

DEKORASYON | SÖYLEŞİ



# Nişantaşı'na yeni konsept

*Devon&Devon, Bossini, Teuco, Zucchetti, Kos ve Starpool gibi dünya banyo modasına yön veren markaların Türkiye temsilciliğini yapan Gültaş Gallery, şubat ayında yeni mağazasını İstanbullularla buluşturdu. Kentin sanat, eğlence ve moda dünyasının kalbi Nişantaşı'nda açılan muhteşem konseptte sahip mağazayı ziyaret edip showroom sahipleri Lemi Gülman ve Başar Sandallı'yla keyifli bir sohbet gerçekleştirdik*

## Başar Bey ile ne zamandır ortakınız?

**Lemi Gülman:** Başar Bey ile babalarımız 40 senelik dosttur, kardeş gibidirler. Dolayısıyla bizim esasen ailevi bir dostluğumuz vardır. Beraber büyüdük diyebilirim. Ortaklığımız ise bir sene önce başladı. Bunda onların burada, Nişantaşı'nda mülk sahibi olmaları da etkili oldu.

## Nişantaşı mağazası fikri nasıl oluştu?

**Başar Sandallı:** Bu kadar kıymetli bir yerde, Nişantaşı Abdi İpekçi Caddesi'nde mal sahibi olmak bir ayrıcalık. Böyle potansiyel müşteri kitlesinin olduğu

bir yerde Gültaş Gallery gibi bir firmanın da showroom'unun olması önemli olacaktır. Zira bizim müşteri portföyümüzün hemen hemen yüzde 90'ı mimari ofislerden geçiyor. Birçok mimarın ofisi de Nişantaşı'nda olduğu için, onlara yakın olma şansına sahip olduk. Bu açıdan düşünerek buraya odaklandık. 17 Şubat 2016'da resmi açılışımızı yaptık. Yaklaşık 4 aydır da faaliyettediriz.

## Şu anda Nişantaşı'nda ürünlerinize ilgi nasıl?

**Lemi Gülman:** Fulya'da ve Levent'te de çok güzel showroom'larımız var. Özellikle Fulya'daki amacımız firmamızı

zaten bilen kişilerin randevu bazında oraya gelmesiydi. Orası Nişantaşı mağazamıza göre daha büyük. Ancak faaliyette olduğumuz 4 ay boyunca ciddi bir müşteri kitlesine sahip olduğumuzu gördük. Abdi İpekçi Caddesi'nde yürürken showroom'umuzu görüp gelenler, "Ben sizden 20 sene önce şu ürünü almıştım" diyenler, bizi ziyaret edenler oldu. Yani eski müşterilerimizi yine kazandığımızı fark ettik. Oysa bunu amaçlamaktan ziyade, zaten hitap ettiğimiz segmente daha yakın olmak istediğimiz için Nişantaşı'na gelmiştik. Eski müşterilerimizin de bizi bulması perspektifimizi genişletti.



"NİŞANTAŞI  
MAĞAZASININ  
AÇILIŞIYLA ESKİ  
MÜŞTERİLERİMİZİ  
YENİDEN  
KAZANDIĞIMIZI  
FARK ETTİK.  
ONLARIN BİZİ  
BULMASI  
PERSPEKTİFİMİZİ  
GENİŞLETTİ."

## DEKORASYON | SÖYLEŞİ



15 yıl önce aldıkları ürün ve markayı burada hâlâ bulabiliyorlar mı?

**Lemi Gülman:** Kuvvetle muhtemel. Portföyünüzdeki markaların iyi olması önemli bir şeydir ama biz mümkün olduğunca mükemmel olduğumuz firmayı en az 10 sene yanımızda tutmaya çalışıyoruz. Bu ilişkinin kesilmesi için iki olasılık var: Ya çok demodendir ya da batmıştır. Bu olağanüstü durumların dışında, o marka mimarlarca beğeniliyorsa, dünya çapında bir yeri varsa, kendi ürününü modanın içinde tutabiliyorsa, kolay kolay o firmadan vazgeçmeyiz. Satış ve pazarlama olarak da tatmin etmeye çalışırız.

Peki ya müşteri gözünden süreç nasıl ilerliyor?

**Lemi Gülman:** Bizden bir ürün aldıklarında, üç ya da hatta beş sene sonra da müşterilerimize o ürünle ilgili yardımcı olabiliyoruz. "Biz o markayı artık satmıyoruz" demek gibi bir lüksümüz yok. Bizim sektörümüzde bu sıkça görülen bir yaklaşım. Bir marka bir senede çok defa el değiştirmişse ondan uzak dururuz. Kuruluş tarihimizden bu yana bunu asla yapmadık. Farkımız burada ortaya çıkıyor. Ayrıca bugüne kadar bizim portföyümüzden çıkan

bir marka olmadı. Aksine, bizim yollarımızı ayırmak istediğimiz markalar oldu. Onlara, onları buraya kadar tanıtabildiğimizi söyleyip yollarımızı ayırdık. Temsil ettiğimiz markanın modaya uyumu, kalitesi, çizgileri bize uygun olmalı.

Dünya banyo modasını damıyorsunuz diyebilir miyiz?

**Başar Sandallı:** Gültaş Gallery'de satışa sunulan her firmayı daha önce uzun uzun incelemiştir, tanımıştır. Bir fuara tanışıp Türkiye'de satmaya başlamayız. Bizim sürecimiz çok ciddi ilerler. Tanıştıktan sonra mutlaka fabrikayı ziyaret eder, ürünlerin nasıl üretildiğini görür, sistemini iyice algılamak isteriz. Bu işin başında kim var? Parası olan herhangi biri mi, yoksa işine aşık biri mi? Bu firma dünya sektöründe nerede? Mimarlarca ne kadar destekleniyor? Türkiye'ye uygun mu? Kalitesi ne durumda? Satış sonrası hizmeti var mı? Garantisi samimi mi, yoksa kağıt üzerinde mi? Böyle çok sayıda soru sorarız. Hepsinin cevabı "evet" olsa bile süreç burada bitmez. O firmanın yetkililerinden, Türkiye'deki ekibimize eğitim vermelerini isteriz. Bunu her sene ya da iki senede bir tekrarlarız. Zira sürekli yeni ürünler çıkar. Gerçekten hazır

olduğumuzda Gültaş Gallery'de yer veririz. Müşterilerimize sunarız. Bu süreci bu sektörde kimse bizim kadar ciddi yürütmüyor. Bazı durumlarda Gültaş, banyoyu anahtar teslim olarak tamamlayabiliyor. Bu süreç için eğitimler çok önemli. Biz başka firmaların sattığı markaları satmıyoruz. Piyasada görebileceğiniz, herkesin sattığı malzemeleri Gültaş Gallery satmaz. Bu yüzden sektörün zirvesinde yer alıyoruz.

Mimarlarla ciddi bir iş birliğinin var, değil mi?

**Başar Sandallı:** Mimarlar bizi, onların modasına uyumlu ürünler pazarladığımız için tercih ediyorlar. Sonuçta bir evi bitirdikten sonra diğerine geçiyorlar. Yıllar sonra o evin sakini mimari arayıp "Musluğum çalışmıyor" diyemez ki. İşte bu noktada bizim verdiğimiz güvence devreye giriyor. Firma olarak iş tamamlandıktan sonra, müşterimizle baş başa kalıyoruz.

Beyaz yakahlara dokunmak istediğinizi biliyorum. Bu süreçte ne kadar yol aldınız?

**Başar Sandallı:** O konuda epey yol kay ettiğimizi düşünüyorum. Arkada bir ofisimiz var, mimarlarımız orada yeni projeleri takip ediyorlar. Yeni mimari ofisleri

arıyor, yeni bağlantılar kuruyorlar. Onlarla sürekli iletişim hâlinde. Güzel gelişmeler oluyor. Ama elbette şu anda yaz sezonu geldi ve sektör sakin. Eylül ayından itibaren hızla devam edeceğiz.

Nişantaşı ofisinizin dekorasyonu müthiş. Konsepti nasıl oluşturduunuz?

**Lemi Gülman:** Bu işe girirken çok sayıda alternatif göz önünde bulundurduk. Bu showroom'u nasıl bir konseptle yaratacağımıza karar vermek ciddi bir işti. Bu mağazada Feng Shui felsefesine uyarak ilerledik. Masadan en ufak aksesuara kadar her şey bu felsefeye göre konumlandırıldı. Mesela toplantı ve müşterilerimizle görüşme masamız, Feng Shui'ye göre bu mağazanın bereket köşesinde yer alıyor. Bir müşteri geldiğinde burada çok daha rahat hisseder, biz de burayı iş bitirme köşesi olarak görüyoruz. Bu mağazadaki her ayrıntının matematiksel bir dengesi var. Nişantaşı zaten ambiyans kökenli bir yer. Dünya markalarının sıkça bulunduğu bir yer. Biz de yapı sektöründen bir firma olarak üzerinde bulunduğumuz caddedeki tüm firmaların havasına uyacak bir showroom yarattık. Ne yazık ki metrekaresiz kısıtlı. Fulya'da vitrinimiz çok daha genişken





burada daha dar. Ancak çeşitli iç mimari çözümlerle bunları hallettik. Bizce bu showroom'un en önemli özelliği, Mirror TV. Mirror TV, müşterilerimizle görüşme yaptığımız masanın hemen yanında yer alıyor. Duvarla bütünleşik yapıdaki bu ekranda **Gültaş Gallery**'nin tüm yelpazesini inceleyebilirler.

**Başar Sandallı:** Burada bir **Devon&Devon** köşemiz de var. Zaten **Gültaş Gallery**, **Devon&Devon**'ın en büyük bayiidir. Orada şömine karşısında bir kahve ve çikolata eşliğinde, sohbet ederek ürünleri tanıyabilirsiniz. Ürünleri tanıtmanın yanı sıra, uzun uzun sohbet etmek de bizim için çok önemli. Bu yolculuk sırasında müşterilerimizi bir psikolog gibi dinliyoruz. Evlerini, hayatlarını analiz edip onlara en uygun ürünleri öneriyoruz. İslak hacimlerde bu işin doktoru biz olduğumuzdan, son bir teklifte bulunuyoruz. Tek bir batarya fiyatını söyleyip satmaktan ziyade, hayat tarzınızı nasıl destekleyebileceğimizi düşünüp öyle hareket ediyoruz. Nişantaşı showroom'umuzun, küçük metrekare olmasına rağmen bize sağladığı en büyük avantajı budur. Spa&Wellness köşemizi de titizlikle yarattık.

Hepsini showroom'umuzda müşterilerimize çalışır vaziyette sunuyoruz. Müşteri bundan da öte gitmek isterse, ciddi bir SPA deneyimi sunabiliyoruz. Türkiye'de SPA partnerimiz Zone SPA'dır. Çok sayıda şubeleri var. Müşterilerimize bir kupon veriyoruz. Gidip orada SPA deneyimlerken, dilerlerse masajı da yaptırabiliyorlar. Gerçek SPA keyfini onlara göstermek istediğimiz için bunu yapıyoruz. Bundan keyif aldıklarında da kendi evlerinde böyle bir özel alan yaratmak istiyorlar. Aynı zamanda burada dikey masajlı tepeden duşlu bir shower experience köşemiz var. Tüm ürünler gibi onlar da iPhone ve iPad ile kontrol edilebiliyor; mobil cihazlardan müzik, ışık ayarlaması yapabiliyorsunuz. Shower experience köşemizin bir farkı ise Bossini markamızın Eikon adında bir ekranına sahip olması. Bu ekran bir panodur, düşün her özelliğini o panodan kontrol edebilirsiniz. Artık suyu çevir aç, kaldır aç gibi bir moda yok. Her şey düz bir ekran üzerinden kontrol edilebilmeli. Gelecekte zaten büyük firmaların tüm ürünleri böyle olacak.

**Fuarları nasıl değerlendiriyorsunuz?**

**Başar Sandallı:** Fuarları ve markaları çok yakından takip ediyoruz. Herhangi bir fuara gitmekle iş bitmiyor. Biz AR-GE kısmına da ağırlık veriyoruz. Markanın DNA'sını inceliyoruz. Fuarı gidip modayı görüp dönmek yanlış bir iş olur. Fuarda tasarımcılarla gelecekte nelerin moda olabileceğini, banyo dekorasyonunun nereye gittiğini, yapı sektöründeki değişimleri konuşuyoruz. Bugün dünyada muhtelif trendler var. Ancak Türkiye hangisini istiyor? Biz mimarlarımıza gidip onlara tarzlarını, kendilerini nasıl tazelediklerini, devam eden çalışmalarını soruyoruz. Onlar dünya modasını çok sıkı takip ettiklerinden, onlardan da böyle besleniyoruz. En iyi mimarlarla, taleplerini gördükten sonra aramızda gerekli çözümleri sağlıyoruz. Gerekirse yeni markalarla anlaşılıyor. Bu marka geleceğin modasına uygun, teknik açıdan yeterli, kaliteli, seçkin çalışan ve istediğimiz tüm standartlara uygunsuz, kapımız sonuna kadar açıktır. Ama sadece modaya uygunsuz ve teknik olarak yetersizse, bu iş olmaz. En iyi markaları damıtıp sağlam bir ürün yelpazesi sunuyoruz. Zaten yurt dışındaki pek çok güçlü firma Türkiye'ye girmek istiyor. Çoğu da bizim kapımızı çalarak pazara girmek istiyor.

**Doğal taş sektöründe de olduğunuzu biliyoruz. Endless'i da anlatır mısınız?**

**Lemi Gülman:** Evet, Gültaş'ın bir iş ayağı daha var. "Endless" adında, kendi içimizde oluşturduğumuz bir marka yarattık. Endless aslında doğal taş dünyasına adadığımız bir fikir. Mimari ofislere ya da direkt müşteriye anahtar teslim hizmet sunabiliyoruz. Doğal taş alımı için 17 ayrı ocakla çalışıyoruz. Türkiye, İtalya, İspanya ve Güney Amerika'dan, Brezilya'dan doğal taş getiriyoruz. İşin kumaşı taştır. Her ülkenin kendine has özellikler taşıyan taşları vardır. Mesela Brezilya'da dünyanın en iyi kayrak taşları çıkar. İtalya'da muhteşem kum taşları çıkarılır. Dünyanın en güzel taşlarını bulup portföyümüze kattığımızı söyleyebilirim.

MAĞAZADA  
YER ALAN  
**DEVON&DEVON**  
KÖŞESİNDE,  
ŞÖMİNE  
KARŞISINDA BİR  
KAHVE EŞLİĞİNDE  
SOHBET EDEREK  
ÜRÜNLERİ  
İNCELEMENİN  
MÜMKÜN.