

# Oyder'in 38. Bölge Diyalog Toplantısı, Trabzon'da yapıldı

**"Yeni Ekonomik Düzende SSH ve 2. El Fırsatları" konulu toplantıda OYDER Yönetim Kurulu Başkanı Murat Şahsuvaroğlu, Honda SSH Genel Müdür Yardımcısı Can Eroskay, Arabam.com Genel Müdürü Zafer Terzioğlu, Otoshops Genel Müdürü Murat Aydın ve Ford Türkiye Premium Araç Satış & İkinci El Operasyonları Yöneticisi Kenan Bilirgen konuşmacı olarak yer aldı.**



OYDER Yönetim Kurulu Başkanı Murat Şahsuvaroğlu konuşmasında OYDER'in Türkiye'de 47 tane markanın birebir temsiliyetini yapan 5 milyon metrekarede yapılanmış 30 milyar TL yatırımını yapmış bu işe emeğiyle birlikte sermayesini de koymuş, direkt 80 bin dolaylı da 100 bin yani 80 artı 20, 100 bin kişiyle direkt istihdam sağlayan çok önemli bir STK örgütü haline geldiğini belirterek sözlerini şöyle sürdürdü:

"Bundan önceki yönetim kurulu üyelerine ve başkanlarına da tekrardan emeği geçen herkese teşekkür ediyorum. OYDER

neler yapar? OYDER kamuda hükümette otomotiv yetkili satıcılarının dertlerini dinler ve problemi not eder. Sektöre bu gibi faaliyetler yapar. Üniversitelerle eğitim işbirlikleri yapar ve bugün de burada yaptığımız üzere bölgelerde de diyalog toplantıları yapar. Yani bölgelere gelip yaptığı faaliyetleri anlatır. Her yıl da otomotiv paneli yapar. İşte geçen yılda İstanbul'da çok yoğun bir katılımı birlikte Otomotiv perakendeciliğinde yeni dönem adı altında otomotiv perakendeciliği nereye gidiyor, zayıf yanları güçlü yanları bunların hepsini ortaya koymaya çalıştık.

38. bölge toplantımızla da karşınızdayız. OYDER yine bizim Şükrü Başkan'la birlikte başlattığımız bir kütüphane yani artık OYDER'in de bir hafızası olsun. Nedir efendim bu hafıza? OYDER yaptıklarını bir kenara not etsin. Tabiri caizse de tarihe not düşsün. İşte bu yapmış olduğumuz OYDER kütüphanesinde de hepimizin de vakıf olduğu üzerinden tek tek de geçmeyeceğim kitaplar oluşturuldu ve bu kitaplar kütüphanemizde muhafaza edilmekte ve hepimize de ayrı ayrı gönderilmekte. İçinde gerçekten çok değerli, çok kaliteli bilgiler var. Bu bilgilerden de herkes istifade ediyor. Özellikle örnek vereyim. Suistimler diye bir kitap yayınladığımızda herkes kendi şirketinde suistimalolamayacağını çünkü suistimalin önüne her türlü geçileceğini birebir görüşmelerimizde ifade etmişken suistimler kitabını okuyan herkes bizim şirkette de bu varmış, biz de bunu atlamışız. Bu da gözümüzden kaçmış diye geri bildirimler aldık ve bu işin kıymetini biraz daha anladık. Dolayısıyla bu kütüphanedeki kitap serimize durmadan devam edeceğiz.

Bizden sonraki nesli işe nasıl adapte ederiz ve yeni neslin teknoloji dünyasından nasıl istifade ederiz diye Genç OYDER'in kuruluşunu sağladık. Genç OYDER'in başkanı Sivas'taki kardeşimiz Yusuf Oflaz da ciddi manada bu işin emekçisi ve takipçisidir. OYDER bundan önce yani Başbakanlık hükümet sisteminde

8 ayrı Bakanlık'la çalışıyordu. Sistemin değişmesiyle birlikte bir sürü kurul ve ofisle yine yakın dirsek temasında yine konularımızı birebir görüşerek yine hem ülkemiz adına katma değer yaratmak hem de sektörümüzü daha iyi noktalara taşımak üzere çalışmaya devam edeceğiz.

Güncel konumuzda üzerinde ciddi manada efor sarf ettiğimiz tabiri caizse yakın markaja hükümetin ekonomi tarafını tuttuğumuz ve 31 Ekim itibarıyla hepimizin hayatına giren bir ÖTV indirimi söz konusu oldu. İşte bunun da sebebi çok net. Türkiye'deki 20 yaş üstündeki araç parkı otomobilde 3 milyon civarında, hafif ticaride 3.9 milyon toplam böyle bir araç parkımız var. Bu ciddi manada bizim üzerinde durmamız gereken ve sürekli bunu her ortamda her platforma da bildirmemiz gereken bir konu. Bizler OYDER olarak Türkiye'deki araç park yaşını Avrupa Birliği ortalamasının benzer seviyelerine hatta bir miktar altına çekmeliyiz. Nitekim Avrupa Birliği ortalamasındaki yaş ortalaması 7 iken son 10 senedeki Avrupa Birliği'ndeki ekonomik daralmayla birlikte oradaki yaş miktarı yukarıya doğru ilerledi. Bizim Avrupa Birliği'nin o ideal yaşı yakalamamız için otomotivin üzerindeki vergi yükünü sistematik bir şekilde uzun vadeli düşünerek Türkiye'de sektörün önünü açan hizmetleri de yapmamız lazım.

OYDER tabii üyeleriyle birlikte yetkili satıcıları temsilen diğer sektör dernekleriyle birlikte hazırlanan raporu ilgili makamlara sunmuştuk ve buradaki taleplerin birçoğunu ciddi manada da başarmışız. En azından iç pazar talebinin makul devam edebilmesi için ÖTV'deki masraf sisteminin güncellenmesi ki bunun için de OYDER ciddi manada programlar yaptı, baskı kurdu baskı kurma belki doğru bir cümle değil ama dirsek temasında bulundu. Buradaki ÖTV masrafını 45 binden 70 bine taşıdı. Bu direkt OYDER'in birebir takibiyle OYDER'in birebir pressıyla sonuçlanmış bir durumdur. Bu başarı da hepimizin başarısıdır. Pazarın daralmasıyla birlikte biz Haziran seçimlerinden sonra küresel döviz atakları, küresel faiz ataklarıyla birlikte Türkiye ekonomisine yöneltilen saldırı okları bir nebze Ağustos ayı itibarıyla başlatılan genel ekonomik programla birlikte bir nebze ilk ateşi alınmıştır.

Hepinizin bildiği üzere 2013 yılında taşıt kredileriyle ilgili bir sınırlama geldi. Taşıt kredilerinde 48 aya doğru 60 ay 48 aya revize ettiler. Bugünkü gelinen fiyatlarla 48 aya sığmıyor yani mızrak çuvala sığmıyor. Arabaya faiz de işlemezse bugünkü ortalama bir aracın fiyatı 150-160 bin lira. Buna hiçbir pay almanız 48 ay gelire ödenecek bir durum söz konusu değil. Dolayısıyla bunu gene eskiden olduğu gibi 2013 öncesine 60 aya çıkarılması talebimiz var. Tutar sınırlaması olarak daha önce BDDK başkanı Sayın Mehmet Ali Akben'le görüşmemiz neticesinde bu rakam 100 bine revize edilmişti. Kendisiyle geçen gün yine görüşmemizin neticesinde başkan rakamın 150 bine doğru revize edileceği bilgisini verdi. OYDER'in artık gerçekten her yerde hüsnü kabul edilen bir dernek olduğu aşikar.

Bunların dışında OYDER Sigorta'ya üreticinin de sahip çıkması lazım. Yarın öbür gün hurdadan yedek parçanın önü açılıyor. Hurda yedek parçalar kaporta boya olarak kullanılabilir. Biz OYDER Sigorta'yla servislerimizin kaporta boya merkezlerinin ciddi manada orijinal yedek parçayla kendi hizmetimizle ve bir kampanyada başlatarak OYDER Sigorta OYDER yetkili servislerinde yetkili satıcılık yapılarak çalışmalarımızı sürdüreceğiz. Bizim ülkelerimizden birisi de OYDER Sigorta'yı sizlerin de katkısıyla çok büyük geniş bir katılımı, harekete geçirmek. Yani burada bizim amacımız bütün üyelerimizden 150 bin lira gibi bir katılımı bir anonim şirketi kurmak. Bu anonim şirketinin iznini ve sözünü de aldık. 6 ayda poliçe keser hale geleceğiz. Hazine bize bunun da sözlü olarak onayını verdi.

Teknoloji şirketlerimizde maksimum şekilde takip edelim. Teknolojiyi görmezden gelmeyelim. Teknolojiyi görmezden geldiğimizde yanımızdan öyle bir süratle geçiyor ki yakalama şansımız kalmıyor. Dolayısıyla teknolojiyi önceden hissedip teknolojik bütün fuarları takip edip, teknolojiyle ilgili bütün yayınları makaleleri sektörümüzle birlikte takip etmek zorundayız. Bizim de bunları OYDER olarak yayınlayıp sizlere sürekli bu bilgi akışını sağlamamız lazım. İkincisi CRM yani müşterimiz. Çünkü geleceğe bizi müşteri taşıyacak ve geleceği bize müşteri tarif edecek.

Önemli olan satış sonrasıyla genel giderlerimizi en azından dengelememiz ki kârlılık satıştan gelmediği günlerde biz bir can suyunu cebimizde tutabilelim.



**OYDER BAŞKANI**  
**MURAT ŞAHSUVAROĞLU**

Çünkü müşteriyi takip ederseniz müşteri davranışlarını takip ederseniz müşteri aslında sizi teknolojiyle buluşturan bir yolda ilerliyor. Ayrıca personelimize insan kaynağımıza sahip çıkalım çünkü emin olun 20-30 senelik plazalarınız, bu 20-30 senelik plazalarda bu arkadaşlarımızın da belki bir yerde alın terleri, belki bir yerde emekleri belki de o arkadaşımızın annesinin bir duasıyla ayakta duruyoruz. Dolayısıyla personelimizi korumaya, personelimizi muhafaza etmeye, ekmek müştereği olduğumuz bu arkadaşları, korumaya kollamaya azami gayreti gösterelim, bu naçizane benim tavsiyemdir."

**Honda SSH Genel Müdür Yardımcısı Can Eroskay** ise konuşmasında şu sözlere yer verdi: "Bizim bugün paylaşmak istediklerimiz aslında biraz daha işin güncel kısmı hepimizin günlük işleri sırasında dokunduğumuz, yaşadığımız sıkıntılar bir kısımda bizlerin yaşadığı tecrübeler ve bazı yapmış olduğumuz denemelerin



sonuçlarını paylaşmak istiyoruz. Belki bir fayda sağlayabiliriz. Yaptığımız şeylerin hangi iyileştirmelerin bize biraz daha fayda sağlamış olduğunu göstermek isteriz. Bizce bu aslında çok keyifli deniz tekne ama biz bunu ikiye bölmek istiyoruz. Bunun içerisinde iki bölümümüz var. Bir tanesi satış bu aslında sektörün çok geçtiğimiz dönemlerden itibaren yaşamış olduğu, üretimin az olduğu veya temininin az olduğu çok konforlu zamanlardan kalan belki bir alışkanlığımız ama ilk önceliğimiz satış tarafından geliyor. Burada ciroların büyük olması belki almış olduğumuz kredilerin getirdiği yükler, otomatikman satış tarafına çok odaklanmamızı belki bize öğretiyor, söylüyor. Ama biz bugün biraz daha bunun alt kısmını konuşmak istiyoruz. Satış sonrası biraz daha yatırımcıların az ilgi gösterdiğini düşündüğümüz tespit ettiğimiz için bu sürece baktığımızda biz bunu aslında bütün bir çember gibi düşünüyoruz. Yaklaşık bir 6 aylık dönem veya bir yıllık süre içerisinde müşterimiz zaten çok mutlu çünkü yeni ürün almış durumda ve bundan dolayı herhangi bir şikayet yok. Takip eden süre aslında altı aydan yaklaşık sektör ortalamasına, firma ve markalara göre değişkenlik gösteriyor 3.5-4 yıl seviyesine kadar gidiyor bu sene. Sahip olma memnuniyeti ve emniyet hissi bu tabii bizim memnuniyeti pekiştirebilme safhamız. Sizler geminin

kaptanısınız. Ama bu konuyla alakalı bazı soruları sizlerin sizlere sormasını rica ediyoruz. Potansiyelimizi biliyor muyuz? Bunları bazı yeniliklerle takip etmemiz gerek. Neleri iyileştirmemiz lazım, bu nokta bizim için çok kıymetli. Çünkü çoğu zaman bizlerin bizim adına görevlendirdiğimiz kişilerin değerlendirmeleri sonucunda biz bir kararlar veriyoruz. Bunların doğru olup olmadığı ürün baskısında olan yorumlarla ürün dışında olan süreçlerin size ne kadar efektif sonuçlar getireceğini sorgu işareti altına almak istiyoruz. Ekibiniz özellikle servis operasyonuna verdiğiniz önemi biliyor mu? Bizim yaşadığımız tecrübelerde çok fazla değil.

Pazar şartlarımız çok değişken her an istediğimiz keyifle satış yapma şansı elde edemiyoruz. Bilinçlenen müşterimiz var. Daha çok sorguluyor. Gelişen güvenlik teknolojileri var. Belli noktalarda artık daha az kaza ve daha az gelir demek oluyor. Filo satışları çoğu zaman bizlere çok fazla bir fayda sağlamıyor ama hedeflerimize ulaşmamız için çok önemli. Personel problemlerimiz ve pek çoğunu sayabiliriz. Zorlaşan piyasa şartlarında neler yapmamız lazım dediğimizde, demin aslında göstermiş olduğumuz tekneimizin alt kısmında yoğun rüzgar, kuvvetli rüzgar olduğu zaman bizi dengede tutacak alttaki balans kısmı yani satış sonrası sürecine biraz daha odaklanmamız lazım.

Operasyon efektifliğimiz nedir? Yapmış olduğumuz yatırımımızı ne kadar kullanıyoruz? Elimizdeki insan gücümüzü ne kadar iyi kullanıyoruz? Müşteri potansiyelimiz nedir? Müşterilerimize satış kabiliyetimiz nedir? Bunu hesaplarken bizim kullandığımız bir basit formatımız var. Önemli olan satış sonrasıyla genel giderlerimizi en azından dengelememiz ki kârlılık satıştan gelmediği günlerde biz bir can suyunu cebimizde tutabilelim. Operasyon efektifliğimize baktığımızda bazı kontrol noktalarını mutlaka ki incelememiz lazım. profesyonelleşmek dediğimiz nokta bizim KPR olarak tanımladığımız güncel bir kelime, pek çok sektörde de artık her geçen gün biraz daha fazla yer buluyor. KPR nedir aslında KPR dediğimiz şey bizim çalışanlarımızla veya kendi içimizle bir ortak dil oluşturabilmemiz. Bunun tanımları tamamen performans göstergelerimiz olabilir ve sizin tercihinizi içerebilir. Buradaki amacıysa bunun ölçülebilir olmak, ölçtükten sonra da hassas bir planlama yapabilmemizi sağlıyor. Artı karşılaştırmalı yönetim şansımız olabiliyor. Kendimize bir hedef koyabiliyoruz. Ulaşabildik ulaşamadık bu her zaman ideal olmayabilir. Ama geliştirmek üzere önümüzde bir numerik data koymamıza imkan sağlar. Müşteri potansiyelimizi arttırabilmek üzere bizce çok önemli bir nokta müşteri beğenisinin artması lazım. Müşterinizin sizi takdir ediyor tavsiye ediyor size geldiği zaman mutlu oluyor olması lazım. Bunu sağlarken üç tane bizim için sac ayağı var. Bunlardan biri duygusal bağlantı sağlayabilmek. Bu müşteri iletişim süreci mümkün olduğunca samimi sıcak yaklaşım pek çok alt tanımlarını sizlerde duyuyoruz. Müşteri ismiyle çağırılma plakasıyla tanıyalım geldiği zaman onu hatırladığımızı hissetsin. Bu aslında kültürel olarak da bizim çok sevdiğimiz ve hitap edildiği zaman bize duygusal olarak çok ciddi ilgi duyduğumuz bir şey. Konforlu bir atmosfer ve akıllı bir müşteri takibi diyoruz. Sonrasında servis yönetimimiz var. Bunun mümkün olduğunca hızlı yapmamız lazım çünkü zaman çok hızlı akıyor ve insan beklentileri ve sabrı her geçen gün azalmış durumda. Verebildiğiniz en hızlı servis en hızlı hizmet sizi bazen bir miktar daha öne çıkarabiliyor.

Mutlaka ki atölyelerimizin ne yoğunlukta olduğunu ve nasıl işleteceğimizi bir plan altı dahiline almamız lazım. Ayrıca

kaynak optimizasyonu diyoruz. Burada da atölye optimizasyonları yapmamız lazım. Pek çok büyük yatırımlarımız var. İçerisinde çok değerli ekipmanlarımız var. Ama çoğu zaman bunları çok planlı kullanmadığımız için atıl olan pek çok yatırımımızı biz plazalarımızda pek çok yerde görüyoruz. Bunları mümkün olduğunca efektif kullanmak lazım. Operasyonel iyileştirmeler kısmına geldiğimizde ise bu aslında müşterimize tamamen güven sağlamak adına çok önemli bir değer. Bu aslında teknik personellerde başlıyor. Zamanında teslimat sözlerimizi mutlaka tutmamız gerektiği, anlaşılır bir açıklama yapmamız lazım müşteriye niye kendisinden o parayı alıyoruz. Ve sonunda da sorumluluk taşımamız var. Sorumluluk taşıma şu anda pek çok markada da olduğu gibi bizi Recall olarak tanımladığımız en son zamanlarda bizim pek çok karşılaştığımız geri çağırma. Bunlarda müşteriye olan aslında güveni arttırmak için önem taşıyor.

Doğru ekspertiz yine çok önemli yerlerden bir tanesi. Müşteri takibi bizim yine önem verdiğimiz başlıklardan bir tanesi. Müşterimizin mutlaka ki satış anının, aracını sizden aldığını herhangi bir tatsızlık ve kaza yaşadığı an size ulaşması için güdülemeniz lazım. Müşteriyi eğer kendi başına bıraksak mutlaka ki ruhsatın içinde veya poliçesinin üzerinde olan bir noktaya yapabileceği ilk başvuruyu gerçekleştiriyor. Ama o noktada kendilerine bir yönlendirme yapabilirsiniz.

Müşterinin aracının durumundan haberdar edilmesi önemli. Bunun içerisinde bir sonraki bakımla alakalı verebileceğiniz bilgilerde olabilir. Bu müşterinizin bir sonraki basamaktaki harcayacağı paraya psikolojik olarak hazırlanmasına da fayda sağlayacak. Yapacağınız bazı küçük incelemeler sonrasında bizim kullandığımız formatta mesela üç farklı rengimiz var. Bunlardan kırmızı olan acilen değişmesi gereken, turuncu olanlar bir süre aslında müşteriye mühlet tanıyabileceğiniz size sanayideki dükkanların aslında rakip olabildiği konulardan bir tanesi. Bir de yeşil bölümler var. Yeşil bölümlerde onun için değişmesi gerekmeyen parça var. Ama bunları da müşteriye bahsetmekte fayda görüyoruz. Çünkü her zaman kötüler

Emisyon değerlerini aşağıya çekebilmek için, elektrik donanımlı ve likit araç teknolojisi devreye girecek. Bütün bu teknolojik gelişmelere rağmen, hala önümüzde uzun bir yol var ve içten yanmalı motorlar, stop start ve hibrit desteğiyle 2025 yılını mesela baz aldığımızda, üretim yaklaşık yüzde 75'nin hala içten yanmalı motorlar olduğunu söyleyebiliriz.

söylemek de hoş bir şey değil.

Özet olarak baktığımızda bugün konuştuğumuz ana başlıklardan birkaç tane var. Bunlardan bir tanesi siz değerli yatırımcılarımızın kendi işine biraz daha fazla ilgi gösterip, mutlaka ki farklılaşan yapılar var, herkes adına değil. Ama daha fazla ilgi gösterip bazı dümenin noktalarına kontrolleri yapıyor olmanız lazım. Ana hedefimiz aslında finansal karşılama oranımız olmalı. Burada odaklandığımız ve yaptığımız en önemli şeylerden bir tanesi, bayi sahiplerimizi işin içerisinde sokmaktı. Operasyonel bir kalite artı efektifliği sağlayabilmek üzere KPR yönetimi aslında bugün bizce önemli olan birkaç noktadan biridir.

**Serdar Gürses** ise konuşmasında şu konulara yer verdi; "PPG 1883 yılından beri çalışıyor. Boya kaplamaları konusunda dünya

lideri. Ve şunu altını özellikle çizmek istiyorum her üretilen üç araçtan iki tane PPG teknolojisiyle boyanıyor. Zaten bu sayede biz yenilikçi olabiliyoruz, sürdürülebilir bir teknoloji yaratıyoruz ve renkler konusunda hassasız. Glass kısmı uçaklar için vardı. Uçaklarla olan onlara sağlamış olduğumuz kaplamalar dolayısıyla vardı şimdi gittikçe azaldı. Türkiye'de hava sanayide PPG'yi görebilirsiniz. Koruyucu ve denizcilik boyalarında görebilirsiniz. OEM'de görebilirsiniz. Endüstriyel boyalarda görebilirsiniz. Ambalajda dokunabilirsiniz. Neden dokunabilirsiniz diyorum eğer Cola Cola içiyorsanız Pepsi içiyorsanız veya herhangi bir kutulu bir malzeme içiyorsanız PPG'ye dokunuyorsunuz çünkü PPG bunların yüzde yüz tedarikçisi. Gelelim bizim özel konumuza. PPG olarak 32 çalışanımızla 26 bayimiz 70 alt bayimiz toplamda 96 bayimizle sektöre hizmet sağlıyoruz. A, B ve C segmentlerde bu hizmetleri her geçen gün arttırıyoruz. Tabii bizim ağırlığımız A segmentte servis ayağında. Sanayide bile bir aracı boyarken parça başı aldıkları rakam 200 liranın altına inmezken, servislerde bu rakamı konuştuğumda biz 200 lirayı ancak alabiliyoruz diyor. Diyorum ki tamam 200 lirayı ancak alabiliyorsun. Hiç araştırma yaptın mı? Başa geliyorum ölçtün mü? Yönetmek için ölçtün mü? Yok. Dolayısıyla o zaman sanayideki adam Ahmet Usta Mehmet Usta onlara da saygım sonsuz. Onlar da el emekçisi. Ama sizler gibi servis müdürleri yok. Sizler gibi direktörleri yok.



Değerlerimizden çok kısa bahsedeyim. Bizim için en önemlisi diyebilirim. Servislere verdiğimiz destekler OEM'lere verdiğimiz destekler var. Yedi ayrı seviyede eğitim yapıyoruz. Servisin sahibinden boyacısına kadar bütün kademelerde eğitim yapıyoruz. Neden herkes aynı bilgiye hakim olsun ki, aynı dili konuşabilsin. Para kaybetmeyelim. Birbirimizi daha iyi yönetelim. Renk problemlerine karşı önlemimiz var. Renk cihazı renk okuma cihazı ki bu bundan biraz daha bahsetmek isterim. Bazı servislerde kataloglarla geçiştiriliyor bu konu biz genelde servislerde renk okuma cihazı veriyoruz ve bu renk okuma cihazı veriyoruz derken, bir değer veriyoruz bir yedi yirmi dört çalışan boyacı demek bu. Renginizi tutturacak insan demek aslında sizin yerine o çalışmayı yapıyor çünkü. Servisinizi başka servislerle kıyaslama fırsatı tanıyoruz. Cep telefonumuzda rengin formunu görebilecek konuma geldik. Oldu ki dünya yıkıldı serviste bilgisayar çöktü cep telefonundan da o formu taratabilirsiniz. Tabii biz bunları niye yapıyoruz ne için yapıyoruz merkezlerin OEM'lerin markaların beklentileri var.

İlave etmek istediğim nokta, bu gördüğünüz değerli iş ortaklarımız var ve her gün bizi destekliyorlar biz de onlarla gerekli çalışmalarını yapıyoruz. Honda'yla eğitim çalışmasını yaptık. Yönetici seviyesinde eğitim çalışmalarını yaptık. Fiat'la benzer şekilde çalışıyoruz. Yıllardır ben Honda'nın eğitim partneriyim. Biz eğitimde sertifika verdiğimizde Ford onlara yani sizlere Ford bayilerine filo veriyor. Otokoç'la herhalde 15 yılı aşkın süredir çalışıyoruz. Bunlar kolay olmuyor tabii, bunlar kolay olmadığı gibi koruması da kolay değil. Dolayısıyla hep aynı azimde, hep aynı güçte, hep aynı motivasyonda olmamız gerekiyor."

**Otomotiv Satışlar Bölge Müdürü Deniz Arıkan'ın** konuşmasından kesitler şöyleydi:

"Bugün bize ayrılan değerli zamanda sizlere madeni yağ geleceğinden bahsetmek istiyorum. Ekonomik ve çevresel faktörler bütün sektörler için olduğu gibi madeni yağda da motor ve motor yağı otomotiv sektöründe de öncelikli hale geldi. Bugün bazı binek

Her tip arabayı alıp perakendeye satabilmeniz lazım. Çünkü galericiler uygun arabaları topluyorlar.

araçlarda 20 bin kilometrelik periyoda ulaşmış durumdayız. Sunumunuzda kısaca bu çevresel ve ekonomik etkenler üzerinden madeni yağ geleceğini değerlendireceğiz. 90'lı yılların başında ne vizyonlar ne de çevresel faktörler sektörün odağında değildi. 1992 ile birlikte Euro bir ve ilk limitler devreye girdi. Günümüze uzanan süreçte Euro birden bugüne Euro 6 geçişinde yüzde 96'lık oranda limitlerin sıkıştığını ve daraldığını görüyoruz. revizyonlarla birlikte bu yük daha da daralarak araçlar neredeyse yakın zamanda havayı temizler hale gelebilecek diyebiliriz. Burada dikkatinizi çekmek istediğim nokta bu yasal limitlerin burada kalmayacağı ve ilerleyen yıllarda daha da aşağılara geleceği ve şöyle ki bu bahsettiğimiz limitler tek başına içten yanmaları motorlar bunları karşılamayacak durumda olacaklar. Bu noktada emisyon değerlerini aşağıya çekebilmek için, elektrik donanımlı ve likit araç teknolojisi devreye girecek. Bütün bu teknolojik gelişmelere rağmen,

hala önümüzde uzun bir yol var ve içten yanmalı motorlar, stop start ve hibrit desteğiyle 2025 yılını mesela baz aldığımızda, üretim yaklaşık yüzde 75'nin hala içten yanmalı motorlar olduğunu olacağını söyleyebiliriz. Tabii ekonomik ve teknolojik faktörle bu oranı hızlıca değiştirebilecek boyuta her an gelebilir. Madeni yağın yakın geçmişine baktığımızda motor yağlarında 5.40'tan 5.30'a geçişi hepimiz birebir içerisinde olarak son dönemde yaşıyoruz. Önümüzdeki birkaç yıl içerisinde 0.20-0.30 yağlarının şu an için mevcutta yaşadığı ve yüzdesel anlamda da yüksek noktalara geleceğini 5.30'dan 0.20'ye 0.30'a bir kaymanın gelişmenin olacağını söyleyebiliriz.

Sektörümüzün içinden geçtiği bu zor dönemde, Türkiye araç parkının neredeyse tamamı için onaylı ürünlerimizle, iyi hizmet ve rekabetçi fiyatlarımızla bayilerin yanında olduğumuzu belirtmek isterim."

**Otoshops Genel Müdürü Murat Aydın** da panelde yaptığı konuşmasında şunları belirtmişti: "Şimdi sıfır araç pazarıyla ilgili net rakamları artık herkes biliyor. Yani son üç yıldır pazar bir milyon oldu. Ticari artı binek. İşte bu seneyi 600 binle kapanacak. Senede 450 binlik bir pazar konuşuluyor.





Şimdi ikinci elde şöyle bir şey var. Tekilleştirme. Örneğin ben Otokoç'tan aracı aldım. Ya da B firmasına sattım. B firması C firmasına sattı. Sonra nihai müşteriye gitti bu. Dört satış olarak görülüyor ki tekilleşme olarak bakarsak bence öyle bakmak lazım yani aracın aradaki işlemlere bakmazsak Eylül ayı sonu itibarıyla 2 milyon 800 binlik bir otomobil, ikinci el pazarı söz konusuydu. Eylül ayında 300 binlik bir otomobil ikinci el hafif ticari artı otomobil satışı söz konusuydu. Son üç ayda yaklaşık 900 binlik bir öngörümüz var ve senin 3 milyon 750 bin ile kapatılması söz konusu. Ben bu rakamı kullanıyorum. Tekilleştirmeye bakıyorum nihai kullanıcıya giden araca bakıyorum 3 milyon 750 bin rakamını baz alıyorum. Biz ikinci eli hep yanlış olarak gördük. Hiç konuşmadık. Ne bayii toplantılarında konuştuk hatta şirketlerde en zayıf adamı da ikinci ele verdik. Bize Avrupa'dan diyorlardı ki işte Opel'in ikinci el programı, Chevrolet'in ikinci el programı bunlar gerçekten çok inanarak uygulamadık. Uygulayan markalar var mıydı bence dört dörtlük uygulayan marka yoktu. Ama tabii insan tecrübe kazandıkça görüyor. İkinci el çok önemli. Neden önemli, şimdi son üç yılda pazar bir milyondan sıfır araç pazarı,

bu sene işte 600 bin olacak. Bu arada tabii bir tebriki de iletmek istiyorum çok eskiden beri otomotiv sektöründe değişik teşvikler hükümetler tarafından verilmiştir ve bunlar genellikle diğer dernekler tarafından sağlandı olarak izlenimi vardı ama son ÖTV ve KDV indirimi çok net bir şekilde OYDER'in girişimleriyle oldu. Bu açıdan ben bir sektör çalışanı olarak teşekkür ve tebrik ediyorum. Gerçekten OYDER ve ekibi burada çok net bir katkı sağladı. Şimdi bu ikinci elde bir milyonluk pazar sıfır araç pazarı bu sene 600 bine gelecek sene 400 bine düşme durumunda. Şimdi üç milyon 750 binlik bir pazardan yaklaşık benim araştırmalarıma göre net bir rakamda yok keşke olsa, yüzde 50'lik bir pay alıyorum. Yani yaklaşık olarak bakarsak bayilik çerçevesindeki altındaki firmalar yaklaşık 300 bin adetlik ikinci el satışı yapıyor. Neyin 300 binini yapıyor yaklaşık 3 milyon 750 binini yapıyor. Şimdi burada şöyle bir şey var. Bir milyonluk pazar buna göre yapılanmış bir bayi teşkilatı var ve bu bayi teşkilatı bu sene 600'e gelecek sene yaklaşık 400'e düşüyor. Yani yaklaşık 600 binlik bir kayıp var. İkinci el merkez çünkü bayiliklerin arayışı sıfır işidir. İkinci el işi satış sonrasıdır. Sonra sigorta gelir işte ikinci el gelir yok öyle bir şey. Bayiliklerin

üç tane ana işi vardır. Olması gerekir. Sıfır, satış sonrası ve ikinci el. İkinci el kâr merkezi diyerek küçümseyemeyiz."

**Ford Türkiye Premium Araç Satış & İkinci El Operasyonları Yöneticisi Kenan Bilirgen** de panel konuşmasında şunları aktardı: "Hepimiz 2010 yılından beri TÜİK'in tescil kayıtlarına bakıyoruz. Aslında 2010 yılından beri ikinci el sektörünün her geçen gün daha da ileriye gittiğini görüyoruz. Sıfır araç satışıyla yıllık olarak karşılaştığımızda bu iş iki buçuklardan başladı geçen sene 1 milyon sıfır araç satışına karşılık 6.8 sekiz milyon ikinci el tescili var. Bu seneki pazar ön görümüz son ÖTV KDV destekleriyle birlikte 610 bin gibi bir toplam pazardır. Kabaca 600 bin dersek, ikinci el pazarının buna rağmen 7 milyon tescile gideceğini şu anda görüyoruz ki bu 3.5 milyon eder yani neredeyse 6 katı. Bu sene ikinci el pazarı sıfır araç pazarının altı katı olacak. Önümüzdeki sene 350 binlere düştüğünü ön görürsek, maalesef sıfır araç pazarının belki 8-10 katını zorlayan bir ikinci el piyasası da olacaktır. Hakikaten çok ciddi bir yetkili satışı için fırsattır. Avrupa'da en büyük beş ülkenin ortalaması ikinci el satış olarak 1.6 yani aslında Avrupa'da bin tane sıfır araç satan

bir bayi yılda 1600 tane ikinci el satar. Amerika'da bu ikileri zorluyor yani bin tane sıfır araç satan bir bayide 2 bin tane ikinci el araç satıyor. Türkiye genelinde bütün yetkili satıcıların ikinci el araç payı yüzde 10 üç aşağı beş yukarı hesap ediyoruz. Dolayısıyla şu anda bile aslında bir yetkili satıcının önünde işte beş veya 7 kat büyüme potansiyeline zaten iş bu haliyle de kalsa bir pazar büyüklüğü var. Markaların bakışı da maalesef Türkiye'de ana marka distribütör olarak ikinci elde ikinci plana itilmiş bir seviyedeydi. Biz aslında Türkiye'nin otomotiv sektörünün gelişimine baktığımızda burada çok daha tecrübeli sektör bayilerimiz var.

Bizim bayilerimiz belki beş on senedir satış sonrası gelirleriyle ayakta duruyor. Bundan sonraki dönemde de bence bu ikinci el ticari önümüzdeki belki on, on beş senede yetkili satıcılarımızın geleceğinin teminatı olarak büyük bir fırsat olarak duruyor. Gerçekten de burada ana marka distribütör olarak ve biz kendi şirketimizde dört sene önce Ford ikinci eli kurduğumuzda farklı olarak gerçekten elimizde hiçbir şey yoktu. Bir işletim sistemi yoktu. Eğitim yoktu. Gerçekten prosedür bile yazılı değildi. Bunları biz ekibimizle beraber kendi şirketimiz için yaptık. Aslında faizli kredi destekleri ikinci el takas alınan araçlara stok finansman uygulaması yaptık. Özellikle dijital alanda iletişime yaptık ama burada aslında belki de ana markalar artık tabii bu işte çok daha bilinçli ve bu işe önem vermeye başladılar. Burada bayilerin herhalde bu

fırsatı görüp ikinci el yatırımlarını doğru organize etmeleri önemli bir fırsattır diye düşünüyorum."

Son olarak **Arabam.com Genel Müdürü Zafer Terzioğlu** da panel konuşmasında yine önemli noktalara dikkat çekti. "Hepinizin çok iyi bildiği bir şey. Ben birazcık daha tanımlayarak ilerleyeyim. Şimdi bu 4 milyon diyelim. 3.5 milyon diyelim. İkinci elin ikinci el toplam satışın içindeki pay yaklaşık benim gördüğüm 200 bin adet. Yani her bayi ortalama 50 araç satan bir bayi ortalama 10 ya da 15 araba yapıyor ikinci elde. Burada 200 bin adet 3.5 milyonun yanında hiçbir şey değil. Ama bunu artırmak ve bambaşka bir açısı geliştirmek gerektiriyor. Takas oranınızı artırırsanız bile bu 200 bin 250 bin olacak. Bu pay ancak sizler tarafından alınabilecek pay bakış açısını biraz değiştirip yatırım yaparak olur yani ikinci ele apayrı bir yatırım gözüyle bakmak lazım. Ben de onu şöyle tanımlıyorum. Bunu Amerika'daki konuşmalardan duymuştum. İkinci elde satan sıfır yetkili bayi yerine sıfır da satan ikinci el yetkili bayi bakış açısıyla diğer yatırım planlaması yapılması lazım. Ve ekmek orada. 3.5 milyon el değiştiriyor. Benim gördüğüm şimdi sıfır araç veya aşağı doğru yüksek modelli arabaların toplam hareketi hep yavaşlayacak. Ama aşağıda seneye bakacağız, en az yüzde 10 büyüme olacak ikinci elde. Toplamda bu sene 7.5 milyonu bulur. Seneye 8 milyon. Bu şöyle oluyor; 40 bin liralık arabayı 60 bin liralık arabayla değiştiriyor. 30

milyarlık arabayı 45 milyarlık arabayla yeniliyor. Normalde dört senede yenileyeceği için yani 2 senede bir eski araba aldığı için, araç parkı eskiye doğru gittiği için insanlar fırsat bulunca takip ediyor. Sadece takasla distribütörün verdiği bayilik destekleriyle giren arabalarda ikinci elde iş yapma ihtimali yok.

İkinci ele para ayırın biraz. Yani sıfırdaki olmayacak parayı bu tarafa atın. Benim haddim değil de kusura bakmayın yani büyümek isteyen için böyle bir imkan var ama her tip arabayı alıp satabilmeniz lazım. Her tip arabayı alıp perakendeye satabilmeniz lazım. Çünkü galericiler uygun arabaları topluyorlar.

Amerika'da firmalar araçların yüzde 25'ini filan toptan satar direkt yani hiç showroom'dan satılmayacak arabaları alabilir alır iyi fiyat verir, gerekirse bin lira altına bin dolar altına verir gider. Yani müşteriye boş çevirmez ama bazı araba satılmaz şeyden ve nakit döngüsü açısından da ortalama hızı yakalayabilmek adına da çok önemlidir bu. Biz genellikle arabalarımızla evleniyoruz Türk halkı olarak biz stoktan da vazgeçemiyoruz doğal olarak. Zarar edip öleceğini düşünüyoruz. Ama öyle değil yani vazgeçebilme kabiliyeti bazı arabalardan zarar etme kabiliyeti lazım ki diğer arabalardan kâr etme nefesi olsun. Yani bir hareket lazım orada. Duran arabanın hiç kimseye faydası yok. Duracağına gitmesi lazım."

