

## 42. Bölge Diyalog Toplantısı - Aydın

# OYDER olarak üzerimize düşeni yaptık, yapmaya devam edeceğiz



Otomotiv Yetkili Satıcıları Derneği tarafından 42.si düzenlenen Bölge Diyalog Toplantısı, OYDER Yönetim Kurulu Başkanı Murat Şahsuvaroğlu, Petrol Ofisi Otomotiv Satışlar Saha Müdürü Hasan Kutay Durmuş, INDICATA Satış Direktörü Aslı Göker ve OTOKOÇ Otomotiv Genel Müdür Yardımcısı Uğur Güven'in katılımlarıyla gerçekleşti.



OYDER Yönetim Kurulu Başkanı Murat Şahsuvaroğlu, Bölge Diyalog Toplantısı sırasında yaptığı konuşmada, derneğin yapmış olduğu faaliyetlere değindi, küresel anlamda otomotiv sektörünün hangi yöne gittiğini araştırıyoruz, biz de Türkiye'de bunu nasıl algılar ve uyarılarız diye çözümler üretmeye çalışıyoruz. Bu amaçla 9 kere düzenlediğimiz Otomotiv Kongresi'nin 2020 senesinde 10.sunu inşallah İstanbul'da yine hükümet tarafından katılımlarla birlikte; Amerika'dan Avrupa'dan gelecek değerli konuşmacılarımızla otomotiv sektörünün geleceğini, otomotivde alternatif odakları konuşacağımız bir programımız var, dedi. Bölge diyalog toplantılarının önemine dikkat çeken Şahsuvaroğlu; biz bu toplantılarda aldığımız her türlü geri bildirimi daha üstümüze yani Ankara'ya taşımakla kendimizi sorumlu hissediyoruz ve bu konuda da bölge toplantılarının ciddi manada bize katkıları olduğunu görüyoruz, diyerek konuşmasına devam etti.



Konuşmasının devamında Genç OYDER ile ilgili düşüncelerini dile getiren Şahsuvaroğlu, Genç OYDER de yeni neslin işe olan aidiyet duygusunu artırmak adına kendi içinde 30 yaş altı genç arkadaşlarımızın sektörde aidiyet duygularının yükselmesi, sektörün dertlerini, sıkıntılarını şimdiden bilip önlemini şimdiden alıp kendini o yönde geliştirmesi noktasında ehemmiyet verdiğimiz bir yer; çünkü günümüzde maalesef sektördeki aidiyet duygusu ciddi manada azalıyor, dedi.



Konuşmasının bir bölümünde dergimizden de bahseden Başkanımız Şahsuvaroğlu, OYDER "Otoban" adı altında bir dergi yayınlıyor ve gittiğimiz her yerde bütün plazalarda masalarınızın üzerinde bu dergiyi görmek bizleri çok mutlu ediyor. Yapılan işin, emeğin karşılığını bu dergiyi masanızda gördüğümüzde hissediyoruz. Otoban, çok kıymetli bir dergi, özellikle dijitalin etkin olduğu bir dünyada artık büyük gazeteler dahi dergilerin sürdürülemediğini düşünürken Otoban'ın 119. sayısının yayınlanması, aslında gittiğimiz yolun ne kadar isabetli ve doğru olduğunu bizlere anlatıyor, şeklinde konuştu.



**OYDER Yönetim Kurulu Başkanı**  
**MURAT ŞAHSUVAROĞLU**

## 2. El Satış Danışmanlığı Eğitimi

OYDER Akademi'deki dijital eğitimlere de değinen Oyder Başkanı, Servis Yöneticileri eğitimi, 2. El Satış Danışmanlığı eğitimlerinin hali hazırda yayımlanmış olduğunu, OYDER Akademi amacının eğitim ihtiyacı olunan noktalarda gerek bilgisayarlarından, gerek tabletlerinden, gerekse cep telefonlarından 7/24 eğitimleri seyrederek bu hizmetten faydalanabilecekleri olduğunu belirterek ilerleyen dönemlerde yeni eğitim projeleri yapmayı hedeflediklerini belirtti.

### ÖTV – KDV Teşviği

OYDER Yönetim Kurulu Başkanı Murat Şahsuvaroğlu, geçen sene 24 Haziran'la birlikte başlayan ve ağustos ayında tavan yapan dövizin 7,8'lere çıkması, faizlerin özellikle otomotiv tarafını çok etkilediğini, taşıt kredi faizlerinin aylık olarak %3,1'e yükselmesi ve mevduat

faizlerinin en büyük rakibimiz olmasıyla birlikte sektörde büyük daralma yaşandığını ve bunlara önlem almak üzere ciddi manada OYDER'e bir vazife düştüğünü hissettik ve 24 Haziran'dan sonra özellikle çıkmış olduğumuz tüm yerel ve ulusal olan görsel ve yazılı basında haklarımızı savunduk, dedi. 24 Haziran'da yaşanan kur atakları ardından Ankara ziyaretlerimizde, basınla ilişkilerimizde, televizyonda, radyoda, yazılı ve görsel medyada ciddi manada ÖTV - KDV teşviğinin savunulması gerektiğinin altını çizdik, diyerek devam etti.

Konuşmasında ÖTV-KDV teşviğinden de bahseden Oyder Başkanı, "geçen sene Ekim ayı sonunda ÖTV-KDV teşviği hayatımıza girdi ve iki ay süre ile yapılacağı beyan edildi ancak yıl sonu geldiğinde sektör derneklerinin ve Oyder'in çabaları ile 2019 yılında Mart ayına kadar uzatıldı. Teşviğin ikinci kez mart ayından Haziran'a kadar uzatıldığı dönemde ise; hepimizin ikinci elde sorunu olan KDV konusunda çözüme ulaştık. Bu sorun; sektör oyuncularının ikinci el araç alışlarında yaşadıkları ve hangi KDV oranıyla mal alıyorsa o KDV oranıyla çıkış yapabilsin talebimiz vardı. Sayın Bakanımız Berat Albayrak'ın katılımıyla birlikte gerçekleştirdiğimiz OYDER'in 21 Mart 2019'daki Otomotiv Kongresinde kendisi bizzat konuşması esnasında bizlere müjde vererek o güne kadar yaşanmış olan sorunu da çözdüklerini belirtmiş oldu. Bu çözüme yıllar sonra ulaşabilmek ise bizim derneğimizin çalışması sonucu hayat geçirilmiş ve tamamen Oyder'in bir başarısıdır.

### İkinci El Satışı

Geçenlerde İstanbul'da yaptığımız Genişletilmiş İstişare Toplantısı'na, Ticaret Bakanımız Sayın Ruhsar Pekcan Hanımefendi'yi davet ettik, kendisiyle özellikle otomotivin bugün bizi ilgilendiren tarafında hangi sorunlar yaşadığımızı, otomotivin önündeki sıkıntıların ne olduğunu, bu sıkıntıları hangi yöntemle aşmamız gerektiğini istişare etme fırsatında bulunduk. Bu gibi toplantılar ile meslektaşlarımızın gücü ile sorunlarımızı muhataplarımıza direk olarak iletmış olduk.

Bunu anlatırken değinmeden de geçmek istemiyorum, Ticaret Bakanlığı-İç Ticaret Genel Müdürlüğü Kullanılmış Araç Ticareti Yönetmeliğinde bir takım revizyonlara gitmekte bu dönemde ve bu revizyonların içinde de şöyle bir çalışma yapıldığını duyduk. Ticaret Bakanlığına, otomotiv plazalarında ikinci el araç satışı yapılmasını etkileyebilecek bir değişiklik yapılması yönünde teklif verildiğini duyduk. Bizler bu konuyla ilgili duyumu aldıktan sonra özellikle Sayın Ticaret Bakanımız ile görüşerek ve ayrıca Odalar Borsalar Birliği Başkanımız Sayın Rıfat Bey'e de konuyu aktarmak sureti ile bu değişikliğin Otomotiv Plazalarına zarar vereceği gibi tüketicilerinde büyük zarar göreceğini anlattık. Sonuç olarak yapılması teklif edilen ve bizleri direk etkileyecek bu yönetmelik revizyonu ile otomotiv plazalarının ikinci el araç ticaretini kendi mekanlarında yapabileceği ve asla bu iş kolundan istisna tutulamayacağını yine bizler yani sizler sağladınız, dedi.

### Rekabet ve Vergi Sorunları

Başkanımız Murat Şahsuvaroğlu; "en büyük sıkıntılarımızdan birisi de Türkiye'deki vergi sisteminin maalesef otomobil üzerindeki miktarının yüksek olması. Otomotiv üzerindeki vergi sisteminin yüksek olmasıyla birlikte geçen seneki ekonomik dengesizlikten sonra satışların 1 milyon mertebelerinden 400-450 bin mertebelerine düşmesi sektörümüzü sürdürülemez hâle getirmişti. Bu sürdürülemez hâle gelmeden önce otomotiv yetkili satıcıları 725 adet tüzel kişilik, 975 adet plaza ile çalışmaktaydı. 725 tüzel kişilik an itibari ile 675'e düştü yani 50 meslektaşımız mesleğini bıraktı. Fakat 975 olan plaza sayısı 950'ye düştü. Demek ki aslında 25 tane azalan var. Tüzel kişilik kapanmış fakat diğer tüzel kişiliğin plazasını yine içimizden birisi almış, kendi tüzel kişiliğinin altında sürdürmeye devam ediyor.

Biraz önce de bahsettim, ÖTV indirimlerinin uzatılmasıyla ilgili hurda teşvikinin yeniden rakam güncellemesine giderek 10 bin liradan 15 bin liraya çıkarılması, Torba Yasa ile nisan ayında OYDER'in önerisi, tavsiyesi ve ön görüşüyle kanunlaşmıştır.



Kredi kullanım peşinat limitinin 100 bin liradan 120 bin liraya çıkarılması, taşıt kredilerinin 48 aydan 60 aya çıkarılması gibi gelişmelerde OYDER'in de yadsınamayacak önemli bir etkisi vardır, diyerek devam etti.

#### **Türkiye'ye Gelip Yatırım Yapan Herkes Türkiye Cumhuriyeti Devleti Tarafından Teşviklendirilecektir**

OYDER Yönetim Kurulu Başkanı Murat Şahsuvaroğlu, Türkiye'de yapılan yatırımlara dikkat çekerek, Volkswagen bugün belki 0,99 faiz oranıyla hayatına devam ediyor ama Volkswagen de yatırım yaptığı zaman yerli statüsü elde edecek ve yine burada 0,49 olan faiz oranlı dünyaya da hoş gelmiş olacak, dedi.

#### **Devlet Bankalarının büyük desteği ile %0,49 faiz oranı ile araç satışı yapmaya başladık**

Üretim yapan herkes burada 0,49'u kullanabilir, diyor Şahsuvaroğlu; Türkiye'deki otomotiv tarihinde, otomotivin geçmişinde 0,49'lu faiz oranı yoktur. İlk defa yine burada Oyder'in ve paydaş derneklerin ciddi lobi faaliyetleriyle birlikte 0,49 faiz oranı kamu bankalarıyla birlikte gelmiştir. Kamu bankalarının hemen ardından hiç ara vermeden hiç düşünmeden, gerisini, önünü sorgulamadan kamu bankalarının peşinden giden ve bizleri

yalnız bırakmayan şu anda da aramızda olan çok sevgili Yapı Kredi ailesi var. Yapı Kredi ailesine de kamu bankalarını hızlı ve seri bir şekilde takip ettiği için Yapı Kredi nezdinde Baran Bey'e de teşekkürlerimizi sunuyorum. Çünkü Yapı Kredi önemli bir oyuncu. Yapı Kredi'nin kamu bankalarını takip etmesiyle birlikte diğer özel sektör bankaları üzerinde de ciddi manada da bir baskı oluştu, diğer bankalar da Yapı Kredi'yi takip etti. Dolayısıyla sistemden herkes maksimum seviyede faydalanmaya başladı, şeklinde konuştu.

#### **Çağrımız var; Her zaman Bayinizin Yanında Olun**

Dünyada toplam otomotiv kurulu kapasitesi 130 milyon adet araç üretmeye

fırsat veriyor. Peki dünyada toplam kaç araç satılıyor? 98-100 milyon bandında araç satılıyor. Burada bizler adına en önemli tehdit, kapasitesi 130 milyon olan bir üretici var fakat pazarda 100 milyon satış var. Demek ki bir yerde fazla kapasite var. Fazla kapasite olduğu zaman üzerimizde zaman zaman stok baskısı oluyor. Stok baskılarının olmasıyla birlikte hedeflere devreye giriyor ve bizler kâr üretmekte zorlanan işletmeler hâline geliyoruz. Üretici, ithalatçı firmaların da bizler ile empati yapmaları, şapkalı değişimleri lazım. Günün sonunda bizler Anadolu'dan çıkıp ticaretlerine başlamış, müteşebbis ruhumuz ile önemli yatırımlarını yapmış insanlarız. Dolayısıyla bizlerin bu yatırımı ve özellikle hazinemiz olan insan kaynağımızın bir arada kalabilmesi için bizim distribütörlere, üreticilere bir çağrımız var: Her zaman Bayinizin yanında olun.

#### **Hurda Araç Teşviki Sürdürülmeli**

Şahsuvaroğlu Hurda Teşviki konusunda neden ısrar ettiklerini de anlatarak, "AB ülkelerinde bin kişiye ortalama 587 adet araç düşüyor, Türkiye'de ise bu rakam 207 adet. AB ülkelerinde araç yaş ortalamasını sürekli hükümette sıcak tutmamızın sebebi özellikle hurda teşvikinin uzatılmasını talep ediyor olmamız. Hurda teşviki hepimizin bildiği üzere 31 Aralık 2019 tarihi itibarı ile son buluyor. Fakat Türkiye'de hâlâ 20 yaş üzeri 4,5 milyon araç var. Bu durum bizlere hem akaryakıt sarfiyatı noktasında hem de fazlaca yedek parça ithalatı noktasında cari negatif olarak yansıyor. Burada en önemli nokta ise bu araçlardaki güvenlik kaygıları, kaza riski yüksek olan bu araçlarda yaralanmalı, can kayıplı kazalarda ön planda olmaktadır. Dolayısıyla biz Türkiye'de ortalama araç yaşının AB ortalamasına gelene dek en azından hurda teşvikinin sürdürülmesini hükümetimizden talep ediyoruz. Bunu haftada bir kere Ankara ziyareti yaparak hem Gelir İdaresi Başkanlığına hem Hazine Maliye Bakanlığına hem Ticaret Bakanlığına hem de yönetim olarak Çevre ve Şehircilik Bakanlığımıza gidip sebepleriyle anlattık ve dosyalarımızı verdik.

**OYDER Akademi Yetkili Satıcılıklarımızın eğitim ihtiyacı olunan noktalarda projeler üretmek amacıyla kurulmuştur. Bu eğitimler tamamen dijital dünyada oluşturulmuş ve gerek bilgisayarlarından, gerek tabletlerinden, gerekse cep telefonlarından 7/24 kullanıcıların taleplerine hizmet etmektedir. OYDER olarak ilerleyen dönemlerde yeni eğitim projeleri yapmayı hedefliyoruz**

## Vergi Oranlarında Yapısal Reforma İhtiyaç Var

Hazine ve Maliye Bakan Yardımcısı ile yaptığı görüşmeye de değinen Oyder Başkanı, kendisine sektörün kötü olduğunu, sektörün gidişatının iyi olmadığını ifade ettiğimiz toplantıda bize bir soru sordu. Dedi ki "Sektör 1 milyon iken vergi oranları neydi?" Sektör 1 milyonken vergi oranları aynı bu şekildeydi değişen bir şey yoktu. O zaman dedi "Sizin talep etmeniz gereken şey vergi teşviki, hurda teşviki değil. Talep etmeniz gereken şey faizlerin düşmesi, talep etmeniz gerek şey güven endeksinin yükselmesi, mevduat faizinin düşmesi, sıcak paranın piyasaya çıkması" orada da böyle bir bakış açısı var. Ancak Otomotivin üzerindeki vergi konusunun çok uzun zamandır çözüme ihtiyaç olduğunu ve yapısal reformun yapılması gerektiğini AB ülkelerinden örneklerle kendisine izah ettik. Eğer sektörün üretmesini istiyorsak kapasitelerini fazlasıyla kullanmasını istiyorsak özellikle Türkiye'ye yatırımın gelmesinin arzuluyorsak vergi oranlarının üzerinde yapısal reforma şiddetle ihtiyacımız var, dedi.

## Sektörün Asıl İşi Perakende

Bugün artık Türkiye'de her şey internette, iki parmağınızın ucunda. Bağlı bulunduğunuz şirketlerin, holdinglerin kârlarını hepiniz görebiliyorsunuz ama sektörün % 1'le, % 1,5'la bugünkü piyasada yaşaması mümkün değil. Sektörün ana işi perakende araç satışı ve biz öncelikle perakende araç satışından kazanacağız, sonra diğer işlerden kazanacağız. Servis de yapacağız, yedek parça da yapacağız, araç temizliği yapacağız, oto kuaför yapacağız bunlar da ayrı kâr merkezi ama bizler bu işe başladığımızda araç satışından para kazanarak bu yatırımları yaptık. Kimse servis yatırımından para kazanarak plaza yapmadı.

Dolayısıyla tekrar hafızalarımızı tazeleyelim bundan sonraki ana gündem maddelerimizden birisi de bizler yetkili satıcılarız, yetkili satıcılığın temel direği de sattığı üründen para kazanmak noktasıdır. Sattığımız ürünün diğer yan gelirleri de artı işleride elbette



**Yapı Kredi Kredi Bankası Perakende  
Bankacılık Ürün Yönetimi Direktörü  
BARAN ALTINEL**

yapacağız ama günün sonunda sattığımız ürünlerdeki kazanmamız gerektiği gerçeğini bırakmayacağız.

## Mesai Arkadaşlarımızın Kıymetini Bilelim

Başkanımız Murat Şahsuvaroğlu otomotiv sektöründe çalışanlarla ilgili; yeni dünya düzeninde, aidiyet duygusu denen şey zayıflıyor. Bu aidiyet duygusu artık küresel anlamda bir sorun haline geliyor. Y kuşağı, Z kuşağı ile birlikte mülakat yaptığınızda otomotivi anlattığınızda size sorduğu ilk soru; hafta sonu işe gelecek miyim? Saat 5'te çıkmak istiyorum, servis var mı? Şirketin içerisinde istifade edeceğim kütüphane, oyun alanları vesaire var mı?... Üstelik bunu büyük bir özgüvenle soruyorlar, demek ki dünya artık başka bir yere gidiyor. Çalışanlarımızın, mesai arkadaşlarımızın kıymetini bilelim. Bunun bilançodaki karşılığı, stoğumuzdaki sermayemizden çok daha kıymetlidir. Yani en kıymetli sermayemiz; ekmeğimizi bölüştüğümüz mesai arkadaşlarımızdır.

Gelişmelerine sürekli katkıda bulunalım, ekonomik daralmalarda ilk olarak gözümüzü oraya dikmeyelim, öyle bir durumda önce kendimizden kısılim ama inanın tekrar sektörde istihdam yaratmak, yeniden personel yetiştirmek yeniden çatıyı oluşturmak ciddi manada zaman alıyor, şeklinde konuştu.

## Bankalar ve Finansman Şirketleri Arasında Hizmet Yarışı

OYDER Yönetim Kurulu Başkanı Murat Şahsuvaroğlu'nun hemen ardından kürsüye çıkan Yapı Kredi Bankası Perakende Bankacılık Ürün Yönetimi Direktörü Baran Altinel, Türkiye'de tüketici kredileri ile ilgili yaklaşık 440-442 milyar lira olan bir pazardan bahsediyoruz. Bu 442 milyarlık pazarın içerisinde de otomotiv kredilerinin yıllar içerisinde aşağı doğru giden bir payı var. Yani tüketicinin toplam harcamaları içerisinde bankacılık sektöründen baktığımızda otomotiv kredileri her yıl azala azala gidiyor. 2012'lerde % 5 seviyesinde olan otomotiv kredilerinin payı gittikçe azalarak % 1,4'lere kadar indi. Bunun içerisinde farklı sebepler de var elbette. Dolayısıyla aslında burada bizim finansman sektörü olarak çok fazla bir yolumuz var. Biz bu yolu ne kadar iyi yaparsak sizlerin de satış kabiliyeti aslında o anlamda artıyor olacak. Dolayısıyla birbirimizi destekleyeceğimiz bir dönem bizi bekliyor. Burada iki oyuncu var: bankalar ve tüketici finansman şirketleri.

Bu iş daha önce genelde bankaların çatısı altında yürüyen bir işti. Daha sonra tüketici finansman şirketleri de işin içerisine aktif şekilde girdiler. Şimdi bu bir hizmet yarışı şekline döndü. Tüketici finansman şirketleri, bankaların açıklarını gördü ve güzel çözümler yaptılar. Bankalar şimdi onları kapatıp daha iyisini yapmaya çalışıyorlar. Bu hizmet yarışında da tabi tüketici ve sizler faydalaniyorsunuz. Dolayısıyla ortada güzel bir yarışımız var. Şöyle bir konuya sektör adına dikkat çekmek istiyorum, 2018'de biliyorsunuz ağustos ayında bir finansal türbülans geçirdik o finansal türbülans döneminde bugüne kadar bankacılık sektörü ve tüketici finansman şirketlerini karşılaştırdığınızda biraz daha kredi musluklarını açık tuttıklarını görebiliyoruz, dedi.



**Petrol Ofisi Otomotiv  
Satışlar Saha Müdürü Madeni Yağlar  
HASAN KUTAY DURMUŞ**

#### Faiz Oranları Sektörün Temel Parametresi

Başkanımız Murat Şahsuvaroğlu'nun da konuşmasında değindiği faiz oranlarıyla

ilgili ise; faiz oranları sektörün temel bir parametresi. Faiz oranı ne kadar aşağı giderse talep oluşturması da müşteri gözünde o kadar kolaylaşır. Sadece otomotiv sektörü için değil tüm sektörler için faiz oranıyla müşterinin talebi konusunda doğru bir orantımız mevcut.

Dolayısıyla burada da işte geçen senelerde yılın başında 2,49 hatta hatırlarsınız son çeyreğinde çok daha yukarı rakamlar vardı sektörde. Ama ondan sonra hızlı bir şekilde oranlarımız aşağı doğru gelmeye başladı. Önümüzdeki dönemde biliyorsunuz Merkez Bankasının 12 Aralık'ta bir toplantısı var. Orada da bir beklenti var piyasada. Faiz oranlarının aşağıya doğru gelmesi hepimiz için daha iyi olacak. Finans sektörü olarak faiz oranları ne kadar düşerse bizim açımızdan da o kadar iyi. Düşük faiz ortamı bankalar için daha sürdürülebilir daha yaşatılması kolay bir ortam.

Tüketici kredileri içerisinde taşıt kredilerinin payı 52,39. Yapı Kredi Bankası sizler de daha iyi bileceksiniz çok etkin bir oyuncuydu. Sonra yavaş yavaş burada birtakım önceliklerimiz değişti.

3 senedir buraya ciddi bir yatırım yapıyoruz hem sermaye anlamında hem de insan kaynakları anlamında

ve sizlerin ihtiyaçlarını yerinde anlayıp çözmeye gayret ediyoruz bunların vesileyle sektör de bize bir teveccüh gösteriyor ve burada pazar payımız da oldukça artıyor. Özel bankalarda %16'lar civarında bir pazar payına sahibiz ki her hafta ölçüyoruz pazar paylarımızı yılın başından beri. Biz 3 hafta hariç her hafta pazar payı kazanarak devam ediyoruz, demek ki doğru işler yapıyoruz diye düşünüyorum bu bir hizmet yarışı diye bahsettim sizin için biz de görebildiğimiz kadarıyla işi hızlı çözmek yerinde çözmek müşteriyi dışarıya çıkarmadan, az kağıtla, müşterinin imzasını azaltarak, müşteriyi yormadan satışçı arkadaşımızı da kredi ile uğraşan arkadaşımızı da banka ile mümkün olduğunca az uğraştırmaya gayret ediyoruz, şeklinde konuştu.

#### Madeni Yağ Teknolojileri Gelişiyor

Katılımcılardan bir diğeri, Petrol Ofisi Otomotiv Satışları Saha Müdürü Hasan Kutay Durmuş, Türkiye'nin Lider akaryakıt ve madeni yağ şirketi Petrol Ofisi olarak bu topraklardan aldığımız güçle 1941 yılından bu tarafa sizlerle birlikte olmaya devam ediyoruz hem memleketin her köşesinde hem de dünyanın artık 35 ülkesinde güçlü distribütörleri ile birlikte gerek bölgesinde gerek Doğu Avrupa'da Afrika'da dünyanın birçok noktasında Dünya'nın 35 noktasında Petrol Ofisi artık küresel bir noktada güçlü bir aktör olma yolunda hızlı bir şekilde ilerliyor Türkiye özelinde 1700 üzerinde istasyonla ve toplamda 13 adet terminali ile birlikte hizmet ve servis sağlamaya devam ediyor.

2025'ten sonraki dönemlerde biraz daha içten yanmalı motorlar bu emisyon oranlarını karşılamayacak diye gelecek ve hibrit ve elektrikli geçici çok hızlı bir şekilde dünyada gerçekleştiğini göreceğiz ve bir dönem sonra artık otomobiller hava kirliliğinden ziyade havayı temizleyen taşıtlar olma noktasına gelecek bu nedenle sıfır emisyon değerlerine sahip madeni yağ teknolojileri de hızlı bir şekilde gelişmekte, dedi. Geçen sene gerçekleşen daralmanın satış sonrası kanalına da önemli ölçüde yansıdığını belirtti.





**INDICATA Satış Direktörü**  
**ASLI GÖKER**

#### INDICATA sistemi

INDICATA Satış Direktörü Aslı Göker konuşmasında, bu sistem yaklaşık 14 yıldır, 12 Avrupa ülkesinde kullanılan pazar analizi yazılımı, yapay zeka, büyük veri ve makine öğrenmesinden oluşmuş muhteşem bir ürün. Aracın pazarını bilmek büyük veri ile çalışmak hangi pazar fiyatı ile bu aracı alıp satacağınız da bilmek de bir bacağı Dolayısıyla bu işi 360 derece bilen kurumlar bu işten maksimum fayda sağlıyorlar.

INDICATA, Türkiye'deki ikinci el online pazarını robotlar aracılığıyla her gün tarayan bir yazılım. Büyük veri makine öğrenmesi ve yapay zeka ile oluşmuş muhteşem bir ürün. Şu anda Türkiye pazarında birçok kurum online da ilan veriyor. Bu araçlar önce taranıyor, birleştiriliyor. Bugün bir Volkswagen bayisi kendi sitesine koyduğu gibi sahibinden.com'a ilan koyabiliyor. Dolayısıyla biz pazardaki tekil araç datası üzerinden herkese bir pazar analizi sunuyoruz. % 40'lar civarında bir hiperenfasyonumuz

var. Online pazar olarak ilk 10 ayda biz 1.8 milyon ilan taramışız ikinci elde ve bu araçların %80'i ilk 10 ayda satılmış.

Dolayısıyla sektörde bir dijitalleşme konuşuluyor ve haliyle bu otomotive de yansıyor. Yani iş hızlı bir şekilde Online'a kayıyor. Aslında ikinci el pazarında az da olsa daralma görüyorsunuz ama online'da bir yükselme var yani işin yapılış şekli buraya doğru kaymış durumda.

INDICATA ile Türkiye pazarında bu araçtan ne kadar var, kaç kişinin elinde var bunları görebiliyorsunuz. Farz edelim ki doğru aracı, doğru kanallardan bulduk bu aracı kaçta alıp satacağımızı bilmek yani aracın fiyatlamasını yapmak muamma. Biz binlerce yüz binlerce aracın fiyatını takip edebildiğimiz için her segment bazında, fiyat değişimlerini ve trend değişimlerini takip edebiliyoruz.

Avrupa pazarına da değinen Aslı Göker, Avrupa pazarında iki trend var. Bunlardan birincisi dizel ve benzinli araçlar satışlarındaki trend. Dizel araçların bir çok ülkede yasaklanması ya da yakın zamanda yasaklanacak olması ile dizel araç pazarında bir daralma söz konusu. Genel olarak pazarda 9.4'lük bir büyüme var ancak 2018 senesine göre dizel araç satışında yüzde 5'lik bir daralma var. Benzinli araçlar satışında ise yüzde 12.3'lük bir büyüme var ama dizel araçlar Avrupa'da daha yüksek fiyata ve çok daha yüksek hızda satılıyor. Beklentiler o ki 2030 yılına geldiğimizde dize araç pazarı % 15'lerde bir pazar payına sahip olacak. Gündemde olan bir diğer konu ise hibrit ve hidrojenli araçlar. Avrupa'da 19 tane ülkenin toplandığı seri toplantılar düzenleniyor ve bu araçların

satışının planlanması, yaygınlaştırılması konuşuluyor.

#### İkinci El Satışı Nasıl Daha İyi Yönetebiliriz?

INDICATA Satış Direktörü Aslı Göker, bugün sizlerle asıl konuşmak istediğim ikinci el işini nasıl daha iyi yönetebiliriz? Bu konuyla ilgili doğru bildiğimiz yanlışlar var. 23 yıldır işi sadece ikinci el olan bir firmayız ve elde ettiğimiz parametleri sizinle paylaşmak istiyorum. İkinci el işini ben ikiye ayırdım. Birincisi, geleneksel iş modelinden artık yeni iş modeline geçme zorunluluğu var ya da ikisini birleştirme zorunluluğu var. Çünkü iş artık online'da. Müşterilerimiz artık online'da, rakiplerimiz online'da ve trendler de değişiyor. Dijitalleşme ile birlikte otomotiv sektöründe bir şeyler değişiyor. Özellikle alış satış süreçlerine baktığımızda artık showroamlara gelen insanların % 75-80'i araştırma yaparak geliyor ve çoğu yoğunluklarından dolayı bu kadar uğraşmadan işi online'da halletmek istiyor. Eskiden bir araç alım satımı için müşteri 4 nokta gezerken şu anda 1,82 noktalarına düşmüş durumda. Showroom dönemi bitti. Artık fiziki showroomlarınız olduğu gibi sanal showroomlarınızda olması gerek. Geleneksel yöntemler olmalı belki ama artık onlineda da var olmayı gerektiren bir durum söz konusu. İkinci konu da, ölçemediğiniz işi yönetemezsiniz. Bizim en çok üzerinde durduğumuz konu bu. İkinci el işinde bakılması gereken bir çok parametre var. Bizim için 4 doğru var. Doğru aracın, doğru fiyata, doğru zamanda, doğru yerde ticaretini yapmak. Aksi takdirde işi verimli bir şekilde yönetme imkanı yok, diye konuşmasına devam etti.





**OTOKOÇ Otomotiv Genel Müdür  
Yardımcısı  
UĞUR GÜVEN**

buralarda. Mutlaka ve mutlaka sosyal medyayı yerel pazarlama aktivitelerini çok iyi kullanın ve sadece satışta değil satış sonrasında da potansiyel müşteri yaratabilecek tekliflerin üzerine gidin. Yeni potansiyel müşterilere ve o müşterileri de yaratacak şeylere ihtiyacımız var. Bu yüzden de bayilere çok iş düşüyor, dedi.

#### Şirketlerinizi Hedeflerle Yönetin

Uğur Güven, çok önemli ve mutlaka uygulanması gereken bir konu var. Şirketlerinizi hedeflerle yönetin, en azından yönetim kadrosunun bir performans kontratı olmalı. Distribütörler, bayilere neler yapmaları gerektiği ile alakalı servis giriş hedeflerinden bölgedeki paylara kadar bir takım hedefler veriyor ama sadece distribütörün verdiği hedef yetmez. Siz kendi içinizde hangi hedefe ulaşmak istiyorsanız o hedefler doğrultusunda satış, servis, yedek parça, ikinci el müdürlerinizle mutlaka bir performans kontratı yapın.

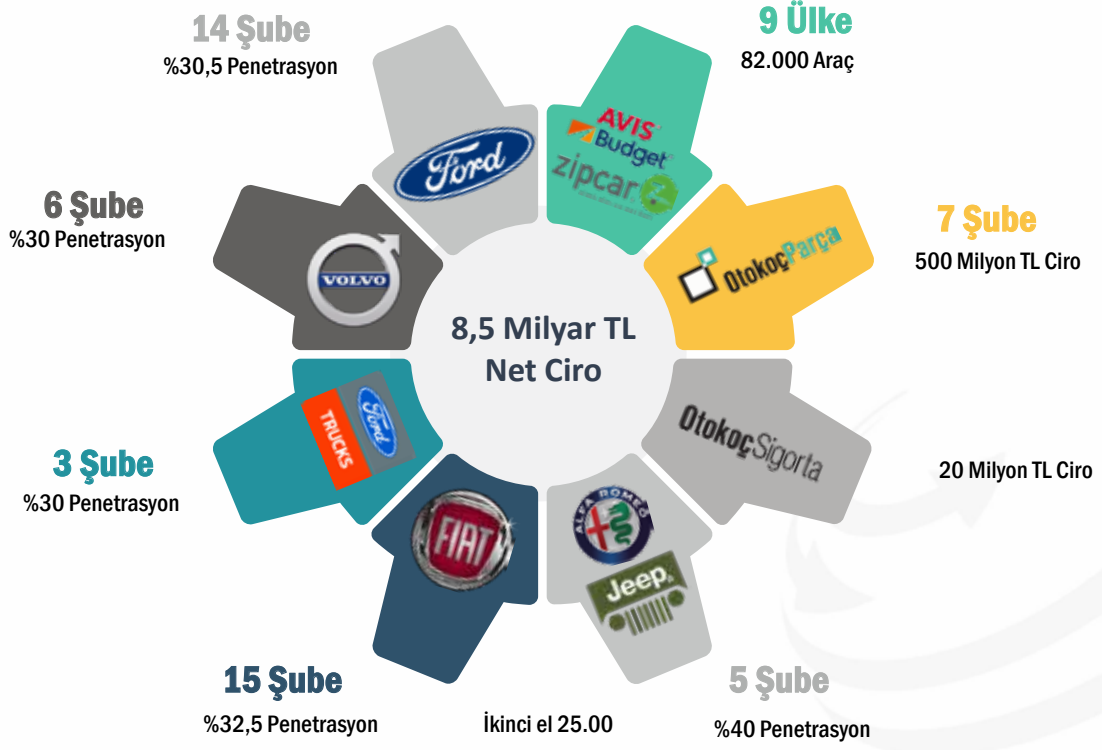
Kontratın içinde mutlaka ciro, kar, faaliyet karı, brüt kar marjı, finansman günü gibi finansal hedeflere mutlaka yer verilsin. Operasyonel olarak ise gerek bölge gerekse Türkiye'den alınan pazar payları ile birlikte müşteri memnuniyetleri ve distribütör teşvik sistemlerinden elde edilen gelirler de

**Şirketlerinizi hedeflerle yönetin, en azından yönetim kadrosunun bir performans kontratı olmalı. Distribütörler, bayilere neler yapmaları gerektiği ile alakalı servis giriş hedeflerinden bölgedeki paylara kadar bir takım hedefler veriyor ama sadece distribütörün verdiği hedef yetmez. Yani buradaki hedef siz kendi içinizde hangi noktaya ulaşmak istiyorsanız, şirketinizde satış, servisi, ikinci eli yani bütünü ile beraber satış servis ve yedek parça ikinci el müdürlerinize mutlaka ve mutlaka bir performans kontratı yapın.**

olmalı. Eğer hedefleri vermezseniz ve bu hedefler ile alakalı hangi noktada olduğunuzu bilmezseniz yönetemezsiniz, şeklinde konuştu.

#### Showroom'da Müşteri Bekleme Dönemi Bitti

OTOKOÇ Otomotiv Genel Müdür Yardımcısı Uğur Güven, sektörün zor bir dönem geçirdiğine dikkat çekerek, artık showroomlar'da oturup müşteri bekleme zamanı çoktan geçti. Özellikle potansiyel müşteri yaratma konusunda temel mecra artık sosyal medyadır, distribütörlerin bayilerine açtığı CRM sistemlerinden gelen datalardır. Bunlar son derece değerlidir. Burada da bize gelen datayı nasıl kullandığımız, o müşterilerin yüzde kaçına ulaştığımız, kaçına test sürüşü teklif ettiğimiz, ve kaçına satış yaptığımız son derece önemli. Eğer bunu çok iyi kurgularsanız ve bu sistemi bayiliğin içinde yaparsanız inanin yeni yarattığınız potansiyel müşterilerle %5 ile %10 civarında satış çıkartırsınız. Birçok bayi sahibi arkadaşın bu sistemi, zahmetli olmasından dolayı göz ardı ettiğini görüyorum ama gelecek





### Prim Sistemi Yanlış Uygulanıyor

Konuşmasına prim sistemindeki olumsuzluklardan bahserek devam eden Güven, distribütörler yedek parça alım hedeflerinden prim veriyorlar. Hâlbuki biz buradaki birçok arkadaşla uzun yıllardır birçok markanın da bayi konseylerinde birlikte görev alıyoruz. Satış hedeflerinden prim verilmesi lazım. Çünkü alım hedefinden prim verildiği zaman ve bu primi de belirli kriterlere bağladığı, yedek parça satış danışmanlarına veya yedek parça müdürlerine alım hedefleri üzerinden bir takım hediyeler verdiği zaman bizler almamız gerekenden fazla yedek parça almak durumunda kalıyoruz. Metrikler koymamız lazım. Bayilik sisteminde maksimum kaç kişiyle bayilik idare edilmeli, üretken personel nedir, verimlilik nedir, onların yüzde kaçındayız? Bunların hepsini ölçüyor olmamız lazım. Tabii bunlar markaların pazar paylarına, adetlerine, segmentlerine göre değişkenlik gösterir. Otokoç Otomotiv'e baktığımızda, farklı marka yönetirken hep benchmarklar yapıyoruz. Burada bazen distribütörler ile karşı karşıya kalıyoruz. Çünkü distribütörlerin istedikleri değerler farklı. Biz etkin elemanlarla çalışmak zorundayız, herkes aynı şeyi söylüyor

ama bunu yapabilen bayi sayısı maalesef az, diyerek konuşmasını sürdürdü.

### Prim Sistemi Nasıl Uygulanmalı?

OTOKOÇ Otomotiv Genel Müdür Yardımcısı Uğur Güven, biz son üç senede en azından Otokoç Otomotiv olarak şunu yapıyoruz; servislerde belirli giriş adetleri, ciro hedefleri var. Biz diyoruz ki distribütörlerden ne geliyor? Diyelim ki 100 lira, eğer servis ciro hedefini %100 yerine %105 yapıyorsa, bu primi % 25 arttırıyoruz, %110 yapıyorsa %50 arttırıyoruz, %115 yapıyorsa %75 arttırıyoruz. Böylelikle satış sonrasında bütün ekibi daha fazla ilave katma değer yaratmaya zorluyoruz. Bir hedefimiz var, buna 100 diyelim. 100'ün ne kadar üzerine çıktınız? 20 diyelim. İşte bu 20'nin yarattığı brüt kârı da çalışanlarla, satış danışmanlarıyla paylaşın.

Distribütör, adete prim veriyor olabilir ama siz kendi içinizde kâra dayalı özel bir prim sistemi yayınlayın. Eğer prim sisteminin kâr üzerine kurgularsanız mutlaka ilave katma değer yarattığını göreceksiniz. Herkesin bir performans kontratı mutlaka olsun. Oluşturduğumuz performans



kontratlarını çok yakinen takip ediyor olalım. Hep birlikte artık ikinci elin satışında, servisinde ilave katma değer yaratabilecek bir pozisyon var ise bu fırsatı da değerlendirerek kazan-kazan ilişkisine dayalı bir, prim sistemi ile yönetelim ama bu yönetim kendi elemanlarımız için olsun ve mutlaka etkin personellerle çalışalım. Gerekirse o etkin personele daha fazla ücret verelim, diyerek Otokoç Otomotiv'de uygulanan prim sisteminin anlattı ve tavsiyelerde bulundu.

# OYDER, Aydın ziyaretleri



