

KONGRE

OYDER Otomotiv Kongresi'nde;
Perakendeciliğin Geleceği Masaya
Yatırıldı

RÖPORTAJ

"Turpak, dünyada ilk defa
entegre taşıt tanıma ve
araç takip sistemi sunuyor"

**TURPAK CEO'su
TAMER ŞENGÖNÜL**

HUKUK

Alt işverenin değişmesi ve işçilik
haklarına etkisi

İBRAHİM HALİL ŞUA
İstanbul Anadolu Adliyesi Hakimi

AR-GE

Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanı
Fikri Işık: "Ar-Ge için 1,5 milyar
liranın üzerinde doğrudan
destek verilecek"

OTOBAN

OYDER - OTOMOTİV YETKİLİ SATICILARI DERNEĞİ YAYIN ORGANIDIR



www.oyder-tr.org

70

Sayı: 70 MART 2015

MAKSİMUM PERFORMANS İÇİN GÜÇ

TITANIUM FST
İLE GÜÇLENDİRİLMİŞ



Şu ana kadar ürettiğimiz en güçlü yağımız
artık **TİTANYUM** gücünde!

Dünyanın lider araç üreticilerinin tercihi Castrol.



YAĞIN ÖTESİNDE...

Castrol
EDGE
PROFESSIONAL



Otomotiv Yetkili Satıcıları Derneği
adına İmtiyaz Sahibi
Z. Alp GÜLAN

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Özgür TEZER

Yayın Kurulu
Murat GÜRÜNLÜ
Ruhan ÖZÖN
Uğur YALÇINKAYA
Seyra TOPRAK
Zeynep FİDAN SOYSAL

Editörler
Çınar NOYAN
R. İlder Çıtak
editor@mavitanitim.com.tr

Reklam Yönetmeni
Aylin GÖKÇE
Tel: 0216 355 73 16
aylin.gokce@oyder-tr.org

Yönetim Yeri
Otomotiv Yetkili Satıcıları Derneği
Derya Sok. No: 14/ 6 Şişikler Plaza
Sahrayıcedid - Kadıköy / İstanbul
Tel : 0216 355 73 16
Faks : 0216 355 72 69
www.oyder-tr.org
otoban@oyder-tr.org

Yapım
Mavi Tanıtım ve İletişim
Rasimpaşa Mah. Aynıkçeşme Sok.
No: 122 Yeldeğirmeni 34500
Kadıköy-İstanbul
Tel : 0216 418 59 31 pbx
Faks : 0216 348 95 22
www.mavitanitim.com.tr

Baskı
Özgün Ofset Tic. Ltd. Şti.
Yeşilce Mah. Aytekin Sok. No: 21
Otosanayi 4. Levent-İstanbul
Tel: 0 212 280 00 09

Yayın Türü
Yerel Süreli Yayın, Ayda Bir Yayınlanır.

Tüm yayın hakkı OYDER'e ait olup kaynak gösterilmek suretiyle
alıntı yapılabilir. OTOBAN Dergi parayla satılmaz.



MAVİ TANITIM VE İLETİŞİM

Kongremizde sektörün geleceğini ele aldık

Özgür TEZER

OYDER Genel Sekreteri



Değerli Meslektaşlarım,

7 Nisan'da İstanbul Grand Tarabya Otel'inde gerçekleştirdiğimiz "5. OYDER Otomotiv Kongresi" organizasyonumuzu önemli bir başarı ile tamamlamış durumdayız.

ABD'nin üçüncü büyük perakende grubu olan Group 1 Auto'nun CEO'su Earl Hesterberg'in özellikle ABD pazarı hakkında ve şirketinin tüm mali, idari ve operasyonel bilgilerini bizlerle paylaşarak kongreye katılan ve katılmayan herkesin ilgi odağı oldu. İtalyan akademisyen ve Avrupa bayilerinin biraraya geldiği "Dealer Day" organizasyonu gerçekleştiren Doç. Dr. Leonardo Buzzavo ise yetkili satıcılığın gelecekteki pozisyonu hakkında düşüncelerini belirtmiştir. İngiltere'den değerli dostumuz Steve Young ise Avrupa'da uygulanan en iyi satış uygulamaları ve fırsatları konusunda araştırmaları sonucu elde ettiği verileri katılımcılarla paylaşarak geniş bir vizyon sunmuştur.

Ayrıca bu kongremizde BUYEM (Boğaziçi Üniversitesi Yaşamboyu Eğitim Merkezi) ile beraber gerçekleştirdiğimiz "Türkiye'de Otomotiv Perakendeciliğinin Geleceği" konulu akademik çalışmayı, tüm katılımcılara birer kitap hediye ederek lanse etmiş olduk. Bugüne kadar ülkemizde otomotiv yetkili satıcılığı ile alakalı bir çalışma gerçekleştirilmemişti, bu sebeple OYDER olarak büyük bir memnuniyetle sorumluluğumuzu yerine getirdiğimizi düşünmekteyiz. Kitabımızdan edinmek isteyenlerin bizlere ulaşması durumunda tedarik yapabileceklerini belirtmek isterim.

Kongremiz panellerinde moderatör olarak yanımızda olan Sn. Sami Nacaroğlu, Sn. Kurtan Tarakçıoğlu ve Otomotiv Gazetecileri Derneği Başkanı Sn. Ufuk Sandık'a son derece güzel yönetimleri için ve panellerimize katılarak profesyonel düşüncelerini samimiyetle anlatan tüm panelistlerimize de teşekkürlerimizi sunmak isteriz. Kongremizdeki tüm sunumlara ve video görüntülerine web sayfamızdan ulaşabilirsiniz.

Tüm meslektaşlarımıza ve değerli konuklarımıza OYDER Otomotiv Kongremize katılımından dolayı teşekkür ediyor, gelecek yılki organizasyonumuzda görüşmek dileğiyle diyoruz.

Saygılarımla,



8

İÇİNDEKİLER



18



20



38

EDİTÖRÜN YORUMU

3 Kongremizde sektörün geleceğini ele aldık

ÖZGÜR TEZER

OYDER Genel Sekreteri

OYDER OTOMOTİV KONGRESİ 2015

6 Otomotiv Perakendeciliğinin Geleceği Kongresi

Z. ALP GÜLAN

OYDER Yönetim Kurulu Başkanı

8 OYDER Otomotiv Kongresi'nde; Perakendeciliğin Geleceği Masaya Yatırıldı

16 OYDER Otomotiv Kongresi sponsorları

18 "Teknolojiye Yatırım Yapın"

EARL HESTERBERG

Group 1 Auto CEO'su

Group 1 Auto CEO'su Earl Hesterberg, ABD'deki otomobil satışlarının yüzde 90'ının internet üzerinden gerçekleştiğini söyledi.

20 "Şirket yönetmekle girişimci olmak arasında fark var"

STEVE YOUNG

ICDP Genel Müdürü

Steve Young, internette iş yapıldığı kadar iş kaybının da olduğunu kaydetti. Young, artık birçok şirketin alımlarını fiziki olarak değil, online olarak yaptığını söyledi.

22 Otomotiv Perakendeciliğinde Gelecek Nasıl Şekillenecek?

Kongrenin ana teması olan "Otomotiv Perakendeciliğinde Gelecek Nasıl Şekillenecek?" sorusuna ise, Okar Otomotiv ve İkinci Otomobilim.com Yönetim Kurulu Başkanı Sami Nacaroglu'nun moderatörlüğünde; Boğaziçi Üniversitesi Yaşamboyu Eğitim Merkezi (BÜYEM) Müdürü ve Yönetim Kurulu Üyesi Y. Doç. Dr. Tamer Atabarut, Doç. Dr. Leonardo Buzzavo, Steve Young ve Earl Hesterberg'in katılacağı panelde yanıt arandı.

28 "Yetkili satıcılar hala ana oyuncu rolündeler"

DOÇ. DR. LEONARDO BUZZAVO

Ca' Foscari Üniversitesi Öğretim Üyesi

32 Otomotiv perakendeciliğinde en iyi uygulamalar Paneli

Avrupa ve Dünyadan "En İyi Uygulamalar"ın kongreye katılanlar ile paylaşıldığı ve Kurhan Tarakçıoğlu'nun yönettiği panelde, Doç. Dr. Leonardo Buzzavo ve ICDP Genel Müdürü Steve Young ile beraber Tofaş CEO'su Cengiz Eroldu konuşmacı olarak yer aldı.

38 Otomotiv Perakendeciliğinde Yeni İş Modelleri Paneli

Kongrede Türkiye Otomotiv Gazetecileri Derneği Başkanı Ufuk Sandık moderatörlüğünde, Renault Mais Genel Müdürü İbrahim Aybar, Otokoç A.Ş. Genel Müdürü Görgün Özdemir, Çetaş Otomotiv Holding İcra Kurulu Başkanı Mehmet Taşar ve Altur Otomotiv Yönetim Kurulu Başkanı Abdurrahim Albayrak'ın katılacağı "Otomotiv Perakendeciliğinde Yeni İş Fırsatları" konusu da düzenlenecek özel bir panelde tüm yönleriyle ele alınacak.

HUKUK

42 Alt işverenin değişmesi ve işçilik haklarına etkisi

İBRAHİM HALİL ŞUA

İstanbul Anadolu Adliyesi Hakimi

RÖPORTAJ

46 "Turpak, dünyada ilk defa entegre taşıt tanıma ve araç takip sistemi sunuyor"

TAMER ŞENGÖNÜL

TURPAK CEO'su

ÜYELERİMİZDEN

50 "Değişen müşteri beklenti ve ihtiyaçlarına uygun çözümler üretiyoruz"

TAŞKIN ÖZÇETE

Özçete Şirketler Grubu İcra Kurulu Başkanı

TÜRKİYE EKONOMİSİ

52 Türkiye'nin büyüme hızı ve istihdam

YENİ CITROËN

C1

ŞEHİR İÇİN B1REB1R



Bayraktar

YENİ CITROËN C1 1.0 VTi 68 HP Aircscape ETG modelinin ortalama yakıt tüketimi 4,2 L/100 km, birleşik CO₂ emisyonu 97 gr/km'dir. Görseldeki araç orijinalinden farklılık gösterebilir.

YENİ CITROËN C1

ŞEHİR İÇİN B1R E B1R ÇÜNKÜ

- Mirror Screen özelliğiyle akıllı telefonunuzun tüm özellikleri 7" dokunmatik ekranda.
- Aircscape açılır tavan her koşulda sürüş keyfinizi artırır.
- Hill Holder yokuşları dert olmaktan çıkarır.
- Geri görüş kamerası en dar alanlara kolaylıkla park edebilmeyi sağlar.
- 4,2 L/100 km'lik düşük yakıt tüketimiyle şehir içi trafiği sorun olmaktan çıkar.

CRÉATIVE TECHNOLOGIE


CITROËN



Değerli Meslektaşlarım,

Oyder olarak düzenlediğimiz 5. Otomotiv Kongresine ve gece düzenlenen 25.yıl galamıza katılımının yüksekliği ve coşkusu nedeniyle tüm katılımcılara şahsım ve yönetim kurulu üyelerim adına çok teşekkür etmek istiyorum. Kongre sonrasında meslektaşlarımızın memnuniyetini görmek, bu çalışmalar sırasındaki tüm harcanan emeklerin boşa gitmediğini göstermektedir. Sivil toplum örgütlerinde görev alan bizler için bundan sonraki çalışmalara bizi motive edecek en önemli güç sizlerin bize verdiği bu önemli destektir.

Kongre süresince değerli katılımları ile içeriği zenginleştiren, tecrübeleri ile bizleri aydınlatan ve yaptığı uygulamalarla bize yol gösteren değerli konuşmacılarımıza da çok

Otomotiv Perakendeciliğinin Geleceği Kongresi

büyük bir teşekkür borçluyuz. Konuşmacıların sunumları yönünde sağlayıcı ve meslektaşlarımızdan gelen yoğun talebi düşünerek tüm kongreyi sunum ve kayıt olarak sitemizde internete yükledik. Sunumların tekrar dinlenmesinde büyük bir fayda olduğu görüşündeyiz.

Kongremiz ile birlikte tüm katılımcılara dağıttığımız "Otomotiv Perakendeciliğinin Geleceği" isimli kitabımız mesleğimizin gelecekte ne yöne doğru ilerleyeceğini ve bizim bu günden almamız gereken tedbirleri gösteren en önemli referans kaynağı olarak kütüphanelerimizde yerini almıştır. Bu başarıyı gösteren yönetim kurulunun başkanı olmaktan gurur duyduğumu bilmenizi isterim.

Uzun yıllar sağlayıcı tarafında çalışmış, şu anda da sektörün perakende kısmında en üst noktada bulunan bir duayen olan Group 1 Auto CEO'su Earl Hesterberg'in sunumunda bahsettiği konuların üzerinde çokça durulmalıdır. Bayilik sayısının artmasının toplam satışı artırmadığını örneklerle göstermesi oldukça önemliydi. Sn. Hesterberg'in sunumunda değindiği gibi tüketicilerimiz ile sosyal ortamlarda ve dijital platformlarda daha sıkı, daha yakın ve daha hızlı iletişimi en önemli gündem maddesi yapmamız gerekmektedir.

Yine kongremizin değerli konuşmacılarından biri olan Sn. Leonardo Buzzavo'nun sunumunda

belirttiği gibi her bir müşteri ile ilişki kurulurken kendisine özel bir hikaye yaratılması ve süreç boyunca bu hikaye üzerinden ilişkinin sürdürülmesi çok daha kalıcı bir beraberlik yaratmaktadır. Temsil ettiğimiz markaların standartları kadar tüketiciye sunduğumuz hizmetin de farklı ve heyecan verici olması gerekmektedir. Sn. Buzzavo'nun Avrupa ülkelerindeki yetkili satıcılarla ilgili verdiği örneklerle de dikkat ettiğimizde bizler adına sevindirici farklılıklar olduğunu gözlemlemekteyim.

Bizim hedefimiz yaptığımız işte her zaman en iyi olmak ve Avrupa standartlarının altına hiçbir zaman düşmemek olmalıdır. Yaşadığımız yoğun rekabet ortamında yaptığımız yatırımların karşılığını almak her geçen gün daha da zor hale gelmektedir. Bu nedenle kazanç merkezlerinin doğru takibi ve yeni doğacak fırsatların önceden tespit edilmesi karlılığımız açısından kritik önem taşımaktadır. Belki de eskiden kar merkezi olarak görmediğimiz pek çok faaliyeti yeniden değerlendirmeli toplam ciro içindeki yerini yeniden konumlandırmalı ve o faaliyetlere harcadığımız zamanı yeniden gözden geçirmeliyiz. Yeni araç satışında yaşadığımız kar kayıplarını bu yolla telafi etmek mümkün olabilir. Lastik satışlarındaki Avrupa ortalamasının altında olmamız ve burada ki fırsata odaklanmamız gerekmektedir.

Bu ve benzeri konularda yaşadıkları tüm tecrübeleri yaptıkları uygulamaları ve yaşadıkları sıkıntıları bizlerle paylaşarak bize yeni vizyonlar katan tüm panelistlerin ortak noktası mesleğimizin ne kadar vazgeçilmez ve ne kadar önemli olduğunu bir kez daha ortaya koymuştur. Kongreye katılan tüm konuklarımızın bu tecrübelerden faydalandığını ümit ediyor, bundan sonraki kongrelerde de mesleğimize yönelik konular ile sizlerle yeniden biraraya gelmeyi arzu ediyoruz.

Kongre akşamında düzenlediğimiz 25. Yıl gala yemeğimiz ve 1974 yılından önce bayiliğe başlayan büyüklerimize 41 kere maşallah plaketi verdiğimiz organizasyonla çok güzel bir gece yaşadık. Oyder'in kuruluşundan bu yana görev alan başkanlarımızın bir arada sahneye çıkarak plaket verdiği sektördeki büyüklerimizin heyecanı bizleri inanılmaz mutlu etti.

1974 öncesi şirket kuruluşunu yapmış ve o yıldan bu yana bayilik sektörüne hizmet vermiş büyüklerimizin değerli fikirlerini de önümüzdeki sayıda gecenin görselleri ile beraber sizlerle paylaşacağız.

Saygılarımızla,

OYDER Yönetim Kurulu Başkanı
Z. Alp GÜLAN



Otomotiv Yetkili Satıcıları Derneği'nin (OYDER) her yıl gerçekleştirdiği Otomotiv Kongresi'nin 5'incisi bu yıl 7 Nisan 2015 tarihinde İstanbul'da düzenlendi. "Otomotiv Perakendeciliğinin Geleceği" konusunun masaya yatırıldığı kongreye, Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakan Yardımcısı Prof. Dr. Davut Kavranoglu ile birlikte ABD'den Group 1 Auto CEO'su Earl Hesterberg, Ca'Foscari Üniversitesi'nden Doç. Dr. Leonardo Buzzavo ve ICDP Genel Müdürü Steve Young konuşmacı olarak katıldı.



OYDER Otomotiv Kongresi'nde; Perakendeciliğin Geleceği Masaya Yatırıldı

2018'de 100 milyon araç üretilecek

Otomotiv Yetkili Satıcıları Derneği (OYDER) Başkanı Ziya Alp Gülan, dünyada üretim ve satışın doğuya doğru kaydığını belirterek, "Tahminlere göre 2018 yılında dünyada 100 milyon araç üretilecek. Bunun sadece 30 milyonu Çin'de üretilip satılacak" dedi.

Gülan, bu yıl "Otomotiv Perakendeciliğinin Geleceği" ana temasıyla düzenlenen OYDER Otomotiv Kongresi'nde yaptığı konuşmada, otomotiv sektörünün gerek üretim ve ihracat gerekse iç pazar olarak çeşitli dalgalanmalara maruz kalsa da büyümeye devam ettiğini söyledi.

İç pazar satışlarında 2014 yılında yaşanan düşüşe rağmen 2015'in ilk çeyreğinde yakalanan sonuçların yüz güldürdüğünü aktaran Gülan, ÖTV artışı, kurlardaki artış,

OYDER Başkanı Z. Alp Gülan, kongrede yaptığı konuşmada otomotiv yetkili satıcılarının geleceğini masaya yatırarak hem sektörle hem de paydaşlar ile bilgi alışverişinde bulunduklarını kaydetti.





Otomotiv Yetkili Satıcıları Derneği (OYDER) Başkanı Ziya Alp Gülan, dünyada üretim ve satışın doğuya doğru kaydığını belirterek, "Tahminlere göre 2018 yılında dünyada 100 milyon araç üretilecek. Bunun sadece 30 milyonu Çin'de üretilip satılacak" dedi.





OYDER YÖNETİM KURULU BAŞKANI Z. ALP GÜLAN



Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu'nun (BDDK) yaptığı uygulamalar ve taşıt kredisi faiz oranlarının yükselmesi ile beraber çok zor bir 2014 yılı yaşandığını dile getirdi.

Avrupa'da en büyük üretim kapasitesine sahip oldukları hafif ticari araçların K1, K2, SRC1 belge uygulamaları, öz mal kavramı ile operasyonel kiralama yapılamaması gibi etkenler nedeniyle hafif

ticari araç pazar payının düşmesine neden olduğunu bildiren Gülan, K2 belgesindeki fiyat indirimi sayesinde hafif ticari araç satışlarındaki düzelmeyi büyük bir memnuniyetle gözlemlediklerini ifade etti.

Gülan, 2010 senesine kadar ikinci el kullanılmış araç tescilinin 3 ayrı kamu kurumuna gidilerek yapıldığını ve 50 bin liralık bir araç için en az 700 liralık vergi ödendiğini anımsatarak, şöyle devam etti: "2010 itibarıyla Türkiye'de kullanılmış araç sayısı 1,4 milyon idi. Yani bir yılda 1,4 milyon araç el değiştiriyordu. O tarihlerde çalışmalarla Asbis (Araç ve Sürücü Bilgi Sistemi) içinde noterler üzerinden devir işlemi hayata geçti. Geçen sene itibarıyla kullanılmış araçtaki noterlerdeki devir sayısı 5,7 milyondur. Bunun 3,7 milyonu binek otomobillerdir. Kamu bu işten çok istifade etti, çünkü gelirleri arttı. Devir işlemi yapılamadığı için arkadaş ve dost üzerinde kalan arabalardan doğan davalar binlerle ifade edilmektedir. Kamu bunların da hepsinden kendini kurtardı."

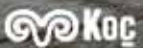
Yeni Nesil Doblò.

Geniş ailelerin
büyük patronları için.



#patronbenim

- Yenilenen İç ve Dış Tasarım • Yakıt Ekonomisinde Sınıfının Lideri Ecojet Motor*
- Yepyeni Ön Panel • 5" Dokunmatik Ekranlı Multimedya Sistemi • Entegre Navigasyon



FIAT'LA HAYAT YOLUNDA

Çağrı Merkezi: 444 22 55 www.fiat.com.tr



*Yeni Nesil Doblò Cargo 1.3 90 HP Ecojet motoru ortalama 4,4 lt/100 km yakıt tüketimiyle 700-1000 kg arası istiap haddine sahip hafif ticari araç pazarında en az yakıt tüketim değerine sahiptir.

Gülan, devir konusunda ise şunları kaydetti: "Bizim teklifimiz, her malın girdiği KDV'den çıkması gerekiyor. Bizler taciriz. Tezgahta duran mal gibi hangi KDV ile ürünü alıyorsa, o KDV ile çıkışının yapılması gerektiğine inanıyoruz. Bürokrat dostlarımızın da bizimle bu konuda aynı fikirde olduğunu biliyoruz."

"16 yaş üstündeki bir aracın verdiği zararın temizlenme maliyeti araç başına 8 bin 464 euro"

OYDER Başkanı Gülan, Türkiye'de 16 yaşın üzerinde 3,5 milyon araç olduğunu belirterek, "Bu araçların 1 kilometredeki karbondioksit salınımları 220 gramdır. Bugün satılan araçlarda ise bu rakam 130 gramdır. Aradaki 90 gramlık farkı, araç parkında bulunan 16 yaş üstü araç sayısı ile çarpığımızda 550 milyon ağacın temizleyebileceği kadar hava kirliliği yarattığı ortaya çıkmaktadır" dedi.

Gülan, Avrupa Birliği hesaplarına göre de 16 yaş üstündeki bir aracın çevreye verdiği zararın temizlenme maliyetinin araç başına ortalama 8 bin 464 euro olduğu bilgisini verdi.

Avrupa'dan gelen ikinci el araçların tırlarla Türkiye üzerinden Irak gibi çevre ülkelere taşındığına işaret eden Gülan, sektörün kullanılmış araçlarla ilgili düzenlenecek bir ihracat uygulamasına ihtiyacı olduğunu dile getirdi.

Ziya Alp Gülan, uzun zamandır yaşanan karsızlık problemleri ve yoğun rekabetin getirdiği sorunlar nedeniyle sıkıntılı günlerden geçtiklerini vurgulayarak, "Sektörün gelişmesi için kuvvetli bir iç pazar, olmazsa olmaz. Eğer bu olmaz ise yeni yatırımcının gelmesi çok zor" ifadelerini kullandı.



Dünyada üretim ve satışın doğruya doğru kaydığına işaret eden Gülan, "Dünyada üretim ve satış doğruya doğru kayıyor. Tahminlere göre 2018 yılında dünyada 100 milyon araç üretilecek. Bunun sadece 30 milyonu Çin'de üretilip satılacak" diye konuştu.

Gülan, otomotiv perakendecileri olarak kamu ile sanayicinin el ele vererek yapacağı çalışmalarda üretilecek bir yerli otomobili satmak için çok büyük bir heyecan içinde olduklarını da vurguladı.

Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakan Yardımcısı Davut Kavranoglu, "Otomotiv Perakendeciliğinin Geleceği" ana temasıyla düzenlenen OYDER Otomotiv Kongresi'nde yaptığı konuşmada, Türkiye'nin 2023 hedeflerini anımsatarak, "İşte bu vizyonu, bu hedefleri yakalayacak Türkiye'ye Yeni Türkiye diyoruz" dedi.

Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakan Yardımcısı Davut Kavranoglu, Türkiye'nin kendi otomobili olmasına büyük önem verdiklerini belirterek, "Bunun da içten yanmalı, konvansiyonel araçlarla olamayacağını görüyoruz. Çünkü orada oturmuş, çok büyük oyuncuların olduğu bir pazar var. Onun için biz Türkiye olarak bunun menzili artırılmış elektrikli otomobil (range-extended) modelinde olmasını öngörüyoruz. Sayın Bakanımızın da, hükümetimizin de yaklaşımı bu yönde ve yakın zamanda açıklayacağımız gelişmeler de bu yönde olacak" dedi.

Hükümet olarak Ar-Ge'ye ayırdıkları kaynak 2002'de 1 milyar dolar iken, bugün bunu 8 milyar dolara çıkardıklarını aktaran Kavranoglu, projesi olanlara bol bol ve çeşitli yöntemlerle kaynak aktardıklarını, ancak arzu ettikleri sıçramanın sağlanmadığını, bekledikleri yeni ekonominin



Bahsi geçen aracın ortalama yakıt tüketimi 100 km'de 7.2L, CO₂ emisyon değeri ise 168 g/km'dir.

Gölgede bırakır.



YENİ FORD **MONDEO** > 1.5L EcoBoost 160PS Otomatik

Yeni Mondeo ile
tanışmak için:



Otomatik vites seçeneğiyle gelen 1.5L EcoBoost motoru tam 160PS güç üretiyor.
Yeni Mondeo üstün performansı ile diğerlerini gölgede bırakıyor.
ford.com.tr/mondeo

   /FordTürkiye



Go Further

dinamosu olacak teknolojilerin ortaya çıkmadığını söyledi.

Bunun çeşitli sebepleri olduğuna işaret eden Kavranoglu, "Ama en önemlilerinden biri, bizim bilim ve teknoloji üretmesi gereken yüksek öğrenim düzenimiz. Maalesef 1980 darbesinden sonra bu amaçla kurgulanmamış olan ve Türkiye'nin eline ayağına dolaşan bir yüksek öğrenim düzenimiz var" şeklinde konuştu.

Güney Kore'nin 20 sene önce aşağı yukarı Türkiye ile aynı seviyede olduğunu anımsatan Kavranoglu, bugün söz konusu ülkenin Samsung'u ile, Hyundai ve çok çeşitli teknoloji şirketleri ile gittikçe artan bir ivme ile parlamaya devam ettiğini söyledi.

Kavranoglu, bunun gibi diğer kalkınmış ülkeler ile dünyaya örnek olmuş şirketleri izlediklerini vurguladı.

"İyi eğitilmiş bir nüfus ve iyi bir internet altyapısı ile yeni ekonomide çok hızlı adımlar atılabilir"

Kavranoglu, dünyanın en parlak fikirlerinin üniversitelerden ve bunların etrafındaki oluşumlardan beslendiğini, üniversitelerin de kendilerini buna göre yeniden şekillendirdiğini söyledi.

"Eğer doğru adımları atarsanız, bugünün dünyasında yeni teknolojilerle, yeni ekonomide çok kısa sürede çok önemli gelişmeler elde etmek ve geçmişten gelen açıkları hızla kapatmak mümkün" diyen Kavranoglu, iyi eğitilmiş bir nüfus ve iyi bir internet altyapısı ile yeni ekonomide çok hızlı adımlar atılabileceğini dile getirdi.

Türkiye olarak bir an önce devlet eliyle teknoloji geliştirmek, devlet eliyle kalkınma yaklaşımından



birçok sektörde olduğu gibi vazgeçilmesi gerektiğini anlatan Kavranoglu, daha çok özel sektörün ve girişimcilerin önünün açıldığı bir paradigma değişikliği ile yola devam edileceğine inandığını, yeni hükümet kurulduğunda da bu yönde atılmış adımların görüleceğini ifade etti.

Gelecek teknolojilere değinen Kavranoglu, "Mesela benim kapım yıllardan beri internete bağlı, internet üzerinden açıyorum onu, artık kumanda aramıyorum" dedi.

Artık sürücüsüz araç devrine girildiğine işaret eden Kavranoglu, "Dün gece internette okudum. Japon bir otomobil şirketi 2016 senesinde Japonya'da sürücüsüz aracı piyasaya çıkaracağına dair taahhütte bulundu" şeklinde konuştu.

10 gün önce Amerika'da iken Amazon'un paketlerini insansız hava araçları ile ulaştırmak için lisans aldığını öğrendiğini anlatan Kavranoglu, dünyadaki değişime dikkati çekti.

Türkiye'nin de kendi otomobili olmasına büyük önem verdiklerinin altını çizen Kavranoglu, sözlerini şöyle sürdürdü:

"Bunun da içten yanmalı, konvansiyonel araçlarla olamayacağını görüyoruz. Çünkü orada oturmuş, çok büyük oyuncuların olduğu bir pazar var. Onun için biz Türkiye olarak bunun menzili artırılmış elektrikli otomobil (range-extended) modelinde olmasını öngörüyoruz. Sayın Bakanımızın da, hükümetimizin de yaklaşımı bu yönde ve yakın zamanda açıklayacağımız gelişmeler de bu yönde olacak. Burada yerli araçtan kastettiğimiz, sahibinin Türk olduğu değil. Türkiye'de tasarlanmış, lisansı Türkiye'de bir şirkete ait olan, Türkiye'de geliştirilmiş ve üretilen, icabında başka ülkelere de lisanslanan bir aracı kastediyoruz." ❖❖❖



ALIŞILMIŞA MEYDAN OKUYAN GELECEK: MAZDA6



MAZDA6 2015



LED Ön Farlar, LED Sis Farları, Kör Nokta İzleme Sistemi, Arka Trafik Uyarısı, Şerit Takip Destek Sistemi, Sürücü Dikkat Uyarısı, Arkâ Akıllı Şehir İçi Fren Desteği ve Aktif Sürüş Ekranı i-ACTIVESENSE ile Mazda6'da! Gelin, zamanın ilerisinde teknolojiyi kendi gözlerinizle görün. MAZDA. ALIŞILMIŞA MEYDAN OKU.

WWW.MAZDA-TR.COM

Mazda6 için ortalama yakıt tüketimi 5.9 litre/100 km, ortalama CO₂ emisyonu 135 g/km'dir.





GÜMÜŞ SPONSOR **AKZO NOBEL KEMİPOL KİMYA SAN. TİC. A.Ş.**

Ozan Hünler, Özel Müşteriler Müdürü



GÜMÜŞ SPONSOR **SAHİBİNDEN.COM**

Boğaç Göncü, Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı



BRONZ SPONSOR **KOÇ FİNANSMAN A.Ş.**

Mustafa Önalp, Genel Müdür Yardımcısı



ALTIN SPONSOR **BP PETROLLERİ A.Ş. - CASTROL**

Hakan İnan, Yetkili Servisler Satış Müdürü



GÜMÜŞ SPONSOR **OTOKOÇ OTOMOTİV TİC. VE SAN. A.Ş.**

Dr. Mehmet Önder Kutman, CFO



BRONZ SPONSOR **DELTA YAZILIM A.Ş.**

Önder Özcan, Yönetim Kurulu Başkanı



BRONZ SPONSOR **BORUSAN MANHEİM AÇIK ART. VE ARAÇ PAZ. VE TİC. LTD. ŞTİ.**

Pınar Özsoy, Kurumsal Satış Müdürü

OYDER Otomotiv Kongresi sponsorları



BRONZ SPONSOR **TUR ASSIST YARDIM VE SERVİS LTD.ŞTİ.**

Levent Karagöl, Genel Müdür Yardımcısı



DESTEKÇİ SPONSOR **MET TEKNİK MAK. İTHALAT İHRACAT SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.**

Mr. Jonas Gunnarsson , Car-o-liner AB Başkan Yardımcısı



BRONZ SPONSOR **TÜV TÜRK KUZAY TAŞIT MUA. İST. YAPIM VE İŞL. A.Ş.**

M.Koray Özcan, İletişim ve İş Geliştirme Direktörü



DESTEKÇİ SPONSOR **BAYRAKTAR OTO. VE SERVİS HİZM. A.Ş. - ResistAll (OTO KORUMA)**

Murat Gürnlü, Genel Müdür



DESTEKÇİ SPONSOR **TURPAK ELEKTROMANYETİK YAKIT İKMAL SİSTEMLERİ TİC. A.Ş.**

Saib Ergör, Araç Montaj Bölüm Müdürü



MEDYA SPONSORU **SABAH (TÜRKÜVAZ MEDYA GRUBU)**

Savaş Ekincioglu, Satış Grup Koordinatörü-Yazılı Medya Reklam



DESTEKÇİ SPONSOR **GfK**

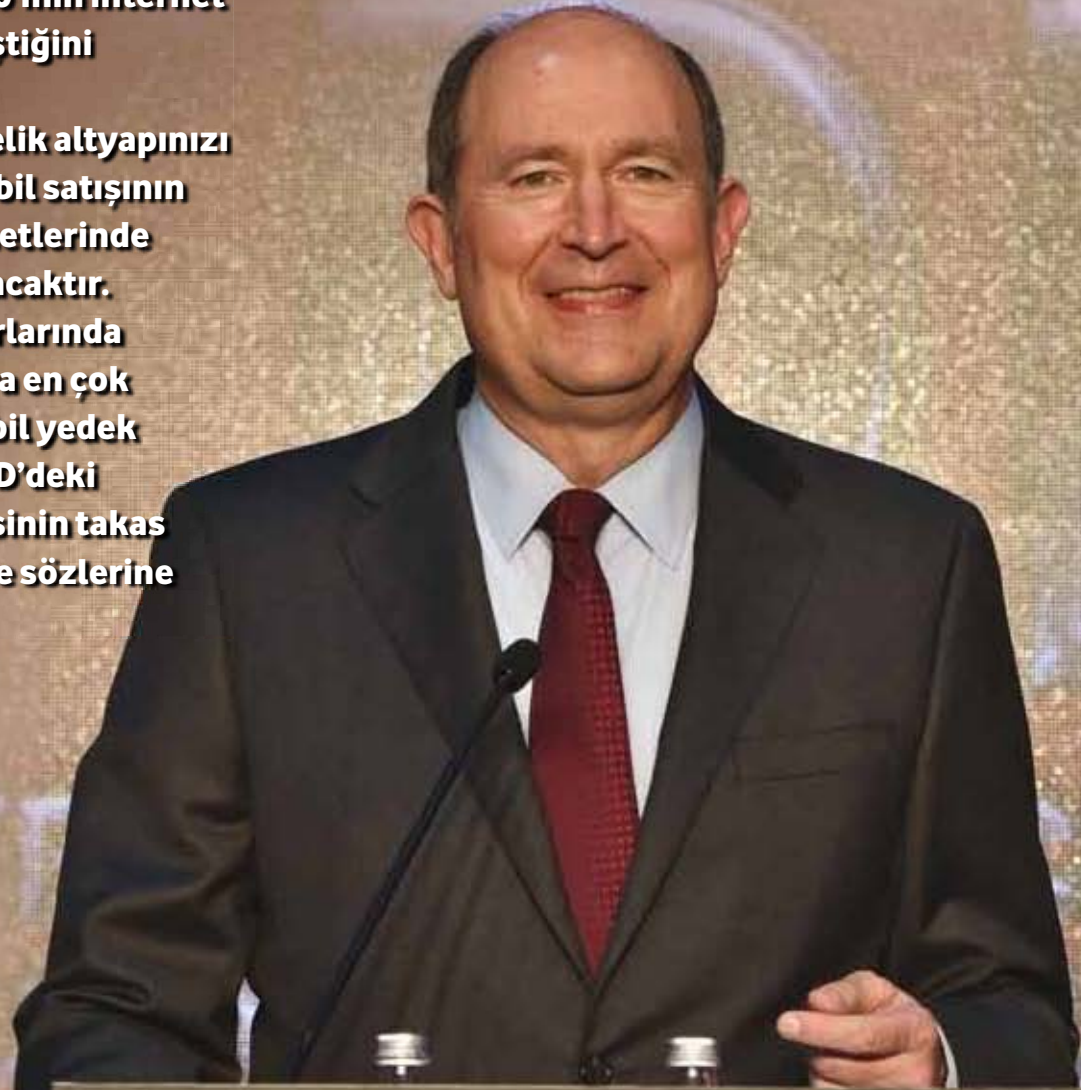
Mesud Şenkardeşler, Otomotiv ve Enerji Sektörü Kıdemli Uzmanı



ULAŞIM SPONSORU **AVIS**

İnan Ekici , Otokoç Otomotiv Araç Kiralamadan Sorumlu Genel Müdür

Group 1 Auto CEO'su Earl Hesterberg, ABD'deki otomobil satışlarının yüzde 90'ının internet üzerinden gerçekleştiğini söyleyerek "Bilişim teknolojilerine yönelik altyapınızı geliştirin. Bu otomobil satışının yanında servis hizmetlerinde de kârlılığınızı artıracaktır. ABD'de arama motorlarında restoranlardan sonra en çok aranan konu otomobil yedek parçasıdır" dedi. ABD'deki satışların yüzde 62'sinin takas ile gerçekleştiğini de sözlerine ekledi.



Group 1 Auto CEO'su Earl Hesterberg "Teknolojiye Yatırım Yapın"

OYDER
OTOMOTİV YETKİLİ SATILICILARI DERNEĞİ
AUTHORIZED AUTOMOTIVE DEALERS ASSOCIATION

Earl Hesterberg, bu yıl "Otomotiv Perakendeciliğinin Geleceği" ana temasıyla düzenlenen OYDER Otomotiv Kongresi'nde yaptığı sunumda, katılımcılara şirketinin pazar çalışmaları ve stratejileri, ABD otomobil pazarı ve şirket olarak girdikleri yeni pazarlar hakkında bilgiler verdi.

ABD'de en büyük maliyetin personel maliyeti olduğunu dile getiren Hesterberg, personel maliyetlerin toplam maliyetin yüzde 60'ını oluşturduğunu söyledi.

Gelecek bir kaç yıl boyunca yedek parça, servis sektörünün ABD'de hızlı şekilde büyüyeceğini ifade eden Hesterberg, ikinci el araç satışının ABD'de yeni araç satışının 2 katı olduğunu, yedek parçanın kendi iş modelleri adına önemli olduğunu aktardı.

"Otomotiv Perakendeciliğinde Gelecek Nasıl Şekillenecek?" konulu panelde de konuşan Hesterberg, aile şirketi olmanın daha küçük pazarlarda olumlu sonuçlar verebileceğini ancak metro pazarlarda daha büyük şirket olmak gerektiğini aktardı. Kira faktörünün bunda önemli olduğunu dile getiren Hesterberg, 6 milyon dolarlık bir bina arsa maliyetinin altından bir aile şirketinin kalkmasının çok zor olacağını, ailenin işi devam ettirebilmek için daha küçük pazarları tercih etmesinin önemine değindi.

Earl Hesterberg, Group 1 Auto'nun cirosunun yüzde 12'sinin parça ve servis gelirlerinden oluştuğunu dile getirerek "Yeni brüt kârımızın yüzde 47'sidir. Parça ve servis hizmetlerinin brüt kârı da şirketimizin toplam sabit giderlerinin yüzde 90'ını içermektedir. Kârımızın yaklaşık yüzde 70'i aslında



araç satışından gelmiyor. Belki ideal değil ama iş modeli bu şekilde çalışıyor. ABD'de işler bu şekilde gelişmektedir. Sizlerin de Türkiye'de iş modelinizi yeniden düşünüp ele almanızda fayda olduğunu düşünüyorum.

Yeni araç satıcı ciromuzun yüzde 58'ine denk gelmektedir. Ama brüt kârımızın yüzde 28'ini oluşturur. Ciromuzun üçte biri, brüt kârımızın üçte biri ile doğru orantılıdır. Bu durum elbette yıllar içinde değişti. Satışlarımızın yüzde 26'sı brüt kârımızın yüzde 11'ini oluşturuyor" dedi.

Earl Hesterberg, araç parkı büyüdükçe parça ve servis hizmetleri işlerinin de buna paralel olarak büyüdüğünü dile getirerek, "Parça servis hizmetlerinde yıllık büyümemiz yüzde 6,9 iken geçtiğimiz yıl bu oran yüzde 10'a çıktı. Bunun nedeni de araç parkımızdaki hızlı büyümedir" diye konuştu. Earl Hesterberg, cirodan ve satıştan yaptıkları kârın tamamının aracın satışından gelmediğini dile getirdi. <<<

ICDP Genel Müdürü Steve Young: “Şirket yönetmekle girişimci olmak arasında fark var”

Avrupa'da satış ve satış sonrası dağıtım alanlarını inceleyen araştırma ve danışmanlık şirketi ICDP'nin Genel Müdürü Steve Young, internette iş yapıldığı kadar iş kaybının da olduğunu kaydetti. Young, artık birçok şirketin alımlarını fiziki olarak değil, online olarak yaptığını söyledi.

ICDP Genel Müdürü Steve Young konuşmasında ICDP'nin faaliyetleri ve araştırmaları üzerine kısa bir bilgi verdi. Steve Young, otomotiv ticaretinde yetkili satıcıların kendilerini geliştirebilecekleri altı alan olduğu bilgisini vererek, "Öncelikli olarak geniş tabanlı bir iş geliştirmek gerekiyor. İkinci alan olarak satış sonrası gelirlerin artırılmasına yönelik daha kapsamlı bir çalışma yürütmelidirler. Üçüncü gelişecek alan, online müşterilerle olan ilişkileri geliştirmekte yatıyor. Dördüncü alan olarak araçların birirleriyle bağlanması konusunda neler yapabileceklerine bakmaları gerekiyor. Bu alan belki imalatçıları ilgilendiriyor ama, araç üzerinde müşteriye uygun teknolojik donanım konusunda yetkili satıcıların da bir şeyler yapabileceğine inanıyorum.

Beşinci alan olarak mevcut işinizi nasıl geliştirmelisiniz konusunda olduğunu ifade etmek istiyorum. Altı alan olarak mobilitayı nasıl kullanmanız konusunda kendini geliştirmelisiniz" diye konuştu.

ICDP Genel Müdürü Steve Young: "Benim bakış açım göre, değişim sürecinde hayatta kalmak ve gelecekte başarılı bir oyuncu olmak çalışanlar, süreçler, mülkler ve sistemler üzerinde ciddi değişikliklerin yapılmasını gerekli kılacak. Daha önemlisi, bayilikten perakende satışa geçişi yansıtan bir tutum değişikliğinin yapılması gerekiyor.

Çoğu sektörden farklı olarak ürünün kendisi dayanıklıdır ve ikinci el otomobil olarak yeniden satışa sunulmak üzere geniş ve kârlı bir pazara sahiptir. Ürünle ilintili satış sonrası olanakları ile finansman ve sigorta olanakları da mevcut. Danışmanlık çalışmamız sırasında, bayilerin sahip oldukları şu olanaklar bizzat ikinci el otomobil satışının kendisinden daha fazla kâr doğuruyor: İkinci el otomobiller vs. söz konusu olduğunda sıfır otomobiller için geçerli olan yaklaşıma benzer bir yaklaşımın benimsenmesi. Uygun finansman ve sigorta seçeneklerinin sunulması. Otomobilin yaşına ve değerine uygun müşteriye özel, uygun fiyatlı teklifler sunularak müşterinin satış sonrasında elde tutulmasının sağlanması.



ICDP Genel Müdürü Steve Young, ICDP'nin yaptığı araştırmaların müşteri davranışlarını değiştirdiğini dile getirdi. Steve Young "Satış sonrasında sunulan hizmetlerin hacmindeki düşüş ve her şeyin dijital olmasının yarattığı etki gibi diğer etmenlerin yanı sıra bu durum, bir bütün olarak endüstrinin satış ve satılan otomobillere destek sağlanması sürecinde, müşterilerle etkileşim kurma biçiminde köklü bir değişikliğe neden oluyor. 'Daha iyi bir bayi' olmak, hayatta kalmak ve gelişmekte olan dünyada başarıyı elde etmek için yeterli olmayacak. Geleneksel anlamda bayilik işletme alanında uzun yıllar boyunca deneyim kazanmış olanların bile gelecekte başarılarını sürdürmeleri garanti değildir. Avrupa çapında ve daha genel bir çerçevede yürütmüş olduğumuz araştırmalarda; kısa vadede bayilerin iyi bir hizmet sunabilmek için bu altı kritik alanın dikkatli ele alınması gerekiyor" dedi. 🌟🌟🌟

**YENİ
DİZEL OTOMATİK
FORESTER**

GELDi.



SUBARU

Confidence in Motion

*Forester Dizel: 163 g/km, 6,3 lt/100km

www.subaru.com.tr
facebook.com/turkiyesubaru
twitter.com/turkiyesubaru

Bayraktar



Otomotiv Perakendeciliğinde Gelecek Nasıl Şekillenecek?

Kongrenin ana teması olan "Otomotiv Perakendeciliğinde Gelecek Nasıl Şekillenecek?" sorusuna ise, Okar Otomotiv ve ikinci-elotomobilim.com Yönetim Kurulu Başkanı Sami Nacaroğlu'nun moderatörlüğünde; Boğaziçi Üniversitesi Yaşamboyu Eğitim Merkezi (BÜYEM) Müdürü ve Yönetim Kurulu Üyesi Y. Doç. Dr. Tamer Atabarut, Doç. Dr. Leonardo Buzzavo, Steve Young ve Earl Hesterberg'in katılacağı panelde yanıt arandı.

Şirketlerin iş yapma biçimleri değişiyor

Boğaziçi Üniversitesi Yaşamboyu Eğitim Merkezi (BÜYEM) Müdürü ve Yönetim Kurulu Üyesi
Y. Doç. Dr. Tamer Atabarut

Kongre'de lansmanını yapılan "Türkiye'de Otomotiv Perakendeciliğinin Geleceği" kitabı üzerine değerlendirmelerde bulunan Tamer Atabarut, "OYDER ile birlikte gerçekleştirdiğimiz çalışma uluslararası geçerliliğe sahip araştırma

kuruluşlarından ve otoritelerinden elde edilerek oluşturulmuştur. Bu kitabı hazırlarken sadece otomotiv sektörü ile ilgili verilere bakmadık. Aynı zamanda müşterilerimiz ve çalışanlarımıza da yöneldik. Hepimiz artık insan kaynakları yönetiminde müthiş bir dönüşüm olduğunun farkındayız. Yine aynı şekilde müşterilerimizde değişiyor. Bu da şirketlerde iş yapma biçimimizin değişmesine neden oluyor.

Y ve Z nesillerinin ortaya çıkması, onların pazara yaklaşımı da bir değişim nedeni olacak. Artık dijital bir dünyaya doğru yöneliyoruz. Dijital pazarlama, satış ve satış sonrası yaklaşımlarını bizlerin geliştirmemiz ve değiştirmemiz gerekiyor. İş hayatında karşılaştığımız Y nesli, 18-20 yaşları arasında gençlerdir. Y neslinin toplam nüfus içerisindeki yüzdesi, bir önceki nesle göre daha fazladır. Bizim nüfusumuzda genç sayısı giderek artmaktadır. Bizim çocuklarımızın çoğu, çalışanlarımız ve alıcılarımız da Y neslidir" dedi.

AKILLI SEÇİM: SEAT LEON



TECHNOLOGY TO ENJOY

SEAT Leon'lar avantajlı fiyatlarıyla Avek Otomotiv'de.

Siz de Leon'un üstün teknolojisi, benzersiz konforu, modern tasarımı ve yakıt verimliliğiyle sürüş keyfinize keyif katmak istiyorsanız, bu fırsatı kaçırmayın.

SEAT.COM.TR

Leon modelinin ortalama CO₂ salınımı 99-154 g/km, ortalama yakıt tüketimi 3,8-6,6 lt/100km değerleri arasındadır. Kampanya 30 Nisan 2015 tarihine kadar Avek Otomotiv'de geçerlidir ve stoklarla sınırlıdır. İlanındaki araç, renk ve donanım özellikleri açısından farklılık gösterebilir.

AVEK OTOMOTİV

Tem Otoyolu Tekstilkent Girişi Giyimkent Cad. No:2 Esenler Tel: (0212) 440 25 25

Bir bayinin hayatta kalabilmesi için işletim sistemini değiştirmesi gerekli

**Ca' Foscari Üniversitesi Öğretim Üyesi
Doç. Dr. Leonardo Buzzavo**

Leonardo Buzzova, tüm dünyada 20 yıl içerisinde binlerce yetkili satıcı ile çalıştığını dile getirerek, "Her seferinde yetkili satıcılar çocuklarından söz ederken gözlerinin pırıl pırıl parladığını gördüm. Çünkü onlar çocuklarının da yetkili satıcı olacağını hayal ederler. Daha büyük işlere imza atacaklarını ve daha büyük maceralara atılacağını düşünürler" dedi. Buzzova, yetkili satıcıların çocuklarını serbest bırakmaları gerektiğini salık vererek, "Başarılı bir yetkili satıcı olan baba rolü, onların üzerinde çok büyük bir yük oluşturur. Yetkili satıcıların akıllı olanları, çocuklarını bu alanın dışında bir eğitime tabi tutuyorlar. Sonra geri gelmelerini, şirketi yönetmelerini ve yol çizmelerini istiyorlar" dedi.

Leonardo Buzzova, İtalya ve Avrupa'da yakın geçmişte yetkili satıcıların yaklaşık yüzde 20-30'unun şirketlerini sattıklarını ya da iflas ettiklerinin bilgisini verdi.

Bugün yetkili satıcılar önceden belirlenmiş belirli bir çerçevede işini yönetiyorlar

**ICDP Genel Müdürü
Steve Young**

Steve Young, İngiltere'nin otomotiv sektörünün kendine has bir çizgisi olduğunu dile getirdi. Young, "İngiltere'de halka açık şirket sayısı açısından güçlü bir yetkili satıcı yapısı vardır. Genel eğilim sadece İngiltere'de değil ama Avrupa'nın geri kalan bölümünde de iş modeli değişiyor. Bugün yetkili



satıcılar önceden belirlenmiş belirli bir çerçevede işini yönetiyorlar. Şirketi yönetmek ile, girişimci olmak arasında bir fark var" dedi. Steve Young pazar yapısı gereği yetkili satıcı şirketlerini ikiye ayırdığını dile getirdiği konuşmasında, "Aile şirketlerinin rekabet edemeyeceği büyük bir pazar var. ABD'nin küçük şehirlerinde 17 bin adet yetkili satıcı var. Bunlar hep aile şirketi olmaya mahkumdur. ABD'de 200 binden fazla kişinin yaşadığı bir şehirde ise büyük şirket olmak gerekiyor. Aile işiniz zaman içerisinde devam etsin istiyorsanız, küçük pazarlara yönelmeniz gerekiyor. Küçük pazarlarda arsanın ve binanın maliyeti daha düşüktür. Ve sabit maliyetlerini orada kolay yönetebilirsiniz. Pazar büyüyüp işler pahalı hale gelmeye başlayınca, o zaman durup düşünmek gerekiyor. Ya da satın nakide dönmeyen ya da profesyonel yönetime geçmenin zamanı gelmiştir." dedi.

Araç satışında kâr arz talep dengesinde yatıyor

**Group 1 Auto CEO'su
Earl Hesterberg**

Earl Hesterberg, araç satışında kârın arz talep dengesinde olduğunu söyleyerek, "Sağlıklı küresel OEM'lerde bunun arkasında itici güçtür. Arz çoksa, biraz da talep varsa araç bir emtia haline gelir. İşte bu yüzden daha yaratıcı olmak gerekmektedir. Farklı kâr etme yöntemleri geliştirilmelidir. OEM biz bir araç sattığımızda zaten ne kadar kâr edeceğimizi belirliyor. Günün sonunda iş dönüp dolaşıp arz talep dengesine gelmektedir.



Hayatın her alanında...

Hızlı Kredi ile hayatın her alanında, krediniz Koçfinans'ta...



TAŞIT



TRAKTÖR



BAYİ FİNANSMANI



FİLO



AĞIR VASITA



MORTGAGE



SİGORTA



EĞİTİM



MOBİLYA



BEYAZ EŞYA



MOTOSİKLET



MUTFAK

ICDP Genel Müdürü Steve Young

Steve Young ABD'de bir yetkili satıcı yeni araç satışında kâr oranının 3,8 olduğunu dile getirdi. Young, "İngiltere ise imalatçılar çok iyi sözleşmeler yapıyor. İngiltere'de yeni araç satışında kâr oranı ise yüzde 2 civarındadır. Avrupa'nın geri kalanında ise yüzde 1 veya daha altındadır. ABD pazarı diğer pazarlara göre çok daha iyi bir pazardır" dedi.

Steve Young "ICDP, deneyimine ve sektör genelinde çeşitli pazarlarda yürütmüş olduğu araştırmaya dayalı olarak, yıkıcı değişimlerin yaşandığı bir döneme girmiş olduğumuza inanıyor. Perakende otomobil satışı ve dağıtımı, bu 10 yıllık süreçte iş modelinde köklü değişiklikler yaşanmasına neden olan bir değişim sürecinden geçiyor. Bu değişim süreci, çevrimiçi unsurları da kapsayacak. Ancak bakım ve onarıma ihtiyaç duyan, değeri yüksek ve karmaşık bir ürün yine de satış ve servis sürecini desteklemek üzere bir tür fiziksel ağa ihtiyaç duyacak. Benim bakış açım göre, değişim sürecinde hayatta kalmak ve gelecekte başarılı bir oyuncu olmak çalışanlar, süreçler, mülkler ve sistemler üzerinde ciddi değişikliklerin yapılmasını gerekli kılacak. Daha önemlisi, bayilikten perakende satışa geçişi yansıtan bir tutum değişikliğinin yapılması gerekiyor" diye konuştu.

Kârın size gelmesini bekleyemezsiniz Group 1 Auto CEO'su Earl Hesterberg

Earl Hesterberg, yetkili satıcının hizmet satıcı bir anlamda da bir tedarikçi olduğunu söyledi. Hesterberg, "İmalatçılar her zaman tedarikçilerini



GROUP 1 AUTO CEO'SU EARL HESTERBERG

biraz sıkıştırırlar. İmatçı aslında bu işin içinde kâr tasarlamaz. Bu açıdan düşündüğünüzde siz kendi işiniz içinde büyüyüp başka kâr kaynakları yaratacaksınız. Ya da kârın size gelmesini bekleyeceksiniz.

Bugün yetkili satıcıların çoğu keşke 5 yıl önce yaptıkları işi bıraksaydık diye düşünüyor. Yetkili satıcılar sadece ana işlerini yapsalar bile ortalama kârlar giderek düşmektedir" dedi.

Yönetim Kurulu Üyesi Y. Doç. Dr. Tamer Atabarut

Tamer Atabarut, yetkili satıcıların varlıklarına odaklanmalarının da önemli bir konu olduğunu dile getirdi. Atabarut, "Sizin varlıklarınız insan kaynaklarınız, teçhizatlarınız, ekipmanlarınız ve satış gücünüzdür. Herşeyden önce yetkili satıcıların güçlü olan yönlerini tanımaları gerekmektedir. Yetkili satıcılar 3S yöntemine bakarak, satış sonrası hizmete de yönelmesi gerekir. Türk pazarında satılan araç sayısı AB'nin biraz gerisindedir. Bin kişi başına 151 araç düşmektedir. Bu yetkili satıcılar için iyi bir haberdır. Demek ki araç sahibi olabilecek ve talep edecek çok insan olduğunu anlamına geliyor. Bu da ülkemizde sektörün büyüceği anlamına geliyor" dedi. <<<



ICDP GENEL MÜDÜRÜ STEVE YOUNG



Mis gibi bir karnaval olsun!

Ford Yetkili Satıcısı Gizerler olarak
Nisan'da Adana'da Portakal Çiçeği Karnavalı'nda
güzel vakit geçirmenizi dileriz.



Ford Yetkili Satıcısı
Gizerler

Adana : Tel: (0322) 346 80 80
Osmaniye : Tel: (0328) 812 00 40

ford.com.tr

**Ca' Foscari Üniversitesi Öğretim Üyesi
Doç. Dr. Leonardo Buzzavo:**

“Yetkili satıcılar hala ana oyuncu rolündeler”

**Dünyanın her yerinde bayilerin
araba satmak için en iyi yer
olduğunu vurgulayan Buzzavo,
ancak burada yapılması gereken
şeyin süreçlerin güncellenmesi
olduğunu dile getirdi.**

**Akıllı telefonlardan örnek veren
Buzzavo, bir bayinin hayatta
kalabilmesi için işletim sistemini
değiştirmesi, yeni uygulamalar
yüklemesi gerektiğini ifade etti.**



Otomotiv perakendeciliğinde en iyi uygulamalar ve müşteri deneyimleri

Doç. Dr. Leonardo Buzzavo, Quintegia adlı otomotiv sektörü üzerine araştırma yürüten ve eğitim veren bir şirketin kurucu ortağı ve başkanlığını sürdürmektedir. Otomotiv Bayi Günü ve Otomotiv Dağıtım Zincirleri için şirketlerin bir arada olduğu, Avrupa'nın önde gelen fuarında program koordinatörlüğü yapmaktadır.

Doç. Dr. Leonardo Buzzavo konuşmasında ICDP'de araç dağıtımının tüm yönlerini içine aldığı araştırmalar yapmaya devam ettiğini dile getirdi. Doç. Dr. Leonardo Buzzavo, otomotiv sektörünün bir çok yerde olgun sektör olarak adlandırıldığını ve bunun yanlış bir yaklaşım olduğunu söyledi. Buzzavo, "Olgun sektör değil, ancak olgun strateji diye bir şeyden söz edebiliriz. Sektörün bazen taze stratejilere ve inovasyona ihtiyacı olabilir. Buna paralel olarak zaman zaman tedarikçilerin de iş yapma biçimlerini değiştirmesi gerekiyor. Otomotiv sektörü hala çok güçlüdür, söyleyecek çok sözü vardır. Ve heyecan verici bir sektördür, sadece insanların her gün yaptıkları işleri biraz değiştirmesi gerektirmektedir" dedi.

Doç. Dr. Leonardo Buzzavo, yetkili satıcıların önünde bazı zorluklar olduğunu dile getirerek, "Günümüzde arz talepten daha fazla seyretmektedir. Bunun yanında ise işimiz oldukça karmaşıktır. Sattığımız ürünü teşhir etmek, o ürünün bilgisini öğrenmek, pazarlamasını yapmak ve işi yönetmek giderek zorlaşmaktadır. Yetkili satıcılar yaşadıklarını tüm zorluklara rağmen sektörde hala ana kanal oyuncularındır. Otomotiv üretiminin yanında satışının da yapılabilmesi için, bir aktör olarak üreticilerin bayileri olması gerekiyor. Bütün dünyada otomobil satmak için yetkili satıcılar hala en iyi yerlerdir. Yetkili satıcılar açısından yapılması gereken tek şey süreçlerin yeniden gözden geçirilmesidir" dedi.

Doç. Dr. Leonardo Buzzavo yetkili satıcıları akıllı telefonlara benzettiğini söyleyerek, "Bizler



Her müşterinin akıllı telefonu var. Artık müşteri dijital hale geliyor. Herkes dijital platformları kullanıyor. Bu yüzden fiziki bir müşteriyle dijital bir müşteri birbirinden farklıdır dememelisiniz. Dijital aynen elektrik gibidir, hem vardır hem de yoktur. Bu ölçebilmek için ikisini iyi harmanlamanız gerekiyor. Bu yüzden hem fiziki hem de dijital müşterilerinizi yakından takip edip ölçümlemelisiniz. Yok yakın gelecekte, yetkili satıcılar müşteri raitinglerine bakacaklar. Müşterinin verdiği nok çok önemlidir. Tutarlı, gerçek, düzgün olmak ve pazarlama politikanızı doğru seçmek ve buna devam etmek gerekiyor.

akıllı telefonlarımızı bile sürekli güncelliyoruz, yeni işletim sistemlerini yüklüyoruz. Ya da uygulamalarımızı güncelliyoruz. İşte bir yetkili satıcının da ayakta kalabilmesi için işletim sistemini değiştirmesi ve yeni uygulamalar yüklemesi gerekiyor. Ölçmek, daha yapılandırılmış bir yaklaşım, müşteri yönetimi, garanti sürelerini uzatabilmek gibi kavramlar yeni uygulamalar olarak hayatımıza giriyor. Eğer bunları yapmazsak, yani yeni uygulamaları kendimize yüklemesek bu telefon çalışmayacaktır" diye konuştu.

Doç. Dr. Leonardo Buzzavo, otomotiv sektörünün marka standartları açısından çok önemli olduğunu altını çizerek, "Üreticilerin marka standartları konusunda bir takıntısı bulunuyor. Bunlarında güncellenmesi gerekiyor. Yani yeni bir dünyaya güncellenmek gerekiyor. Marka standartları için para ödemek ve bu güce sahip olabilmek lazım. Bugün önemli olan marka standartlarının yeniden ele alınması önemli bir şarttır. Müşterinin gözünde değeri artmalıdır. Çünkü sonuçta son kararı veren müşteridir. Günümüz dünyasında marka standartlarını ne mühendis, ne aracı üreten ne de satan şirketler değil buna müşteri karar verecektir" dedi.

Bugün artık müşteri deneyimi daha önemlidir

Apple örneğini veren Doç. Dr. Leonardo Buzzavo, "Şu anda Apple gezegendeki en değerli şirkettir ve güçlü bir markadır. Bir Apple Store gibi satış noktalarına sahiptir. Bu satış noktaları hepsi birbirinin aynısı değildir. Bu noktaların sadece logoları ve müşteri deneyimleri aynıdır. Bu örnekten yola çıkarak baktığımızda otomotiv

Yetkili satıcıların perakende olarak ikinci el araç satışını hedeflemesi gerekiyor. 100 yeni sıfır araç için, 100 ikinci el araç satmanız lazım gibi bir hedefle yola çıkın. Yetkili satıcı olarak hedefiniz bu olmalıdır. Sizler ikinci el araçları kiralama şirketlerinden ya da açık artırma ile satın alıyorsunuz. Kârlı bir yetkili araç satıcısı, ikinci el araç satarkende kâr eder. Ben, yetkili satıcıların ikinci el araç ticareti işine girmeden kâr edebileceklerini düşünemiyorum.

sektöründe üreticiler bu fiziksel standartlara neden bu kadar takılmış durumdadırlar diye sormak durumundayız. Bugün artık müşteri deneyimi daha önemlidir. Ve buna odaklanmak gerekiyor.

Çoğu pazarda yetkili satıcıların lokasyonlarında birden çok markanın satışı yapılıyor. Örneğin İtalya'da yetkili satıcıların yarısından fazlası çoklu markalı satış noktalarıdır. Bunun perakende satış yapan ve üretici içinde iyi bir durum olduğuna inanıyorum. Sadece bir markayı temsil etmek, ürünün yaşam döngüsüne kısıtlı kalmak anlamına geliyor" dedi.

Doç. Dr. Leonardo Buzzavo, yetkili satıcıların showroomlarının atmosfer olarak soğuk yerler olmamasına dikkat edilmesi gerektiğini dile getirdi. Buzzovo, "Bazı yetkili satıcılar gördüm, showroomlarını daha sıcak hale getirmeye çalışıyorlar. Sadece gri bir zemin üzerine araçları dizmek yetmiyor. Bizler başka sektörler bakarak çok şeyler de öğrenebiliriz. Çeşitli merkezlerde alışveriş yaparken, renkler, şekiller, ilgimizi çeken unsurlar görüyoruz. Böylece oraya gidesiniz gerekiyor. Yetkili satıcılar milyonlarca dolarlık bayi yatırımı yapıyorlar fakat bu binalar müşterilere kimi zaman soğuk gelebiliyor. Bu açıdan showroomlarımızı bir AVM mağazası gibi renklendirmeyi düşünebiliriz" diye konuştu.

Leonardo Buzzova, yetkili satıcılarda yapılan müşteri etkinliklerine değinerek, "Bazen bende müşterileri showrooma çekmek için yapılan etkinliklere katılıyorum. Müzik dinleniyor, yemek yeniyor. Bana göre bu etkinlikler güzeldir, fakat bunların bir hikayesi de olması gerekiyor. Örneğin, sporla, güvenlikle ya da çocukların güvenliğiyle ilgili konu başlıklarında etkinlikler düzenleyerek bu na ilgi duyan insanları showrooma çekmek daha da önemlidir. Ya da sanat ve kültürle ilgili bir temanız olabilir" dedi. Etkinlerin hikayeleri



olmasının yetkili satıcıları daha sıcak hale getireceğini söyledi.

Leonardo Buzzova, "Üretici size bir ürün veriyor, ve bu ürün tüm yetkili satıcılarda aynıdır. Müşteri bu aynı ürünü sizin hikayenizde, sizin etkinliğinizde sizin sıcaklığınızı ve farklılığınızı bularak satın alacaktır" dedi. Diğer önemli bir konunun ise reklam olduğunu dile getiren Leonardo Buzzova, "Yetkili satıcılar reklama çok para harcıyorlar. Bazı yetkili satıcılar bu reklamların geri dönüşlerini ölçüyorlar. Bu yapmanın aslında çok da basit bir yolu var. Farklı telefon numaralarıyla pazarlama kampanyaları düzenleyin. Dolayısıyla hangi telefonun daha çok ya da az çaldığını göreceksiniz. Hangisi çok çalışırsa o kampanya işe yarıyor demektir. Aynı şey e-postalar için de geçerli. Örneğin dört farklı radyo kanalında reklamlarınızı farklı telefon ve e-postalar ile yayınlayabilirsiniz. Böylece her bir kanaldan elde ettiğiniz geri dönüşü daha rahat ölçebilirsiniz.

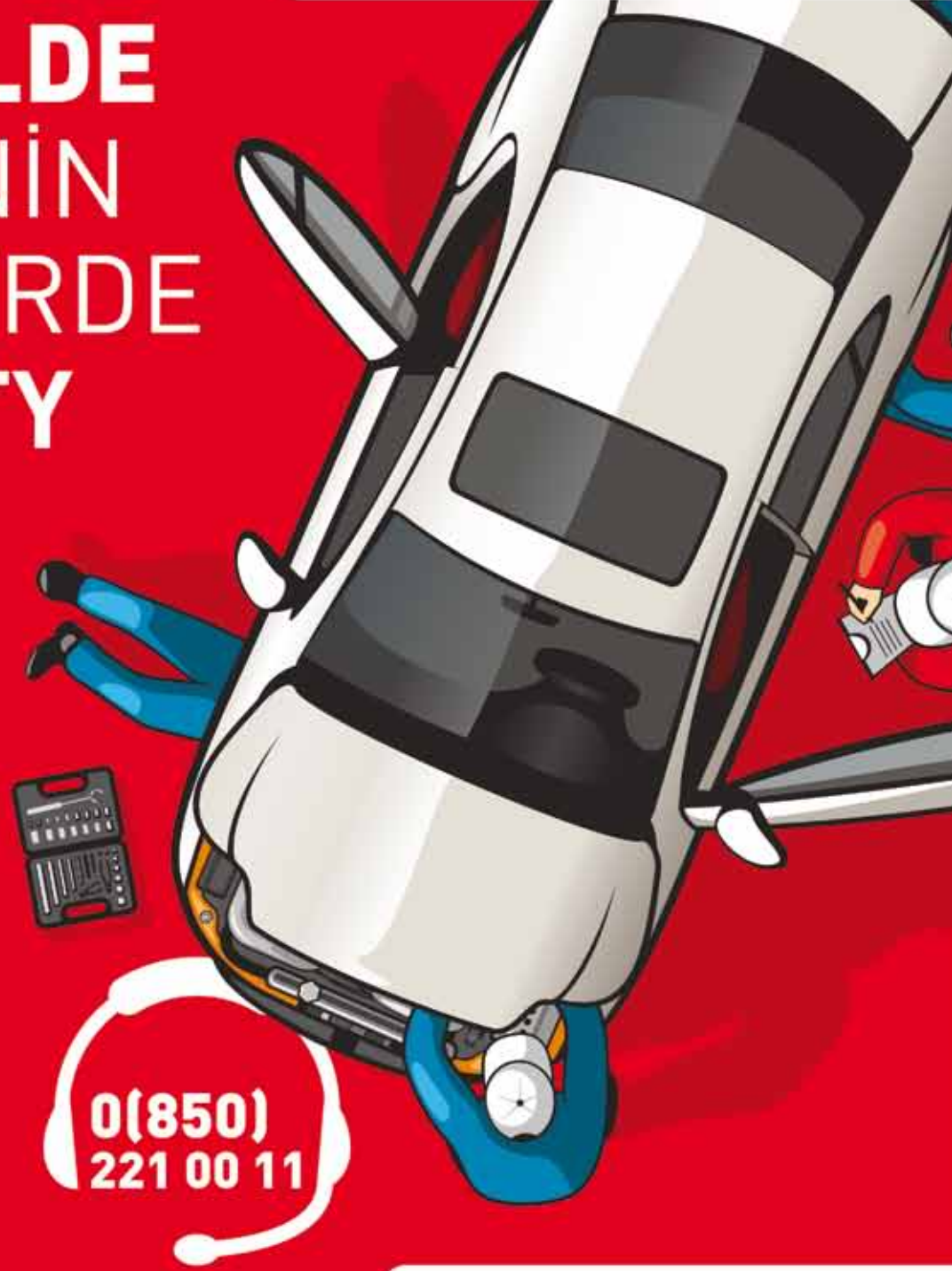
Ayrıca müşterilerinizin mesaj yazmasını mümkün kılmalısınız. Günümüzde çok az insan telefona ve e-postaya geri dönüşte bulunuyor. Artık telefon ile mesaj yazıyorlar. Bizlerde aynı şekilde mesajlar gönderiyoruz. Bu açıdan yetkili satıcılar mesaj atılabilir telefonlar kullanmalıdırlar. Artık 'Y' kuşağından söz ediyoruz. Y kuşağı iletişimi sadece telefon mesajı göndererek kullanıyor. Mesaj kanalı, telefon numarasından ve e-postadan artık daha önemlidir" dedi. <<<

Yetkili satıcılar süper kahramanlar gibidirler. Şirketlerini kuran, var eden ve yükselten kişilerdir. Etraflarındaki insan grubundaki insanlara göre bir hikayeleri vardır. Yani gökyüzüne bakıp saatin kaç olduğunu söylebilen kişilerdir. Şimdi saat imal edebilen kişiler çıktı. Şimdi kendinize şu soruyu sormak gerekiyor, siz zamanı söyleyen kişi mi olmak istiyorsunuz, yoksa saati üreten kişi mi? Yani elemanlarınıza işi yürütmek için gerekli araçları mı vermek istiyorsunuz? Ya da kendinize bağlı hale mi getirmek istiyorsunuz? Şirketin bir kişiye bağlı olması iyi bir şey değildir. Süreçleri ve prosesleri yaratmak gerekiyor. Günümüzde herşey performans ölçümüne dönüştü. Şirket yönetimi duygusalıktan çıktı. Artık herşey ölçümlemeye ve rakamlara dayanıyor.

MapfreWarranty

2.EL OTOMOBİLDE GARANTİNİN BİTTİĞİ YERDE WARRANTY BAŞLAR!

- 2.El Otomobil Garantisi "Warranty" ürünü, aracınızın karşılaşılabileceği mekanik ve elektrik arızalarının finansal yükünden sizi kurtarır.
- Aracın en kritik parçalarını, işçilik ücretlerini ve yol yardım hizmetlerini kapsar.



TUR

ASSIST

a MAPFRE company



Mobil cihazınızla sayfalarımıza ulaşmak için QR kodu okutunuz!



/turassist

turassist.com / turassistleyasam.com



Otomotiv perakendeciliğinde en iyi uygulamalar Paneli

Doğru işleri yapmak gündemimizin ana konusu olacak

**KTConsulting
Kurthan Tarakçioğlu**

Otomotiv sektöründe bugüne kadar hem perakendeciler hem de üreticiler tarafında işleri hep doğru yapmaya odaklandık. Ancak görünen o ki, bundan sonra doğru işleri yapmak gündemimizin ana konusu olacak. Hangi konulara el atmak, hangi konuları iyileştirmek gibi alanlarda işlerimizi nasıl doğru yapabiliriz?

Müşteri açısından bütünleşik marka ve bayi yönetimi önem kazanıyor

**Tofaş CEO'su
Cengiz Eroldu**

Ben, 19 yıldır Tofaş'da çalışıyorum. Uzun yıllar mali sahalarda görev aldım. En son Tofaş'ın CFO'luğu görevinden, CEO'luk görevine getirildim. 19 yıldır Tofaş'ın bayi teşkilatı ile çok yakın temasımız oldu.

Avrupa ve Dünyadan "En İyi Uygulamalar"ın kongreye katılanlar ile paylaşıldığı ve Kurthan Tarakçioğlu'nun yönettiği panelde, Doç. Dr. Leonardo Buzzavo ve ICDP Genel Müdürü Steve Young ile beraber Tofaş CEO'su Cengiz Eroldu konuşmacı olarak yer aldı.

Ben yetkili satıcılarımızın hepsinin hikayesinin bir başarı hikayesi olduğunu düşünüyorum. Otomotiv sektöründe gerçekten işleri doğru yapmak için tek tek farklı süreçlere odaklandık. Satış için ayrı, satış sonrası için ayrı çözümler, pazarlamada ve müşteri hizmetlerinde hep ayrı sistemleri uygulamaya koyduk. Bugün, artık müşteri açısından bütünleşik marka ve bayi yönetimi önem kazanıyor. Bizler artık müşterilerimize farklı noktalarda dokunuyoruz. Bu açıdan bu değişik noktalarda farklılıklar yaratmak giderek önem kazanmaktadır. Artık müşteriye bütünsel bakarak süreçlerimizi yeniden gözden geçirmemiz gereklidir. Tek tek süreçlerdeki başarılar ile farklılaşmamız bence mümkün olmayacaktır.

Günümüzde bir ürünün satışını yaparken sadece o ürünün fiyatıyla, teknik özellikleriyle, kalitesiyle farklılaşmak da mümkün değil. Sektörümüzde ürünler arasındaki farklılıklar artık çok asgari seviyelere geldi. Bugün hem markaların hem de yetkili satıcıların ciddi bir farklılaşma ihtiyacı var.

sahibinden.com Geçici Numara'yla kişisel numarasını kullanmadan ilan vermek isteyenlere numara çok!



Artık otomobil ilanınızda kişisel telefon numaranızı yayınlamadan iletişim kurabilirsiniz.
Ücretsiz kullanabileceğiniz **sahibinden.com Geçici Numara** servisiyle
otomobilinizi rahat rahat satın.

sahibinden.com

Bu farklılaşma ihtiyacını sağlayacak olan araçlardan bir tanesi müşteri deneyimidir. Bugün müşteriler bir havayolu şirketindeki hizmetten çok memnun kalıyorlarsa, kendilerini orada özel hissediyorlarsa, bir bayiye geldiklerinde de benzer bir memnuniyeti arıyor. Dolayısıyla bizim rakibimiz yalnızca markalar veya diğer bayiler değil. Bugün bir kahve satan dükkan da bizim rakibimiz, 5 yıldızlı otel de bizim rakibimiz, havayolu şirketi de bizim rakibimiz,

Web aracılığıyla tüketiciyle iletişime geçilebilir

ICDP Genel Müdürü Steve Young

İnternetin yaygınlaşmasıyla beraber, insanlar internet dünyasında artık iş yapıyorlar. Fakat unutmamak gerekiyor ki internet dünyasında iş de kaydebiliyor. Avrupa'da, ABD'de ve dünyanın bir çok bölgesinde müşteriler online satın alma işlemi gerçekleştiriyorlar. Fiziken yetkili satıcıya gitmeden önce de online de satın alma yapıyorlar. Markalar ve yetkili satıcılar muhtemel müşterilerini yakalayabilmek için pek çok şey yapıyorlar.

Dünyanın bir çok yerinde markaların, müşterinin elini kaldırıp da araç almak istiyorum demesine fırsat tanımıyor. Bu açıdan en uygulama ya da sahip olmamız gereken şey sadece web sitesi sahibi olmamız değildir. Web sitesi, pasif bir pazarlama aracı ya da bir banner reklamı olarak algılanmalıdır. Biz müşteriyi nasıl cesaretlendirmemiz gerektiğine bakmalıyız. İnteraktif araçları kullanarak müşteri karşısında farklılaşmayı düşünmeliyiz. Her müşteri, potansiyel



TOFAŞ CEO'SU CENGİZ EROLDU

Otomotiv Perakendeciliğinde En İyi Uygulamalar ve Müşteri Deneyimleri" başlıklı panelde konuşan Eroldu, müşteri deneyiminin bir amaç değil, bir araç olduğunu söyledi. Bayilerin asıl amaçlarının farklılaşmak olması gerektiğini, asıl rekabetin artık markalar arası olmadığını vurgulayan Eroldu, sektör dışında bir rekabetle karşı karşıya bulunduklarını dile getirdi.

bir satış anlamına geliyor. Bizim onlara sunacağımız şeylere odaklanmamış gerekmektedir.

Bir başka önemli olan konu müşteri ile fikir alışverişine girebilmektir. Biz onların ziyaret ettiği yetkili satıcılar olalım ve onlar bizden etkilenebilsinler. Onların e-posta, telefonla sordukları soruya anında cevap verebilelim ki bizim sattığımız markayı önceliklendirebilsinler.

Bir bayinin hayatta kalabilmesi için işletim sistemini değiştirmesi gerekli

Ca' Foscari Üniversitesi Öğretim Üyesi Doç. Dr. Leonardo Buzzavo

Otomotiv sektörünün pazar hacmine baktığımda bunun internet hacmi olduğunu görüyorum. Bana göre internet üzerinden araç satışı 1990'lar ya da 2000'lerin başında büyük bir soru işaretiydi. Dijital dünya aynı elektrik gibi her yeri sarmış durumdadır. Çalışmalarda müşterinin neredeyse tamamının dijital ortamı bilgi elde etmek için kullandığını gösteriyor. Yine çoğunlukla fiziken yetkili satıcıya gidiyorlar. Fakat, dijital müşteriyi ve internet satışını tek başına ele alamazsınız. Bu bir ara düşüncedir, asıl nasıl araç satmak zorunda olduğumuz üzerine



ICDP GENEL MÜDÜRÜ STEVE YOUNG

avis. com.tr

ONLINE ÖDEMEDE
% **25**
İNDİRİM



Avis'te indirim için bir tık yeter!

Yolculuklarında Avis'i tercih edenler, rezervasyon ve ödemeyi online olarak yaptıklarında %25 indirim kazanıyorlar.

Dünyanın her yerinden
anında rezervasyon için:
www.avis.com.tr 444 AVIS
Facebook: avisturkiye Twitter: avisturkiye



AVIS®

yoğunlaşmalıdır. Müşteri geliyor, bir çok aracı birden kullanıyor. Yetkili satıcıya fiziken gelen müşteri bile dijital ortamdan geçerek geliyor. Bizim artık düşünce şeklimizi değiştirmemiz gerekiyor. Yetkili satıcıların tek bir işi var, o da araç satmaktır. Satılan bütün araçlar birbirinin aynısıdır. İşte siz asıl satış kanalınızı yönetmelisiniz. Fiziki müşteriniz var, dijital pazarınız, web siteniz var. İnsanlar yeri geldiğinde chat'le ulaşabiliyor. İşte bütün bunları entegre biçimde görmemiz gerekiyor.

**2014 yılında fiat.com.tr'yi
15 milyon kişi ziyaret etti**

**Tofaş CEO'su
Cengiz Eroldu**

Dijital dünyayı bir bütün olarak ele almanın gerekliliğine inanıyorum. Bizim bu yıl ki medya harcamalarımızın yüzde 7'sini dijital mecra oluşturuyor. Geçtiğimiz yıl fiat.com.tr'yi yaklaşık 15 milyon kişi ziyaret etti. Bunların içinden yaklaşık 40 bin kişi tıklama sonrasında bizle iletişime geçmek için verilerini bıraktı.

Online satış konusunda bizi de şaşırtan bir örneğimiz var. 2014 yılının son aylarında Jeep markasının küçük SUV'u Renegade modelini lansmanını yaptık. Lansman öncesinde henüz araçlar showroomda yokken online bir satış başlangıcı gerçekleştirdik. Müşteri henüz araçları görmeden online platformda 38 adet satış gerçekleştirildi. Jeep Regade modelinin ayda 300-400 bandında bir satışı yapılıyor. Şu anda bu modelin satışlarının yüzde 10'u online kanalda yapılmaktadır.



CA' FOSCARI ÜNİVERSİTESİ ÖĞRETİM ÜYESİ DOÇ. DR. LEONARDO BUZZAVO



Müşteri web sitesine giriyor, beğendi özellikte aracı seçerek aracı sistemde rezerve ediyor. Daha sonra sistemden aldığı rezervasyon belgesiyle yetkili satıcıya gidiyor. Bu aynı zamanda online ve yetkili satıcı satışı açısından olumlu sonuçlar veriyor" diye konuştu. <<<



MANHEIM
TAKAS 

ile

İKİNCİ EL ARAÇ FİYATLAMAK ve SATMAK

www.manheimtakas.com

SADECE

15

SANİYE



Bilgi için: 0216 5601500
no'lu telefondan veya
iletisim@manheimtakas.com
adresinden
bize ulaşabilirsiniz.



BORUSAN



Otomotiv Perakendeciliğinde Yeni İş Modelleri Paneli

Kongrede Türkiye Otomotiv Gazetecileri Derneği Başkanı Ufuk Sandık moderatörlüğünde, Renault Mais Genel Müdürü İbrahim Aybar, Otokoç A.Ş. Genel Müdürü Görgün Özdemir, Çetaş Otomotiv Holding İcra Kurulu Başkanı Mehmet Taşar ve Altur Otomotiv Yönetim Kurulu Başkanı Abdurrahim Albayrak'ın katılacağı "Otomotiv Perakendeciliğinde Yeni İş Fırsatları" konusu da düzenlenecek özel bir panelde tüm yönleriyle ele alınacak.

Yetkili satıcılar ve otomotiv gazetecileri birbirine benziyor

**OGD Başkanı
Ufuk Sandık**

Ufuk Sandık moderatörlüğünde gerçekleşen panelde, Ufuk Sandık otomobil gazeteciliği ile yetkili satıcılığın birbirine benzediğini dile getirdi. Sektörün üretim, ihracat ve satış açısından sürekli geliştiğini söyleyerek, "Otomotiv sektörünün sürekli gündemde olması, otomotivde imalatçıların

ve markaların gözönünde olduğunu fakat yetkili satıcıların çok fazla da adının geçmediğini düşünüyorum. Müşteriyle son temas noktası yetkili satıcılardır, aynı biz gazeteciler gibi" diye konuştu.

Yetkili satıcıların kârlı ve kazançlı olması için sürdürülebilirliği açısından son derece önemlidir

**Renault Mais Genel Müdürü
İbrahim Aybar**

İbrahim Aybar, distribütörler olarak yetkili satıcıların dertlerini önemsediklerini dile getirdi. İbrahim Aybar, "Sizin kârlı, kazançlı olmanız için devamlılığı ve sürdürülebilirliği için son derece önemlidir. Distribütörler olarak bu durumu çok önemsiyoruz, ama ne yazık ki bizlerinde elinde bir sihirli değnek yoktur. Otomotiv ticaretinde sadece sıfır otomobil satışı ile geliştirilemeyeceğini artık hepimiz biliyoruz. Biz distribütörler olarak, pazara son derece uygun ve müşterinin tercih edeceği ürünler vermek durumundayız. Günümüzde artık

iş yapabilmek için minimum işletme maliyeti gerekiyor. Ve müşterinin araçları satın alabileceği uygun finansal koşulları da tesis etmeliyiz. Distribütör olarak bu üç konuda sizlere yardımcı olmak durumundayız" dedi.

İşin merkezinde insan olduğunu vurgulayan Aybar, müşterilerinin kişisel özellikleri takip edilerek, aradıkları ürünleri göstererek onlara yaklaşılması gerektiğini dile getirdi.

Aybar, günümüzde herkesin her an online olduğuna dikkati çekerek, yapılan bir araştırmada insanların yüzde 97'sinin akıllı, hızlı cep telefonu ve interneti "olmazsa olmazları" olarak nitelendirdiğini, dolayısıyla distribütörlerin de yetkili satıcıların da bütün stratejisini bunun üzerine kurması gerektiğini ifade etti.

Dijitalleşmenin yanı sıra nitelikli insan gücünün önemine de değinen Aybar, "Gelen müşteriden daha fazla bilgiye sahip insanlarla çalışmak önemli. Onların eğitime önem vermemiz lazım. Bu arkadaşların yetişmesine katkı vermeliyiz. Bunun yanı sıra yetişmiş eğitilmiş insanların sistemde kalması da çok önemli. Yetkili satıcıda 1 yıl çalışan satış danışmanı 1 puan karlılık getiriyorsa 4 yıl kalan 4 kat fazla getiriyor. İnsanları sistemde tutmalıyız" diye konuştu.

İkinci el otomobil ticareti güven isteyen bir iştir

Altur Otomotiv Yönetim Kurulu Başkanı Abdurrahim Albayrak

Altur Otomotiv Yönetim Kurulu Başkanı Abdurrahim Albayrak ise araba alan herkesin yetkili satıcı ile "Ben bu arabayı alırım ama anahtarı alırken



patronla resim çektirmem lazım" diyerek pazarlık yaptığını söyledi.

Bu nedenle resim çektiirmek için binada durmadan aşağı yukarı inip çıktığını aktaran Albayrak, şunları söyledi: "Bir arkadaşta indirim yaptık. O, 'Ben buna park şeyi almak istiyorum, o da senin bana hediye olsun' dedi. Kıramadım, tamam o da benden olsun dedim. En son hanımı dedi ki: 'Abdurrahim bey, sen çok merhametli bir adamsın, depoyu da benim için doldur'. Öyle bir sektöresiniz ki Allah hepinizin yardımcısı olsun. Satış yapan arkadaşlarımız, kardeşlerimiz bizden çok kazanıyor. Biz yeni arabayı satarken 50 lira kazanıyoruz, onlar 100 lira prim alıyorlar."

İkinci el otomobil ticaretinin güven üzerine kurulu olduğunu söyleyen Abdurrahim Albayrak, "İkinci elde sattığınız bir aracın, ileride bir arızası çıktığında müşterinin satın aldığı firmaya güvenmesi gerekiyor. İkinci el ticareti yapan firmalar her zaman müşterilerinin güvenini kazanırlarsa ortaya iyi sonuçlar çıkar. Bir yetkili satıcının kendisini müşterisine kanıtlaması gerekir." dedi.

Z kuşağı geliyor ve onlara uygun bir şekilde geleceğe hazırlanmamız lazım

Otokoç Otomotiv Genel Müdürü Görgün Özdemir

Müşteri beklentilerinin sürekli değiştiğini dile getiren Görgün Özdemir, "Geçmişte müşteri araç satın almak için showroolara geldiğinde yetkili satıcıya yalvarırdı. Günümüzde ise, kapıdan içeri giren müşteri el üzerinde tutuluyor. Artık

showroomlarımız 5 yıldızlı otelleri aratmıyor. Müşterilerimiz için bekleme alanları yaptık. Çocukları ile geldikleri zaman, çocuklarının zaman geçirmesi için eğlence noktaları yaptık" dedi.

Otokoç Otomotiv AŞ Genel Müdürü Görgün Özdemir de uzatılmış garantinin kendileri için çok önemli olduğunu kaydetti. Ayrıca Türkiye'de 2014 yılında 5,7 milyon adet dolayında ikinci el noter satışının yapıldığının bilgisini verdi.

Günümüzde gitgide yaygınlaşan sosyal medya kullanımına ilişkin şirketlerinin izlediği yol ile ilgili bilgi veren Özdemir, bugün Google'ın 30 milyardan fazla tıklandığına işaret ederek, Türkiye'de 36 milyon internet kullanıcısı olduğunu hatırlattı.

Kredi kartıyla yapılan alışverişlerin yüzde 8,4'ünün internetten yapıldığını belirten Özdemir, 2025 yılında bu oranın yüzde 25'e ulaşacağını ifade ederek, şunları söyledi: "Akıllı telefonu satın alma kanallarında kullananların sayısı yüzde 37. Z kuşağı değişik bir nesil, 2000 doğumluları bunun içine katıyoruz. Bu arkadaşlardan Türkiye'de 7 milyon tane var. Bu Z kuşağı önümüzdeki 3 yıl içinde bizim müşterimiz olacaklar. Bu arkadaşların yüzde 77'si internete giriyor ve çoklu alet kullanıyorlar. Dolayısıyla dijital yatırımlar bizim için çok önemli hale geldi. Bu kapsamda biz bütün sattığımız ürünleri web ortamında sergileyebilmek için sanal ortamda 'otokocotomotivcaddesi'ni yarattık ve buraya müşteriler girdiği zaman sunduğumuz bütün ürünleri görecekle, araçları inceleyecekler, bütün işlemleri buradan yapabilecek. Çünkü Z kuşağı geliyor ve onlara bir şey sunmamız lazım."



OTOKOÇ OTOMOTİV GENEL MÜDÜRÜ GÖRGÜN ÖZDEMİR



ÇETAŞ OTOMOTİV HOLDİNG İCRA KURULU BAŞKANI
MEHMET TAŞAR

İkinci el otomobil ticaretinde büyümek yetkili satıcılar için bir fırsattır

Çetaş Otomotiv Holding İcra Kurulu Başkanı Mehmet Taşar

İkinci el otomobil ticaretinin potansiyeline değinen Mehmet Taşar, ikinci el ticaretinin çok farklı bir iş olarak ele alınarak yapılmasının önemine değindi. Mehmet Taşar, "İkinci el ticaretinde büyümek, yetkili satıcılar için bir fırsat, fakat işin kurumsal tarafında ise çok farklı dinamikler işin içine giriyor. Sıfır otomobil satışında aşağı yukarı bütün standartlar ve dinamikler belirlidir. Fakat ikinci el işi, ve özellikle bu işte kurumsallaşmak isteniyorsa başka türlü düşünmek gerekiyor. Ticaretin fiziki ya da internet üzerinden yapılabilmesi bile ayrı bir düşünce ve kurulum gerektiriyor. Bunun yanı sıra ikinci el ticaretimiz için bir marka yaratmak gerekiyor, bu başka bir tecrübedir. Burada marka yaratmamız ve bunu yönetmemiz önemlidir.

İkinci el otomobil ticareti konusunda hemen hemen tüm dünyadaki uygulamaları yakından takip edebilme şansım oldu. Sonuçta, bu ticarete başarı olanlarının çoğunun otomobil yetkili satıcısı olmadığını gördüm" diye konuştu. <<<

Benim seçimim? Orijinali.



Daha azıyla yetinmeyiniz:

- OEM kalitesinde sağlam ve uzun ömürlü turboşarjlar
- 10.000 civarında ürün içeren geniş ürün programı
- Hızlı ve güvenli yedek parça tedariki
- Bütün dünya çapında distribütör ağı
- Hata teşhisi ve tamirde en iyi düzeyde destek



 **BorgWarner**

aftermarket.borgwarner.com

feel good about driving

Alt işverenin değişmesi ve işçilik haklarına etkisi



İBRAHİM HALİL ŞUA

İstanbul Anadolu Adliyesi Hakim

Alt işverenin Değişmesi

Kamu kuruluşları dışında ki İşyerlerinde değişen alt işverenler arasındaki hukukî ilişkinin tespiti ve bunun işçinin işçilik haklarına etkilerini bu yazımızda sizlerle paylaşacağız.

4857 sayılı İş Kanununun 2'nci maddesinde, işveren bir iş sözleşmesine dayanarak işçi çalıştıran gerçek veya tüzel kişi ya da tüzel kişiliği olmayan kurum ve kuruluşlar olarak açıklanmıştır. O halde asıl işveren alt işveren ilişkisinden söz edilebilmesi için öncelikle mal veya hizmetin üretildiği işyeri bulunan bir işverenin ve aynı işyerinde iş alan ikinci bir işverenin varlığı gerekir ki asıl işveren alt işveren ilişkisinden söz edilebilsin. Alt işverenin başlangıçta

bir işyerinin olması şart değildir. Alt işveren, işveren sıfatını ilk defa asıl işverenden aldığı iş ve bu işin görüldüğü işyeri nedeniyle kazanmış olabilir.

Asıl işverene ait işyerinde yürütülmekte olan mal veya hizmet üretimine ait yardımcı bir işin alt işverene bırakılması nedeniyle, alt işveren açısından bağımsız bir işyerinden söz edilip edilemeyeceği sorunu öncelikle çözümlenmelidir. Zira asıl işveren veya alt işverenin değişmesinin işyeri devri niteliğinde olup olmadığının tespiti için işyeri kavramının bu noktada açıklığa kavuşturulması gerekir.

Soruna 2821 sayılı Sendikalar Kanunu açısından baktığımızda, asıl işin tabi bulunduğu iş kolunun yardımcı iş için de geçerli olduğunu söylemek gerekirse de 4857 sayılı Kanunun 3'üncü maddesinin açık hükmü karşısında, işin alt işverene bırakıldığı durumların bundan ayrık tutulması gerekir. Gerçekten, 4857 sayılı Yasanın 2/III maddesinde, "İşyeri, işyerine bağlı yerler, eklentiler ve araçlar oluşturulan iş organizasyonu kapsamında bir bütündür" şeklinde Sendikalar Kanunu ile örtüşen ana kurala yer verildiği halde, sonraki bentlerde asıl işveren alt işveren ilişkisi düzenlenmiş, bir anlamda yardımcı işin alt işverene bırakılması ile ayrık bir durum öngörülüyordu. Daha sonra da, aynı yasanın 3'üncü maddesinde "Alt işveren, bu sıfatla mal veya hizmet üretimi için meydana getirdiği kendi işyeri için birinci fıkra hükmüne göre bildirim yapmakla yükümlüdür" şeklinde kurala yer verilerek sorunu açık biçimde çözümlenmiş ve alt işverenin işyerinin asıl işverene ait işyerinden bağımsız olduğu ortaya konulmuştur. Belirtilen çözüm şekli alt işverenlik kurumunun niteliğine de uygun düşmektedir. Yargıtay Hukuk Genel Kurulu 4857 sayılı Yasanın yürürlüğe girmesinden önce de alt işverenin işyerinin, asıl işverene ait işyerinden bağımsız olduğu sonucuna varmıştır (*Yargıtay HGK. 6.6.2001 gün 2001/ 9-711 E, 2001/ 820 K*).

İşyerinin tamamının veya bir bölümünün hukukî bir işleme dayalı olarak başka birine devri işyeri

Avrupa Adalet Divanı, maddî ve maddî olmayan unsurların devri söz konusu olmaksızın da işgücünün önem taşıdığı sektörlerde, ekonomik birliğin önemli unsuru olan işçilerin devri yoluyla da işyeri devrinin gerçekleştirilebileceğini kabul etmektedir.

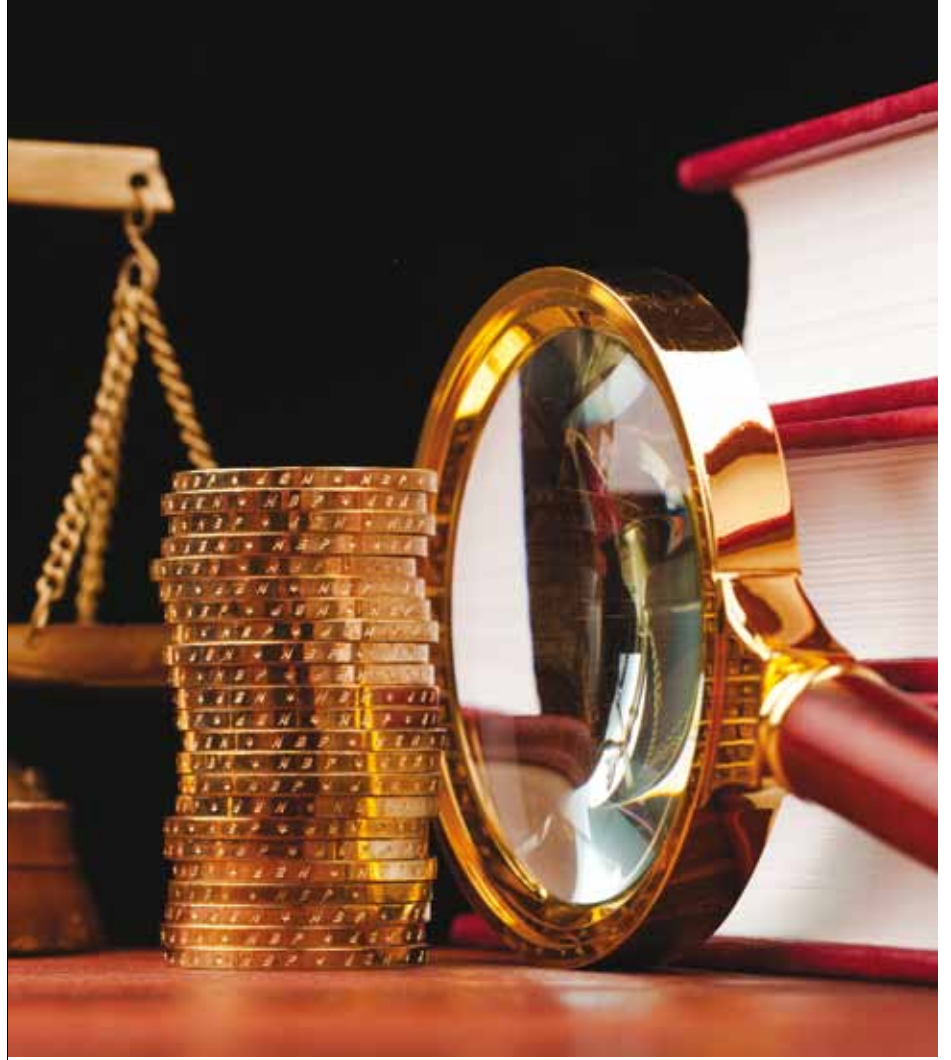
devri olarak tanımlanabilir. 4857 sayılı Kanunun 6'ncı maddesinde, işyerinin bir bütün olarak veya bir bölümünün hukukî bir işleme dayalı olarak başkasına devri halinde mevcut iş sözleşmelerinin devralana geçeceği düzenlenmiştir. Bu anlatıma göre, alt işverence asıl işverenden alınan iş kapsamında faaliyetini yürüttüğü işyerinin tamamen başka bir işverene devri 4857 sayılı İşKanununun 6'ncı maddesi kapsamında işyeri devri niteliğindedir. Yargıtayın yerleşik içtihatları da bu yöndedir (9. HD. 18.9.2008 gün 2006/26306 E, 2008/23980 K.).

Süresi sona eren alt işverenle yeni ihaleyi alan alt işveren arasında açık biçimde işyeri devrini öngören bir sözleşme yapılması da imkân dahilindedir. Alt işverenin değişmesine rağmen yeni alt işveren nezdinde işyerinde çalışmaya devam edecek olan işçilerin belirlendiği hallerde, sözü edilen işçiler bakımından iş sözleşmelerinin devralan işveren geçtiği tartışmasıdır. Ancak yeni alt işverende çalışacak olan işçiler arasında gösterilmeyen ve süresi sona eren alt işveren tarafından başka bir işyerinde çalıştırılmak üzere bildirimde bulunulmayan işçilerin iş sözleşmelerinin devreden alt işveren tarafından feshedildiğini kabul etmek gerekir.

Alt işverenin asıl işverenle akdettiği çalışma süresinin sonunda veya süresinden önce alt işverenin, ilişkinin sonlandırılması nedenine dayalı olarak tüm işçilerine başka işyeri göstererek işyerinden ayrılması, ardından işin asıl işveren tarafından başka bir alt işverene verilmesi örneğinde alt işverenler arasında hukukî bir ilişki bulunmamaktadır. Hukukî ilişki, alt işverenler ile asıl işveren arasında gerçekleştiğinden belirtilen durum alt işverenler arasında işyeri devri olarak değerlendirilemez.

Alt işverenlerin değişmesi en yaygın biçimde, süresi sona eren alt işverenin işyerinden ayrılması ve işçilerin yeni alt işveren nezdinde çalışmaya devam etmeleri şeklinde gerçekleşmektedir. Bu eylemli durumun işyeri devri niteliğinde olup olmadığının tespiti ile hukukî sonuçlarının belirlenmesi önemlidir. Alt işverenlerin değişiminde olması gereken, süresi sona eren alt işverenin işyerinden ayrılması anında işçilerini de beraberinde başka işyerlerine götürmesi veya iş sözleşmelerinin sona erdirilmesidir.

Bunun tersine alt işveren işçilerinin alt işverenin işyerinden ayrılmasına rağmen yeni alt işveren yanında aynı şekilde çalışmayı sürdürmeleri halinde, alt işverenler arasında İş Kanununun 6'ncı maddesi anlamında bir işyeri devrinin kabulü gerekir. Bu durumda yeni alt işverenin, devam



Alt işverenlerin, aralarında herhangi bir hukukî işleme bağlı olmaksızın değişmesini işyeri devri olarak kabul etmediğimiz taktirde, her bir alt işverenin kendi dönemiyle ilgili olarak işçilik haklarından sorumluğu söz konusu olacağından ve asıl işverenin sorumluluğu yasa gereği alt işverenin sorumluluğunu aşamayacağından hak kaybına neden olabilecektir.

eden hizmet akitlerini de devraldığı aynı maddede hükme bağlanmıştır.

Alt işverenlerin, aralarında herhangi bir hukukî işleme bağlı olmaksızın değişmesini işyeri devri olarak kabul etmediğimiz taktirde, her bir alt işverenin kendi dönemiyle ilgili olarak işçilik haklarından sorumluğu söz konusu olacağından ve asıl işverenin sorumluluğu yasa gereği alt işverenin sorumluluğunu aşamayacağından hak kaybına neden olabilecektir.

Örneğin işyerinde periyodik olarak 11 ay 29 gün sürelerle işçi çalıştıran alt işverenler yönünden hiçbir zaman kıdem tazminatı ile izin ücreti ödeme yükümlülüğü doğmayacak, buna rağmen asıl işverenin tüm süreye göre bu işçilik haklarından sorumluluğu gündeme gelecektir. Oysa asıl işverenin sorumluluğunun alt işveren veya işverenlerin sorumluluğunu aşması düşünülemez.

1475 sayılı Yasanın 14/2 maddesi hükmü, 4857 sayılı Kanunun 6'ncı maddesinde belirtilen işyeri devrini de içine alan daha geniş bir düzenleme olarak değerlendirilebilir. Gerçekten maddede



işyerlerinin devir veya intikalinden söz edildikten sonra "...yahut herhangi bir suretle bir işverenden başka bir işverene geçmesi veya başka bir yere nakli..." denilmek suretiyle uygulama alanı 4857 sayılı İşbKanununun 6'ncı maddesine göre daha geniş biçimde çizilmiştir. O halde kıdem tazminatı açısından asıl işveren alt işveren ilişkisinin sona ermesinin ardından işyerinden ayrılan alt işveren ile daha sonra aynı işi alan alt işveren arasında hukuki veya fiili bir bağlantı olsun ya da olmasın, kıdem tazminatı açısından önceki işverenin devir tarihindeki ücret ve kendi dönemi ile sınırlı sorumluluğu, son alt işverenin ise tüm dönemden sorumluluğu kabul edilmelidir.

İşyeri devrinin temel ölçütü, ekonomik birliğin kimliğini korumasıdır. Avrupa Adalet Divanı kararlarına göre, maddî ve maddî olmayan unsurların devredilip devredilmediği ve devir anındaki değeri, işgücünün devri, müşteri çevresinin devri, işyerinde devirden önce ve sonra yürütülen faaliyetlerin benzerlik derecesi, işyerinde faaliyete ara verilmişse bunun süresi işyeri devrinin kriterleri arasında kabul edilmektedir. (Süzen, v. Zehnacker Krankenhaus, Case 13/95, 1997, ECR I-1259.; Spijkers v. Benedik, Case 24/85, 1986, ECR 1119).

Avrupa Adalet Divanı, maddî ve maddî olmayan unsurların devri söz konusu olmaksızın da işgücünün önem taşıdığı sektörlerde, ekonomik birliğin önemli unsuru olan işçilerin devri yoluyla da işyeri devrinin gerçekleşebileceğini kabul



etmektedir(ATAD, 10.12.1998, 173/96, Hidalgo, para. 26, NZA 199, H. 4, 189 vd.).

Avrupa Adalet Divanının kararlarında, "hukuki işlemle devir" ifadesi geniş şekilde değerlendirilmekte, yazılı, sözlü veya zımnî bir anlaşma da yeterli görülmektedir. Yine üye ülkeler uygulamasında, ihale yoluyla bir işin alınmasında, devreden işveren bilmese dahi işyeri devrinin mümkün olabileceği kabul edilmiştir. Avrupa Birliğine üye olmayan ancak benzer hükme sahip İsviçre'de Federal Mahkeme, devreden ve devralan arasında doğrudan hukuki işlemin bulunmasının şart olmadığı sonucuna varmıştır (Bkz. Yenisey, K. Doğan: İşyeri Devri Çerçevesinde İşyeri ve İşyeri Bölümü Kavramları, Kadir Has Üni. İş Hukukunda Üçlü İş İlişkileri, s. 135).

Yapılan bu açıklamalara göre; işçinin asıl işverenden alınan iş kapsamında ve değişen alt işverenlere ait işyerinde ara vermeden çalışması halinde, işyeri devri kurallarına göre çözüme gidilmesi gerekmektedir. Bu durumda değişen alt işverenler işçinin iş sözleşmesini ve doğmuş bulunan işçilik haklarını da devralmış sayılırlar. İş sözleşmesinin tarafı olan işçi veya alt işveren tarafından bir fesih bildirimi yapılmadığı sürece, iş sözleşmeleri değişen alt işverenle devam edeceğinden, işyerinde çalışması devam eden işçi açısından, feshe bağlı haklar olan ihbar ve kıdem tazminatı ile izin ücreti talep koşulları gerçekleşmiş sayılmaz.

Buna karşın, süresi sona eren alt işverence işçinin iş sözleşmesinin feshedilmesi halinde, yapılan fesih bildirimi ile iş ilişkisi sona ereceğinden, işçinin daha sonra yeni alt işveren yanındaki çalışmaları yeni bir iş sözleşmesi niteliğindedir. Bu durumda feshe bağlı hakların talep koşulları gerçekleşeceğinden, feshin niteliğine göre hak kazanma durumunun değerlendirilmesi gerekecektir. <<<

Alt işverenin asıl işverenle akdettiği çalışma süresinin sonunda veya süresinden önce alt işverenin, ilişkinin sonlandırılması nedenine dayalı olarak tüm işçilerine başka işyeri göstererek işyerinden ayrılması, ardından işin asıl işveren tarafından başka bir alt işverene verilmesi örneğinde alt işverenler arasında hukukî bir ilişki bulunmamaktadır.



met teknik

MAKİNA İTHALAT İHRACAT SAN. VE TİC.LTD.ŞTİ.



ONARIM YAPMAK HIÇ BU KADAR KOLAY VE HIZLI OLMAMIŞTI...

Fatih Mah. Yakacık Cd.
Yıldız Sitesi A Blok 31/2
Samandıra - Sancaktepe
İSTANBUL

Tel: 0216 311 80 00 (pbx)

Faks: 0216 311 80 01

www.met-teknik.com

1998 yılında kurulan Met Teknik, ilk kurulduğu günden itibaren otomotiv tamir ve bakım servislerinin kaporta ve boya atölyelerine odaklanmıştır. Bu konuda uzmanlaşma tercihinin, metaller, kaynak ve kesme alanlarındaki tecrübesi sebebiyle seçen firmamız, konusunda Türkiye'nin sayılı kuruluşlarından olmayı hedef haline getirmiştir.

Piyasa koşullarını takip etmektense, kendi standartlarını oluşturma ilkesiyle hareket etmeyi tercih eden Met-Teknik, her zaman satış sonrası hizmetler ve eğitim konularına, satıştan daha fazla odaklanan bir firma olmuştur. Firma hedefimiz, her zaman kalite kelimesiyle birlikte anılabilmektedir.

TURPAK CEO'su Tamer Şengönül: “Turpak, dünyada ilk defa entegre taşıt tanıma ve araç takip sistemi sunuyor”

TURPAK'ın kuruluşu, kurumsal yapısı ve dünya geneli çalışmaları hakkında bilgi alabilir miyiz?

Turpak, çok uluslu bir grubun Türkiye satış ve pazarlama faaliyetlerini yürütmek amacıyla 1998 yılında kurulmuştur.

Turpak, yaklaşık 200 kişilik kadrosu ile 5.500'ün üzerinde istasyona ve 1.5 milyonun üzerinde araca hizmet veren 100'ün üzerinde servis noktası ve 150 mobil ekip ile Türkiye akaryakıt sektörünün en büyük satış sonrası hizmetler ağına sahiptir.

Bugün Türkiye yakıtının yaklaşık % 75 parakende satışını yapan, Aygaz, Aytemiz, BP, Bpet, GO, İpragaz, Kadoil, Lukoil, Moil, OMV-PO, Opet, Qpet, Shell, S-Oil, Total, TP, gibi Dünya'nın ve Türkiye'nin en büyük petrol dağıtım şirketlerine taşıt tanıma, pompa-tank otomasyonu ve sadakat

Turpak, Türkiye'de ilk RFID Taşıt Tanıma Sistemi kurulumları ve ardından, Pompa Otomasyonu, Entegre Tank Otomasyonu, Entegre Market Otomasyonu, RFID Müşteri Tanıma Sistemi, Tanker Otomasyon Sistemi ile sektörü yeniliklerle tanıştırmıştır. Türkiye'de ilk Kablosuz İstasyon Otomasyonu ile sektörü beton kesme işleminden kurtararak önemli bir tasarruf sağlanmıştır.

uygulamalarında baştan sona çözüm teknolojileri sunmaktadır.

Türkiye'de 7.000'in üzerinde istasyonda, 1.5 milyonun üzerinde araçta Turpak tarafından geliştirilmiş ürün ve hizmetler kullanılmaktadır.

Turpak'ın dünyada ve Türkiye'de ilk defa filo sahibi firmalara sunmuş olduğu yeni teknoloji hakkında bilgi verirmisiniz?

Turpak tarafından sunulan tam entegre taşıt tanıma teknolojisi ve araç takip sistemi ile filo sahibi firmalar araç yakıt tüketimlerini ve GPS üzerinden aldıkları tüm bilgileri tek bir noktadan raporlayabiliyorlar. Dünyada ve Türkiye'de bir ilk olan bu teknoloji ile akıllı entegre raporlar geleneksel araç takip sistemlerine göre çok daha verimli ve hızlı oluşturabiliyor. Web tabanlı bu uygulama ile kullanıcılar tercih ettikleri hazır rapor formatlarından istediğini kullanabiliyor veya kendi ihtiyaçları doğrultusunda diledikleri raporları yaratabiliyorlar.

Turpak tarafından araç depo girişine konan ve özel olarak tasarlanan RFID sistemi ile çalışan taşıt tanıma teknolojisi bugün Türkiye'de 1.5 milyonun üzerinde aracın, yaklaşık 7.000 akaryakıt istasyonundan güvenli bir şekilde ve akaryakıt istasyonunda herhangi bir ücret ödmeden otomatik olarak yakıt almasını sağlamaktadır. Entegre GPS ve GPRS ile sunulan yeni teknoloji sayesinde araçların yakıt tüketim bilgileri (litre,



DÜNYA REKORU



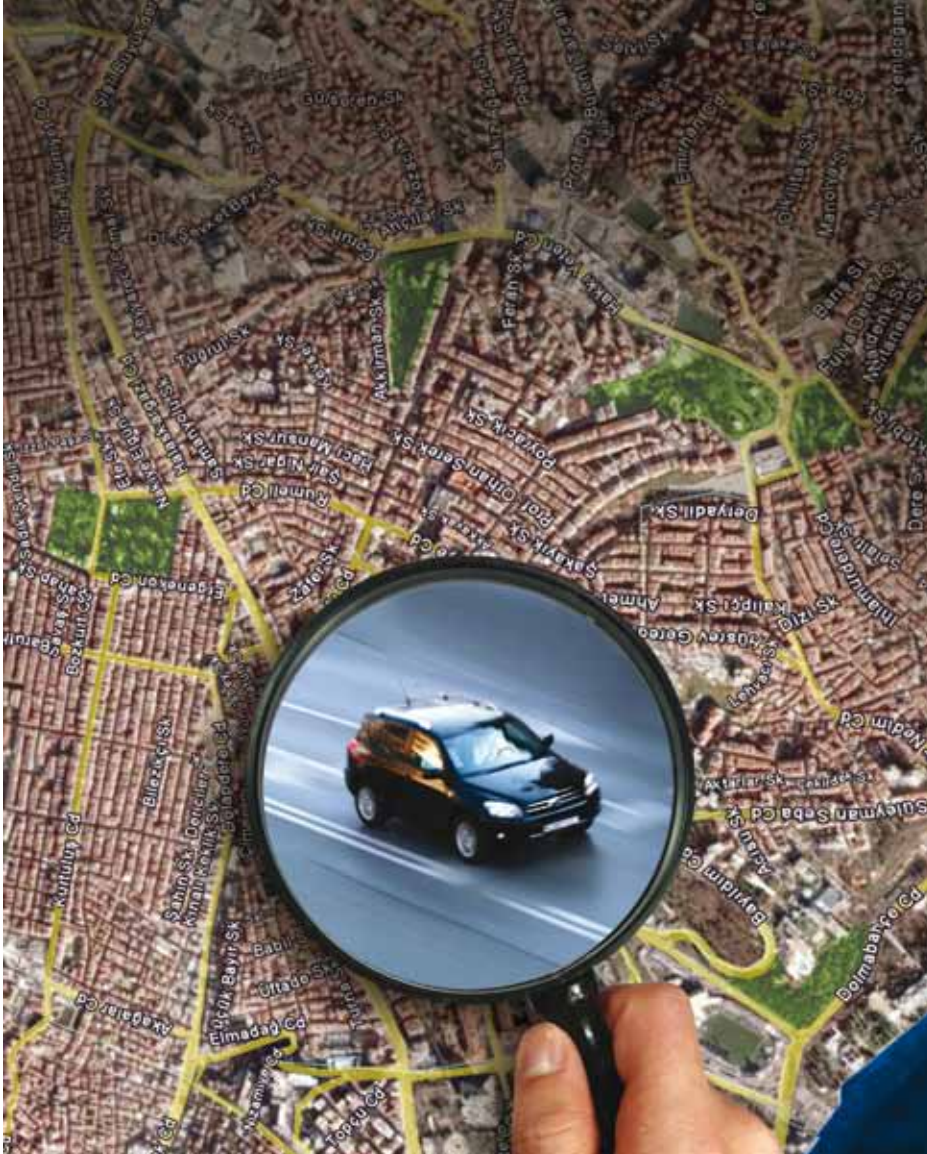
MİLYON ARAÇ

TURPAK
TAŞIT TANIMA
TEKNOLOJİSİ
İLE YAKITINI
OTOMATİK
OLARAK ALIYOR.

tutar, istasyon ve benzerleri gibi) ve hareket bilgileri (lokasyon, hız, bölge sınırlamaları, kullanım şekli, gibi) en hızlı ve en doğru şekilde kolaylıkla takip edilebilmektedir.

Filolar için araç satın almaları veya kiralamaları en büyük maliyet noktalarında birisi olmakla beraber araç işletme giderleri de (yakıt, bakım, vb.) önemli

Filolar için araç satın almaları veya kiralamaları en büyük maliyet noktalarında birisi olmakla beraber araç işletme giderleri de (yakıt, bakım gibi) önemli bir maliyet kalemidir. Geleneksel olarak bu noktada yetkili araç satıcıları müşterilerine en uygun ve ekonomik çözümleri satış ve kiralama esnasında sunmaktadır.



bir maliyet kalemidir. Geleneksel olarak bu noktada yetkili araç satıcıları müşterilerine en uygun ve ekonomik çözümleri satış ve kiralama esnasında sunmaktadır. Ancak araç satışından sonra filo sahiplerinin araç işletme giderlerini oluşturan yakıt tüketim ve kullanımlarını takip edebilecekleri ve kontrol altında tutabilecekleri tek bir sistem tam anlamıyla sunulamamaktaydı. Biz Turpak olarak bu noktada devreye giriyoruz. Yetkili otomotiv satıcıları hem ilk yatırımında hem de kullanım sırasında yukarıda bahsettiğimiz teknolojiyi Filo sahibi firmalara sunarak farklılık yaratabilir ve tercih edilmelerini sağlayabilirler.

TURPAK'ın hedeflerini konuşabilir miyiz? Bundan sonraki dönemde ne gibi çalışmalar içerisinde göreceğiz kurumunuzu?

Turpak, çok hızlı ilerlemekte olan teknolojik gelişmelerin kendi sektöründe öncüsüdür. Turpak teknolojiyi değil teknoloji Turpak'ı takip eder. Turpak kendi alanında geliştirmelere öncülük yapmayı hedeflemektedir.

Tüm dünya şirketleri artık yazılım teknolojileri ile yönetilmekte olup, daha hızlı ve ekonomik yazılım teknolojileri ile gelişimlerine devam edecektir. <<<



ALİ UĞURLU

Plevne Cad. No: 170 Gülveren / Ankara Tel: 0 (312) 562 21 15
www.aliugurlu.com.tr / info@aliugurlu.com.tr

YENİ FIAT 500X. *CROSSOVER'A İTALYAN YORUMU.*



Fiat'tan yepyeni **Fiat 500X**... Özgün İtalyan tasarımı ve standartların ötesinde teknolojisiyle crossover sınıfını alt üst etmeye geliyor! **Yeni Fiat 500X**'in güçlü motor seçeneklerini, benzersiz konforunu ve üstün kalitesini test etmek için sizi en yakın Fiat showroom'una bekleriz.

170 HP'ye Varan Turbo Motor Seçenekleri / 4x4 Çekiş Sistemi / 9 ileri Otomatik Vites
Çarpışma Önleme Sistemi / 6,5" Dokunmatik Multimedya Sistemi



500x.fiat.com.tr



Satış - Servis - Sigorta - Yedek Parça - İkinci El

Özçete Şirketler Grubu İcra Kurulu Başkanı Taşkın Özçete: “Değişen müşteri beklenti ve ihtiyaçlarına uygun çözümler üretiyoruz”

Firmamız ÖZTEK Motorlu Araçlar A.Ş. 22 Eylül 2014 tarihinden itibaren Çekmeköy’de yer alan 6.500 m² büyüklüğündeki tesiste PEUGEOT Otomotiv Pazarlama A.Ş. bünyesi altında Yetkili Satıcı olarak satış ve satış sonrası faaliyetlerine başlamıştır.

Şirketimiz, Özçete Şirketler Grubu bünyesinde bulunan üçüncü şirket olup, Özçete Otomotiv A.Ş., ve Frow Otomotiv A.Ş. ‘den sonra 13 Ağustos 2014 tarihinde tescil olarak kurulmuştur.

Özçete Otomotiv AŞ bağımsız yedek parça yenileme pazarındaki faaliyetlerine 40 yıllık bir tecrübe ile devam etmektedir.

Frow Otomotiv A.Ş.’de kendine ait markası ile 30’dan fazla ülkeye ihracat yapmakta olup, Özçete Şirketler grubunun global yüzü olma özelliğine devam etmektedir.

Öztek Motorlu Araçlar A.Ş.; Tekoto adı altında faaliyetlerini devam ettirmiş olan şirketin Peugeot Pazarlama A.Ş.’ye aitlik duygusunu kaybetmeden aynı düşünce ve enerji ile bölgesinde Peugeot araç müşterilerine yönelik hizmetlerinde üst



memnuniyet sınırlarını zorlayacak şekilde yapılandırılmıştır. Bu faaliyetler çerçevesinde yeni araç satışı, ikinci el araç satışı, filo destek ve filo kiralama, sigorta ve aracılık hizmetleri ile servis ve yedek parça faaliyetlerinden oluşan satış sonrası hizmetlerini barındırmaktadır.

Değişen müşteri beklenti ve ihtiyaçlarına uygun çözümler üretmek, filo ve özel müşterilerimize özel olduklarını hissettirebilmek amacı ile yukarıda bahsi geçen tüm faaliyetler için hizmete hazır olduğumuzu bir kez daha belirtir, saygılarımızı sunarız. <<<



DELTA YAZILIM AUTOSHOW 2015'TE!



Standımızı Ziyaret Edin,

Autoshow'a   zel

Kampanyalarımızdan Yararlanın!

**SALON 8
STAND 826**

Türkiye'nin büyüme hızı ve istihdam

Mevsim etkilerinden arındırılmış işgücü verilerine göre tarım dışı işsizlik, Aralık 2014 döneminde bir önceki döneme kıyasla yüzde 0,2 puan azalarak yüzde 12,5'e gerilemiştir. Veriler tarım dışı istihdam artışının işgücü artışından daha kuvvetli olduğunu ve böylelikle tarım dışı işsizliğin azaldığını göstermektedir. Bu gelişmede hizmetlerdeki istihdam artışlarının rolü büyüktür. Betam tahmin modeli tarım dışı işsizliğin Ocak 2015 döneminde sınırlı bir şekilde artacağına işaret etmektedir.

Tarım dışı işgücü ve istihdam artışlarında yavaşlama

TÜİK'in açıkladığı işgücü verilerine göre Aralık 2014 döneminde, bir önceki yılın aynı dönemine göre tarım dışı işgücü 1 milyon 499 bin (yüzde 6,8), tarım dışı istihdam 951 bin kişi (yüzde 4,8), tarım dışı işsiz sayısı ise yıllık 548 bin artmıştır. Tarım dışı işgücünde ve istihdamda 2014 yılının ikinci

Betam yani Bahçeşehir Üniversitesi Ekonomik ve Toplumsal Araştırmalar Merkezi TÜİK'in Mart 2014 istihdam ve işsizlik verilerini yayımlamasından sonra aşağıda aktaracağımız gibi TÜİK'in yaptığı değişiklikleri ve Mart 2014 tarım dışı işsizlik ve istihdam verilerini her zaman olduğu gibi yayınladı. Dr.Seyfettin Gürsel, Dr.Gökçe Uysal ve araştırmacı Ayşenur Acar tarafından yayınlanan analizleri aşağıya alıyoruz.

yarısından beri hızlanmış olan artışların Aralık 2014'te yavaşladığı görülmektedir.

İstihdam işgücünden hızlı arttı

Mevsim etkilerinden arındırılmış verilere göre Aralık döneminde Kasım dönemiyle kıyaslandığında tarım dışı işgücü 12 bin artarak 23 milyon 752 bin olmuştur.

Tarım dışı istihdam ise 58 bin artarak 20 milyon 783 bin olmuştur. Böylelikle tarım dışı işsiz sayısı 46 bin azalmış, tarım dışı işsizlik oranı Aralık 2014 döneminde Kasım 2014 dönemine kıyasla azalarak yüzde 12,5 olarak kaydedilmiştir.

Ocak 2015'te tarım dışı işsizlik artacak

Betam'ın hazırladığı tahmin modelinde kullanılan Kariyer.net1 verilerinden ilan başına başvuru sayısı Şekil 3'de gösterilmektedir. Kariyer.net verilerine göre ilan başına başvuru sayısı Ocak 2015 dönemine tekabül eden sürede (Aralık 2014, Ocak 2015, Şubat 2015 ortalaması) yatay seyretmiştir. Betam tahmin modeli ise tarım dışı işsizliğin Ocak 2015 döneminde az da olsa artacağını tahmin etmektedir.

Hizmetlerde istihdam artışı devam ediyor

Mevsimsellikten arındırılmış sektörel verilere göre Aralık 2014 döneminde istihdam tarım ve hizmetlerde artarken, sanayi ve inşaat sektörlerinde düşüş gözlenmiştir (Şekil 4, Tablo 2).3 İstihdam hizmetlerde 67 bin, tarımda 42 bin artarken, sanayi sektöründe 7 bin azalmıştır. İnşaat ise istihdam kaybı bin kişiyle sınırlı kalmıştır. Bu dönemde işsizlik oranlarındaki düşüşün arkasında hizmetlerdeki istihdam artışının olduğu söylenebilir.



İş arayan her 10 kişiden 3'ü işsiz

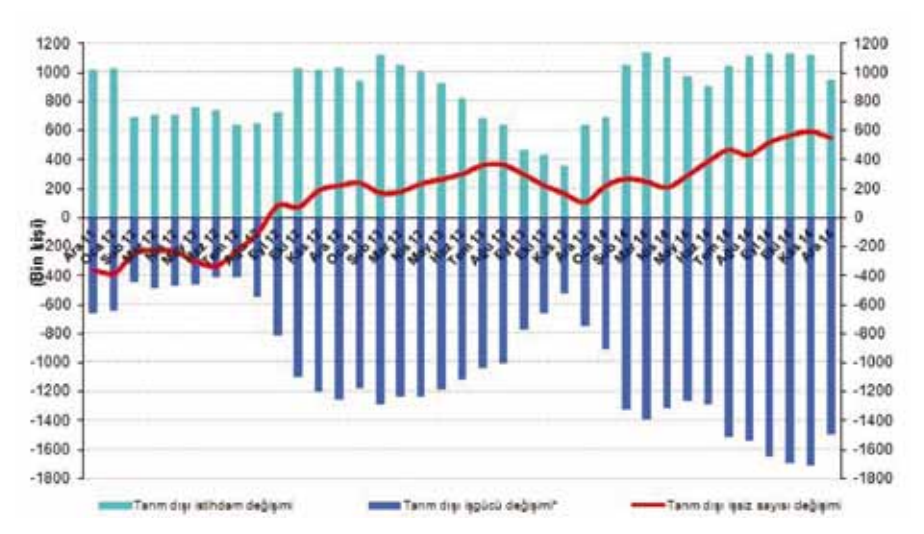
TİSK'in İşgücü Piyasasına bültenine göre, 2014 Ekim ayı itibariyle son bir yılda Türkiye'de işgücündeki artış 1 milyon 929 bin kişi olurken, işsiz sayısı ise 573 bin kişi arttı. İş arayan her 10 kişiden 3'ü işsiz kaldı. İşsizlik oranı 1 yılda 1.3 puan artarken, en yüksek işsizlik ise yüzde 12 üniversite mezunları arasında gerçekleşti.

İş talep edenlerin sayısında çok güçlü bir artış olduğuna dikkati çekilen bültende, Ekim 2014'te işgücünün yıllık bazda 1 milyon 929 bin kişi arttığı kaydedildi. Bültende, bunun 1 milyon 356 bininin istihdam edildiği, işsizlere ise 573 bin kişinin ilave olduğu ifade edildi. İş arayan her 100 kişiden 30'unun işsiz kaldığı aktarılan bültende, şunlar kaydedildi: "İstihdam artış hızı bir yıl önce yüzde 0.7 iken, Ekim 2014'te yüzde 5.5 gibi yüksek bir orana çıktı. Ancak işgücü daha yüksek bir oranda, yüzde 7.1 artınca işsizlik de yükseldi. İşsizlik oranı son bir yılda 1.3 puan artarak yüzde 10.4 oldu. İki yıl önce yüzde 8'lerde olan arındırılmış işsizlik oranı, 2014'ün yaz aylarından bu yana yüzde 10'un üzerinde seyrediyor. En yüksek işsizlik oranı yüzde 12 ile yükseköğretim mezunlarında. Meslek lisesi mezunu kadınlar ise işsizlik açısından en dezavantajlı grup."

Geniş tanıma göre 6 milyon işsiz var

Türkiye'nin, işsizlik oranının yüksekliği açısından dünyada 10. sırada olduğu belirtilen bültende,

Tarım dışı işgücü ve tarım dışı istihdamın tarım dışı işsiz sayısına etkisi (yıllık)



en geniş işsizlik tanımına göre Türkiye'de işsizlik oranının yüzde 19.1 olduğu ve 6 milyon 43 bin işsiz bulunduğ bildirildi.

Öte yandan, işsizlik sigortasına başvuranların sayısının geçen yıl Aralık ayında 96 bini geçtiği aktarılan bültende şu değerlendirmeye yer verildi: "İstihdam oranını yükseltmek açısından en fazla potansiyele sahip grup, 11 milyon 513 bin kişi ile ev kadınları. Yükseköğretim mezunu olmak, kadınların istihdam şansını yüzde 20-30'lardan yüzde 60'a yükseltiyor. Tarım dışı istihdam yüzde 5.7 oranında arttı. Genç istihdamındaki artış Temmuz döneminden beri zayıflıyor. İstihdamdaki güçlü artış büyümeye yansımıyor, çünkü verimlilik azalıyor." <<<

Mevsim Etkilerinden Arındırılmış Sektörel İstihdam (Bin kişi)

	Tarım	Sanayi	İnşaat	Hizmet	Aylık Değişimler			
					Tarım	Sanayi	İnşaat	Hizmet
Tem. 13	5195	5146	1732	12530	16	-17	-54	8
Ağu. 13	5221	5117	1751	12576	26	-29	19	46
Eylül 13	5216	5096	1776	12609	-5	-21	25	33
Ekim 13	5127	5090	1849	12645	-89	-6	73	36
Kas. 13	5079	5064	1792	12729	-48	-26	-57	84
Ara. 13	5050	5131	1892	12805	-29	67	100	76
Ock. 14	5393	5232	1952	12839	343	101	60	34
Şub. 14	5526	5359	2023	12916	133	127	71	77
Mart 14	5598	5365	1986	13014	72	6	-37	98
Nisan 14	5563	5373	1909	13117	-35	8	-77	103
May. 14	5564	5364	1860	13157	1	-9	-49	40
Haz. 14	5489	5332	1808	13213	-75	-32	-52	56
Tem. 14	5415	5243	1811	13298	-74	-89	3	85
Ağus. 14	5375	5257	1852	13345	-40	14	41	47
Eylül 14	5363	5306	1871	13394	-12	49	19	49
Ekim 14	5365	5353	1893	13464	2	47	22	70
Kasım 14	5380	5273	1938	135514	15	-80	45	50
Aralık 14	5422	5266	1937	13581	42	-7	-1	67

Avek Audi yedek araç hizmetiyle müşteri memnuniyeti anlayışını bir adım ileri taşıyor



Doğuş Otomotiv Audi Yetkili Satıcısı ve Servisi Avek, araçlarını servise bırakan Audi sahiplerine yönelik ücretsiz yedek araç hizmetini 20 araç ile genişletti. Genişleyen yedek araç filosu ile Audi sahipleri, araçları Avek'te serviste kaldığı süre boyunca, içinde A3 Cabriolet, A4 ve A6 gibi Audi modellerini de deneme imkanı buluyor.

istanbul Tekstilkent'te, 2006 yılından bu yana Doğuş Otomotiv Audi Yetkili Satıcı ve Servis hizmeti veren Avek Otomotiv, hizmet kalitesi standartları yükseltmeye ve müşterilerini hayran bırakacak yeniliklerine devam ediyor. Avek, Audi Yetkili Servisleri'nde sunulan yedek araç hizmeti için 20 araçtan oluşan bir filo

oluşturdu. Bu filoda, Audi ürün gamının en karakteristik cabriosu olan Audi A3 Cabriolet modeli ağırlık taşıyor. Özellikle yaz döneminde Audi'sini servise getiren Audi tutkunları, kendi otomobilleri servisteyken Audi A3 Cabriolet'yi deneyimleyecek ve keyifli zaman geçirebilecekler. Böylece önceden randevu alarak

araçlarını Avek Otomotiv Audi Yetkili Servisi'ne getiren Audi sahipleri, araçları serviste kaldığı süre boyunca oluşan yedek araç hizmetinden daha hızlı ve kolay yararlanabilecek. Ücretsiz olarak verilen bu hizmet ile, Audi sahipleri, A3 Cabrio başta olmak üzere, farklı Audi modellerini de deneyimleme ve test etme imkanı bulacak.

Ücretsiz kuaför ve sinema salonu

Avek Otomotiv'de Audi sahiplerine sunulan ayrıcalıklar arasında, servise gelecek araçlar için ücretsiz yerinden alım yerine teslim, Audi Express Service, havaalanı servisi hizmetleri de bulunuyor. Ayrıca

araçları Audi'nin orijinal yedek parça ve uzman işçiliğiyle emin ellerde servis hizmeti alırken, araç sahipleri sinema salonu, Wi-Fi, bilardo, çocuk oyun salonu, bay veya bayan kuaför gibi imkanlardan da ücretsiz yararlanabiliyor.

Audi Terminal Konsepti'yle yenilenen 1600 metrekarelik Showroom'unu geçen yıl hizmete açan Avek'te Audi'nin en yeni modelleri ve otomotiv tarihinin efsaneleri arasına giren R ve RS modellerinin de bulunduğu 20 Audi aynı anda sergilenabiliyor. <><>

**TÜRKİYE'NİN
YENİ
GAZETESİNDEN,
YENİ
TÜRKİYE'NİN
GAZETESİNE!**



30 yıl önce Türk basınında yeni bir dönemin adı kondu. Türkiye'nin gazetesi Sabah'ın ilk sayısı okurlarıyla buluştu. O günden beri dünya değişti, Türkiye gelişti. Sabah'ın dik duruşu, ilkeli yayıncılık anlayışı hiç değişmedi. İşte bu yüzden, Sabah bugün Yeni Türkiye'nin saygın referans gazetesi.

Sabah'ı Sabah yapan tüm okurlarımıza teşekkürler.

Tur Assist'in çağrı merkezi, Brisa'ya ödül getirdi

Çağrı merkezleriyle birçok sektöre asistans hizmeti veren Tur Assist'in kurumsal müşterilerinden Brisa'nın Müşteri İletişim Merkezi, Çağrı Merkezleri Derneği tarafından ödüllendirildi.



Tur Assist tarafından yürütülen Brisa Müşteri İletişim Merkezi'nin hizmet kalitesi, Çağrı Merkezleri Derneği tarafından verilen EN15838:2009 Müşteri İletişim Merkezleri Hizmet Sertifikası ile tescillendi. 430 kişilik çağrı merkezi ile başta sigorta ve otomotiv olmak üzere pek çok sektöre asistans hizmetleri sunan Tur Assist'in kurumsal müşterilerinden biri olan Brisa, Avrupa Birliği standartlarında hizmet sunulduğunu belgeleyen EN15838:2009 Müşteri İletişim Merkezleri Hizmet Sertifikası'nı almaya hak kazandı. Brisa'ya EN15838:2009 Müşteri İletişim Merkezleri

Hizmet Sertifikası, 11 Mart Çarşamba günü Tur Assist Genel Müdürlüğü'nde düzenlenen tören eşliğinde teslim edildi. Sertifika, Çağrı Merkezleri Derneği Yönetim Kurulu Başkanı Metin Tarakçı tarafından, Brisa Genel Müdürü Hakan Bayman'a takdim edildi. Toplantıya Brisa Genel Müdür Hakan Bayman, Tüketici Ürünleri Pazarlama Satış Genel Müdür Yardımcısı Levent Akpulat, Tüketici Ürünleri Pazarlama Direktörü Egemen Atış, Tur Assist Genel Müdürü Cemal Fenercioğlu ile Brisa ve Tur Assist'in üst düzey yöneticileri katıldı. <<<

Tur Assist, İSTOÇ'ta oto galericiler ile buluştu

Umran Oto Ekspertiz ile bölgesel bir anlaşma yapan Tur Assist, 2. el otomobil garantisi Warranty'yi İSTOÇ'ta gerçekleştirilen seminer ile galericilere tanıtma fırsatı buldu. İSTOÇ Yönetimi ve

Umran Oto Ekspertiz ile yapılan işbirliği ile gerçekleştirilen bu organizasyonda Tur Assist; galericileri, otomobili alırken de satarken de artı değer katmış olacakları Warranty paketi ile buluşturdu. <<<

Tasit.com, Tur Assist işbirliği

Tasit.com, Tur Assist'in geliştirdiği altyapı ile Türkiye genelinde araç kiralama hizmeti vermeye başladı.

Tur Assist'in kurumsal müşterilerinin kısa dönem araç kiralama ihtiyaçlarını karşılayan ve Tur Assist ile anlaşmalı rent a car firmalarının kurumsal müşterilerine tüm Türkiye'de hizmet vermesine olanak sağlayan MyCarTurAssist projesi, sağladığı altyapı hizmeti ile sektörde ilklere imza atıyor. MyCarTurAssist.com; Tur Assist ile anlaşmalı, Türkiye genelinde hizmet veren rent a car firmalarının, kendi kullanmış oldukları rezervasyon programlarına online olarak bağlanarak müsait araçların tarih bazında görülmesine imkan veriyor. Aynı şekilde rent a car firmasının sistem

havuzuna bağlanarak kendi müşterileri için istenilen illerde araç rezervasyonu yapabildiğini sağlıyor. Bu sayede örneğin 50 araç ile hizmet veren bir firma, ortak araç havuzunu kullanarak 10.000 araç ile Türkiye genelinde hizmet verebilir konuma gelerek ve iş hacmini artırmış oluyor. Online seri ilan servisiyle 2014 yılında toplam 920 bin sıfır ya da ikinci el satılık araç ilanı yayınlayan Tasit.com, Tur Assist ile yaptığı işbirliği ile MyCarTurAssist sistemini kullanarak yeni bir alana açılmış ve Türkiye genelinde araç kiralama hizmeti vermeye başlamıştır. <<<

New Holland, ikinci el garanti hizmetini Tur Assist ile sağlıyor

Holland 2015 yılı bayi toplantısı, 10-11 Şubat 2015 tarihlerinde Antalya, Rixos Premium Belek Hotel'de düzenlendi. TürkTraktör yönetici ve çalışanlarının katılımıyla 105 TürkTraktör bayisinin hazır bulunduğu toplantıda, Tur Assist; "New Holland 2" markasının İkinci El Traktör Garantisi ürününü bayilere tanıtma fırsatı buldu. New Holland 2; ikinci el traktörlerde geçerli olan garanti hizmetlerini Tur Assist ile sunuyor. Yapılan işbirliği kapsamında, ikinci el traktör müşterileri; 7/24 servise çekim, servis ekipleriyle yerinde onarım ve bilgilendirme hizmetleri gibi, çiftçiyi yarı yolda bırakmayan 7/24 yardım ayrıcalıklarından yararlanabiliyor. 2. El Traktör Garantisi "New



Holland 2" ürünü, çiftçileri traktörün karşılaşılabileceği mekanik ve elektrik arızalarının finansal yüklerinden korurken; aynı zamanda traktörün en kritik parçaları, işçilik ücretleri ve yol yardım hizmetlerini de güvence altına alıyor. Garanti kapsamındaki traktör; detaylı ekspertiz, gerekli revizyon ve bakımları yapılmış olarak, ikinci el müşterilerine güvenilir bir şekilde sunuluyor. <<<

ResistAll®

İleri Teknoloji • Üstün Oto Koruma



İLK GÜNKÜ GİBİ YENİ!

Otomobiliniz, Teksaslı çevre ve insan dostu oto koruma markası ResistAll ile güneş ışığına, oksitlenmeye, kuş pisliğine, döşemelerdeki boya kalem, ruj, yiyecek ve içecek lekelerine ve hatta asit yağmurlarına karşı bile güvende!

Yeni ve ikinci el otomobil iç ve dış kullanımına uygun 25 farklı hizmet paketi.

- Yeni nesil, üstün "NANO" teknoloji
- Çevre ve insan dostu
- Ömür boyu yenilenebilir
- Takasta artı destek avantajı*
- 3 veya 5 yıl garanti seçeneği**
- Transfer edilebilir garanti***

* Ayrıntılı bilgi için Yetkili Satış Danışmanınıza başvurunuz.

** İlgili garanti kapsamı için, ResistAll NG / NG2 ürün garantisine bakınız.

*** Otomobilinizi sattığınızda ResistAll garantisi geçerliliğini sürdürür.

Türkiye'de
ilk ve tek NG2
uygulaması!



Passat, sınıfındaki pazar payını yüzde 51'e çıkardı

Yılın ikinci yarısında 2 litrelik dizel otomatik versiyonu da Türkiye'ye gelecek olan yeni Passat, 2015'e hızlı girdi. 2014'te aracın D segmentindeki pazar payının yüzde 30'lar seviyesinde olduğunu belirten Volks-wagen Binek Araç Genel Müdürü Vedat Uygun, yeni kasanın yüzde 51'lik paya ulaştığını dile getirdi.



Geçen kasım sonunda pazara sunulan yeni Passat, bugüne kadar 8 bin 792 adetlik satışa ulaştı. Bu sayede D segmentindeki pazar payını yüzde 30'lardan yüzde 51'e çıkardı. Volkswagen Binek Araç Genel Müdürü Vedat Uygun, "Passat, tasarımı ve teknolojik özellikleri sayesinde kullanıcılara sınıfının beklentilerinin üzerinde faydalar sunuyor. Artan donanım seviyesi, sürüş destek sistemleri ve yüksek fayda/maliyet oranı sebebiyle kolay tercih ediliyor." dedi. 1973'ten beri üretilen Passat, 1,1 milyonu 2014'te olmak üzere bugüne kadar dünya genelinde 22 milyon adet satıldı. Volkswagen Ürün İletişim Yöneticisi Christoph Peine ise, "Türkiye, özellikle Passat'ın sedan versiyonu bakımından en önemli pazar. Sedan özelinde Avrupa

ülkelerinde liderliği Türkiye alırken, variant karoserinde ise Almanya lider konumda." dedi.

Passat'ın yenilenen hali, bir önceki modelinden 85 kg daha hafif. Ortalama yakıt tüketimi

de yüzde 20 iyileşmiş. Yeni Passat'a önümüzdeki günlerde birçok opsiyonel teknolojik yenilik eklenecek. Trafikte sürüş asistanı ile özellikle dur-kalk sürüşü çok yaşayan sürücüler yaşadığı yorgunluk ve stresi azaltması sağlanıyor. Çevresel görüş sistemi ile ekran üzerinde çeşitli engellerin görüntülenmesi ve risklerin fark edilmesi amaçlanıyor. Römork ile park asistanı ise otomobile takılı olan bir römork ile yapılan geri manevralarda bir düğmeye basılınca direksiyon kontrolünü ele alıyor.

2 Lt dizel versiyon Temmuz ayında geliyor

Vedat Uygun, "2 litre TDI motora ve 240 PS güce sahip bu yeni seçeneğimiz, Volkswagen'in otomotiv dünyasına kazandırdığı bir başka teknolojiyi de barındıracak; 4MOTION. Yılın üçüncü çeyreğinde satışa sunmayı planlıyoruz." dedi. Mart sonu itibarıyla 1,4 litrelik benzinli DSG versiyonunun da

eklendiğini kaydeden Uygun, "Daha önce manuel şanzımanla satın alınabilen 125 PS ve 150 PS güç üreten 1.4 TSI motora sahip benzinli modeller DSG şanzıman seçeneğiyle de showroamlardaki yerini aldı." diye konuştu.

Passat'ın jantı 'İstanbul' imzalı

Yeni Passat, bu sene Cenevre Fuarı'nda 'Car of the Year' ödülünü almıştı. Geçtiğimiz günlerde de modelin 'iF Tasarım Ödülleri'nde en iyi tasarım ödülünü kazandığını hatırlatan Volks-wagen Binek Araç Genel Müdürü Vedat Uygun, "Yeni Passat modelimizde şimdi İstanbul markalı bir parça yer alacak. VW AG ile yürütülen ortak çalışmalarımız neticesinde, mevcut jantların arasına, 'İstanbul' adıyla yeni bir jant seçeneğinin eklenmesi sağlandı. Bu jant, tüm dünyada, bu isim etiketiyle Passat müşterilerinin beğenisine sunulacak." diye konuştu. <<<



BOYADA ÇÖZÜM ORTAĞINIZ



Automatchic Vision

Doğru Rengi
Teknolojiyle
Yakalayın!



Mixit Pro

Rengi Tek
Dokunuşta
Yakalayın!

RENK YAPMAK ARTIK ÇOK KOLAY

Son teknoloji ürünü Automatchic Vision spektrofotometremiz ile doğru renge tek seferde ve her defasında hızlıca erişerek tamir süreçlerinizi optimize edecek, müşteri memnuniyetinizi daha ileri taşıyacaksınız.

RENK BULMAK ARTIK ÇOK KOLAY

Sikkens'in yeni nesil renk tarama sistemi MixitPro, birkaç adımda sizi doğru renk formülüne ulaştırır. Boya tüketim ve maliyet analizlerini yapar, envanterinizi takip eder ve size sayısız rapor sunar.



DOĞRU RENKLER DOĞRU TEKNOLOJİLER



AkzoNobel



AkzoNobel Kemipol A.Ş.

Ankara Asfaltı 25.km 35730 Kemalpaşa / İZMİR
Tel: +90 (232) 877 00 30 Fax: +90 (232) 877 00 70
www.akzonobel.com/kemipol



Otomobil ve hafif ticari araç pazarı 2015 yılı ilk çeyreğinde % 50 arttı

Türkiye otomobil ve hafif ticari araç toplam pazarı, 2015 yılı ilk üç ayında bir önceki yılın aynı dönemine göre %50,29 artarak 173.248 adet olarak gerçekleşti. 2014 yılı üç aylık dönemde 115.272 adet toplam pazar gerçekleşmişti.

Otomobil satışları, 2015 yılı Ocak-Mart döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre %42,13 artarak 126.991 adete yükseldi. 2014 yılı aynı dönemde 89.347 adet satış gerçekleşmişti.

Hafif ticari araç pazarı, 2015 yılı ilk çeyreğinde geçen yıla göre %78,43 oranında artarak 46.257 adete ulaştı. Geçen yıl aynı dönemde 25.925 adet satış yaşanmıştı.

Otomobil ve hafif ticari araç pazarı, 2015 yılı Mart ayında %75 arttı. Otomobil pazarı %63, hafif ticari araç pazarı %121 büyüdü.

2015 yılı Mart ayı otomobil ve hafif ticari araç pazarı 83.302 adete ulaştı. 47.581 adet olan

2014 yılı Mart ayı otomobil ve hafif ticari araç pazar toplamına göre satışlar %75,07 oranında arttı.

2015 yılı Mart ayında otomobil satışları bir önceki yılın aynı ayına göre %63,11 artarak 61.676 adet olarak gerçekleşti.

2015 yılı Mart ayında hafif ticari araç pazarı 2014 yılının Mart ayına göre %121,37 artarak 21.626 adet seviyesine ulaştı.

2015 yılı ilk üç aylık dönemde, 1600cc altındaki otomobil satışlarında %43,54, 1600-2000cc aralığında motor hacmine sahip otomobil satışlarında %18,26 ve 2000cc üstü otomobillerde %15,20 artış görüldü. 2015 yılı

üç aylık dönemde, 85kW altı 8 adet, 121kW üstü ise 13 adet elektrikli otomobil satışı gerçekleşti.

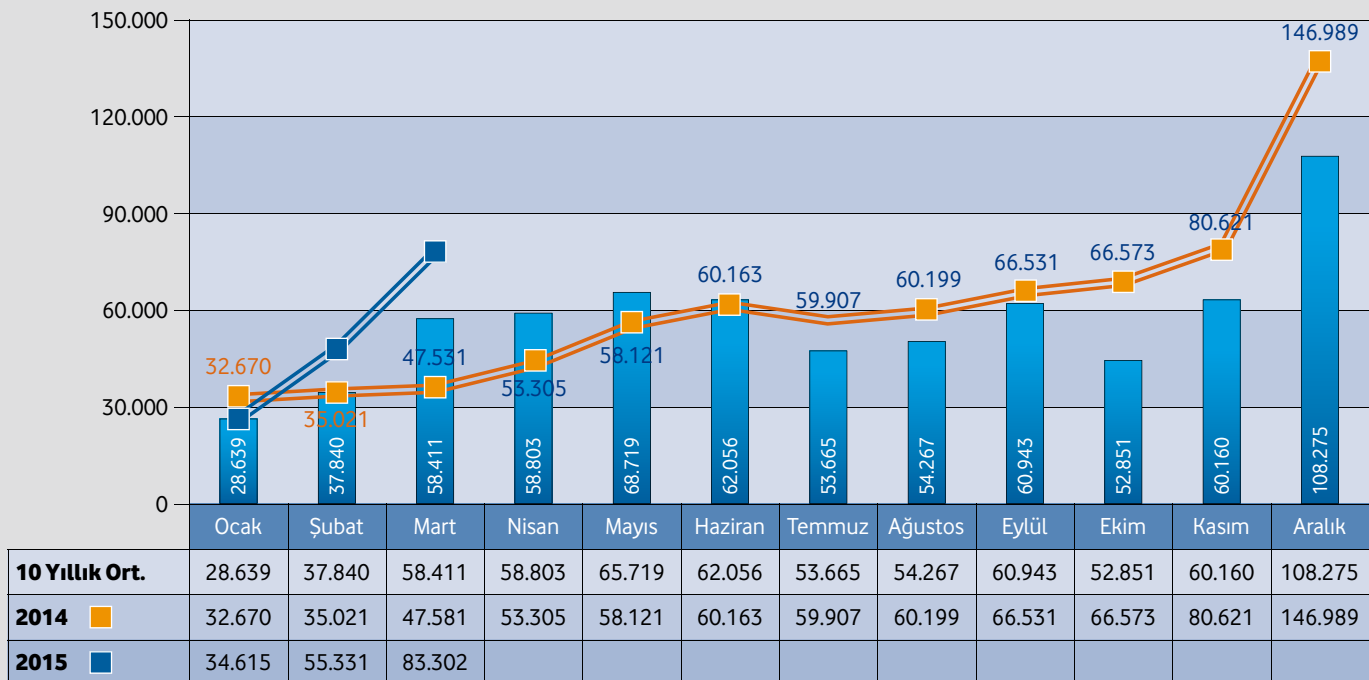
2015 yılı ilk üç ayında, otomobil pazarında ortalama emisyon değerlerine göre en yüksek paya %42,75 oranıyla 100-120 gr/km arasındaki otomobiller 54.288 adet ile sahip oldu.

2015 yılı ilk üç aylık dönemde, dizel otomobil satışlarının payı %59,71'e gerilerken, otomatik şanzımanlı otomobillerin payı ise %46,77'ye yükseldi.

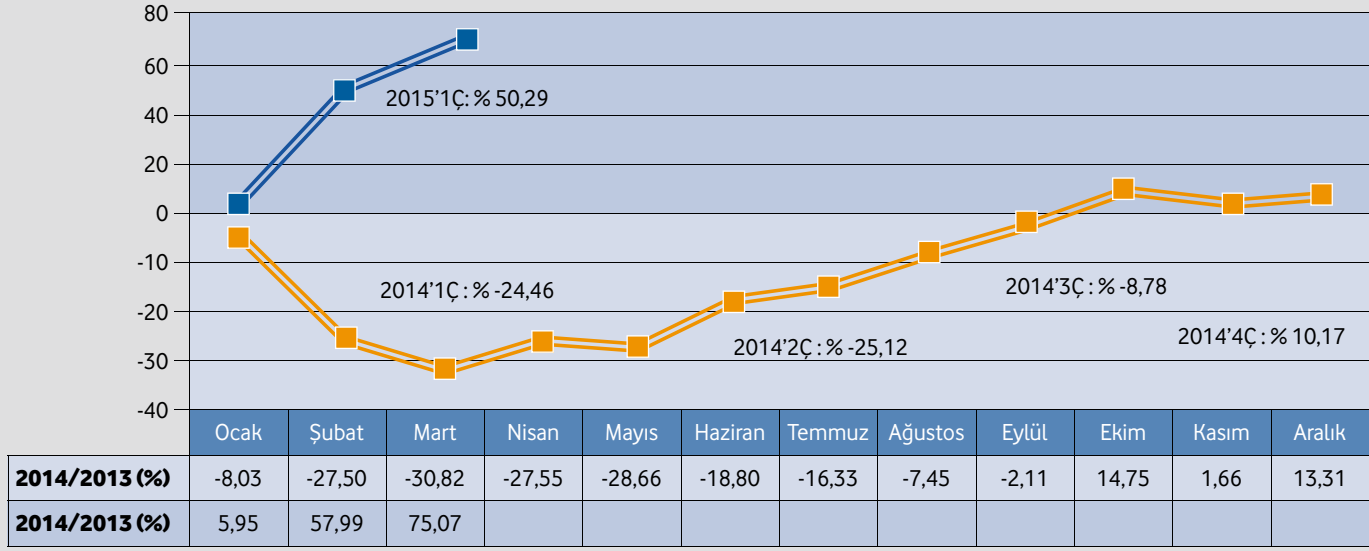
2015 yılı Ocak-Mart döneminde otomobil pazarı segmentinin %83,90'ı yine vergi oranları düşük olan A, B ve C segmentlerinde yer alan araçlar oluşturdu. Segmentlere göre değerlendirildiğinde, en yüksek satış adetine %52,19 pay alan C (66.273 adet) segmenti ulaştı. Kasa tiplerine göre değerlendirildiğinde ise, en çok tercih edilen gövde tipi yine Sedan otomobiller (%47,48 pay, 60.300 adet) oldu..



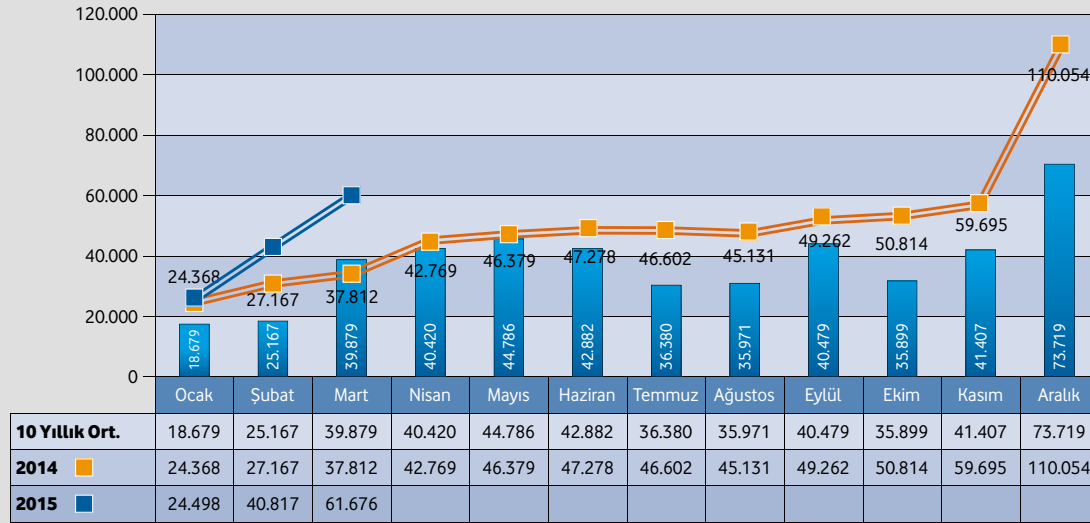
OTOMOBİL VE HAFİF TİCARİ ARAÇ TOPLAM PAZARI



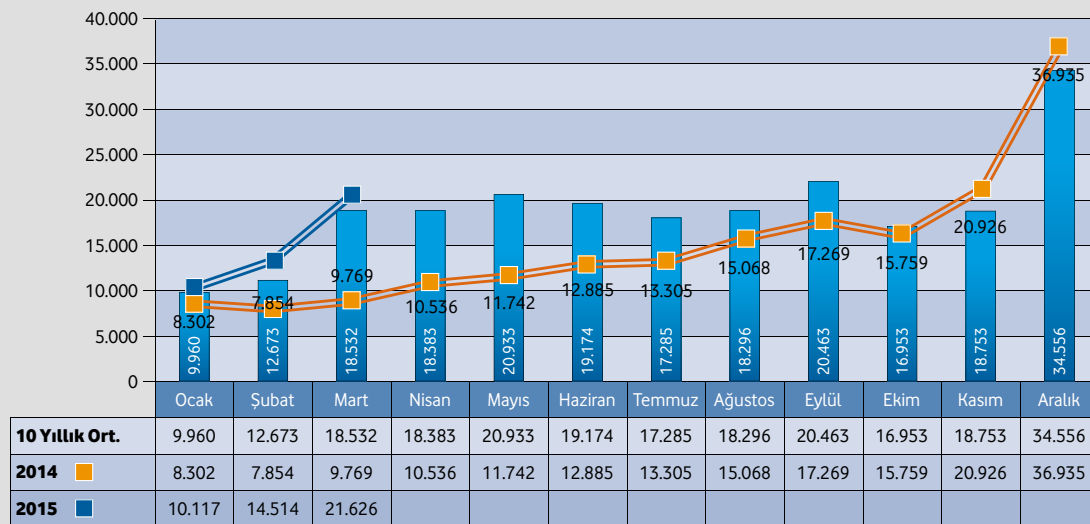
OTOMOBİL VE HAFİF TİCARİ ARAÇ PAZARI AYLIK GELİŞİMİ (%)



OTOMOBİL PAZARI



HAFİF TİCARİ ARAÇ PAZARI



Türkiye Otomotiv pazarında, hafif ticari araç pazarı 2015 yılı Ocak-Mart döneminde geçen yılın aynı dönemine göre %78,43 oranında artarak 46.257 adet seviyesinde gerçekleşti. Geçen sene aynı dönemde 25.925 adet satışa ulaşılmıştı.

Hafif ticari araç pazarı 2015 yılı Mart ayında geçen yılın aynı ayına göre %121,37 oranında artarak 21.626 adet seviyesine ulaştı. Geçen sene Mart ayında 9.769 adet satış gerçekleşmişti.

Hafif ticari araç pazarı, 10 yıllık Mart ayı ortalama satışlara göre %16,70 arttı.

SEKTÖR ANALİZİ

2015 yılı Ocak-Mart dönemi otomobil pazarı motor hacmine göre incelendiğinde, en yüksek paya %95,41 oranıyla yine 1600cc altındaki otomobiller 121.164 adet ile sahip oldu. Ardından %3,65 pay ile 1600-2000cc aralığındaki otomobiller ve %0,93 pay ile 2000cc üstü otomobiller yer aldı. 2014 yılı aynı dönemine göre 1600cc altındaki otomobil satışlarında %43,54, 1600-2000cc aralığında motor hacmine sahip otomobil satışlarında %18,26 ve 2000cc üstü otomobillerde %15,20 artış yaşandı. 2015 yılı ilk çeyreğinde, 85kW altı 8 adet, 121kW üstü ise 13 adet elektrikli otomobil satışı gerçekleşti.

Motor Hacmi	Motor Cinsi	2014'Mart		2015'Mart		Değişim	ÖTV	KDV
		Adet	Pay	Adet	Pay			
≤ 1600 cc	B/D	84.410	% 94,47	121.164	% 95,41	% 43,54	% 45	% 18
1601 cc ≤ 2000 cc	B/D	3.916	% 4,38	4.631	% 3,65	% 18,26	% 90	% 18
≥ 2001 cc	B/D	1.020	% 1,14	1.175	% 0,93	% 15,20	% 145	% 18
≤ 85 kW	Elektrikli	1	% 0,00	8	% 0,01	-	% 3	% 18
86 kW ≤ 120 kW	Elektrikli	0	% 0,0	0	% 0,0	-	% 7	% 18
≥ 121 kW	Elektrikli	0	% 0,0	13	% 0,01	-	% 15	% 18
Toplam		89.347	% 100,0	126.991	% 100,0	% 42,13	Vergi Oranları	

2015 yılı Ocak-Mart döneminde otomobil pazarı ortalama emisyon değerlerine göre incelendiğinde, en yüksek paya %42,75 oranıyla 100-120 gr/km arasındaki otomobiller (54.288 adet) ve ardından yine %28,87 pay ile 120-140 gr/km arasındaki otomobiller (36.665 adet) sahip oldu.

CO2 Ortalama Emisyon Değerleri (gr/km)	2014'Mart		2015'Mart		Değişim
	Adet	Pay	Adet	Pay	
< 100 gr/km	10.385	% 11,62	12.572	% 9,90	% 21,06
≥ 100 - < 120 gr/km	34.589	% 38,71	54.288	% 42,75	% 56,95
≥ 120 - < 140 gr/km	25.725	% 28,79	36.665	% 28,87	% 42,53
≥ 140 - < 160 gr/km	13.650	% 15,28	18.110	% 14,26	% 32,67
≥ 160 gr/km	4.998	% 5,59	5.356	% 4,22	% 7,16
Toplam	89.347	% 100,0	126.991	% 100,0	% 42,13

2015 yılı Ocak-Mart döneminde dizel otomobil satışları geçen yılın aynı dönemine göre %36,14 oranında arttı. 2015 ilk çeyrek otomobil satış adetleri, 2014 yılı aynı dönem ile kıyaslandığında, dizel payı %62,34'den %59,71'e (75.825 adet) geriledi.

Dizel	2014'Mart		2015'Mart		Değişim
	Adet	Segment İçindeki Pay	Adet	Segment İçindeki Pay	
A (Mini)	7	% 0,74	6	% 0,57	% -14,29
B (Entry)	17.347	% 61,42	22.185	% 56,56	% 27,89
C (Compact)	28.830	% 63,39	40.786	% 61,54	% 41,47
D (Medium)	7.349	% 67,38	10.126	% 66,14	% 37,79
E (Luxury)	1.652	% 51,51	1.995	% 46,40	% 20,76
F (Upper Luxury)	511	% 90,93	727	% 88,75	% 42,27
Toplam	55.696	% 62,34	75.825	% 59,71	% 36,14

2015 yılı Ocak-Mart döneminde otomatik şanzımanlı otomobil satış adetleri 2014 yılı aynı dönemine göre %49,38 arttı. 2015 yılı üç aylık otomobil satış adetleri geçen yıl ile kıyaslandığında, otomatik şanzımanlı otomobil satışlarının payı %44,50'den %46,77'ye (59.390 adet) yükseldi.

Otomatik Şanzıman	2014'Mart		2015'Mart		Değişim
	Adet	Segment İçindeki Pay	Adet	Segment İçindeki Pay	
A (Mini)	580	% 61,12	704	% 67,30	% 21,38
B (Entry)	7.823	% 27,70	12.182	% 31,06	% 55,72
C (Compact)	19.978	% 43,93	30.525	% 46,06	% 52,79
D (Medium)	8.270	% 75,82	12.048	% 78,69	% 45,68
E (Luxury)	2.579	% 80,42	3.096	% 72,00	% 20,05
F (Upper Luxury)	527	% 93,77	835	% 99,64	% 58,44
Toplam	39.757	% 44,50	59.390	% 46,77	% 49,38



Güven verir.
Değer katar.

6552 sayılı kanun düzenlemesiyle araç muayene gecikme bedellerine gelen tarihi indirim fırsatı uzatıldı! Bu tarihi fırsatı kaçırmayın, gecikmiş muayenenizi hemen yaptırın! Ayrıntılı bilgi için; tuvturk.com.tr *

GEÇ
KALMAYIN

Araç muayene

gecikme bedellerine yeni yasa ile gelen

tarihi indirim fırsatı

30 Haziran 2015'e kadar uzatıldı!



* Muayene süresi 11 Eylül 2014'ten önce dolan araçlar indirimden faydalanabilecektir.

TÜVTÜRK Araç Muayene İstasyonları

TÜVTÜRK, bir TÜV SÜD - DOĞUŞ - BRIDGEPOINT ortaklığıdır. www.tuvturk.com.tr [f /TUVTURK](https://www.facebook.com/TUVTURK) [t /TUVTURK](https://www.twitter.com/TUVTURK)

TÜV®

PERAKENDE SATIŞLAR YERLİ / İTHAL DAĞILIMI MART 2015									
Marka	Binek Araç			Hafif Ticari Araç			Toplam		
	Yerli	İthal	Toplam	Yerli	İthal	Toplam	Yerli	İthal	Toplam
ALFA ROMEO		56	56			0	0	56	56
AUDI		1.685	1.685			0	0	1.685	1.685
BENTLEY		1	1			0	0	1	1
BMW		2.369	2.369			0	0	2.369	2.369
CHERY		46	46		0	0	0	46	46
CITROEN		1.522	1.522	380	730	1.110	380	2.252	2.632
DACIA		2.968	2.968		696	696	0	3.664	3.664
FERRARI		1	1			0	0	1	1
FIAT	3.299	481	3.780	4.809	782	5.591	8.108	1.263	9.371
FORD	191	3.636	3.827	6.049	5	6.054	6.240	3.641	9.881
GEELY		3	3			0	0	3	3
HONDA	803	273	1.076			0	803	273	1.076
HYUNDAI	2.531	1.884	4.415		164	164	2.531	2.048	4.579
INFINITI		1	1			0	0	1	1
ISUZU			0	261	32	293	261	32	293
IVECO			0		282	282	0	282	282
JAGUAR		50	50			0	0	50	50
JEEP		308	308			0	0	308	308
KARSAN			0	179		179	179	0	179
KIA		1.183	1.183		136	136	0	1.319	1.319
LADA			0			0	0	0	0
LAMBORGHINI		2	2			0	0	2	2
LANCIA			0			0	0	0	0
LAND ROVER		240	240			0	0	240	240
MASERATI		3	3			0	0	3	3
MAZDA		49	49			0	0	49	49
MERCEDES-BENZ		2.200	2.200		1.009	1.009	0	3.209	3.209
MINI		139	139			0	0	139	139
MITSUBISHI		92	92	17	518	535	17	610	627
NISSAN		1.859	1.859		0	0	0	1.859	1.859
OPEL		3.964	3.964	0	0	0	0	3.964	3.964
OTOKAR			0			0	0	0	0
PEUGEOT		2.039	2.039	240	704	944	240	2.743	2.983
PORSCHE		53	53			0	0	53	53
PROTON		67	67			0	0	67	67
RENAULT	5.844	2.874	8.718		1.104	1.104	5.844	3.978	9.822
SEAT		1.496	1.496			0	0	1.496	1.496
SKODA		2.120	2.120		0	0	0	2.120	2.120
SMART		10	10			0	0	10	10
SSANGYONG		31	31		69	69	0	100	100
SUBARU		261	261			0	0	261	261
SUZUKI		20	20			0	0	20	20
TATA		21	21		23	23	0	44	44
TOYOTA	3.563	1.070	4.633		255	255	3.563	1.325	4.888
VOLKSWAGEN		9.711	9.711		3.182	3.182	0	12.893	12.893
VOLVO		657	657			0	0	657	657
TOPLAM:	16.231	45.445	61.676	11.935	9.691	21.626	28.166	55.136	83.302

PERAKENDE SATIŞLAR YERLİ / İTHAL DAĞILIMI OCAK-MART 2015									
Marka	Binek Araç			Hafif Ticari Araç			Toplam		
	Yerli	İthal	Toplam	Yerli	İthal	Toplam	Yerli	İthal	Toplam
ALFA ROMEO	0	149	149	0	0	0	0	149	149
AUDI	0	3.398	3.398	0	0	0	0	3.398	3.398
BENTLEY	0	5	5	0	0	0	0	5	5
BMW	0	5.124	5.124	0	0	0	0	5.124	5.124
CHERY	0	110	110	0	0	0	0	110	110
CITROEN	0	3.146	3.146	848	1.391	2.239	848	4.537	5.385
DACIA	0	6.966	6.966	0	1.188	1.188	0	8.154	8.154
FERRARI	0	1	1	0	0	0	0	1	1
FIAT	7.337	1.106	8.443	9.765	1.620	11.385	17.102	2.726	19.828
FORD	434	7.519	7.953	13.738	49	13.787	14.172	7.568	21.740
GEELY	0	14	14	0	0	0	0	14	14
HONDA	1.880	612	2.492	0	0	0	1.880	612	2.492
HYUNDAI	5.939	3.679	9.618	0	357	357	5.939	4.036	9.975
INFINITI	0	3	3	0	0	0	0	3	3
ISUZU	0	0	0	758	78	836	758	78	836
IVECO	0	0	0	0	538	538	0	538	538
JAGUAR	0	75	75	0	0	0	0	75	75
JEEP	0	828	828	0	0	0	0	828	828
KARSAN	0	0	0	406	0	406	406	0	406
KIA	0	2.189	2.189	0	504	504	0	2.693	2.693
LADA	0	0	0	0	0	0	0	0	0
LAMBORGHINI	0	4	4	0	0	0	0	4	4
LANCIA	0	2	2	0	0	0	0	2	2
LAND ROVER	0	358	358	0	0	0	0	358	358
MASERATI	0	7	7	0	0	0	0	7	7
MAZDA	0	156	156	0	0	0	0	156	156
MERCEDES-BENZ	0	4.001	4.001	0	1.824	1.824	0	5.825	5.825
MINI	0	207	207	0	0	0	0	207	207
MITSUBISHI	0	220	220	38	1.232	1.270	38	1.452	1.490
NISSAN	0	4.180	4.180	0	1	1	0	4.181	4.181
OPEL	0	7.155	7.155	0	0	0	0	7.155	7.155
OTOKAR	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PEUGEOT	0	3.995	3.995	568	1.410	1.978	568	5.405	5.973
PORSCHE	0	146	146	0	0	0	0	146	146
PROTON	0	162	162	0	0	0	0	162	162
RENAULT	12.377	4.836	17.213	0	2.278	2.278	12.377	7.114	19.491
SEAT	0	2.763	2.763	0	0	0	0	2.763	2.763
SKODA	0	4.203	4.203	0	0	0	0	4.203	4.203
SMART	0	17	17	0	0	0	0	17	17
SSANGYONG	0	96	96	0	134	134	0	230	230
SUBARU	0	366	366	0	0	0	0	366	366
SUZUKI	0	64	64	0	0	0	0	64	64
TATA	0	66	66	0	66	66	0	132	132
TOYOTA	6.778	1.932	8.710	0	373	373	6.778	2.305	9.083
VOLKSWAGEN	0	21.144	21.144	0	7.093	7.093	0	28.237	28.237
VOLVO	0	1.242	1.242	0	0	0	0	1.242	1.242
TOPLAM:	34.745	92.246	126.991	26.121	20.136	46.257	60.866	112.382	173.248

Kaynak: Otomotiv Distribütörleri Derneği

Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Fikri Işık: “Ar-Ge için 1,5 milyar liranın üzerinde doğrudan destek verilecek”



Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Fikri Işık, MAN'ın Yeni NEOPLAN Üretim Üssü'nün açılış törenindeki konuşmasında, firmanın üretim için Türkiye'yi seçmesinin tesadüfi olmadığını söyledi.

Tek parametre ucuz işgücü veya arazi tahsisleri gibi teşvikler olsaydı, bunların başka ülkelerde de olduğunu dile getiren Işık, MAN'ın yeni NEOPLAN'ın üretimini Türkiye'de yapması kararında birinci faktörün, ülkedeki işgücünün kalitesi ve niteliği olduğunu ifade etti.

Bunun da üretimin kalitesine ve verimliliğine yansıdığını belirten Işık, MAN'ın Almanya dışındaki ilk üretim tesisini Türkiye'de açtığını hatırlattı.

Bakan Işık, MAN'ın günümüzde Türkiye'de en büyük kompakt otobüs tesisine sahip olduğuna dikkati çekerek, firmanın Türkiye'deki yatırımlarının her geçen gün arttığını söyledi.

MAN Türkiye'nin, son 15 yılda cirosunu 309 kat, son 10 yılda ise ihracatını 9 kat

Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Fikri Işık, bu yıl, başta KOBİ'ler olmak üzere Ar-Ge faaliyetleri için doğrudan verecekleri desteğin 1,5 milyar liranın üzerinde olduğunu bildirdi.

artırdığını aktaran Işık, şunları kaydetti: "Bu, MAN'ın Türkiye'deki somut başarısının göstergesi. Bugün geline nokta MAN Türkiye, Ankara Akyurt'ta 317 bin metrekare alanda bin 800 çalışanı ile her yıl yaklaşık bin 500 otobüs üretmektedir. Bugün açılışını yapacağımız Yeni NEOPLAN Üretim Üssü ile bu sayı daha da artacaktır. Bundan sonra MAN Otobüs Grubunun Cityliner ve Jetliner ile yeni tasarım Skyliner otobüsleri, sadece bu tesiste üretilecek. Tüm NEOPLAN marka otobüslerin Ankara'da üretimi, ülkemize istihdam ve ihracat alanında önemli katkılar yapacak. NEOPLAN'ın üretimi için Türkiye'nin tercih edilmesi şüphesiz ülkemize duyulan güvenin bir göstergesidir. Bugüne kadar Türkiye'ye güvenen hiç kimse yanılmadı. Bugüne kadar Türkiye'ye inanan hiç kimse zarar etmedi. Aksine, Türkiye ile ilgili olumsuz tablo çizenler, negatif algı oluşturmak isteyenler hep kaybedenler oldu. Biz kısa değil, orta ve uzun vadeli yatırımları önemsiyoruz."

Türkiye, otomotiv ihracatçısı bir ülke oldu

Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Işık, 2002 yılından sonra ülkede oluşan siyasi istikrar ve güven ortamı ile otomotiv sanayinin potansiyelinin ortaya çıktığını ve Türkiye'nin, otomotiv ihracatçısı bir ülke olmayı başardığını ifade etti.

Türkiye'de 2002'de toplam otomotiv üretiminin 357 bin olduğunu anımsatan Işık, 2014 sonu itibarıyla bu rakamın 1 milyon 218 bin 848'e ulaştığını bildirdi. Bu yıl da otomotiv sektöründe ciddi üretim ve ihracat artışları yaşandığını anlatan Işık, "Türkiye, 2014 verilerine göre dünyada otomotiv üretiminde 17. sırada. Avrupa Birliği'nde, sizlerin sayesinde otobüs üretiminde birinci

sıradayız. Hafif ve ağır ticari araç üretiminde ikinci, otomobil üretiminde yedinci, toplam üretimde ise altıncı sıradayız" diye konuştu.

Şirketlerden, artık açık Ar-Ge'ye eğilmesini istediklerini dile getiren Işık, sözlerini şöyle tamamladı: "Bu yıl, başta KOBİ'ler olmak üzere Ar-Ge faaliyetleri için doğrudan vereceğimiz destek rakamı 1,5 milyar liranın üzerinde. İstiyoruz ki Türkiye'de daha çok Ar-Ge yapılsın. Arzumuz şu; MAN gibi pek çok firma, Ar-Ge merkezinde yeni ürünler geliştirsın, yeni üretimler yapsın. Bunu sağlamak için kararlıyız. İnşallah, nitelikli ve kaliteli işgücü sayesinde Türkiye, kaybettiği yılları çok hızlı kapatacak."

MAN Türkiye AŞ Yürütme Kurulu Başkanı Münür Yavuz da otobüs markası NEOPLAN'ın tüm üretiminin Türkiye'ye kaydırıldığını söyledi. Bunun Türk otomotiv sektörü ve MAN Türkiye için çok önemli bir gelişme olduğunu vurgulayan Yavuz, "NEOPLAN'ı Türkiye'ye taşıma projesine 'Prenses' ismini koyduk. Narin, güzel, önemli ve bir o kadar da kaprisli ve zor ancak bizler Prenses'i verdiği yorgunluktan çok, bıraktığı başarı hazzı ve mutluluğuyla hatırlayacağız" dedi.

Üretim yüzde 40 artacak

Türkiye'de ilk kez 1966 yılında kurulan MAN tesisleri, firmanın Almanya dışındaki ilk ve en büyük üretim merkezi olma özelliğini taşıyor. Akyurt'ta 317 bin metrekarelik alanda, bin 800 çalışanıyla üretim yapılan tesiste, vardiyada yılda 2 bine yakın otobüs üretiliyor. Otobüs üretimin yanı sıra tesiste, şasi ve diğer MAN fabrikaları için elektronik parça imalatı da yapılıyor. <<<

BLUE HDi

1.6 TAM OTOMATİK DİZEL **YENİ PEUGEOT 308** **KURALLARA TAKILMA, İÇGÜDÜLERİNİ DİNLE.**



Sınıfında Fark Yaratan Yeni Şanzıman Teknolojisi

Sınıfın En İyi Yakıt Ekonomisi 3.3 L / 100 km

Sınıf Lideri Çevreci Teknoloji 92 g / km

#KurallaraTakılsaydık

BlueHDi motoruyla sınıfında fark yaratan Yeni PEUGEOT 308. Şimdi, dizel, tam otomatik şanzımanı ile Peugeot Yetkili Satıcıları'nda. Kurallara Takılsaydık, sınıfında fark yaratan böyle bir otomobil yapamazdık.

Yeni Peugeot 308 1.6 BlueHDi 120 hp EAT6 şehir dışı yakıt tüketimi 3.3 L/100km, ortalama CO₂ emisyon değeri 92g/km'dir. İlanda kullanılan görsel, Türkiye ürün gamı ile farklılık gösterebilir.

PEUGEOT MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ (0216) 579 94 44



instagram.com/peugeotturkiye



twitter.com/PeugeotTurkiye



facebook.com/peugeotturkiye

YENİ PEUGEOT 308

MOTION & EMOTION



PEUGEOT



“ÜLKEMİZ VAROLDUKÇA, YAPACAK ÇOK İŞİMİZ VAR”



Çorum - Ankara Yolu, İskilip Kavşağı
No: 184 Çorum



+90 (364) 224 01 44



info@karakaslargrup.com.tr

www.karakaslargrup.com.tr



facebook.com/karakaslargrup



instagram.com/karakaslargrup



twitter.com/karakaslargrup