrafik.com

Kısıklı Cad. Tekin Ak İş Merkezi Kat: 1 Altunizade - Üsküdar / İstanbul Tel: 0216 651 11 11 - Faks: 0216 562 10 10

amacıyla hızı düşürerek, daha kontrollü çekiş sağlar. Sistem, motor torkunu azaltarak ve tekerleklerdeki fren basıncını kademe kademe artırarak aracı yavaşlatır.

TAM ANLAMıyla BİR PICK-UP

- Size güvенеbileceğiniz bir araç sunmak için Ranger'ın olabilecek en zorlu koşullar altında, en caydırıcı ortamlarda, aşırı soğuk ve sıcak koşullar altında, dünyanın en çetin arazilerinde test edildi.

- Belirlediğiniz tüm görev ve zorlukların üstesinden gelecek şekilde tasarlanan bu pick-up, işinin uzmanıdır.

Etkileyici çekme Gücü

- 3500 kg çekme kapasitesi ile en büyük görev ve zorlukların üstesinden gelebilir, en büyük ve ağır yükleri çekebilirsiniz.

- 160 PS/200 PS 4x4'ler ile tek dingilli ve frenli römork çekme. Rahatlıkla suda ilerler Ranger, diğer araçların gitmeye korktuğu yerlere gider. Aslında, 800 mm* 'lik sudan geçme yüksekliği ile hem kuru arazide hem de sudan geçerken kendini kanıtlar.

- En fazla 7 km/sa sabit hızda



Hareketin olduğu Her yerdeyiz

Opet Fuchs Madeni Yağ A.Ş.,

OPET Petrolcülük A.Ş. ve Fuchs Petrolub SE şirketlerinin eşit paya sahip ortaklık yapısıyla kurulu; otomotiv ve endüstriyel yağlayıcılar ve oto bakım ürünlerinin üretimini, satışını ve satış sonrası hizmetlerini gerçekleştiren, 200'e yakın konusunda uzman çalışanı ve tüm Türkiye'de bulunan geniş bayi ağı ile hizmet vermektedir.

İzmir Çiğli Atatürk Organize Sanayi Bölgesi'nde üretim tesisine sahip olan OPET FUCHS, yağlayıcı ürünleri ve oto bakım ürünleri üretimini gerçekleştirmektedir.

*ISO 9001:2008 Kalite Yönetim Sistemi, ISO 14001:2004 Çevre Yönetim Sistemi, OHSAS 18001:2007 - İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Sistemi ve ISO/TS 16949 Otomotiv Üretimi ve İlgili Yedek Parça Üreticisi Kuruluşlar İçin Kalite Yönetim Sistemleri uygulanmaktadır. OPET FUCHS ayrıca, Ford Q1, ISO 14064 Sera Gazı Emisyonlarının Doğrulanması ve TSE EN ISO/IEC 17025 Laboratuvar Yeterlilik Sertifikalarına sahiptir.

Opet, Fuchs, Rom, Wynn's, Ford Otosan onaylı FMY, Tofaş onaylı Opar Ollo ve Türk Traktör markalı ürünlerin üretimini gerçekleştiren OPET FUCHS, otomotiv ve endüstriyel sektörlerde kullanılan yağlayıcılar ve oto bakım ürünleri ile geniş bir ürün yelpazesine sahiptir.

OPET FUCHS, Man, Volvo, Mercedes Benz, Ford gibi dünyada saygın orijinal ekipman üreticilerinin (OEM) onayına sahip ürünleri ile hem sektörde yer alan üreticiler hem de tüketicileri ile her zaman işbirliği ve temas içindedir.

OTOMOBİL SEKTÖRÜNDE LOGOLARIN TARİHİ

Logoların markalar üzerindeki etkisi şüphesiz tartışılmaz. Günümüzde birçok logo tüketicinin gözünde ikon oluşturmayı başarmış konumda. Hatta bugün marka fenomenleri ile birlikte markadan bağımsız olarak bile devamlılığını sürdürebilen logolar mevcut.

Diğer bir deyişle 'logoyu yaşatmayı başarabilen markaları' pazarda görmek artık oldukça yaygın.

Aslında otomobil sektörü de kendi bünyesinde araç-model çekişmesinin yanı sıra, her geçen gün marka bağlılığı konusunda müşterileri kendine bağlama yolunda hızla ilerledi. Artık birçok otomobil logosu, birçok fenomen için yalnızca bir araç olmaktan öte anlamlar ifade edebiliyor. Woodstock Motors' un yaptığı bir araştırmaya göre; otomobil logolarının ifade ettiği anlam, bazen kullanıcılarına görünenden biraz daha farklı anlatımlar aktarabiliyor.



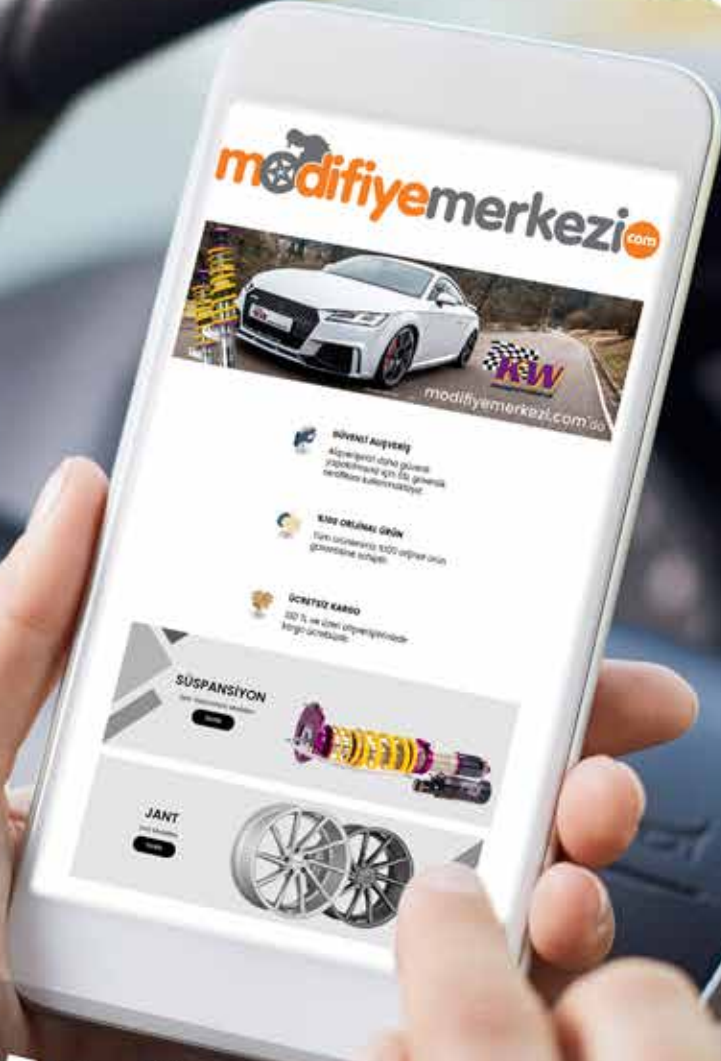
MERCEDES-BENZ: ZENGİNLİĞİN SEMBOLÜ YILDIZ Markanın üç noktalı ilk logosu, 1909 yılında kara, hava ve deniz hakimiyetinin göstergesi olarak tasarlanmış. Elbette zaman içerisinde uğradığı değişimler var olmakla birlikte, logo asıl olarak 1900 yılında Gottlieb Daimler'in bir yıldız çizerek altına "Bu yıldız bir gün kendi fabrikasının üzerinde duracak ve zenginliğin sembolü olacak" yazmasıyla başlıyor.



BMW: HAVACILIK, MAVİ VE BEYAZ BMW'nin logosunun kökleri, Bayerische Motoren Werke, Bavyera Motor Firması olarak 1913'lere kadar uzanır. Markanın ilk aktivitelerinin tarihte havacılıkla yakın bağları olmasından dolayı, Bavyera'nın klasik renkleri olan mavi ve beyazın da markanın bu bölgeyi onurlandırmak istemesi nedeniyle tercih ettiğine inanılıyor.



SUBARU: JAPON YILDIZI Subaru'nun amblemi, 6 Japon araba üreticisinin birleşmesi ile ortaya çıkıyor. Oval içindeki 6 yıldız ise, bir araya gelen firmaları sembolize ediyor. Logo ayrıca birleştirmek, yönetmek gibi anlamların da temsilciğini taşıyor.



Aracınızın ihtiyacı olan her şey,
avantajlı fiyatlarla
modifiyemercezi.com'da



PORSCHE: SUEBYALI'NIN GURURU

Porsche amblemi, 1952 yılından bu yana Suebya milliyetçiliğini öne çıkartan simgelerle süslenmiş. Amblemdeki siyah at, Almanya'nın Stuttgart şehrinin armasından, geyik boynuzu ile kırmızı-siyah çizgiler ise Almanya'nın Württemberg köyünün flamasından alıntı olarak eklenmiş.



VOLKSWAGEN: HALKIN ARABASI

Wikipedia'ya göre Almanca "Halkın Arabası" arabası anlamına gelen Vw amblemi, Porsche mühendisi Franz Xaver tarafından bulunmuş. Ekim 1948 yılından bu yana markanın iki harfi, aslında bir yandan da Almanya'nın Wolfsburg şehrini şerefendiriyor.



FERRARI: ŞANS GETİRSİN Sarı zemindeki siyah şaha kalkan at, ilk olarak 1. Dünya Savaşı'nın ünlü pilotlarından Kont Francesco Baracca tarafından şans getirmesi için kullanılmış. Ferrari için de iyi şans getireceğine inanıldığından logo olarak tercih edilmiş. Sarı arka zemin, Ferrari'nin doğduğu kent olan Modena'yı, Ferrari logosundaki renkler ise İtalyan bayrağını simgeler.

EN PAHALI ARABALAR

yazı
AHMET SARDOHAN



1



2



3



4



5



6



7



8



9



10

1 W Motors Fenyr SuperSport - 1.850.000 \$

2012 yılında aşırı pahalı Lykan HyperSport adlı otomobili ile ve sonra daha ucuz Fenyr SuperSport ise 2016 yılında benzer şekilde abartılı bir tasarımla ve 912 bg ve 1,200 Nm üreten 4.0 litrelik V8 motoruyla karşımıza çıktı.

2 Mazzanti Evantra Millecavalli - 1.200.000 \$

Evantra hiper otomobilini neredeyse beş yıl önce geliştirdi. 1,013 bg'lik otomobil şirketin bugüne kadarki en güçlü ve aynı zamanda 1,300 kilogramlık ağırlığıyla en hafif modeli. Otomobilin üretimi dünya çapında yalnızca 25 adet ile sınırlandırıldı.

3 Panoz Esperante GTR-1 890.000 \$

İlk olarak 90'ların sonunda ortaya çıkan Panoz saf bir Le Mans yarış aracı olarak tasarlanmıştı ancak yeni versiyonu tamamen yol

için üretildi. Otomobil, 607 beygir gücü ve 677 Nm tork üretiyor.

4 Koenigsegg Regera 1.900.000 \$

Agera'nın hızlı olduğunu düşünüyorsanız, bir de Regera Koenigsegg'i görün derim. Üç elektrik motoruyla eşleştirilmiş bir çift turbolu V8 motor, 1,520 bg ve 2,000 Nm üretiyor.

5 Lamborghini Centenario 1.900.000 \$

Sadece 40 örneği üretilcek ve bunların her biri 1,9 milyon \$'lık fiyat etiketine sahip olacak. Seçkin süper otomobil firması, kurucusu Ferruccio Lamborghini'nin 100'üncü doğum gününü bu otomobil ile kutluyor.

6 Apollo Arrow 1.100.000 \$

Gumpert'in küllerinden doğan Apollo markasının ilk modeli olan yeni Arrow'un 4.0 litrelik çift turbolu Audi V8 motoru 1,000 bg üretiyor.

7 Pagani Huayra Roadster 2.400.000 \$

Kaputunun altında 763 bg ve 1,000 Nm'lik AMG V12 motor yatan üstü açılır bir güzellik. Fiyatı ise 2.4 milyon \$. Nasıl bulurum diye endişelenmenize gerek yok çünkü hepsi çoktan satıldı.

8 Nio EP9 - 1.200.000 \$

Çin yapımı Nio EP9 yalnızca pahalı ve güçlü değil aynı zamanda COTA'yı turlayan en hızlı otomobil.

9 SCG 003S - 1.800.000 \$

Şirketin kurucusu ve CEO'su James Glickenhaus, bu ayın başlarında Cenevre Otomobil Fuarı'nda 003S'i tanıttı ve her birinin 810 bg ve 1.8 milyon \$'lık bir fiyat ile geleceğini söyledi.

10 Zenvo TS1 - 1.800.000 \$

Zenvo 10'uncu yılı için bu ayın başlarında gerçekleştirilen Cenevre Otomobil Fuarı'nda özel bir TS1 GT sergiledi.

UZMAN GÖRÜŞÜ

fotoğraf WWW.CARVISER.COM

KUGA 2020 İÇİN HAZIRLANIYOR



HAZIRLAYAN
FAHİR TALİB
YOUTUBE @
CARVISERTV

YENİ KUGA, FOCUS'TAN ALDIĞI TASARIM İLE TAMAMEN YENİLENECEK

Kuga ülkemizde yoğun rağbet görmese de Ford'un Avrupa'daki önemli modellerinden biri. Yakın zaman-

yukarıda da söylediğimiz kamuflaj miktarından anladığımız kadarıyla yeni tasarım büyük ölçüde şekillenmiş gibi gözüküyor.

Kuga yeni jenerasyonunda alt yapısını yeni Focus ile paylaşacak. Boyutlarını biraz arttıracak olan Kuga,

da göreceğiz. Bu daha dik bir şekilde hazırlanmış konsol tasarımı ve bir tablet gibi konsoldan yükselen multimedya ünitesi anlamına geliyor. Fotoğraflara yakalanan ekran ise boyutlarıyla giriş seviyesi versiyon olduğunu gösteriyor. Yeni Kuga

“Yeni nesil Kuga, Amerika’da kameralara yakalandı. Taşıdığı kamuflaj miktarına da bakarsak gövdesindeki değişiklikler büyük ölçüde şekillenmiş gibi görünüyor.”

da güncellenen model beşinci yaşını dolduruyor. SUV segmentine artan merak ile beraber firmalar, rakiplerinin önüne geçebilmek için ellerinden geleni yapıyorlar ve bu yarışta Ford'un artık yeni bir modele ihtiyacı var. Yeni Kuga'nın yollara çıkmasına daha bir kaç yıl var ancak

tasarımında da yeni Focus'tan esintiler taşıyacak. Kamuflajdan anladığımız kadarıyla bagaj kapağına uzayan stop grubu ve bagaj tasarımı, firmanın diğer hatchback modellerine oldukça benzeyecek gibi gözüküyor. Kabine geçtiğimizde yine güncel Ford tasarım dilini Kuga'da

ayrıca hibrit motor seçeneklerine de sahip olabilir. Ford, 2022 yılına kadar elektrikli ve hibrit modellere ciddi miktarda yatırım yapacağını duyurdu. Yaklaşık 40 adet model tanıtmayı planyan firmanın öncelik listesinde elektrikli ve hibrit modeller en tepede bulunuyor.



MONDIAL PARİS Ekim 2018

Uluslararası Paris Otomobil Fuarı, 4-14 Ekim tarihleri arasında otomobil severleri ağırlıyor. Kendine has dokusu ile çok özel bir şehir olan Paris'in Paris Expo Porte de Versailles fuar alanında birçok otomobilin lansmanına ev sahipliği yapması bekleniyor. Paris Otomobil Fuarı, 2016 yılında 1.066.000 ziyaretçiyle dünyanın en çok ziyaret edilen otomobil fuarı olduğu için 2018'de de oldukça yüksek bir katılım bekleniyor.

AAPEX 2018 Ekim 2018

"Las Vegas Sands Expo Center" da gerçekleşen "AAPEX Fuarı"; 2000'in üzerinde üreticiye fuar boyunca ulaşma imkânı ve işlerini genişletmek isteyen şirketlere de bu bağlamda geniş fırsatlar sunması ile tanınmasının yansıması; Auto Aftermarket Parts Expo'nun da ortak sahibi olan Auto Care Association ve Aftermarket Automotive Suppliers

Association ve MEMA'nın olarak beraber yürüttükleri "AAPEX ve SEMA", her yıl dünyanın her yerinden binlerce ziyaretçiyi bir araya getirerek büyük başarılar ve ses getiren etkinliklere ev sahipliği yapıyor.



TOKYO AUTO SALON 2019 11 Ocak 2019

Hayranlık uyandıran teknolojiler, şaşırtıcı konsept otomobiller ve yeni nesil araçlar Tokyo Otomobil Fuarı'nda ziyaretçiler ile buluşuyor. 46. kez düzenlenen fuarda dünya markalarının yanı sıra fuara ev sahipliği yapan Nissan, Subaru, Mitsubishi, Suzuki, Toyota, Mazda, Daihatsu, Honda ve Lexus gibi birçok Japon otomotiv üreticisinin yeni model otomobilleriyle yer

aldı. 300.000 ziyaretçinin katıldığı, başkent Tokyo'daki 2019'da gerçekleşecek fuarda da her yıl olduğu gibi modifiye edilmiş araçların büyük yankı uyandıracak tahmin ediliyor. Fuar, eğlenceli şovlar ile birbirinden renkli görüntüler sunuyor.

KUZEY AMERİKA ULUSLARARASI OTOMOBİL FUARI (NAIAS) Ocak 2019

Otomobil severlerin heyecanla beklediği Detroit Otomobil Fuarı, 14 Ocak 2018'de Alman otomotiv devi BMW'nin sportif ve kullanışlı SUV otomobili BMW X2, çevre dostu spor otomobil BMW i8, prestij sahibi otomobiller Mercedes-AMG CLS53-E53 ve Mercedes-Benz G Serisi tanıtıldı. New York'da düzenlenen ve



konsept otomobillerle dikkat çeken NAIAS, 2019 Ocak'ta da büyük ilgi çekecek. Fuar katılım ücreti yetişkinler için 14\$, çocuklar için ise 7\$.



CENEVRE OTOMOBİL FUARI Mart 2019

Otomobil dünyasının kalbi; her sene Mart ayında, kültürün ve doğanın eşsiz bir uyum yakaladığı şirin kent Cenevre'de atıyor. 2018'de elektrikli otomobil rüzgarı esen Cenevre Otomobil Fuarı'nda, Jaguar'ın ilk elektrikli otomobili ve Tesla Model X'e rakip olup olamayacağı merak edilen Jaguar I-Pace sergilendi. Cenevre Otomobil Fuarı'na katılım ücreti yetişkinler için 16 İsviçre Frangı, çocuklar için ise 9 İsviçre Frangı.

CHICAGO OTOMOBİL FUARI Şubat 2019

Araba meraklıları için her yıl Şubat ayında yapılan Shicago Otomobil Fuarı, her yıl 1 milyon metrekare alan, 1 milyon ziyaretçi ve bin araç ile dünyanın en başarılı otomotiv etkinliklerinden biri olarak sıralanıyor. Fuarın önümüzdeki sene Şubat'ta gerçekleşmesi planlanıyor.



İSTANBUL AUTOSHOW 30 Mart 2019

Otomotiv Distribütörleri Derneği (ODD) tarafından düzenlenen ve Avrupa'nın en büyük otomobil fuarlarından biri olan İstan-

bul Autoshow' her 2 senede bir TÜYAP'da düzenleniyor. Geçen yıl 17'ncisi gerçekleşen fuarda, çevreci ve akıllı araçlar ile entegre iletişim çözümleri ve otonom sürüş gibi yenilikleri içeren en yeni modeller otomobil tüketicileriyle buluştu. Teknolojinin gelişmesiyle, otomobillerde kullanılan son teknolojik ürünler, pick-up tarzı araçlar, spor otomobiller ve kısaca merakla beklediğimiz modeller bu fuarda sergilenecek.

WASHINGTON OTOMOBİL FUARI Nisan 2019

35'ten fazla üreticinin 600'ü aşkın yeni aracının sergilendiği başkent en önemli otomobil fuarı olan Washington Auto Show, on binlerce otomobil tutkununu bir araya getiriyor. ABD'nin başkenti Washington'da bu yıl 75.si düzenlenen ve Kuzey Amerika bölgesinin en önemli otomobil fuarları arasında gösterilen Washington Auto Show, Nisan 2019'da da on binlerce otomobil tutkununu bir araya getiriyor. Yeni model otomobilleriyle yer aldı. 300.000 ziyaretçinin katıldığı, başkent Tokyo'daki 2019'da gerçekleşecek fuarda da her yıl olduğu gibi modifiye edilmiş araçların büyük yankı uyandıracak tahmin ediliyor. Fuar, eğlenceli şovlar ile birbirinden renkli görüntüler sunuyor.

9 - 1 - 2 = 6

TEBRİKLER! 6. GENEL KLASMAN BİRİNCİLİĞİ

Nürburgring' in efsanevi 24 saat yarışında KW yarış süspansiyonu teknolojisine güvenen MANTHEY-RACING ve diğer 73 yarış aracına teşekkür ederiz.



24h NÜRBURGRING
WINNER
2006, 2007, 2008, 2009, 2011 & 2018

THE PERFECT SUSPENSION FOR EVERY PURPOSE:

KW Türkiye Distribütörü
FT TUNING
0216 427 42 42



ASF OTOMOTİV

E-5 Yanyol Fidan Plaza Pamukkale Sokak No:2 Soğanlık, Kartal/İstanbul T. 0 (216) 427 42 42

