



DR.CEM KINAY

Experience Design

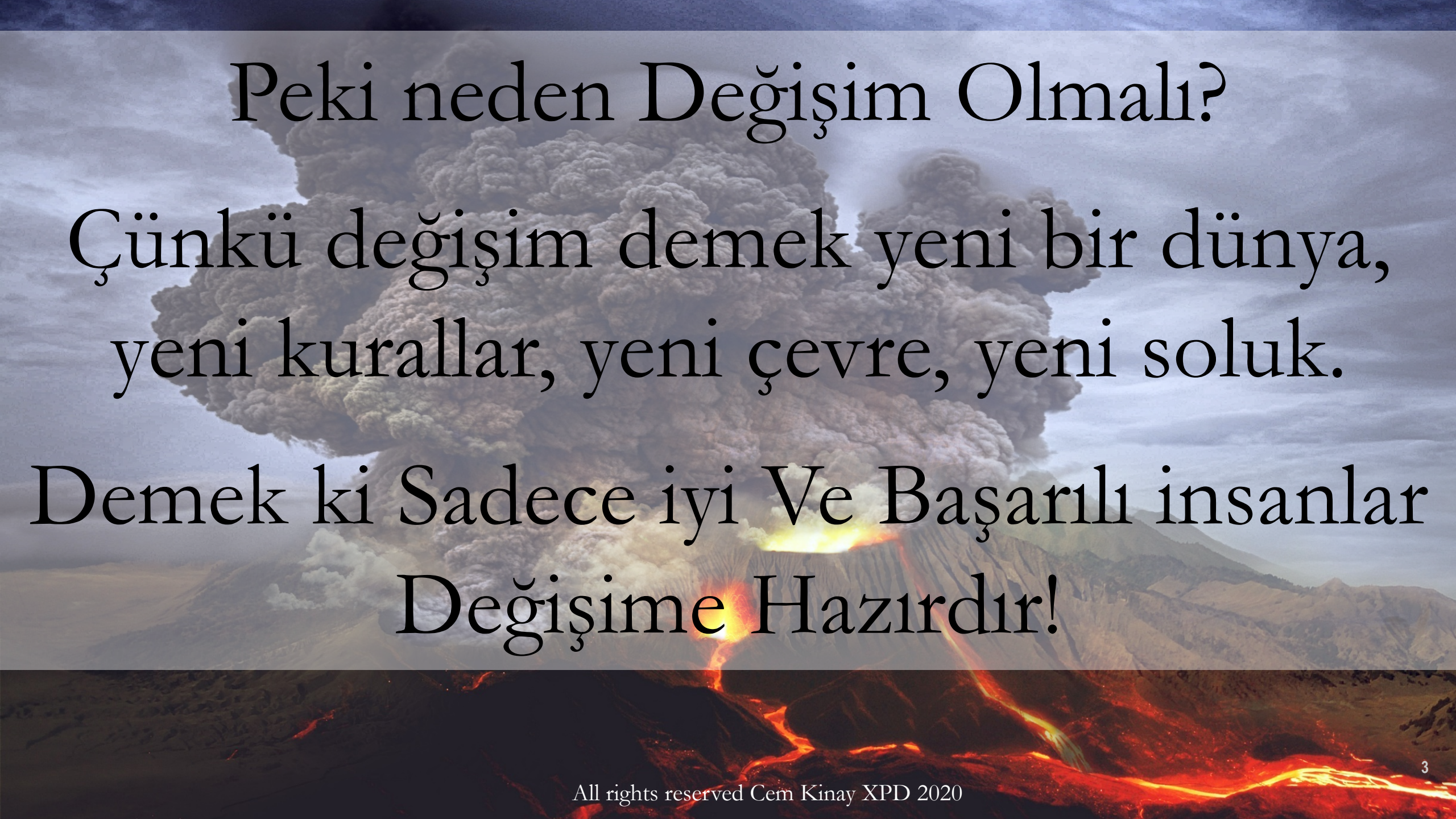
Turist Dostu Taksici. Akıllı Ol. İnsan Ol

İstanbul, 21.01.2020



Dünya Değişirken
Yolculuklar da
Değişiyor.

Artık Yeni nesil
yolculuk zamanı....



Peki neden Değişim Olmalı?

Çünkü değişim demek yeni bir dünya,
yeni kurallar, yeni çevre, yeni soluk.

Demek ki Sadece iyi Ve Başarılı insanlar
Değişime Hazırdır!

A woman in a blue cap, orange shirt, and black shorts is walking through a slot canyon. The canyon walls are made of layered, wavy rock in shades of orange, red, and yellow. The text is overlaid on the image in a large, black, serif font.

“Gezgin Bir Yere Varmak İçin
Değil,
Keşfetmek İçin Seyahat
Eder.”
Goethe

Dünya Trendleri

Takip Etmek Zorundayız

Teknolojik Değişimin Hızı Ve Dijital Ağların Küresel Doğası Her Zamanki Gibi Trendlerle İlgili Çok Daha Hızlı Gelişmelere Yol Açmakta.

1 Experiences / Deneyimleme

Deneyimsel Yolculuk Gezginlerin tarihi, insanları, kültürü, gastronomiyi, müziği ve çevresi ile etkileşime girmesini sağlayan bu turizm şekli de sürekli yükselen bir trend. Gezginler normal turist rotalarından çok sürükleyici deneyimler rotaları seçiyor, lokal toplulukla bir gün geçirmek, yerel bir yemek yapmayı öğrenmek istiyor. Gezginler kendilerini yerel yaşam tarzına sokmak istiyor

2 Yerellik



3 Doğa

Green Travel= Yeşil Yolculuk Daha fazla gezgin, doğa hedeflerinin korunmasına yardımcı olmak için çevre dostu konaklama, turlar ve turistik destinasyonlar seçiyor. Eko turizm yükselen trend. Eko turizm sadece sorumluluk ve sürdürülebilirlik bilincini geliştirmiyor, çok sayıda deneyim yapılmasını sağlıyor.

4 Doğallık



5 Lezzet



6 Sosyalleşme

7 Dijitalleşme



8 Well + ve Saęlık



Yaşamın ve Tatilin Yeni Vazgeçilmez Kancası
Gezginler Daha Aktif ve Sıhhatli Tatil İstiyorlar.

9 Tasarım

Bizi Neler Bekliyor

1 Augmented Reality



2019 Yılı İnternetle Olan Etkileşimlerimizde Mutlak Bir Değişikliği Ve Güçlendirilmiş Bir Realiteye (AR)=Augmented Reality Yönelik Olan Bir Yıl Oldu. Arabalarımızdan Alışveriş Yapabileceğiz Ve Satın Almaya Karar Vermeden Önce Yuvamızda Satın Alacağımız Mobilyaların Nasıl Duracağını Görsel Olarak Hayal Edebileceğiz.

2)360 Derece

Markalar ve Pazarlama Dünyası Sürekli Olarak Görsel Dil Nüanslarıyla Değerlendirilen Karışık Bir Tüketici Ortamında Gezinmekte. Bu Bağlamda Reprezentasyon Çeşitliliği ve 360 Derece Etik ve Mutlak Bir Şeffaflık Söz Konusu.

3 Artificial Intelligence

Yapay Zeka

İnsan Gibi Davranışlar Sergileme, Sayısal Mantık Yürütme, Hareket, Konuşma Ve Ses Algılama Gibi Birçok Yeteneğe Sahip Yazılımsal Ve Donanımsal Sistemler Bütünüdür.

4 Blockchain



Şifrelenmiş İşlem Takibi Sağlayan Dağıtık Bir Veri Tabanıdır.
Aracısız Her Kullanıcı Ağa Bağlanabilir, Yeni İşlemler Gönderebilir,
İşlemleri Doğrulayabilir.

5 Dünyada Yeni Dil: Mesaj

Sosyal Medyanın Yeni Tanıtımı: Mesajlaşma
%75 Smartphone Kullanıyor ve Bu Oran Artıyor.

6 Yeni Nesil Emojilerle iletişim Kuruyor



All rights reserved Cem Kinay XPD 2020

21

7 Video İletişimin Yeni Dili

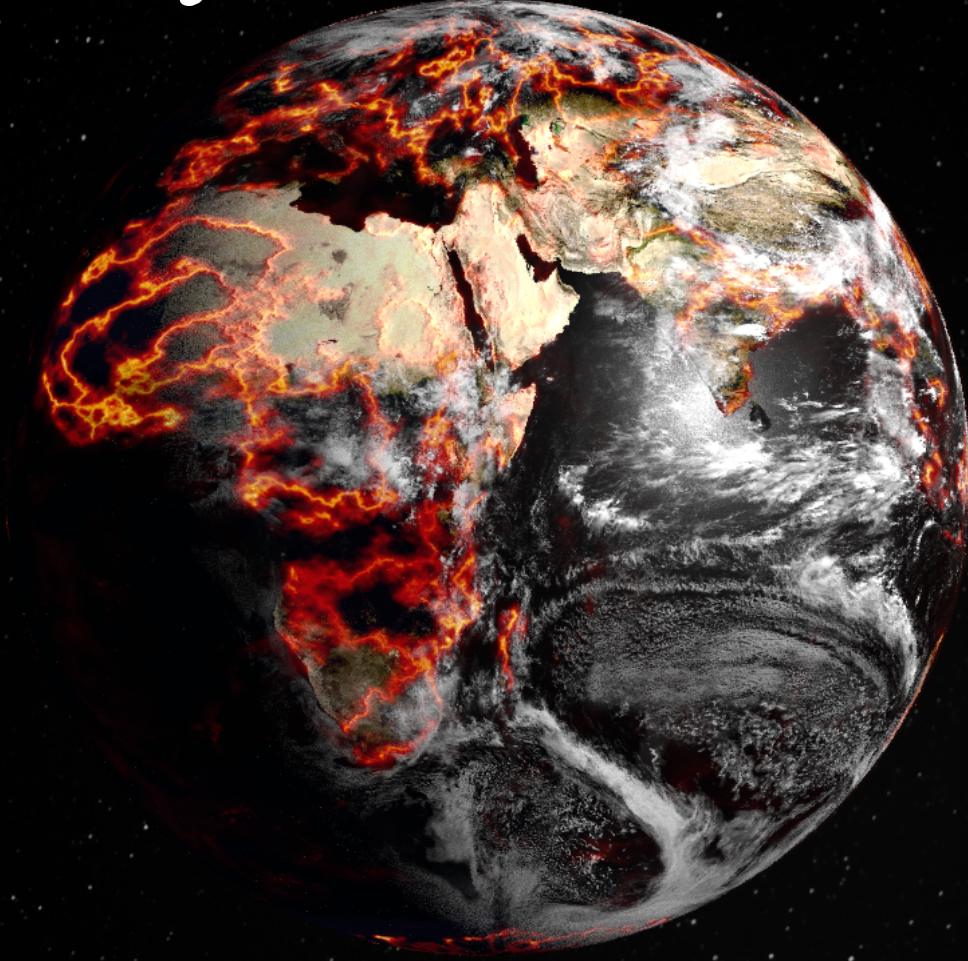
Şehirler, Oteller Video Aracılığı İle Hikayeler
Anlatmayı Öğreniyorlar.

A close-up photograph of a person's hands holding a gold-colored smartphone. The phone's screen shows a camera interface with a photo of the London Eye in London. At the top of the screen, there are settings for 'Выкл.' (Off) and 'HDR выкл.' (HDR Off). The background is a blurred outdoor setting with a railing.

8 Instagrammable City

9 Google, Facebook, Amazon ve Apple Yeni Trendsetterlar

Dünyada Tehlikeler de Var



- 1 Karbondioksit emisyonları artmakta
%5 Turizm
%75 Transport Sorumlu
Oteller de %5 in
% 20 sinden sorumlular
- 2 İklim Değişiklikleri
- 3 Terör

Gezginler ne istiyor?



1 Olmazsa Olmaz, Basit Ama Kusursuz Hizmet!

Sosyal Medyanın Da Etkisiyle; 2Kişileştirilmiş Deneyim, 3Yeni Deneyimler,

4Yerel Halka Özgü Tasarımlar, 5Yerel Yemekler, 6Yerel İnsanlar ve Aktiviteler...

Lüks Gezginler & Sosyal Medya



Özellikle Tatillerini Planlama Aşamasında Sosyal Medya Çok Önemli.
Hem Tavsiye Alma, Bilgilendirme Açısından, Hem De Planlamayı
Kolaylaştırması Açısından Başvuru Noktası Artık Sosyal Medya

Lüks Gezginler & Sosyal Medya



Markanın Sahiplendiğı Kavramı Buraya Da Yansıtması, Burada Da Hikayesini Anlatması Önemli. Markanın Kendisi İçin De Büyük Bir Vaha, Kişiselleştirilmiş Deneyim Yaratabilmek İçin Yegane Bilgi Kaynağı.

Dijital Göçebeler



Yeni Bir Dünya Vatandaşı Türüdür.

Küresel Göçebeler / Global Nomads

Genç Nesiller İçin İş ve Seyahat Arasında Ayrım
Çizgisi Mevcut Olmayabilir.

Küresel Göçebeler / Global Nomads

"Yeni Nesil Çok Özgür Bir Hayat Yaşamak İstiyor. Her Yerde Çalışabilmek, Başka Bir Ülkeye Gitmek Ve İçeriği Oluşturmak, Tamamen Mobil Olmak" istiyor.

Milenyum Seyahatleri

Millennials , Bilinçli Gezginler Olarak Bilinirlerse De, Bu Nesil, Eski Yaşam Tarzını Hızla Yıkıyor. Millennials'ların Seyahat Etmekten Çok Hoşlandıkları Bir Sır Değil.

Millenials

Bu Kuşak, Parayı Seyahat Tecrübelerinin Unutulmaz Unsurlarına Harcamak Ve Seyahatin Daha Fonksiyonel Boyutlarından Yararlanmak İstiyor.



Z Nesil

Satın Alma Gücü 143 Milyar Dolar
2020 Yılındaki En Büyük Nesil 4-24 Yaş Aralığı Olacak
Bu nesil iş dünyasına ayak atacak
Sürekli Dijital Dünyada Vakit Geçiriyorlar
Yarısından Fazlası Akıllı Telefonlarını Günde 5+ Saatten Fazla Kullanıyor
Sosyal Medya Onlar İçin En Önemli Bir İletişim Platformu –
Yüzde Elliden Fazlası Twitter, Snapchat, Facebook, Instagram, Youtube kullanılıyor.

Üçte ikisi Seyahat Yerlerinde Kararsız



66%

Z

67%

M

Arasında Karar Vermek

Birden Çok Hedef

Genç Nesiller, İlham Veren Yerlere Gitmek istiyor

77%

Z

74%

M

İlham Veren Yerler

Dinlenme , Kültür & Keşif Gezileri ve Aile Tatillerini Çok Yüksek Oranda Tercih Ediyorlar



RAHATLATICI
(Plaj, tatil köyü, gemi
gezisi, her şey dahil)

Z

54%

M

57%



GEZİ
(Müzeler, görülecek
yerler vb.)

Z

44%

M

45%



AİLE
ZİYARETİ

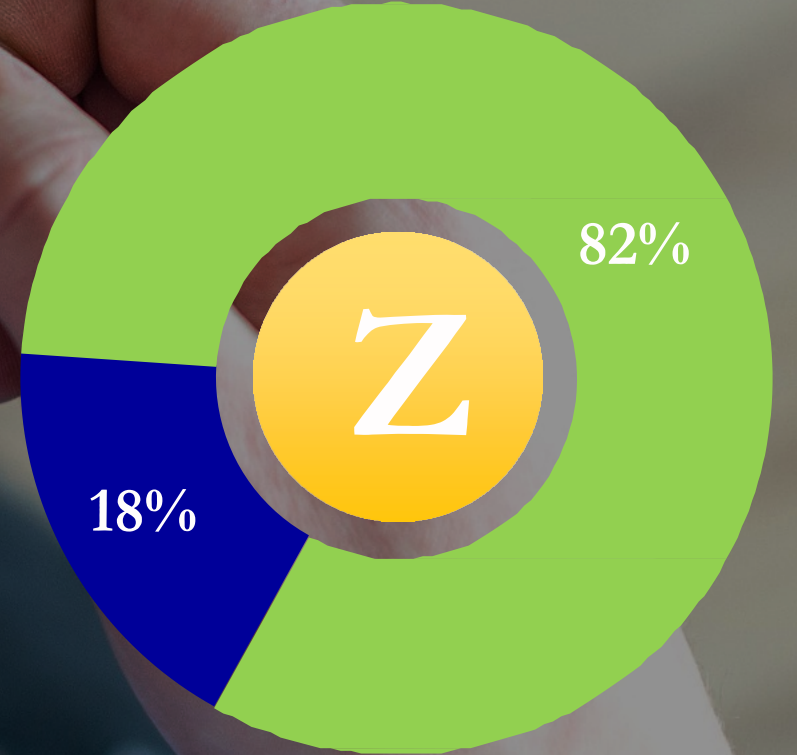
Z

42%

M

39%

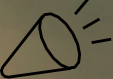
Seyahat Edecek Bütçeleri Var



■ Hayır

■ Evet

Genç Nesiller Eğlenceli Seyahat istiyor

	Z	M
 ÖZEL ETKİNLİKLER	26%	25%
 AKTİVİTİ AĞIRLIKLİ SEYAHATLER	20%	20%
 PARTİ	21%	18%



Konserler,
Festivaller, Spor
Etkinlikleri



GOLF,
KAYAK,
YÜRÜYÜŞ



BEKAK
GEZİLERİ

Sosyal Medya Genç Gezginleri Etkiliyor

84%

Z

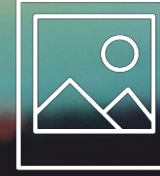
77%

M

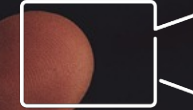
Sosyal Medyadan Etkilenenler



Promosyonlar

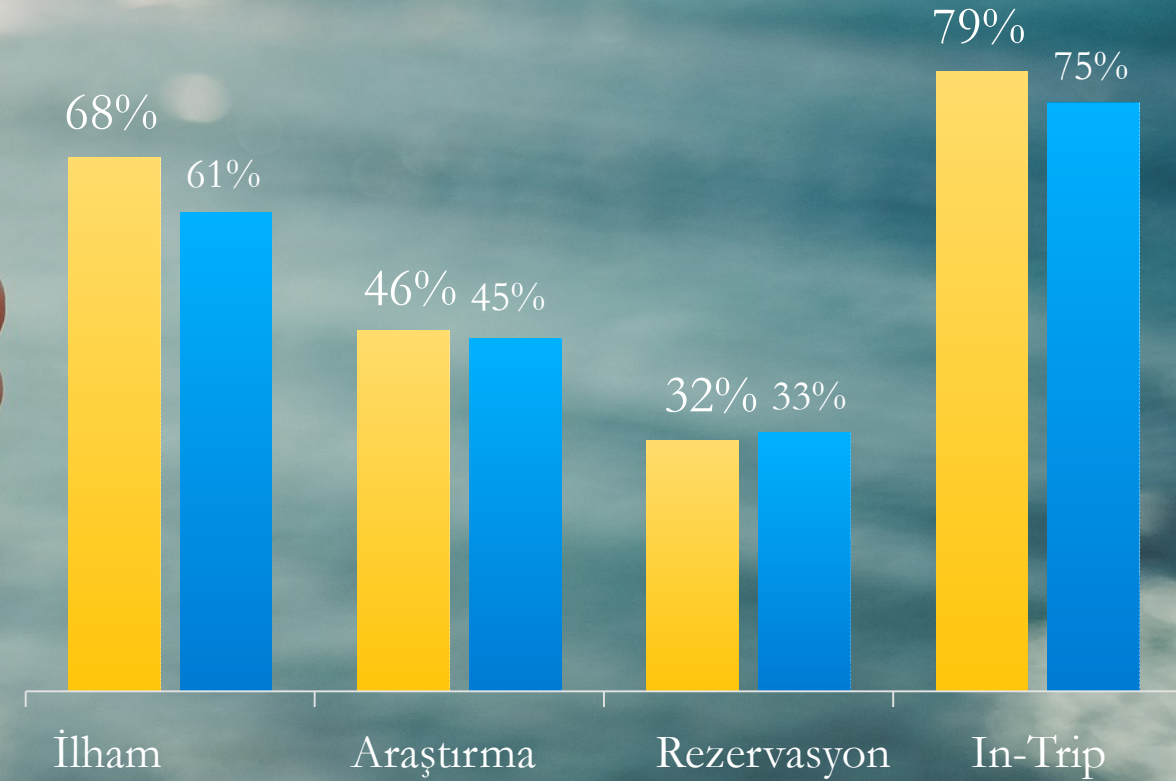


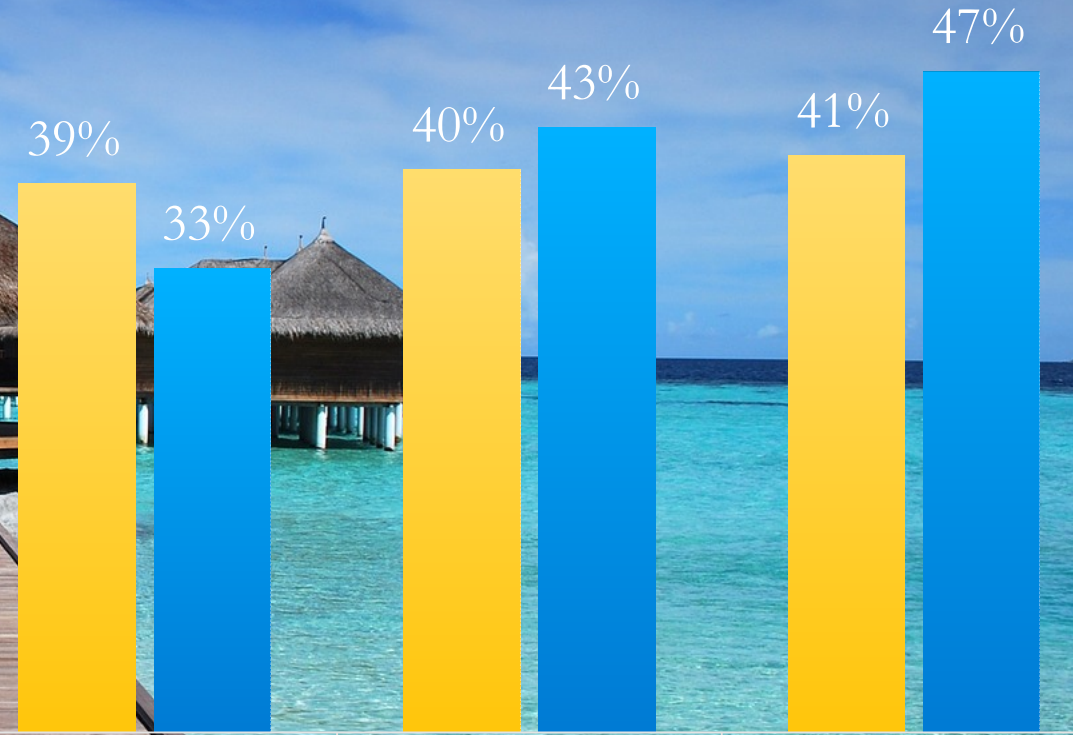
Arkadaşlar veya profesyoneller tarafından çekilen seyahat fotoğrafları



Arkadaşlar veya profesyoneller tarafından çekilen seyahat videoları

Akıllı Telefonların Tatil Karar Vermedeki Payı Yüksek





Arkadaşlarla
veya Aile ile
Seyahat

İkonik Destinasyonlar

Eğlenceli Şehirler





Bizi Daha Neler Bekliyor

Bağımsız ve Küçük Oteller Sayısı
Daha Da Artacak.



Bu Oteller
Kişisel Hizmete Önem
Verdikleri İçin
Çok Başarılı Olacak

İnsan Faktörü Hala En Önemli Ana Unsur



Seyahatler Deneyimleme Odaklı

Hepimiz Yol Göstericimizi Arıyoruz Ve
Deneyimsel Seyahat Bizi Onun Kutsal Mekanına
Götürmek İçin Seçilen Bir Yol Haline Gelmeye
Başladı

1 Kültür Odaklı Seyahatler





2 Doğa Odaklı Seyahatler







3 Lezzet Odaklı Seyahatler

Lezzet

Seyahatlerin En Güçlü Çekim Noktası:
Lezzetli Yemek Nerede İse Her Şeyin Dijitalleşmeye Başladığı
Bir Devirde Lezzetli Yemek Hala Farkını Koruyor



Lezzetli Yemeğin, Bir Mekanın Kendini İfade Etmesinde ve Kalıcı Olmasında Sınırsız Ve Benzersiz Gücü Var. Bir Bölgenin Yerel Mutfağı; O Bölgenin Tarihi, İnsanlarının Ruhu ve Günlük Hayatının Ritmi İle Direkt Bir İlişki Sağlıyor.

4 Spor Odaklı Seyahatler





5 Event Odaklı Seyahatler



6 Well + Odaklı Seyahatler



7 Teknoloji ve Dijital Odaklı Seyahatler

Robot Hotel



Teknoloji Ve Dijitalleşme Son 10 Senenin Hızla Büyüyen Oluşumu, Hayatımızın Her Anında Var Ve Hayatımızı Ve Geleceği Dizayn Ediyor.

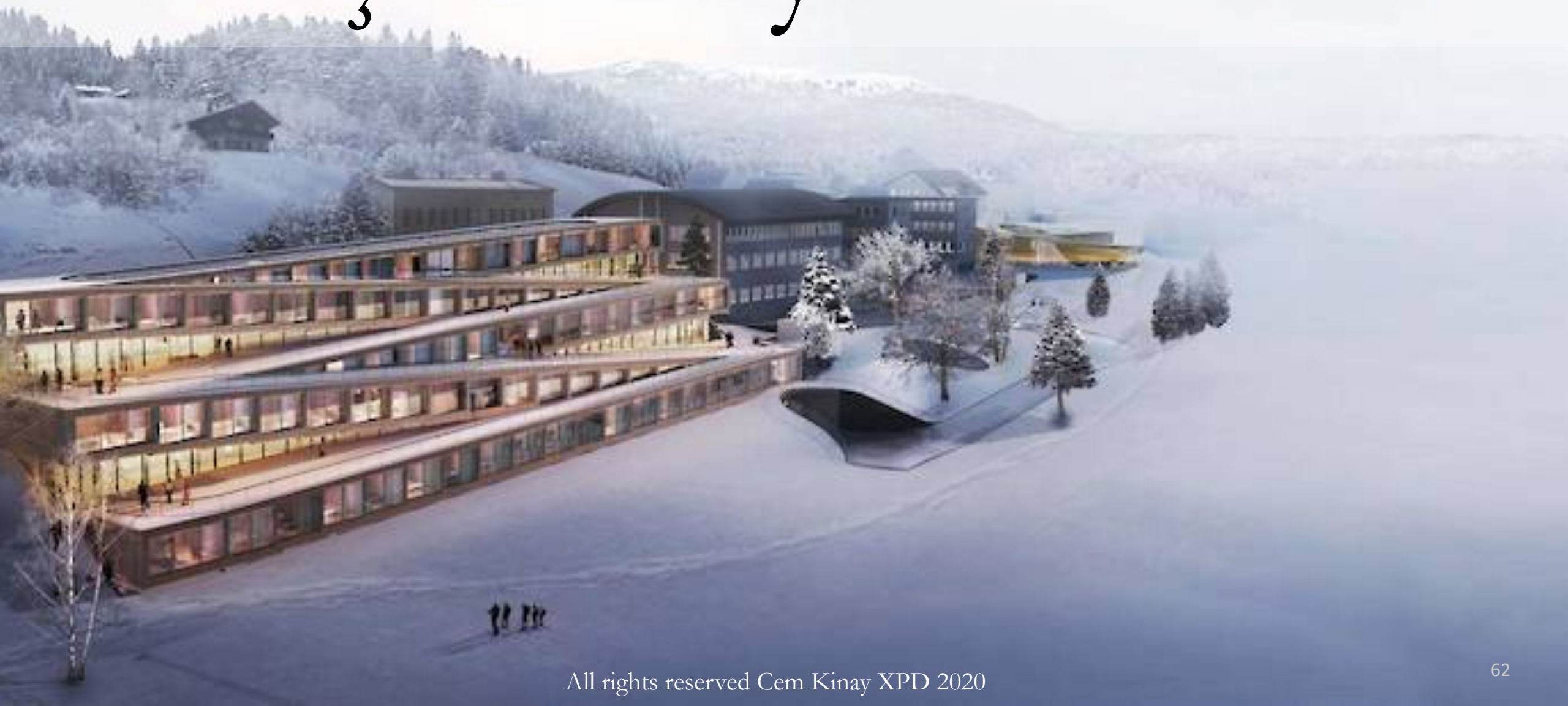
Makina, Otomobil, E-commerce Şirketleri Süratle Robot Çağına Girdiler Ve Robotlar Kullanıyorlar, Çok Yakında ‘Yapay Zeka’ Her Alanda Karşımıza Çıkacak.

Konaklama Sektörü De Bu Değişimden Muhakkak Etkilenecek.

Denizin Altında Otel Deneyimi



Çatı Kayak Pisti





Futuristik Seyahatler

Süpersonik Uçuşlar

A blue and white supersonic jet, the Aerion AS2, is shown in flight against a sunset sky with clouds. The aircraft is angled upwards, and its registration number N220BT is visible on the side.

Ses Hızını Aşan Uçaklar

Aerion AS2 2023

Spike Aerospace Virgin and Japan Airlines İçin
2025'de

Uzay Yolculuğu

A detailed image of an astronaut in a white spacesuit floating in space. The astronaut is wearing a helmet with a reflective visor and has various equipment attached to their suit. The background is a deep black space with a few distant stars visible.

Gelişen Bilim ve İlerleyen Teknolojiyle
Birlikte, Roket ve Uzay Araçlarıyla Uçmak ya da
Seyahat Etmek Artık Sıra Dışı Olmaktan Çıkmıştır.



Bir Destinasyonun, Şehrin Tıpkı Bir İnsan Gibi Farklı Kişiliği Olabilir Mi?

Bir Markanın Kişiliği Olabilir Mi?



Aaker Tarafından Markanın Beş Kişilik Özelliği Boyutları

- 1 Samimiyet
- 2 Heyecan Verici
- 3 Yeterli
- 4 Sofistike
- 5 Sağlam



Örneğin Cape Town'un Kişiliği Genç ve Maceracı;



Las Vegas'ın Destinasyon Kişiliği Samimiyet,
Hareketlilik, Yetkinlik, Entelektüellik ve Çağdaşlık
Olarak Belirlenmiştir.



Roma'nın Destinasyon Kişiliği Eğlenceli, Coşkulu,
Duygusal Ve Dinamik;

A wide-angle aerial photograph of Buenos Aires, Argentina, taken during the 'golden hour' of sunset. The sky is a vibrant mix of orange, yellow, and blue. The city's dense urban landscape is visible, with numerous buildings and streets. In the center, the illuminated green dome of the Argentine Congress building (Palacio del Congreso) stands out. The light trails from cars on the main thoroughfares add a sense of movement to the scene.

Arjantin'in Bir Turizm Destinasyonu Olarak Kişiliği
Cesur, Canlı, Yaratici, Zeki, Modaya Uygun Olarak,
Belirlenmiştir.

Türkiye

Dünyanın en önemli destinasyonlardan biri...

İstanbul

Medeniyetlerin ve Kıtaların Buluştuğu Şehir...



Kapadokya

Eşî Benzeri Olmayan Coğrafya...



Mezopotamya

Nehirler arası uygarlıklar...

Ege

Mavi Sular Ve Tarih...

Karadeniz

Yaylalar, yaylalar...

Dođu Anadolu

En yüksek...



Troya

Savaş, Aşk ve Medeniyetler...

Antalya

Tarihin ve tatilin kalbi...





Bodrum

Eğlence Diyarı...



Mavi Yolculu

Kurvazör



Güneş Deniz Kum

Kazanan Üçlü!



Herşey Dahil Kırallığı

Güneyde Bütün Oteller HD

Golf

En İyilerden Biri



Yeni *Çoğunlukla 5 Yıldız* Oteller



Charter Uçuşlar



Antalya Ve Dalaman'da Nerede İse Tamamı Charter

En Çok Ziyaretçiler Ruslar, Almanlar ve Araplar



Türkiye'nin Yeni Manifestosu

1 Tarihi Korumu ve Yaşat

Antik Kentleri Yaşat ve Markalaş

265 Tane Antik Kent Var Türkiye’de ..

Aspendos, Perge, Side, Phaselis, Olympus, Termossos, Sagalassos,
Myra, Efes...



2 Doğayı Korumak ve Yaşamak



3 Önce insan De ve insanı Akıllı Eğit

4

Yerel Ol Ama Dünyalı Gibi Düşün

Sizi Dünya Markası Yapacak Olanlar Sizin Dışınızdaki İnsanlar

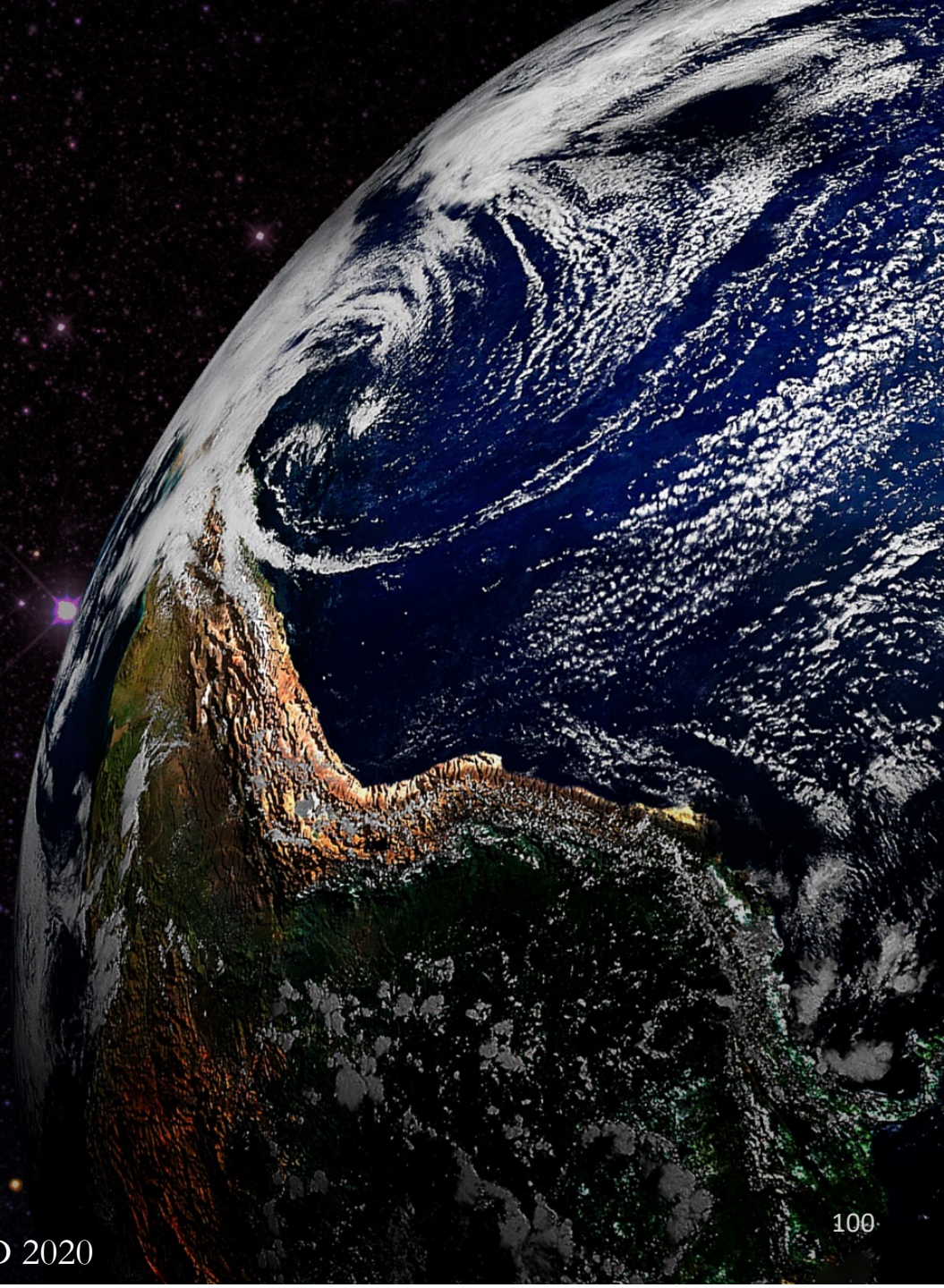
Artık Otellerin ve Şehirlerin
Fiziksel Özelliği
Yanında Asıl İnsanın
Kalitesi
Başarı Anahtarı Olacak.



Unutma
Bugün İlkokula
Başlayan
Çocukların
% 65'i
Bugün Olmayan
Meslek
Gruplarında
Çalışacaklar

Gelecek Sadece Teknoloji Değil

Geleceğin
Liderleri
Etrafında
Kendi
Topluluğunu
Yaratabilenlerdir.



Liderlik Yüzme Gibi
Yüzme Üzerine
Bir Sürü Kitap
Okuyabilirsiniz.
Ancak Öğrenmek
İçin Suya
Girmeniz Şart.



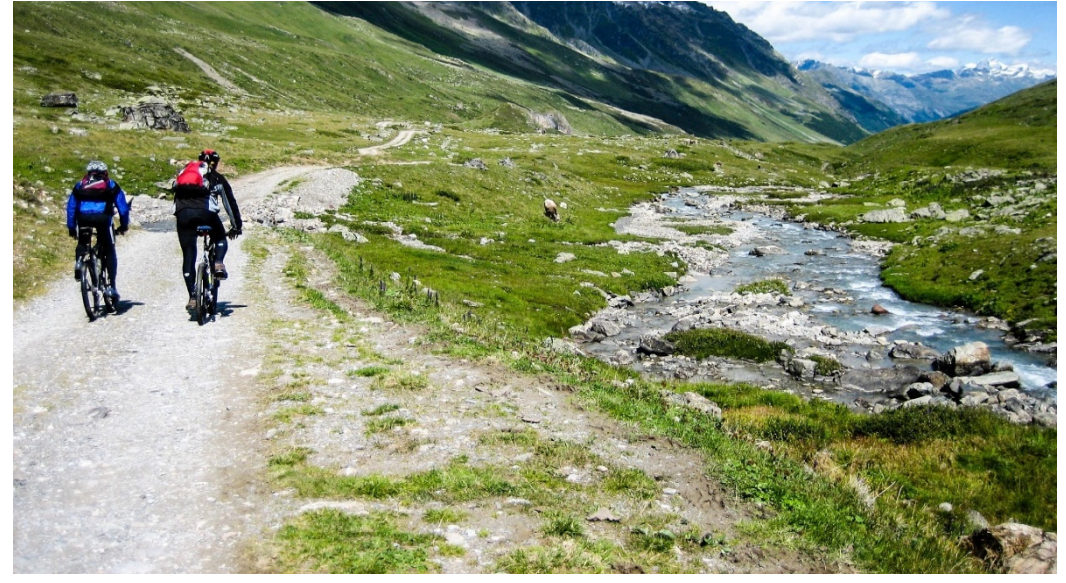
Diğer Taraftan Yeni Liderler Tamamen Dijital Liderler, Robotları Eğitebilen Liderler.



Bisiklet Turizmi



Bisiklet Turizmi



Bisiklet Turizmi

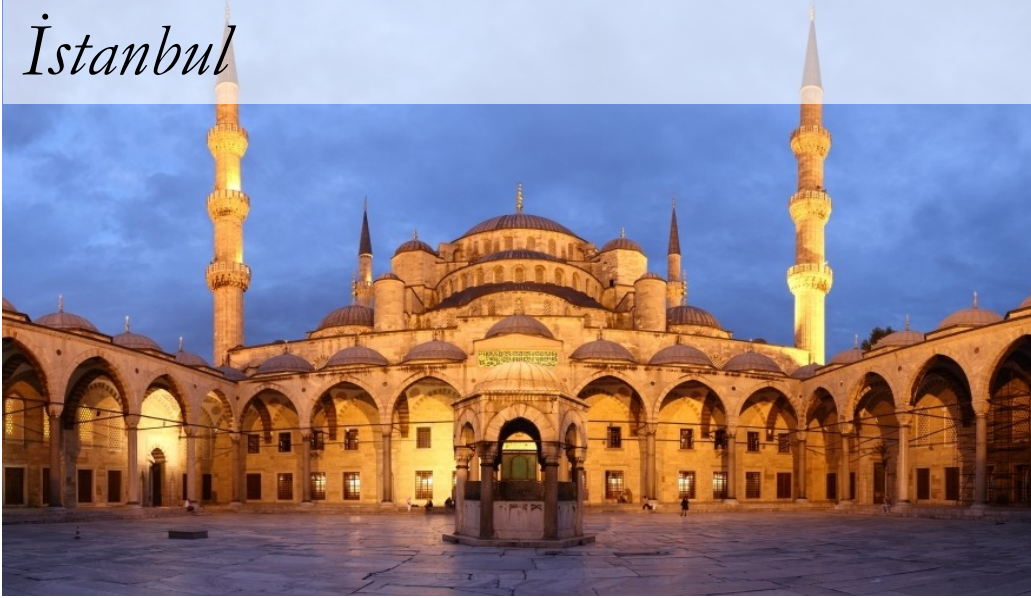


İnanç Turizmi



İnanç Turizmi

İstanbul



Kapadokya



Antakya



Meryem Ana



İnanç Turizmi

Göbeklitepe



Konya



Sümela



Akdamar



Doğa Turizmi



Doğa Turizmi

Karadeniz



Likya Yolu



Karia Yolu



Frig Vadisi



Tren Turizmi





Gastro Turizmi



Lezzet Rotaları

İstanbul Rotası



Ege Rotası



Mezapotamya Rotası



Karadeniz Rotası





Mimari Rotalar

Insta Turizmi

Etki ve ilham dozu en yüksek sosyal medya platformu, kuşkusuz Instagram, ve ister inanın ister inanmayın, platformun seyahatler üzerindeki belirleyiciliği son derece yüksek. Zira Instagram üzerinden gitmeyi arzuladığınız destinasyonun fotoğraflarına bakmak, o bölgenin bilgilerine bir broşürden bakmaktan daha inandırıcı. Yapılan araştırmalar, gidilecek yerlerin belirlenmesinde ‘Instagramlanması’ kriterinin ilk sıralarda olduğunu gösteriyor.

Instagram'da En Çok Paylaşılanlar



Instagram'da En Çok Paylaşılanlar

St Pancras Renaissance Hotel, Londra



Keemala, Phuket



Ice Hotel, Jukkasjärvi



Jade Mountain Resort, Soufrière



Instagram'da En Çok Paylaşılanlar

El Fenn, Marakeş



Medeniyetler Turizmi

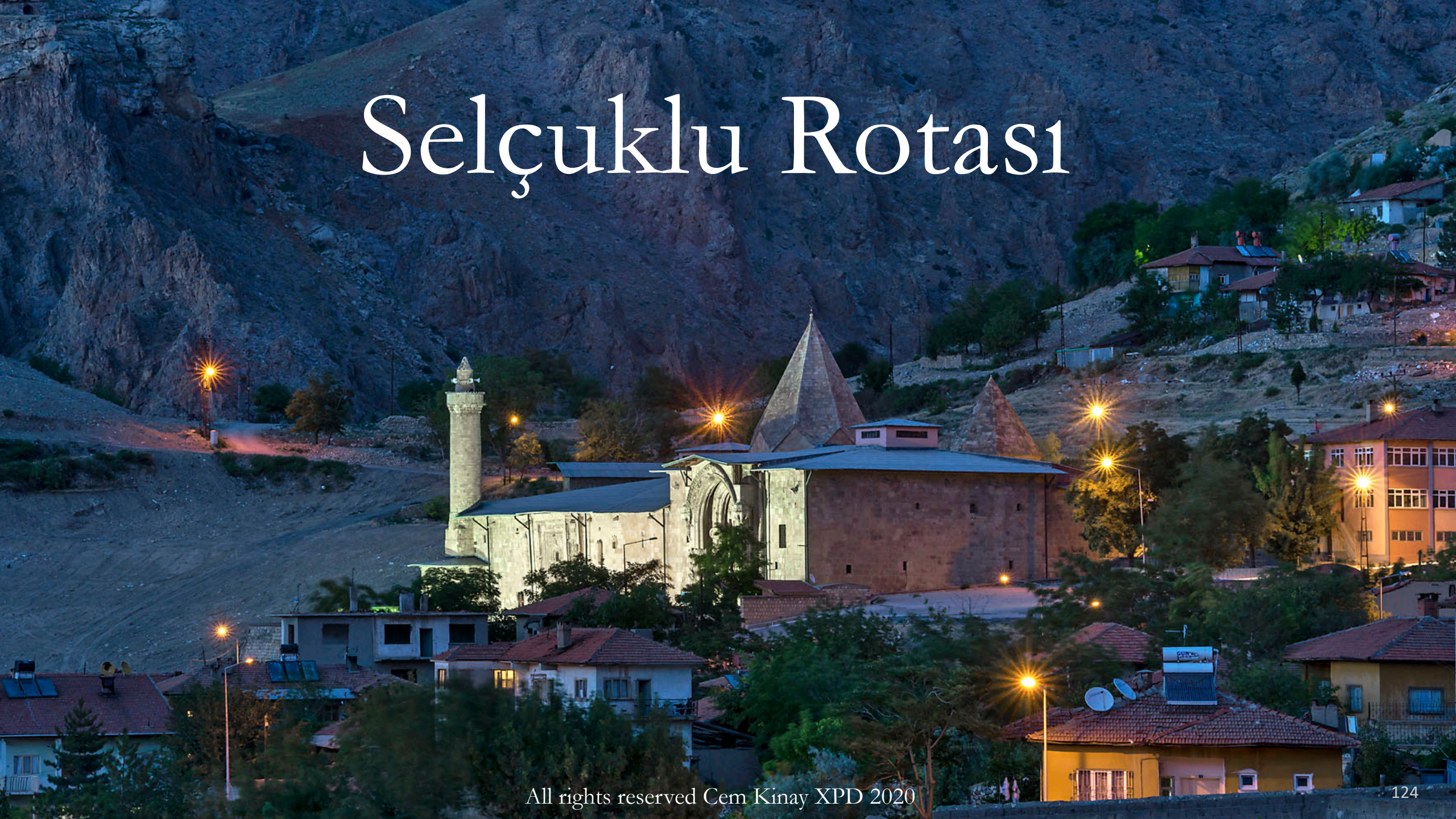


Roma İmparatorluğu Rotası



Bizans Rotas1

Selçuklu Rotası



Osmanlı Rotası



Unesco Dünya Mirasları



Topkapı Sarayı



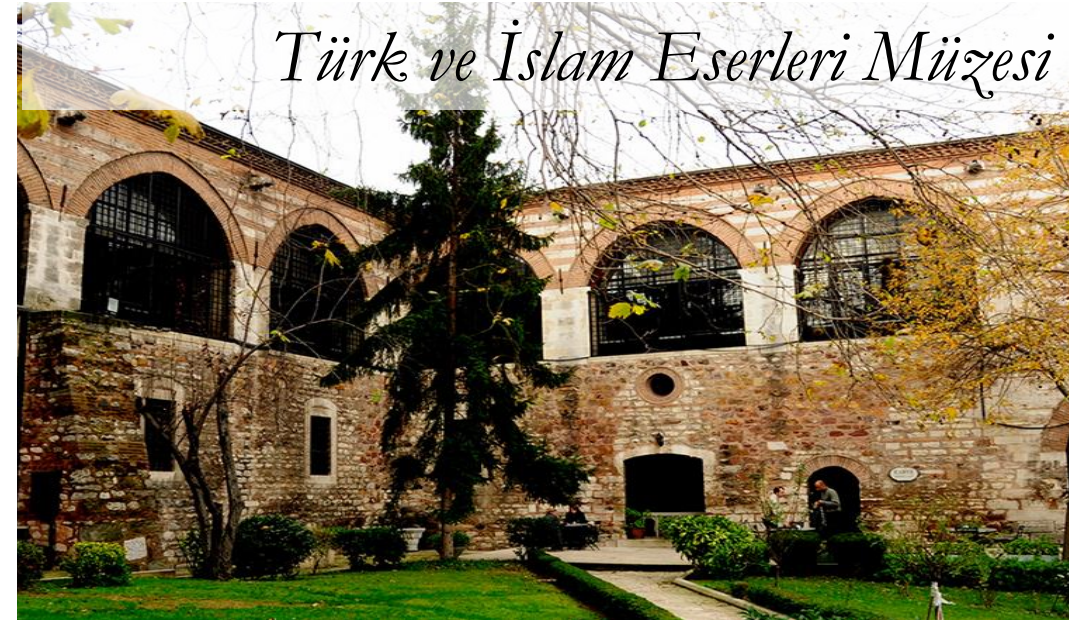
İstanbul Arkeoloji Müzesi



Ayasofya



Türk ve İslam Eserleri Müzesi



Divriği Ulu Camii ve Darüşşifası (Sivas)



Göreme Milli Parkı ve Kapadokya (Nevşehir)



Hattuşa (Boğazköy) Hitit Başkenti (Çorum)



Nemrut Dağı (Adiyaman - Kahta)



Xanthos-letoon (Antalya - Muğla)



Pamukkale-Hierapolis (Denizli)



Safranbolu Şehri (Karabük)



Troya Antik Kenti (Çanakkale)



Edirne Selimiye Camii ve Külliyesi (Edirne)



Çatalhöyük Neolitik Kenti (Konya)



Bergama Çok Katmanlı Kültürel Peyzaj Alanı (İzmir)



Bursa ve Cumalıkızık: Osmanlı İmparatorluğunun Doğuşu (Bursa)



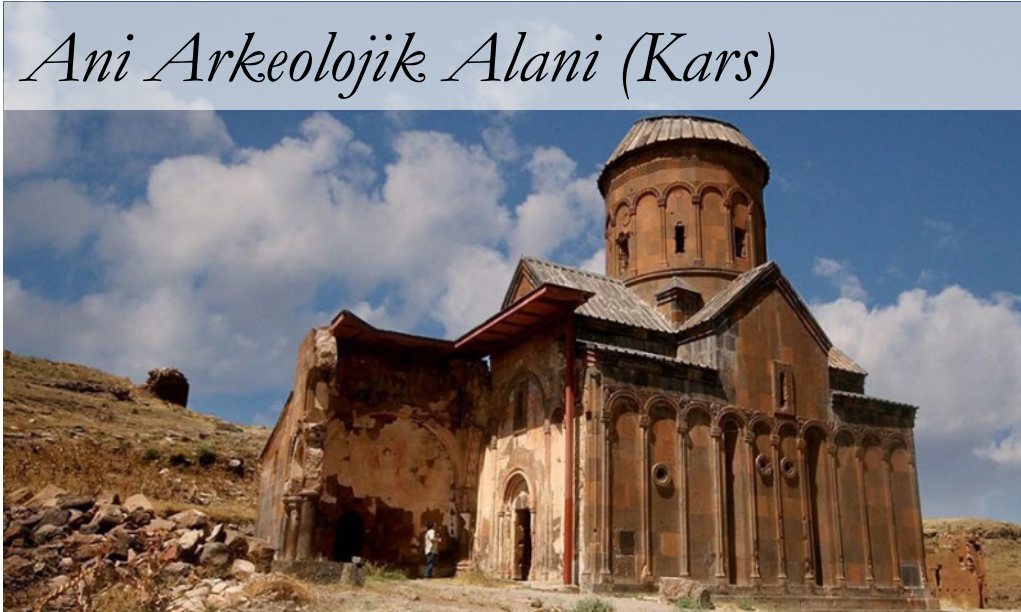
Diyarbakır Kalesi ve Hevsel Bahçeleri



Efes (İzmir)



Ani Arkeolojik Alanı (Kars)



Afrodisias (Aydın)



Balyan Ailesi Rotası



Garabet Balyan



Agop Balyan



Sarkis Balyan

Dolmabahçe Sarayı



Dolmabahçe Saat Kulesi



*Bezm-i Âlem Valide Sultan
(Dolmabahçe) Camisi*



Beylerbeyi Sarayı



Ortaköy Camii



Çırağan Sarayı



Akaretler Sıra Evleri



Kuleli Askeri Lisesi



Selimiye Kışlası



Beyazıt Kulesi



Nusretiye Camisi



Küçüksu Kasrı



Pertevniyal Valide Sultan Camisi



Çifte Saraylar



Selçuklu Mimari Rotası



Divriği Ulu Camii ve Darüüşşifası (Sivas)



Sultan Han / Aksaray



Çifte Minareli Medrese / Erzurum



Alanya Kalesi Ve Tersanesi / Antalya



Eşrefoğlu Camii / Konya



Alâeddin Camii / Konya



Karatay Medresesi / Konya



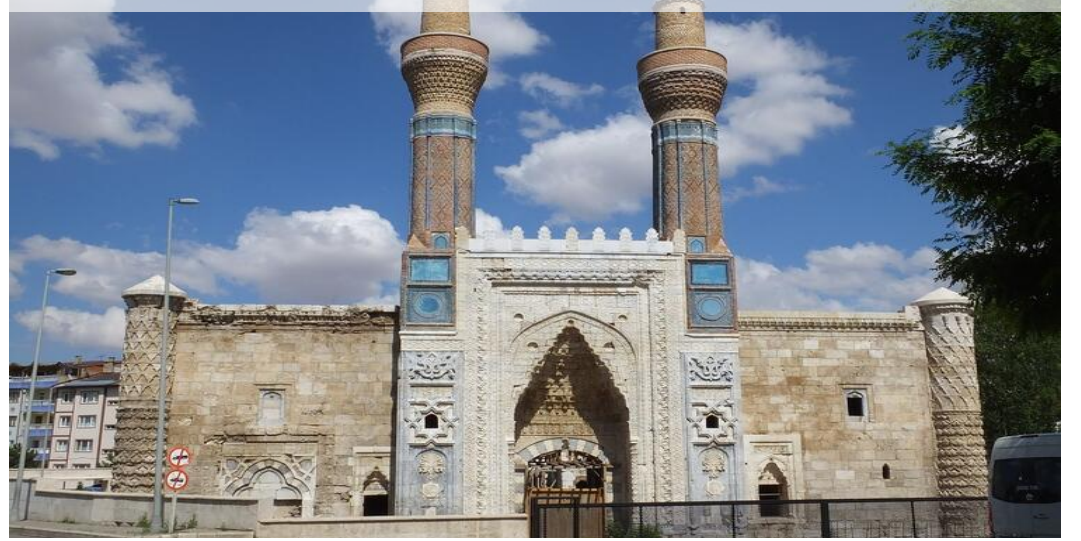
İnce Minareli Medrese / Konya



Ahlat Selçuklu Mezarlığı / Bitlis



Gökmedrese / Sivas



Kayseri Hunat Hatun Medresesi / Kayseri



Kırşehir Cacabey Kümbeti / Kırşehir



Mikro Tatil

Genellikle bir hafta sonu boyunca yapılan daha küçük seyahatlerdir. Stresli uzun bir çalışma ayından veya haftadan sonra zihni gevşetmekle kalmaz, aynı zamanda ülkemizi de keşfetmeyi sağlar. Mikro tatiller uygun maliyetlidir, bir seyahatte daha fazla etkinlik toplamayı sağlar ve normalde ziyaret edilmeyen yeni yerler görünür





Digital Experiences
Dijital Deneyimler

Smart ve Mutlu İnsanlar İçin

1 Smart Şehirler
2 Smart Oteller

1 Smart Şehirler



1 Smart Şehirler

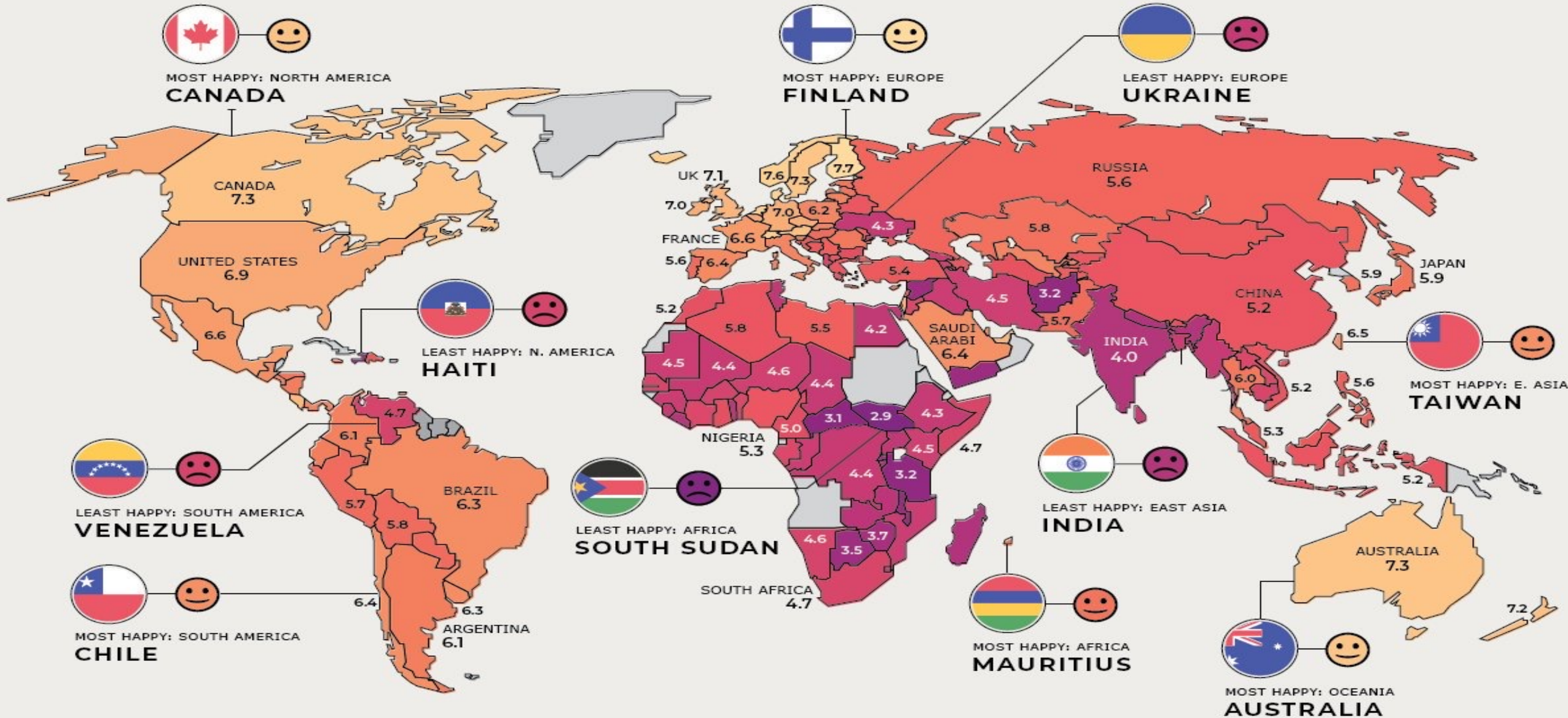
2030 Yılında 5 Milyar İnsan ,Yani Toplam Dünya Nüfusunun %60'ı Şehirlerde Yaşayacak. Şehirler Smart Şehirler Haline Gelecek Bu Smart Şehirler De Otellerin, Konutların, İşyerlerinin İtinalı Şekilde Enerji Tasarrufu Yapmalarını Şart Koşacak.

The Top 10 Smartest Cities In 2019 Are

1Smart Şehirler

Singapore
Zurich
Oslo
Geneva
Copenhagen
Auckland
Taipei
Helsinki
Bilbao
Dusseldorf

THE MOST AND LEAST HAPPY COUNTRIES AROUND THE WORLD



All rights reserved Cem Kinay XPD 2020

1Smart Şehirler

Yeni Nesil Şehirler , Tasarımla Yükselişe Geçiyor; Yerleşik Çevrenin Tasarımı, Doğal Çevrenin Tasarımı, Teknoloji Destekli Hizmetlerin Tasarımı, Anıların Tasarımı... Hepsi, İnsanlar İçin Benzersiz Deneyimler Tasarlamak İçin...



1 Smart Şehirler

"Tasarım, Belirli Bir Sorunla İlgili İnsan Deneyimini Geliştirmek Amacıyla Bir Ürün Veya Hizmet Yaratma Eylemidir. Belirli Bir Amaçla Yapılan Bilinçli Bir Eylemdir. "Tasarım" ı "Sanat " Tan Ayıran Da Budur.

1 Smart Şehirler

Tasarım,
Bir Şeyi Sırf Hoş Görünsün Diye Yaratmak
Değildir.
Bir Çözümdür.

1Smart Şehirler

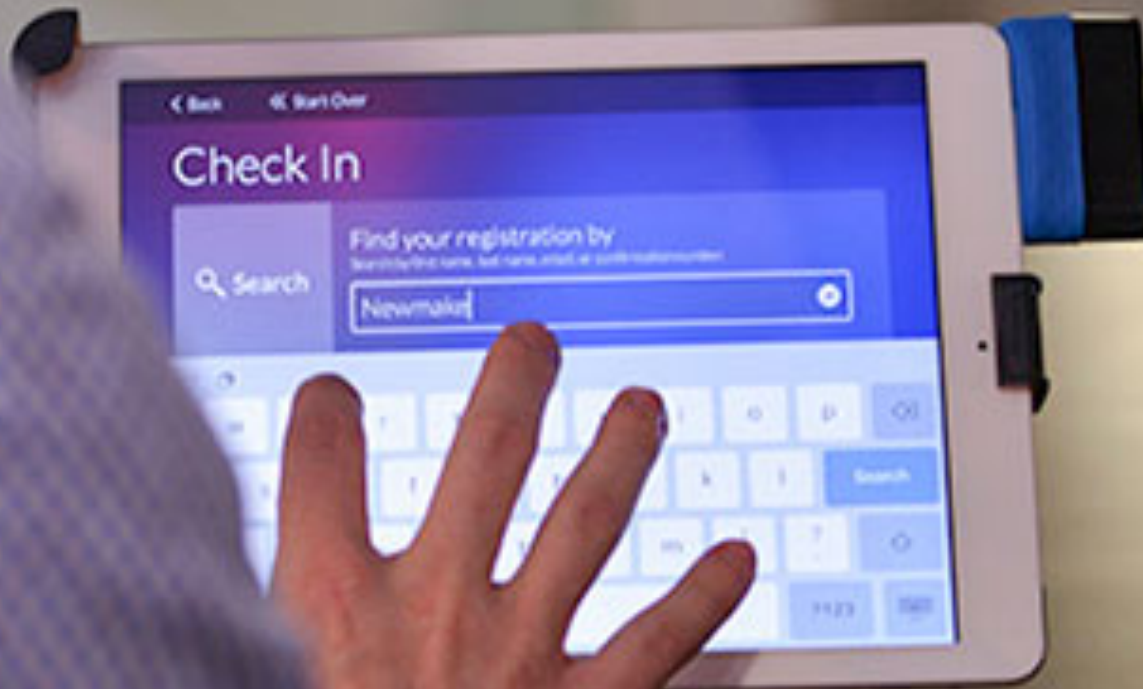
Tasarım Bütünseldir!

İyi Bir Tasarım Sadece Göze Hitap Etmez; Daha Derinlere
İnerek Ruhu Okşar Ve İnsanların Daha Memnun
Hissetmesini Sağlar

1Smart Şehirler

İnsanlık İçin Tasarım!
İyi Bir Tasarımın Önceliği İnsandır.

2Smart Oteller



Smart Check-in/Key

The background is a dark green field filled with a complex, glowing green grid of lines. These lines form a series of concentric, overlapping circles and spirals that create a strong sense of depth and perspective, drawing the viewer's eye towards the center of the image.

Smart Oteller

Smart Enerji

2Smart Oteller

Smart 0 Atık

Dijital Destinasyon Pazarlama



Web

A world map is shown in a dark blue color. Overlaid on the map is a complex network of white lines and dots, representing a global web or data network. The dots are concentrated in major landmasses, particularly in North America, Europe, and Asia, indicating high levels of connectivity in these regions. The lines connect these dots, forming a dense web of connections across the globe.

Sosyal Medya

Instagram
Facebook
Twitter
Pinterest

Tek Ara Yüzde All In One Aplikasyonu



Web Sitesi Ve Aplikasyon: Bir Yandan Türkiye'nin Çeşitli Bölgelerinin Doğru Ve Güvenilir Bir Şekilde Pazarlanmasına Yardımcı Olurken, Bir Yandan Da Çeşitli Ürünlerin Satışı İle Birden Çok Gelir Kalemine Birden Sahip Olacaktır. Web Üzerinden Veya Konvansiyonel Yollarla Satın Alınan Turlarla Gelen Misafirler Türkiye'ye Girdikleri Andan İtibaren Bu Güvenilir Marka Altında Oteller Dışındaki İmkanlardan , Hobi Alanlarından Faydalanabilirler



All In One

DXPP= Destination Experience Pad

All In One Pad





“Yeni Bir Dil Konuşmak, Yeni Bir
Dünyanın Ve Kültürün Kapılarını
Açmaktır.”
Frantz Fanon

A person with long blonde hair, wearing a dark jacket and dark pants, is sitting on a large, light-colored rock. They are facing away from the camera, looking out over a vast, hazy landscape. The sky is a mix of orange, yellow, and blue, suggesting a sunset or sunrise. The landscape below is a series of rolling hills or mountains, all shrouded in a thick mist or haze. The overall mood is contemplative and serene.

“Hiçbir Şey Zekayı Seyahat
Etmek Kadar Geliştirmmez.”
Emile Zola



“Dünyayı Dolaşın.
Görebileceğiniz Bütün
Rüyaların En Muhteşemi!”
Ray Bradbury

An aerial photograph of Paris, France, taken during sunset. The Eiffel Tower is the central focus, standing tall above the city. The sky is a deep orange-red, with the sun visible as a bright yellow-orange orb in the upper left. The city's skyline, including various skyscrapers and residential buildings, is visible in the background. The foreground shows a dense urban landscape with many buildings and green spaces.

“Her Şey Kötüye Gittiğinde
Kendine Bir Tatil Ismarla.”
Betty Williams

A tropical beach scene at sunset. The sky is filled with large, colorful clouds in shades of orange, red, and purple. The sun is low on the horizon, casting a warm glow. In the foreground, there are several palm trees and a thatched hut on the right. The ocean is visible in the background, with gentle waves washing onto the sandy beach.

“Kıyıyı Gözden Kaybetmeye Cesaret
Etmedikçe İnsan, Yeni Okyanuslar
Keşfedemez.”
Andre Gide



’Yaşı, Seyahat Et, Maceraya Atıl,
Şükret ve Asla Pişman Olma.’
Jack Kerouac



“Uzaklara Gitmek, Denizler, Sınırlar,
Ülkeler, İnançlar Aşmak Fırsatı
Çıktığı Zaman Hiç Duraksama.”
Amin Maalouf



“Gittiğin Yerlerden Sadece
Yeni Hatıralar Al ve Sadece
Ayak İzlerini Bırak.”
Chief Seattle

A scenic view of a coastline with a rainbow arching over the ocean and a forested cliff in the foreground. The text is overlaid on the image.

“Yılda Bir Kez, Daha Önce
Hiç Gitmediğiniz Bir Yere
Gidin.”

Dalai Lama

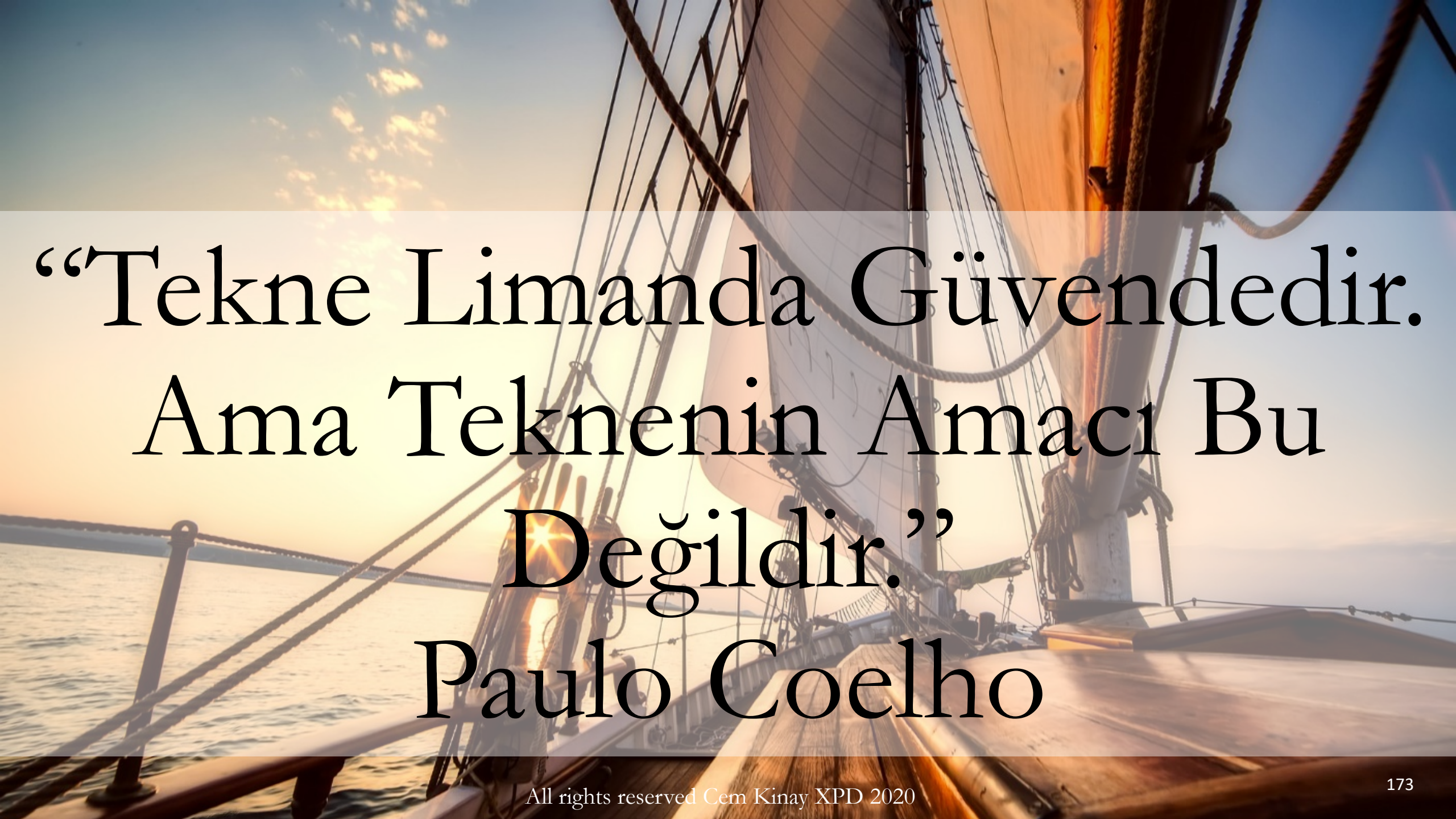


“Ne Kadar Uzağa Gidersem Kendime O
Kadar Çok Yakınlaşıyorum.”

Andrew Mccarthy

A person wearing a purple beanie, a dark jacket, and a backpack stands on a large, reddish-brown, layered rock formation. They are holding a camera up to their eye, taking a photo. The background shows a vast desert landscape with more rock formations and sparse vegetation under a cloudy sky.

“Öğrenmek İstiyorsan Seyahat
Etmelisin.”
Mark Twain



“Tekne Limanda Güvendedir.
Ama Teknenin Amacı Bu
Değildir.”
Paulo Coelho

The background of the image is a vast landscape under a dramatic sky. The sky is filled with large, textured clouds in shades of blue, grey, and orange. A bright sun is visible on the right side, partially obscured by clouds, creating a strong glow. In the foreground, there are dark, rugged mountains with some sparse vegetation. The overall mood is contemplative and majestic.

Akıl Ol. İnsan Ol.
Turist Ol.

Hayat Oyununu Onurunuzla Oynayın. Sizin Özgünlüğünüz, Herkesin Özgünlüğünü Zenginleştirir. Bu Yüzden Kazanmak İçin Başka Birinin Üzerine Basmanız Gerekmez. Büyüklüğe, İnsanların Üzerine Basıp Yükselerek Erişemezsiniz.

Hayat Oyununu Onurunuzla Oynayın. Sizin Özgünlüğünüz, **Başkalarının** Özgünlüğünü **de** Zenginleştirir. Bu Yüzden De Kazanmak İçin Başka Birinin Üzerine Basmanız Gerekmez. Büyüklüğe, İnsanların Üzerine Basıp Yükselerek Erişemezsiniz.

Yürüdüğünüz Yolun Sizi Bir Gün Nereye Taşıyacağını Nereden
Bilebilirsiniz? Eğer Denemeye Cesaret Etmezseniz Asla
Öğrenemezsiniz...





Kazananlar Asla Oyunu Bırakmazlar Ve Oyunu Bırakanlar Asla
Kazanamazlar!



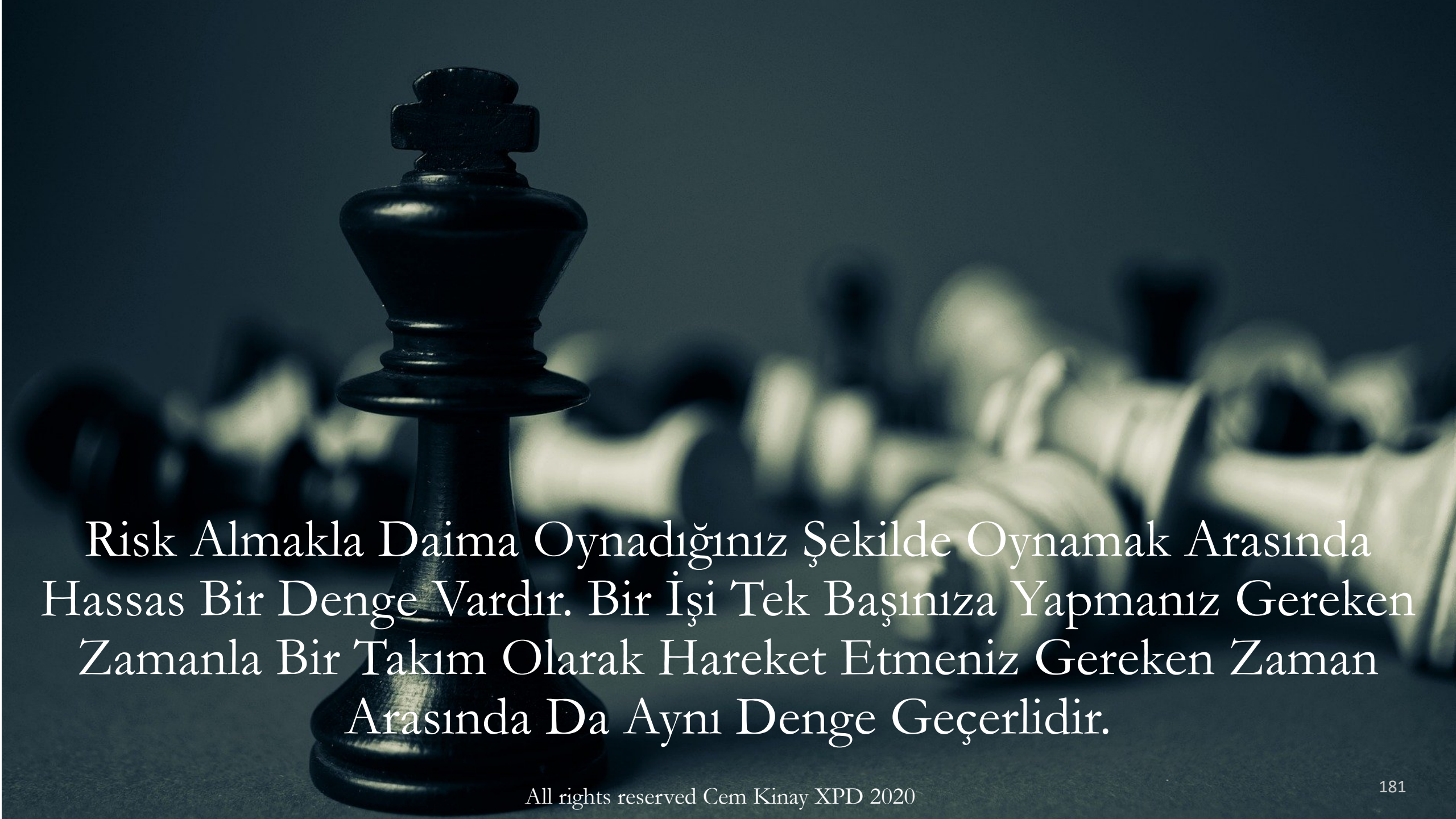
Deneyim, Şimdiki Zamanda Edinilir Ve Şimdiki Zaman, Tutkunun Alevini Besleyen Kıvılcım Gibidir. Eğer Kalbiniz, Zihniniz Ve Vücudunuz Bir Arada Ve Uyumlu Değilse Yani Şimdiyi Yaşamıyorsanız Tutkulu Olamazsınız.



Hepimizin büyük bir düşü vardır, içimizde açmayı bekleyen bir tohum... Fikirler zihinden doğar, bir düşü gerçeğe çevirmek vizyon ve çok çalışmayı gerektirir.



Büyük Bir Düşü Hayata Geçirme Ve Yaratma Vizyonu Sadece
Dilekler Ve Umutlarla Değil, Kendine İnanç, Sıkı Çalışma Ve
Disiplin Sayesinde Meyve Verir.



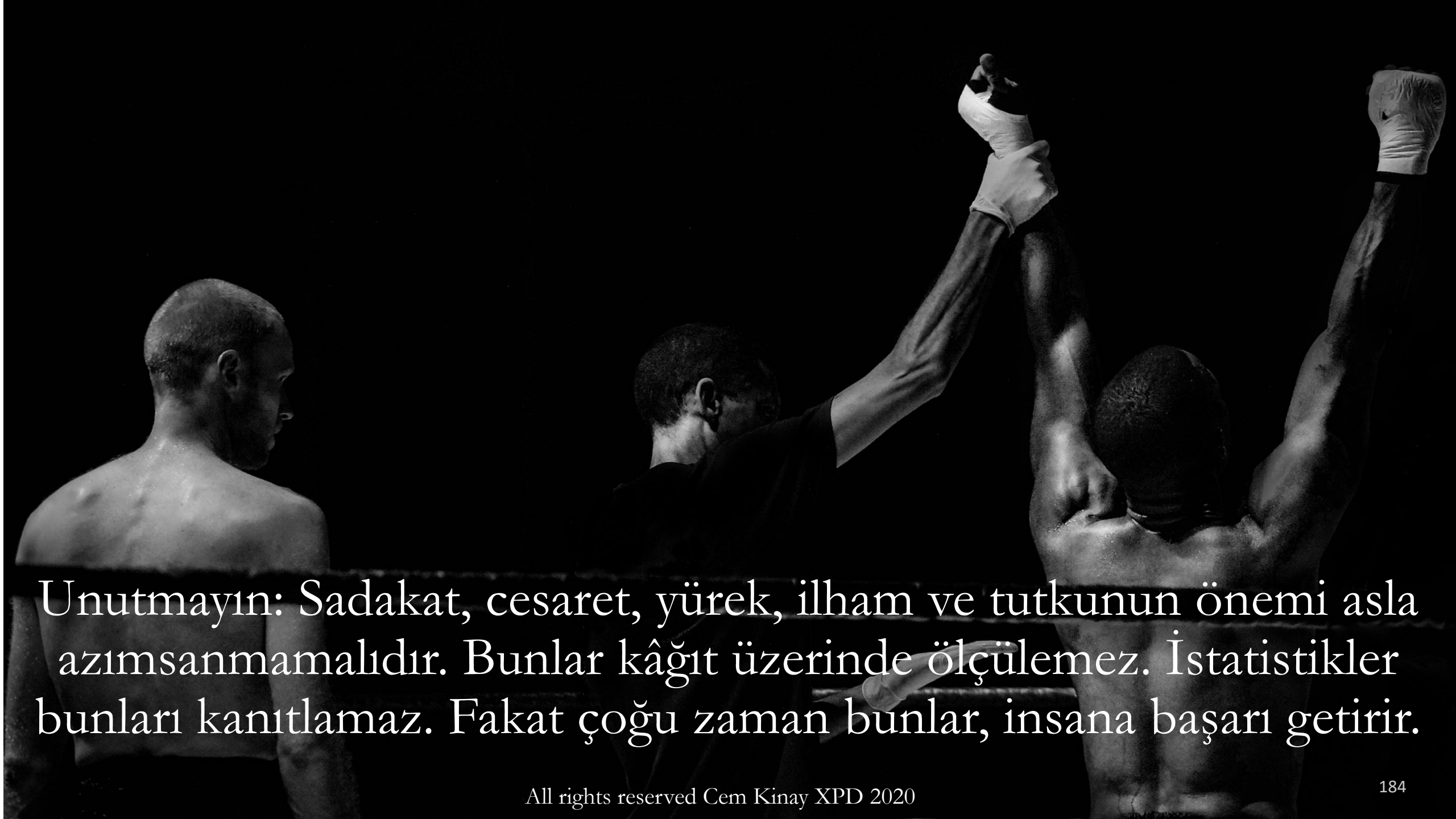
Risk Almakla Daima Oynadığınız Şekilde Oynamak Arasında Hassas Bir Denge Vardır. Bir İşi Tek Başınıza Yapmanız Gereken Zamanla Bir Takım Olarak Hareket Etmeniz Gereken Zaman Arasında Da Aynı Denge Geçerlidir.



Tutku, Şimdiki Zamana, Yaşamın Enerjik İhtimallerine
Soğurulmaktır. Daima Dikkat Etmeli, Sezgilerinizi Dinlemeli Ve Bir
Aslan Gibi Uyanık Olmalısınız.



Tutku, yaşamın sunduğu enerji ve enerjiden doğan olasılıkların şu anda yoğunlaşmasıdır. Daima dikkat etmeli, sezgilerinizi dinlemeli ve bir aslan gibi uyanık olmalısınız.



Unutmayın: Sadakat, cesaret, yürek, ilham ve tutkunun önemi asla azımsanmamalıdır. Bunlar kâğıt üzerinde ölçülemez. İstatistikler bunları kanıtlamaz. Fakat çoğu zaman bunlar, insana başarı getirir.



Bazı Şeyleri Sadece Kriz Anlarında Öğrenebilirsiniz. Çince
“Kriz” Kelimesi İki Karakterden Oluşur. Bir Tanesi Tehlikeyi,
Diğeri De Fırsatı Simgeler.



Önemli Olan Sadece Hayata Karşı Sertlik Göstermek Değil;
Dayanıklılık, Zorluklarla Baş Edebilme Ve Alacağımız Dersler Çok
Zorlayıcı Ve Bazen Adaletsiz Bile Olsa Ne Öğrenebiliyorsak Onu
Öğrenebilme Yeteneğidir.



En Büyük Düşmanınız Daima İçinizdedir. Fakat Her Yenilginin
İçinde Gelecekteki Zaferlerinizden Birinin Tohumu Olduğunu
Hatırlamak Önemlidir.

Hayatta Sahip Olmaya Deęecek Herhangi Bir Şey Ucuz Ya Da
Kolay Bir Şekilde ıkmaz İnsanın Karşıısına. Hayattaki En Büyük
“Galibiyetler” Bizi Sınava Tabi Tutar, Bizim Ayaa Kalkıp Bu
Meydan Okumayı Kabul Etmemizi Gerektirir.

Hiç Şüphesiz, Yapmayı Sevdikleri Şey Her Neyse Onda En İyi Olmaya Aç Olanlardan Öğrenmeliyiz Disiplini.



Hayat, Gerçekten Bir Dizi Hedeften İbaredir, Yolda Durduğunuz Duraklar Sizi Daha Büyük Şeylere Götürebilir. Hedef, Yolculuğun Ta Kendisidir. Bu Yüzden Daima Oyunda Kalın Ve Oynamaya Devam Edin.



Yolculuklar Bazen Tehlikelidir Çünkü Bizi Kırılganlığımızla Yüzleřtirir. Her Yeni Lig Sezonuyla, Bizler De Bizi Sonuna Kadar Sınayacak Bir Yolculuęa ıkarız. Karakterimizi Ancak Zor Zamanlardan Geçerken Tanırız. Bu Yüzden Daima Hedeflerimize Ulaşmamız Ve Kazanmamız İçin Ceza Sahasına Girip O Golü Atacak Motivasyona Sahip Olmamız Gerekir.





Geleceęe Adım Atarken, Yeni Zaferlere Ve Hedeflere Koşarken
Hayat Oyununu Daima Aslan Tarzı Oynayın. Kalbinizde Kükreyen
Bir Aslan...

Sahip Olunmaya Deęer Her Şey, Uęrunda alıřmaya Da Deęerdir.
Galibiyetlerin Bedeli Ağırdır. Kolay Ve Ucuz Yoldan Gelmezler.
Zaten Zafer Duygusunun Tadı Aşındırılan Yolların etinlięinden
Doğar.





Ustalığa Ulaşmanın Yolu Çalışmaktan, Tutkudan, Pes Etmemekten
Ve Adanmışlıktan Geçer. Özgünlüğünüz İmzanız, Rakiplerinize
Saygınız Tacınızdır. Düşlediğiniz Her Şey Ancak Kuralına Uygun
Oynarsanız Sizin Olur.

Bir çok önemli otel yatırımları ve uluslararası ödülleri ile Dr. Cem Kinay turizm sektörünün dünyaca tanınmış en önemli isimlerindendir.

Dr. Cem Kinay Avusturya, Viyana merkezli

Gulet Turistik(1987) ve Magic Life Oteller (1990) zincirinin kurucusu olarak Avrupalı turistleri **Her Şey Dahil** deneyimi ile tanıştırdı.

Avusturya, Türkiye, Yunanistan, İspanya, Mısır, Tunus ve Bulgaristan'da toplam 23 Magic Life Otelinde çalışan 8000'den fazla kişiye istihdam sağladı.

2004 yılında Magic Life Oteller zincirini TUI gurubuna sattı.



C 1996'da “Yılın Turizmcisi”,
1997'de Avusturya'da “Yılın
Adamı” ve
2006'da Avusturya Cumhurbaşkanı
tarafından “Avusturya Devlet
Nişanı” gibi birbirinden önemli ve
değerli ödüllerle onurlandırıldı.



C

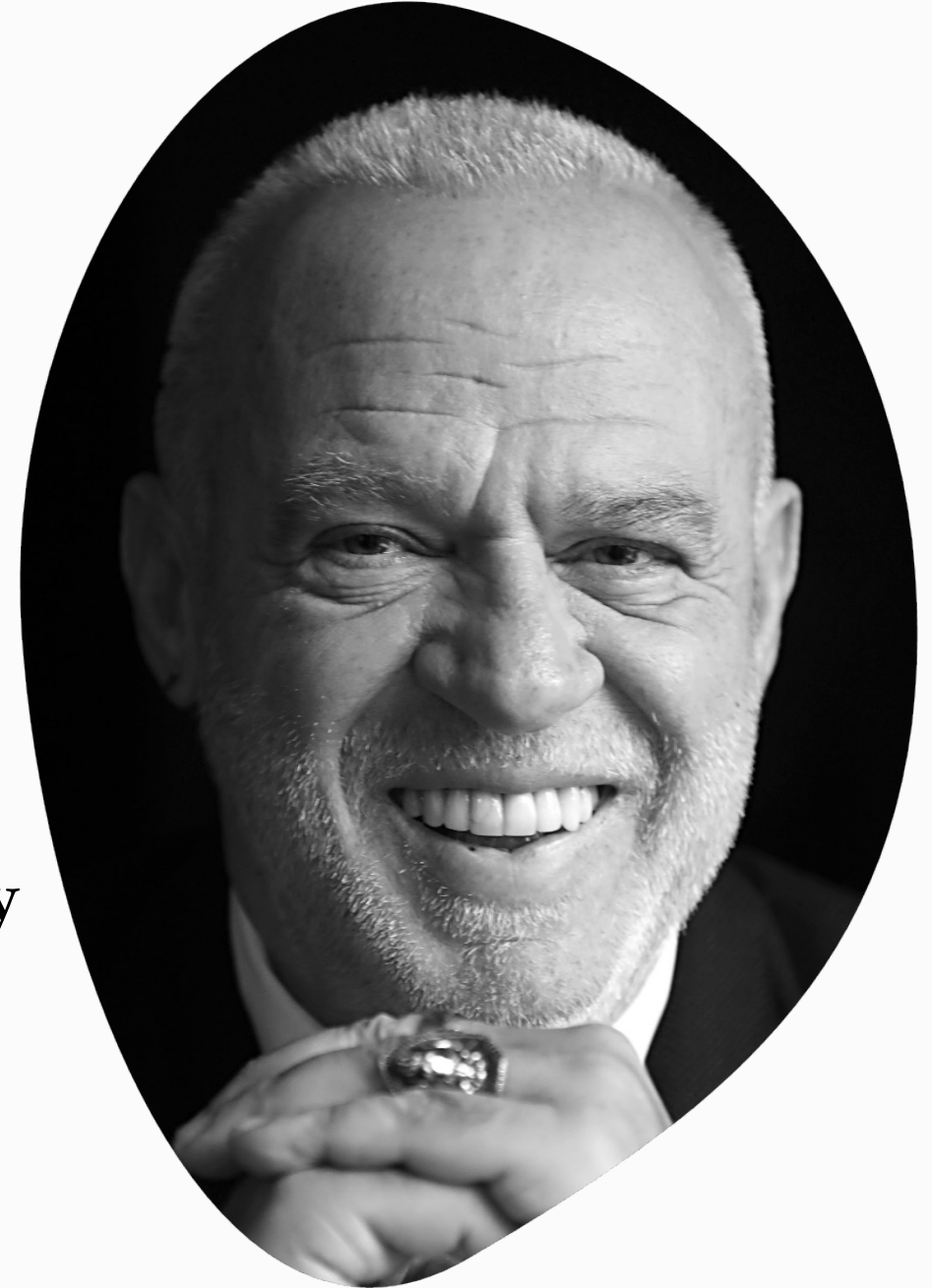
The O Property Collection
şirketinin kurucusu ve CEO'su
olarak

2005-2009 yılları arasında

Turks and Caicos adalarında

Mandarin Oriental Dellis Cay

Oteli'nin geliştirilmesi ve
gerçekleştirilmesi için çalıştı.



2013-2014 Rixos Otelleri Yönetim

Kurulu

2015-2016 yıllarında

Steigenberger İstanbul 'da

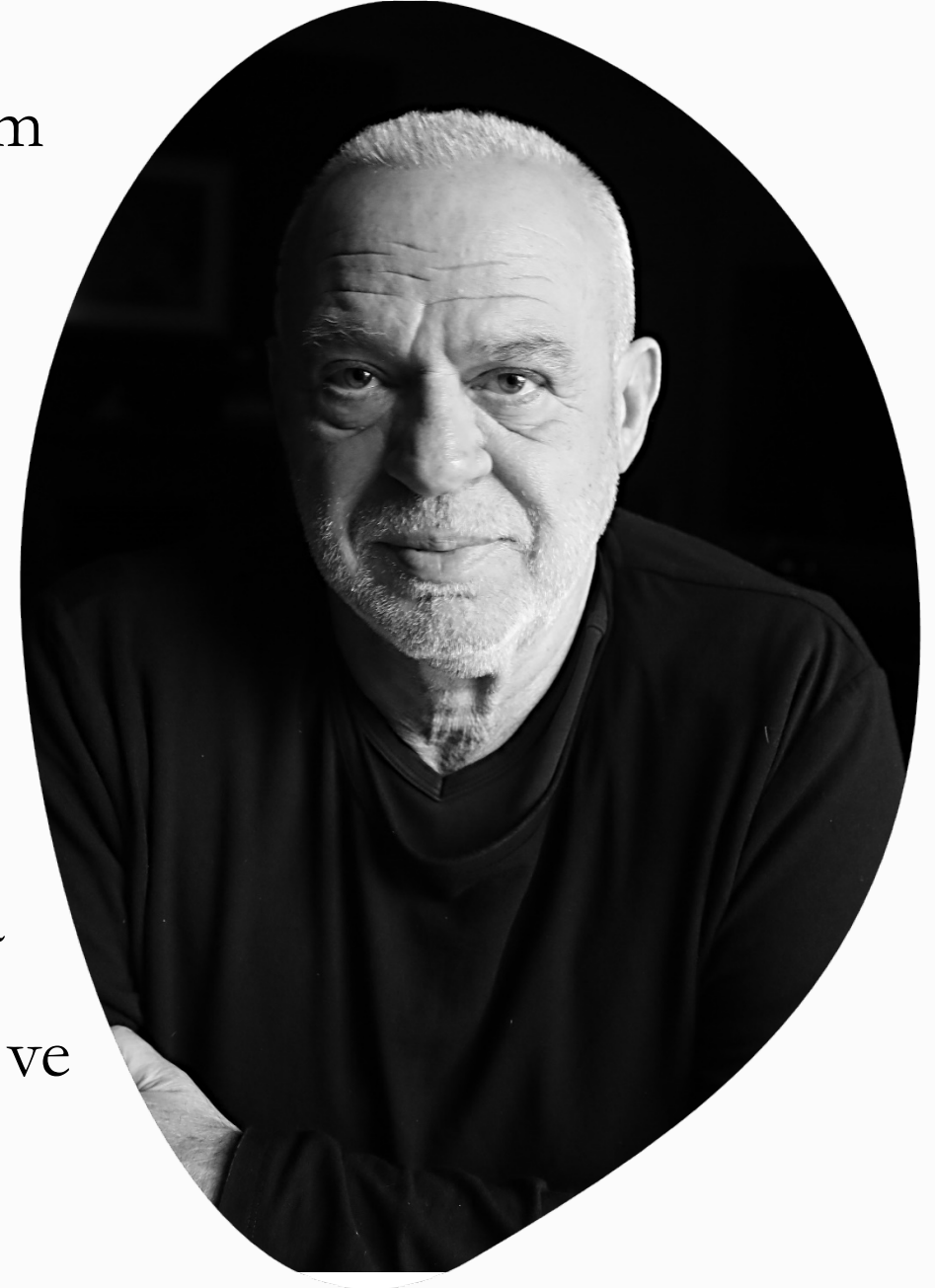
Bleasure Concept'i yarattı

ve uyguladı.

2016/2017 Akra Hotels Antalya'da

“Urban Social Concept”i yarattı ve

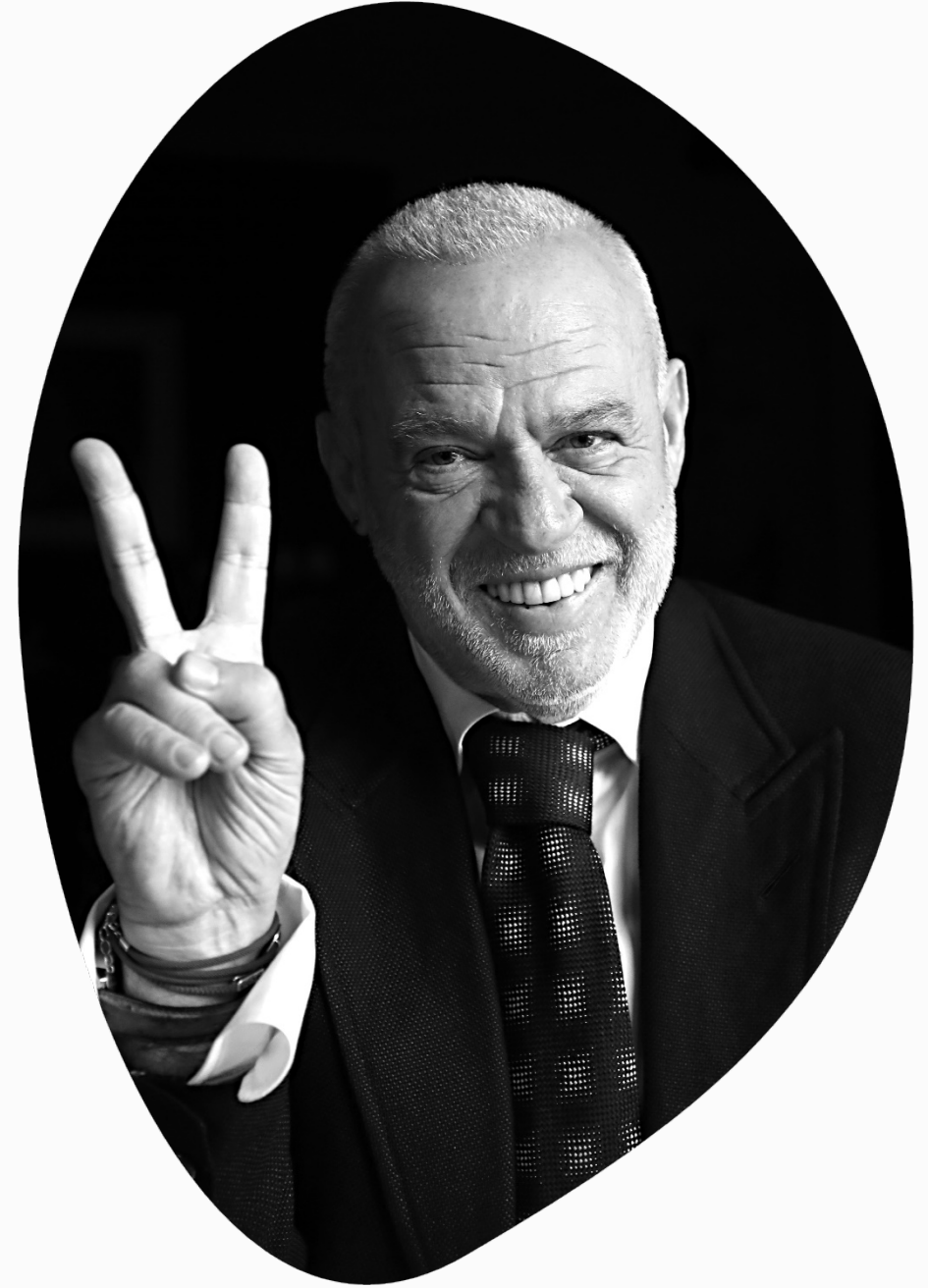
uyguladı



C

2017 Cem KINAY XPD (Experience Design)

Danışmanlık şirketini kurdu,
yerli ve yabancı yatırımcılara
yatırım ve konsept dizayn
danışmanlığı veriyor

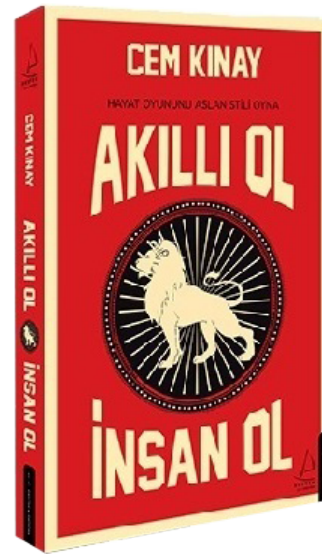


C

2018 yılında

Akıllı Ol İnsan Ol

Kitabı Destek Yayınları
tarafından basıldı.



C

Dr. Cem
Kinay
Çok
Teşekkürler

