



Xerox'un  
yeni başkanı  
Ursula Burns

Sayfa 2'de



Vodafone'la  
değişim  
zamanı

Sayfa 4'te

Albümünü  
İnternet'te  
tasarla  
evine  
basılı gelsin

Sayfa 11'de



Hayatınıza renk  
kattırıyoruz...

XEROX

X E R O X T Ü R K İ Y E ' N İ N K U R U M S A L İ L E T İ Ş İ M D E R G İ S İ

# XEROGRAFI

www.xerox.com.tr

Nisan 2007 • Ücretsizdir

**Anadolu turu  
devam ediyor...**



# Xerox'un yeni başkanı Ursula Burns

**Xerox, Anne M. Mulcahy'den sonra bir başka kadını başkanlık görevine getirdi. Ursula Burns, Xerox'un dünya başkanı olurken, Anne Mulcahy Yönetim Kurulu Başkanı olarak görevine devam edecek.**

**U**rsula Burns aynı zamanda Xerox'un Yönetim Kurulu Üyeliği'ne de seçildi. Ursula Burns, başkanlık görevine atanmadan önce şirketin iş birimlerinin operasyonundan sorumlu başkan olarak görev yapıyordu. Bu görevi kapsamında Xerox'un tüm üretim, araştırma, mühendislik, pazarlama operasyonlarından sorumluydu. Ursula Burns, Xerox'un dünya başkanlığı sırasında da şirketin bilgi yönetimi organizasyonu ile beraber, tüm bu görevlerini yürütmeye devam edecek.

Ursula Burns, Xerox'un kurumsal stratejisi, insan kaynakları, pazarlama operasyonlarından, global müşterilerinden sorumlu olacak ve Xerox'un Yönetim Kurulu Başkanı Anne Mulcahy'ye rapor vermeye devam edecek. Xerox'un dünya çapındaki satış organizasyonu, global hizmetler

bölümü, finans ve hukuk departmanları ise Anne M. Mulcahy'ye bağlı olmaya devam edecek.

Ursula Burns, Xerox'taki kariyerine 1980 yılında Makine Mühendisliği stajyeri olarak başladı. Makine Mühendisi olarak çalışmaya başladığı Xerox'ta ürün geliştirme ve planlama konusunda değişik görevler üstlendi. 1992'den 2000 yılına kadar, Xerox ofis çözümleri alanında pek çok farklı birimi yönetti. Ursula Burns, 2000 yılında, Xerox'un üretim, tedarik ve kurumsal strateji hizmetlerinden sorumlu Başkan Yardımcılığı görevine getirildi. Ursula Burns, 2002 yılında Xerox'un tüm iş birimlerinin operasyonundan sorumlu Başkan olarak atandı.

**Ursula Burns, Xerox'un kurumsal stratejisi, insan kaynakları, pazarlama operasyonları ve global müşterilerinden sorumlu olacak.**

Ursula Burns, 2000 yılında, Xerox'un üretim, tedarik ve kurumsal strateji hizmetlerinden sorumlu Başkan Yardımcılığı görevine getirildi. Ursula Burns, 2002 yılında Xerox'un tüm iş birimlerinin operasyonundan sorumlu Başkan olarak atandı.

Xerox Yönetim Kurulu Başkanı Anne M. Mulcahy, Ursula Burns'le ilgili yaptığı açıklamada, "Xerox, bugün sektörde ve tarihinde en kapsamlı doküman yönetim sistemleri ve yazılım portföyünü sunmaktadır. Bu sürece, son üç senede 100'den fazla yeni ürünün piyasaya sunulmasını sağlayan Ursula Burns'ün izlemiş olduğu strateji ile gelinmiştir. Ursula Burns ayrıca, Xerox'un iş modelini güçlendiren aktivitelere öncülük ederek, şirketi daha verimli, kârlı ve rekabetçi duruma getirmiştir" dedi.

New York Polytechnic Enstitüsü



Mühendislik Fakültesi'nden mezun olan ve 48 yaşında olan Ursula Burns, Columbia Üniversitesi Makine Mühendisliği Bölümü'nden yüksek lisans derecesine sahiptir. Ursula Burns, aralarında American Express ve Boston Scientific gibi şirketlerinde olduğu birçok kuruluşta Profesyonel Yönetim Kurulu Üyesi olarak da görev yapmaktadır. ■

## XGS müşterilerine özel kahvaltı



**F**arklı sektörlerden 30 üst düzey yöneticinin katıldığı etkinlikte, açılış konuşmasını Xerox Türkiye Genel Müdür'ü Mehmet Sezer

yaptı. Mehmet Sezer yaptığı konuşmada, Xerox Global Hizmetlerin Xerox içerisindeki konumu, müşterilere sağladığı hizmet ve faydaları açıkladı.

**Xerox Türkiye, 21 Şubat 2007 tarihinde İstanbul Swiss Otel'de Global Hizmetler müşterilerine yönelik bir sabah kahvaltısı düzenledi.**

Açılış konuşmasının ardından, sektörel olarak ayrılmış masalarda, ilgili Xerox müşteri temsilcilerinin eşliğinde kahvaltı başladı. Kahvaltı esnasında Xerox müşteri temsilcileri, müşterileri ile ilişki geliştirme ve müşteri ihtiyaçlarını detaylı dinleme fırsatı yakaladılar. Kahvaltı sonrasında Xerox İş Geliştirme Müdürü Nevcihan Matur, Global Hizmetler'in yeni hizmetlerinin tanıtıldığı ve örnek müşteri hikayelerinin paylaşıldığı bir sunum gerçekleştirdi. Nevcihan Matur yaptığı sunumda, Xerox'un yeni

XGS ile müşterilerine kazandırdığı artı değerleri anlattı. Tanıtımı yapılan yeni hizmetlerle ilgili müşterilerden gelen sorular cevaplandırıldıktan sonra, katılımcı firmaların XGS ihtiyaçlarını ve beklentilerini öğrenmek için düzenlenen anket çalışması ile etkinlik sona erdi.

Etkinliği takip eden günlerde, Xerox Global Hizmetler müşterileri, ilgilendiklerini söyledikleri hizmet ve servisler hakkında daha detaylı bilgilendirilmek için müşteri temsilcileri tarafından ziyaret edilmeye başlandı. ■

## Sinerji

Mehmet Sezer



## Kalıcı ve sürekli başarı için

**X**erografi'nin bu sayısındaki yazımda 2007'nin ilk çeyreğinde elde ettiğimiz başarılı sonuçlarla ilgili düşüncelerimi paylaşmak istiyorum. Öncelikle tüm arkadaşlarıma özverili çalışmalarından ötürü teşekkür ediyorum. Ciro ve kârlılık beklentilerinin yakalandığı 2007 yılının ilk çeyreği, şirketimize yeni müşteriler kazandırdığımız ve mevcut müşteri kontratlarının sürelerini uzattığımız bir dönem oldu. Vodafone, Ernst&Young, Procter&Gamble, ÖSYM ve Koç Sistem gibi alanlarının lider kuruluşları Xerox'u tercih ederek, bize olan güvenlerini gösterdiler. Grafik sanatlar sektöründe geçtiğimiz dönem muhteşem bir per-

formans gösterdik ve geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre yüzde 100'ün üzerinde bir büyüme rakamına imza attık. PSG grubundaki tüm arkadaşlarımı tekrar tebrik ediyorum. Dünya yeni yıla ciddi bir ofis kağıdı sıkıntısı ile girdi. Başta Xerox olmak üzere, tüm kağıt tedarikçileri istedikleri miktarda ofis kağıdı bulmakta sorunlar yaşadı. Kağıt fiyatlarının artmasına rağmen, kağıt grubumuz yüzde 40 oranında bir büyüme gerçekleştirdi. Kağıt grubundaki arkadaşlarımı da sıra dışı performanslarından dolayı tebrik ediyorum.

**Tüm bölümlerimiz tam bir sinerji içinde, birbirine destek vererek, iş hedeflerimizi gerçekleştirmeye çalışıyor.**

Ev ve küçük ofislere yönelik kanal grubu ürünleri, son üç senede Türkiye'de ciddi büyüme ve satış rakamlarına ulaştı. Kanal grubu ürünlerindeki satış patlamasından sonra önümüzdeki birkaç yıl içinde bu ürünlerin sarf malzemelerinde ciddi artışlar olmasını bekliyorduk. İlk üç ayda sarf malzemeleri satışlarımızın yüzde 40 oranında büyümesi de, tahminlerimizin doğruluğunu gösterdi.

İş ortaklarımızın yüzde 90'ını 2007 yılının ilk üç ayında kendileri için belirlenmiş iş hedeflerini tutturdular. Aralarından bazıları bu

hedeflerini de geçerek farklılıklarını ortaya koydular. Kısaca her alanda başarılı sonuçlar aldığımız bir dönem geçirdik. Xerox Türkiye'nin tüm bölümleri tam bir sinerji içinde, birbirine destek vererek, iş hedeflerimizi gerçekleştirmeye çalışıyor. Ortaya konulan takım ruhu, her arkadaşımın sorumluluklarını yerine getirme isteği, geleceğe daha da olumlu bakmamı sağlıyor. 2007 yılının ikinci çeyreği, ilk çeyreğinden daha kolay olmayacak, tüm arkadaşlarımın tesadüfi başarıları değil, sürekli ve kalıcı başarı noktalarını kovalayarak, Xerox Türkiye'yi daha büyük hedeflere taşıyacağını biliyor, hepinize başarılı çalışmalar diliyorum. ■

# Matbaacılar dijital baskı için bir araya geldi

**Xerox, Grafik Sanatlar sektörünün dijital baskı konusunda gelişmesi için sürekli yatırım yapmaya ve bilgilendirici etkinlikler gerçekleştirmeye devam ediyor.**

**X**erox, iGen3 kullanıcısı iş ortağı 'Reis Dijital' ve Topkapı Bölge Bayisi 'SYB' ile birlikte, Topkapı Matbaacılar Sitesi'nde 22 Mart 2007 Perşembe günü, matbaacılar yönelik bir etkinlik gerçekleştirdi. İstanbul'un önde gelen matbaa ve yayın evlerinin katıldığı etkinlikte, sektörde yaşanan gelişmeler ve son trendler anlatıldı.

Sabah ve akşam olmak üzere iki oturum şeklinde düzenlenen, "Dijitale Geç" temalı etkinlikte Xerox Türkiye Yüksek Kapasiteli Baskı Sistemleri Grubu Pazarlama Müdürü Kaan Özüt ve Xerox iGen3 Satış Müdürü Burç Pekmezoğlu birer sunum yaptılar. Etkinlikte Kaan Özüt, dijital baskı uygulamalarının matbaacılar için yeni iş fırsatları yaratabileceğini ve matbaacıların, müşterilerinin gereksinimlerine uygun yeni çözümler sunabileceğini belirtti. Grafik sanatlar endüstrisindeki yeni yönelimler hakkında bilgi veren Kaan Özüt, dijital baskı alanındaki fırsatları yakalama yollarını matbaacılarla paylaştı. Sunumun diğer konuşmacısı Burç Pekmezoğlu, yaptığı konuşmada Xerox

iGen3 yüksek kapasiteli dijital baskı sistemi ile ne tür uygulamalar yapılabileceğine ve matbaacılar ne gibi avantajlar sağladığına değindi. Burç Pekmezoğlu, ayrıca Xerox iGen3 dijital baskı sisteminin teknik özellikleri hakkında bilgi verdi.

**İstanbul'un önde gelen matbaa ve yayın evlerinin katıldığı etkinlikte, sektörde yaşanan gelişmeler ve son trendler anlatıldı.**

Etkinlik kapsamında, siyah-beyaz ve renkli yüksek kapasiteli dijital baskı makinelerinden Xerox 4110 ve Xerox DocuColor 5000'in kurulumu yapılarak, katılan tüm matbaacılar uygulamalı olarak tanıtıldı. Xerox 4110, 2400 dpi baskı çözünürlüğü ve dakikada 110 sayfa çıktı almasıyla, baskı kalitesini ve hızı bir arada sunan bir baskı sistemi. Aylık 350 bin sayfalık

baskı hacmine sahip Xerox 4110, dakikada 100 imajı hem tek taraflı hem de arkalı önlü tarayabiliyor. Xerox DocuColor 5000'den, saatte 3 bin sayfa renkli baskı hızı ile aylık 100 bin sayfa renkli baskı alınabiliyor. Özellikle ağır gramajlı kağıtlarda yüksek verimlilik sağlayabilen Xerox DocuColor 5000, 2400 x 2400 x 1 dpi baskı çözünürlüğü ile yüksek renk kalitesi sunuyor.

Matbaa ve yayınevlerine yönelik düzenlenen etkinlikte ayrıca, tüm

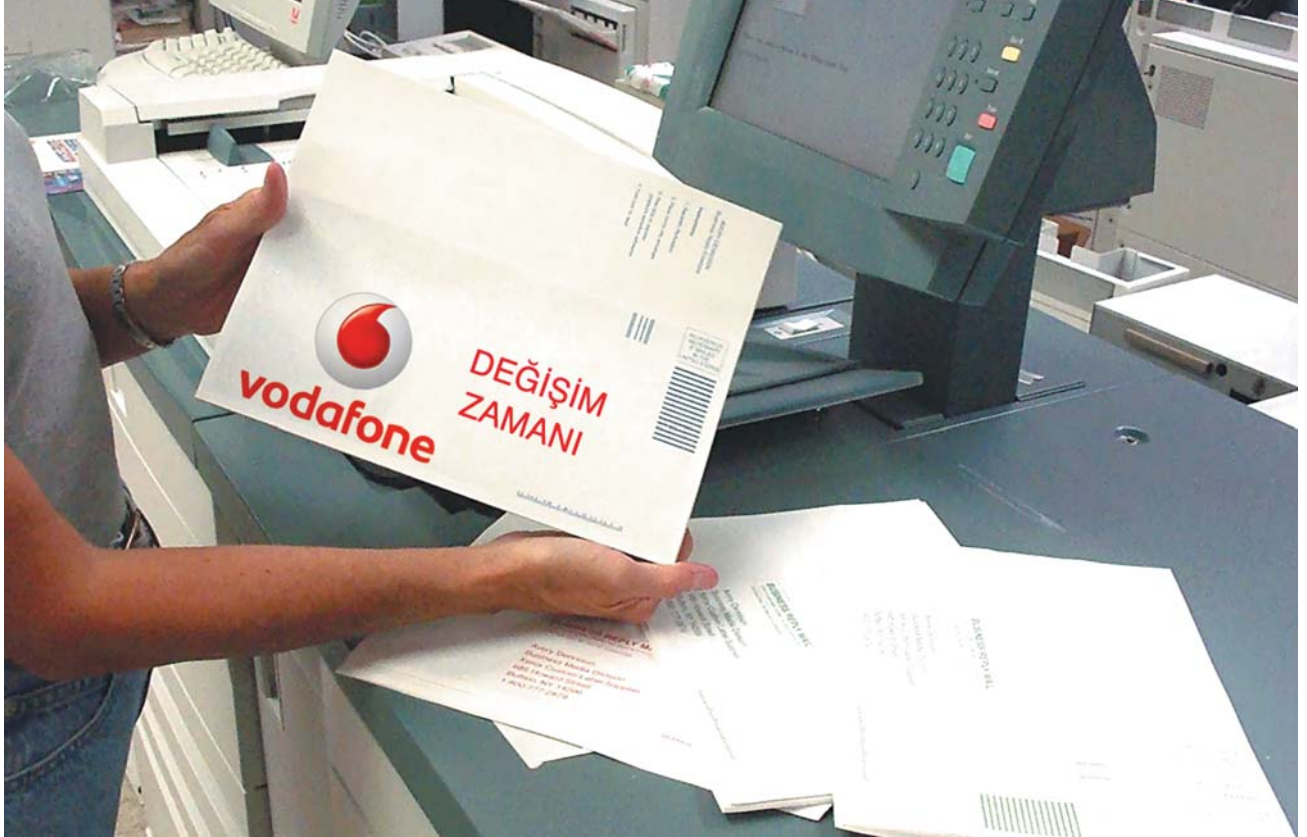


davetlilere, Xerox'un dijital baskı uygulamalarına yönelik son teknoloji yazılımları da tanıtıldı. Etkinlikte, 'Web Services', 'XMPi' ve 'Printshop Mail' olmak üzere toplam üç yazılım ürünü uygulama örnekleri ile gösterildi. 'Web Services', internet üzerinden baskı göndermeyi ve baskı durumunu takip etmeyi sağlıyor.

'XMPi' ve 'Printshop Mail' yazılımları sayesinde ise dokümanlar üzerinde kişisel ve değişken içerik kullanılabilir. Etkinlik sonunda birçok matbaa ve yayınevinden, daha detaylı görüşme ve ürün siparişi alan Xerox yetkilileri, yakın bir gelecekte benzeri başka bir etkinlik daha gerçekleştireceklerini belirttiler. ■

# Vodafone'la değişim zamanı

**Dünyanın önde gelen GSM operatörü Vodafone, Türkiye'de Xerox'un dış kaynak kullanımı yolu ile doküman yönetimi hizmetlerinden faydalanıyor.**



Vodafone bünyesinde hizmet veren Xerox dokümantasyon merkezi ile başlayan iş birliği, fatura baskı hizmeti alanında yapılan yeni anlaşma ile devam ediyor. Bu iş birliğiyle ilgili Vodafone yetkililerinin görüşlerini aldık.

## Vodafone hakkında kısaca bilgi verirsiniz?

**Vodafone:** Vodafone, Ocak 2007 sonu itibarıyla beş kıtada 25 ülkede faaliyet gösteren, 200 milyon üzerinde müşterisi olan ve ayrıca 36 şebeke ortaklığına sahip dünyanın en büyük mobil iletişim grubudur. 1994 yılında GSM (Küresel Mobil Telekomünikasyon) alanında hizmet sunmak üzere kurulan Telsim, 24 Mayıs 2006 tarihinde Vodafone Grubu'na katılarak Vodafone Telekomünikasyon A.Ş. unvanını almıştır.

## Türkiye'ye özel satış ve pazarlama stratejileriniz var mı?

**Vodafone:** Vodafone'un faaliyet gösterdiği her ülke için olduğu gibi Türkiye'ye özel satış ve pazarlama stratejileri mevcuttur.

## Vodafone için müşteri ne anlama geliyor?

**Vodafone:** Müşteri, Vodafone için en önemli değerlerin başında gelmektedir. Vodafone, global deneyimlerinin kazandırdığı birikimleri Türkiye'deki müşterilerinin hizmetine sunmakta, ihtiyaç odaklı çözümler yaratmak ve mobil iletişimdeki memnuniyeti en üst

seviyeye çıkarmak için çalışarak yenilikler yaratmaktadır.

## Telsim'den Vodafone'a geçiş sürecinden bahsedersiniz?

**Vodafone:** Telsim, 24 Mayıs 2006 tarihinden itibaren Vodafone Telekomünikasyon A.Ş. ticari unvanıyla faaliyet göstermeye başlamıştır. Ancak marka ve logo kullanımı 01 Ocak 2007 tarihine kadar Telsim olarak devam etmiştir. Bunun nedeni, Vodafone'un bünyesine dahil ettiği operatörleri, kendi global standartlarına ulaştırdıktan sonra o ülkede ismini ve logosunu kullanmaya başlamasıdır. Yapılan altyapı yatırımlarının belirli bir düzeye eriştiği 01 Ocak tarihinde şebeke ismi Telsim Vodafone olarak değişmiştir. Vodafone



# vodafone

**Müşteri memnuniyeti ve sunulan hizmetin kalitesi, Xerox'u tercih etmemize neden olmuştur.**

Türkiye altyapısının Vodafone'un dünya çapında hizmet verdiği kaliteye ulaşmasıyla da 31 Mart'tan itibaren şirketimiz sadece Vodafone isim ve logosu kullanmaya başlamıştır.

## Xerox ile sürdürdüğünüz iş birliği hakkında bilgi verirsiniz? Ne zamandır bu iş birliği devam ediyor?

1998 yılında ilk faturanın abonelere gönderilmesiyle birlikte Xerox ile uzun vadeli iş birliğimiz başlamıştır. Vodafone baskı makinalarının yenilenmesi aşamasında, yeni baskı makinelerine yatırım yapılması kararını almış ve Xerox firmasından baskı makineleri olarak sistemlerini modernize etmiştir. Xerox ile operasyon ve teknik hizmet anlaşmasıyla iş birliğinin devamı sağlanmıştır.

## Fatura baskı hizmetini, Vodafone yurtdışında nasıl bir sistemle yapıyor? Türkiye'de Xerox ile bu hizmete yeni bir yaklaşım getiriyor musunuz?

Vodafone'un diğer ülkelerdeki fatura baskı hizmeti genellikle out-source (diğer firmalara yaptırılması) edilerek yürütülmektedir. Hizmetin hangi şekilde yapılacağı, ülkelerdeki şartlara göre değişiklik gösterebilmektedir.

## Aylık ya da yıllık olarak, yaklaşık bir baskı sayısı söyleyebilir misiniz? Xerox ürün ve çözümleriyle yapılan baskı sayısını öğrenebilir miyiz?

**Vodafone:** Aylık ortalama olarak 3.500.000 baskı yapılmaktadır. Bu sayı, Vodafone'un abone sayısı ile orantılı olarak her geçen gün artış göstermektedir.

## Faturalarda kişiye özel baskı uygulamalarından yararlanıyor musunuz?

**Vodafone:** Kişiyeye özgü fatura basımına önümüzdeki günlerde başlanacaktır.

## Xerox'u neden tercih ettiğinizi ve Vodafone'a sağladığı avantajları kısaca aktarır mısınız?

**Vodafone:** Yaklaşık 9 seneden bu yana oluşan müşteri memnuniyeti, sunulan hizmetin kalitesi, DT 180 HLC makinelerinin yeni teknoloji ve hızının eskiye oranla iki kat fazla olması ve müdahale oranının düşüklüğü Xerox'u tercih etmemize neden olmuştur. ■

# Teknoloji turu son sürat devam ediyor

**Xerox'un en yeni donanım ve yazılım çözümlerini tanıtmak üzere geçen yıl başlattığı Teknoloji Turu, 2007 yılında da devam ediyor.**

**B**u yıl mart ayında başlayan Teknoloji Turu kapsamında Adana, Erzurum, Trabzon, Samsun'da bir dizi etkinlik yapıldı. Xerox'un, son teknoloji ürün ve çözümlerini tanıtmak ve yeni yaklaşımları paylaşmak üzere organize ettiği Teknoloji Turu kapsamındaki etkinlikler sırasıyla; 18 Mart 2007 Pazar günü Adana'da, 24-25 Mart 2007 tarihlerinde Erzurum'da, 30 Mart 2007 Cuma günü Trabzon'da, 10 Nisan 2007 Salı günü Samsun'da düzenlendi. Etkinlikler kapsamında dijital baskı sektöründe yaşanan gelişmeler, sektörü etkileyen yeni yaklaşımlar, yeni baskı teknolojileri ve kişiye özel baskı uygulamaları ile ilgili özel sunumlar yapıldı.

Etkinlikte, ofislere yönelik farklı hızlara sahip, çok fonksiyonlu makineler ile geniş format ve yüksek kapasiteli baskı sistemleri tanıtıldı. Özellikle ofis ortamları için geliştirilen ürünler, kurumların dokümantasyon maliyetlerini azaltan ve

verimliliği artıran özellikleri ile dikkat çekti. Ayrıca, profesyonel kullanıcılar için giriş seviyesi yüksek kapasiteli baskı sistemleri ile yakalanabilecek yeni iş fırsatları anlatıldı. Tanıtılan ürünler arasında küçük ve orta ölçekli ofislere yönelik siyah-beyaz ve renkli çok fonksiyonlu Xerox WorkCentre 4150, Xerox WorkCentre 118, Xerox WorkCentre 133, Xerox WorkCentre Pro 245, Xerox WorkCentre 7132, Xerox WorkCentre 7245, Xerox DocuColor 12 ve geniş format baskı sistemi Xerox 510 DP ile yüksek kapasiteli dijital baskı sistemi Xerox 4110 ve Xerox DocuColor 250 yer aldı.

Müşterilerin değişen ihtiyaç ve gereksinimlerine yerinde cevap vermek ve oluşabilecek yeni iş fırsatlarını tespit etmek üzere Türkiye çapında bir Teknoloji Turu düzenlediklerini belirten Xerox Türkiye Ofis Çözümleri Grubu Pazarlama Müdürü Banu Başaran, "Farklı ölçekteki şirketlere, siyah-beyaz ve renkli çok fonksiyonlu makineler

ile geniş format ve yüksek kapasiteli baskı sistemleri tanıttık. Profesyonel kullanıcılar için giriş seviyesi yüksek kapasiteli baskı sistemleri ile yakalanabilecek yeni iş fırsatlarını anlattık. Teknoloji Turu'nun hem bizim hem de müşterilerimiz ve iş ortaklarımız için verimli geçtiğini düşünüyorum" dedi. ■



# Aras Grup emin adımlarla ilerliyor



## Baskı sektörünün lider firmalarından Aras Grup, 33 yıldır bu alanda faaliyet gösteriyor.

Müşteri memnuniyetini çalışma prensibi olarak benimseyen Aras Grup Yönetim Kurulu Üyesi Serkan Araz'la sektörü ve Xerox ile yürüttükleri iş ortaklığı üzerine bir görüşme yaptık.

### Aras Grup hakkında bilgi verirsiniz? Kısaca kuruluş öyküsü ve faaliyetlerinden bahsedersiniz?

Aras Grup, baskı sektöründe hizmet veren 5 şirketten oluşuyor. Bunlar hakkında bilgi vermek gerekirse; Aras Matbaa Malzemeleri, 1974 yılında Çağaloğlu'nda, matbaa sektörünün malzeme ihtiyacını karşılamak için kuruldu. İlerleyen yıllarda ikinci el ofset baskı makineleri ve baskı sonrası makineleri tedarik etmek için Aras Makine faaliyetlerine başladı. Aras Makine, kurulduktan birkaç yıl sonra ikinci el makineler yerine birinci el makinelerin satışına ağırlık verdi. Met Kağıtçılık ile sektörün her türlü kağıt ihtiyacına cevap veriyoruz. Bir diğer şirketimiz olan Met Etiket ile de sektöre dijital baskı alanında kullanılan malzemeler ve makineleri sunuyoruz. Yabancı ortaklarımızla ARGES isimli bir şirket kurduk. Bu şirket ile pantonedeki bütün renkleri oluşturuyoruz. Tüm şirketlerimiz Yüzyıl Matbaacılar sitesinde 3 bin metrekarelik alanda faaliyetlerine devam ediyor.

### Aras Grup olarak sektöre ne katmak istediniz, şu anda kendinizi sektörde nerede konumlandırıyorsunuz?

Sektöre hep yenilikleri sunduğumuza inanıyorum, bu yüzden sektörün öncü isimleri arasında yer alıyoruz. Yurtdışındaki fuarlara katılıyoruz, sürekli olarak oradaki yenilikleri takip ediyoruz. Araştırmalar yapıyoruz ve Türkiye piyasasına en uygun teknolojileri piyasaya sunuyoruz.

### Xerox ile Aras Grup'un iş ortaklığını tanımlarsınız? Bu ortaklıkla neleri amaçladınız? Bu ortaklığın size sağladığı avantajlar neler oldu?

Xerox ile ilk olarak 2005 yılında TÜYAP'ta düzenlenen matbaacılık fuarında bağlantıya geçtik. Günümüzde, birçok firma, müşterilerine çözümler için iş ortaklarından ya da şirket evliliklerinden faydalanıyor. Aras Grup olarak mat-

baacılık sektörünü çok iyi tanıdığımızı inanıyoruz. Xerox'un da dijital baskı alanında lider olduğunu düşünüyoruz. Böylece Aras Grup ve Xerox iş ortaklığının başarılı bir sentez oluşturduğu kanısındayız.

Xerox ile yaptığımız çalışmalar bizlere gösterdi ki, ofset ve dijital baskı birbirlerinin rakipleri değil. Dijital baskı, ofset için önemli bir kazanç ve gereklilik. Baskı alanındaki firmaların başarıyı yakalayabilmeleri için ofset ve dijital bir arada kullanmaları, böylece rakiplerinden sıyrılmaları gerekiyor.

### Kaliteli hizmet için nelere önem veriyorsunuz?

Aras Grup olarak müşteri memnuniyetine çok önem veriyoruz. Kalitenin müşteri memnuniyeti odaklı hizmetlerle; müşteri memnuniyetinin ise servis ve satış sonrası hizmetlerle ortaya çıkabileceğine inanıyoruz. Müşteriye sadece bir makine satmak önemli değil. Bu satışla birlikte gerekli teknik desteği verebilmeniz

gerekliyor. Eğer satış sonrası hizmeti sorunsuz bir şekilde sunarsanız, müşteriye ikinci, üçüncü makineleri de rahatlıkla satabilirsiniz. Teknik servise verdiğimiz önemden dolayı, çalışanlarımıza bu konuda eğitimler veriyoruz. Elemanlarımız da çok özverili çalışıyorlar. Bu şekilde kaliteden ödün vermiyoruz ve başarıya ulaşıyoruz.

### 2006 yılını nasıl kapattınız? 2007 yılı hedeflerinizden bahsedersiniz?

Aras Grup olarak, 2006 yılında hedeflerimize ulaştık diyebiliriz. Bu yıl için çekimser düşünüyorduk, bu yüzden 2007 yılı için çok yüksek hedefler koymadık. Şu ana kadarki tablo yanılmadığımızı gösteriyor, bu yıl oldukça durağan başladı. Bu durumda siyasi ve ekonomik koşulların etkisi olduğunu düşünüyorum. Bunun yanı sıra sektörün 2004, 2005 ve 2006 yıllarında yaptıkları yatırımların da etkisi olduğunu söyleyebiliriz. Sektör, geçtiğimiz yıllarda yaptığı yatırımlardan dolayı da daralma yaşıyor olabilir. Özellikle geçen yıl düzenlenen IPEX fuarında yapılan satışların etkisiyle sektörün bekleme süreci yaşadığını söyleyebiliriz. 2007'nin ikinci yarısından sonra siyasi anlamda tablonun şekilleneceğini buna bağlı olarak da sektörün hareketleneceğini düşünüyorum. ■

Xerox'un dijital baskı alanında lider olduğunu düşünüyoruz.



# Momentum Akademisi'nin üçüncü dönemi bitti

**Xerox, indirekt satış elemanları ile Momentum etkinliğinde tekrar bir araya geldi.**



**T**ürkiye genelinde faaliyet gösteren Xerox iş ortakları satış elemanlarının, Xerox ürün ve çözümleri hakkında eğitilmesi amacıyla kurulan Momentum Akademisi, üçüncü dönem eğitimlerini 15-17 Şubat 2007 tarihlerinde Antalya Belek'teki IC Hotels Santai'de gerçekleştirdi. Bölgesel bilgi paylaşımı, yeni ürün tanıtımı ve satış eğitimlerinin verildiği etkinlikte, motivasyonu ve takım ruhunu artırıcı aktiviteler yapıldı. Etkinliklerde, piyasaya yeni sunulan ve sunulacak olan ürünler, bayi yapılanmaları, ülke genelinde Xerox ürünlerinin nasıl daha hızlı ve kolay satılabileceği gibi konulara da değinildi. Toplantıda, Xerox ürünlerinin farklılıkları ortaya konulurken yeni pazarlama yaklaşımları paylaşıldı

ve indirekt satış grubunun beklentileri dinlendi.

Momentum Akademisi'nin üçüncü dönem etkinliklerinde, bayi satış müdürlerinin perfor-

manslarını arttırmak ve saha tecrübelerinden faydalanmak amacıyla ayrı bir toplantı düzenlendi. Momentum Akademisi'ne katılanların eğitimler sonucundaki

yeni bilgi düzeylerini tespit etmek için bir test yapıldı. Üst üste üç eğitim dönemi sonunda yapılan testlerden geçer not alanlar Momentum Akademisi'nden mezun oldular ve sertifikalarını aldılar.

Momentum Akademisi ile ilgili bir değerlendirme yapan Xerox Türkiye Bayiler Satış Müdürü Ayşen Şişman, ilki 2006 yılında düzenlenen ve üç modül şeklinde düşünülen Momentum Akademisi toplantılarının oldukça başarılı geçtiğini belirtti. Toplantılarda verilen eğitimlerin ve Momentum Akademisi'nin çok faydalı olduğunu vurgulayan Ayşen Şişman, indirekt satış ekibinin bir araya gelip fikir alışverişinde bulunduğunu dile getirerek önümüzdeki günlerde yeni toplantılar organize edileceğini ifade etti. ■



**T**ürkçe'ye "Kurumsal Yönetim İlkeleri" ("KYI") olarak çevirebileceğimiz "Corporate Governance Principles" bir şirketin yönetim biçimine ışık tutan kurallar, prosedürler, kanunlar ve kurum kültürünü kapsar. Geçtiğimiz son birkaç yılda Amerika'daki Enron ve Worldcom gibi şirketlerin çökmesine sebep olan olaylar nedeni ile KYI'ye ilgi oldukça arttı.

KYI'nin kapsadığı alanlardan biriside "Etik". Etik; doğruyu, yanlış, iyiyi ya da kötüyü tanımlamaya çalışan bir felsefi terim. Bu çerçevede

## Etik Değerler ve Xerox

Ayşıl Akcanbaş



etiği tanımlarken 'kurallar' dediginizde, "kimin kuralları?" diye sorulabilir. 'Doğrular' dersiniz, "doğrunun tanımı nedir?" diyebilirler. 'Ortak standartlar' diyecek olursanız "hareket noktanız neresidir?" sorusuyla karşılaşabilir ve siz "etiğinizle" başa kalırsınız. Bu sebeple 'etik' kelimesinin içeriğini şöyle tanımlamak daha doğru gibi gözün-

küyor: "Kendine yapılmasını istemediğini başkalarına yapma".

Kurallar insanları ahlaklı yapmaz, kişi ya etik ve ahlaklı davranışlara sahiptir ya da değil. Hiçbir kitap, veya eğitim etik olmayan bir insanı doğru yola sokamaz. Ne var ki aşağıdaki gibi birtakım olaylar sebebi ile her sene tekrarlanan eğitimlerimiz bulunmaktadır.

- Kişi farkında olmadan birtakım etik olmayan veya kanuni olmayan işlere katılabilir.

- Farklı görüşler arasındaki tartışmalar ve yorumlar sonucunda ortaya çıkabilecek görüş ayrılıkları birtakım etik olmayan davranışlara sebep olabilir.

- Büyük ve önemli olaylar bakış açısında ve davranışlarda değişikliklere neden olabilir.

- Bir kişinin görüşü/davranışı uzun zamandır pratikte yürürlükte olan (fakat etik/doğru olmayan) birtakım davranışların düzelmesine

yardımcı olabilir.

Eğitimlerimiz kapsamında siz çalışanlarımıza net sınırları olan birtakım prensipleri aktarmaya özen gösteriyoruz. Etik kurallar çerçevesinde çalışacağımıza dair karşılıklı mutabakata vardığımızın kanıtı olan bir anlaşma imzalıyoruz. İş ve kurum etiğini şirketimizde bir kurum kültürü haline getirdik.

Son olarak sizlere Xerox Cooperation'ın önderliğinde Amerika'da tüm dünya Xerox çalışanlarının kolayca erişebileceği ülkelere özel bir etik telefon hattı bulunduğunu hatırlatmak istiyorum. Dünyanın neresinde olursanız olun, her ül-

keye özel atanmış telefon numaralarını aradığınızda ana dilinizi konuşan birisi ile karşılaşır ve yaşadığınız sorunu dile getirebilirsiniz. Bu özel yardım hattını aradığınızda karşınıza Xerox Cooperation'ın anlaşmalı olduğu tarafsız bir kuruluş çıkar. Sorunlar mutlaka tarafsız bir gözle değerlendirilir ve gerekli araştırma yapılır. Amaç; çalışanın güvenliğini önde tutmaktır. ■

### Etik Olan Düşünce Biçimlerine Örnekler

- Davranışım kanunlara uygun mu?
- Sınırları aşılıyor muyum?
- Adil ve dürüst davranıyor muyum?
- Bir yıl sonra bu davranışım nasıl değerlendirilir?
- Bu davranışımın kendimi nasıl hissedirim?
- Bu davranışımın neticeleri bir gazetenin kapak sayfasında nasıl görünür?
- Aileme bu durumu nasıl izah ederim?

### Etik Olmayan Düşünce Biçimlerine Örnekler

- "Bunu hiç kimse bilmeyecek"
- "Zaten herkes böyle yapıyor"
- "Bunu gizleyebiliriz"
- "Böyle bir konuşmayı hiç yapmadık"
- "Bu konuşmalarımızı toplantı tutanakları dışında tutalım"
- "Nasıl yapıldığı önemli değil, önemli olan yapılması"

**Hiçbir kitap, veya eğitim etik olmayan bir insanı doğru yola sokamaz.**



## Yedinci Xerox iGen3, Reis Dijital'de kuruldu

### Türkiye'de Xerox iGen3 kurulumları ve dijital baskıya yapılan yatırımlar hızla devam ediyor.

Dijital baskı alanında önemli işlere imza atan Reis Dijital bünyesinde Türkiye'deki yedinci Xerox iGen3 kuruldu. Reis Dijital Genel Müdürü İbrahim Köseoğlu ile yeni yatırımları ve dijital baskı sektörü hakkında konuştuk.

#### Reis Dijital hakkında kısaca bilgi verir misiniz?

Firmamız, 1977 yılında Reis Kağıtçılık olarak sektördeki faaliyetlerine başladı. 2005 yılına kadar sektörün kağıt ihtiyacını karşıladık. İki yıl önce kurduğumuz Reis Dijital ile de dijital baskı alanında çalışıyoruz.



Böylece broşür, katalog, kartvizit, kişisel davetiye gibi aklınıza gelen birçok dokümanın basımını gerçekleştiriyoruz.

#### Firma olarak şu anda kendinizi sektörde nerede konumlandırıyorsunuz? Sizi diğer firmalardan ayıran hizmetlerinizden bahsedebilir misiniz?

Çalıştığımız alanda fotokopici mantığıyla işler yapıyoruz. Kaliteye, tasarıma, müşteri memnuniyetine önem veriyoruz. Sürekli sektördeki yenilikleri takip ediyoruz. Bu yenilikleri faaliyet alanlarımıza entegre ediyoruz. Sektördeki rakiplerimizden kaliteli hizmet anlayışımızla ve teknolojiye verdiğimiz önem ile ayrılıyoruz. Bunun en güzel örneğini iGen3'ü satın alarak verdiğimizizi düşünüyorum.

#### Xerox ile olan ortaklığınızı tanımlar mısınız? Bu ortaklığın size sağladığı avantajlar neler olur?

İş ortaklığımız, DocuColor 12'yi satın almamızla başladı. Daha

sonra Xerox'tan Xerox 5252 ve Xerox 8160'ı, son olarak da Xerox iGen3'ü satın aldık. Xerox'un servis hizmetinin ve baskı kalitesinin mükemmel olduğunu düşünüyoruz. Bu yüzden Xerox ile çalışmayı tercih ettik. Xerox teknolojisini takip ettiğimiz zaman dijital baskı alanındaki tüm yenilikleri de takip etmiş oluyoruz. Xerox, yeni teknolojileri, sürekli bizler için Türkiye piyasasına getiriyor, böylece en iyi makinelerle müşterilerimize hizmet veriyoruz. Bunun yanı sıra teknik destekteki başarılarını göz ardı edemeyiz, daha önce de dediğim gibi Xerox'un servis hizmeti bizi hiç yarı yolda bırakmadı.

Xerox'un  
servis hizmeti  
bizi hiç  
yarı yolda  
bırakmadı.

#### Niçin dijital baskıya yatırım yapmak istediniz? Xerox iGen3'ü tercih etme sebebiniz nedir?

Müşterilerimize sunduğumuz hizmetin kalitesini artırabilmek için Xerox iGen3'ü satın almaya karar verdik. Ayrıca matbaalarla rekabet edebilmek için bu yatırımı yapmamız gerekiyordu. Xerox'un kalitesini bildiğimiz için, Xerox makinelerine olan inancımız tam. Bu yüzden Xerox iGen3'ü tercih ederken zorlanmadık. Geçtiğimiz yılın sonlarına doğru bu alıma karar ver-

dik, Aralık ayı içerisinde siparişi verdik. Bir ay bile geçmeden Aralık ayının sonunda Xerox iGen3'ün kurulumu gerçekleşmişti. Dijital baskı alanında faaliyetlerimizi yoğunlaştırmamızın ilk nedeni, kağıt israfını önlemek. Kağıt alanında uzun yıllar çalıştığımız için bir ton kağıt için ne kadar ağacın kesildiğini ve ne kadar suyun kullanıldığını iyi biliyoruz. Bu kaynak kaybının farkında olduğumuz için ihtiyaç duyulan oranda dokümanın basılması gerektiğine inanıyoruz.

#### İmza attığınız yeni projeler var mı?

Başarıya ulaşmak için sürekli yenilikleri takip etmek ve projeler ortaya koymak gerekiyor. Bu bağlamda fikirlerimiz ve projelerimiz var. Fakat maliyetlerin yüksek olması, bizleri sıkıntıya sokuyor ve matbaalarla rekabet etmemizi zorlaştırıyor.

#### 2006 yılının genel bir değerlendirilmesini yaparak, 2007 yılı hedeflerinizden bahsedebilir misiniz?

Sektör için 2006 yılının zor geçtiğini ve birçok firmanın hedefi tutturamadığını düşünüyorum. 2007 yılında da bu sıkıntıların devam ettiğini görüyorum. Sanırım seçimlerden dolayı bu yıl içinde, beklentiler azaltılacak ve biraz daralma yaşanacak. ■



# EMA Ofis, Xerox ürünleri ile büyüyecek

**Kırtasiye, kitap ve oyuncak gibi farklı ürün gruplarının dağıtımını yapan EMA, Xerox iş ortaklığıyla elde ettiği avantajı arttırmayı amaçlıyor.**

Yeniden yapılanma sürecinin ardından sektöre hızlı bir başlangıç yapan EMA Genel Müdürü Ahmet Yüksel ile hedefleri ve beklentileri hakkında görüştük.

## EMA hakkında kısaca bilgi verirsiniz?

Kitap, kırtasiye ve oyuncak tedarikçisi olarak faaliyet gösteren Adana'daki Bilgi Dağıtım, İstanbul'daki Derya Dağıtım ve Diyarbakır'daki Lazkan Ticaret 2005 yılında güçlerini birleştirerek, EMA Ofis'i kurmuşlardır. Bilgi Dağıtım, Derya Dağıtım ve Lazkan Ticaret, Ocak 2007'den itibaren EMA Ofis Merkez adıyla faaliyetlerini sürdürmektedir. EMA Ofis Merkez'in İstanbul, Adana ve İzmir'de şubeleri bulunmaktadır.

## EMA'yı sektörde nerede konumlandırıyorsunuz? Sizi diğer firmalardan ayıran özelliklerinizden bahsedersiniz?

Sektörde ciddi yatırımlar yaptık. Elbette hedeflerimiz çok yüksek.

İstanbul'daki binamızda rahat bir sergileme ortamına sahip olduk. Müşteri odaklı bir yapı kurmayı hedefliyoruz. Müşterilerimizle olan iletişimimizde onlara farklı imkanlar sunmayı amaçlıyoruz. Birlikte kazanmak ve kaybetmek ilkeleriyle sektöre yeni bir soluk, yeni bir bakış açısı getireceğiz. Bir takım kalıplaşmış ticaret modellerinin ötesindeki yaklaşımlarla yeni ve olumlu şeyler yapacağımıza inanıyoruz. Mağazamızı ziyaret eden müşterilerimiz çok rahat bir alışveriş ortamı buluyorlar. Ürünlerimiz arasında kırtasiyenin, kitabın, oyuncakın her çeşidi bulunuyor. Siparişleri maksimum süratle teslim ediyoruz.

**Xerox ürünlerinden müşterinin memnun olması bize birçok konuda avantaj sağlıyor.**

## "Birlikte Kazanmaya Doğru" sloganını iş yapış felsefeniz olarak kabul ediyorsunuz? Bu sloganla söylemek istediğiniz mesajları aktarır mısınız?

EMA Ofis hem ürün aldığı ithalatçı, imalatçı firmalarla hem de ürün sattığı perakendeci firmalarla birlikte kazanmak istiyor. Bunun için "Birlikte Kazanmaya Doğru" slo-

ganını kullanıyoruz. Hem satıcı firmalarla hem de perakendeci gruplarla birlikte kazanmak istiyoruz, birlikte kazanılmadığı zaman bu işin sürekliliğinin olamayacağına inanıyoruz. Vadelerle, iskontolarla oynayarak meslektaşlarımızla rekabete girmek istemiyoruz. Bizim amacımız hizmette rekabet yapabilmektir. Amacımız müşterilerimize kazandırmak çünkü müşterilerimize ne kadar çok kazandırırız, biz de o kadar kazanırız. "Birlikte Kazanmaya Doğru" sloganımızın temelinde yatan da budur.

## Xerox ile olan ortaklığınızı tanımlar mısınız? Bu ortaklığın size sağladığı avantajlar neler oldu? Bu ortaklıkla neleri amaçladınız?

Xerox'un kalitesi ve hizmet anlayışı üst düzeyde. Yıllardır marka olarak iyi bir konumdalar. Xerox ürünlerinden müşterinin memnun olması bize birçok konuda avantaj sağlıyor. Örneğin; bazı perakende noktalarında yer almamız kolay oluyor. Firma olarak güçlü markaları elimizde tutmak istiyoruz. Xerox da bunlardan bir tanesi. Bu iş birliğinin bize, önümüzdeki yıllarda



da fayda sağlayacağına inanıyoruz. İleride satış grafiğimizi arttırmayı hedefliyoruz.

## 2006 yılının genel bir değerlendirilmesini yapar mısınız? 2007 yılı hedeflerinizden bahsedersiniz?

Kırtasiye sektörü bir değişim içerisinde, perakende noktaları zemin ve mekan değiştiriyor. Bu değişim zaman zaman sektörü sıkıntıya sokuyor. Değişimleri çok iyi takip edip önlem almak gerekiyor. 2006 yılında yeni oluşumumuzu yapılandırdık. 2007'de faaliyete geçtik. 2007 yılında, değişimleri en iyi şekilde takip etmeyi sektöre uyum sağlamayı ve en iyilerden biri olmayı hedefliyoruz. ■



## Xerox Türkiye'nin A Takımı kod adlı analist çalışanları, Lean Six Sigma Yeşil Kuşak projesine başladı.



## A Takımı Lean Six Sigma ile göreve hazır

**M**üşterilere sunulan servis kalitesini ve verimliliği artırmak için Xerox Türkiye Genel Müdürü Mehmet Sezer'in sponsorluğunda başlatılan projeye; Xerox Türkiye'nin A Takımı'nın yanı sıra bölüm sorumluları olarak Xerox Türkiye Analist Müdürü Osman Taşcı, Kara Kuşak Sinan Atılay, Meltem İmirzaloğlu, Deha Açmazlale, Didem Utku, Serra Yılmaz, Bülent Tunca, Emre Sungur da katıldı. A Takımı'nın yürüttüğü Lean Six Sigma Yeşil Kuşak projesiyle; analist servislerinin ve analistlerin görev ve sorumluluklarının tanımlanması, iş yükü ve performanslarının daha iyi ölçülmesi amaçlanıyor. Ayrıca bu projeye analistlerin yetenekleri ve motivasyonlarıyla ilgili ölçümler daha sağlıklı

yapılabilecek. Bu proje ile analistlerin sağladığı servislerin kayıt ve faturalandırma süreci iyileştirilecek.

Analistlerin iş yükünü daha iyi ölçmek, performanslarını daha doğru değerlendirmek ve uygun iş bölümünü sağlamak amacıyla Xerox Avrupa'daki analistlerin de kullandığı Scutter isimli zaman yönetimi sistemi, 2007 Ocak itibarıyla uygulamaya alındı. Bu sayede analistlerin yaptığı bazı işler belirlenerek teknisyenlere ve çağrı merkezine yönlendirilerek, Xerox müşterilerinin servis istekleri daha hızlı cevaplandırıldı.

Proje sonunda gerekli yeni işe

alınlar yapıldı. Analistlerin görevleri net olarak tanımlandı ve konu ile ilgili 2007 yılı içinde verilecek eğitimler planlandı. Her ürün grubu ve yazılım için birinci, ikinci ve üçüncü seviye destekleri hangi analistlerin sağlayacağı belirlendi. Her analistin kendi ürün grubu ve genel bilgi teknolojileri konusunda sınıf içi eğitimlerle, "e-learning" aracılığıyla ("learning@Xerox" web sitesinden) ve sahada görevli tecrübeli analistlerden eğitim alması sağlandı. 2006 yılında sadece sınıf içi olarak gerçekleştirilen eğitim sayısı 12 farklı üründe, 50 eğitim günü olarak gerçekleşti.

Ayrıca iki ana lis-

tin Windows Server sertifikasyonu kursuna katılması sağlandı.

A Takımı Lean Six Sigma projesiyle ilgili bilgi veren Xerox Türkiye Analist Müdürü Osman Taşcı, Xerox müşterilerinin iş geliştirmelemlerini ve verimli bir iş akışı kullanarak çalışmalarını sağlamak için Avrupa ve Amerika'da kullanılan yazılımları, Türkiye'ye uyarlamak için pilot program başlattıklarını belirtti. Analist ekibinin, özellikle bire bir pazarlama, internet üzerinden baskı siparişi ve iş akışı konularındaki yazılımları müşterilere daha iyi tanıtmaya ve uygulama konusuna odaklandıklarını ifade eden Taşcı, "Bu programların tanıtımını ilk çeyrekte birçok müşterimize yaptık. İkinci çeyrekte internetten baskı siparişi yapmayı sağlayan bir yazılımı Türkiye'de ilk defa uygulayacağımız için çok mutluyuz" dedi.

Xerox Türkiye Analist Müdürü Osman Taşcı, "Tüm bu iyileştirmeler sonunda müşterilerimize hem satış öncesi hem de satış sonrası en iyi servisi verebileceğimizi düşünüyoruz. Destek verdiğimiz yazılım gamını da artırarak müşterilerimize sunduğumuz Xerox çözümlerini farklılaştırmayı amaçlıyoruz. 2007'de A Takımı'nı yakından izleyin, sizlerle birlikte çok güzel projelere imza atacağımıza inanıyoruz" şeklinde konuştu. ■

**Bu proje ile analistlerin sağladığı servislerin kayıt ve faturalandırma süreci iyileştirilecek.**



# Albümünü İnternet'te tasarla evine basılı gelsin

**Xerox, iş ortağı Dijital Düşler ile beraber dijital fotoğraf baskısına farklı bir bakış açısı getiren özel bir çözüm sunuyor.**

**D**ijital fotoğrafları, farklı tasarımlarla kişiye özel fotoğraf albümlerine dönüştürecek [www.fotografsiparis.com](http://www.fotografsiparis.com) adlı internet sitesi Mayıs ayında hizmete açılıyor.

Xerox, dijital fotoğraflardan kişiye özel albümler yapılmasını sağlayacak özel yazılım çözümünün tanıtımını, 12-15 Nisan 2007 tarihleri arasında düzenlenen Photo&Dijital 07 fuarında yaptı. Dijital fotoğraf albümü çözümüyle kişiler ve fotoğraf stüdyoları internet üzerinden albüm tasarımı yaparak, baskıya gönderebilecekler. Geleneksel fotoğraf baskı teknolojisinden çok daha hesaplı ve pratik olarak baskı alınabilmesini sağlayacak bu çözüm, fotoğraf baskı sektörü için çok yeni bir uygulama olma özelliği taşıyor.

1 Mayıs Salı günü aktif hale gelen [www.fotografsiparis.com](http://www.fotografsiparis.com) adlı internet sitesi üzerinden, kişiler kendilerine özel bir fotoğraf albümünü tasarlayabilecek ve gönderdikleri resimlerle oluşturulan özel albümü 48 saat içinde ciltlenmiş ve basılmış şekilde evlerinde teslim alacaklar. Bu uygulama ile fotoğraflar için albüm alma, fotoğrafları albüme yerleştirme, sevdiklerinize ayrıca çoğaltma veya bir CD içinde bastırılmadan unutmaya gibi günlük yaşamda yaşanan sıkıntılar da giderilmiş olacak.

Xerox Türkiye Üretim Sistemleri Direktörü Pelin Çağlar bu konu ile ilgili yaptığı açıklamada "Fotoğraf baskı sektörü büyük bir değişim yaşıyor. Teknolojide meydana gelen gelişmeler artık fotoğraf baskısı a-

lanında dijital baskı teknolojilerini ve getirdiği yenilikleri kullanmaya imkan veriyor. Xerox, bundan böyle dijital fotoğraf baskısıyla ilgili özel çözümleri ile de sektörde adından söz ettirecek. Xerox'un yüksek kapasiteli dijital baskı sistemlerinin teknolojik artıları ve bu makineler üzerinde çalışan özel kişiselleştirme yazılımları ile tüketicilere yönelik sıradışı uygulamalar yapılabiliyor. Xerox olarak, iş ortaklarımızla bu alanı geliştirmeye yönelik çalışmalar yapmaya devam edeceğiz" dedi. ■



## Dubai'de masal gibi 4 gün...

**Xerox çalışanları ve bayileri Dubai'de başarılı çalışmalarını kutladı.**

**G**eçtiğimiz yıl yaptıkları başarılı çalışmalardan dolayı ödüllendirilen Xerox çalışanları ve bayileri için 4 günlük bir Dubai gezisi düzenlendi. Hedeflerini tutturarak 23 Xerox çalışanı ve 10 Xerox bayisi, Dubai'de tatil yapmaya hak kazandı. Xerox'un 2007'ye merhaba partisinde kazananları duyurulan Dubai gezisi, 4-8 Nisan 2007 tarihleri arasında yapıldı. 4 Nisan gecesi İstanbul'dan Dubai'ye hareket eden Xerox kafesi, Dubai'nin güzel otellerinden Radisson Sas Creek Deira Otel'e yerleşti. Çöl ve plaj gibi farklı ortamların tadını çıkaran katile, onlar için düzenlenen birçok farklı aktiviteye katılarak hoşça vakit geçirdiler. Gündüzleri plajda güneşlenen Xerox ekibi, akşam üzeri ise çölde safari yapıp yöresel yemeklerin tadını çıkardı.

Ekip üyeleri, gezi programı içinde kendileri için bırakılan özel zamanlarda gönüllü olarak alışveriş yaptılar. 8 Nisan akşamı İstanbul'a dönen Xerox çalışanları ve bayileri, masal gibi geçen Dubai seyahatini unutulmayacak güzel bir anı olarak haftalarına kaydettiler.

Dubai gezisi nedeni ile bir araya gelen Xerox çalışanları ve Xerox bayileri, eğlenmenin yanı sıra, 2007 yılı hedefleriyle ilgili konuları ve 2007 yılında Türkiye'de beklenen ekonomik ve siyasi gelişmeleri de konuşma fırsatı buldular. Xerox Türkiye Genel Müdürü Mehmet Sezer, Xerox Global Hizmetler Direktörü Gülçin Uysal, Ankara Bölge Müdürü Kürşat Güney gibi Xerox yöneticileri ile iş ortamı dışında beraber olma fırsatı yakalayan Xerox ekibinin takım ruhu daha da güçlendi. ■



# İşinizi kolaylaştırmanın yolları



## Çok fonksiyonlu renkli lazerde yeni bir alternatif

**Yazıcı, fotokopi, tarayıcı ve faks işlevlerini renkli yapabilen, kağıt dokümanları e-posta olarak gönderebilme veya bilgisayarınızda istenen bir dosya altına tarayabilme özelliği olan Xerox Phaser 6115 MFP, küçük ve şık tasarımı ile dikkat çekiyor.**

Xerox Phaser 6115 MFP, dakikada 20 sayfa siyah-beyaz, 5 sayfa renkli baskı yapıyor. İlk çıktı alma süresi siyah-beyaz baskı için 14 saniye, renkli baskı için 23 saniye olan Xerox Phaser 6115 MFP, 2400 x 600 dpi baskı çözünürlüğünde kaliteli baskı almayı sağlıyor. Maksimum kağıt kapasitesi 700 sayfa olan Xerox Phaser 6115 MFP, 92 x 148 mm ile 216 x 356 mm. arasındaki farklı kağıt tiplerine baskı yapabiliyor. Xerox Phaser 6115 MFP, "N-up" baskı (tek sayfaya çoklu

baskı), çift taraflı baskı özelliği ile iş yoğunluğu fazla olan ofislerin zamandan tasarruf etmesini sağlarken, doküman maliyetlerini de en aza indirmeye yardımcı oluyor. Pantone onaylı baskı kalitesi sunan Xerox Phaser 6115 MFP, her türlü çıktılarda istenilen şekilde parlak, canlı ve doğru renkler sunuyor. Kimlik kartı kopyalama özelliği olan Xerox Phaser 6115 MFP ile nüfus cüzdanı, sürücü ehliyeti gibi belgelerin tek bir seferde önlü arkalı fotokopisi çekilebiliyor. Ayrıca, Xe-

rox Phaser 6115 MFP'nin "Tarayıcıdan Bilgisayara" özelliği ile taranan dokümanlar, bağlı bilgisayara veya ağ üzerindeki herhangi bir bilgisayar üzerine kaydedilebiliyor. Xerox Phaser 6115 MFP, "E-Posta" özelliği ile de kağıt dokümanları istenen e-posta adresine gönderebiliyor. MFP ControlCentre yazılımına sahip olan Xerox Phaser 6115 MFP, bilgisayarın başından kalkmadan makine ile ilgili her türlü işlem ve ayarların yapılmasını da sağlıyor.



## Dış mekanda da Xerox kalitesi

**Xerox, dış cephe, afiş, tabela, otobüs kaplamaları, duvar ve sahne grafikleri gibi farklı uygulamalara yönelik, solvent mürekkep kullanan, dört adet renkli geniş format yeni baskı sistemini piyasaya sundu.**

Xerox'un yeni geniş format renkli baskı sistemleri, solvent bazlı mürekkep kullanmalarıyla ürün gamındaki diğer Xerox ürünlerinden ayrılıyor. Xerox 8265 ve Xerox 8290, eko solvent mürekkep kullanırken, Xerox 8365 ve Xerox 8390'da ise mild solvent mürekkep kullanılıyor. Yeni geniş format ürünlerde kullanılan eko solvent mürekkep, özellikle kokusuz, sağlığa ve çevreye dost olma özelliğiyle dikkat çekiyor. Ayrıca solvent mürekkep, su geçirmiyor, aşınmaya ve UV ışınlarına oldukça dirençli. Bu özelliklerinden dolayı yeni Xerox 8200 ve 8300 serisi geniş format baskı makinelerinde basılan

görüntüler, herhangi bir korumaya ihtiyaç duymadan, dış mekanlarda uzun süre bozulmadan durabiliyor. Xerox 8265 ve Xerox 8290 geniş format renkli baskı sistemleri, 360 ve 720 dpi baskı çözünürlüklerinde kusursuz renk kalitesi sunarken, Xerox 8365 ve Xerox 8390'da ise baskı çözünürlüğü 1400 dpi ulaşıyor. Xerox geniş format renkli yazıcılarla; satış noktası tabelaları, afişler, fuar grafikleri, arkadan aydınlatmalı görseller, araç grafikleri, duvar grafikleri, taksi ve otobüs kaplamaları, sahne grafikleri, bayraklar ve kurumsal grafikler gibi çok farklı uygulamalar yapılabilir. ■



## Pantone onaylı renkli yazıcı

**Xerox, küçük ve orta ölçekli ofislere yönelik yeni renkli lazer yazıcısı Xerox Phaser 6180'i Türkiye'de iki farklı modelle satışa sundu.**

İlk alım ve kullanım maliyetleri bakımından piyasanın en hesaplı renkli lazer yazıcılarından olan Xerox Phaser 6180; pantone onaylı baskı kalitesi, kolay kullanımı ve baskı performansı ile dikkat çekiyor. Xerox Phaser 6180, dakikada 25 sayfa siyah-beyaz, 20 sayfa renkli baskı hızına sahip. Baskıyı kağıda tek bir seferde aktaran renkli A4 lazer yazıcı Xerox Phaser 6180'in renkli baskı için ilk çıktı alma süresi, 10 saniye. Aylık baskı hacmi 60 bin sayfaya ulaşan Xerox Phaser 6180 ile 2400 x 600 dpi çözünürlüğünde kaliteli baskı yapılabilir. Günümüz ofislerinin dinamik ihtiyaçlarına göre tasarlanan Xerox Phaser 6180, 128 MB'lık belleğe ve 400 MHz gücünde bir işlemciye sahip. Küçük ve orta ölçekli ofisler için ideal olan Xerox Phaser 6180 ile 76 x 127 mm'den 220 x 356 mm. büyüklükteki kağıtlara baskı yapılabilir. Standart kağıt giriş kapasitesi 400 sayfa olan Xerox Phaser 6180, her türlü broşür,

poster, asetat gibi farklı kağıt tiplerine baskı yapabiliyor. İki ayrı model halinde sunulan Xerox Phaser 6180'de, "N-up baskı" (tek sayfaya çoklu baskı) ve otomatik çift taraflı baskı gibi ileri fonksiyonlar yer alıyor. Xerox Phaser 6180, PostScript 3 yazdırma dili özelliği ile de her türlü çıktılarda parlak, canlı ve doğru renkler sunuyor. ■

