

GAMET GROUP

Aralık
2013

01

Emlak-RealEstate-Kişisel Gelişim

KUMKAPI

MYKONOS

İÇİNDEKİLER

- GAYRİMENKUL SEKTÖRÜNDE BİLGİ VE AHLAK Sayfa 3
- BAĞDAT CADDESİ SULUKULE GİBİ Mİ OLACAK? Sayfa 5
- GAYRİMENKUL SEKTÖRÜNDE MÜŞTERİ İLE DOĞRU İLETİŞİM KURMANIN YOLLARI Sayfa 9
- SERİ İLANLAR Sayfa 11
- KUMKAPI - MYKONOS Sayfa 12
- GAMET GROUP İLETİŞİM BİLGİLERİ Sayfa 16

Aylık Bülten - Ücretsiz dağıtılır

GAYRİMENKUL SEKTÖRÜNDE BİLGİ VE AHLAK

Gayrimenkul, herkesi ilgilendiren bir konu.

Yetişkinlerin çok büyük bir kesimi ya kısmen de olsa mülk sahibidir, ya da kiracıdır. Bu mülklerin bir kısmı da sürekli olarak el değiştirir.

Çocuklar büyür, evlenir. Satın alarak veya kiracı olarak yeni evlere çıkarlar. Ailenin çocuklarının hepsi kendi evlerine dağılınca, eski ev büyük gelmeye başlar ve daha küçük ama daha az bakım gerektiren yeni evler aranmaya başlanır.

İşte bu hareketli ortamın içindeki mülk sahipleri kendi mülklerini en iyi şekilde değerlendirmeye çalışırken; kiracılar da en az masrafla en kaliteli hizmeti

elde etmenin peşindedir.

Mülk satıcıları genellikle kendi mülklerinin değerini paha biçilmez bulur. Oysa aynı mülkün alıcı adayları, olası masrafları ve bu mülkü değerlendirmenin olası yöntemlerini saptamaya çalışır.

Ortalıkta bir horoz döğüşü havası vardır.

Gayrimenkul uzmanı ise bu toz dumanın ortasında tarafları uzlaşmaya, bir orta yolda buluşmaya çağırır.

Hani davulun sesi uzaktan hoş gelir ya; “emlak” konusunda yeterince bilgi sahibi olmayan herkes, cahil cesareti ile kendilerini “uzman” ilan etmeye eğilimlidirler.

İşte bu yüzden apartman görevlisi, mahalle esnafı, ayakkabı boyacısı, herkes, kendilerini gayrimenkul uzmanı ilan etmekte hiç bir beis görmez.

Oysa Gayrimenkul uzmanlığı, diğer adıyla emlakçılık, çok özel bir uzmanlık alanıdır.

Ülkemizde başı ağrıyan, hemen doktora gider ama, emlak ile ilgili bir sorunu olduğunda uzmanına ulaşmak yerine konu-komşuya, eşe-dosta, mahalle bakkalına veya apartman görevlilerine danışır. Bu davranış, insanlarımızın

Bizde binaların zemin katındaki taşıyıcı kolonlar kesilip oto galerisi yapılır ve mal sahibi üst katta gönül rahatlığıyla oturmaya devam eder.

uzmanlığa dayalı hizmetin değerini yeterince bilmemesinden kaynaklanır. Üstelik bu davranış, tek tek kişilerin suçu değildir. Asıl neden toplum olarak risklerin farkında olmayışımızdır, adam sendeciliktir.

İşte bu yüzden Japonya’da veya Şili’de 8-9 şiddetindeki depremler neredeyse sadece maddi hasarlarla atlatılırken, bizde çok daha düşük şiddetli depremlerde binlerce canımız yitip gider.

Bizde duvardaki deprem çatlağını sıvayıp, orayı bir başkasına satmak “uyanıklık” zannedilir.

Bizde binaların zemin katındaki taşıyıcı kolonlar kesilip oto galerisi yapılır ve mal sahibi üst katta gönül rahatlığıyla oturmaya devam eder.

Bizde dere yataklarına toplu konutlar inşa edilir.

...

İşte bütün bunlar, bizim uzmanlığa değer vermeyişimizin; sonunda ise bu pervasızlığımızın bedelini çok ağır faturalarla ödemek zorunda kalışımızın göstergeleridir.

Peki emlakçılar ne durumda?

Kapıya bir “Emlakçı” tabelası yerleştirmek, hatta bir sertifika edinip duvarımıza asmak yeterli oluyor mu? Ne yazık ki olmuyor!..

Ve ne yazık ki emlakçılık etiğine uymayan sözde(!) emlakçılar yüzünden insanlarımız emlakçılara güvenmiyorlar.

Oysa bu işi hasbelkader yapmaya çalışan arkadaşlarımızın pek çoğunun hiç bir art niyeti yok. Günümüzün “uğraşmadan iş yapmak”, “malı götürmek” anlayışı tüm bu arkadaşlarımızı da zorluyor. Kendilerini hızlı davranmak, bazı ayrıntıları “görmezden gelmek” zorunda hissediyorlar. Kendilerine

“yol-yordam” öğretilmediği için, “kendi başlarının çaresine bakmak” zorunda kalıyorlar.

Biz, yaşadıklarımızdan, yıllarca bu sektörde kafa ve dirsek patlatmanın ve bildiğimiz doğrulardan taviz vermeden çalışmanın bize kazandırdıklarından yola çıkarak bu bültende emlakçı kardeşlerimizle bazı bilgilerimizi paylaşmaya karar verdik.

Diliyoruz ki, emlakçı kardeşlerimiz de müşteriyi bilimsel anlamda tanımanın inceliklerini öğrensinler. Emlakçılık etiğine uygun davranmanın uzun vadede onlara neler kazandırabileceğinin farkına varsınlar. Ve eğer bizim hatalarımız, yanlışlarımız olursa; onlar da bizi uyarın.

Bilgi, paylaştıkça büyüyor.

Mimar Nilüfer Aksoy

BAĞDAT CADDESİ SULUKULE GİBİ Mİ OLACAK?



Hürriyet Ekonomi’de yayınlanan yazısında **Gila Benmayor** hepimize bu soruyu yöneltiyor: “Bağdat Caddesi Sulukule gibi mi olacak?”

adının arkasına gizlenen rantın boyutları büyüdükçe, bu tür olaylarla karşılaşmaların sayıları da artıyor. Benmayor yazısını şöyle bitirmiş: “Çam ağaçlı kocaman bahçenin orta-

16 Kasım 2013 tarihinde yayınlanan makalede yazar, bir Bağdat Caddesi sakininin son günlerde yaşadıklarını dile getiriyor ve bir müteahhit firmanın kısmen sahiplendiği bir apartmanın eski sakinlerini bezdirmek için neler yaptığını tek tek dile getiriyor.

Kentsel Dönüşüm

sında duran binanın kimi dairelerinde insanlar oturuyor.

Kimi dairelerin de pencereleri, kapıları sökülmüş.

Belli ki, 14 daireyi satın alan müteahhit şirket oturanları iyice bezdirmek peşinde.

Bağdat Caddesi gibi İstanbul’un en gözde yerinde böyle mağduriyetler yaşıyorsa, şehrin diğer mahallerinde nasıl bir vahşi kentsel dönüşümün yaşandığını tahmin edebilirsiniz.

Seslerini duyuramayan o kadar çok insan var ki. Bu yüzden yerel yöneticilerin “kentsel dönüşümde” rolleri mühim. “

(<http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/25123672.asp>)

MODALI OLMAK AYRICALIKTIR



Kapalı balkondan Gün batımı



Cepheden görünüş

Salondan
bir
görüntü



Moda'nın en nezh bölgesinde, önü kapanmayacak yerleşimiyle ayrıcalıklı panoramik Moda manzarasına sahip satılık daire. Modalı olmak ayrıcalıktır.

Temel Bilgiler

Brüt Alan	150 m2
Oda sayısı	5+1
Banyo, WC	2+1
Bina yaşı	30
Bulunduğu kat	2
Isınma	Merkezi
Yapı tipi	Betonarme
İçinde oturan	Mal sahibi
Yön	Batı

**AYRINTILAR İÇİN
BİZİ ARAYIN**

0216 450 5784-85



GAYRİMENKUL SEKTÖRÜNDE MÜŞTERİ İLE DOĞRU İLETİŞİM KURMANIN YOLLARI

İnsanlar, doğuştan gelen bazı farklılıklara sahiptir. Bazıları bu farklılıklarının farkında olur ve bundan yararlanır, bazıları ise hiç bir şeyin farkına bile varmadan geçip gider.

İnsanların birbiriyle konuşup anlaşması sadece sözlerle yapılmaz. Ses tonu, el ve yüz hareketleri, bedenimizin duruşu, genellikle sözlerden çok daha fazla mesaj yüklüdür.

İstatistik sonuçlarına göre oranlar şu şekilde:

Sözlerle iletilen mesaj: %7 - %10

Ses tonu ve vurgularla iletilen mesaj: %38 - %30

Beden dili ile iletilen mesaj: %55 - %60

Öte yandan kişilerin algılama yöntemleri de farklı olabilir. Genel olarak 3 tip algılama yöntemi vardır:

1- Görsel algılama: Bir şeyi görmeden kavramaları mümkün olmaz.

2- İşitsel algılama: Bu tip insanlara tüm ayrıntıları anlatmak gerekir. Göstermek yeterli olmaz.

3- Dokunsal algılama: Bu tip insanların iletişim dilinde dokunma duyusu ve hareketler önemlidir. Bir şeyi kavraması için ona dokunması, denemesi, nasıl çalıştığını izlemesi şarttır.

Genellikle her insanda bu algılama yöntemlerinin hepsi bulunur ama, değişik oranlardadır.

Bir insanın ağırlıklı olarak hangi iletişim tipine girdiğini nasıl anlarız?

Kısa bir sohbet sırasında bunu anlamak mümkün. Tek yapacağımız şey, karşımızdaki kişiyi dinlemek ve ne tür sözcükler kullandığını belirlemek.

Örneğin bir insan “**parlak** bir gelecek”, “**beyaz** badanalı ev”, “**mavi** elbiseli kadın” gibi terimleri sıklıkla kullanıyorsa, o kişi “**görsel**”dir. Çünkü gözle görülebilen nesnelere ve özellikleri vurgulamaktadır.

Oysa “**Sessiz** bir ortam”, “seyyar satıcıların **gürültüsü**”, “**ninni** gibi” benzeri terimleri kullanan kişiler için asıl önemli olan duyu “**işitmek**”tir. Bunlar, işitsel kişilerdir.

“Ben **yaparım**”, “**hızlı** olmalı”, “**taş** gibi” terimlerini ise **dokunsal** kişiler tercih eder.

Karşımızdaki kişinin hangi algısının güçlü olduğunu bilerek, sözcüklerimizi ona göre seçersek, mesajımızı etkin bir şekilde iletmemiz mümkündür.

Örneğin dokunsal birine broşür göstererek, video izleterek bir mülkü tanıtamazsınız. Mümkünse, ona bir şeyler anlatmaya çalışmak yerine, alıp o mülkün içine götürün. Duvarlara dokunsun, merdivenlerden inip çıksın. Eğer bu olanağınız yoksa “merdi-

venlerin ne kadar geniş” olduğunu, odaların “ferahlık” verdiğini, bahçedeki ağaçların arasından rüzgarın nasıl “püfür püfür” estiğini anlatın.

Aynı yeri “görsel” birine anlatmak istediğinizde renkleri ve ışığı kullanın. Broşürleri ve videoları mutlaka gösterin. Evin planlarını önüne serin.

“İşitsel” bir müşteriye aynı yeri anlatırken “sessizlikten” bahsedin. Balkondan boğaz manzarasını göreceğini değil, vapur seslerini, kuşların cıvıltılarını işiteceğini söyleyin.

Eğer karşınızdaki kişinin baskın algı şeklini belirleyemediyse, bir açıklama yaparken hem görsel, hem işitsel, hem de dokunsal kişilere hitap edecek sözcükler kullanın.

En önemlisi, bu durumun farkında

olun. Karşınızdaki kişi sizin sahip olduğunuz “doğal” iletişim yöntemi kullanmıyor olabilir. Eğer aynı frekanstaysanız, zaten bir sorun çıkmayacaktır. Ancak farklı algı kanallarını kullanıyor ve bu duruma dikkat etmiyorsanız, müşterinize derdini anlatmakta zorlanabilirsiniz.

Bilin ki, dokunsal birine görsellere veya işitsellere hitap eden bir dille yapacağınız konuşmaların pek çoğu yerine ulaşmayacaktır.

Konuşmadan önce, karşınızdaki kişinin temel algılama özelliklerini saptayın. Karşınızdaki insanı etkilemenin aslında çok kolay olacağını farkedeceksiniz.

Mimar Nilüfer Aksoy

SERİ İLANLAR**Modada Yatırıma Uygun
Satılık Dükkan
(225,000 TL)**

Modada çarşıya ve sahile 5 dakikalık yürüme mesafesinde, 15 m2 depo ve 30 m2 giriş kullanım alanı olan satılık dükkan. Halen kafe olarak kullanılıyor.

**Fıstıkağacında Önü Açık
Satılık Şirin Daire
(325,000 TL)**

Üsküdar - İcadiye - Fıstıkağacı semtinde parkın yanbaşıında, önü hiç bir zaman kapanmayacak konumda, bakıma ihtiyacı olan ve dilediğiniz gibi yenileyebileceğiniz daire.

**Sultantepe de Boğaz Manzaralı
Dubleks Daireler
(1,000,000 - 1,200,000 USD)**

Üsküdar - Sultantepe'nin sakin ve huzurlu ortamında, panoramik boğaz manzaralı satılık lüks apartman daireleri.

AYRINTILAR İÇİN BİZİ ARAYIN : 0216 450 5784-85

KUMKAPI - MYKONOS

Kumkapı, İstanbul'un Fatih ilçesi sınırları içinde yer alan; tarihi yarımada'nın Marmara Denizi kıyısındaki semtlerinden biridir. Doğusunda Kadirga, kuzeyinde Gedikpaşa, batısında da Yenikapı ile çevrelenmiştir.

Bizans döneminde, küçük iskele anlamına gelen Konto skalion adını taşımaktaydı. Bu adı kum yüklü gemilerin yük boşaltmasından almıştır. Adını aldığı Kum Kapısı, Yedikule'den doğuya, Ahırkapı yönünde ilerlendiğinde, Marmara Denizi kıyısındaki kent kapılarından beşincisiydi.

Yakın dönemlere değin yoğun olarak Ermeni kökenli vatandaşların yaşadığı Kumkapı'da bugün hâlâ bir



Ermeni okulu ve çok sayıda Ermeni kilisesi bulunmaktadır. Ayrıca İstanbul Ermeni Patrikhanesi de bu semttedir. Sirkeci-Halkalı banliyö hattının

aynı adlı durağına da ev sahipliği yapan Kumkapı; İstanbul'un Marmara kıyılarındaki balıkçıları ve en keyifli meyhaneleriyle ünlü semtlerinden

biridir.

Kumkapı, yüzyıllardan beri İstanbul'un meyhane kültürünün merkezlerinden biridir. Gemiciler uzun yolculuklardan sonra soluğu bu limanda alırlarmış. Gemicilerin en büyük eğlence kaynağı da balık ve içki olunca, Kumkapı'nın yüzyıllarca sürece kaderi belli olmuş: meyhaneler ve eğlence.

Kumkapı'da meyhaneciliğini Rumlar başlatmış. Minas, Yorgo ve Kör Agop buranın en eski mekânlarından. Kör Agop meyhanesini 1938 yılında açmış. Agop Usta'nın karısı Martha'nın yaptığı mezeler İstanbul'un her yerinden duyulmuş zamanında. Terbiyeli balık çorbası, akciğer yahnisi, sıcak kuru fasulye gibi lezzetleri de İstanbul meyhane kültürüne hediye etmiş mekân.

Kumkapı meyhanelerinin hemen hep-

sinin altında birer kuyu bulunuyor. Zamanında buz kullanılmadığı için içkiler bu kuyularda soğutulmuş. Servis tabakları hiç değişmezmiş, zaten meze sayısı da ikiyi-üçü geçmezmiş. Müdavimler her gün birbirlerini selamlayıp masadan masaya dolaşarak muhabbetler ederlermiş. Meyhanelerin birçoğu eski Rum yapıları. Yüksek tavanlı bu yapılar çok kalabalık zamanlarda bile müşterilerin ferah bir atmosferde eğlenmesine aracı oluyor.

1994 yılında Kumkapı'nın araç trafiğine kapatılması ve turistik bir alana dönüştürülmesi sonucu semt bugünkü görüntüsüne kavuştu.

Balık haline çok yakın olan Kumkapı'daki mekânlarda her zaman taze balık bulmak mümkün. Bu da

**Kumkapı
meyhanelerinin
hemen hepsinin
altında birer
kuyu bulunuyor.
Zamanında buz
kullanılmadığı için
içkiler bu kuyularda
soğutulmuş.**

müşterilerin kalite algısını olumlu etkiliyor. Mekân sahiplerinin kurdukları dernek sayesinde ortak özel bir otopark işletilmeye başlanmış ve özel bir güvenlik şirketi ile Kumkapı Meyhanelerinin güvenli bir yer olması sağlanmıştır.



Mykonos'un giriş katında bulunan şömine aktif olarak kullanılmaktadır.



Balık restoranı olarak işletilen mekan; meydanda, havuzun yakınında ve 3. derece tarihi eser özellikli binasıyla Kumkapı'da çok önemli bir değer taşımaktadır.



Mekan 2 katlıdır. Giriş katı 60, ve üst katı 120 kişi alacak kapasitede kapalı alana sahiptir. Girişteki açık alan 40 kişiliktir.

Toplam alan 246 m2 dir. SİT ALANIDIR. 3 Derece, ticari alan imarlıdır.Üç parselden oluşmaktadır.1. parsel bahçe olarak kullanılacak şekilde imar izinlidir. (38 m2)2. parsel 3. derece, ticari alan 9.50h imarlıdır ve kurul kararı ile yeniden inşaa edilebilir. (43 m2) 3. parsel ticari alan ve sadece restoran olarak imarlıdır. (165 m2) Ruhsat durumu; şu an bulunan

yapı, içkili turistik mekan ruhsatlıdır.Kira getirisi 10.000 TL ile 25.000 TL arasında değişmektedir.

Temel Bilgiler

Toplam Alan	246 m2
Parsel sayısı	3
1. parsel	38 m2
2. parsel	43 m2
3. parsel	165 m2

Ayrıntılar İçin Bizi Arayın
0216 450 5784-85

GAMET GROUP İLETİŞİM BİLGİLERİ

www.gametrealstate.com

www.borsemistanbul.com

www.gamet.com.tr

eft-tepeleme.gamet.com.tr

hizlikokuma.gamet.com.tr

farkindalik.gamet.com.tr

gelisim@gamet.com.tr

ahmetaksoy@gamet.com.tr

Rasimpaşa Mahallesi Çeltikçi
Sokak Yalı Ap No:3
Giriş Kat
Kadıköy - İstanbul

Tel: (0216) 450 5784 -85

Fax: (0216) 450 5786