

Ayın Konusu:

İş ve Yaşam Koçluğu

Başkan'ımızdan Mesaj

"İNSAN ; Değer verildikçe değerlenen, değerlendirilince daha çok değer üreten yaratılmış en aziz canlıdır. SARAY'da her birey ekibin en değerli üyesidir."

Sayfa 2



Portre: Haluk B. Yıldız

"28 yıllık birikim ve tecrübelerimi Saray Bisküvi'de en iyi şekilde değerlendirmek ve Saray Bisküvi'yi yüksek hedeflere taşımak istiyorum."

Sayfa 16



Röportaj: İş ve Yaşam Koçluğu Sezai Kırboğa

"Kişiler çoğu zaman yaşamın ve işinin yeterince farkında olmayabiliyor ve klasik kitle psikolojisiyle hareket ediyor."

Sayfa 7



İçindekiler

- 1 Başkan'ımızdan Mesaj
- 2 Sektörümüzden Haberler:
Tüketici Trendleri
- 5 İş Hayatı: Süreç Yönetimi
- 6 Ayın Konusu:
İş ve Yaşam Koçluğu
Röportaj: Sezai KIRBOĞA
- 9 Bizden Haberler
- 12 Aktüel- Kültür:
07-14 Nisan Sağlık Haftası
- 13 Sağlık: Bahar Ayında
Nasıl Beslenilmeli
Bahar Yorgunu Olmayın
Papatya Çayı
- 16 Aramıza Katılanlar
Doğum/Vefat
- 17 Portre: Haluk B. Yıldız

Merhaba...

Soğuk ve beyazlarla dolu bir kışı geride bıraktık. Her ne kadar son yıllarda mevsimler değişiklik gösterse de baharın havası hep heyecan dolu olmuştur.

Baharın hayatımıza getirilerinin en başında güneşli bir sabaha "Merhaba" diyebilmek geliyor. Güneşli sabahlar gülümsememiz için yeterli olabiliyor.

Saray Bülten ile baharı daha heyecanlı bir şekilde karşılıyoruz. Bu sayımızda sizlerle paylaşacağımız bazı konularımızdan kısaca bahsetmek isterim;

Güzelliklerinin yanı sıra baharın bazı dezavantajları da var. İki mevsim arasında kalmak daha doğrusu yoğun ve sert hava koşullarından çıkıp, hareketli bir mevsime girmek bir adaptasyon sürecini de beraberinde getiriyor. Bahar yorgunluğu olarak adlandırılan bu dönemi kimileri daha hafif, kimileri daha ağır atlatıyor. Bu sayımızda bahar yorgunluğunu en kolay yolla atlatabilmenin ipuçlarını ve sağlıklı beslenme için bahar meyvelerini sizlerle paylaşıyor olacağız.

Kimi zaman gerek iş gerekse günlük yaşamımızda öyle bir an gelir ki ne istediğimizi, hedeflerimize ulaşmak için neler gerektiğini bilemediğimizi fark ederiz. Başka bir deyişle "biri olsa da yol gösterse" dediğimiz bir noktaya geliriz. Bizler bu konuda şanslıyız, çünkü bünyesinde İş ve Yaşam Koçu bulduracak kadar çalışanına değer veren bir kurumun üyesiyiz. Bu alanda bize destek veren İş ve Yaşam Koçumuz Sezai Kırboğa ile yaptığımız röportajı ilgiyle okuyacağımızı düşünüyoruz.

İçinizin kıpır kıpır olacağı, sağlıklı, huzurlu, neşeli, bahara yakışır cıvılcıvıl günler geçirmeniz dileğiyle...

Yeni sayımızda görüşmek üzere,
Sevgi ve Saygılarımızla...

Gülsüm AVCI
Kurumsal İletişim

Saray'da Yönetici ve Yöninsan

SARAY

Amaç ve hedefleri ülkemizin ve insanlığın, tüm canlıların, refahı, huzuru ve mutluluğu doğrultusunda yüksek ideallere sahip organizasyonun ismidir ...

SARAY Ailesi, bu organizasyonda uzman, deneyimli yönetim ve üretim kadroları ile insanlık adına güçlü felsefesi olan ve bu yüksek idealle donanmış, bütün dünyada gece gündüz var güçleriyle çalışmaktadırlar. SARAY ürettiği her markalı ürününde insanlığa mutluluk temelinde felsefesini ortaya koyup piyasaya sunmaktadır ...

SARAY'ın dünya ve insanlık için bu ürünlerin üretimini yapan ve emeği ortaya koyan ekip bireyelerine, yöneticilerine bakış açısı da farklıdır.

Neden farklıdır; çünkü insan canlılar içerisinde yaratılmış; öğrenebilen, düşünebilen, düşüncelerini uygulayabilen, konuşabilen, duygularla donanımlı varlıktır.

İnsanı genel yaşam şartları ve iş hayatında da biyolojik makina gibi görmek yerine ruhi, fikri ve bedeni değerlerden oluşan, düşünen ve çalışan üretici yönüyle sadece yönetilen değil, organizasyonun önemli bir üyesi gibi görülerek davranılan bir değer olarak görmek gerekir.

İnsanları bireyden ekibe, sonra topluluk olmaya taşıyan ve bu topluluğu organize edip fikir, emek ve madde ile bütünleyip değer ürettiren eşitler içinde bir adım önde olan kişi ise yöneticidir. (Benim inanışıma, anlayışıma göre yönetici; öncelikle insanca düşünen, ana dili insanca olan, doğrusu Yönetici sıfatı yerine Yöninsan sıfatı ile tanımlanması gereken bir kavram olmalı).

Yöninsan = Yönetici; öğretici, eğitici, katılımcı anlayışla çalışan – çalıştıran, duyguları anlayan, insanda bulunan yetenek ve değerleri açığa çıkararak ve de bu değerle maddi varlıkları bütünleştirerek ürettiren önderdir.

Yönetici = Yöninsan yapılan işin, ortaya çıkarılan fikrin ve emeğin değerini ve sorumluluğunu hissettiren kişidir.



Yönetici = Yöninsan; hayaller kurduran, hayalleri gerçekleştiren, değerli olduğunuzu hissettiren ve değer veren kişidir.

Yine inanış ve anlayışıma göre kısaca Yönetici = Yöninsan;

Dürüstlük temelinde, doğru malzeme ve kadrolarla, doğru usul ve uygulama tuğlaları ve organizasyon harcı ile başarı çatısını yapan yaptıran mimardır.

İNSAN ;

Değer verildikçe değerlenen, değerlendirildikçe daha çok değer üreten yaratılmış en aziz canlıdır.

SARAY'da her birey ekibin en değerli üyesidir.

En kalbi sevgi ve selamlarımla.

Sami ÖZDAĞ
Sarayı Holding A.Ş.
Ynt. Krl. Bşk.

Günümüz Tüketici Trendleri'ne Bakış

Bugünün insanını yani alışverişçimizi, tüketicimizi iyi tanımak işimizde başarının en temel noktasıdır. Günlük yaşamları, önem verdikleri, sevdikleri, aktiviteleri ürünlerimizi ve işimizi şekillendirirken esas alacağımız konular olmalıdır. Son yılların en öne çıkan trendleri arasında bulunan “Doğaya dönüş”, “Sağlıklı yaşam” ve “Doğal beslenme” gibi birçok konu gıda sektörü için büyük önem taşıyor.

Bu alanda yapılan son araştırmaların ışığında sizler için günümüz tüketicisinin ve alışverişçisinin yaşamındaki en önemli trendleri özetlemek istedik; Ipsos Global Trends Raporu ve diğer bazı kaynaklardan toplanan bilgilerle oluşturulan raporla; dünyada yemek alanında ortaya çıkan ve günümüzün yemek endüstrisini etkileyen ve etkileyecek olan 10 yeni trendden bahsediliyor.

Buna göre 2014'ün 10 temel yemek trendi şu şekilde sıralanıyor:

- Atıştırmalık
- Global lezzetlerin ortaya çıkması
- Yerele olan sevgi
- Maceraperest hibritler
- Sağlık ve zindelik
- Yemek pişirme - açılış
- Kişiselleştirme - uyarlama
- Tavizsiz lezzet
- Atık farkındalığı
- Aslın önüne geçen tarz

Atıştırmalık trendinin de çıkış noktası olan zamanı optimum kullanma isteği rahat, kolay alışveriş imkanı arayışını da beraberinde getiriyor.

Tüketiciler zamanı iyi kullanmaya çok önem veriyorlar. Alışveriş noktasının yakın olmasını istiyorlar hatta bazı kategorilerde bilgisayarları kadar yakınlaşmış alışveriş imkanlarını kullanıyorlar. Tüketiciler artık



“zaman fakiri”. Tıpkı perakendeciler gibi ürünleri üretenler de kolaylık sunan, zaman kazandıran ürünler geliştirmeye önem vermeliler.

Diğer yandan tüketiciler artık hazırlık aşamasının son adımını kendilerinin tamamlayacağı ürünleri tercih ediyor. Çünkü bu tür ürünler hem tüketicilerin fazla zaman ve çaba harcamadan açlıklarını gidermelerini hem de son aşamasına katkıda bulunduğu daha kaliteli, sağlıklı ve kişiselleştirilmiş bir yemek yediklerini düşündürmelerini sağlıyor.

Tek bir ambalaj içinde birden fazla çeşidin yer aldığı ürünlerin bulunduğu pazar hızlı bir şekilde büyüyor. Et ürünlerinin (köfte, şiş); kahvaltılık çeşitlerin (jambon, peynir, zeytin, sucuk) gibi farklı ürünlerin bir arada olduğu paketler ile sunulması özellikle Avrupa’ da çok popüler.

Protein Ağırlıklı Beslenme

İstatistiklere göre yüksek proteinli beslenme şekli her geçen gün daha çok artıyor. Tüketiciler içinde doğal protein olan ürünleri araştırıyor.

Karbonhidratların aksine proteinle ilgili basında, sosyal medyada iyi haberler yapılması çoğu diyet uzmanının da diyet listelerinde ağırlıklı olarak yer vermeleri bu akışı destekliyor. İnsanların bilinçlenmesiyle protein bazlı gıdaların satışlarının her geçen gün daha da artması bekleniyor. Uluslararası Gıda Bilgi Konseyi (IFIC) tarafından gerçekleştirilen fonksiyonel gıdalarla ilgili bir tüketici anketine göre, tüketicilerin % 86'sı proteinin kilo yönetimine yardımcı olduğunu ve tokluk hissi sağladığını biliyor. Yine IFIC' in gıda ve sağlık araştırması da on tüketiciden dördünün daha fazla protein yemeye çalıştığını göstermiştir.

Zengin

Gevrekler

Güne sağlıklı ve hafif başlama konsepti altında yayılan kahvaltılık gevrekler özellikle Batı da ve Avrupa'da çok sık tüketilmektedir. Yapılan araştırmalara göre, ebeveynlerin % 82'si ve çocukların % 85'inin düzenli olarak kahvaltılık kilit besinlerden birisi olarak yer aldığı saptanmıştır. İngiltere'deki çocukların % 80'i, Fransa'da % 74'ü, İtalya'da % 70'i ve İsveç'te % 65'i tarafından gevrek tüketilmektedir. Artık günümüzde uzun uzadıya bir kahvaltılık yapılamıyor. Bu nedenle hızlı ve pratik çözümler bulmaya çalışıyoruz. Ama bir yandan sağlıklı beslenmek ... bu aklımızda sürekli yanıp sönen bir başlık... İşte bu nedenle de kahvaltılık gevrek (lif, vitamin bakımından zengin olanlar) tüketici için vazgeçilmez bir besin haline geliyor.



Ürün Etiketleri

Son yıllarda tüketicilerin etiket inceleme duyarlılıklarının ciddi biçimde arttığı ortaya çıkmıştır. Son on yılda meydana gelen değişimlerin konu edildiği bir araştırmada, tüketicilerin bu eğilimlerinin genel olarak



% 87'den % 96'ya, duyarlılığın daha yüksek olan gruplarda ise % 66'dan % 81 gibi yüksek bir orana ulaştığı saptanmıştır.

İnsanlar artık aldıkları ürünlerin içeriklerini merak etmektedir. Son kullanma tarihi, içindeki ham madde, ürünün orijini; ürün fiyatından daha önemli unsurlar haline gelmiştir. Bu unsurlar da tüketicinin satın alma kararlarını doğrudan etkilemektedir.

Bu değişim ile birlikte firmalarda ambalaj üzerine belirttikleri ifadeler ile (yağsız, şekersiz, tuzu azaltılmış, nitritsiz, glutensiz vs.) tüketicinin dikkatini çekmeye çalışmaktadır. Sadece "sağlığı" çağrıştırdıkları için bile bu ürünler gerçek hedef kitleleri dışında da tercih ediliyor ve satın alınıyorlar. 'Benim için daha iyidir, daha sağlıklı bir üründür' düşüncesi satın almayı destekliyor.



‘Y Kuşağı’ Tüketici Olmak

Y kuşağı tüketici sürekli sorgulayan, detay öğrenmeye çalışan, arzulu, meraklı, “Bana ne vaat ediyorsun, e peki bu benim ne işime yarayacak? Neden sen, öbürü değil, vs. ?” şeklinde ifadelere yanıt arayan, hemen isteyen hemen tüketen, 18-35 yaş arası genç kitleden oluşmaktadır. Türkiye’deki Y kuşağının % 66’sı sosyal alışverişe inanıyor ve arkadaşları veya aile bireyleri ile alışverişe çıkıyor. 11 ülkenin toplamında bu oran % 65 civarındadır. Y kuşağı tüketici, yeni versiyonların ve uygulamaların çıkmasını bekler.

İnsani yönleri ve etik algıları güçlü olduğu için tüketim anlayışları anlam ve değer üzerine kurgulanmıştır. Markalar ile duygusal ilişki kurar ve bu çerçevede hedonik (hazsal) satınalma davranışı gösterir. Karar verme aşamasında arkadaş ve referans gruplarından oldukça çabuk etkilenirler. Bir olumsuzluk yaşamaması durumunda başarılı bir şikâyet mekanizması oluşturur.

Bütün hepsini sosyal medyada paylaşmaya hazırdır. PR faaliyetlerine karşı hassasiyetleri yüksektir. Y Kuşağı için Marka Ederi (Brand Equity) ve Kurumsal İtibar algulamaları tüketim davranışlarını doğrudan etkileyen en önemli dokunulmaz değerlerdir.



Tüketici odaklı olmak bugünün dünyasında sürdürülebilir karlılık elde edebilmenin, kurumların büyüyerek devamlılıklarını sağlayabilmelerinin tek yoludur.

Tüketicinin şartı neyse işletmeler ancak ona uyararak var olabilirler.

Gülner Uluğ Elbistanlıoğlu
Pazarlama Direktörü



Süreç Yönetimi

Süreç Yönetimi, süreçlerin tasarımı, sürdürülmesi, müşteri ihtiyaçlarının daha iyi karşılanması için sürekli değerlendirme, analiz ve geliştirmeleri kapsayan bir çevrimdir.

Süreç Yönetimi, modellenen süreçlerle firmanın iş yapış şekillerinin standartlaştırılmasını ve performans ölçümüne imkan sağlayarak sürekli iyileştirmeyi hedefler.

• Süreç Yönetiminin hedefi, yeni bilgi ve kaynakları kullanarak veya önceki var olan kaynakları yeni bir şekilde kullanarak, bir organizasyonun

- o daha etkin
- o daha verimli
- o daha uyumlu
- o daha yüksek kapasitede
- o daha kısa sürede faaliyet göstermesini sağlamaktır.

Böylece müşteri memnuniyeti, maliyet avantajı ve değer zinciri sağlanacak; yapılan işlere ait aktiviteler değer katan ve değer katmayan olması açısından düşünülerek değer katmayanların elimine edilerek kaynakların doğru kullanımını sağlayacak ve maliyetler düşecektir.

Süreçlerimizi yönetmeliyiz çünkü;

- Süreçleri yönetmek işleri yönetmek ile aynı anlamdadır.
- İyi yönetilen süreçler doğru ve zamanında karar vermek için temel sunar.

Süreçlerimizi dokümanete etmeliyiz çünkü;

- Sadece ölçebildiğiniz şeyleri yönetebilirsiniz.
- Sadece dokümanete edilen bilgi ölçülebilir ve değerlendirilebilir.

Süreçler birkaç şekilde dokümanete edilebilir:

- Grafikselsel (akış şemaları)
- Çizelgesel/ tablosal
- Metinsel

Süreç Yönetimine Geçiş Adımlar

- Süreçlerin Tanımlanması : Kurumun yaptığı işleri, ürettiği ürünü ya da müşteriye verdiği hizmetleri kapsayan tüm süreçlerin tanımlanmasıdır.
- Destek, Yönetim ve Operasyonel süreçlerden oluşan ana süreçlerin, süreçlerin ve alt süreçlerin belirlenmesidir.
- Süreçlerin Sahiplerinin Belirlenmesi: Sürece hakim, sürecin performansından sorumlu, süreç ekibini yönlendirebilecek, yapma, denetleme, değiştirme yetkisine sahip kişilerdir.
- Süreç Hedeflerinin Belirlenmesi: Sürecin performansının ölçülebilmesi için süreçlere hedefler konulmalıdır. Hedefler, sürecin müşteri ihtiyaçlarını ve beklentilerini karşılamak üzere belirlenir.

Erkan YAPRAK



İş ve Yaşam Koçluğu

Hayatımızın hemen hemen % 85'i iş hayatında geçmektedir. Bu nedenle yaptığımız işi ne kadar severek yapıp yapmadığımız, hayatımızın nasıl geçtiği ve geçeceğiyle ilgili belirleyicidir.

Başarılı olmanın en temel faktör hangi branşta iyi olabileceğini bilmek, ama onun ötesinde kararlı bir şekilde kendine inanmak ve hedefe ulaşana kadar mücadele etmektir.

Kimi zaman gerek iş gerekse günlük yaşamımızda öyle bir noktaya geliriz ki ne istediğimizi, hedeflerimize ulaşmak için neler gerektiğini bilmediğimizi fark ederiz. Başka bir deyişle "biri olsa da yol gösterse" dediğimiz bir noktaya geliriz. Bünyesinde İş ve Yaşam Koçu bulunduran ender şirketlerden birisiyiz. Bu nedenle Sezai Kırboğa ile röportaj yapıp sizlerle paylaşmak istedik.



1. Bize öncelikle kendinizi tanıtır mısınız?

03 Mart 1950 Konya-Taşkent doğumluyum. Eğitimimi Konya Selçuk Üniversitesi İlahiyat Fakültesinde tamamladım. Felsefe, mantık, sosyoloji, din psikolojisi dallarında özel çalışmalarda bulundum. 30 yıl Diyanet İşleri Başkanlığı çeşitli birimlerinde görev yaptım. Almanya, Fransa ve Hollanda'da eğitim ve din hizmetlerinde bulundum. Arapça, Farsça, Fransızca eğitimi aldım ileri derecede Osmanlıca okuma ve yazmaya vakıfım. Takım çalışmaları koordinasyon ve iletişimi eğitim programlarına katıldım. Ayrıca:

1. İş ve insan ilişkileri-Stres yönetimi,
2. Etkili iletişim becerileri ve zaman yönetimi,
3. Stratejik insan kaynakları yönetimi,
4. Halkla ilişkiler ve organizasyon kurslarına katıldım, pedagojik formasyona sahibim.

2. İş ve Yaşam Koçluğu nedir?

Kişiye farkında kılmak yaşam ve iş alanlarında önemli yönlere dikkat çekmektir. Mevcudun nasıl değerlendirilmesi, mevcut olmayana nasıl ulaşılması gerektiğini örneklerle vurgulamaktır.

Kişiye kendisinin, yaşamının ve işinin önemini kavratmak ona yaşama sevinci ve çalışma bilinci verebilmektir.

Mutluluğun gelecek zamanda değil yaşadığı her anda hissetmesini sağlamaktır. Onun toplum içinde var oluşunun önemini ve işinin kendine, ailesine ve insanlığa hizmet ve fayda sağladığı bilincine ulaştırmaktır. Şeffaflığı, dürüstlüğü duygu yansıtmasını sağlayabilmek için psikolojik oksijen vermektir.

Gözlemlerle gelişmeleri takip edip hedefe ulaşmak için empati dahil bütün pozitif metotlarda ısrarcı olmaktır. Kısaca yeni bir hayat modeli yeni bir iş anlayışı, vizyon ve misyon kazandırmaktır. İş hayatının insan için vazgeçilmez bir zaruret olduğunu hissettirmektir.

3. Niçin Yaşam Koçluğuna ihtiyaç vardır?

Yaşadığımız toplumda her insan çeşitli eğitim ve öğretimlerden geçiyor ve birçok şey öğreniyor.

Ancak hayatın akışı içinde bu bilgileri kullanma metoduna sahip değildir. Yani bilgiler monte edilmemiş bir makinenin parçaları gibi dağınık ve disiplinsizdir. Hatta bazı konularda bilgisi olduğu halde o bilgiyi hayata geçirmede ya yetersiz ya da duyarsız olabiliyor. Kişiler çoğu zaman yaşamın ve işinin yeterince farkında olmayabiliyor klasik kitle psikolojisiyle hareket ediyor. Yaşamın her anının ve işinin her alanının mutlak önem taşıdığının farkında olamayabiliyor.

İşte Yaşam Koçu bu yanılğı ve ihmalleri önlemek değerleri fark ettirmek kişinin hem psikolojik hem de fiziki gücünü yaşamına aktarabilmesi konusunda ihtiyaç duyulan bir uyarıcı bir yönlendirici bir mutluluk müjdecisi aynı zamanda metodoloji ortaya koyan sanatkardır. Onun için Yaşam Koçuna ihtiyaç var.

4. Bugüne kadar İş ve Yaşam Koçluğu şirketimize nasıl bir katkıda bulundu ve yapılan çalışmalardan kısaca bahsedebilir misiniz?

Çalışmalarımız iki önemli başlıkta toplanabilir;



A) İnsani boyutu: Çalışanları bilinçlendirmek onlara değer vermek, bizim için onların önemli olduğunu hissettirmek, yöneticiler ve iş arkadaşlarına karşı olumlu ve uyumlu davranışlar kazandırmak. Diğer açıdan onlara güven vermek empati kurmak, güzel sözlerle iletişim kurmak gibi davranışları kazandırmak için çaba harcıyoruz.

B) İş boyutu: Kişiyeye işinin önemini anlayacağı düzey



de anlatmak, yaptığın işin aynı zamanda ülkeye ve millete fayda temin eden bir gayret olduğunu hissettirmek. İşinde başarının kendisini mutlu kılacağını dikkatsizliğinin kendine ve ürüne zarar vereceğini anlatmaya çalışıyoruz.

Yapılan Çalışmalardan Bahsetmek Gerekirse;

Çalışmalarda, devamlı iletişim halinde olup konuşma ve beden diliyle çalışanlarımıza ulaşıyorum. Bana bir konu veya isteği anlatırken onları gayret ciddiyet ve güven verici sükûnetle dinlerim. Konuyu önceden anlasam bile onun sözünün bitirmesini beklerim ve sonra konuşurum. İsraf edilmiş bir ürün gördüğümde bir şeyler söylemekten daha çok bir şeyler anlatmaya çalışırım.

Örnek: Iskartaya çıkan bir ürün hakkında onlarla birlikte değerlendirmeye girerim. Bir ürünün bu safhaya gelinceye kadar geçirmiş olduğu evreleri birlikte değerlendirelim deyip üründe kullanılan hammadde kalemlerini sıralarım. Bir tanesini ele alıp son aşamaya kadar ona verilen emek ve masrafı ortaya koyarım. Bunlardan buğdayın ekimi, bakımı, biçimi, harmanı un haline gelişi, nakliyesi, ambalajı, yüklemesi, hamur haline gelişini göz önüne sunarım. Diğer hammaddelerinde masrafları elde edilişlerinin değerlendirmesini de göz önüne alıp, imalat ve fırından geçtikten sonra bu ürünün hiç edilişi ve ona verdiğimiz emeğin boşa gidişi elbette hepimizin aklına aykırı olduğunu söyleyerek değerlerin muhafazası konusunda farkındalık oluştururum.

5. Kariyer planlama sürecinde koçluk yönetiminin katkılarından bahsedebilir misiniz?

Biliyoruz ki bu konuda başarıya ulaşmanın vazgeçilmez şartları vardır. Koçluk bu konuda kişilere kazanım sunabilmelidir. Şöyle ki: Bilgi birikimi, tecrübe, hedefe en kısa yoldan ulaşma metodu başkalarının bilgilerini de kullanma yolları, mesleği ciddiye alma, bulunduğu durumun geçici olduğunu daha ileriye gitmesi gerektiğini inandırma, işiyle çevre ilişkisini disiplinli yürütme ilgili konularda geniş araştırma kabiliyeti kazandırma.

İşte bu kazanımları elde edebilmesi için İş ve Yaşam Koçu metot ve yol haritasında kişilere yardımcı olur. Kişinin uzun zamanda elde edeceği birikim ve davranışları az zamanda test edilmiş neticeleri ona sunar.

6. Koçluk yönetimiyle şirketimizin yeni davranış modelinin nasıl olacağını ve ekiplerimizi bu konuda nasıl yönlendireceğinizden bahsedebilir misiniz?

Önce şunu söyleyelim ki bugün çalışma ortamında bulunan insanlarımız düne göre daha bilinçli, daha kültürlü, daha teknik imkânlarla sahiptir. Başarıyı yakalayabilmemiz için kişi ve ekibe güven ortamını oluşturup onlara değer verdiğimiz hissettiriyoruz. İş ile işçiyi birlikte değerlendirip hedefe ulaşmak için olumsuzluklardan uzak duruyoruz, söz ve davranışlarımızda çalışanlarının morallerini yüksek tutulması için gayret sarf ediyoruz. Yöneticilerle çalışanlar arasında bir ekip birlikteliği sağlayıp birimiz hepimiz hepimiz birimiz felsefesiyle hareket ediyoruz. İletişim dili ve davranışlarımızla uyum ortamının sürekliliğine katkıda bulunuyoruz.



08 Mart Dünya Kadınlar gününde, Semiha Özdağ Hanımefendi Ormanı'na, basın ve sosyal medya mensubu 165 Hanım için fidan dikimi gerçekleştirilmiştir.

Dünya Kadınlar günü mesajımızla birlikte fidan dikim sertifikalı tebrik kartları gönderilmiştir.

Ayrıca Sayın Sami Özdağ'ın Kadınlar Günü mesajı tüm şirketlerimizde yayınlanmış olup, 08 Mart Dünya Kadınlar günü kutlaması gerçekleştirilmiştir.



Emekleriniz ve yüreğinizi de katarak güzelleştirdiğiniz her şey için teşekkür ediyor, sevgi ve saygılarımızı sunuyoruz.

8 Mart
Dünya Kadınlar Günü'nüz
kutlu olsun!

Sami ÖZDAĞ
Yönetim Kurulu Başkanı
Saray Holding A.Ş.

Tüketici Duyusal Değerlendirme Araştırmaları



Araştırma şirketimiz Xsights Danışmanlık ile Ar-ge'mizin çalışmış olduğu üç yeni ürünümüzün, hedef kitlelerini temsil niteliği taşıyan 150 kişiyle duyusal değerlendirme ve isim araştırması yapılmıştır. Ürün geliştirme ve pazarlama çalışmalarımız bilimsel araştırmaların ışığında tüketici odaklı bir yaklaşımla devam etmektedir.

Bi' Çikilop Daha...



Çikilop ateşleme kampanyamız Mart ayında da devam etmiştir.

Çikilop TV kampanyamızı ikinci kez uzattık. 15 gün daha çocuklar ve annelerin programlarında tüketicilerimiz ve alışverişçilerimize ulaşmakla kalmayıp, haber ve finans kanallarını da kampanyamıza ekleyerek iş dünyasını da Çikilop reklamlarıyla buluşturduk.

Eğitim Çalışmalarımız



İç Anadolu, Ege, Marmara Bölgeleri satış destek ekibimiz ile 20 Mart tarihinde eğitim toplantısı yapılmıştır. Yeni çalışma sistemimiz kendilerine anlatılmıştır. Dijital raporlama sistemimiz, yeni rut planı ve Saray merchandising standartlarımız ekip ile paylaşılmıştır.

Fabrikamızda Çalışanlarımıza “Kanser” Eğitimi Verildi



01- 07 Nisan kanser haftası etkinlikleri kapsamında Saray Bisküvi fabrikasında çalışan işçilere yönelik Bulaşıcı Olmayan Hastalıklar, Programlar ve Kanser Şubesinde görevli Dr. Canan Tekin tarafından bazı kanser türlerinin nedenleri, belirtileri ile kanserden korunma, erken tanı ve tarama konularında eğitim verilmiştir.

Yeni Ürünler ve Yenilenenler



Üretim verimliliğini arttırmak ve tüketici taleplerini karşılamak adına mevcut ürünlerimizin bazılarında gramaj değişikliği yapılmıştır. Gramajı yenilenen ürünlerimiz;

- Petibör 800 gr ürünümüz 1000 gr olarak yenilenmiştir.
- Finger 700 gr ürünümüz 780 gr olarak yenilenmiştir.
- Chocolips Çikolata Kaplı Kek ürünümüz Multipack ambalajlarda 105 gr olarak yenilenmiştir
- Tatpare Karışık Meyveli Kek 25 gr ürünümüz 30 gr olarak yenilenmiştir.
- Tatpare Kakaolu Kek 25 gr ürünümüz 30 gr olarak yenilenmiştir.





7-13 Nisan

Dünya Sağlık Haftası

Sağlıklı yaşam, her insanın doğumuyla birlikte elde ettiği ve insan olmaktan dolayı kazandığı bir hak. Sağlık kavramı hayatımızda hiç bir kavramla değiştirilemez veya ölçülemez.

Sağlıklı toplumlar için öncelikle toplumun en küçük yapı taşı bireyin sağlıklı olması gerekir. Bireyler sağlıklı olduğunda toplumlar da sağlıklı olur.

İnsanların sağlık kurallarını öğrenmesi ve sağlıklı yaşama bilincine kavuşması için Birleşmiş Milletler Örgütü 7-13 Nisan tarihleri arasında Sağlık Haftası olarak kabul etmiştir. Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) Anayasa'sı 7 Nisan 1948 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Bu nedenle her yıl 7 Nisan Dünya Sağlık Günü olarak, 7-13 Nisan tarihleri arası da Sağlık Haftası olarak kutlanmaktadır.

Her yıl Sağlık Haftası Birleşmiş Milletler'e üye ülkelerde aynı zamanda değerlendirilir. Sağlık Haftası'nın amacı, sağlık bilgisinin ve yardımının geniş halk kitlelerine ulaşmasıdır. Hafta boyunca insan sağlığı konusunda radyolarda konuşmalar yapılır. Televizyonda sağlıkla ilgili programlar sunulur. Gazete ve dergilerde insan sağlığı ile ilgili yazılar yayınlanır. Bu hafta içinde okullarımızda beden sağlığı, beslenme konusunda bilgiler verilir. Sağlığın önemi anlatılır. Sağlıklı olmanın kuralları öğretilir.

Birleşmiş Milletler Örgütü, her yıl bir sağlık konusu seçer. O yıl üye ülkelerde konu üzerinde durulur. Seçilen konu bir hastalık ise bu hastalığın tanımı, belirtileri, iyileştirme yöntemleri anlatılır.

Türkler, yüzyıllardan beri sağlığa çok önem veren bir millettir. Cumhuriyet döneminde de sağlık alanında büyük adımlar atılmıştır. Birçok hastane, sanatoryum, prevantoryum, sağlık evi, dispanser, doğum evi açılmış, sıtma savaşında, özellikle veremle savaşta büyük başarılar sağlanmıştır.

Dünya milletlerinin sağlık işlerinde birbirlerine yardımcı olmaları amacıyla, Birleşmiş Milletler Örgütüne bağlı olarak 7 Nisan 1947'de Dünya Sağlık Teşkilâtı kurulmuştur. Bu nedenle her yıl Nisan ayının yedinci günü "Dünya Sağlık Günü" olarak kutlanır. Dünya Sağlık Teşkilâtı, şimdiye kadar birçok hastalık üzerinde araştırmalar yapmış, dünyanın geri kalmış bölgelerine çeşitli yardımlarda bulunmuştur. Trahom, böcek ve barsak kurtları, sıtma ve şehirleşme konularıyla ilgili çalışmalar yapmıştır. Günümüzde "AIDS" ve "Kanser" gibi henüz tedavisi tam bilinmeyen hastalıklar üzerinde çalışmalarını sürdürmektedir. Her sene yaptığı çalışmalarını dergi, broşür, resim ve yazılarla dünyaya bildirmektedir. Türkiye de bu kuruluşa üyedir.

http://www.istanbul saglik.gov.tr/w/onemli_gun/dunyasagligunu.asp
<http://www.dersimiz.com/belirligun-265-Saglik-Haftasi-hakkin-a-genei-bilgi.html#.VPXDweld4q0>
<https://www.nkfu.com/saglik-haftasi-ile-ilgili-yazi/>

Bahar Aylarında Nasıl Beslenmeliyiz

Söz konusu sağlık olunca, dikkat edilmesi gereken en önemli konulardan biri beslenmedir. Ürünleri mevsiminde tüketmek vücudumuza ihtiyaç duyduğu maddeleri kazandırır ve sağlıklı beslenmemizi sağlar.



Kış aylarının sona ermesinden sonra ısınan havayla birlikte, artan enerji gereksinimi daha aza iner. İştah daha rahatlıkla kontrol edilebilir ve daha az kalori alınır. Beslenmemizde de mevsim geçişlerine göre bazı değişiklikler ve düzenlemeler yapmak gerekir.

Yiyecekleri mevsiminde tüketmek hem çevresel açıdan hem de iyi sağlık için en mantıklısıdır. Yerel olarak yetiştirilmiş mevsimlik gıdaları tüketmek en taze ürünleri yediğimiz anlamına gelir. Ayrıca bir mevsimde yetişen ürünler vücudun o mevsimde en çok ihtiyaç duyduğu maddeleri içerir. Örneğin, sulu, potasyum zengini meyvelere sıcak bir yaz gününde, kışın ortasından çok daha fazla ihtiyaç duyarız. Yaşanılan yer bakımından bu mevsimde yetişen sebze meyveler değişiklik gösterebilir fakat bahar aylarının en faydalı ürünleri şunlardır:

Çilek: Çok kısa olsa da çilek mevsimi herkesin favorisidir. Yerel olarak yetişmiş, lezzetli çilekler C vitamini açısından çok zengindir. Çilekte ayrıca folik asit bulunur ve folik asit hamilelikte alındığında bebekte zihinsel kusurları engellerken, kalp damar hastalıklarına karşı koruyucu bir rol üstlenebilir.

Ispanak: Ispanağı her mevsimde bulmak mümkün olsa da yerel bir çiftçiden alınmış veya tarladan toplanmış ıspanağın yeri başkadır. İyi bir E vitamini kaynağıdır. E vitamini çoğu insanın beslenmesinde eksik kalan güçlü bir antioksidandır.

Pancar: Pancarın hem kökü hem de yaprakları yenilebildiği için iki kat işe yararlar. Karaciğer temizlenmesi için yardımcı olabilir. Pancar yaprakları A ve K vitamini açısından zengin kaynaklardır. A vitamini görüş ve sağlıklı bir bağışıklık sistemi için önemlidir, K vitamini ise kanın pıhtılaşması için mecburidir ve kemik sağlığında önemli rol oynar.

Yeni Dünya: Malta eriği de denir. Yüksek oranda A vitamini içerir. Ayrıca B vitaminleri, fosfor, potasyum ve şeker yönünden zengindir. Bu yönüyle göz ve cilt sağlığını korur ve sindirim sisteminin de dostudur.

Ayrıca bahar sebzeleri arasında şunlar vardır: enginar, bakla, madımak, patlıcan, arpacık soğanı, semizotu, papatya, ebegümece, domates, salatalık, bezelye ve barbunya. Çoğu sebze bahar aylarında zeytinyağı olarak pişirilir ve sağlık için daha faydalı olur.

<http://www.alternatifterapi.com/icerik/bahar-mevsiminde-en-iyi-6-meyve-ve-sebze>

<http://www.sigortam.net/organik-beslenme-ve-bahar-sebzeleri>

Bahar Yorgununu Olmayın

Bahar mevsimiyle birlikte sıcak ve güneşli havaların yarattığı pozitif etkinin yanı sıra kendini gösteren halsizlik ve yorgunluklara dikkat!

Bahar yorgunluğunu atmak için beslenmeye çok dikkat etmek gerekiyor. Antioksidan vitaminler bol miktarda tüketilmeli. A ve C vitaminleri bu grubun en önemlileri. Bu vitaminleri almak için bol miktarda sebze ve meyve tüketilmeli. Hemen hemen her derde deva olarak gösterilen sebzeler bahar yorgunluğuna da iyi geliyor.

Bahar yorgunluğu neden olur?

Halsizlik nedenlerinin başında meteorolojik etkiler gelir. Mevsim geçişleri öncelikle hormonal sistemimizi etkiler. Vücudun yeni çevresel değişikliklere alışması ve hormonal sistemin yeniden dengeye girmesi zaman alır.

Kirli hava, havadaki elektrik yükünün artışı ve iyon değişiklikleri de yorgunluk hissine neden olan diğer etkenlerdir. Ani ısı değişiklikleri ise adaptasyon sistemimizi zorladığı için mevsim başında bizi en çok etkileyen nedenlerden birisi olarak sayılabilir.

Gözden kaçırılmaması gereken şey bahar yorgunluğu tablosunun uzun sürmediğidir. Sürekli yorgunluk ve genel durum bozukluğu bu belirtilerle seyreden ciddi hastalıkları düşündürmelidir. Tiroid hastalıkları, ciddi depresyonlar, kronik hastalıklar, kötü huylu hastalıklar atlanmamalıdır. Böyle durumlarda bir an önce doktora başvurulmalıdır.

Bahar yorgunluğuna karşı alınacak önlemler:

Bahar yorgunluğunun önlemleri daha bahar gelmeden alınmalıdır. İlk yapılması gereken şey, beslenme düzeninin ayarlanmasıdır. Öncelikle beslenmedeki sebze ve meyve miktarı artırılmalı, yağ miktarı düşürülmelidir.

Bir öğünde çok miktarda yemek yerine, ara öğünlerin olduğu düzenli bir beslenme programı uygulanmalıdır. Yeterli sıvı tüketimi de önemlidir. Günlük sıvı tüketimi ortalama 2 lt ve üstü olmalıdır. Çoğunlukla da su tercih edilmelidir. Süt ve süt ürünleri de tüketilebilir.



Kış aylarının diğer bir riski hareket azlığıdır. Hava şartları ve günün kısa olması hareketimizi kısıtlar. Yapılması gereken şey kış aylarında da özellikle yürümenin tercih edilmesi, imkan varsa spor yapmaya devam etmektir. Fakat günlük pratikte spor yapma oranının daha az olduğunu görmekteyiz. Kış sonuna doğru günün uzaması ve havanın biraz daha sıcak olmasından yararlanarak düzenli bir yürüyüş programı yapabiliriz. Hafta içinde fırsat buldukça, hafta sonlarında ise düzenli olarak yapılacak egzersizler ve spor aktiviteleri daha dinç olmamızı sağlayacaktır. Düzenli spor yapanlarda bahar yorgunluğunun daha az görüleceği muhakkaktır.

Ruhsal stresler bahar yorgunluğunun diğer bir nedenidir. Stresi azaltabilecek spor faaliyetleri, sosyal aktiviteler ve dış ortamda daha çok zaman geçirme yararlı olacaktır. Güneş ışınlarının ve aydınlığının ruhumuza olumlu etkileri olduğunu unutmamak gerekir. Uyku düzeninin sağlanması diğer önemli bir konudur. Alışık olduğumuz uyku düzenini değiştirmemeliyiz. Herkesin ihtiyacı olan uyku miktarı farklıdır. Bahar aylarına girerken uyku düzeni bozulabilir.

Alerji, kalp damar hastalığı, astım ve şeker hastalığı gibi kronik rahatsızlıkları olanların ise mevsim dönemlerine girerken doktor kontrollerini yaptırmaları gerekmektedir. Çünkü bu hastalarda oluşabilecek komplikasyonlar, bahar yorgunluğu gibi algılanabilir. Ayrıca ilaç tedavilerinin yeniden düzenlenmesi ile bu dönemi daha rahat geçirebilirler.

Destekleyici vitamin ve ilaçlar en çok merak edilen konulardan birisidir. Gerektiğinde bu ilaçlar kullanılabilir. Özellikle doğal ilaç olarak bilinen destek ürünleri kullanımının çok arttığı günümüzde bunların çoğunlukla kontrolsüz kullanıldığını görmekteyiz. Hangi destek ürünü olursa olsun daima doktora danışılarak kullanılması daha sağlıklı olacaktır.

Kaynak : <http://www.pudra.com/saglikli-yasam/saglik/baharin-yan-etkisi-yorgunluk-2010.htm>

Papatya Çayı



Yüzyıllardır uyku bozukluklarının tedavisinde, soğuk algınlığına ve mide rahatsızlıklarına karşı kullanılan papatya üzerine 20 yıldan bu yana yapılan araştırmalar geleneksel kullanımının yararlarını bilimsel sonuçlarla destekliyor.



Papatya çayının bilinen bazı faydalar

Uyku bozuklukları tedavisinde kullanılır.

Romatizmal rahatsızlıklar için kullanılır.

Deri döküntüsüne yol açan cilt hastalıklarının belirtilerini hafifletir.

Yemeklerden sonra sindirime yardımcı olarak kullanılır.

Gastrit ve ülseratif kolit tedavisinde kullanılır.

Sabah bulantılarını hafifletir.

Alerji belirtilerini azaltır.

Stresi azaltır.

Mide kasılmalarını engeller.

Kaygıyı azaltır ve genel bir rahatlama sağlar.

Kasları gevşetir, krampları azaltır.

Bağırsak hareketini artırır.

Diş eti hastalıklarını önler.

Ağız iltihaplarını iyileştirir.

Sakinleştirir Karaciğeri çalıştırır

Sırt ve bel ağrılarını hafifletir

Bağıışıklık sistemini güçlendirir

Boğaz ağrısını alır

Apse tedavisinde gargara suyu olarak kullanılır.

<http://www.bitkicaylarinin faydolari.com/papatya-cayinin-faydolari/>

Aramıza Katılanlar

Sayın Cafer FINDIKOĞLU, Saray Holding A.Ş. Yönetim Kurulu adına Saray Bisküvi ve Gıda San. A.Ş. Yönetim Kurulunda Saray Holding A.Ş.'yi temsil etmek adına göreve başlamıştır.

1974 yılında ODTÜ, İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümünden mezun olan Findıkoğlu, Etibank' ta Pazarlama Uzmanı olarak başladığı 41 yıllık iş yaşamını Gazi Üniversitesi'nde Öğretim Görevlisi olarak sürdürdü. Bu süre içerisinde pazarlama alanında, yüksek lisans ve doktora çalışmalarını da tamamladı. 1980 yılında Ordu Pazarları Satış Müdürü olarak adım attığı OYAK (Ordu Yardımlaşma Kurumu)'ta, ikinci yılın sonunda CEO olarak 3 yıl daha Ordu Pazarlarını sonrasında ise, 12 yıl boyunca Yatırım ve İştirakler Grubunu yönetti. Bu görevi süresince OYAK'ın ortaklığı bulunan toplam 26 adet şirkette; Otomotiv, Çimento, Banka, Sigorta, Lojistik, İç ve Dış Ticaret, Tarım İlaçları, Gıda, Petrol Dağıtım sektörlerinde faaliyet gösteren toplam 26 şirketin yönetimini üstlenmiş aynı zamanda bu şirketlerde Yönetim Kurulu Üyelikleri ve Başkanlıklar yapmıştır. Aynı zamanda OYAK'ın yeni yatırımlarına liderlik edip gerçekleştirmelerini sağlarken TİSK Yönetim ve Yürütme Kurulu Üyelikleri, Çimento İşverenleri Sendikası Yönetim Kurulu Başkan Vekilliği görevlerini yürütmüştür. 1997 yılı başında Sagra Gıda, sonrasında ETİ ve Yıldız Holding Grupları bünyesindeki çeşitli şirketlerde Yönetim Kurulu Üyeliği, Genel Müdürlük ve Başkan Yardımcılığı görevlerinde bulunmuştur. Hâlen çeşitli sektörlerde Danışmanlık ve Yönetim Kurulu Üyeliği yapmakta ve Sertifikalı "Melek Yatırımcı" olarak deneyimlerini paylaşmaktadır.

Sayın Doruk N. EMİROĞLU, Saray Bisküvi ve Gıda San. A.Ş. 'de Genel Müdür olarak göreve başlamıştır. Hızlı Tüketim ürünleri (FMCG) sektöründe, 20 yıldan fazla mesleki deneyime sahip olan Emiroğlu gerek çok uluslu firmalarda gerekse lider Türk şirketlerinde üst düzey yöneticilik yapmıştır. Sadece Türkiye'de değil aynı zamanda Orta Doğu - Körfez ve Afrika pazarlarında ve çevre ülkelerde geniş bir deneyime sahiptir. İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi mezunu olan Emiroğlu, evli ve 2 çocuk babasıdır. Gelecek sayımızda "Portre " bölümümüzde kendisini daha yakından tanıyacağız.

Sayın Haluk Bilal YILDIZ, Saray Bisküvi ve Gıda San. A.Ş. Yurt İçi Satış Direktörü olarak göreve başlamıştır.

Sayın Murat TOKATLI, Milkman şirketimizde Satış Direktörü olarak göreve başlamıştır.

Sayın Faruk YÜKSEL, Saray Bisküvi ve Gıda San. A.Ş. Karaman Fabrikamızda, İmalatlar Müdürü (Sıcak ve Soğuk Ürünler) olarak göreve başlamıştır.

Sayın Haluk HIZLISOY, Saray Bisküvi ve Gıda San. A.Ş. Marmara Bölgeler Müdürü olarak göreve başlamıştır.

Sayın Kubilay GÜLSEM, Saray Bisküvi ve Gıda San. A.Ş. İç Anadolu/Batı Karadeniz Bölgeler Müdürü olarak göreve başlamıştır.

Sayın Atila TATAR, Saray Bisküvi ve Gıda San. A.Ş. Ege Bölgeler Müdürü olarak göreve başlamıştır.

Sayın Sezai AYGÜL, Saray Bisküvi ve Gıda San. A.Ş. Doğu Akdeniz/Güney Doğu Anadolu Bölgeler Müdürü olarak göreve başlamıştır.

Sayın Emel SÜLÜN, Saray Bisküvi ve Gıda San. A.Ş. Ticari Pazarlama Yöneticisi olarak göreve başlamıştır.

Sayın Can AKİL, Greeneco şirketimizde Muhasebe Yöneticisi olarak göreve başlamıştır.

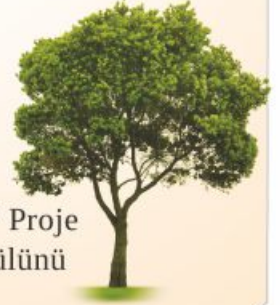
Bunları Biliyor muydunuz?

SE-K-A Saray VAKFI

- Saray Holding'in, 1998 yılında tamamlanmış olduğu, Karaman'da bulunan Mehmet Bey Üniversitesi Kamil Özdağ Fen-Edebiyat Fakültesinin 4650 m2 kapalı alan, 1 blok ve 8 derslikten oluştuğunu biliyor muydunuz?



- Karaman il merkezi, Şarözü mevkiinde 2.000.000 m2 alanlı Semiha Özdağ Hanımefendi Ormanımız olduğunu, örnek ağaçlandırma çalışması ile Vakıflar Genel Müdürlüğü "Uygulanmış Çevre Konulu" Proje yarışmasında en iyi proje ödülünü aldığını biliyor muydunuz?



Doğum

- Saray Bisküvi Karaman Fabrika'da İhracat Departmanında çalışan Gökhan MACIK ile Satınalma Departmanında çalışan Fevziye MACIK arkadaşlarımızın 13 Şubat 2015 tarihinde Ahmet Eren adında bir oğulları olmuştur.
- Saray Bisküvi Karaman Fabrika'da Vardiya Şefi olarak görev yapan Recep ÖZKAL ile Kalite Güvence Departmanında çalışan Ezgi Ceren ÖZKAL arkadaşlarımızın 30 Mart 2015 tarihinde Şükran adında bir kız çocukları olmuştur. Bebeklerimize sağlıklı, huzurlu, uzun bir ömür diler, arkadaşlarımızı tebrik ederiz.

Vefat: Firmamız bünyesinde Üretim Planlama Müdürü olarak görev yapmakta olan Abdülhadi KARAHÜSEYİN Bey ve Vardiya Şefi olarak görev yapmakta olan Raşit KARAHÜSEYİN Bey'in babaları Arif KARAHÜSEYİN vefat etmiştir. Kendilerine baş sağlığı dileriz.

Portre: Haluk B. Yıldız



Saray Bisküvi ve Gıda San. A.Ş. Yurt İçi Satış Direktörü Haluk B. Yıldız 1962 İstanbul doğumlu, evli ve 2 çocuk babasıdır.

Galatasaray Lisesi (1980) ve İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi (1986) mezunu olup çok iyi düzeyde Fransızca ve İngilizce bilmektedir.

1986 yılından beri iş hayatının içerisinde olan Haluk B. Yıldız iş hayatına Anomak Ltd. Şirketinde Satış Müdürü olarak başlamıştır. Daha sonra Endüstriyel Ürünler A.Ş.'de 1992 yılına kadar Satış ve Pazarlama Müdürü olarak görev yapmıştır.1992 yılında Sivas'ta askeri hizmetini kısa dönem olarak tamamladıktan sonra yine aynı yıl CP Piliç/Charoen Pokphand A.Ş.'de Satış ve Pazarlama Müdürü olarak 1994 yılına kadar görev yaptıktan sonra Koç Grubu şirketlerinden Düzey Pazarlama A.Ş.'ye Bölge Müdürü olarak girmiş, yaklaşık 6 yıllık çalışma süresi sonunda, Perakende Satışlar Müdürü pozisyonunda iken Eti Pazarlama'ya Satış Direktörü olarak geçiş yapmıştır. Eti'de 8 yıl boyunca bu görevi sürdüren Haluk B. Yıldız 2006 yılında Kraft Gıda Türkiye'de Satış Direktörü pozisyonunda işe başlamıştır. Kraft Foods Türkiye'de 6 yıl görev yaptıktan sonra Tamek Gıda'da 1,5 yıl, Doğu Çay'da ise 1 yıl Satış ve Pazarlama'dan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı olarak rol alan Haluk B. Yıldız, Saray Ailesi'ne Şubat 2015 itibarıyla katılmıştır.

Hızlı Tüketim Malları Alanındaki yaklaşık 28 yıllık birikimini ve özellikle de atıştırmalık sektöründeki tecrübelerini yeni firmamızda en iyi şekilde değerlendirmek ve firmayı yüksek hedeflerine taşımak için tüm gayretini ortaya koyacağı belirten Haluk B. Yıldız kitap ve film tutkudur. Seyahat etmeyi, yeni yerler, farklı yaşamlar ve eserler görmekten mutlu olduğunu iletmektedir.

Saray

Çikilop

