



Otomotivciler İzmir'de biraraya geldi

OYDER, otomotiv sektöründe son gelişmelerin değerlendirildiği "Diyalog" bölge toplantılarının 17'ncisini İzmir'de gerçekleştirdi. İzmir ve Ege bölgesinde bulunan Otomotiv Perakendecilerinin katıldığı toplantıda OYDER-Otomotiv Yetkili Satıcıları Derneği Yönetim Kurulu Başkanı H.Şükrü İlşal sektördeki son gelişmeleri değerlendirdi.



OYDER, otomotiv sektöründe son gelişmelerin değerlendirildiği 'Diyalog' bölge toplantılarının 17'ncisini İzmir'de gerçekleştirdi. OYDER Yönetim Kurulu Başkanı Şükrü İlşal, 2013 yılında 91 yıllık Cumhuriyet tarihinde en başarılı ikinci yılın yaşandığını, 853 bin adetlik satışa ulaşıldığını, ancak bu satışların perakendecilere karlılık açısından yansımalarının memnuniyet verici olmadığını söyledi.

Bugün bayilerin sahip olduğu 1200 plazanın, fiziki olarak yıllık 1 milyon adet araç satışı ve mevcut tüm araç parkına servis hizmeti verecek şekilde olduğunu kaydeden Şükrü İlşal, şöyle konuştu:

"Bu yapılanmaya karşın karlılık düşük durumda. Üreticiler, distribütörler ve yetkili satıcılar bir araya gelerek bu konuyu çözüme kavuşturmalı veya yeniden yapılandırmalıdır. Otomotiv sektörü, sanayisi ile teknolojinin ülkeye transferi, istihdamı, dünya ile hem ticari hem bilimsel entegrasyonu, yan



sanayisinin gelişimi ve ihracatıyla birçok noktada ülkemizin temel güçleri arasında en önemlisi durumundadır. Türkiye için belirlenen ve dünyada ilk 10 ekonominin içinde olmak için otomotiv sektöründe bir dizi önleme ihtiyacı vardır"

Sanayimizi güçlendirmeliyiz

OYDER Başkanı Şükrü İlsal, otomotiv politikalarının özellikle vergi düzenlemeleri açısından sürekli değişkenlik gösterdiğini, devleti yönetenler ve bürokratların, hem sektörü hem de sektörün dünyadaki gelişimini yakından takip etmelerinin bu açıdan çok önemli olduğunu söyledi. Eğer ekonomik gelişme sağlanacaksa hem sanayiye güçlendirmek, hem de teknolojinin kullanımını arttırmak gerektiğini vurgulayan İlsal şöyle devam etti: Otomotiv Strateji Belgesi ilk hazırlanmaya başladığında bizler de otomotiv perakendecileri adına görüşlerimizi aktarmıştık. Burada belirlenen 2023 yılı hedeflerine baktığımızda bugün 21.5 milyar dolar olan ihracatın 75 milyar dolara çıkacağı, 1.2 milyon adet olan üretimin 4 milyona çıkacağı, bu üretimin 3 milyonunun ihraç edileceği, 1.5 milyon adetlik bir iç pazarın olacağı düşüncesi büyük heyecan yaratmıştı. Bu hedeflerin devam ettiğini düşünmekle beraber, iç pazara yönelik yukarı yönlü vergi artışları bu düşüncemizi olumsuz etkiliyor."

Sağlıksız Araç Servislerine dikkat

Sağlıksız araç servislerine dikkat çeken İlsal, bunların içinde çok değerli servisler olmakla beraber, birçoğunun sağlıksız çalışma koşullarında olduğunu öne sürdü. İlsal şöyle konuştu: "Dernek olarak Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Kalkınma Bakanlığı, Ekonomi Bakanlığı Hazine Müsteşarlığı, Sigortacılık Genel Müdürlüğü, TSE gibi birçok kurum ile ilişki içindeyiz. Yapılan görüşme veya toplantılarda, sektörün gelişimi amacıyla bazı konuları samimiyetle gündeme



Biraraya gelerek çözüme kavuşmalıyız

H. Şükrü İlsal, bugün bayilerin sahip olduğu 1200 plaza-nın fiziki olarak yıllık 1 milyon adet araç satışı ve mevcut tüm araç parkına servis hizmeti verecek şekilde olduğunu kaydederek, "Bu yapılanmaya karşın kârlılık düşük durumda. Üreticiler, distribütörler ve yetkili satıcılar bir araya gelerek bu konuyu çözüme kavuşturmalı veya yeniden yapılandırılmalıdır." dedi.

66 bin adet servis, tamirhane var

Otomotiv Yetkili Satıcıları Derneği Yönetim Kurulu Başkanı H. Şükrü İlsal, TÜİK verilerine göre Türkiye'de 66 bin adet servis, tamirhane olduğuna dikkat çekerek, "Bunların içinde çok değerli servisler olmakla beraber büyük bir bölümü oto sanayi sitelerinde konuşlanmış durumda ve bir çoğu sağlıksız çalışma koşullarına sahip noktalar. Dernek olarak Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Kalkınma Bakanlığı, Ekonomi Bakanlığı Hazine Müsteşarlığı, Sigortacılık Genel Müdürlüğü, TSE gibi birçok kurum ile ilişki içindeyiz ve yapılan görüşme veya toplantılarda sektörün gelişim amacıyla bazı konuları samimiyetle gündeme getiriyor ve bu noktaları bilgilendirmeye çalışıyoruz" diye konuştu. İlsal, ayrıca 2014 yılında, kur baskısı, kredilerdeki düzenleme ve ÖTV'nin artışının satışlara etki edeceğini ve 2013 yılındaki 853 bin rakamının bugünkü duruma göre 650-700 bin rakamlarına inmesine neden olacağını öngördü.

getiriyor ve bu noktaları bilgilendirmeye çalışıyoruz" İlsal, ayrıca 2014 yılında kur baskısı, kredilerdeki düzenleme ve ÖTV'nin artışının satışlara etki edeceğini ve 2013 yılındaki 853 bin rakamının bugünkü duruma göre 650-700 bin rakamlarına inmesine neden olacağını öngördü.

17.'nci kez düzenledikleri OYDER Bölge Toplantısı'nın ikinci jenerasyonun da yoğun ilgisiyle giderek geniş katılımlı hale geldiğini dile getiren OYDER Başkanı H. Şükrü İlsal, "Diyalog toplantılarında hep bir konu ve gündem oluşturuyoruz. Her gittiğimiz bölgede geleceğe yönelik olarak yetkili satıcılarımıza bir projeksiyon sunmaya çalışıyoruz" dedi.

İncitaş Genel Müdürü Serdar Demirdağ

İnci Akü Manisa Fabrikası'nda üretilen İnci Akü, EAS ve Hugel akü markalarının iç piyasaya satış ve pazarlama faaliyetlerini yürüten İncitaş, İnci Akü standı ile OYDER'in İzmir'de organize ettiği 17. "DİYALOG" Bölge İletişim Toplantısı'na katıldı. Toplantıda bir konuşma yapan İncitaş Genel Müdürü Serdar Demirdağ şirket hakkında bilgiler verdi.

1952'de İzmir'de, otomotiv yedek parça ticareti yapan bir firma olarak kurulan İncitaş, İnci Holding bünyesinde yer alan, satış ve pazarlama şirketi olduğu bilgisini verdi. Serdar Demirdağ, geniş dağıtım kanalı ile tüm Türkiye'de akü, jant, lastik ve aks satış ve pazarlama faaliyetlerini gerçekleştirdiklerini anlattı. İncitaş'ın vizyonunun, yenilikçi ve öncü ürünlerle, müşterilerinin güven, kalite ve konfor beklentilerini karşılamak olduğunu söyleyerek, "Güven, değer yaratmak, takım ruhu, kazan-kazan yaklaşımı ve yalın yaklaşım bizi biz yapan değerlerimizdir" dedi.

Geleceği tanımlayan üç stratejik uygulamaları olduğunu söyleyen Demirdağ, "Bunlardan ilki, sürdürülebilir büyüme için işletme yönetimidir. Her iş birimizdeki yeni fırsatlara odaklanmak ve farklılaşma için önermelerde bulunmayı kapsamaktadır. İkinci stratejimiz, portföy büyümesini desteklemek için yeni ürün tiplerine odaklanmak ve üçüncüsü ise perakende ağını genişletmektir" diye konuştu. Değişen müşteri ihtiyaç ve beklentilerini karşılayacak kadar



İncitaş Genel Müdürü Serdar Demirdağ



esnek yapılanmış müşteri odaklı yaklaşım korurken, sürdürülebilir büyüme ve yeni iş fırsatlarına ulaşma misyonu ile İnci Akademi'yi kurduklarını dile getiren Serdar Demirdağ, akademinin satış ekibi, yönetim ekibi ve İncitaş dağıtım ağı için kurulduğunu söyledi. Demirdağ "İnci Akademi, Sabancı Üniversitesi ile işbirliği içinde yürütülmektedir. İnci Akademinin içeriğinde; pazarlama, iş analitiği, satış yönetimi, finansal ve işletme yönetimi ve ağ segmentasyonu yer almaktadır" dedi. İnci Akü markasından söz eden Serdar Demirdağ, "İnci Akü % 98 oranında yüksek marka bilinirliğine sahiptir. İyi ürün ve kalite algısı ile yüksek fayda imkanı sağlar. Geniş ürün çeşitliliğinin yanı sıra İncitaş bayileri üzerinden hızlı tedarik imkanı verir. Bunun yanı sıra satış ve destek uygulamalarımız da bulunmaktadır" diye konuştu.

1952'den bugüne, otomotiv sektörünün temel parçalarından oluşan ürün gamı ile (akü, jant, lastik) pazarda varlığını sürdüren İNCİTAŞ, bunun paralelinde teknolojik gelişim ve yenilikleri takip eden anlayışı ile de gücünü ve farklılığını göstermektedir.



Basf Coatings Otomotiv Tamir Boyaları Müşteri Projeleri Müdürü Serdar Gürses

Basf Coatings Otomotiv Tamir Boyaları Müşteri Projeleri Müdürü Serdar Gürses

BASF Coatings Oto Tamir Boyaları Müşteri Projeleri Müdürü Serdar Gürses, Basf olarak yaptıkları yönetici eğitimlerinde 600'ün üzerinde yöneticiye eğitim verdiklerini dile getirdi. Gürses, "Hatta bazı üretici firmalar eğitimlerimizi servis müdürleri için zorunlu kıldı. 100'ün üzerinde firma sahibi bu eğitimlerde bilgi sahibi oldu. Vermiş olduğumuz eğitimlerde 2 gün boyunca işin yapılış şeklini tüm püf noktalarıyla birlikte anlatıyoruz, hatta katılımcılar boya uygulayarak o atmosferi hissediyorlar. İkinci gün "işin yönetimi nasıl olması gerekiyor" kısmını interaktif bir şekilde işliyoruz Eğitim süresince yönetici arkadaşlarımız sayfalarda notlar alıyorlar, verdiğimiz dosyalardan konuları takip ediyor ve en önemlisi konuştuklarımızı görsel şekilde detaylandırdığımızda herkesin hafızasına kazanıyor. Sonrasında servisine dönüp aldığı notları uygulayanlar kazanıyor" dedi.

Gürses "Boya-kaporta eğitimi almamış, bilgi eksikliği olan bir yönetici bu atölyelerde nasıl bir ölçümleme yapabilir ki? Bakın size tecrübeme dayanarak ilginç bir rakam vereyim; Türkiye'de çalışmakta olan yetkili servislerin 90%'ından fazlası işini takip edemiyor, KPI kontrolü yapmıyor, gerçekten hangi noktaları düzenli kontrol etmesi gerektiğinden habersiz. Bu şekilde bilgi eksikliği

varken, hangi verimlilikten veya üretkenlikten bahsedilebilir ki! Önce bunu değiştirmek lazım" diye konuştu.

Gürses, son teknoloji ürünlere ve saha personellerinin verdiği teknik hizmet sayesinde bir servisin tüm ihtiyaçlarını karşılayacak danışmanlık sunduklarının bilgisini vererek, "İşte biz bu yüzden iyi bir çözüm ortağıyız. BASF Coatings Türkiye olarak biz, servislerin boyahanelerini "masraf merkezi olmaktan çıkartıp, kâr merkezi" haline getiriyoruz" dedi.

Continental Lastikleri Bölge Satış Müdürü Ceyhan Karıman

Continental Lastikleri Bölge Satış Müdürü Ceyhan Karıman, Alman firması olan Continental'in bu yıl 142. yılını kutladıklarını dile getirdi. Continental'in sadece lastik üreten bir firma olmadığı bilgisini veren Ceyhan Karıman, "Continental Grubu; Şasi&Güvenlik, Powertrain, İç Aksamlar, Lastikler ve ContiTech olarak beş ana başlıkta faaliyet yürütmektedir. 1871 yılında Hannover'de kurulan Continental, 32,7 milyar Euro ciroya elde etmenin yanı sıra 46 ülkede 291 lokasyonda dünyada 160 bin çalışanıyla hizmet



Continental Lastikleri Bölge Satış Müdürü Ceyhan Karıman

vermektedir. Avrupa'da yenileme pazarında bir numarayız" diye konuştu. Otomotiv yetkili satıcılığında yedek parça ve aksesuar satışlarının karlılığına değinen Ceyhan Karıman, "Otomobil bayileri karlarının %59'unu yedek parça, aksesuar ve servis cirolarından kazanmakta, bu da toplam cirolarının % 20'sine denk gelmektedir" dedi.

Yeni Bayii Biçimlerinin Ortaya Çıkışı KT Consulting Kurthan Tarakçoğlu

Kurthan Tarakçoğlu, OYDER İzmir Bölge Toplantısındaki konuşmasında yeni bayii biçimlerinin ortaya çıkışı konusunu ele alarak, katılımcılarla değerli tespitlerini paylaştı.

Kurthan Tarakçoğlu, "Son yıllarda düşen kârların işletmecilik açısından dört nedeni var; hesapsız rekabet, marka distribütörlerinin baskısı, işletme sermayesi finansmanı konusunda artan ekonomik baskı ve her geçen gün çitasını yükselten tüketici tercihleri. Bu durum "finansman" ihtiyacı ve "verimlilik" zorunluluğu sebebiyle yeni iş gerçeklerini ve yeni bayii biçimlerini ortaya çıkarttı.

Otomotiv Bayiliği işi prestij ve ciro anlamında kredisi yüksek bir iş olmakla birlikte, orta ölçekli yatırımcı olan yetkili bayiler açısından nihayetinde kâr elde edebilmek veya sermayeyi büyütebilmek öncelikli amaçtır; çünkü basiretli bir iş adamı üç hedef için işletme kurar: Kâr, Büyüme ve Devamlılık.

Bu trendi gören ve doğru kararı alan bayiler KAZANANLAR olarak bu süreçten çıkacaklardır.

Günümüz otomotiv pazarının koşulları; duygusal davranan, makro yönetimde ısrar eden veya kararsız bayilere soluk aldırılmayarak uzun vadede daha da kaybetmelerine bir zemin olacaktır; ancak bölgesel hakimiyetini artırarak sürdürülebilirliğini iyileştirmek üzere akıllı yatırımlar yapan, mikro-yönetime geçen büyüme tavrı girişimciler veya küçülerek tipik aile işletmesi formuna bürünen makul işletmeciler veya gerektiğinde rasyonel kararlar alarak sektörü zamanında terk eden kararlı iş adamları doğru adımları atmış olacaktır. Bu üçünden farklı olarak eski oyunu oynamaya çalışan, ne yardan ne de serden vazgeçen tereddütlü otomotiv bayilerinin işi ise bundan sonra daha zor olacaktır" dedi.

Otomotiv ticaretinin kısır bir döngüye girdiğine değinen Kurthan Tarakçoğlu, yapılan işten duyulan memnuniyetsizliğin isteksizliği beraberinde getirdiğini söyledi. Bu durumun da kârsızlığı arttırdığını ifade ederek, "Kârsızlık sermayeyi yedi ve sermayesizlik isteksizliği kamçladı. Satış hedefleri ve tesis standartları konusunda markaların ağır baskısı ise devam etmekte ve pazar büyüdükçe bayii teşkilatları da genişlemektedir. Bu teşkilatlanma devam edecek, bu ise sorunu büyütecektir" diye konuştu.

Bayilik işinden 'çıkış maliyeti'nin yüksek olduğuna değinen Kurthan Tarakçoğlu, "otomotiv bayiliğinden sıkı sıyrılmış olanların bir çoğu direnmiyorlar. Avrupa Birliği ve ABD'de ise her yıl bayilerin %5'i el değiştirir. Bu, Türkiye'de yaklaşık yılda 50 bayii demektir. Önümüzdeki süreçte göreceğimiz doğru birleşmeler ya da yeni girişler sektörün sağlığı açısından kaçınılmazdır. Finansman ihtiyacı ve düşen kârlılıklar bu dönüşümün ana sebebi olacaktır. Tereddüt edenler kaynakların kaybından dolayı zaman içerisinde maalesef yok olacaklardır. Son bir iki senede deyim yerindeyse markalarından istifa eden bayiler ortaya çıkmaya başladı. Bunların bazıları işletmelerini bir başkasına devrederken bazıları da tamamen kapatıp başka bir iş yapmayı tercih etti. Gidenlerin yerine ise markaların ana arterlerde bayii ataması yapmakta zorlandığını görmeye başladık. Akıllı markalar çözümü kendi teşkilatları içinden o bölgeye atamalar yaparak (devir alınarak) çözmeye çalışıyor, diğerleri ise deyim yerindeyse top çeviriyor, ne yapacağını bilemez durumda" dedi.

Kurthan Tarakçoğlu, yapılacak en iyi işlerden birinin şirket birleşmeleri olduğunu dile getirerek, "Konsolidasyonlara ise ülkemiz otomotiv pazarında şimdilik sıcak bakılmıyor. Zira, herkesin patronluk yapmak istediği yerde birleşme sağlıklı olmaz. Bu



Kurthan Tarakçoğlu KT Consulting

çeşit rasyonel hareketler küçüklüğünde Voltran isimli çizgi filmi bile seyretmemiş olan şirket sahiplerimize şimdilik uymuyor.

Peki, yavaş yavaş başlamış olan bu yeni bayi biçimlerinde biçim değişikliği nasıl gerçekleşiyor? Tek şehirde çok markalı bayi biçimlerinin artmakta olduğunu gözlemlerken, birden çok şehre yayılmış tek markalı bayi yapıları da (veya büyük şehirde birkaç tesis) büyüme eğilimine girmiş durumda. Bunların aksine de rastlamak mümkündür; ancak rasyonel değildir (duygusaldır) ve su akar yolunu bulur diyelim şimdilik" diyerek konuşmasını sonlandırdı.

Otomobil Satın Alma Sürecinde Müşteri Davranış Analizi Taşı Com A.Ş. Birol Kabakoğlu

Otomobil satışı ilan sitesi Tasit.com'un kurucusu ve yönetim kurulu başkanı Birol Kabakoğlu 2005 yılında Cologne University of Applied Sciences Production Engineering Bölümü'nden mezun oldu. Almanyada UPS, Stadt Köln de çalışmış ve birçok yazılım şirketine de danışmanlık yaptı. 2006 yılında Düsseldorf'ta Kabson New Media Ajansını ve buna paralel olarak Türkiye' de Kabson Bilişim LTD şirketini de kurdu. 2007 yılında Arabalan.com'u hayata geçiren Kabakoğlu, daha sonrasında Türkiye'ye dönüş kararı verip yanına yatırımcı desteğini de alarak projesini Taşı.com olarak değiştirdi.

Taşı Com Bilgi Hizmetleri Teknoloji ve Tic. A.Ş., "hayalin bir tık ötesinde" sloganıyla sadece taşı



Birol Kabakoğlu Taşı Com A.Ş.

odaklı 2. el online pazar oluşturmak ve ikinci el taşıt piyasasına yepyeni bir soluk getirmek amacıyla 2009 yılında İstanbul'da kuruldu. İster sahibinden, ister galeriden ikinci el veya sıfır km araba bulmak isteyenlerin bulunduğu Tasit.com, 125.000 den fazla ilan, 360.000 bireysel üye ve Türkiye'nin 67 farklı ilinden 1.800 den fazla otomobil galeri ve bayisi ile Türkiye'nin en büyük 2. el online otomobil pazarını oluşturmayı hedefliyor. Tasit.com, kullanıcılarına hayallerindeki araba marka ve modellerini bulabilecekleri, sahibinden satılık yüzbinlerce otomobilin tek adımda ulaşabilecekleri kolay ve kullanışlı bir ilan platformu sunuyor.

60 kişilik uluslararası tecrübeye sahip ekibi ve uzman yönetim kadrosu ile, saygın ticari gruplar arasında yer alan Tasit.com, profesyonel kadrosu ile taşıt alım satımını çok kolaylaştıran çözümler üretiyor.

Taşı.com hakkında sayısal bilgiler de veren Birol Kabakoğlu, tasit.com projesinin 2009 yılında yetkili satıcı ve galerilere bir çok yenilikle hizmet vermek için kurulduğunu dile getirdi. Türkiye'nin 81 ilinde 48 bin tüzel kişiliğin ve 1,3 milyon bireysel üyesinin olduğunu bilgisini vererek, "Sitemizi ayda 3 milyon tekil ziyaretçi tıklıyor ve 150 bin aktif taşıt ilanı yer alıyor. 60'tan fazla gazete ve haber sitesi



ile yapılan işbirliği ile taşıt ilanları ayda 25 milyon alıcıya ulaşıyor. 2,1 dakikada bir taşıt ilanı yayına alınıyor ve 1,3 ilan yayından kaldırılıyor. Birçok reklamverene sunduğu hedefli ve performans odaklı reklam modeli ile takdir topluyor" dedi.

Otomobil satın alma sürecinde müşteri davranışlarını değerlendiren Birol Kabakoğlu, "Potansiyel müşteriler otomobil hakkında daha çok araştırıyor ve bilgiye sahiptir. İnternet hem araştırma hem de karar verme sürecinde çok önemli bir kanal olarak yer alıyor. Otomobil satın alma süreçleri kısaldı, otomobil markası ve yetkili satıcıları potansiyel müşterilere daha hızlı dokunabilmek için pazarlama stratejilerini tekrar düzenlemeleri gerekiyor. 2.El otomobil siteleri müşterileri sıfır otomobil yönlendirmek için etkili bir kanal alternatifi oluşturuyor.

Potansiyel müşteriler otomobil satın alma sürecindeki araştırmasını satın almaya kısa bir süre kalıncaya kadar internette yapıyor Otomobil araştırmasında online' da geçirilen süre offline'a göre daha fazla ve daha verimli kullanılıyor" dedi.



Otokoç Otomotiv İkinci El Satış Müdürü Mehmet Ali Ünlü

Koç Finans Yöneticisi Serhat Kayrak

Koç Finans Yöneticisi Serhat Kayrak, yetkili satıcıların en önemli sorunu olan yeni ve ikinci el araçlara stok finansmanı modelleri üzerine çalışma yaptıklarını dile getirdi.

Koç Finans yöneticisi Serhat Kayra, Koç Finans'ın 1995 yılında Türkiye'nin ilk kurulan yüzde yüz yerli sermayeli finans şirketi olduğu bilgisini verdi. 140 personel ve 900 aktif bayi ile hizmet verdiklerini söyleyen Serhat Kayra, Koç Finans olarak yetkili satıcıların plazalarında kesin onay verdiklerini aktardı. İşlerin yüzde yüz elektronik ortamda gerçekleştiğini söyleyen Kayra. "Evraksız başvuru yapılabilirdiği gibi, yüzde yüz başvuru yapma imkanı da sağladık. Başvuruların hepsini hızlı bir şekilde değerlendiriyoruz. Bunun yanı sıra sonuçlanmayan kredileri çok hızlı bir şekilde ek bilgilerle yeniden değerlendirmeye alıyoruz. Satıcı/Tüketici destek hattıyla her an yetkili satıcıların her türlü sorununu çözüyoruz. Ayrıca yetkili satıcılar her kredi için faks çekmek yerine talimatsız para çıkışı gerçekleştirebiliyorlar. Yine çok çeşitli ödeme modellerimiz bulunuyor" dedi. Serhat Kayra yetkili satıcıların kârlılıklarındaki düşüşler nedeniyle yeni kâr merkezleri arayışlarına destek olmaya çalıştıklarını söyledi.

Otokoç Otomotiv İkinci El Satış Müdürü Mehmet Ali Ünlü

Otokoç Otomotiv ikinci El Satış Müdürü Mehmet Ali Ünlü, Türkiye'de ikinci el otomobil ticaretinin profesyonel olarak



Koç Finans Yöneticisi Serhat Kayrak

yapılmadığına dikkat çekti. Kayıtlı olan 4,5 milyona yaklaşılan araç parkında ikinci el araç pazarının 2,5 milyon adet bir hacimde olduğunun tahmin edildiği dile getirildiğini söyleyen Mehmet Ali Ünlü, “Otokoç olarak sıfır araç satışında pazar payımız yüzde 8 iken, ikinci el otomobil ticaretinde ise pazar payımız yüzde 1’ e bile yaklaşmamış durumdadır. Dolayısıyla ikinci el otomobil ticareti bir çok fırsatı içinde barındırmaktadır. İşin büyük bir kısmını galeri olarak tarif ettiğimiz esnafların eliyle yürütülmektedir. Yetkili satıcılar pazarda çok büyük bir oyuncu haline gelmemiştir. Bu fırsatın öncelikli olarak gündemimize alınması gerekiyor. Son bir kaç yıldır bazı yetkili satıcılarımız ikinci el otomobil ticareti için yatırımlar yapıyor. Biz yetkili satıcılarla her türlü işbirliğine hazırız” dedi. Mehmet Ali Ünlü, “Perakende tecrübemizin yanında araç ve model çeşitliliğimiz var. Birçok firmada bu kadar çok model ve marka bulunmuyor. Tüketiciler oldukça geniş bir ürün yelpazesinde tercihlerine uygun otomobilleri bizden temin edebilirler. Filomuzda premium segmentten dahi otomobiller bulunuyor. Satığımız araçların büyük bir oranı Ford ve Fiat modelleri oluşturuyor. Tüketicilerin bize güvenmesi için her zaman aracın bilgisini sunuyoruz. Müşterinin kafasında soru işaretlerinin oluşmasını önlemeye çalışıyoruz” diye konuştu. <<<

KT Consulting Danışmanlık firmasının sahibi ve 2003-2010 yılları arasında Hyundai Genel Müdürlüğü görevini yürütmüş Kurthan Tarakçıoğlu ise Otomotiv Bayilik Sisteminin geleceği ile ilgili çalışmalarını katılımcılar ile paylaştı. tasit.com firmasının sahibi Birol Kabakoğlu da kullanılmış araç Türkiye ve Almanya pazarı ile birlikte dijital pazarlama konusunda katılımcıları bilgilendirdiler. Toplantıda ayrıca; araç satışlarında finansman modelleri konusunda Koç Finans, Boyahane Verimliliği konusunda BASF, lastik satışlarının nasıl kâr merkezi haline gelebileceği üzerine Continental, akü satışlarının SSH (Satış Sonrası Hizmetler) kârlılığına etkisi konusunda İncitaş ve madeni yağlar konusunda da Castrol’ün yöneticileri sunum gerçekleştirdiler. bölge toplantısında ise KT Consulting Danışmanlık firmasının sahibi ve 2003-2010 yılları arasında Hyundai Genel Müdürlüğü görevini yürütmüş Kurthan Tarakçıoğlu ise Otomotiv Bayilik Sisteminin geleceği ile ilgili çalışmalarını katılımcılar ile paylaştı. tasit.com firmasının sahibi Birol Kabakoğlu da kullanılmış araç Türkiye ve Almanya pazarı ile birlikte dijital pazarlama konusunda katılımcıları bilgilendirdiler. Toplantıda ayrıca; araç satışlarında finansman modelleri konusunda Koç Finans, Boyahane Verimliliği konusunda BASF, lastik satışlarının nasıl kâr merkezi haline gelebileceği üzerine Continental, akü satışlarının SSH (Satış Sonrası Hizmetler) kârlılığına etkisi konusunda İncitaş ve madeni yağlar konusunda da Castrol’ün yöneticileri sunum gerçekleştirdiler.

