

3-4 HAZİRAN

RÉTAIL  
DAYS

2  26

PERAKENDE  
GÜNLERİ

HALIÇ KONGRE MERKEZİ

25. Yıl

# PERAKENDE GÜNEŞİ ÖDÜLLERİ 2026

3-4 HAZİRAN

RETAIL  
DAYS

26

PERAKENDE  
GÜNLERİ

HALIÇ KONGRE MERKEZİ

25.yıl

#PG26



**SUAT SOYSAL**  
Soysal, Kurucu

Perakende Günleri, 25 yıldır olduğu gibi bu yıl da sektörün en prestijli ödülleri ev sahipliği yaptı.

Perakende Güneşi Ödülleri, perakende sektörüne değer katan; özgün, yenilikçi ve etkili projeleriyle fark yaratan kurumları ve sektör profesyonellerini bir kez daha buluşturdu. Onların başarıları, hepimize gurur ve heyecan kaynağı oldu.

Sektör derneklerinin değerli temsilcilerinden oluşan Büyük Jüri'nin değerlendirmeleri sonucunda, **Dijital Pazarlama Başarı Ödülleri** kategorisinde örnek projeleriyle Argevim & Pin Drinks, CarrefourSA, d-dat & Urban Care, ebebek, Esas Gayrimenkul, Madame Coco, Migros One, Mion, Teknosa ve Watsons Türkiye ödüle layık görüldü.

Sektörümüze emeğini, vizyonunu ve yüreğini katan; özverili çalışmaları, yenilikçi bakış açıları ve ilham veren başarılarıyla perakendenin gelişimine katkı sağlayan tüm kurumları gönülden kutluyoruz. Başarılarıyla sektörümüze değer katan tüm ödül sahiplerini tebrik ediyor, önümüzdeki yıllarda da birlikte yeni başarı hikâyeleri yazmayı diliyoruz.

3-4 HAZİRAN

RETAIL  
DAYS

26

PERAKENDE  
GÜNLERİ

HALIÇ KONGRE MERKEZİ

25.yıl

#PG26



# PERAKENDE GÜNEŞİ ÖDÜLLERİ 2026

3-4 HAZİRAN

RETAIL  
DAYS

2026

PERAKENDE  
GÜNLERİ

HALIÇ KONGRE MERKEZİ

25.yıl



# DİJİTAL PAZARLAMA BAŞARI ÖDÜLLERİ

#PG26

# KAZANANLAR

ARGEVİM  
INNOVATIVE MOBILE SOFTWARE DEVELOPMENT

Carrefour SA

d-dat I

ebebek

esas  
GAYRİMENKUL

MADAME COCO

MIGROSONE

wion

PIN  
DRINKS

TEKNO SA

URBAN Care

watsons



SOYSAL

# GEVİM & PIN DR

## PIN DRINKS: DİJİTAL DÖNÜŞ E KULLANICI DEĞERİYİMİ STRAT



3-4 HAZİRAN



25. Yıl

#PG26

## DIJİTAL PAZARLAMA BAŞARI ÖDÜLLERİ

### ARGEVİM & PIN DRINKS

#### “Pindrinks.com - Argevım Dijital Dönüşüm ve Kullanıcı Deneyimi Stratejisi”

Pindrinks.com, geleneksel içecek sektörü dijital varlıklarındaki karmaşayı ve bilgi yoğunluğunu elimine etmek amacıyla kurgulanmıştır. Projenin temel amacı; tüketicinin dijital platformdaki karar verme sürecini (Decision Making Process) hızlandıran, “Fonksiyonel Estetik” odaklı bir kullanıcı deneyimi (UX) inşa etmektir. Tasarım, markanın sağlıklı ve dinamik yapısını, kullanıcıyı yormayan minimalist bir arayüz (UI) ile sunar.

Pindrinks.com bu süreçte doğru kullanıcı deneyimi ve tasarım ile en çok satış yapılan mağazası olma başarısını göstermiş ve dijital platformlarda pazaryerlerini (Trendyol, Hepsiburada vb.) geride bırakmıştır. Bunun için kullanıcıya ürünün en doğru şekilde anlatılması amacıyla çok özel bir UI/UX tasarım çalışması yapılmış ve sonuçları KPI'lara yansımıştır. Günlük on binlerce adedin çıktığı bir başarı hikayesine dönüşmüştür.

Pindrinks.com; estetik vizyonun, kullanıcı deneyimi ve satın alma psikolojisi ile mobil deneyim mühendisliğinin birleştiği bütünsel bir UI/UX projesidir. İçecek sektöründeki konvansiyonel tasarımları yıkarak, modern web teknolojileri ve kullanıcı odaklı tasarım disiplinlerinin nasıl stratejik bir rekabet avantajına dönüşebileceğinin somut bir kanıtıdır. Pindrinks.com çok kısa bir sürede ortaya çıkan çok başarılı bir dijital pazarlama örneğidir.

Argevım Bilişim Teknolojileri olarak firmalarımıza özel çalışmalar yaparak dijitalde fark yaratan çözümler sunmaktayız. Birçok markamız ile online süreçlerini birlikte yönetmekteyiz. Türkiye'nin önde gelen 40'tan fazla markasının online partneri olarak çalışmaktayız.

Perakende sektörünün en büyük organizasyonunda, sektörün en vizyoner markalarından biri olan Pin Drinks ile bu ödüle uygun görülme büyük mutluluk duyduk.

# CARREFOURSA



3-4 HAZİRAN



25. Yıl

#PG26

## DIJİTAL PAZARLAMA BAŞARI ÖDÜLLERİ

### CARREFOURSA

#### “Payfour”

CarrefourSA olarak Yeni Nesil Market vizyonumuz doğrultusunda geliştirdiğimiz dijital cüzdanımız Payfour ile perakende ve finansal teknolojileri tek bir deneyimde buluşturduk. Müşterilerimizin değişen ödeme alışkanlıklarından ve esnek finansal çözümlere yönelik beklentilerinden yola çıkarak tasarladığımız Payfour; hazır limit, alışveriş kredisi, taksit ve ödeme erteleme gibi farklı ödeme seçeneklerini güvenli ve kullanıcı dostu bir mobil platformda bir araya getiriyor.

Payfour’u müşterilerimizin günlük yaşamına değer katan kapsamlı bir dijital ekosistem olarak hayata geçirdik. Farklı sektörlerden iş ortaklarımızla gerçekleştirdiğimiz iş birlikleri sayesinde kullanıcılarımıza alışverişten seyahate, akaryakıttan eğlenceye kadar uzanan geniş bir avantaj dünyası sunuyoruz.

Payfour ile ödeme süreçlerini daha hızlı, güvenli ve esnek hale getirirken, kişiselleştirilmiş avantajlarla alışveriş deneyimini zenginleştiriyoruz. Müşteri ihtiyaçlarını odağına alan bu yaklaşımımızla, perakende sektöründe dijital dönüşüme katkı sağlayan yenilikçi çözümler geliştirmeye devam ediyoruz.

AT & URBAN

PP BOTANYLA KİŞİSE

AZAMA YOLCU



SAL

3-4 HAZİRAN



25. Yıl

#PG26

## DIJİTAL PAZARLAMA BAŞARI ÖDÜLLERİ

### d-dat & URBAN CARE

#### “WhatsApp Botuyla Kişiselleştirilmiş Pazarlama Yolculuğu”

Son yıllarda dijital medya satın alma maliyetlerindeki hızlı artış, markaların reklam bütçelerinden elde ettiği verimi önemli ölçüde azaltıyor. Geleneksel dijital kanallarda artan rekabet ve maliyet baskısı, markaları daha etkili ve sürdürülebilir iletişim yöntemleri geliştirmeye yönlendiriyor.

Bu ihtiyaçtan hareketle Urban Care için hayata geçirilen proje kapsamında, WhatsApp stratejik bir pazarlama ve müşteri etkileşim kanalı olarak konumlandırıldı. Türkiye’de henüz yaygın olarak kullanılmayan bu yaklaşım doğrultusunda geliştirilen segmentasyon botu aracılığıyla, kullanıcıların izinleri dahilinde saç tipi verileri toplandı. Katılımı teşvik eden özel teklifler sayesinde yüksek etkileşim elde edilirken, kullanıcıların ihtiyaçlarına uygun ürün önerileri sunuldu.

Elde edilen segmentli veri seti sayesinde kitlesel iletişim yaklaşımının ötesine geçilerek, her kullanıcıya ilgi alanı ve ihtiyacına uygun kişiselleştirilmiş mesajlar iletildi. Böylece daha düşük maliyetlerle daha yüksek etkileşim ve dönüşüm oranları elde edilerek pazarlama verimliliği artırıldı.

Urban Care için geliştirilen bu model, WhatsApp’ın yalnızca bir iletişim aracı değil, aynı zamanda ölçülebilir sonuçlar üreten güçlü bir pazarlama kanalı olarak kullanılabileceğini ortaya koydu.

Yenilikçi kanal kullanımı ve maliyet etkin yapısıyla öne çıkan proje, markalara alternatif büyüme alanları sunarken, kişiselleştirilmiş pazarlama uygulamalarının sürdürülebilir ve ölçeklenebilir bir örneğini oluşturdu.

# ebebek

AC GEREÇ İNFLUENCER PROJ  
SATIŞA ÜŞE ETKİLEŞİM



SO L



#PG26

## DIJİTAL PAZARLAMA BAŞARI ÖDÜLLERİ

### ebebek

#### “Araç Gereç Influencer Projesi: Satışa Dönüşen Etkileşim”

ebebek, “Araç Gereç Influencer Projesi: Satışa Dönüşen Etkileşim” projesiyle bebeveynlerle kurduğu samimi ve güven odaklı bağı ödüllü bir pazarlama başarısına dönüştürdü. Çalışma kapsamında, araç gereç kategorisindeki yenilikçi ürünlerin geniş kitlelere tanıtılması, marka sadakatinin güçlendirilmesi ve doğrudan satışların artırılması amacıyla hedef kitleye hitap eden 35 influencer ile kapsamlı bir iş birliği gerçekleştirildi.

Influencer'lara bebeklerinin yaş gruplarına ve ihtiyaçlarına tamamen uygun üçer adet araç gereç ürünü ulaştırılarak, kendi deneyimlerine dayanan doğal ve samimi içerikler üretilmesi sağlandı. Belirlenen stratejik briefler doğrultusunda hazırlanan yaratıcı reels videoları, hem ebebek resmi sosyal medya hesaplarında hem de influencer'ların kendi profillerinde eş zamanlı olarak paylaşıldı. Toplamda 105 özgün paylaşım ile yürütülen bu kampanya neticesinde, reels içerikleri 20.911.821 izlenme ve 250.429 etkileşim alırken; story paylaşımları ise 3.732.634 görüntülenme sayısına ulaştı.

Sosyal medyanın dinamizmini doğru hedeflemeyle birleştiren kampanya döneminde, tam 226 adet araç gereç satışı gerçekleştirilerek kategorideki ticari performans belirgin şekilde yükseltildi. Proje, kısa sürede yakaladığı yüksek satış başarısının yanı sıra; marka algısı, müşteri memnuniyeti ve güveni üzerinde de kalıcı, ölçümlenebilir bir etki yaratarak araç gereç kategorisinin bilinirliğini en üst seviyeye taşıdı.

# ESAS GAYRİME

## SOPHA



3-4 HAZİRAN



25. Yıl

#PG26

## DİJİTAL PAZARLAMA BAŞARI ÖDÜLLERİ

### ESAS GAYRİMENKUL

#### “Shopla”

Dijitalleşme ve değişen tüketici beklentileri, alışveriş merkezlerinde ziyaretçi deneyimini yeniden şekillendiriyor. Günümüz ziyaretçileri, yalnızca alışveriş yaptıkları değil; kendilerini tanıyan, kişiselleştirilmiş faydalar sunan ve her temas noktasında değer yaratan deneyimler bekliyor. Bu beklentiler, perakende markaları için müşteri sadakatini güçlendirmenin, yatırımcılar için ise sürdürülebilir büyümenin temel unsurlarından biri haline geliyor. Bu dönüşüm ihtiyacından hareketle geliştirilen Shopla, ziyaretçiler, perakende markaları ve yatırımcılar arasında ortak değer yaratan yeni nesil bir sadakat ekosistemi sunuyor.

Microsoft Dynamics 365 CRM altyapısı ile OpenAI ve Gemini yapay zekâ servisleriyle entegre çalışan Shopla; ziyaretçi davranışlarını analiz ederek kişiselleştirilmiş kampanyalar oluşturuyor. OCR ve yapay zekâ teknolojileri sayesinde kullanıcıların alışverişleri saniyeler içinde analiz ediliyor, puanlar anında kazanılıyor ve kampanyalara beklemeden katılım sağlanıyor. “Anında fayda modeli” ile ziyaretçi deneyimi güçlenirken, AVM’ler ve perakende markaları için ölçülebilir değer yaratılıyor.

Bugün Shopla, 800’ün üzerinde marka ile aktif iş birlikleri yürüten, yüksek kullanıcı memnuniyetiyle öne çıkan bir platform olarak dikkat çekiyor. Perakende Güneşi Ödülleri’nde Dijital Pazarlama Başarı Ödülü’ne layık görülen Shopla, perakende markalarının ödüllendirildiği bu prestijli platformda başarı ödülü alan ilk AVM uygulaması olarak sektöründe önemli bir ilke imza attı. Bu başarı, AVM sektöründe veri odaklı pazarlama ve kişiselleştirilmiş müşteri deneyiminde ulaşılan yeni seviyenin güçlü bir göstergesi niteliği taşıyor.

MADAME COC

VEREN MECRADA, İLHAM  
ÖNÜŞÜMOR RTİŞİ: 7



3-4 HAZİRAN



25. Yıl

#PG26

## DIJİTAL PAZARLAMA BAŞARI ÖDÜLLERİ

### MADAME COCO

**“İlham Veren Mecerada, İlham Veren Dönüşüm Oranı Artışı: %78”**

Perakende sektörünün öncü markalarından Madame Coco, Mayıs 2025 döneminde Pinterest'te hayata geçirdiği alışveriş reklamları stratejisiyle dikkat çekici ve ölçülebilir başarılar elde etti. Kampanya sonucunda, benzer platformlardaki çalışmalarına kıyasla dönüşüm oranında %78 artış sağlayarak Pinterest'in performans pazarlaması açısından güçlü potansiyelini ortaya koydu.

Projenin hazırlık sürecinde Madame Coco ürünleri ve hedef kitleleriyle yüksek uyum gösteren Pinterest platformunda dönüşüm odaklı bir iletişim stratejisi geliştirildi. Pinterest'in dinamik katalog reklamlarını merkeze alan kampanya kapsamında tüm teknik ve operasyonel hazırlıklar tamamlanarak ürün feed entegrasyonları gerçekleştirildi ve reklamlar planlanan takvim doğrultusunda yayına alındı.

Kampanya boyunca, ürün feedlerinden beslenen kişiselleştirilmiş içeriklere odaklanıldı ve Pinterest'in makine öğrenmesi destekli optimizasyon yeteneklerinden etkin şekilde yararlanıldı. Bu sayede reklamlar hem yeni kullanıcılarla hem de yeniden pazarlama hedefli kitlelerle doğru temas noktalarında buluştu.

Sürekli takip ve optimizasyon çalışmaları sonucunda, benzer platformlardaki çalışmalara kıyasla dönüşüm oranında %78 artış sağlandı ve performans hedeflerine ulaşıldı. Elde edilen sonuçlar, Pinterest'in Madame Coco için güçlü bir görsel keşif ve satış kanalı olduğunu net şekilde gösterdi.

# MIGROS ONE

## MIGROS'U YAŞAYACAĞIM





#PG26

## DİJİTAL PAZARLAMA BAŞARI ÖDÜLLERİ

### MİGROS ONE

**“Yemekse Yemek, Marketse Market! Migros’la Yaşayacağım!”**

Migros One, kullanıcıların planlı market alışverişinden hızlı teslimata, sıcak yemekten günlük ihtiyaçlara kadar tüm beklentilerini tek bir uygulamada karşılayabildiği hibrit bir dijital ekosistem oluşturmak amacıyla “Migros’la Yaşayacağım!” yaklaşımını hayata geçirdi.

Projenin odağında, kullanıcı davranışlarını veriye dayalı biçimde analiz ederek doğru müşteriye doğru hizmete, doğru zamanda yönlendiren yapay zekâ destekli yeniden pazarlama modeli yer aldı. Yapay zekâ destekli sipariş olasılığı modeliyle kullanıcılar dönüşüm potansiyellerine göre segmentlere ayrıldı. Bu segmentler dijital reklam platformlarına otomatik olarak aktarıldı. Model ile uygulama indirmeleri %31, ilk sipariş verme oranı %27 arttı, hem market hem yemek siparişi veren hibrit müşterilerin oranı %9’dan %20’ye yükseldi. Dönüşüm oranlarında %49 uplift elde edilirken, yüksek olasılık segmentindeki kullanıcıların %66’sı ilk siparişini verdi.

# MİON

## ŞİŞİRİLMEMİŞ İNDİRİMLER





25. Yıl

#PG26

## DIJİTAL PAZARLAMA BAŞARI ÖDÜLLERİ

### MION

#### “Şişirilmemiş İndirimler”

Mion'un kişisel bakım ve kozmetik alışverişinde tüketicilere sade ve güven veren “Şişirilmemiş İndirimler” kampanyası Mion'un şeffaf, ulaşılabilir ve kapsayıcı marka yaklaşımını güçlü bir yaratıcı fikirle buluşturdu. Genç bir marka olmanın dinamizmini avantajına dönüştüren Mion, kozmetik kategorisinde fiyat ve indirim iletişimini daha net, samimi ve kullanıcı dostu bir dille anlatmayı amaçladı.

Kampanyanın merkezinde, eğlenceli bir metafor olarak balonlar yer aldı. Genç kızlara, yaş almanın güzelliğini sahiplenen kadınlara ve erkeklere seslenen üç farklı filmde “indirim balonuna kapılma” mesajı akılda kalıcı bir anlatımla işlendi. Ulusal TV kanalları, dijital mecralar, advertorial içerikler, radyo ve açık hava kanallarında yayımlanan kampanya geniş kitlelere ulaştı. Mion, yaratıcı kampanya diliyle marka vaadini geniş kitlelere taşıdı ve kişisel bakım alışverişinde şeffaf, keyifli ve güven veren bir iletişim alanı oluşturdu.

# TEKNOOSA

KILLI SAT D SIANI A



3-4 HAZİRAN



25. Yıl

#PG26

## DIJİTAL PAZARLAMA BAŞARI ÖDÜLLERİ

### TEKNOSA

#### “Bilge - Türkiye Perakende Sektöründe AI Tabanlı İlk Akıllı Satış Danışmanı”

Perakende sektöründe değişen müşteri beklentileri, artan rekabet ve saha operasyonlarının karmaşıklığı, mağaza ekiplerinin doğru bilgiye doğru zamanda ulaşmasını her zamankinden daha kritik hale getiriyor. Teknosa, çalışan verimliliğini artırmak, müşteri deneyimini güçlendirmek ve mağaza performansını sürdürülebilir şekilde geliştirmek amacıyla Türkiye perakende sektöründe bir ilke imza atarak yapay zekâ destekli dijital asistan Bilge'yi hayata geçirdi.

Bilge, mağaza çalışanlarının satış performanslarını anlık olarak takip edebilmelerini, hedeflerine yönelik kişiselleştirilmiş öneriler alabilmelerini ve operasyonel süreçlerde ihtiyaç duydukları bilgiye saniyeler içinde ulaşmalarını sağlıyor. Yapay zekâ destekli önerileri sayesinde çalışanların satış becerilerini geliştirirken, yöneticilerin de ekiplerini veriye dayalı olarak daha etkin yönetmesine katkı sunuyor.

Bulut tabanlı ve ölçeklenebilir yapısıyla çalışan Bilge; satış performansı, prim takibi, ürün önerileri, kampanya bilgileri ve operasyonel süreçleri tek noktada bir araya getirerek mağaza ekiplerinin günlük iş yükünü azaltıyor ve karar alma hızını artırıyor. Bugün Türkiye genelindeki tüm Teknosa mağazalarında aktif olarak kullanılan Bilge, yaklaşık 1500 mağaza çalışanının günlük iş süreçlerine destek veriyor. Sürekli öğrenen yapısıyla her geçen gün daha doğru öneriler sunan Bilge, çalışan deneyimini iyileştirirken, satış kalitesini arttırıyor, şirketin dijital dönüşümüne de önemli katkı sağlıyor. Elde edilen verimlilik artışı, yaygın kullanımı ve saha ekipleri tarafından benimsenme başarısıyla Bilge, perakende sektöründe yapay zekânın saha operasyonlarına uygulanmasına örnek gösterilen yenilikçi çözümlerden biri olarak öne çıkıyor.



WATSONS

KTAN ÖNÜ M KOR  
PAY Â İ M ER

3-4 HAZİRAN



25. Yıl

#PG26

## DIJİTAL PAZARLAMA BAŞARI ÖDÜLLERİ

### WATSONS

#### “Meraktan Dönüşüme: Kore Güzelliği ve Yapay Zekâ ile Müşteri Etkileşim Projesi”

Meraktan Dönüşüme: Kore Güzelliği ve Yapay Zekâ ile Müşteri Etkileşim Projesi, tüketicilerin Kore güzelliğine ve kişiselleştirilmiş içeriklere duyduğu ilgiden hareketle tasarlanmış, yapay zekâ destekli çok kanallı bir müşteri etkileşim çalışmasıdır. Projenin temel amacı, kullanıcıların merak duygusunu kişiselleştirilmiş deneyimlerle güçlendirerek marka etkileşimini artırmak ve bu etkileşimi satın alma davranışına dönüştürmektir.

Proje kapsamında kullanıcılar, Watsons Türkiye'nin Instagram hesabı üzerinden özel bir deneyime yönlendirilmiş; burada Uzak Doğu burçlarına göre kişiselleştirilmiş analizler, cilt bakım önerileri ve Kore güzelliği ürünlerinden oluşan rutinlerle buluşturulmuştur. Her kullanıcıya kendi özelliklerine uygun içerik ve ürün önerileri sunularak eğlenceli, ilgi çekici ve marka ile bağ kurmayı destekleyen bir deneyim yaratılmıştır.

Deneyimin devamında kullanıcılar WhatsApp kanalına taşınmış, özel avantajlar ve yönlendirmeler aracılığıyla dijital satış kanallarına erişimleri kolaylaştırılmıştır. Instagram, WhatsApp, mağaza içi iletişim alanları, SMS ve e-posta çalışmalarıyla desteklenen proje, fiziksel ve dijital temas noktalarını bir araya getiren bütünlük bir yapı sunmuştur.

Yapay zekâ destekli kişiselleştirme, Kore güzelliği uzmanlığı ve çok kanallı iletişim yaklaşımını bir araya getiren proje; müşteri deneyimini zenginleştiren, marka bağlılığını güçlendiren ve ticari sonuçlar üreten yenilikçi bir perakende pazarlama uygulaması olarak öne çıkmıştır.

3-4 HAZİRAN

RETAIL  
DAYS

2026

PERAKENDE  
GÜNLERİ

HALIÇ KONGRE MERKEZİ

25.yıl



# PERAKENDE GÜNEŞİ ÖDÜLLERİ 2026 BÜYÜK JÜRİSİ



**SENUR AKIN BİÇER**

ZÜCER Temsilcisi  
Arnica Elektrikli Ev Aletleri  
Yönetim Kurulu Başkanı



**ELİF ÇAPÇI**

BMD Temsilcisi  
Beymen Group CEO



**METE YURDDAŞ**

ZMD Temsilcisi  
Watsons Türkiye  
Genel Müdürü



**AV. MERTER ÖZAY**

GPD Temsilcisi  
Özay Hukuk Bürosu Kurucusu



**ONUR TAHİNCİOĞLU**

TURYİD Temsilcisi  
Tahincioğlu Holding  
Yönetim Kurulu Üyesi



**BURÇAK TAŞKIN  
YURDAĞUL**

İDA Temsilcisi  
İDA Yönetim Kurulu Başkanı ve  
Excel İletişim CEO'su



**NURİ ŞAPKACI**

AYD Temsilcisi  
AYD Yönetim Kurulu Başkanı



**ŞEHNAZ GÖKASLAN  
ÜNAL**

ETÜDER Temsilcisi  
Coca Cola İçecek  
Yerinde Tüketim Kanalı Satış Direktörü



**ÖMER GÜRKAN**

ETİD Temsilcisi  
ETİD Genel Sekreteri



**NURLAN İDEMEN**

ASD Temsilcisi  
ASD Genel Sekreteri



**MELTEM ÖZBEK**

MTD Temsilcisi  
Meltem Özbek Moda Tasarımı  
Kurucusu ve Kreatif Direktörü



**UĞUR İLHAMİ ÖZDEN**

MOBİSAD Temsilcisi  
MOBİSAD Genel Başkan Vekili



**AV. VEHBİ KAHVECİ**

TMD Temsilcisi  
Kahveci Avukatlık Bürosu  
Kurucusu



**YAŞAR SEKİZKARDEŞ**

TÜRES Temsilcisi  
Merhaba Gıda Ltd. Şti.  
Yönetim Kurulu Başkanı

# #PG26



PerakendeGunleri



PG\_Soysal



soysalegitimda1



perakende\_gunleri



soysalegitimdanismanlik



Perakende Günleri



SOYSAL



Perakende Günleri

[www.perakendegunleri.com](http://www.perakendegunleri.com)