

# Yalıtım Sektöründe Pazarlama Stratejileri



'DOĞRUSU'

DALMAÇYALI, ISITMA VE SOĞUTMA  
AMAÇLI HARCANAN ENERJİDEN  
%60'A VARAN TASARRUF SAĞLAR



TASARRUF  
AZ MI?



DANIŞMA MERKEZİ  
444 1 222



İKİ BİLEŞENLİ GÜÇ

ÇATLAK KÖPRÜLEME

YÜKSEK DAYANIM

SERİDEKİ ÜRÜNLER



İKİ BİLEŞENLİ GÜÇ

Polimer ve kauçuk katkıları, elyaf takviyeli yapı, yüzeyde dayanıklı bir film oluşturur.

ÇATLAK KÖPRÜLEME

Yüksek elastikiyet, yüzey hareketlerine uyum sağlar ve çatlakları köprüler.

YÜKSEK DAYANIM

Yeraltı suları, sülfat ve mikroorganizmalara karşı dirençlidir.

TÜM ÜRÜNLERDE 24 kg likit + 8 kg toz • Uygulama sıcaklığı +5 °C / +30 °C • Su bazlı, solvent içermez

# Sektörü Yakından Takip Etmek İçin...



Yapı sektöründe ne olmuş, ne oluyor, ne olacak?  
En güncel, en etkili haberler ve tüm bilgiler  
her zaman kesintisiz, en hızlı [yapi.com.tr](http://yapi.com.tr)'de

**yapi.com.tr**  
Yapı Sektörünün Haber Portalı

# “10 Numara Mantolama”yı Kalekim bilir!

Türkiye’nin ilk ısı yalıtım paketini  
sunduğumuz günden bugüne,  
ısı yalıtımının inceliklerini  
**en iyi biz biliriz.**

## Yalıtım Profesyoneliği



Kalekim  
Isı Yalıtım Sistemleri  
**24 ay**  
**uygulama garantisi**  
sunmaktadır.





İZODER Yönetim Kurulu Başkanı

Atalay Özdayı

## Yalıtımda Değeri Anlatmak, Geleceği Kurmak

Değerli okurlarımız,

Yalıtım sektörü; enerji verimliliği, yapı güvenliği, sürdürülebilirlik ve yaşam konforu açısından her geçen gün daha fazla önem kazanıyor. Bu gelişim, sektörümüzün yalnızca kaliteli ürünler sunmasını değil, aynı zamanda bu ürünlerin yarattığı değeri doğru ve etkili bir şekilde anlatmasını da gerekli kılıyor. Bu nedenle pazarlama, artık yalnızca satış ve tanıtım faaliyetlerinden ibaret değil; bilgi, güven, müşteri deneyimi ve uzun vadeli değer yaratmayı kapsayan stratejik bir süreç olarak öne çıkıyor. Bu sayımızın dosya konusu olan “Yalıtım Sektöründe Pazarlama Stratejileri”, sektörümüzde yaşanan dönüşümü anlamak ve geleceğe yönelik fırsatları değerlendirmek açısından önemli bir çerçeve sunuyor.

Dijitalleşme, değişen beklentiler ve küresel rekabet, pazarlama yaklaşımlarını yeniden şekillendiriyor. Bu noktada doğru ve güvenilir bilgi sunmak, teknik uzmanlığı anlaşılır bir iletişimle buluşturmak ve tüm paydaşlarla güçlü ilişkiler kurmak büyük önem taşıyor.

Sektörümüzün gelişiminde bu ortak anlayışın temelini oluşturan unsurlardan biri de güçlü iletişim ve iş birliğidir. Türkiye yalıtım sektörünün üretim gücünü ve uluslararası rekabet potansiyelini daha ileriye taşımak için bilgi paylaşımına, deneyim aktarımına ve ortak hedefler doğrultusunda hareket etmeye ihtiyacımız var. İZODER olarak, üyelerimizle kurduğumuz iletişimi güçlendirmeyi ve sektörümüzün gelişimine katkı sağlayacak ortak çalışma alanlarını desteklemeyi önemsiyoruz. Bu yaklaşım doğrultusunda başlattığımız “Üye Sohbetleri” toplantılarının ilkinin Bursa’da gerçekleştirdik.

Üyelerimizle doğrudan iletişim kurmak ve sektörel gelişmeleri birlikte değerlendirmek amacıyla düzenlediğimiz toplantıda ortak çalışma alanlarını ele aldık. Üyelerimizin sahadaki deneyimlerini ve önerilerini doğrudan paylaşma fırsatı bulduğu bu buluşma, sektörümüzün önceliklerini birlikte değerlendirmek açısından önemli bir adım oldu.

İZODER olarak, üyelerimizle bilgi ve deneyim paylaşımını artıran, sektörümüzün ihtiyaçlarını daha yakından anlamamızı sağlayan ve ortak çözümler geliştirmemize imkân tanıyan çalışmaları sürdürmeye kararlıyız. Çünkü güçlü bir sektör yapısının güvene dayalı ilişkiler ve ortak bir gelecek vizyonu ile mümkün olduğuna inanıyoruz. Bu sayımızın sektörümüz için yol gösterici olmasını diliyorum.

Saygılarımla



Yüksek yangın direncine sahip doğru yalıtım ürünleri ile İzocam; olası tehlikelere karşı sizi, sevdiklerinizi ve yapılarınızı korur.



# İZODERGi

eylül - ekim 2026 Sayı 181



## 08 İZODER'den Haberler

İZODER'in "Üye Sohbetleri"  
Bursa'dan Başladı

## 12 İZODER'den Haberler

İZODER'den İZODER ve TMMOB  
Mimarlar Odası'ndan İş Birliği

## 22 Sektör Görüşü

Yalıtımda Pazarlamanın Yeni Odağı,  
Değeri Görünür Kılmak

## 34 Sektör Görüşü

Yalıtımda Yeni Dönem: Bilinçli Tercihler,  
Sürdürülebilir Yapılar

### Sahibi

Isı Su Ses ve Yangın Yalıtımcıları Derneği  
(İZODER) Adına

### İmtiyaz Sahibi

Atalay ÖZDAYI

### Sorumlu Yazı İşleri Müdürü

Seyran MAZİ

### Yayın Kurulu

Gizem Taşdemir  
Melis Demirkoparan  
Özge Müçek  
Hidayet Şahan

### Teknik Kurul

Arkın KONAK  
Kenan GEÇİM  
Timur DİZ  
Turgay YÜKSEL  
Umut CEYLAN

# içindekiler



## 40 Sektör Görüşü

Yalıtım Sektöründe Pazarlama:  
Bilgi, Görünürlük ve Güven

## 44 Sektör Görüşü

Yalıtım Sektöründe Pazarlama:  
Üründen Değere, Satıştan Güvene

## 48 Sektör Görüşü

Yalıtımda Pazarlamanın  
Değişen Yüzü

## 52 Yalıtım Uygulamaları

Vantage Ofis Projesi

### Yönetim Yeri

İZODER  
Şerifali Mah. Hendem Cad. No. 58 Y. Dudullu  
Ümraniye / İSTANBUL Tel: 0216 415 74 94 (Pbx)  
www.izoder.org.tr izodergi@izoder.org.tr

### Grafik Tasarım

Karmafikir  
www.karmafikir.com  
karma@karmafikir.com

### Yayın Türü

Yaygın, Süreli 2 aylık

İZODERGi'deki teknik yazılar Teknik Kurul üyeleri tarafından hakemlenir. Yayımlanan yazılardaki düşünceler, bilgiler yazarlarına veya firmalarına ait olup İZODERGi'yi bağlamaz.

Reklamlar reklam verenin sorumluluğundadır. İZODERGi reklamlarda verilen bilgilerden dolayı sorumlu tutulamaz.

# İZODER'in “Üye Sohbetleri” Bursa'dan Başladı

İZODER – Isı Su Ses ve Yangın Yalıtımcıları Derneği, üyeleriyle doğrudan iletişimi güçlendirmek, sektörel gelişmeleri birlikte değerlendirmek ve üyelerinin görüş ve önerilerini dinlemek amacıyla başlattığı “Üye Sohbetleri” toplantılarının ilkinin Bursa’da gerçekleşti. 23 Eylül’de Podyum Davet’te düzenlenen buluşmada, İZODER Yönetim Kurulu Başkanı Atalay Özdayı, Başkan Vekili Çağdaş Korkmaz, Başkan Yrd. Ozan Turan, Sayman Levent Çeki, Yönetim Kurulu Üyeleri Alper Doğruer, Burak Biliç, Cengiz Atalay, Kazım Ozan Kaya, Murat Erenoğlu, Nurcan Özdemir, Osman Babucci, Selahattin Özüpek, Volkan Zengin ve Genel Sekreter Timur Diz, bölgedeki üyelerle bir araya geldi. Toplantıda, sektörün gündemindeki gelişmeler, sektörün geleceği ve ortak çalışma alanları ele alınırken, Doç. Dr. Filiz Eryılmaz, güncel ekonomik gelişmelere ilişkin değerlendirmelerini paylaştı.

## Sektörün geleceğine ortak akılla yön verme hedefi

Toplantının açılışında konuşan İZODER Yönetim Kurulu Başkanı Atalay Özdayı, 16. Dönem Yönetim Kurulu döneminde gerçekleştirilen çalışmalar hakkında üyelere bilgi verdi. Üyelerle bir araya gelmenin ve onların görüşle-



rini doğrudan dinlemenin önemine dikkat çeken Özdayı, İZODER’in 1993 yılından bu yana üyeleriyle oluşturduğu güçlü birlikteliğin sektörün gelişimindeki rolünü vurguladı. Özdayı, İZODER’in geleceğe yönelik çalışmalarında üyelerin aktif katılımının büyük önem taşıdığını belirterek şöyle konuştu: “İZODER olarak kurulduğumuz 1993 yılından bugüne gücümüzü üyelerimizden ve birlikte ürettiğimiz değerden alıyoruz. Birlikte yürüteceğimiz projelerin ve ortak çalışmaların, yalıtım sektörüne çok önemli katma değerler sağlayacağına ve rekabet gücümüzü artıracığına inancımız tamdır. Geçmişten bugüne oluşturduğumuz bu güçlü birlikteliği geleceğe taşımayı son derece önemsiyoruz. Önümüzdeki dönemde de teknik komisyonlarımız, sektörel çalışmalarımız, projelerimiz ve ortak girişimlerimiz aracılığıyla bilgi ve



**PROOF MEMBRAN VAR**

**SIKINTI  
SIZINTI  
AKINTI  
AYRINTI  
YOK**

**ASTAR YOK. GEOTEKSTİL KEÇE YOK.  
KORUMA BETONU YOK. EKSTRA HAFRİYAT YOK.**

Bonus Proof Membran tek katta uygulanır. Kendinden yapışkanlı ek yerleri sayesinde hızlı ve güvenli uygulama sağlar. Üzerine dökülen taze betona yapışır. Zaman ve maliyet avantajı sunar, -20 °C'ye kadar düşük sıcaklıklarda bile kolay uygulanır.

Bonus Proof Membran varsa şantiyede su yalıtımını düşünmeye gerek yok.



deneyimlerimizi paylaşarak sektörümüzün geleceğine birlikte yön vermeyi hedefliyoruz. Üyelerimizin desteği ve aktif katılımıyla; daha güçlü, daha yenilikçi ve daha sürdürülebilir bir yönetim sektörü için birlikte çalışmaya devam edeceğimize inanıyoruz.”

İZODER Genel Sekreteri Timur Diz, dernek çalışmaları ve sektördeki gelişmeler konusunda bilgi verdi.

“Üye Sohbetleri”nin Bursa buluşmasında ekonomik gelişmeler de gündeme geldi.



Doç. Dr. Filiz Eryılmaz, gerçekleştirdiği sunumda güncel ekonomik gelişmeler hakkında katılımcılara değerlendirmelerde bulundu. Üyelerin sahadaki deneyim ve beklentilerini doğrudan aktardığı toplantı, sektörün farklı paydaşları arasındaki iletişim ve iş birliğinin geliştirilmesi açısından da önemli bir buluşma oldu.



## Üyelere özel tasarım şiltler takdim edildi

Bursa toplantısının sonunda İZODER üyelerine özel olarak tasarlanan ve üretilen üyelik şiltleri İZODER Başkanı Atalay Özdayı tarafından, İZODER çatısı altında sürdürülen birlikteliğin ve derneğe yapılan katkının sembolik bir ifadesi olarak takdim edildi.

**Siz evinizde dört mevsim  
konfor arıyorsunuz.**  
Biz mantolama sistemlerimizle  
bunu garanti ediyoruz.



Birlikte daha iyiyiz

**Baumit  
Mantolama Sistemleri**

**30**  
YILA VEREN  
GARANTİ

Yazın serin, kışın sıcak kalan yaşam alanlarında  
dört mevsim konfor sağlayarak ısı dengesini korur.  
Enerji verimliliği ve yüksek performansı  
bir araya getirerek evinize  
kalıcı bir rahatlık kazandırır.



**Baumit ise Öyle Bir Fark Eder ki**

## İZODER ve TMMOB Mimarlar Odası'ndan İş Birliği

İZODER Yönetim Kurulu Başkanı Atalay Özdayı, Genel Sekreter Timur Diz ve Teknik İşler ve Eğitim Uzmanı Beyza Tanyol Arda, TMMOB Mimarlar Odası'nı ziyaret ederek sektörün önemli gündem başlıklarını değerlendirdi.

TMMOB Mimarlar Odası adına Genel Başkan Zeynep Eres, Genel Sekreter Tores Dinçöz, SMGM Yürütme Kurulu Sekreteri Yağmur Aydemir ve SMGM Yürütücüsü Ece Arman İbrahimoğlu'nun katıldığı görüşmede; su yalıtımının mimari projelerde detaylı ve doğru şekilde ele alınması, mesleki eğitim çalışmalarının geliştirilerek sürdürülmesi konuları değerlendirildi.



## TS 825 ve nSEB Aydın'da Ele Alındı

İnşaat Mühendisleri Odası Aydın Şubesi'nin organizasyonunda gerçekleştirilen TS 825 Binalarda Isı Yalıtım Kuralları Standardı Seminerinde TS 825 standardı ve nSEB (Neredeyse Sıfır Enerjili Binalar) uygulamalarındaki yenilikler, güncel düzenlemeler ve uygulamada yaşanan sorunlar ele alındı.

İZODER Genel Sekreteri Timur Diz tarafından gerçekleştirilen sunumda; belediyelerde ve yapı denetim kuruluşlarında görev yapan mimar ve mühendislere, yeni düzenlemeler ve uygulama süreçleri hakkında kapsamlı bilgiler aktarıldı. Etkinlik, sektör profesyonellerinin yoğun ilgisiyle takip edilirken, gerçekleştirilen soru-cevap bölümünde uygulamada karşılaşılan sorunlar ve çözüm önerileri de değerlendirildi.



## İzocam, Sürdürülebilirlikte Öncülüğünü İkinci Raporuyla Güçlendirdi

**T**ürkiye yalıtım sektörünün kurucusu ve lider markası İzocam, sürdürülebilirlik alanındaki öncü yaklaşımını ikinci Sürdürülebilirlik Raporu ile bir kez daha ortaya koydu. Global Reporting Initiative (GRI) standartları doğrultusunda hazırlanan rapor; şirketin çevresel, sosyal ve yönetim (ESG) performansını, sürdürülebilirlik hedefleri doğrultusunda kaydettiği ilerlemeyi ve gelecek dönem yol haritasını şeffaf bir şekilde paylaştı. Sürdürülebilirliğin İzocam'da artık ayrı bir proje değil, tüm iş süreçlerinin temelini oluşturan bir yönetim anlayışı haline geldiğini belirten İzocam Genel Direktörü Kerem Kürklü, "Üretimden Ar-Ge'ye, tedarik zincirinden insan kaynaklarına, ürün geliştirmeden dijital dönüşüme kadar tüm süreçlerimizi sürdürülebilirlik bakış açısıyla yönetiyoruz. Türkiye yalıtım sektöründe sürdürülebilirlik raporu yayımlayan ilk şirket olarak hazırladığımız ikinci raporumuz ise yalnızca bir raporlama çalışması değil; sürdürülebilirlik alanındaki kararlılığımızın, şeffaflık anlayışımızın ve sürekli gelişim yaklaşımımızın somut bir göstergesidir." diye konuştu.

İzocam'ın ikinci Sürdürülebilirlik Raporu'nda, 2025 yılında sürdürülebilir büyüme hedefleri doğrultusunda hayata geçirilen çalışmalar öne çıktı. Operasyonel verimliliği artırmaya yönelik yatırımlarını sürdüren şirket, üretim süreçlerinde gerçekleştirdiği iyileştirmelerle Kayseri tesisini sürdürülebilir üretim anlayışının örnek uygulama merkezlerinden biri haline getirdi. Üretim verimliliğini artıran, iş sağlığı ve güvenliği altyapısını uluslararası standartlar doğrultusunda güçlendiren ve kalite odaklı dönüşümü destekleyen çalışmalar öne çıktı. Bunun yanında ürünlerde Yaşam Döngüsü Analizi (LCA) ve Çevresel Ürün Beyanı (EPD) uygulamalarının yaygınlaştırılması, dijital dönüşüm projeleri ve çalışan gelişimine yönelik yatırımlar raporun öne çıkan başlıkları arasında yer aldı.

Sürdürülebilirliği yalnızca üretim süreçleriyle sınırlı tutmayan İzocam; geliştirdiği ürünler, çalışanlarına yönelik uygulamalar ve toplumsal katkı projeleriyle bütüncül bir yaklaşım benimsiyor. Çalışan gelişimini destekleyen HYPE (Next Generation Program), liderlik akademileri ve wellbeing uygulamalarıyla insan odaklı dönüşümü güçlendiren şirket; İZODER'in enerji verimliliği seminerleri, İMSAD Sektör Buluşması ve Enerji Verimliliği Forumu gibi organizasyonlara verdiği desteklerle de sektörün sürdürülebilir dönüşümüne katkı sunuyor. Sosyal sorumluluk alanındaki çalışmalar kapsamında ise İzocam Yelken Takımı sponsorluğunu sürdüren şirket, 60'ıncı yılı dolayısıyla TEMA Vakfı aracılığıyla ve bayilerinin gönüllü desteğiyle hayata geçirilen "İzocam 60. Yıl Hatıra Ormanı" projesiyle sürdürülebilirlik anlayışını üretim faaliyetlerinin ötesine taşıyarak doğaya ve gelecek nesillere değer yaratma vizyonunu somut bir projeye ortaya koydu.



# Timeks Tesisat İzol. Malz. Taah. San. Ve Dış Tic. Ltd. Şti.

Levent Denizcioğlu

**T**imeks Yalıtım; Yalıtım sektöründe geçen 18 yılı aşkın bir deneyim... Bu süre içerisinde değişen ürünleri, gelişen teknolojileri ve sektörün dönüşen ihtiyaçlarını takip ederken değişmeyen bir anlayışımız oldu: Doğru ürün. Doğru yerde. Doğru hizmet. 2008 yılında kurulan TİMEKS Tesisat İzol. Malz. San. ve Tic. Ltd. Şti., faaliyetlerini ısı, ses, su ve yangın yalıtımı alanlarında ihtiyaç duyulan yalıtım malzemelerinin satış ve tedariki üzerine sürdürmektedir. TİMEKS'in temel çalışma prensibi, müşterisinin ihtiyacını doğru anlamak ve o ihtiyaca uygun ürünü sunmaktır. Çünkü bizce yalıtımda doğru sonuç, yalnızca kaliteli bir ürünle değil; doğru ürünün, doğru yerde ve doğru sistem içerisinde kullanılmasına katkı sağlayan doğru yönlendirme ile başlar.



## Güçlü Markalar, Geniş Ürün Yelpazesi

TİMEKS, yalıtım sektörünün önde gelen üretici ve marka iş birlikleriyle müşterilerine geniş bir ürün portföyü sunmaktadır. Isı yalıtımından ses ve titreşim kontrolüne, su yalıtımından yangın güvenliğine, mekanik tesisat yalıtımından endüstriyel uygulamalara kadar farklı ihtiyaçlara yönelik ürün gruplarını müşterileriyle buluşturmaktadır. Bu güçlü marka yapılanmasının arkasında ise TİMEKS'in temel prensibi bulunmaktadır: "Her projeye aynı ürünü değil, ihtiyaca uygun doğru ürünü sunmak."

## Güçlü Stok, Sürekli Tedarik

Yalıtım sektöründe zaman, en az ürün kalitesi kadar önemlidir. Bir şantiyenin, fabrikanın veya tesisin ihtiyacı olan malzemenin zamanında temin edilememesi, projenin ilerleyişini doğrudan etkileyebilir. Bu nedenle TİMEKS, güçlü stok seviyesini ve ürün sürekliliğini hiz-

met anlayışının önemli bir parçası olarak görmektedir. Müşterilerimizin ihtiyaçlarına hızlı cevap verebilmek için ürün çeşitliliğimizi ve stok yapımızı sektörün değişen taleplerine göre sürekli geliştirmekteyiz. Doğru ürün + güçlü stok + hızlı tedarik = güvenilir hizmet

## Bizim İçin Ticaret, Güvenle Başlar

TİMEKS'in 18 yılı aşkın sektör yolculuğunun en önemli kazanımı yalnızca ticari büyüme değil, güven üzerine kurulmuş uzun vadeli müşteri ilişkileridir. Dürüstlük, şeffaflık, verilen sözün arkasında durmak ve müşterinin ihtiyacını kendi ihtiyacımız kadar önemsemek, ticaret anlayışımızın temel taşlarıdır. Bugün geldiğimiz noktada geçmişimize baktığımızda en büyük değerimizin; "Doğru ürünü, doğru şekilde sunarak oluşturduğumuz güven" olduğuna inanıyoruz.

# TS 825 STANDARDINA UYUM SAĞLAMANIN EN DOĞRU YOLU

Isicam S Isicam K

Revize edilen TS 825 standardına uygun,  
geniş ürün yelpazemizle projelerinize  
en doğru çözümleri sunuyoruz.

Detaylı bilgi için: [isicam.com.tr](http://isicam.com.tr)

# Tokcan Mantolama Yapı İnş. Taah. San. ve Tic. Ltd. Şti.

Tuncay Tokcan



**2**009 yılında temelleri atılan Tokcan Mantolama Yapı İnş. Taah. San. ve Tic. Ltd. Şti. 2017 yılında şirketleşerek kurumsal yapısını güçlendirmiş; kalite, güven ve tecrübeyi esas alan hizmet anlayışıyla faaliyetlerini bugüne kadar başarıyla sürdürmüştür.

## 2009'dan Bugüne, Yapılara Değer Katan Tecrübe

Erol Tokcan ve Tuncay Tokcan kardeşlerin birlikte yönettiği bir aile şirketi olan Tokcan Mantolama; mantolama, alçı ve sıva uygulamalarında uzmanlaşmış, aynı zamanda kendi inşaat projelerini de hayata geçirerek yapı sektöründeki faaliyet alanını genişletmiştir.

Kurulduğu günden bu yana başta Kastamonu ve Bartın olmak üzere birçok müteahhit ve firma ile çözüm ortaklığı yapan Tokcan Mantolama, sayısız binada ve yüz binlerce metrekarelik uygulamada emeği ve tecrübesiyle yer almıştır.

Geçmişten gelen ustalığını günümüzün modern uygulama teknikleriyle birleştiren firma; sağlam işçilik, doğru uygulama ve müşteri memnuniyetini her projesinin temelinde tutmaktadır.



# **PURTOP FR**

**BRooF T1, T2, T3, T4**  
**YANGIN PERFORMANSINA SAHİP**  
**KESİNTİSİZ SU YALITIMI**



**Yangın performansı** sertifikalarıyla öne çıkan **hibrit poliüre esaslı su yalıtım membranı**. Yerinde uygulanarak **kesintisiz ve dayanıklı** bir su yalıtım katmanı oluşturur. **Euroclass D** yangına tepki sınıfına ve **BRooF T1, T2, T3, T4** sertifikalarına sahiptir. **Fotovoltaik (güneş paneli) sistemlerin** bulunduğu çatılar için ideal çözümdür.



**MAPEI İLE**  
**HER ŞEY TAMAM**

Detaylı bilgi için [mapei.com.tr](http://mapei.com.tr)



# Yapitek Yalıtım San. Ve Tic. Ltd. Şti.

Mustafa Çağrı Gündoğdu  
Genel Müdür

**2**019 yılında Samsun'da kurulan YAPITEK Yalıtım San. ve Tic. Ltd. Şti. su, ısı ve ses yalıtım malzemeleri satışı ve uygulamaları yapmaktadır. Sektördeki on yılı aşkın tecrübemizi 2019 yılında Yapitek Yalıtım firması ile bölgesel, ulusal ve uluslararası projelerde yapı firmalarına çözüm ortağı olmak amacıyla kurduk. Global ve ulusal markalar ile müşteri portföyüne çözüm ortağı olmayı sürdüren Yapitek Yalıtım, ulusal anlamda birçok projede yer almış uzman uygulama ekibi, kaliteli ve profesyonel iş ve çözüm ortakları ile yurtiçi ve yurtdışı projelerde doğru detay, uzman ekip, kaliteli malzeme üçlemesi ile yalıtım çözümleri sunmaya devam etmektedir.

Özellikle proje detaylandırmaları, teknik danışmanlık, yalıtım çözümlerleri ve şartname oluşturma konularında yine çözüm ortağı olduğumuz kurumlara ve firmalara destek olmak mevcut problemlere ve yeni yapılan yapılarda yapılacak olan yalıtımlarda doğru çözümleme, doğru detaylandırma ve doğru uygulama konularında bilgilendirme yapmak ve çözüme ulaştırmak ana hedefimizdir.

Bu denklemde İZODER üyesi olmak İZODER'in sektöre yön veren duruşu ile üye meslektaşlarımızla olan ilişkisi, dayanışma ve istişare sürecine olan katkısına olan inancımızdan dolayı 2026 yılında üyelik başvurumuzu yaparak kabul gördük. Bundan sonraki süreçte İZODER çatısı altında üye meslektaşlarımızla birlikte sektörün sorun ve taleplerine sektörün profesyonelleşmesi için birlikte çalışıp elimizden gelen katkıyı yapacağımıza inanıyorum.



# Master Yalıtım İnşaat San. Ve Tic. Ltd. Şti.

Serkan Köroğlu  
Firma Sahibi



**2**018 yılında kurulan ve merkezi İstanbul Beykoz'da bulunan Master Yalıtım İnşaat San. ve Tic. Ltd. Şti., satış, uygulama ve teknik destek alanlarında yalıtım sektöründe hizmet vermektedir. Yaklaşık 22 yıllık sektör deneyimi ile; sanayi tesisleri, üretim fabrikaları, gıda ve ilaç tesisleri, otomotiv fabrikaları, lojistik merkezleri, konut projeleri, stadyumlarda yüksek performanslı çözümler sunmaktadır.

Yüksek metrajlı projelerde hızlı, güvenli ve kaliteli uygulama imkanı sağlayan firmamız; güçlü saha ekibiyle Türkiye'nin dört bir yanında büyük ölçekli projeleri başarıyla hayata geçirmektedir. Sürekli yenilenen ürünler, modern makine sistemleri ile projelerde güvenli ve kaliteli uygulama imkanı sağlayan Master Yalıtım, profesyonel kaliteye sahip yapısıyla birçok projede hizmet vermektedir.



Master Yalıtım, dünya çapında birçok projede lider üreticilerle iş birliği yapmakta, uluslararası kalite standartlarına uygun ürünler ve doğru uygulama yöntemiyle yüksek performanslı çözümler sunmaktadır. Bu doğrultuda müşterilerine sahip olduğu bilgi, birikim ve tecrübeyle, sürdürülebilir kalitede hizmet vermeye devam etmektedir.

21. yüzyılda bütün alanlarda olduğu gibi teknoloji ve inovasyon ön planda yer almaktadır. Bizler de daha çok teknolojik ürünlerde araştırma yaparak bu ürünleri projelere katmayı hedefliyoruz. Yurt dışı projelerine dahil olmaya ve çok yakında Balkan ülkesinde yeni bir oluşum planlıyoruz. Yurt dışı proje tecrübelerimizi hem ülkemizde, hem de gelişmekte olan ülkelerde uygulamak için çalışıyoruz. Teknik ürünlerin belli bir kısmında üretici ve distribütör olmak için çalışmalarımız devam etmektedir.



# Yalıtım Sektörünün Genel Sorunu: Büyümeyi Değere Dönüştürememek!

C. Levent Ürkmez | **BTM A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı**

**T**ürkiye’de yalıtım sektörü; enerji verimliliği, deprem güvenliği, kentsel dönüşüm, sürdürülebilir yapılaşma ve yeni mevzuat düzenlemeleri açısından son derece yüksek bir potansiyele sahiptir. Buna rağmen sektörün bu potansiyeli her zaman sağlıklı bir verime, kalite artışına ve sürdürülebilir rekabete dönüştürebildiğini söylemek zordur.

Bana göre sektörün en büyük sorunu tek bir başlıkla açıklanamaz. Kapasite fazlası, fiyat rekabeti ve kalite algısı birbirinden bağımsız problemler değildir; aksine birbirini besleyen bir yapının parçalarıdır. Ancak bu üç başlık içinde en kritik unsurun kalite algısının ve kalite bilincinin yetersizliği olduğunu düşünüyorum. Çünkü kalite algısı yeterince güçlü olmadığında, kapasite fazlası doğrudan fiyat rekabetine dönüşür; fiyat rekabeti de zamanla nitelikli üreticinin, doğru uygulamanın ve uzun ömürlü ürünlerin değerini görünmez hale getirir.

Yalıtım, yapının yalnızca konforunu artıran bir uygulama değildir. Isı yalıtımı enerji tüketimini azaltır, su yalıtımı taşıyıcı sistemin korozyona karşı korunmasına katkı sağlar, ses yalıtımı yaşam kalitesini yükseltir, yangın yalıtımı ise can güvenliği açısından kritik rol oynar. Bu nedenle yalıtım ürünlerini yalnızca metrekaresine fiyatı üzerinden değerlendirmek, yapının uzun vadeli performansını göz ardı etmek anlamına gelir. Kısa vadede ucuz görünen ürün veya eksik uygulama, uzun vadede enerji kaybı, bakım-onarım maliyeti, yapı hasarı ve güvenlik riski olarak geri dönebilmektedir.



Bugün sektörümüzde özellikle su yalıtımı alanında çok belirgin bir sorunla karşı karşıyayız. Üretim kapasitesinin artması tek başına olumsuz bir gelişme değildir; hatta doğru yönetildiğinde ihracat, ölçek ekonomisi ve ürün çeşitliliği açısından önemli fırsatlar yaratır. Ancak kapasite artışı, standart dışı üretim ve yetersiz denetimle birleştiğinde pazarda fiyatı tek belirleyici unsur haline getirebiliyor. Bu durumda kaliteli üretim yapan, Ar-Ge’ye, sürdürülebilirliğe ve teknik hizmete yatırım yapan firmalar haksız bir rekabet baskısıyla karşı karşıya kalıyor.



Enerji ithalatı yüksek olan bir ülkede doğru ısı yalıtımı, yalnızca yapı kullanıcısının faturasını azaltmaz; aynı zamanda ülkenin enerji verimliliği hedeflerine katkı sağlar. Benzer şekilde doğru su yalıtımı, sadece rutubeti önlemez, betonarme yapının servis ömrünü koruyan temel unsurlardan biridir. Bu bilincin, hem yatırımcıda hem müteahhitte hem uygulamacıda hem de son kullanıcıda güçlendirilmesi gerekmektedir.

Bu noktada sektörün kendi içinde de daha sorumlu bir pozisyon alması gerektiğine inanıyorum. Üreticiler olarak yalnızca daha fazla satmayı değil, doğru ürünün doğru detayda ve doğru uygulamayla kullanılmasını öncelik haline getirmeliyiz. Uygulamacı eğitimleri, paydaş bilgilendirmeleri, teknik şartname desteği, ürün belgelendirme süreçleri ve uzun vadeli performans garantileri bu anlayışın parçası olmalıdır. Sektör ancak bu şekilde fiyat rekabetinden değer rekabetine geçebilir.

Yalıtım sektörünün önümüzdeki dönemde büyüme potansiyeli yüksektir. Kentsel dönüşüm, deprem güvenliği, enerji verimliliği, sürdürülebilirlik, karbon azaltımı ve mevcut bina stokunun yenilenmesi bu potansiyeli desteklemektedir. Ancak büyümek tek başına yeterli değildir. Asıl mesele, bu büyümeyi kaliteli üretime, nitelikli uygulamaya, kurumsal güvene ve sürdürülebilir kârlılığa dönüştürebilmektir.

Sonuç olarak, sektörümüzün temel sorunu kapasite fazlası ya da fiyat rekabeti değildir; bunlar daha derindeki bir problemin sonuçlarıdır. Asıl sorun, yalıtımın yapı güvenliği, enerji verimliliği ve uzun ömürlü yapı performansı açısından taşıdığı değer yeterince güçlü algılanmamasıdır. Bu algıyı değiştirebildiğimiz ölçüde, sektörümüz yalnızca büyüyen değil, aynı zamanda kazanan, kazandıran ve ülkeye değer üreten bir sektör haline gelecektir.

# Yalıtımda Pazarlamanın Yeni Odağı, Değeri Görünür Kılmak

Kerem Kürklü  
İzocam Genel Direktörü

**Y**alıtım sektörü, son yıllarda yalnızca teknik açıdan değil, müşteri beklentileri ve pazarlama yaklaşımları açısından da önemli bir dönüşümden geçiyor. Enerji verimliliği, sürdürülebilirlik, yapı güvenliği ve yaşam konforu gibi konuların giderek daha fazla önem kazanması, yalıtımın tüketici gözündeki karşılığını da değiştiriyor. Bugün yalıtım artık yalnızca bir yapı malzemesi değil; enerji maliyetlerini azaltan, yaşam konforunu artıran, yapıların ömrünü uzatan, çevresel etkilerin azaltılmasına katkı sağlayan ve yapılara değer katan stratejik bir çözüm olarak öne çıkıyor. Bu değişim, yalıtım sektöründe pazarlama anlayışının da yeniden ele alınmasını gerekli kılıyor.

Geçmişte daha çok ürün özellikleri ve teknik performans üzerinden yürütülen iletişim, bugün ürünün yarattığı toplam değeri anlatmaya doğru evriliyor. Sektörümüzde pazarlamanın geleceğini belirleyecek temel unsur da bu çerçevede, ürünü anlatmaktan çok sunduğu çözümü ve yarattığı değeri ortaya koymak olacak.

## Teknik Özellikten Gerçek Faydaya

Yalıtım ürünleri, doğası gereği teknik özellikleri öne çıkan ürünlerdir. Isı iletkenlik değeri, kalınlık, yangın sınıfı ve ses performansı gibi teknik kriterler, doğru ürünün seçiminde belirleyici olmaya devam ediyor. Ancak bugün tüketicilerin ve yapı profesyonellerinin beklentisi yalnızca teknik verileri bilmek değil; bu verilerin günlük yaşam ve yapı performansı açısından somut karşılığını görebilmek.



Doğru ısı yalıtımının enerji faturalarına nasıl yansıdığı, ses yalıtımının yaşam konforuna ne kattığı, su yalıtımının yapının ömrünü nasıl koruduğu veya yangın güvenliğinin neden kritik olduğu, artık pazarlama iletişiminin de temel başlıkları arasında yer alıyor. Bu nedenle yalıtım sektöründe etkili bir pazarlama yaklaşımının, teknik uzmanlıkla anlaşılır ve yalın bir iletişim dilini bir araya getirmesi gerekiyor. Sektörümüzün sahip olduğu teknik bilgi ve birikimi, tüketicinin ve diğer paydaşların kolaylıkla anlayabileceği somut faydalara dönüştürmek önem taşıyor. Bununla birlikte, doğru ve güvenilir bilgiye erişimi kolaylaştırmak da markaların sorumlulukları arasında yer alıyor.

İzocam olarak biz de iletişim yaklaşımımızı bu anlayış doğrultusunda geliştiriyoruz. 61 yıllık deneyimimizi yalnızca ürünlerimizin teknik performansını anlatmak için değil, yalıtımın enerji verimliliği, yapı güvenliği, konfor ve sürdürülebilirlik açısından taşıdığı değeri ortaya koymak için kullanıyoruz. Bu yaklaşımımızı “Bugünlere Yalıtım, Yarınlar Yatırım” mottomuzla da ifade ediyoruz. Yalıtımı yalnızca bugünün ihtiyaçlarına yanıt veren bir uygulama olarak değil, uzun vadeli bir yatırım olarak görüyoruz.

### Dijitalleşme, Pazarlama ve Müşteri Deneyimini Dönüştürüyor

Pazarlama alanındaki en önemli değişimlerden biri hiç kuşkusuz dijitalleşme. Yalıtım sektöründe de bilgiye erişim ve satın alma kararlarının oluşma biçimi giderek değişiyor. Bugün bir müşteri satın alma kararını vermeden önce teknik bilgiye ulaşabiliyor, farklı ürün ve sistemleri karşılaştırabiliyor, uygulama detaylarını inceleyebiliyor ve markalarla dijital ortamda etkileşim kurabiliyor. Dijital kataloglar, teknik dokümanlar ve sertifikalar gibi bilgi kaynaklarına hızlı ve kolay şekilde erişilebilmesi de karar süreçlerini doğrudan etkiliyor.

Bu nedenle dijital kanalların rolü yalnızca görünürlük sağlamakla sınırlı değil. Karar verme sürecinde güvenilir, erişilebilir ve ihtiyaç odaklı bilgi sunmak da büyük önem taşıyor. Bu değişim, özellikle teknik bilgi yoğunluğu yüksek olan yalıtım sektöründe daha belirgin şekilde hissediliyor. Müşterinin markayla ilk teması satış temsilcisi ya da bayi aracılığıyla değil, dijital ortamda yaptığı araştırmalarla gerçekleşebiliyor. Dolayısıyla yeni dönemde markaların sorumluluğu yalnızca dijital platformlarda yer almak değil; doğru içeriği, doğru zamanda ve doğru hedef kitleyle buluşturabilmek. Dijitalleşmenin gerçek değeri de bu noktada ortaya çıkıyor.

Dijital dönüşümün önemli bir diğer boyutunu da yapay zekâ oluşturuyor. Yapay zekâ, içerik üretiminden yaratıcı iletişim süreçlerine, kısa video formatlarından satış ve maliyet tahminlerine kadar pazarlamanın farklı alanlarına yeni imkanlar sunuyor. İzocam olarak biz de yapay



zekânın sunduğu bu imkanları iletişim çalışmalarımızdan iş süreçlerimize kadar farklı alanlarda değerlendiriyoruz. “Soğuğa Yalıtım, Mutluluğa Yatırım” iletişim kampanyamızın görsel ve tasarım çalışmalarında yapay zekâdan yararlanılması ve kampanyanın A Awards’tan başarı belgesi kazanması, bu yaklaşımımızın örneklerinden biri. Bu gelişmeler, yapay zekânın yalnızca içerik üretiminde değil, pazarlama ve iş süreçlerinin daha verimli, hızlı ve öngörülebilir şekilde yönetilmesinde de önemli bir araç haline geldiğini gösteriyor.

### Her Paydaş İçin Farklı Bir Değer

Yalıtım sektörünün pazarlama açısından diğer birçok sektörden ayrılan önemli bir özelliği, satın alma kararında çok sayıda paydaşın rol alması. Mimar, mühendis, müteahhit, uygulamacı, bayi ve son kullanıcı aynı ürünün seçiminde farklı kriterleri önceliklendirebiliyor. Burada doğru ürün, doğru uygulama ve doğru bilginin yer aldığı ortak bir değer önerisinin korunması önem taşıyor.

Bu nedenle bayilerimizle kurduğumuz ilişkiyi yalnızca ticari bir ilişki olarak görmüyor; onları markamızın en önemli paydaşları arasında değerlendiriyoruz. Beklentilerini dinlemeyi, geri bildirimlerini süreçlerimize yansıtmayı ve birlikte değer yaratmayı önemsiyoruz. Müşteri deneyimini geliştirmeye yönelik çalışmalarımızı da bu doğrultuda sürdürüyoruz. “Kazandıran İzocam” uygulaması, satış noktalarımız ve uygulamacılar için karşılıklı değer yaratmayı hedefleyen çalışmalarımızdan biri. Bu tür uygulamalarla ticari ilişkinin ötesine geçerek, iş ortaklarımızla daha güçlü ve sürdürülebilir bir bağ kurmayı amaçlıyoruz.

## **Sürdürülebilirlik, Pazarlamanın Temel Gündemlerinden Biri**

Enerji verimliliği ve sürdürülebilirlik, yalıtım sektöründe olduğu kadar pazarlama iletişimde de giderek daha belirleyici hale geliyor. Günümüzde tüketicilerden yapı profesyonellerine kadar tüm paydaşların çevresel etkiler konusunda beklentileri artıyor. Karbon ayak izinin azaltılması, döngüsel ekonomi uygulamaları, geri dönüştürülmüş malzeme kullanımı ve sürdürülebilir üretim süreçleri, markaların sunduğu değerın önemli bir parçası haline geliyor.

İzocam olarak sürdürülebilirlik yaklaşımımızı yalnızca ürünlerimizle sınırlı tutmuyor; üretim süreçlerimizde kaynak ve enerji kullanımının iyileştirilmesi, geri dönüştürülmüş malzeme kullanımı ve atıkların azaltılması gibi alanlarda da çalışmalar yürütüyoruz. Bu yaklaşımın pazarlama açısından karşılığı ise sürdürülebilirlik alanındaki performansımızı şeffaf, anlaşılır ve somut bilgilerle tüm paydaşlarımızla paylaşmak. Çünkü günümüzde bir markanın sürdürülebilirlik iddiası kadar, bu iddiayı somut veriler ve uygulamalarla destekleyebilmesi de önem taşıyor.

## **Güven ve Değer Odaklı Pazarlama**

Yalıtım, çoğu zaman binanın görünmeyen ancak uzun yıllar boyunca performansını etkileyen kritik bir yapı bileşeni. Bu nedenle sektörümüzde pazarlamanın odağında yalnızca ürün değil, doğru bilgi, güven ve yaratılan değerın görünür kılınması yer alıyor. Önümüzdeki dönemde marka değerini; ürün kalitesi ve teknik uzmanlığın yanı sıra Ar-Ge gücü, sürdürülebilirlik performansı, dijital yetkinlikler ve değişen müşteri beklentilerine uyum sağlama kapasitesi belirleyecek.

İzocam olarak 61 yıllık deneyimimizi bu sorumlulukla değerlendiriyor; 1965 yılında Türkiye’de yalıtım sektörünü başlatan ilk firma olmanın birikimiyle bugün yedi farklı yalıtım ürününü aynı çatı altında üretiyor, temelden çatıya, cepheden iç mekânlara, tesisattan sanayi tesislerine kadar geniş bir alanda çözümler geliştiriyoruz. Önümüzdeki dönemde pazarlamanın, teknolojik gelişmeler ve değişen müşteri beklentileriyle birlikte şirketlerin stratejik karar süreçlerinde daha belirleyici bir rol üstleneceğini düşünüyoruz. Verinin, dijital teknolojilerin ve yapay zekânın sunduğu olanaklarla doğru bilgiyi doğru zamanda doğru paydaşla buluşturmak, sürdürülebilirlik performansını somut verilerle ortaya koymak ve yaratılan değeri daha görünür hale getirmek, bu dönüşümün temel unsurları olacak.

Bizim açımızdan bu dönüşüm; doğru ürünü, doğru ihtiyaçla ve doğru bilgiyle buluşturmanın yanı sıra, yalıtımın yarattığı değeri tüm paydaşlara doğru şekilde anlatmak ve uzun vadeli güven ilişkileri kurmak anlamına geliyor. Bu anlayışla dijitalleşmeden sürdürülebilirliğe, yapay zekâdan ürün geliştirmeye ve müşteri deneyimine kadar attığımız adımları aynı stratejinin parçaları olarak değerlendirerek, değişen ihtiyaçları doğru okuyup yenilikçi çözümler geliştirmeye ve sektörümüze değer katmaya devam edeceğiz.

# Binalarda Konforun Üç Ayağı: Isı, Su ve Ses Yalıtımı

Ozan Turan

ODE Yalıtım Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı

**B**inalarda yaşam konforu; ideal sıcaklığın korunması, nem ve suyun yapı üzerindeki olumsuz etkilerinin önlenmesi ve gürültünün kontrol altına alınması gibi birçok unsura bağlı. Bunun yanı sıra yalıtım uygulamaları, enerji tüketiminin azaltılması ve yapıların kullanım ömrünün korunması açısından da önemli rol oynuyor. Bu nedenle ısı, su ve ses yalıtımının, yapının farklı ihtiyaçları göz önünde bulundurularak ele alınması gerekiyor.

## Enerji verimliliği için ısı yalıtımı

Isı yalıtımı, binalarda enerji kayıplarını azaltarak kışın ısı'nın içeride tutulmasına, yazın ise sıcaklığın iç mekâna geçişinin sınırlandırılmasına yardımcı oluyor. Böylece daha dengeli bir iç ortam sıcaklığı sağlanırken ısıtma ve soğutma için harcanan enerjinin azaltılması mümkün oluyor.

## Yapının dayanıklılığında su yalıtımının rolü

Su yalıtımı ise yapının nem ve suyun olumsuz etkilerinden korunmasında kritik rol oynuyor. Temel, çatı ve ıslak hacimler başta olmak üzere doğru noktalarda uygulanan su yalıtımı; rutubet, küf ve su kaynaklı hasarların önlenmesine, yapının dayanıklılığının ve kullanım ömrünün korunmasına katkı sağlıyor.

## Yaşam kalitesini ses yalıtımı tamamlıyor

Binalarda konforun bir diğer önemli unsuru da gürültünün kontrol altında tutulması. Özellikle yoğun şehir yaşamında trafik, çevre ve komşu hacimlerden gelen sesler yaşam kalitesini olumsuz etkileyebiliyor. Ses yalıtımı, bu gürültünün iç mekânlara geçişini azaltarak daha sakin ve konforlu yaşam alanları oluşturulmasına yardımcı oluyor.



**“Yalıtımın üç alanını birbirinden bağımsız düşünmemek gerekiyor”**

Isı, su ve ses yalıtımının birlikte değerlendirilmesi gerektiğini belirten ODE Yalıtım Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Ozan Turan, şöyle konuşuyor: “Bir binanın konforunu yalnızca sıcaklık üzerinden değerlendirmek yeterli değil. Kışın ısı'nın içeride tutulması kadar, yapının sudan ve nemden korunması, dışarıdan gelen gürültünün sınırlandırılması da yaşam kalitesini doğrudan etkiliyor. Isı yalıtımı enerji verimliliğine, su yalıtımı yapının dayanıklılığına, ses yalıtımı ise kullanıcı konforuna katkı sağlıyor. Bu nedenle yalıtımı birbirinden bağımsız uygulamalar olarak değil, yapının bütününe koruyan ve konforu birlikte sağlayan bir sistem olarak değerlendirmek gerekiyor. Doğru planlanan ve uygulanan yalıtım çözümleri, hem binanın performansını ve ömrünü artırıyor hem de kullanıcılar için daha sağlıklı, ekonomik ve konforlu yaşam alanları oluşturuyor.”

# PetriFit ile Güçlü ve Akıllı Yapılar

Ertuğ Altuneli | Kıdemli Pazarlama ve Teknik Hizmetler Müdürü  
Koramic Yapı Kimyasalları A.Ş.

**Y**apı sektöründe değişen ihtiyaçlar, firmaların kendini ifade etme biçimini de dönüştürüyor. Artık müşterinin karşısına yalnızca bir ürün koymak yeterli değil; ürünün hangi ihtiyaca cevap verdiğini, nasıl bir değer sunduğunu ve doğru uygulamayla nasıl bir sonuç ortaya çıkardığını anlatabilmek de önem taşıyor. Bu noktada pazarlama; teknik çözümleri anlaşılır ve güven veren bir iletişim diliyle aktararak, markaların yalnızca ürün sunan değil, çözüm üreten bir iş ortağı olarak konumlanmasını sağlıyor.

Koramic Yapı Kimyasalları açısından değerlendirildiğinde bu dönüşüm, teknik uzmanlık ile iletişim gücünün birlikte ele alınmasını gerektiriyor. Geniş ürün portföyünün farklı kullanım alanlarına göre doğru şekilde konumlandırılması, ürünün yalnızca özelliklerinin değil, projeye ve kullanıcıya sağladığı faydanın anlatılması önem kazanıyor. Yüksek performans, dayanıklılık ve güvenilirlik gibi ürün değerlerinin yanında; doğru ürün seçimi, uygulama kalitesi ve satış sonrası teknik destek de marka deneyiminin bir parçası olarak görülüyor. Bu nedenle pazarlama faaliyetlerinin yalnızca ürün tanıtımı üzerinden değil, müşteriye karar verme sürecinde rehberlik eden bir iletişim anlayışıyla yürütülmesi gerekiyor.

Dijitalleşmenin sektöre en belirgin etkilerinden biri de içerik üretiminde ortaya çıkıyor. Ürünlerin teknik özelliklerini anlatan klasik katalog ve broşürlerin yanında, uygulama videoları, kısa formatlı sosyal medya içerikleri, ürün karşılaştırmaları, teknik anlatımlar ve gerçek uygulama senaryoları giderek daha fazla önem kazanı-



yor. Özellikle uygulama aşamasının görsel olarak gösterilmesi, karmaşık teknik bilgilerin daha kolay anlaşılmasını sağlıyor. Bu noktada video içerikleri, yalıtım ve yapı kimyasalları gibi teknik sektörlerde ürünün kullanım biçimini ve sağladığı sonucu doğrudan gösterebilmesi açısından güçlü bir pazarlama aracı olarak öne çıkıyor.

Yapay zekâ destekli üretim teknolojileri de bu dönüşümü hızlandıran önemli araçlardan biri.

## PETRIFIT GÜÇLENDİRME SİSTEMLERİ

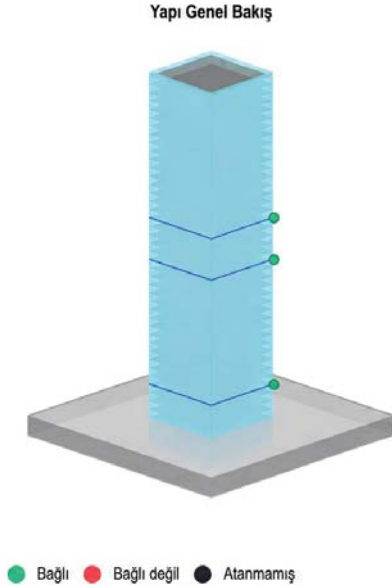


Görsel ve video üretim teknolojileri sayesinde ürünlerin farklı uygulama senaryolarında gösterilmesi, yaratıcı içeriklerin daha kısa sürede hazırlanması ve farklı iletişim fikirlerinin test edilmesi mümkün hale geliyor. Ancak, burada teknolojiyi yalnızca hızlı içerik üretmenin bir yolu olarak değerlendirmemek gerekiyor. Yapay zekâdan alınan verimin; markanın teknik doğruluğu, ürün bilgisi, kurumsal kimliği ve iletişim stratejisiyle birlikte ele alındığında ortaya çıkacağı düşünülüyor. Özellikle yapı sektöründe güven unsurunun yüksek olması nedeniyle, dijital içeriklerin gerçek ürün özellikleri ve doğru uygulama bilgileriyle örtüşmesi büyük önem taşıyor.

Dijital pazarlamanın gelişmesi, müşteri davranışlarını da daha ölçülebilir hale getiriyor. Hangi içeriğin daha fazla ilgi gördüğü, hangi ürünün daha çok araştırıldığı, hangi uygulama alanlarının öne çıktığı ve kullanıcıların hangi sorulara yanıt aradığı dijital kanallar üzerinden takip edilebiliyor. Bu veriler, pazarlama stratejisinin yalnızca sezgilere göre değil, elde edilen kullanıcı davranışları ve geri bildirimler doğrultusunda geliştirilmesine imkân sağlıyor. Dolayısıyla geleceğin pazarlama yaklaşımında içerik üretmek kadar, üretilen içeriğin performansını analiz etmek ve sonuçlara göre iletişim planını güncellemek de önemli olacak.

Bununla birlikte, yalıtım sektöründe dijitalleşme geleneksel pazarlama kanallarının önemini ortadan kaldırmıyor. Bayiler, uygulamacılar, teknik ekipler, mimarlar ve mühendislerle kurulan doğrudan ilişkiler; eğitim, seminer, teknik danışmanlık ve uygulama desteğiyle markaların uzmanlığını görünür kılmaya devam ediyor. Dijitalleşme ise bu te-

masların alternatifi değil, etkisini artıran, daha geniş kitlelere taşıyan, veri depolama ve analiz konusunda destekleyen tamamlayıcı bir araç olarak öne çıkıyor. Bu dönüşümün başarılı olabilmesi için dijitalleşmenin yalnızca bir iletişim kanalı değil, genel pazarlama stratejisinin bir parçası olarak ele alınması gerekiyor. Ürün, satış, teknik hizmetler ve pazarlama ekiplerinin ortak bir iletişim diliyle hareket etmesi, müşterinin markayla her temasında tutarlı bir deneyim yaşamasını sağlayacaktır. Ürün bilgilerinin dijital ortamda kolay erişilebilir olması, teknik dokümanların güncel tutulması ve uygulama bilgisinin farklı içeriklerle desteklenmesi de markaların rekabet gücünü güçlendirecektir.



Dijitalleşme konusunda son dönemde başlattığımız önemli bir örnek PetriFit Yapı Sağlığı İzleme Sistemi. Planlı kentsel dönüşüm ve afetlere dirençli şehirler doğrultusunda, yapıların yalnızca güçlendirilmesi değil, güçlendirme sonrasında performanslarının da izlenmesi gerektiğine inanıyoruz. Bu doğrultuda; yapı performansını artırmaya yönelik PetriFit FRP güçlendirme çözümlerimizin yanında, PetriFit Yapı Sağlığı İzleme Sistemi ile yapıların deprem karşısındaki davranışını takip eden hizmet sunmaya başladık. 5.000 m<sup>2</sup> ve üzerindeki PetriFit güçlendirme projelerine özel Yapı Sağlığı İzleme Hizmeti ile güçlendirme uygulamalarını dijital izleme teknolojileriyle destekliyor; yapıların durumunun güçlendirme sonrasında da takip edilmesine ve olası risklerin daha hızlı değerlendirilmesine ve veriye dayalı hızlı aksiyon alınmasına katkı sağlıyoruz. Bu yaklaşımın, mevcut yapıların kullanım ömrünün uzatılması ve daha dirençli, sürdürülebilir şehirlerin oluşturulması açısından önemli bir rol oynayacağına inanıyoruz.

Önümüzdeki dönemde yalıtım sektöründe fark yaratmak, yalnızca kaliteli ürün üretmekten değil, bu değeri doğru anlatmaktan, müşteriye anlamaktan ve değişen beklentilere hızla yanıt vermekten geçecek. Sürdürülebilirlik, enerji verimliliği ve yapıların uzun ömürlü olması ise artık yalnızca teknik kriterler değil, markaların geleceğini şekillendiren temel değerler olacak. Bu dönüşüme uyum sağlayan, teknolojiyi iletişim gücüyle birleştiren ve sürdürülebilirliği iş modelinin merkezine taşıyan markalar, sektörün geleceğine yön verecek.

Sonuç olarak yalıtım sektöründe pazarlama; ürün, teknik uzmanlık, güven ve dijital iletişimin birlikte yönetildiği bütünsel bir sürece dönüşüyor. Dijitalleşmeyi ve yapay zekâ gibi yeni teknolojileri doğru stratejiyle kullanan, veriye dayalı hareket ederken insan odaklı iletişimi koruyan markalar, sektörün geleceğinde daha güçlü bir konum elde edecek.



# YAPI SAĞLIĞINDA DEVRİM

**Binanız Sadece Güçlü Değil, Aynı Zamanda Akıllı Olsun!**

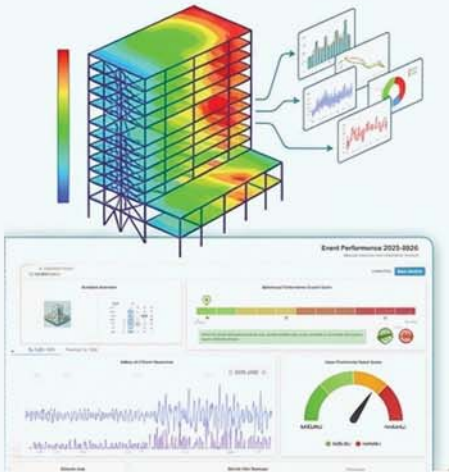
**PetriFit FRP sistemleri ile binanızı depreme karşı korurken, yapınızın "kalp atışlarını" Yapı Sağlığı İzleme sistemi ile takip edebilirsiniz.**

**5000 m<sup>2</sup> ve üzeri PetriFit yapı güçlendirme projelerinize özel Yapı Sağlığı İzleme Hizmeti HEDİYE!**



## Yapı Sağlığı İzleme Sistemi Neden Önemlidir?

- Yapınızın dinamik davranışı sürekli izlenir.
- Olası bir deprem sonrası hasar durumu hızlı ve güvenilir şekilde analiz edilir.
- Karar alma süreçleri hızlanır, riskler minimize edilir.



# Dalmaçyalı Teknolojiyi Doğru Isı Yalıtım Kararı İçin Kullanıyor

Çağdaş Korkmaz

Nippon Paint Betek İnşaat Grubu Marka Direktörü

**D**almaçyalı, ısı yalıtımında “Binaya Özel Dış Cephe Analiz Raporu” ile teknolojiyi doğru karar için kullanıyor. Dalmaçyalı İleri Isı Yalıtım Sistemleri, ısı yalıtımında doğru ihtiyacın belirlenmesinden binadaki ısı kayıplarının tespitine kadar farklı aşamalarda teknoloji-den yararlanıyor. Dalmaçyalı Enerji Tasarrufu Analiz Raporu, termal kamera ve drone teknolojileri ile elde edilen veriler, uzman teknik ekipler tarafından değerlendirilerek bir araya getiriliyor. Bu analizlerin sonucunda, binanın ihtiyaçlarına en uygun ısı yalıtım çözümünü ortaya koyan binaya özel “Dış Cephe Analiz Raporu” oluşturuluyor. Böylece kullanıcıların ısı yalıtım kararlarını somut verilere ve teknik analizlere dayandırması sağlanıyor.

Enerji verimliliği ve artan iklimlendirme ihtiyacı, binalarda ısı yalıtımının önemini her geçen gün artırıyor. Ancak doğru ve verimli bir ısı yalıtımı uygulaması için yalnızca doğru ürünün seçilmesi değil, binanın ihtiyacının doğru analiz edilmesi de kritik önem taşıyor.

Dalmaçyalı İleri Isı Yalıtım Sistemleri, bu süreci teknoloji destekli çözümlerle daha ölçülebilir ve anlaşılır hale getiriyor. “Dalmaçyalı Enerji Tasarrufu Analiz Raporu”, termal kamera ve drone teknolojileri farklı ihtiyaçlara cevap verirken, kullanıcıların ısı yalıtım öncesinde binalarını daha iyi tanımlarına ve doğru uygulamaya yönelmelerine destek oluyor. Ayrıca, ısı yalıtımı bulunan binaların bakım ve onarım ihtiyaçlarının yanı sıra, gerektiğinde yeni yönetmeliklere uygun olarak yeniden ısı yalıtımı yapılması ihtiyacına karşılık yenilikçi çözümler sunuyor.



## “Dalmaçyalı Enerji Tasarrufu Analiz Raporu” ile binanın ihtiyacı hesaplanıyor

Dalmaçyalı Enerji Tasarrufu Analiz Raporu, kullanıcıların binalarının ısı yalıtımı ihtiyacına ilişkin ilk değerlendirmeyi dijital ortamda yapabilmesini sağlıyor. Kullanıcılar şehir, adres, bina tipi, kat sayısı gibi binaya ilişkin temel bilgileri sisteme girerek ihtiyaç duyulan yalıtım kalınlığı konusunda bilgi alabiliyor. Böylece teknik bilgi

gerektiren ısı yalıtımı kararının ilk aşamasında, binanın özelliklerine uygun bir yönlendirme sunuluyor. Dalmaçyalı Enerji Tasarrufu Analiz Raporu, kullanıcıların “Binamın ısı yalıtımına ihtiyacı var mı?” sorusuna kişiselleştirilmiş bir analizle cevap verirken, ısı yalıtımı kararını varsayımlardan uzaklaştırarak veriye dayalı hale getiriyor.

### **Termal kamera ile ısı kayıpları görünür hale geliyor**

Dalmaçyalı’nın sunduğu termal kamera hizmeti ise binanın mevcut durumunu doğrudan görüntülemeye imkân tanıyor. Uzman ekipler tarafından binanın farklı noktalarında gerçekleştirilen ölçümler sayesinde, enerjinin en fazla hangi bölgelerden kaybedildiği tespit ediliyor. Ortaya çıkan termal görüntü, adeta binanın bir “ısı haritasını” çıkararak ısı yalıtımı açısından zayıf noktaların görülmesini sağlıyor.

Bu sayede kullanıcılar uygulama öncesinde binalarındaki ısı kayıplarını somut olarak görebiliyor ve ısı yalıtım uygulamasının binanın genelinde daha etkin ve doğru şekilde gerçekleştirilmesini sağlayabiliyor. Dalmaçyalı’nın ücretsiz termal kamera hizmeti Türkiye’nin 81 ilinde sunuluyor ve hizmete çağrı merkezi ya da internet sitesi üzerinden ulaşılabilir.

### **Drone teknolojisiyle binalar daha kapsamlı inceleniyor**

Dalmaçyalı, ısı yalıtımı süreçlerinde drone teknolojisinden de yararlanıyor. Drone destekli dış cephe keşif hizmeti ile binaların en yüksek ve ulaşılması zor bölgelerinde dahi detaylı analizler yaparak, gözle görülmeyen mevcut ve olası dış cephe problemlerini tespit ediyor. Yüksek çözünürlüklü görüntüleme teknolojisi ve teknik ölçüm ekipmanları ile elde ettiği verileri inceleyerek, binanızın enerji verimliliğini ve dayanıklılığını artırırken



yeni görüntüsüne kavuşturacak en uygun çözüm önerilerini içeren Dış Cephe Analiz Raporu’nu sizlerle paylaşıyor.

Dalmaçyalı İleri Isı Yalıtım Sistemleri, sektörde ileri teknolojiyi kullanarak sunduğu bu teknik danışmanlık hizmeti ile, binalarda uzun vadede yüksek maliyetlere yol açabilecek sorunları ve dış cephedeki yapısal hasarları önceden fark etmenizi sağlayarak, daha yüksek enerji verimliliğine sahip, güvenli ve estetik binaların oluşturulmasına olanak tanıyor.

Nippon Paint Betek İnşaat Grubu Marka Direktörü Çağdaş Korkmaz, konuyla ilgili değerlendirmesinde şunları söyledi: “Isı yalıtımında doğru sonuç, binanın ihtiyacını doğru anlamakla başlıyor. Bu nedenle teknolojiyi yalnızca uygulama aşamasında değil, keşif ve analiz sürecinin de önemli bir parçası olarak görüyoruz. Dalmaçyalı Enerji Tasarrufu Analiz Raporu, termal kamera ve drone teknolojileriyle elde ettiğimiz verileri uzman ekiplerimizin değerlendirmeleriyle bir araya getirerek, her binaya kendi ihtiyacına uygun bir yol haritası sunmayı amaçlıyoruz. Böylece kullanıcıların daha bilinçli karar vermesine katkı sağlarken; enerji verimliliği ve yapıların uzun vadeli performansını birlikte ele alıyoruz.”

# Ürünün Ötesinde Değer Yaratmak



Tolga Ceylan

**Bonus Yalıtım Satış ve Pazarlama Müdürü**

**Y**alıtım sektöründe pazarlama, uzun yıllar boyunca çoğunlukla satışın önünü açan destekleyici bir faaliyet olarak görüldü. Esasen pazarlama, satıştan çok önce başlayan ve satış sonrasında da devam eden, hedef kitleyle ve tüm paydaşlarla kurulan ilişkinin tamamını kapsayan stratejik bir süreçtir. Bu nedenle sektörümüzde pazarlamayı yalnızca tanıtım ya da satışa hazırlık süreci olarak değil; ihtiyacı, müşteriye, değeri ve ilişkiyi birlikte yöneten bütünsel bir anlayış olarak ele almak gerekir.

Ürünün nasıl konumlandığından hangi değer önerisiyle sunulduğuna, fiyatlandırmadan dağıtım yapısına, müşterinin ihtiyacını anlamaktan satış sonrasında kurulan ilişkinin niteliğine kadar uzanan bütün bir değer yaratma sürecinden söz ediyoruz. Bu sürecin merkezinde ise her zaman aynı unsur yer alıyor: insan.

Bonus Yalıtım olarak, pazarlamaya bütüncül bir perspektiften yaklaşıyoruz. Bizim için pazarlama yalnızca mevcut talebi karşılamak ya da ürünü anlatmak değil. Hedef kitlenin ihtiyaçlarını anlamak, henüz görünür olmayan ihtiyaçları keşfetmek, farkındalık oluşturmak, standartların gelişmesine katkı sağlamak ve nihayetinde hedef kitlenin doğru kararı vermesini kolaylaştırmak da bu sürecin önemli parçaları arasında yer alıyor. Sektörümüzde pazarlama anlayışındaki esas dönüşümün de tam olarak bu noktada başladığına inanıyorum.

## Yalıtımda pazarlama neden farklı?

Yalıtım sektörü, doğası gereği birçok sektörden farklı dinamiklere sahip. Isı, su, ses ve yangın yalıtımını birlikte değerlendirdiğimizde hepsinin ortak noktasının



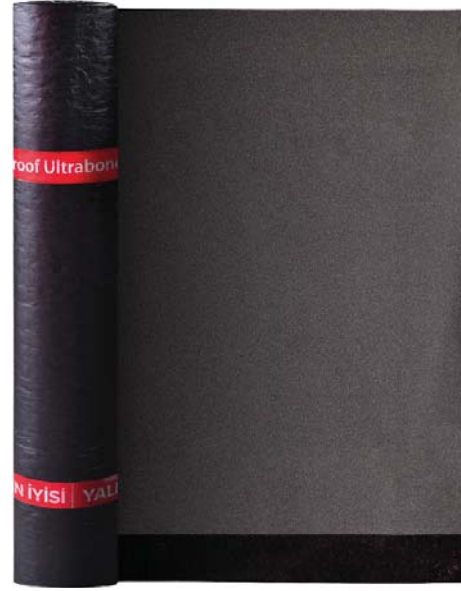
koruma olduğunu görüyoruz. Enerjiyi, yapıyı, yapının uzun vadeli performansını, insanı ve yaşam konforunu korumaya yönelik çözümler üretiyoruz. Bununla birlikte, ürettiğimiz ürünlerin önemli bir bölümü yapı tamamlandığında görünmez hale geliyor. Son kullanıcı çoğu zaman kullanılan malzemeyi doğrudan seçmiyor, uygulama sürecine tanıklık etmiyor ve teknik detaylara hakim olmuyor. Bu nedenle yalıtımda pazarlamanın görevi, görünür bir ürünü daha çekici hale getirmekten çok daha farklı.



Üstelik sektörümüzde satın alma kararını tek bir hedef kitle belirlemiyor. Mimarın, mühendisin, yatırımcının, müteahhidin, bayinin, uygulamacının, ustanın ve son kullanıcının beklentileri birbirinden farklı. Mimar teknik uygunluğa ve sistem çözümüne odaklanırken, uygulamacı ürünün sahadaki performansına bakıyor. Bu nedenle artık herkese aynı mesajla ulaşmaya çalışmak yeterli değil. Farklı paydaşları aynı iletişim diliyle değerlendirmek yerine, her birinin karar sürecindeki rolünü ve ihtiyacını doğru anlamak gerekiyor. Nasıl ki, başarılı bir yalıtımı doğru zeminde, doğru ürünle ve doğru uygulamayla tanımlıyorsak; başarılı pazarlamanın da doğru bilgiyi, doğru hedef kitleye, doğru zamanda ve doğru biçimde ulaştırmakla mümkün.

### Dijitalleşme ve değişen karar süreci

Dijitalleşme, müşterinin bilgiye ulaşma ve karar verme biçimini köklü şekilde değiştirdi. Bugün talep sahibi, satış ekibiyle görüşmeden önce teknik dokümanları inceliyor, uygulama detaylarını araştırıyor, alternatifleri karşılaştırıyor ve marka hakkındaki ilk kanaatini dijital ortamda oluşturuyor. Bu nedenle dijitalleşmenin gerçek değerini yalnızca görünürlükte değil; doğru bilgiye hızlı erişim, doğru ürün ve sistem yönlendirmesi ve karar



sürecinin kolaylaştırılmasında görüyoruz. Bununla birlikte dijitali saha ilişkisinin alternatifi değil; bayiye, uygulamacıyı, teknik ekibi ve satış organizasyonunu daha bilgili, hızlı ve verimli hale getiren tamamlayıcı bir yapı olarak değerlendiriyoruz.

Yapay zeka ve veri kullanımı da bu dönüşümün giderek daha önemli bir parçası haline geliyor. Ancak, bu alanda fırsatı yalnızca daha fazla içerik üretmekte değil; teknik bilgiyi anlamlandırmak, müşteri ihtiyaçlarını daha doğru analiz etmek, ürün ve sistem seçiminde yönlendirme yapmak ve satış ekiplerini daha güçlü bilgilerle desteklemekte görüyoruz. Burada belirleyici olan teknolojinin kendisi değil; şirketlerin sahip oldukları doğru ve güncel veriyi ne kadar iyi yapılandırdığı, yorumladığı ve müşterisi için anlamlı bir değere dönüştürebildiğidir.

Tüm bu dönüşümün içerisinde değişmeyen en önemli unsurun güven olduğunu unutmamak gerekir. Bugün rekabet yalnızca ürün ve fiyat üzerinden değil; bilgi, hizmet, deneyim ve hız üzerinden şekilleniyor. Pazarlamanın gerçek değeri ise tam burada ortaya çıkıyor: yalnızca görünür olmak değil, hedef kitlenin doğru karar vermesini kolaylaştırarak sürdürülebilir değer yaratmak.

# Yalıtımda Yeni Dönem: Bilinçli Tercihler, Sürdürülebilir Yapılar

Kalekim A.Ş.

**G**üncellenen TS 825 Binalarda Isı Yalıtımı Kuralları Standardı, Türkiye’de enerji verimliliği ve yalıtım alanında önemli bir dönüşümün önünü açıyor. Binaların ısıtılması ve soğutulması için ihtiyaç duyduğu enerjinin sınırlandırılması ve enerji performansının daha doğru hesaplanmasına yönelik yeni yaklaşım, yalıtımın yapı tasarımının ayrılmaz bir parçası olarak ele alınmasını gerekli kılıyor. İklim bölgelerinin yeniden tanımlanması ve soğutma ihtiyacının da hesaplamalara dahil edilmesi, her yapının kendi koşulları içerisinde değerlendirilmesini daha da önemli hale getiriyor.

Bu değişim, sektörün bilgi aktarımından müşteri deneyimine kadar birçok alandaki yaklaşımını da yeniden şekillendiriyor. Yalıtımın yalnızca bir yapı malzemesi tercihi olmadığı; binanın enerji performansını, kullanım maliyetlerini ve yaşam döngüsü boyunca yarattığı değeri doğrudan etkilediği konusunda daha güçlü bir farkındalık oluşması gerekiyor. Dolayısıyla önümüzdeki dönemde teknik bilginin erişilebilir ve anlaşılır hale getirilmesi, doğru çözümün belirlenmesine yönelik rehberlik sunulması ve sektörün tüm paydaşlarının bilinçlendirilmesi belirleyici olacak.

Yeni standardın beraberinde getirdiği teknik gereklilikler, dijital araçların sektördeki önemini de artırıyor. İZODER çatısı altında geliştirilen TS 825 Hesaplama Modülü,



bu dönüşümün önemli örneklerinden biri olarak öne çıkıyor. Kalekim olarak modülün destekçileri arasında yer alarak, sektör profesyonellerinin yeni standarda uygun hesaplamalar gerçekleştirmesine ve proje özelinde daha doğru kararlar almasına katkı sunmayı önemsiyoruz.

## Bilgiye Erişimde Dijital Dönüşüm

Modül; yapının bulunduğu iklim bölgesi, bina özellikleri ve yalıtım parametreleri gibi verileri dikkate alarak enerji performansının değerlendirilmesine yardımcı oluyor. Böylece mimar, mühendis ve diğer sektör pro-

fesyonelleri için teknik verilerin karar alma süreçlerinde daha etkin kullanılmasına imkan sağlıyor. Buradaki değer yalnızca bir hesaplama aracının kullanılabilir hale gelmesinden ibaret değil. Teknik bilginin dijital ortamda erişilebilir olması, yeni standardın daha kolay anlaşılmasına ve uygulamada karşılık bulmasına da katkı sağlıyor.

Dijitalleşme, bununla birlikte, müşteri deneyiminin de önemli bir parçası haline geliyor. Ürün araştırmasından teknik bilgiye ulaşmaya, uygulama detaylarından ihtiyaçlara uygun çözümün belirlenmesine kadar birçok aşama artık dijital kanallarda gerçekleşiyor. Bu nedenle dijital kanalları yalnızca operasyonel süreçleri hızlandıran araçlar olarak değil, müşteriler ve sektör profesyonelleriyle daha nitelikli bir iletişim kurmanın tamamlayıcı unsurları olarak değerlendirmek gerekiyor.

Kalekim olarak bu yaklaşım doğrultusunda dijital kanallarımızı ürün ve sistem çözümlerine ilişkin bilgiye daha hızlı ulaşılmasını ve doğru uygulama konusunda rehberlik sağlanmasını destekleyecek şekilde geliştiriyoruz. Bunun yanında dijital deneyimi uzman kadromuz ve yaygın bayi ağımla bir bütün olarak ele alıyor; dijital ortamda sunulan bilginin sahadaki deneyim ve uygulama ile desteklenmesine önem veriyoruz.

## **Yalıtım Tek Bir Ürün Değil, Birbiriyle Uyumlu Sistemler Bütünü**

Yeni TS 825'in getirdiği yaklaşımın en önemli sonuçlarından biri de yalıtımın tek bir ürün üzerinden değil, birbiriyle uyumlu sistemlerin bütünü olarak değerlendirilmesini daha önemli hale getirmesi. Türkiye'nin farklı iklim koşulları ve yapı özellikleri düşünüldüğünde, her proje için aynı çözümün uygulanması yerine yapının ihtiyaçlarına uygun sistemlerin belirlenmesi gerekiyor. Daha düşük U değerlerine ulaşılması, yapıların enerji kayıplarının azaltılmasına katkı sağlarken ısıtma ve soğutma sistemlerinin kapasitesinin de daha doğru belirlenmesine olanak tanıyor. Bu nedenle yalıtım yatırımının değerlendirilmesinde yalnızca ilk maliyetin değil,

binanın kullanım ömrü boyunca sağlayacağı enerji tasarrufunun ve ekonomik faydanın da dikkate alınması önem taşıyor.

Bu noktada sektörün iletişim dilinin de değişmesi gerektiğini düşünüyoruz. Yapı sahiplerine yalnızca hangi ürünün tercih edilmesi gerektiğini anlatmak yerine, neden belirli bir sistemin o yapı için uygun olduğunu ve doğru uygulamanın uzun vadede ne gibi faydalar sağlayacağını ortaya koymak gerekiyor. Yalıtımın bir maliyet kalemi olmaktan öte, binanın yaşam döngüsü boyunca değer yaratan bir yatırım olduğunun anlaşılması, farkındalığın gelişmesinde önemli bir rol oynayacaktır.

## **Yeni TS 825 Yalnızca Teknik Bir Gereklik Değil, Sektör İçin Bir Kalite Çağı**

Yeni standardın altı farklı iklim bölgesini ve ısıtmanın yanı sıra soğutma ihtiyacını da dikkate alan yapısı, “tek tip çözüm” yaklaşımının yerine proje ve iklim koşullarına göre şekillenen çözümleri öne çıkarıyor. Kalekim olarak bu yaklaşımı “terzi usulü” sistem anlayışımızla örtüşen bir dönüşüm olarak değerlendiriyoruz. Yapının bulunduğu bölge, kullanım amacı, teknik özellikleri ve enerji performansı birlikte değerlendirilerek çözüm geliştirilmesinin, sektörün geleceğinde daha fazla önem kazanacağına inanıyoruz.

Bununla birlikte yeni TS 825 dönemini yalnızca teknik bir gereklik olarak değil, sektör açısından bir kalite çağı olarak görüyoruz. Standardın daha yüksek performans beklentisi oluşturmalarının, uygulama kalitesinin gelişmesine ve standart dışı ürün ve uygulamaların azalmasına katkı sağlayacağı kanaatindeyiz. Bu süreç, Ar-Ge ve inovasyona yatırım yapan, teknik yeterliliği ve uygulama deneyimini odağına alan şirketler açısından da önemli bir gelişim alanı yaratıyor.

Kalekim'in bu alandaki yaklaşımı yeni bir dönemin gereklilikleriyle sınırlı değil. Isı yalıtımının henüz bir lüks olarak değerlendirildiği 2000'li yılların başından itibaren bu alanı stratejik bir odak olarak ele alıyor ve

Türkiye'nin ilk garantili mantolama sistemi- ni geliştirmiş olmanın deneyimiyle çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Bugün ise odağımızı yalnızca yüksek performanslı ürünlere değil; ürün, sistem, uygulama ve bilgi birikiminin birlikte değerlendirilmesine yöneltiyoruz.

## Sürdürülebilirlik Bilinçle Başlıyor

Yalıtım sektöründeki dönüşümün kalıcı olması, teknik düzenlemelerin yanı sıra farkındalığın da güçlenmesine bağlı. TS 825'in ortaya koyduğu hedeflerin hayata geçirilmesi; mimar, mühendis, uygulamacı, bayi, üretici ve yapı sahipleri dahil olmak üzere tüm paydaşların doğru bilgiye sahip olması ve bu bilgiyi uygulamaya aktarabilmesiyle mümkün. Sürdürülebilirlik de bu dönüşümün doğal bir parçası olarak karşımıza çıkıyor. Enerjinin daha verimli kullanılması, karbon emisyonlarının azaltılması, kaynakların etkin değerlendirilmesi ve yapıların yaşam döngüsü boyunca yüksek performans göstermesi artık birbirinden bağımsız başlıklar olarak ele alınamaz. Yalıtım, bu hedeflerin her birine doğrudan katkı sağlayan temel yapı unsurlarından biri.

Kalekim olarak "Kalekim Bilir" yaklaşımımız doğrultusunda, bu dönüşümün yalnızca ürün geliştirme boyutuyla sınırlı olmadığını düşünüyoruz. Doğru bilginin yaygınlaştırılması, sektör profesyonellerinin desteklenmesi, dijital araçların geliştirilmesi ve doğru uygulama kültürünün güçlendirilmesi de sürdürülebilir yapıların yaygınlaşması açısından aynı derecede önemli.

İZODER çatısı altında geliştirilen TS 825 Hesaplama Modülü'ne verdiğimiz destek de bu anlayışın bir parçası. Dijital teknolojiyi teknik bilgiyle buluşturarak sektörün yeni standarda uyum sürecini kolaylaştırmayı ve proje özelinde daha doğru kararların alınmasına katkı sağlamayı hedefliyoruz. Önümüzdeki dönemde yalıtım



sektöründe rekabetin yalnızca ürün performansı üzerinden değil; bilgi, teknoloji, uygulama kalitesi ve yaratılan uzun vadeli değer üzerinden şekilleneceğine inanıyoruz. Çünkü sürdürülebilir bir gelecek, yalnızca daha az enerji tüketen binalarla değil; doğru bilgiyle tasarlanan, ihtiyaca uygun sistemlerle uygulanan ve yaşam döngüsü boyunca verimli çalışan yapılarla mümkün.

Kalekim olarak yarım asrı aşan sektör deneyimimiz, güçlü Ar-Ge altyapımız ve yenilikçi çözüm anlayışımızla bu dönüşümün bir parçası olmaya; daha bilinçli, daha kaliteli, daha dijital ve daha sürdürülebilir bir yalıtım kültürünün gelişimine katkı sunmaya devam edeceğiz.

## Kalekim'in İkinci Çeyrek Net Satışları 2,97 Milyar TL Oldu

**Kalekim**

**T**ürkiye yapı kimyasalları sektörünün lideri Kalekim, 2026 yılının ilk yarısına ait finansal sonuçlarını açıkladı. Küresel jeopolitik gerilimler ve uluslararası pazarlarda yaşanan dönemsel zorluklara rağmen maliyet disiplininin taviz vermeyen Kalekim'in yılın ikinci çeyreğindeki net satışları 2,97 milyar TL olarak gerçekleşti. Şirket, brüt kâr marjını ise geçen yılın aynı dönemine göre artırarak %41 seviyesine taşıdı. Yılın ilk yarısı toplamında ise net satışlar 5,3 milyar TL'ye ulaşırken, brüt kar marjı %40, FAVÖK marjı ise %18 olarak gerçekleşti. Kalekim, 2026 yılı ikinci çeyrek finansal sonuçlarını Kamuoyu Aydınlatma Platformu'na (KAP) bildirdi. Beklentilerle paralel bir performans sergileyen Kalekim; mevsimselliğin etkisiyle yılın ilk çeyreğine göre hem brüt kâr ve FAVÖK marjlarında, hem de net kâr marjında artış kaydetti.



### “Uzun Vadeli Büyüme Hedeflerimizi Korumaya Devam Ediyoruz”

Yılın ilk yarısındaki makroekonomik tabloyu ve finansal performansı değerlendiren Kale Holding CFO'su Haluk Alperat, şunları söyledi: “2026'nın ilk yarısı, bölgesel belirsizlikler ve ihracat pazarlarındaki daralma nedeniyle hem sektörümüz hem de ülkemiz ihracatı adına zorlu bir dönem oldu. Ancak ikinci çeyrek özeline baktığımızda; mevsimselliğin getirdiği hacim artışı, güçlü dağıtım ağıımız ve esnek maliyet yapımız sayesinde yılın ilk çeyreğine göre finansal başarılarımızı daha da ileri taşıdık. 2026 yılının ikinci çeyreğinde net satışlarımız 2,97 milyar TL olarak gerçekleşti. Fiyatlama gücümüzün de katkısıyla brüt kâr marjımızı da geçen yılın aynı döneminin üzerine çıkararak %41 seviyesine taşıdık. Ayrıca FAVÖK ve net kâr marjlarımızda ise ilk çeyreğe kıyasla güçlü bir iyileşme kaydettik. Kalekim olarak dönemsel dalgalanmalara rağmen uzun vadeli organik ve inorganik büyüme hedeflerimizi korumaya devam ediyoruz.”

### “Yerelleşerek Küreselleşme Vizyonumuza Taviz Vermeden Devam Ediyoruz”

Ihracat pazarlarındaki daralmaya rağmen şirketin beklentiler doğrultusunda yoluna devam ettiğini vurgulayan Kalekim Genel Müdürü Soner Çetinkaya ise şu değerlendirmelerde bulundu: “Uluslararası pazarlarda zaman zaman yaşanan dönemsel daralmalara rağmen, stratejik gördüğümüz coğrafyalardaki varlığımızı uzun vadeli bir perspektifle yönetiyoruz. Örneğin, en önemli pazarlarımızdan biri olan Irak'ta sadece bir ihracatçı veya üretici değil; markamızla ve kalitemizle kalıcı bir güven inşa ediyoruz. Bu yaklaşım temelinde yatırım ve üretim çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Bu kapsamda, Türkiye'de 200 bini aşkın ustaya dokunan dev ekosistemimiz Usta Kulübü'nü bölgeye taşıyarak yerel ustalarla bağımızı dijital ve fiziksel olarak daha da derinleştirdik. Zorlu dönemlerden geçerken operasyonel verimliliğimize odaklanıyor ve 'yerelleşerek küreselleşme' vizyonumuzdan taviz vermeden yolumuza devam ediyoruz.”



# Yalıtım Sektöründe Rekabet Artık Ürünle Değil, Değerle Kazanılıyor

Alper Doğruer  
Ravago Bina Çözümleri Türkiye Direktörü

**Y**alıtım sektöründe pazarlama anlayışı önemli bir dönüşüm geçiriyor. Geçmişte ürünün teknik özelliklerini ve fiyatını anlatmak çoğu zaman yeterliyken, bugün müşterinin beklentisi bunun çok ötesine geçmiş durumda. Projenin ihtiyacını doğru anlamak, doğru ürünü ve sistemi önermek, teknik destek sağlamak ve uygulamanın doğru şekilde tamamlanmasına katkıda bulunmak giderek daha fazla önem kazanıyor.

Aslında değişen yalnızca pazarlama değil, müşterinin karar verme biçimi. Mimarlar, mühendisler, müteahhitler ve yatırımcılar artık ürünleri çok daha detaylı araştırıyor; teknik özellikleri karşılaştırıyor, uygulama örneklerini inceliyor ve alternatif çözümleri değerlendiriyor. Dijitalleşme de bu süreci hızlandırıyor. Teknik föylerden uygulama videolarına, performans verilerinden proje referanslarına kadar birçok bilgiye birkaç dakika içerisinde ulaşılabilir.

Bu nedenle günümüzde pazarlamanın görevi yalnızca ürünü görünür kılmak değil; doğru ve güvenilir teknik bilgiyi erişilebilir hale getirmek olmalı. Ben önümüzdeki dönemde yapı malzemeleri sektöründe bunun çok daha belirleyici hale geleceğini düşünüyorum. Çünkü müşterinin karşısında artık yalnızca bir ürün değil, o ürünün yapıya ne kattığı ve kullanım ömrü boyunca nasıl bir değer yarattığı konuşuluyor.

Bugün bir projede ürün seçimini yalnızca ilk satın alma fiyatı belirlemiyor. Enerji verimliliği, yangın güvenliği,



su geçirimsizlik performansı, uygulama kolaylığı, dayanıklılık, bakım ihtiyacı ve yaşam döngüsü maliyeti gibi kriterler karar süreçlerinde giderek daha fazla ağırlık

kazanıyor. Dolayısıyla sektörde rekabet de ürün odaklı bir yapıdan çözüm ve değer odaklı bir yapıya doğru ilerliyor.

Ravago Bina Çözümleri olarak biz de yaklaşımımızı bu değişime göre şekillendiriyoruz. Güçlü üretim altyapımızı, geniş ürün portföyümüzü ve teknik bilgi birikimimizi müşterilerimize sunduğumuz değerın temel unsurları olarak görüyoruz. Buradaki temel hedefimiz, müşteriye sadece ürün vermek değil; projenin ihtiyacını anlayan ve doğru çözümün oluşturulmasına katkı sağlayan bir iş ortamı olabilmek.

Bu yaklaşımın arkasında güçlü ve sürdürülebilir bir üretim yapısının bulunması da son derece önemli. Kocaeli Kartepe tesisimizde devreye aldığımız yeni membran üretim hattı bunun yakın dönemdeki en önemli örneklerinden biri. Bu yatırımla yıllık 20 milyon metrekare olan membran üretim kapasitemizi 40 milyon metrekareye çıkardık. Böylece hem iç pazardaki talebe daha hızlı cevap verebilen hem de ihracat hedeflerimizi daha güçlü destekleyen bir üretim yapısına ulaştık.

Ancak kapasite artışını yalnızca daha fazla ürün üretmek olarak görmüyoruz. Müşteriye verilen sözün arkasında güçlü bir tedarik, süreklilik ve teslimat kabiliyeti bulunması gerekiyor. Özellikle kentsel dönüşümün hız kazandığı ve büyük ölçekli projelerin arttığı Türkiye pazarında, ürünün doğru zamanda ve doğru teknik destekle sahaya ulaştırılması önemli bir rekabet avantajı yaratıyor. Yurt dışı pazarlarda ise Ravago Grubu'nun global ağı bize daha geniş bir erişim ve hizmet kabiliyeti sağlıyor.

Yalıtım sektörünün bir başka önemli konusu ise doğru uygulama. Teknik açıdan çok iyi bir ürünün yanlış uygu-

lanması halinde beklenen performansın elde edilmesi mümkün değil. Bu nedenle üretici firmaların sorumluluğunun fabrika kapısında sona ermediğine inanıyorum. Teknik dokümantasyon, proje desteği, uygulamacı eğitimi, saha ziyaretleri ve geri bildirim mekanizmaları da ürün kadar önemli hale geliyor.

Satış sonrası deneyim de bunun doğal bir parçası. Müşterinin ürünü satın aldığı andan uygulamanın tamamlanmasına kadar yaşadığı süreç marka algısını doğru-

dan etkiliyor. Bence önümüzdeki dönemde güçlü markaları ayıran temel farklardan biri de bu olacak: kaliteli ürünün yanında, müşteriye sahada destek verebilmek ve gerektiğinde çözüm üretebilmek. Türkiye'nin enerji verimliliği hedefleri, kentsel dönüşüm ihtiyacı, yapı güvenliği ve sürdürülebilirlik gündemi yalıtım sektörünün önemini daha da artırıyor. Bu noktada sektör olarak yalnızca daha fazla ürün satmayı değil; doğru projelendirmeyi, doğru malzeme seçimini ve doğru uygulamayı yaygınlaştırmayı da hedeflememiz gerekiyor. Çünkü yalıtımın gerçek

değeri, ürünün satıldığı gün değil, yapının kullanım ömrü boyunca sağladığı performansla ortaya çıkıyor.

Önümüzdeki dönemde yalıtım sektöründe rekabetin; ürün çeşitliliğinin yanı sıra teknik bilgi, uygulama desteği, tedarik gücü, sürdürülebilirlik ve müşteri deneyimi üzerinden şekilleneceğine inanıyorum. Ravago Bina Çözümleri olarak hedefimiz de bu dönüşümün içinde yalnızca ürün sunan bir üretici olmak değil; müşterilerimizin projelerini doğru analiz eden, ihtiyaçlarına uygun çözümler geliştiren ve uzun vadeli değer yaratan güvenilir bir çözüm ortağı olmaya devam etmek. Çünkü gelecekte fark yaratan markalar, yalnızca iyi ürün sunanlar değil; doğru çözümü, doğru teknik destekle müşterisine ulaştırabilenler olacak.



# Yalıtım Sektöründe Pazarlama: Bilgi, Görünürlük ve Güven

Cem Selvi | Pazarlama Yöneticisi  
İstanbul Teknik İnşaat A.Ş.

**B**ir markaya ilişkin algı, sunduğu ürün ve hizmetlerin yanı sıra sahip olduğu uzmanlık, çalışma biçimi, paydaşlarıyla kurduğu ilişki ve sektörüne kattığı değerle birlikte oluşur. Bu nedenle İstanbul Teknik'in marka kimliğini yalnızca ürünlerimiz, uygulamalarımız ve mühendislik çözümlerimiz üzerinden anlatmıyoruz. Bilgi birikimimizi, deneyimimizi, insan kaynakları yaklaşımımızı, kurum kültürümüzü ve sosyal sorumluluk çalışmalarımızı da bu kimliğin ayrılmaz parçaları olarak iletişimimize yansıtıyoruz.

Bu bütüncül bakış, pazarlama stratejimizi ürün tanıtımının ötesine taşıyor. Bilgi ve deneyimimizi yalnızca müşterilerimizle değil; üniversite öğrencilerinden akademisyenlere, uygulamacılardan sektör profesyonellerine, derneklerden diğer sektör kuruluşlarına kadar geniş bir paydaş ağıyla paylaşıyoruz. Teknik yayınlar, eğitimler, uygulama ve proje paylaşımları aracılığıyla doğru ürün ve uygulamalar konusunda farkındalık oluşturmayı, teknik bilgiye erişimi kolaylaştırmayı ve sektörün gelişimine katkı sağlamayı sorumluluklarımız arasında görüyoruz.

## Kaliteli Ürün, Güvenilir Bilgi

Yalıtımda ürün seçimi; yapı performansını, güvenliği, enerji verimliliğini, kullanım ömrünü ve yaşam konforunu doğrudan etkiliyor. Bu nedenle önceliğimiz kaliteli ürünler sunmak, pazarlama iletişimindeki sorumluluğumuz ise bu ürünlere ilişkin bilgiyi teknik açıdan doğru, anlaşılır ve doğrulanabilir biçimde aktarmak. Ürünün hangi ihtiyaca cevap verdiğini, hangi koşullarda kullanılması gerektiğini ve sistem içerisindeki göre-



vini açık biçimde anlatmak büyük önem taşıyor. Teknik dokümanlar, test sonuçları, sertifikalar, uygulama detayları ve proje örnekleri bu iletişimin ayrılmaz parçaları hâline geliyor.

Üretici firmaların sahip olduğu bilgi ve saha deneyimi, sektör açısından önemli bir değer taşıyor. Bu birikimin yalnızca kurum içinde kalması yerine eğitimler, teknik yayınlar, seminerler, üniversite buluşmaları, proje paylaşımları ve dijital içerikler aracılığıyla sektörle buluşması gerektiğine inanıyoruz.

İstanbul Teknik'in pazarlama stratejisinde bilgi paylaşımı bu nedenle önemli bir yere sahip. Amacımız yalnız-

ca ürünlerimizin bilinirliğini artırmak değil; yalıtım konusunda doğru bilginin yaygınlaşmasına ve sektörün gelişimine katkı sağlamak. Ürünlerimizi anlatırken hangi sorunu çözdüklerini, doğru uygulamanın neden önemli olduğunu ve seçilen çözümün yapıya nasıl değer kattığını da paylaşmaya çalışıyoruz.

Bu yaklaşım, pazarlama ile teknik ekipler arasında güçlü bir iş birliği gerektiriyor. Teknik uzmanlığın anlaşılır ve ulaşılabilir içeriklere dönüşmesi, iletişimin güvenilirliğini artırıyor. Böylece pazarlama yalnızca tanıtım yapan bir yapı olmaktan çıkıyor; teknik bilgiyle müşteri ihtiyacı arasında köprü kuran bir role kavuşuyor.

### Küresel rekabet, sürekli gelişim

Yurt dışındaki ofislerimiz, 90 ülkeye ulaşan ihracat ağımız ve uluslararası projelerdeki deneyimimizle yalnızca Türkiye’de değil, dünya çapında rekabet eden bir üreticiyiz. Bu küresel bakış, faaliyetlerimizin yanı sıra pazarlama stratejimizin de önemli bir parçasını oluşturuyor. Küresel ölçekte rekabet edebilmek; yeniliklere açık olmayı, değişen standartlara uyum sağlamayı, yeni teknolojileri takip etmeyi ve farklı pazarlardaki beklentileri doğru anlamayı gerektiriyor. Bir ülkede etkili olan ürün anlatımı, iletişim yaklaşımı ve mecra, başka bir pazarda aynı karşılığı bulamayabiliyor. Bu nedenle temel marka kimliğimizi korurken içeriklerimizi, kullandığımız mecraları ve iletişim yöntemlerimizi farklı pazarların ihtiyaçlarına göre şekillendiriyoruz.

Pazarlama stratejimizi sabit bir yapı olarak görmüyoruz. Dünyadaki gelişmeleri, yeni teknolojileri ve değişen iletişim yaklaşımlarını yakından takip ederek çalışmalarımızı sürekli geliştiriyoruz. Bu küresel bakış, İstanbul Teknik’in bilgi birikimini, ürünlerini ve mühendislik çözümlerini farklı pazarlarda doğru ve etkili biçimde anlatmamıza katkı sağlıyor.



### “Her Yol İstanbul Teknik’e Çıkar”

Farklı hedef kitlelere ulaşabilmek için web sitelerimizden sosyal medyaya, e-posta iletişiminden sektörel yayınlara, eğitimlerden fuar ve etkinliklere kadar dijital ve yüz yüze birçok mecrayı bir arada kullanıyoruz.

Bu yapı içinde dijital platformlar ve sosyal medya, pazarlama stratejimizin önemli bir parçasını oluşturuyor. Bu kanallarda yıl boyunca aktif ve düzenli bir iletişim sürdürüyor; ürünlerimizi, uygulamalarımızı, projelerimizi, teknik bilgi birikimimizi, kurumsal gelişmelerimizi ve sektörümüze yönelik çalışmalarımızı farklı içeriklerle paylaşıyoruz. İletişimdeki bu süreklilik sayesinde geniş kitlelere ulaşıyoruz.

Dijital iletişimin gelişmesiyle birlikte arama alışkanlıkları da değişiyor. Bilgi arayışı artık yalnızca ürün veya marka adıyla yapılan aramalardan oluşmuyor; teknik bir konu, uygulama detayı, proje ihtiyacı ya da karşılaşılan bir sorun da aramanın başlangıç noktası olabiliyor. Arama motorlarının yanında sosyal medya ve video platformları da bilgiye ulaşma ve yeni markaları keşfetme sürecinde giderek daha fazla kullanılıyor.

“Her yol İstanbul Teknik’e çıkar” yaklaşımımız tam olarak bu noktada karşılık buluyor. Faaliyet alanlarımızla ilgili bir ürün, uygulama veya teknik bilgi arandığında, hangi dijital kanaldan yola çıkılırsa çıkılsın İstanbul

Teknik'e ve sunduğumuz doğru bilgiye ulaşılabilmesini istiyoruz. Web sitelerimizden sosyal medya hesaplarımıza, teknik yayınlarımızdan video içeriklerimize kadar bütün dijital temas noktalarımızı bu anlayışla yönetiyoruz. Arama motoru optimizasyonu, yani SEO çalışmaları da dijital görünürlüğümüzün temel unsurlarından birini oluşturuyor.

Bugün arama dünyasında yeni ve önemli bir dönüşüm yaşıyor. Yapay zekâ destekli sistemler, kullanıcıların bilgiye ulaşma ve markaları araştırma biçimini yeniden şekillendiriyor. Artık yalnızca arama sonuçlarında üst sıralarda yer almak değil, yapay zekâ tarafından doğru anlaşılacak ve güvenilir bir bilgi kaynağı olarak referans gösterilmek de önem kazanıyor. Previsible'in 19 web sitesine ait verileri inceleyen 2025 AI Traffic Report\* çalışmasına göre, yapay zekâ platformlarından gelen web sitesi trafiği 2025'in ilk beş ayında önceki yılın aynı dönemine kıyasla %527 arttı. Bu dikkat çekici artış, yapay zekânın bilgiye erişim ve marka keşfinde hızla önem kazandığını gösteriyor.

İstanbul Teknik'te bu dönüşümü erken aşamada pazarlama stratejimize dâhil ettik. Web sitelerimizi ve dijital paylaşımlarımızı GEO (Generative Engine Optimization) açısından da değerlendiriyoruz. İçeriklerimizin teknik doğruluğuna, açıklığına, güncelliğine ve yapay zekâ sistemleri tarafından doğru biçimde yorumlanabilecek bir yapıda sunulmasına dikkat ediyoruz. Böylece sektörümüzde bu alanda ön alıyor, İstanbul Teknik'in dijital varlığını geleceğin arama alışkanlıklarına bugünden hazırlıyoruz. Amacımız yalnızca daha fazla görünmek değil; doğru, güncel, anlaşılır ve referans verilebilir içeriklerle görünür olmak. Çünkü teknik bir sektörde görünürlük, ancak sunulan bilgi güvenilir olduğunda kalıcı bir değere dönüşüyor.



### Güven Markası Olmanın Sorumluluğu

Güven, yalnızca iletişim çalışmalarıyla oluşturulan bir algı değil; bir markanın yıllar boyunca ortaya koyduğu performansın ve verdiği sözleri ne ölçüde yerine getirdiğinin sonucudur. İstanbul Teknik'in 30 yıla yaklaşan yolculuğunda kaliteden ödün vermeyen üretim anlayışımız, sunduğumuz mühendislik çözümleri, başarıyla tamamladığımız projeler ve sektörümüzle paylaştığımız bilgi birikimiyle güçlü bir güven inşa ettik.

Bir güven markası olmanın en önemli sorumluluğu, kazanılan güveni korumak ve daha ileriye taşımak. Bunun da her yeni üründe, projede ve kurduğumuz her ilişkide aynı kaliteyi ve sorumluluğu sürdürmekle mümkün olduğuna inanıyoruz. Bu nedenle ürün kalitesinden teknik desteğe, bilgi paylaşımından dijital erişilebilirliğe kadar bütün çalışmalarımızı sürekli geliştiriyoruz. Gelecekte yalıtım sektöründe fark yaratacak firmaların yalnızca ürünlerini en fazla anlatanlar değil; söyledikleriyle sundukları örtüşen, bilgisini paylaşan ve her temas noktasında güven oluşturan markalar olacağına inanıyorum.

**Kaynak:** <https://searchengineland.com/ai-traffic-up-seo-rewritten-459954>

# Binanızı Nucleus ile Zorlu İklim Koşullarına Hazırlayın!



**S**onbahar ile birlikte düşen hava sıcaklıkları, dış cephe uygulamalarında kış öncesi son hazırlık dönemini başlatıyor. Yaklaşan çetin iklim koşulları öncesinde binaları koruma altına almak, yapıların uzun ömürlü olması açısından stratejik bir önem taşıyor. Çünkü küresel iklim değişikliğiyle birlikte artık kış ayları sadece soğuk değil ani ve şiddetli yağışlar, dondurucu sıcaklık farkları ve fırtınalarla çok daha agresif geçiyor. Filli Boya, hem kış şartları bastırmadan binalarını güvenceye almak isteyen yapı sahiplerine hem de inşa ettikleri projelere yüksek dayanım kazandırmayı hedefleyen profesyonellere Türkiye’de bir ilk olan dış cephe boyası Nucleus ile yenilikçi bir çözüm getiriyor. Geleceğin sertleşen iklim şartları öngörülerek tasarlanan Nucleus; Türkiye, Japonya, Avustralya ve Çin’deki Nippon Paint Ar-Ge ekiplerinin ortak iş birliğiyle, dört yıllık yoğun bir çalışma sürecinin sonunda hayata geçirdi. Zorlu iklim koşullarına göre Gebze’deki Ar-Ge merkezinde ve farklı coğrafyalarda test edilen bu benzersiz ürün, içeriğindeki silikon aşılınmış özel Frontier Polymer Technology® sayesinde, bir dış cephe boyasından beklenen tüm hayati fonksiyonları "3D Koruma" çatısı altında tek bir formülde birleştiriyor. Kış aylarında dış cephelerin en büyük düşmanı olan nem ve su birikmesi, yapı bütünlüğüne ciddi zararlar veriyor. Nucleus, bün-

yesindeki Silicone-grafted® (silikon aşılınmış) polimer teknolojisi sayesinde "maksimum su iticilik" sergileyerek şiddetli yağışlarda bile cephenin su emmesini engelliyor. Eşzamanlı çalışan "maksimum nefes alma" kabiliyeti ise bina içindeki nemin hızla dışarı tahliye edilmesini sağlayarak yapı fizliğini koruyor, dökülme ve kabarmanın önüne geçiyor.

## Doğadan Aldığı Enerjiyle Kendi Kendini Temizleyen Yüzeyler

Kış aylarında artan ısınma kaynaklı baca gazları, yoğunlaşan araç trafiği ve sisten dolayı şehirlerde yükselen hava kirliliği, binaların dış yüzeyinde kurum ve kir birikmesine neden oluyor. Nucleus, yapısındaki özel pigmentler sayesinde yüzeyde fotokatalitik merkezler oluşturuyor. Güneşten gelen UV ışınlarını kullanan bu teknoloji, yüzeye tutunmaya çalışan kirleri okside ederek parçalıyor. Böylece binalar ilave bir bakıma ihtiyaç duymadan, kendi kendini temizleyerek uzun yıllar ilk günkü estetik görünümünü muhafaza ediyor.

## Sert Hava Koşullarına Karşı Canlı Renkler ve Uzun Ömürlü Estetik

Sonbahar ve kış aylarında yaşanan keskin sıcaklık düşüşleri, donma-çözünme süreçleri ve sürekli nem, dış cephe yüzeylerini yıpratarak renklerin canlılığını kaybetmesine ve matlaşmasına yol açar. Nucleus, yüksek UV direnci ve yapılara modern bir doku kazandıran "soft parlak" yüzey kalitesiyle renklerin ilk günkü estetiğini uzun yıllar korur. Güçlü kapaticılığı ve metraj performansı ile uygulama kolaylığı sunan ürün; canlı organik renklerde 5 yıl, pastel tondaki inorganik renklerde ise 10 yıla varan renk solmazlık garantisi veriyor. Binalarını kışa eksiksiz hazırlamak isteyenler için Nucleus, hem estetiği hem de uzun ömürlü korumayı aynı anda vaat ediyor.

# Yalıtım Sektöründe Pazarlama: Üründen Değere, Satıştan Güvene

Okan Murat Erenoğlu  
Kurucu Ortak | Genel Müdür  
Azur Yalıtım A.Ş.

**Y**alıtım sektöründe pazarlama artık yalnızca ürün, fiyat ve satıştan ibaret değil. Dijitalleşme, değişen müşteri davranışları ve küresel rekabet; firmaları daha hızlı, daha görünür ve daha güvenilir olmaya zorluyor. Yalıtım sektöründe uzun yıllardır hem yurtiçi hem de yurtdışı pazarlarda satış ve pazarlama faaliyetlerinin içinde olan biri olarak, sektörümüzde pazarlama anlayışının son yıllarda önemli ölçüde değiştiğini gözlemliyorum. Geçmişte iyi bir ürün, rekabetçi bir fiyat ve güçlü bir satış ekibi, pazarda başarılı olmak için çoğu zaman yeterliydi. Bugün ise bu üç unsurun yanına çok daha güçlü kavramlar eklenmiş durumda: marka, dijitalleşme, müşteri deneyimi, teknik bilgi, sürdürülebilirlik ve güven. Aslında değişen sadece pazarlama yöntemleri değil; müşterinin satın alma davranışı.

Bugün bir müşteri, satış temsilcimizle görüşmeden önce firmamızı ve ürünümüzü dijital ortamda araştırabiliyor. Web sitemizi inceliyor, teknik dokümanlarımızı ve sertifikalarımızı kontrol ediyor, referans projelerimize bakıyor, sosyal medya hesaplarımızı takip ediyor ve rakiplerimizle bizi karşılaştırıyor. Dolayısıyla satış ekibinin müşterinin karşısına çıktığı anda, satın alma kararının önemli bir bölümü zaten verilmiş olabiliyor. Bu nedenle artık pazarlama ile satış arasındaki sınırların giderek ortadan kalktığını düşünüyorum.

## Dijitalleşme Bir İletişim Aracı Değil, İş Yapış Biçimidir

Dijitalleşmeyi yalnızca sosyal medya kullanmak veya web sitesini yenilemek olarak değerlendirmemeliyiz. Özellikle B2B çalışan yalıtım firmaları için dijitalleşme;



müşteriyi tanımaktan potansiyel pazarları analiz etmeye, doğru müşteriye ulaşmaktan teknik bilgi sunmaya, teklif süreçlerinden satış sonrasına kadar bütün ticari süreci kapsıyor. Bugün iyi hazırlanmış bir web sitesi, aslında firmanın 7/24 çalışan satış temsilcisidir.

LinkedIn gibi profesyonel platformlar ise yalnızca şirket haberlerinin paylaşıldığı mecralar olmaktan çıktı. Firmaların uzmanlığını, projelerini, çalışanlarını, teknolojisini ve kurumsal yaklaşımını anlatabildiği önemli pazarlama kanalları haline geldi. Özellikle ihracat yapan firmalar açısından bunun önemi çok daha büyük. Farklı ülkelerdeki potansiyel müşteriler, Türkiye'deki bir firmayı ziyaret etmeden, fuarda karşılaşmadan veya satış temsilcisiyle konuşmadan önce dijital dünyada tanımaya başlıyor. Bu

nedenle dijital görünürlük artık marka bilinirliğinin değil, doğrudan ticari rekabet gücünün bir parçası.

### Yurtdışında Artık Sadece Ürün Satmıyoruz

İhracat tarafında ise başka bir dönüşüm yaşanıyor. Türkiye'nin yalıtım sektörü güçlü bir üretim altyapısına, teknik bilgi birikimine ve önemli bir ihracat deneyimine sahip. Ancak küresel pazarlarda rekabet artık sadece fiyat üzerinden yürümüyor. Aynı veya benzer teknik özelliklere sahip ürünleri birçok ülkede bulmak mümkün. Bu noktada müşterinin kararını etkileyen unsurlar farklılaşıyor: Ürün kalitesi, sertifikasyon, teknik destek, teslimat performansı, lojistik kabiliyet, sürdürülebilirlik, satış sonrası hizmet ve en önemlisi güven. Yurtdışı pazarlarda edindiğim deneyim bana şunu gösterdi: Müşteri aslında yalnızca ürünü satın almıyor; ürünün arkasındaki güveni satın alıyor. Bir firmanın uluslararası pazarda kalıcı olması için yalnızca iyi bir ihracat departmanına sahip olması yeterli değil. Üretimden teknik ekibe, lojistikten finans ve pazarlamaya kadar bütün organizasyonun müşteriye aynı kalite ve güven duygusunu vermesi gerekiyor. Bu nedenle ihracatı yalnızca “yurtdışına satış” olarak değil, uluslararası marka oluşturma süreci olarak görmek gerektiğine inanıyorum.

### Geleceğin Pazarlaması: Veri + Dijitalleşme + İnsan

Önümüzdeki dönemde yapay zekâ ve veri analitiğinin pazarlama süreçlerindeki ağırlığının daha da artacağını düşünüyorum. Hangi pazarda hangi ürünün potansiyelinin yüksek olduğunu analiz etmek, müşterilerin davranışlarını anlamak, dijital kampanyaları kişiselleştirmek ve satış süreçlerini daha verimli yönetmek mümkün hale geliyor. Ancak bütün bu teknolojik gelişmelere rağmen yalıtım sektöründe insan faktörünün önemini kaybetmeyeceğine inanıyorum. Çünkü teknik ürünlerde müşteri hâlâ karşısında güvenilebileceği, sorusuna cevap verebilecek ve gerektiğinde çözüm üretebilecek bir uzman görmek istiyor. Bu nedenle geleceğin başarılı pazarlama modelini üç kelimeyle özetleyebilirim:

### Veri. Dijitalleşme. Güven.

Veri, müşteriye ve pazarı doğru anlamamızı sağlayacak. Dijitalleşme, doğru mesajı doğru müşteriye daha hızlı



ulaştıracak. Güven ise bütün bu süreci gerçek bir ticari ilişkiye dönüştürecek.

### Türk Yalıtım Sektörünün Marka Değerini Birlikte Yükseltmeliyiz

Türkiye'nin yalıtım sektöründe önemli bir üretim ve ihracat gücü bulunuyor. Bundan sonraki hedefimiz sadece daha fazla ürün ihraç etmek değil, “Türk yalıtım sektörü” algısını uluslararası pazarlarda daha güçlü bir marka haline getirmek olmalı. Bunun için kalite, inovasyon, sertifikasyon, sürdürülebilirlik ve teknik yetkinliğin yanında iletişim ve pazarlamaya da aynı önemi vermeliyiz. Çünkü artık dünyada yalnızca ürün satılmıyor; değer, çözüm ve güven satılıyor. Bence yalıtım sektörünün önümüzdeki dönemde en büyük pazarlama fırsatı da burada. Enerji verimliliği, sürdürülebilirlik, iklim değişikliği, yapı güvenliği ve yaşam konforu gibi başlıkların giderek daha fazla önem kazandığı bir dünyada, yalıtımın önemi de artmaya devam edecek. Bizim görevimiz ise bu değeri doğru anlatmak.

Gelecekte kazanan markalar, yalnızca en iyi ürünü üretenler değil; müşterisinin ihtiyacını en iyi anlayan, yarattığı değeri en iyi anlatan ve verdiği sözün arkasında duran markalar olacaktır. Yalıtım sektöründe pazarlamanın geleceğini ben böyle görüyorum: Üründen değere, satıştan çözüme, iletişimden güvene...

# Endüstriyel Tesislerde Yüksek Gürültüye Karşı Taş Yünü Çözümü

Özge Müçek  
Ravago EPS ve Mineral Yün İş Birim Direktörü

**G**ürültü kontrolü, özellikle üretim tesisleri ve endüstriyel yapılarda çalışan konforunun yanı sıra iletişim ve iş güvenliği açısından da önem taşıyor. Üretim süreçlerinde kullanılan makine ve ekipmanların oluşturduğu yüksek ses seviyeleri, çalışanların dikkatini ve iletişim kalitesini etkileyebilirken, kritik sesli uyarıların duyulmasını da zorlaştırabiliyor. Bu nedenle akustik performans; ısı yalıtımı ve yangın güvenliğiyle birlikte yapı ve tesis tasarımında dikkate alınması gereken temel kriterler arasında yer alıyor. Ravago Bina Çözümleri ise farklı yapı ve tesislerin akustik gereksinimlerine yönelik geliştirdiği çözümlerle gürültü kontrolü ile akustik performansın iyileştirilmesine katkı sağlıyor.

## Akustik performans, iş güvenliğinin de bir parçası

Taş yününün akustik performansının özellikle yüksek gürültü seviyelerinin oluşabildiği endüstriyel tesislerde önemli bir ihtiyaç olduğunu belirten Ravago EPS ve Mineral Yün İş Birim Direktörü Özge Müçek, “Özellikle enerji santralleri, petrokimya tesisleri, proses endüstri-leri ve üretim tesisleri gibi yüksek gürültü seviyelerinin oluşabildiği yapılarda ses yalıtımının tasarımın erken aşamalarından itibaren ele alınması büyük önem taşıyor. Taş yününün ses yutma performansı, gürültünün kontrol altına alınmasına ve daha konforlu çalışma koşullarının oluşturulmasına destek oluyor” diye konuştu.



## Taş yünü, farklı performans ihtiyaçlarını bir arada karşılıyor

Taş yünü'nün akustik performansının yanı sıra ısı yalıtımı ve yangın güvenliği açısından da önemli avantajlar sunduğuna dikkat çeken Özge Müçek, "Endüstriyel tesislerde farklı performans kriterlerinin bir arada değerlendirilmesi gerekiyor. Taş yünü'nün A1 sınıfı yanmazlık özelliği yangın güvenliğine katkı sağlarken, ısı yalıtım performansı da yapıların enerji verimliliği hedeflerini destekliyor. Bu özelliklerin aynı çözümde buluşması, yatırımcılar ve tesis işletmecileri açısından yalıtım tercihlerini daha bütüncül bir çerçevede değerlendirme imkânı sunuyor" ifadelerini kullandı.

## Sürdürülebilir yapılar için çok yönlü bir çözüm

Sürdürülebilir yapılaşma yaklaşımında enerji verimliliği kadar çalışan konforu, güvenlik ve yapıların uzun ömürlü olmasının da önem taşıdığını vurgulayan Müçek, "Taş yünü, uzun ömürlü yapısı ve farklı uygulama alanlarına uyarlanabilen özellikleriyle bu yaklaşımın önemli bileşenlerinden biri olarak öne çıkıyor. Konut, ofis, eğitim ve sağlık yapılarından enerji santrallerine, üretim tesislerinden mekanik ekipman uygulamalarına kadar geniş bir kullanım alanına sahip olan taş yünü çözümleriyle daha sessiz, güvenli ve verimli yaşam ve çalışma alanlarının oluşturulmasına katkı sağlıyoruz" ifadelerini kullandı.

## "Farklı yapıların ihtiyaçlarına uygun çözümler geliştiriyoruz"

Ravago Bina Çözümleri olarak taş yünü alanındaki uzmanlıklarını farklı yapıların ihtiyaçlarına uygun

“Akustik performansı, enerji verimliliği ve yangın güvenliğiyle birlikte ele alarak hem yaşam alanlarında hem de endüstriyel tesislerde daha yüksek performanslı yapılar oluşturulmasına katkı sunmayı hedefliyoruz.”

çözümlere dönüştürdüklerini belirten Özge Müçek, şunları söyledi: "Akustik performansı, enerji verimliliği ve yangın güvenliğiyle birlikte ele alarak hem yaşam alanlarında hem de endüstriyel tesislerde daha yüksek performanslı yapılar oluşturulmasına katkı sunmayı hedefliyoruz. Yalıtımın yapının bütünsel performansındaki rolünü odağımıza alarak, günümüzün değişen ihtiyaçlarına yanıt veren çözümler geliştirmeye devam edeceğiz."



# Yalıtımda Pazarlamanın Değişen Yüzü

İsmail Helvacıoğlu  
Genel Müdür Yardımcısı | CUBO

**Y**alıtım sektöründe teknolojiler ve ürünler gelişirken, tüketicinin karar verme biçimi de değişiyor. Bugün bir yalıtım çözümünü değerlendirirken ürünün teknik özelliklerinin yanı sıra enerji verimliliği, uygulama koşulları, kullanım ömrü ve uzun vadede yaratacağı değer de önem kazanıyor. Bu değişim, pazarlama yaklaşımlarını da yeniden şekillendiriyor. Bana göre yalıtım sektöründe pazarlamanın temel amacı, doğru çözümün neden önemli olduğunu ve kullanıcıya hangi değeri sunduğunu anlatmak olmalı.

## Dijitalleşme bilgiye erişimi değiştirdi

Dijital kanallar, tüketicinin satın alma yolculuğunda önemli bir yer edindi. Bir ürünle ilgili araştırma yapmak, farklı çözümleri karşılaştırmak, uygulama detaylarına ulaşmak ve kullanıcı deneyimlerini incelemek artık çok daha kolay. Bilgiye erişimin kolaylaşmasıyla birlikte bilgi kirliliği de arttı. Özellikle teknik özelliklerin ve uygulama koşullarının belirleyici olduğu yalıtım sektöründe markaların sorumluluğu burada başlıyor. Tüketicie doğru, güvenilir ve anlaşılır bilgi sunmak büyük önem taşıyor.

Bu nedenle dijital iletişimi; tüketiciyi bilgilendiren, doğru uygulamaya yönlendiren ve marka ile kullanıcı arasında güven oluşturan güçlü bir iletişim alanı olarak değerlendirmek gerektiğine inanıyorum.



## Teknik bilgiyi gerçek faydaya dönüştürmek

Yalıtım ürünlerinin iletişimindeki en önemli konulardan biri, teknik bilgi ile tüketicinin anlayacağı dil arasındaki dengeyi kurabilmek. Bir ürünün performans değerlerini anlatmak elbette gerekli. Ancak tüketici açısından asıl soru, bunun yapıya ve kendi kullanımına ne kattığıdır. Enerji verimliliği, konfor, yapının korunması veya uzun vadeli maliyet avantajı gibi somut faydalar anlaşılır biçimde ortaya konulduğunda, teknik bilgi çok daha anlamlı bir hale geliyor.

Burada fiyat ile uzun vadeli değer arasındaki farkın doğru anlatılması da önem taşıyor. Yalıtım gibi etkisi yıllar boyunca devam eden bir uygulamada ilk satın alma maliyetinin yanında kullanım sürecinde sağlanacak faydaların da değerlendirilmesi gerekiyor. Pazarlama iletişiminin tüketiciye bu açıdan daha geniş bir perspektif sunabileceğini düşünüyorum.

Sektör olarak görevimiz teknik bilgiyi basitleştirmek yerine doğru bilgiyi anlaşılır hale getirmek. Ürün performansının doğru uygulamayla doğrudan ilişkili olduğunu da göz önünde bulundurduğumuzda, iletişimin uygulama konusunda farkındalık oluşturmada da önemli bir hale geliyor.

## Sürdürülebilirlikte somut değer öne çıkıyor

Yalıtımın enerji verimliliği ve kaynakların etkin kullanımını açısından taşıdığı önem, sürdürülebilir yapı anlayışının güçlenmesiyle daha da görünür hale geliyor. Tüketici artık markaların sürdürülebilirlik alanında gerçekte ne yaptığını görmek istiyor. Enerji verimliliği, üretimde kaynakların verimli kullanılması, atıkların azaltılması ve geri kazanım gibi uygulamalar bu nedenle hem üretim süreçlerinin hem de marka iletişiminin önemli bir parçası haline geliyor.

“Tüketici daha bilinçli, daha araştırmacı ve alternatiflere daha kolay ulaşabiliyor. Bu ortamda markaların fark yaratması; güçlü ürünlerini, sağladıkları değeri ve kullanım avantajlarını şeffaf, anlaşılır ve güvenilir biçimde aktarabilmeleriyle mümkün olacak.”

## Geleceğin pazarlamasında güven belirleyici olacak

Yalıtım sektöründe pazarlamanın geleceğini doğru bilgi, şeffaf iletişim ve güven üzerine kurulacak bir süreç olarak görüyorum. Tüketici daha bilinçli, daha araştırmacı ve alternatiflere daha kolay ulaşabiliyor. Bu ortamda markaların fark yaratması; güçlü ürünlerini, sağladıkları değeri ve kullanım avantajlarını şeffaf, anlaşılır ve güvenilir biçimde aktarabilmeleriyle mümkün olacak.

CUBO olarak biz de iletişim çalışmalarımızda ürünlerin teknik özelliklerinin yanında, doğru çözümün ve doğru uygulamanın kullanıcı açısından ne ifade ettiğini ortaya koymaya önem veriyoruz. Çünkü yalıtımda gerçek değer, ürünün kendisinden çok yapıya ve kullanıcıya sağladığı uzun vadeli faydada ortaya çıkıyor. Pazarlamanın görevi de bu değeri doğru anlatmak ve tüketiciye de gerçekçi bir beklenti oluşturmak olmalı.

## ODE Yalıtım, Teknik Yalıtımda Üç Farklı Ürün Grubunu Aynı Çatı Altında Buluşturuyor

**T**ürkiye'nin yüzde 100 yerli sermayeli en büyük yalıtım şirketi ODE Yalıtım, teknik yalıtım alanındaki ürün ve üretim gücünü artırıyor. Kauçuk köpüğü, camyünü ve taşıyünü ürün gruplarının üçünü de aynı çatı altında üreten ilk firma olan ODE Yalıtım, ODE R-Flex, ODE Starflex ve ODE Rockflex markalarıyla tesisat, sanayi ve endüstriyel tesislerin farklı ihtiyaçlarına yönelik çözümler sunuyor.

Teknik yalıtım uygulamaları, tesisat ve endüstriyel sistemlerde enerji verimliliği ve performansın yanı sıra işletme süreçlerinin verimliliği açısından da önem taşıyor. Şirket, teknik yalıtım alanındaki ürün gücünü üretim yatırımlarıyla da destekliyor. 25 milyon dolarlık yatırım programı kapsamında Çorlu'daki camyünü üretim tesisinde kapsamlı bir modernizasyon projesini tamamlayan ODE Yalıtım, üretim altyapısını ve otomasyon sistemlerini yenileyerek kapasite ve verimlilik artışı sağladı.

Elastomerik kauçuk köpüğü ürün grubu ODE R-Flex'in üretimi ise Eskişehir tesisinde konsolide edildi. Tesisin tam kapasite üretim seviyesine ulaşmasıyla ODE Yalıtım, Türkiye'nin elastomerik kauçuk köpüğü talebini tek merkezden karşılayabilecek bir üretim ölçeğine ulaştı. Şirket, önümüzdeki dönemde Eskişehir tesisinde makine ve ekipman, dijitalleşme, modernizasyon ve kapasite artışı alanlarında yaklaşık 5 milyon dolarlık ilave yatırım planlıyor.

ODE Yalıtım Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Ozan Turan, teknik yalıtım alanındaki ürün çeşitliliğinin önemli bir avantaj sağladığını belirterek şunları söyledi: "Teknik yalıtımda kauçuk köpüğü, camyünü ve taşıyünü ürün gruplarının üçünü de aynı çatı altında üreten ilk firma olmamız, farklı ihtiyaçlara yönelik kapsamlı çözümler geliştirmemizi sağlıyor. ODE R-Flex, ODE Starflex ve ODE Rockflex markalı ürünlerimizle tesisat, sanayi ve endüstriyel tesislerin ihtiyaçlarına yanıt veriyoruz. Bu gücümüzü ürün çeşitliliğimizin yanı sıra güçlü üretim altyapımızdan da alıyoruz. Üretim, Ar-Ge ve teknoloji yatırımlarımızla teknik yalıtım alanındaki çözüm gücümüzü daha da ileri taşımayı hedefliyoruz."



## İstanbul Teknik'ten İki Yeni Ürün: TrioTex Fire Delay ve TrioTex R-FX Fire Stop

İstanbul Teknik, TrioTex çatı ve cephe örtüsü ürün grubunu TrioTex Fire Delay ve TrioTex R-FX Fire Stop ile genişletti. Farklı proje gereksinimlerine yönelik geliştirilen iki yeni ürün; yangın performansını suya karşı koruma ve buhar kontrolüyle bir araya getiriyor.

### Yangın performansı ve nefes alan koruma: TrioTex Fire Delay

B-s1,d0 yangına tepki sınıfına sahip TrioTex Fire Delay; zor alevlenici yapısı, çok az duman oluşumu ve alev damlası oluşturmaz performansı ile cephe sistemlerinin yangın güvenliğine katkı sağlıyor. Yüksek su buharı geçirgenliği sayesinde yapı katmanlarında oluşabilecek nemin dışarı atılmasına yardımcı olan ürün, dış ortamdan gelebilecek suya karşı da koruma sunuyor. Böylece yangın performansı, buhar geçirgenliği ve suya karşı koruma gereksinimlerini tek bir cephe örtüsünde buluşturuyor.

TrioTex Fire Delay; yangın güvenliğine sahip, nefes alan bir cephe örtüsü aranan farklı yapı projelerinde kullanılabilir.

### A2 sınıfı yangın performansı:

#### TrioTex R-FX Fire Stop

A2 yangın reaksiyon sınıfına sahip yeni TrioTex R-FX Fire Stop; yangın güvenliği, buhar kontrolü ve dayanıklılığı bir araya getirerek çatı sistemlerine çok yönlü koruma sunuyor. Üstün çekme ve yırtılma mukavemetinin yanı sıra suya dayanıklı bir yapı sunan TrioTex R-FX Fire Stop, A2 yangın sınıfı standartlarını karşılayan alüminyum folyo kaplı cam elyaf dokuma esaslı yapısıyla; kenet metal çatılarda, havalandırma veya havalandırmasız kiremit çatılarda, dış cephe uygulamalarında, buhar kontrolü gerektiren yapı detaylarında ve yangın performansı artırılmış cephe sistemlerinde kullanılabilir.

Her iki ürün için de sistem bütünlüğünü ve uygulama performansını destekleyen tamamlayıcı bant seçenekleri bulunuyor.



# Vantage Ofis Projesinde BTM ile Su ve Isı Yalıtımı



korunması ve ısı kayıplarının azaltılması amacıyla uygulandı.

Su yalıtımında tercih edilen BTM Bitümento BT2K 750, polimer modifiye bitüm kauçuk esaslı, iki bileşenli ve elyaf takviyeli yapıyla öne çıkar. Yüksek elastikiyeti ve çatlak köprüleme özelliği sayesinde yüzey hareketlerine uyum sağlayan ürün, uygulandığı alanda kesintisiz bir su yalıtım tabakası oluşturur. Mineral yüzeylerde kullanılabilen ürün, yatay ve düşey uygulamalara uygun yapısıyla uygulama kolaylığı sağlar.

Uygulama öncesinde soğuk derzler ve tij deliklerinde gerekli işlemler tamamlandı. Bu detaylarda file takviyesi kullanılarak yalıtım katmanı güçlendirildi. Hazırlanan yüzeylere iki kat BTM Bitümento BT2K 750 uygulanarak su yalıtımı gerçekleştirildi. Su yalıtımının üzerine 5 cm kalınlığında BTM Polpan XPS ısı yalıtım levhaları yerleştirildi. Kapalı hücre yapısı ve düşük su emme özelliğiyle Polpan XPS, nemli koşullarda ısı yalıtım performansının korunmasına katkı sağlar.

Birbirini tamamlayan bu ürünlerle oluşturulan sistem, su yalıtımı, ısı yalıtımı ve drenaj ihtiyaçlarını birlikte ele alır. Vantage Ofis projesinde uygulanan BTM çözümleri, doğru detay uygulamalarıyla birleşerek yapının uzun süreli kullanım performansını destekler.

**Mal Sahibi:** Kalenderler İnşaat  
**Yüklenici Firma:** TB Yalıtım Mühendislik  
**Proje Alanı:** 6.000 m<sup>2</sup>

## Kullanılan Yalıtım Malzemeleri:

- BTM Bitümento BT2K 750 Sürme Su Yalıtım Malzemesi
- BTM Polpan XPS Isı Yalıtım Levhaları

## Uygulama

**B**TM, Kalenderler İnşaat'ın Vantage Ofis projesinde Bitümento BT2K 750 ve Polpan XPS ürünleriyle su ve ısı yalıtımı çözümleri sundu. Projede kullanılan BTM ürünleri, yapının su ve nem etkilerinden

## sanayici üyelerimiz

### ADANA

ASCHEM  
www.aschem.com.tr

### ANKARA

DALSAN ALÇI  
www.dalsan.com.tr

İZOWOOL  
www.izowool.com.tr

KNAUF İNŞAAT ve YAPI  
ELEMANLARI  
www.knauf.com.tr

MAPEİ YAPI KİMYASALLARI  
www.mapei.com.tr

### ANTALYA

BAŞERGÜN BOYA  
www.cubo.com.tr

### BURSA

AK-İZO YALITIM  
www.lineflex.com.tr

ARMACELL YALITIM  
www.oneflex.com.tr

DİLEKPOR YALITIM  
www.dilekpor.com.tr

EPSA YALITIM  
www.epsa.com.tr

### ELAZIĞ

AKDAĞ YALITIM A.Ş.  
www.akdagtasyunu.com

ARSLANLI ALÇI  
www.arslanli.tc

MEGA INSULATION  
www.megainsulation.com.tr

### ERZİNCAN

ERZİNCAN MERKEZ TEL  
www.erzincanmerkeztel.com

### ESKİŞEHİR

ALTINAYLAR YAPI  
www.altinaylar.com.tr

ATİŞKAN YAPI  
www.atiskanalci.com

KNAUF INSULATION  
www.knaufinsulation.com

KYK YAPI KİMYASALLARI  
www.kyk.com.tr

TERRACO YAPI. MALZ.  
www.terraco.com.tr

### İSTANBUL

ARDEX YAPI MALZ.  
www.ardex.com.tr

BASAŞ AMB. ve YALIT.  
www.basas.com.tr

BAUMIT İNŞ. MALZ.  
www.baumit.com

BETEK BOYA ve KİMYA  
https://www.betek.com.tr/

BOSTİK  
www.bostik.com.tr

EMÜLZER ASFALTEVİ  
www.emulzer.com.tr

ENTEGRE HARÇ  
www.entegreharc.com.tr

ERYAP GRUP  
www.eryapgrup.com.tr

FİXA YAPI KİMYASALLARI  
www.fixa.com.tr

HALİMOĞLU FASARİT BOYA  
www.fasarit.com.tr

İGLOTEK İSİ YALITIM SİST.  
www.igloo.com.tr

İZOCAM  
www.izocam.com.tr

İZOTÜM YALITIM  
www.uksyapi.com

JAEGER  
www.jaeger.com.tr

KALEKİM  
www.kalekim.com.tr

KORAMIC YAPI KİMYASALLARI  
www.koramic.com.tr

ODE YALITIM  
www.ode.com.tr

ONDULİNE AVRASYA  
www.onduline.com.tr

POLİSAN BOYA  
www.polisan.com.tr

RBS RAVAGO  
www.ravagobuildingsolutions.com

ROCKER YAPI KİM.  
www.rockeryapi.com.tr

SİKA YAPI KİMYASALLARI  
https://tur.sika.com/

STO YAPI SİSTEMLERİ  
www.sto.com.tr

TURHAN MİMARLIK  
www.daumer.com

TÜRKİYE ŞİŞE VE CAM  
www.sisecamduzcam.com

### İZMİR

BTM BİTÜMLÜ TECRİT MAD.  
www.btm.co

DİNAMİK İSİ  
www.dinamik-izmir.com

DYO BOYA  
www.dyo.com.tr

SAINT GOBAIN WEBER  
www.weber.com.tr

### KAHRAMANMARAŞ

BEYSAN ALAYBEYOĞLU  
www.beysangroup.com.tr

### KOCAELİ

AUSTROTHERM YALITIM  
www.austrotherm.com.tr

CLEVER  
www.cleverpolymers.com

DÖRKEN SİST.  
www.doerken-sistem.com

İNNOV YAPI  
www.innov.com.tr

KÖSTER YAPI KİM.  
www.koster.com.tr

PROTAN  
www.protanturkey.com

QIS YAPI KİM.  
www.qisturkiye.com

YALTEKS YALITIM  
http://www.yalteks.com.tr/

YAPKİM YAPI KİM.  
www.yapkimsan.com.tr

### ORDU

P.P. YALITIM  
www.poytherm.com

### SAKARYA

BİTÜM TEKNİK  
www.bitum.com.tr

### TEKİRDAĞ

ZİRVE YAPI KİMYASALLARI  
www.strataboya.com

### TRABZON

CEPHEART YALITIM  
www.cephheart.com.tr

TERPA ELEKT.  
www.ptpolitek.com

## satıcı ve uygulayıcı üyelerimiz

### ADANA

B.R.N. İZOL.  
www.brnzolasyon.com

### ANKARA

AYKİMTAŞ  
www.aykimtas.com.tr  
BİOMEKSAN  
www.biomeksan.com.tr  
CANPA İZOL.  
www.canpa.com.tr  
CK BARMANLAR  
www.ckbarmanlar.com.tr  
EDO İZOL.  
www.edohava.com  
ERGE İZOL.  
www.ergeizolasyon.com.tr  
HAYDAR BOZ YALITIM  
www.haydarboz.com.tr  
İZOGÜN İZOL.  
www.izogun.com  
KENT YALITIM  
www.kentyalitim.com.tr  
TİMAŞ ENDÜST. YALITIM  
www.timas.net  
YÜZBAŞIOĞLU  
www.yuzbasiogluboya.com

### ANTALYA

OSK İZOLASYON  
www.oskizolasyon.com

### BALIKESİR

POLİ-MİX BOYA  
hasansarac1958@mynet.com  
YUNUSLAR YAPI  
www.yunuslaryalitim.com.tr

### BURSA

İZO AGRA  
www.izoagra.com  
İZOMET  
www.izomet.com.tr  
LEGA YAPI  
www.legayapi.com  
MARATON ÇATI  
www.maratonas.com.tr  
MİRAY GRANİT  
www.mirayas.com  
M4 TEKNİK  
www.m4teknik.com

### ESKİŞEHİR

KAFKAS YAPI  
www.kafkasyapi.com.tr  
T.M.Y. İNŞ. YALITIM  
www.tmyyalitim.com

### İSTANBUL

AKOR İZOLASYON  
www.akorizolasyon.com  
ALİM İZOLASYON  
www.alimizolasyon.com  
ARİ YALITIM  
www.ariyalitim.com  
ATİK İZOLASYON  
atikizol@ttmail.com  
AZUR YALITIM  
www.azurinsulation.com  
BALCIOĞLU GRUP  
STANDART İZOL.  
www.balcioğlu.com.tr  
BİRDAL BOYA  
www.birdalinsaat.com.tr  
C.C. ALTINBAŞ  
www.ccaltinbas.net  
DEKOSAN İNŞ.  
www.dekosaninsaat.com.tr  
DEMSAN YALTIM  
www.demsaninsaat.com.tr  
DETAY YAPI  
www.detayyapi.com  
ENAR YAPI SİSTEMLERİ  
www.enaryapi.com  
ENGİN İZOLASYON  
www.enginizolasyon.com.tr  
FİSCHER  
www.fischer.com.tr  
HİMERPA  
www.himerpa.com  
İNCETEN  
www.inceten.com  
İSTANBUL TEKNİK  
www.istanbulteknik.com  
İYS TEKNİK  
www.iysteknik.com  
İZOBEDEL  
www.izobedel.com  
İZOMER MÜH.  
www.izomermuhendislik.com.tr  
İZOSER  
www.izoser.com  
İZOTİM  
www.izotim.com

İZOYAPI İZOL.  
www.izoyapi.com  
KESKİNLER İZOL  
www.keskinlergrup.com  
MASTER YALITIM  
www.masteryalitim.com.tr  
MİMTEK  
www.mimtek.com.tr  
NANOTEK  
www.nanotekinsaat.com.tr  
NİME ÇATI  
www.nimecati.com.tr  
NOVA MAKİNA  
www.novamakine.com  
ONURLU İNŞAAT  
www.onurluinsaat.com  
OPTİMUM YALITIM  
www.optimumyalitim.com  
ÖZKAN İNŞAAT  
www.ozkanyapi.com.tr  
ÖZYANGINCI YAPI  
www.ozyanginci.com.tr  
PALİKAR  
www.palikaryapi.com  
QUBİ SES YALITIM  
www.qubi.com.tr  
RETİM RESTORASYON  
www.retim.com.tr  
TİMEKS  
www.timeksyalitim.com.tr  
TUAL YALITIM  
www.tualyalitim.com  
UZUN YALITIM  
www.uzunyalitim.com.tr  
YALITIMSA  
www.yalitimsa.com  
YAPI SERVİS  
www.yapiservis.com  
YAPISER TEKNİK  
www.yapisertechnikyapi.com  
İZMİR  
ALKATSAN  
www.alkatsan.com  
ATERSAN  
www.aterstore.com.tr  
BETİO KORUMA SİST.  
www.betio.com.tr  
EA MİMARLIK  
www.panetti.com.tr  
HAKAN İZOL.  
www.hakanizolasyon.com.tr  
LAMDA İNŞAAT  
www.lamdagrup.com

### KASTAMONU

TOKCAN MANTOLAMA  
tuncay.tokcan@hotmail.com

### KAYSERİ

BAÇKALE İNŞ.  
www.bagkale.com.tr

### KOCAELİ

MİRBİR YALITIM  
www.mirbir.com  
NEOTEKNİK  
www.neoteknikyapi.com  
ZENGİN İZOL.  
www.zenginizolasyon.com.tr

### KONYA

NUROL YAPI MALZ.  
www.nurolyapi.com

### MERSİN

ÇATICILAR  
www.caticilar.com

### MUĞLA

EGS İNŞ. İZOL.  
egsizolasyon@hotmail.com  
KOÇ OMKO  
www.omko.com.tr  
ŞİRİN İZOLASYON  
www.sirinizolasyon.com

### SAKARYA

ECE İNŞAAT  
www.eceinsaat.com  
SAYGINER İNŞAAT  
sayginer@hotmail.com

### SAMSUN

TAHA YALITIM  
www.tahayalitim.com.tr  
YAPITEK YALITIM  
yalitimyapitek@gmail.com

### TRABZON

TAN ART YAPI  
tanartyapi@gmail.com

### YALOVA

GÜLSENA İNŞ.  
www.gulsena.com

### KIBRIS

TUNALI İNŞAAT  
www.tunaliinsaat.com

# Yalıtımda Kalitenin GüvenCEsi

Türkiye'nin en kapsamlı  
akredite yalıtım  
laboratuvarı

Türkiye'nin  
ilk onaylanmış test  
laboratuvarı

**Isı Yalıtım Malzemeleri**

**Dış Cephe Isı Yalıtım Sistemi**

**(Sıva Filesı, Isı Yalıtımı Yapıştırıcısı ve Sıvası)**

**Su Yalıtım Örtüleri (Bitümlü, PVC vb)**

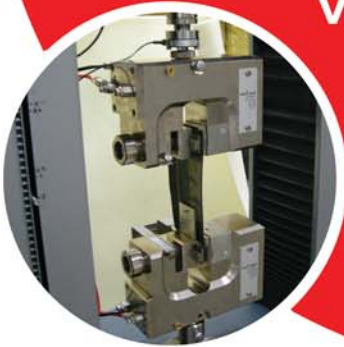
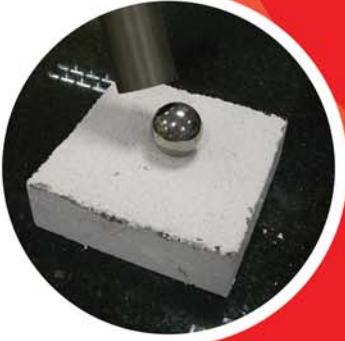
**Sürme Su Yalıtım Malzemeleri**

**Seramik Yapıştırıcıları**

**Püskürtme Poliüretan**

**Tesisat Yalıtım Malzemelerinde**

**Hızlı, Güvenilir  
ve Kaliteli Hizmet**



**TEBAR®**

Test Belgelendirme Araştırma ve Geliştirme Ticaret A.Ş.



info@tebar.com.tr | [www.tebar.com.tr](http://www.tebar.com.tr) | 0216 415 25 47



'DOĞRUSU'

DALMAÇYALI, ISITMA VE SOĞUTMA  
AMAÇLI HARCANAN ENERJİDEN  
%60'A VARAN TASARRUF SAĞLAR



TASARRUF  
AZ MI?



DANIŞMA MERKEZİ  
444 1 222