

OTODBAN

Otomotiv finansmanında
mevzuat eksikleri var
Nilüfer Günhan
TEB Cetelem Genel Müdürü

Hayatımız otomotiv
Kurthan Tarakçıoğlu
ISOTO CEO



**OYDER, Adana'da yetkili
satıcıları biraraya getirdi**

**Otomobilde 1 milyon
satış hedefi kondu**

**ANKARA YETKİLİ SATICILAR
TOPLANTISI ve
ANKARA TİCARET ODASI
ZİYARETİ**

Lütfen

Not Ediniz!



**OTOMOTİV
SEKTÖRÜNÜN
GELECEĞİ - III**



İŞİMİZİ DAHA İYİ YÖNETMEK İÇİN...

2

011 yılına beklediğimizden hızlı girdik, daha 2010 yılının hesapları ile uğraşırken Ocak ayında hedefi yakalayabilir miyiz hesapları başladı.

Belki de bu dinamiklik, bu heyecan hepimizi cezbeden?

Tüm şirketlerin hazırladığı bütçeler gibi çoğu yetkili satıcımız büyük bir disiplinle bütçe hazırladı, bu yıl kaç araç satarız? Kaç tane 2. el satarız? Servisimize kaç araç girer? Ne kadar yedek parça ve ne kadar sigorta satarız? Büyük bir titizlikle bu rakamları tahmin etmeye çalışıyoruz.

Bu bütçelerin sonunda 2011 bitiminde kaç para kazanacağımızı görmek istiyoruz.

Acaba yaptığımız hesaplar tutacak mı? Ve ya bu güne kadar tuttu mu?

Türkiye'de yaşadığımız krizler tüm otomotiv yetkili satıcılarının işe bakış açısında ve tarzında önemli değişikliklere sebep oldu,

Eskiye göre daha çok çalışma, daha verimli çalışma, kaynaklarımızın akılcı kullanımı, müşterilerle birebir temas...

Bütün bunlar için işimizi çok daha iyi yönetmek zorundayız, işimizi artık iyilik olsun diye sadece tanıdıklarımıza emanet edemeyiz, bu sebeple Bünyelerimizde eskiye göre daha çok profesyonel elemanlara ihtiyacımız var. İşte bundan dolayı da maliyetlerimiz arttı.

2010 Yılı'nı tarihi rekorla kapatırken tüm sektör Yöneticilerinden genel olarak aynı mesaj geliyor "2011 de benzer bir seyir izleyecek"

Çarklar çok hızlı dönemeye başladı, satışlar artıyor, stoklarda artıyor paralel olarak.

Hep şunu soruyorum kendi kendime, Dünyanın bir köşesinde Türkiye ile hiç alakası olmayan bir Memlekette çıkabilecek olası bir ekonomik kriz neticesinde Türkiye deki Otomotiv sektörü 4 aylık bir fren yapsa neler olur?

Kaç tane Yetkili Satıcımız bu işi bırakmak zorunda kalır?

Olabilecek kötü senaryolar için Yetkili Satıcılarımız risklerini hesaplıyorlar mı acaba?

OYDER'in başlattığı DİYALOG tüm hızıyla devam ediyor.

Ekim 2010, Ege Bölgesi (İzmir)

Kasım 2010, İç Anadolu Bölgesi (Ankara)

Ocak 2011 Akdeniz Bölgesi (Adana), DİYALOG toplantılarımızı coşkuyla gerçekleştirdik.

25 Şubatta Karadeniz Bölgesi (Samsun)

25 Martta Güney Doğu Anadolu Bölgesi (Diyarbakır) toplantısı yapacağız.

Yıl sonuna kadar her ay bir bölgedeyiz, tek amacımız birlik olmak, kendi içimizdeki sıkıntıları, kavgaları, egoları bir kenara bırakıp tek yürek olmak.

Ancak bu şekilde riskleri paylaşıyoruz, ancak bu şekilde bizimle ilgili bir karar çıkmadan evvel müdahale edebiliriz ve ancak bu şekilde çocuklarımıza bu mesleği emanet ederken gözümüz arkada kalmaz.

Hepinize risklerinizi kontrol edebildiğiniz ve geçmişe göre daha karlı bir yıl diliyorum. >>>

Sevgi ve Saygılarımla...



Tamer Atsan
OYDER
Genel Sekreteri



Otomotiv Yetkili Satıcıları Derneği
adına İmtiyaz Sahibi
H. Şükrü İLİSAL

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Murat MUTLU

Yayın Kurulu
Aytekin YILDIRICI
Murat MUTLU

Murat ŞAHSUVAROĞLU
Seyra TOPRAK
Zeynep FİDAN SOYSAL

Editör
Tevfik Fikret ÇALIŞKAN

Reklam
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:



MAVİ TANITIM VE İLETİŞİM
Rasimpaşa Mah. Ayrılıkçeşme Sok. No:
122 Yeldeğirmeni 34500
Kadıköy-İstanbul
Tel: 0216 345 9920 pbx
Faks: 0216 348 95 22
www.mavitanim.biz

Baskı:
Özgün Ofset. Tic. Ltd. Şti.
Yeşilce Mah. Aytekin Sok. No: 21
4. Levent 34418 İstanbul
Tel: 0 212 280 00 09

Yayın Türü:
Yerel Süreli Yayın, Ayda Bir Yayınlanır.

3 EDİTÖRDEN

6 BAŞKANIN MESAJI

**OYDER, gücünü
üyelerinden alıyor**

H. Şükrü İlisal
OYDER Yönetim Kurulu Başkanı

8 SEKTÖRDEN HABERLER

12 ÜYELERDEN HABERLER

14 OYDER'DEN HABERLER

**ANKARA YETKİLİ
SATICILAR TOPLANTISI ve
ANKARA TİCARET ODASI
ZİYARETİ**

16 BASINDA OYDER

18 SEKTÖR ÖNGÖRÜLERİ



"Hayatımız otomotiv"

Kurthan Tarakçoğlu
ISOTO CEO

24 OYDER AKDENİZ BÖLGESİ YETKİLİ SATICILAR TOPLANTISI

**OYDER, Adana'da yetkili
satıcıları bir araya getirdi**

**Otomobilde 1 milyon satış
hedefi kondu**

30 MARKA KONSEYLERİ

**Marka Bayi Konsey
Başkanları bir araya geldi
OYDER'in öncülüğünde
aynı paydada buluşmak**

34 GÜNDEM

**Yerli marka otomobil mi
geliyor?**

36 Otomotivde rekor...



38 Otomotiv sektörü ödüllendirildi

40 GÖRÜŞ

**Otomotiv finansmanında
mevzuat eksikleri var**

Nilüfer Günhan
TEB Cetelem Genel Müdürü

42 OYDER'İN YENİ ÜYELERİ

46 RÖPORTAJ

**Otomobil giydiğimiz en
pahalı kıyafet**

Vatan Şaşmaz

50 GEZİ REHBERİ

52 HAYATIN İÇİNDEN

Hey Taksil!...

54 MAKALE

**Stres yönetimi
ve Satış**

56 YENİ TEKNOLOJİLER

60 ANALİZ

**Otomotiv Pazarı
Ocak 2011**



Yeni FORD MONDEO. Gerçek güzellik iten gelir!

Yeni Mondeo, az yakıtla daha yüksek performans sağlayan yeni TDCI ve EcoBoost motorları, kesintisiz sürüş keyfi sağlayan PowerShift otomatik şanzımanı, güvenlik ve konforunuzu en üst seviyeye taşıyan yeni teknolojileriyle hayatınıza güzellik katacak.

yenifordmondeo.com



Feel the difference



H. Şükrü İlsal

OYDER

Yönetim Kurulu Başkanı

**OYDER,
gücünü
üyelerinden
alıyor**

Değerli Meslektaşlarım,

Sizlerden gelen görüşler doğrultusunda başlatmış olduğumuz DİYALOG hareketi ile birlikte OYDER'in vizyon, misyon ve stratejilerini yeniden gözden geçirme ihtiyacı hissettik.

Yönetim Kurulu üyelerimiz ile yapılan bir dizi toplantı neticesinde geçmişten kopmadan daha sade ifade edebileceğimiz ve güçlü bir vizyon, misyon, strateji belirledik.

Konu ile ilgili katkılarından dolayı Yönetim Kurulu üyelerime teşekkür ediyorum.

2011 itibariyle

Vizyonumuz :

“BİRLİKTE, GÜÇLÜ VE DAHA İYİYE”

Misyonumuz:

- 1-TÜRKİYEDEKİ TÜM OTOMOTİV YETKİLİ SATICILARINI OYDER ÇATISI ALTINDA TOPLAMAK.
- 2- YETKİLİ SATICILARIN EKONOMİK VE YASAL GÜVENCESİ OLMAK VE ONLARI HER TÜRLÜ ULUSAL VE ULUSLAR ARASI PLATFORMLARDA TEMSİL ETMEK.
- 3-YETKİLİ SATICILIK MÜESSESİNİN GELİŞTİRİLMESİ, YAPILAN YATIRIMLARIN GÜVENCE ALTINA ALINMASI VE BU MESLEĞİN SÜRDÜRÜLEBİLİR OLMASI İÇİN GEREKLİ ZEMİNİ OLUŞTURMAK.

Stratejimiz:

- 1-YETKİLİ SATICILAR VE İLGİLİ KURUMLAR ARASINDA İLETİŞİMİ, İŞBİRLİĞİNİ VE DAYANIŞMAYI SAĞLAMAK
- 2-YETKİLİ SATICILARIN ORTAK PROBLEMLERİ İÇİN ÇÖZÜM ÜRETMEK VE YOL GÖSTERMEK.
- 3-ÜYE OLAN YETKİLİ SATICILAR İÇİN FAYDA SAĞLAMAK
- 4-YETKİLİ SATICILARI GELECEKTE NELER OLABİLECEĞİ KONUSUNDA BİLİNÇLENDİRMEK
- 5-SEKTÖRLE İLGİLİ GÜNDEM BELİRLEMEK

21 yıllık derneğimizde 2010 Ocak ayında 256 olan üye sayımız, 2011 Ocak ayı itibariyle 320'e yükselmiş böylelikle üye sayısı 1 yıl içinde % 25 artmıştır.

Otomotiv sektöründe müşteriye temas eden tek nokta olan, yüzde 100 yerli sermayeli, Yetkili Satıcıların tek çatısı olan OYDER, sektördeki dinamiklere uyum sağlamak ve Yetkili Satıcılık müessesini daha iyi konumlandırmak için sizlerden aldığı enerjiyle güçlenmektedir. >>>

Sevgi ve Saygılarımla,

CITROËN C5 e-HDi

ŞİMDİ DİZEL OTOMATİK VE
STOP & START SEÇENEĞİYLE.



Bayraktar

DÜŞÜK
CO₂

DÜŞÜK
YAKIT
TÜKETİMİ

STOP
&
START

CITROËN DIALOG
0212 359 63 63

Chevrolet Türkiye'ye yeni genel müdür



Tolga Atmaca, 1 Şubat 2011 tarihinden itibaren Chevrolet Türkiye'nin Genel Müdürü olarak görevine başlayacak.

Tolga Atmaca, 1998 yılında General Motors organizasyonuna katılmış ve Türkiye, Macaristan ve son olarak da Rusya'da satış ve satış sonrası alanlarında yöneticilik ve liderlik yapmıştır.

Tolga Atmaca, 1971 Ankara doğumludur ve evlidir. Ortadoğu Teknik Üniversitesi Makine Mühendisliği'nden mezundur.

Chevrolet Türkiye Genel Müdürü olarak atanan Tolga Atmaca; "Türkiye'nin En Dinamik otomobil markası olma hedefi ile çalışmalarına hız kesmeden devam eden Chevrolet Türkiye, son 2 yılda %234 büyüme göstererek otomotiv sektörünün en hızlı büyüyen otomotiv markası oldu.

2010 yılını binek otomobil pazarında %3.54'lük pazar payı ile 9. Sırada kapattık. Türkiye pazarında bu denli başarılı bir markanın liderlik görevini almak beni çok heyecanlandırdı.

Chevrolet Türkiye ekibinin yakalamış olduğu bu başarıyı bu sene piyasaya yeni süreceğimiz 6 yeni modelimiz ile daha da ileriye götürmek üzere çalışmalarımıza hız kesmeden devam edeceğiz" dedi. >>>

2 milyon aracın fren sistemi bozuk

TÜVTÜRK'ün raporuna göre 2 milyon aracın fren sisteminin bozuk olduğu belirlendi. Araç muayene istasyonları şirketi TÜVTÜRK Genel Müdürü E. Naci Başerdem, çalışma sonuçlarını açıkladı. Muayeneler sonunda 2 milyon aracın fren sisteminin bozuk olduğu belirlendi. İlk muayenesi yapılan araçların yüzde 41'i ağır kusurlu bulunurken, kusursuz olanların oranı sadece yüzde 6 oldu.

Ülkemizde, terörden sonra en önemli sorun olan trafik kazalarında son 10 yılda 90 bin kişi öldü, 1.5 milyon kişi de yaralandı. Bu acı tablo ile OECD ülkeleri arasında trafik kazalarında Pakistan'dan sonra ikinci sırayı aldık.

Alman TÜvsüt, Doğu Grubu ve İngiliz Fon Kuruluşu Bridge Point'in ortak olduğu Tüvtürk, 20 aylık zorlu bir çalışma sonunda araç kontrol ve muayene istasyonlarını çağa daştırdı. 2010 itibarıyla Türkiye genelinde 193 istasyon, 481 kanalla 3 bin kişiyi istihdam ederek hizmet veren Tüvtürk, çalışmalarının bilançosunu açıkladı.

Tüvtürk Genel Müdürü E. Naci Başerdem'in açıkladığı verilere göre bugüne kadar 11.3 milyon araç muayene edildi, tekrarlarla birlikte bu sayı 16 milyonu buldu. Muayene sonunda 2 milyon aracın frensiz dolaştığı engellendi.

Fren sorunu tesbit edilen araçlarda arka ve ön frenlerde yüzde 30'dan fazla sapma görüldüğü, hortum hasarları, ağır vasıtalarda fren regülatörü bozuklukları ve hidrolik sızıntılar tespit edildi.

Başerdem'in raporuna göre 15 milyon tescilli aracın 3.8 milyonunu traktör ve motosiklet oluştururken, bu araç grubunun en düşük muayene oranına sahip olduğu gözlemlendi. Ülkemizdeki motosikletlerin yüzde 85'i, traktörlerin de yüzde 70'i muayene olmuyor.

Hafif araçlarda muayene oranları yüzde 77, ağır vasıtalarda ise yüzde 61 olarak



belirlendi. Yine, ilk muayenesi yapılan araçların yüzde 41'i ağır kusurlu ya da emniyetsiz olarak muayenede başarısız çıktı. Hafif kusurlu oranı yüzde 53, tümüyle kusursuz olanların oranı ise sadece yüzde 6 oldu.

Muayenelerde en çok görülen kusurlarda fren sistemi 2 milyon araçla ilk sırayı alırken, onu 1.6 milyon araçtaki far ve aydınlatma problemleri izledi. Üçüncü sırayı ise çevre ve kirlilik sorunu aldı. 1.1 milyon araçta egzoz gazı emisyonu ölçümü olmadığı, egzoz bağlantılarının bulunmadığı ve LPG'li çalışanlarda da yakıt, gaz borusunun uygun takılmadığı belirlendi.

TÜVTÜRK, 20 yıllık ihale şartnamesiyle aldığı araç muayene istasyonlarının işletiminde bugüne kadar 1 milyar dolarlık yatırım yaptı. 81 ildeki 48 alt işletici personeline eğitim verdi.

Başerdem, "Trafikte Sorumluluk Hareketi" başlattıklarını hatırlatırken, ilginç bir araştırmanın sonucunu da şöyle açıkladı: "4 Mayıs 2010'da 16 ilde 2 bin 500 sürücüyle yaptığımız bir ankette, "Araba kullanırken sorumlu davranıyor musunuz? diye sorduk. Katılanların yüzde 90'ı sorumlu davrandıklarını söyledi. Öyle olsaydı, can kayıplı trafik kazalarında AB ortalamalarının iki katına ulaşmazdık. 20 milyonu aşkın sürücünün yüzde 95'inin ehliyet almak için gittiği sürücü kursu sonrasında hiçbir bilgilendirme ya da eğitim almadığını tespit ettik." açıklamasında bulundu. >>>

SİZ
ONU SATIN
ALIRSINIZ



O, SIZE SAHİP
OLUR



• iPhone/iPad için
RCZ'yi tanıyın, çıkarm
RCZ uygulamasını
• App Store'dan ücretsiz
indirebilirsiniz

PEUGEOT EXCLUSIVE TOTAL

Peugeot Müşteri Hizmetleri (0216) 579 94 64

PEUGEOT
ASSISTANCE

PEUGEOT
FINANS*

* RCZ Yearling 1.6 THP 156 hp otomatik modelin ortalama CO₂ emisyon değeri 168 g/km,
petrol dışı yakıt tüketimi 5.5 lt/100 km'dir. İlanda yer alan fotoğraflar ve ekipmanlar Türkiye için gönderilecek araçlardan farklılık gösterebilir.

www.peugeot.com.tr

THE MOST BEAUTIFUL CAR OF THE YEAR 2009



LES FESTIVALS INTERNATIONAUX



reddot design award
best of the best 2010

PEUGEOT RCZ: SIRA DIŞI

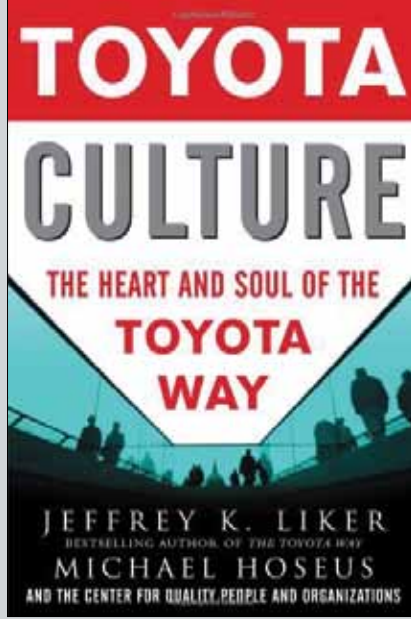
Peugeot mühendislerinin ve tasarımcılarının müthiş iş birliği, bir rüya otomobili hayata geçirdi. Sıradan RCZ, markasının eşi ve benzeri olmayan özel otomobili. Peugeot RCZ, 25. Uluslararası Otomotiv Festivali'ni süresince otomobil severler tarafından "2009 yılının en güzel aracı" seçildi. Sıra dışı tasarımıyla RCZ, Reddot 2010 En iyi tasarım ödülüne de layık görüldü. Şimdi soru şu: Dünya sıra dışı tasarımıyla RCZ'yi ödüllendiriyor, siz kendinizi neyle ödüllendireceksiniz?

YENİ PEUGEOT RCZ



PEUGEOT
ACTION & EMOTION

Toyota kültürü ile İK yönetimi



Toyota Kültürü kitabı yazarlarından Michael Hoseus, "Ürün ve İnsan Değer Akışlarını Birleştirme" semineri için İstanbul'a geliyor.

Yalın düşünce kültürünün Türkiye'deki temsilcisi Yalın Enstitü Derneği tarafından düzenlenen "Ürün ve İnsan Değer Akışlarını Birleştirme" semineri, 28 Nisan 2011 tarihinde, Taksim Elit World Otel'de olacak. İnsan ve Organizasyon Kalitesi Merkezi (CQPO) İcra Direktörü ve Kentucky Üniversitesi eğitmenlerinden Michael Hoseus'un vereceği seminer, çalışanların ve ürünlerin değer akışlarını ortak paydada buluşturmaya yönelik ipuçları sunacak.

Toyota Motor'da 13 yıl süreyle insan kaynakları ile üretimin giderek artan ilişkisini geliştirmek için çalışan Michael Hoseus, halen tüm dünyada şirketlerin üst yönetimleri ve insan kaynakları yöneticilerine eğitimler veriyor. Hoseus, eğitimlerinde kaliteli insan değer akışının üretim değer akışına nasıl bağlandığına odaklanıyor. >>>

OSD: "Otomotiv pazarı en yüksek değerine ulaştı"

Otomotiv sektöründe toplam satışlar 2010 yılında 2009'a göre yüzde 38 artışla 793 bin adet oldu. Otomobil satışları ise yüzde 38 artışla 510 bin adet düzeyine ulaştığı 2010 yılında, yerli otomobil satışları yüzde 23, ithal otomobil satışları ise yüzde 45 oranında artış gösterdi.

OSD, 2010 yılı otomotiv sanayi pazarı, üretim ve ihracat rakamlarını açıkladı. Açıklamaya göre 2010 yılı, Aralık ayı ve 12 aylık dönem itibarıyla toplam pazar ve otomobil pazarı en yüksek değerine ulaştı. 2010 yılında toplam pazar, 2009'a göre yüzde 38 oranında artarak 793 bin adet düzeyinde gerçekleşti. Aynı dönemde otomobil pazarındaki artış 38 düzeyinde gerçekleşti ve pazar 510 bin adete yükseldi. 2010 yılının ilk aylarında otomobil satışlarının bir miktar gerilemesine karşılık daha sonra talep artışı süreklilik kazandı. Aralık ayında da talepteki hareketlilik, genişleyen kredi piyasalarının olumlu etkisine bağlı olarak devam etti. Otomobil pazarı 2010 Aralık ayında bir önceki aya göre yüzde 99 oranında arttı.

Hafif ticari araç pazarı yüzde 34 büyüdü

2010'da hafif ticari araç pazarındaki artış yüzde 34 düzeyinde gerçekleşti. Bir önceki yılın aynı ayına göre pazar Aralık ayında otomobil pazarına benzer nedenlerle yüzde 54 oranında arttı. Nisan ayında ağır ticari araç pazarında özellikle kamyon talebinde başlayan hareketlilik Aralık ayında da devam etti. Buna bağlı olarak 2010'da ağır ticari araçlar pazarı bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 72 oranında artış gösterdi. Yatırım malı olan ticari araç talebindeki artışlar, gelecek ile ilgili olumlu beklentilerin geliştiğini gösterirken, otobüs pazarındaki düşüş



devam etti. 2010 yılında 2009'a göre talepteki düşüş yüzde 6 düzeyine ulaştı.

Toplam üretim yüzde 26 arttı

2010 yılı Ocak-Aralık döneminde bir önceki yıla göre, toplam otomotiv sanayi ihracatındaki artış yüzde 20 otomobil ihracatındaki artış ise yüzde 13 düzeyinde oldu. Bunun da sonucu toplam üretim yüzde 26 ve otomobil üretimi yüzde 18 oranında arttı. Özellikle üretim artışında ihracattaki artışların da doğrudan etkili olduğu görüldü. 2010 yılında, 2009'a göre yük ve yolcu taşıyan ticari araç üretimi, ihracattaki artışı bağlı olarak küçük kamyonlarda yüzde 306, büyük kamyonlarda yüzde 176, minibüste yüzde 44, kamyonette yüzde 34, midibüste yüzde 1 oranında arttı. Otobüste yüzde 11 oranında gerileme oldu. >>>

Lüksün yeni dünyası

Dünya lüks tüketim pazarı 1 trilyon euro büyüklüğe ulaştı. Türkiye'nin payı ise yüzde 0.5 düzeyinde. Yönetim danışmanlığı şirketi The Boston Consulting Group, "Lüksün Yeni Dünyası" adlı bir rapor yayınlayarak, lüks harcamaların geldiği noktayı ortaya koydu. Rapora göre dünya lüks

tüketim pazarı 2010 yılında 1 trilyon euroluk büyüklüğe ulaştı. Rapora göre lüks harcamaların ilk sırasında seyahat ve konaklama bulunuyor. Bu tür harcamaları, otomobil, teknoloji ürünleri, yeme-içme, mobilya ve diğerleri izliyor. >>>

HER AÇIDAN TAM BİR LİDER!

2010 yılında satış rekorları kıran Chevrolet Captiva, en çok tercih edilen SUV 4x4 oldu!
Lider Captiva, zengin donanımı ve uygun fiyatlarıyla Chevrolet bayilerinde sizi bekliyor!



69.925 TL**

- 2.0 Turbo Dizel Motor 150 HP • Tam Otomatik Vites • 7 Koltuk Seçeneği • Deri Döşeme
- Sunroof • 10 Hava Yastığı • ESP (Elektronik Denge Kontrol Programı) • DCS (İniş Kontrol Sistemi) • ARP (Devrilmeye Karşı Aktif Koruma Sistemi) • LRS (Yatay Sürüş Süspansiyon Sistemi)
- 18" Hafif Alaşım Jantlar • Cruise Control • 8 Yönlü Elektrikli Sürücü Koltuğu • Yağmur Sensörü
- Ultrasonik Park Sensörleri



İletişim Hattı: (0216) 651 77 88 | www.chevrolet.com.tr

* 2010 ODD verilerine göre hesaplanmıştır.

** Kampanya dahil tavsiye edilen başlangıç perakende satış fiyatıdır. Captiva için CO2 emisyon oranı 233 g/km'dir.

Sadık Otomotiv Müşteri memnuniyeti uygulaması



Günümüz müşterisi kendisi için değer yaratmaları seçip, ödüllendiriyor. Bu durum şirketlerin tüm bölümleri ve çalışanları ile "müşteri için değer yaratmayı" en üst noktaya getirmek için çalışmayı, seferber olmayı zorunlu kılmaktadır.

Müşteri için değer yaratmaya yönelik yaklaşım ve değişim, resmin parçaları üzerine yoğunlaşma yerine tümüne odaklaşmayı önermektedir.

Günümüz de bilinçli müşterilerin artması ve fark yaratarak müşteri

memnuniyetini arttırmak adına birçok uygulama mevcuttur. Sektörümüz itibari ile birçok markanın bulunduğu yelpaze de sadık müşteri portföyü yaratmak ve güler yüzlü müşterilere sahip olmak adına muhakkak sizi farklı kılan yöntemler keşfetmek zorundasınız. Gün geçtikçe gereksinim ve ihtiyaçların arttığı dünyada sadece ürünü tanıtmak ve satışını gerçekleştirmek yanında ürünün arkasında durduğunuz ve güven duygusunu müşterilerinize aşılamanız gerekmektedir.

Bu bilinçle Sadıklar Peugeot olarak birinci vazifemize daima güler yüzle müşterilerimizi karşılamak olarak başlıyoruz. Ardından müşterileri ihtiyaçlarını belirleyip doğru hedefe yönlendiriyoruz. Araç teslimatı anında Müşterilerimize çiçek hediye ediyor ve memnuniyetini tasdiklemek için oluşturduğumuz "ÇOK MEMNUNUM" pankartı ile bu anı ölümsüzleştiriyoruz. Sonrasında çekmiş olduğumuz bu resmi hazırlamış olduğumuz şablona oturtarak hem bir hatıra kalması hemde fark yaratmak adına müşterimize kargoluyoruz. Resimle birlikte yine kendimize has "AİLEMİZE HOŞGELDİNİZ" mektubumuzu da gönderiyoruz. Bazen müşterimiz aldığı aracı eşine yada ailesine hediye etmek istediğinde, kurdele ile süsleme ve tüm ekip olarak üzeri kapalı aracın açılışını alkışlarla gerçekleştiriyoruz. Bu da müşterilerimizi önemli, değerli hissettirmemize ve karşılığında daha samimi, mutluluk dolu anlar yaşatarak daha da yakın olmamızı sağlıyor. Araç satımını gerçekleştirmek ve teslimatı yapmakla işimiz bitmiyor, Biz artık bir aileyiz imajını vurgulamak adına teslimat sonrası müşterilerimizi belirli periyotlarda arayarak hal hatır sorma ve sorun yada sıkıntıları varsa çözüm bulma yoluna gidiyoruz. Temelleri 1947 yılında atılan şirketimizin, açılışı 7 ay önce yapılan tabiri caizse çiçeği burnunda bayisi olarak yıllardır özüksenerek devam ettirdiği Müşteri memnuniyeti vizyonunu elimizden gelenin fazlasıyla devam ettirerek kalitemizi bir kez daha ortaya koyuyoruz. >>>



Hyundai'nin mega bayisi "Dumankaya Plaza" açıldı

Yaygın bayi ağı ile satış ve satış sonrasında en iyi hizmeti vermeyi kendisine öncelikli ilke edinen Hyundai, yenilenen kurumsal kimliği ile tasarlanan Türkiye'deki ilk yeni Mega Bayi'sini, İstanbul'un gelişmekte olan bölgesi Tuzla'da hizmete açtı. Açılış, Hyundai Assan Başkan ve CEO'su Won-

Shin Chang, Hyundai Assan Yönetim Kurulu Başkanı Ali Kibar, Dumankaya Grup Yönetim Kurulu Başkanı Halit Dumankaya ile birlikte, OYDER Başkanı H. Şükrü İlisal, Tuzla Kaymakamı Mümin Heybet, Tuzla Belediye Başkanı Dr. Şadi Yazıcı ve İTO Başkanı Dr. Murat Yalçıntaş'ın katılımları ile gerçekleşti. >>>



INFINITI M;
Güçlü sedan çizgisi, yeni sportif ruh.

INFINITI Centre İstanbul

Darüşşafaka Cad. No: 45 İstinye

Tel: 0 (212) 362 40 40

www.infiniti.com.tr

INFINITI comes from Japan.

INFINITI M30d modelinin (l/100 km) yakıt tüketimi değerleri:
Şehir içi 10.3, Şehir dışı 5.9, Ortalama 7.5.
CO2 emisyonları 199 g/km.



INFINITI.

Inspired Performance



ANKARA YETKİLİ SATICILAR TOPLANTISI ve ANKARA TİCARET ODASI ZİYARETİ



20 Ocak 2011 günü Ankara'da bulunan otomotiv yetkili satıcıları DİYALOG çerçevesinde ATO Merkezinde bir araya gelerek gündemdeki konular hakkında görüş alışverişinde bulundular.

ATO Başkanı Sinan Aygün'ün ve OYDER Genel Sekreteri Tamer Atsan'ın konuşmacı olarak katıldığı toplantıda

- 1-Ankara da Plazalar da 2.el araç satışı konusu.
- 2-Plazalar da sigorta satışı konusunda yaşanan değişiklikler.
- 3-İnsan Kaynakları.

Konuları değerlendirildi.

Toplantı sonrasında ATO Başkanı Sinan Aygün'ün makamında toplantının değerlendirmesi yapıldı.

OYDER DİYALOGLA GENİŞLİYOR

OYDER'İN OCAK 2010'DA ÜYE SAYISI

2 5 6

OYDER'İN OCAK 2011'DE ÜYE SAYISI

3 2 0

OYDER, Ocak 2010 tarihinden Ocak 2011'e kadar bünyesine kattığı yeni üyeleriyle yüzde 25'lik bir büyüme gösterdi.



1997
2000
2001
2002
2003
2004
2005
2006
2007
2008
2009
2010

Türkiye Birincisi

DERİNDERE

Bizi perakende ve filo satışlarında **Türkiye Birincisi** yapan siz değerli müşterilerimize teşekkür ederiz.

TOYOTA PLAZA DERİNDERE

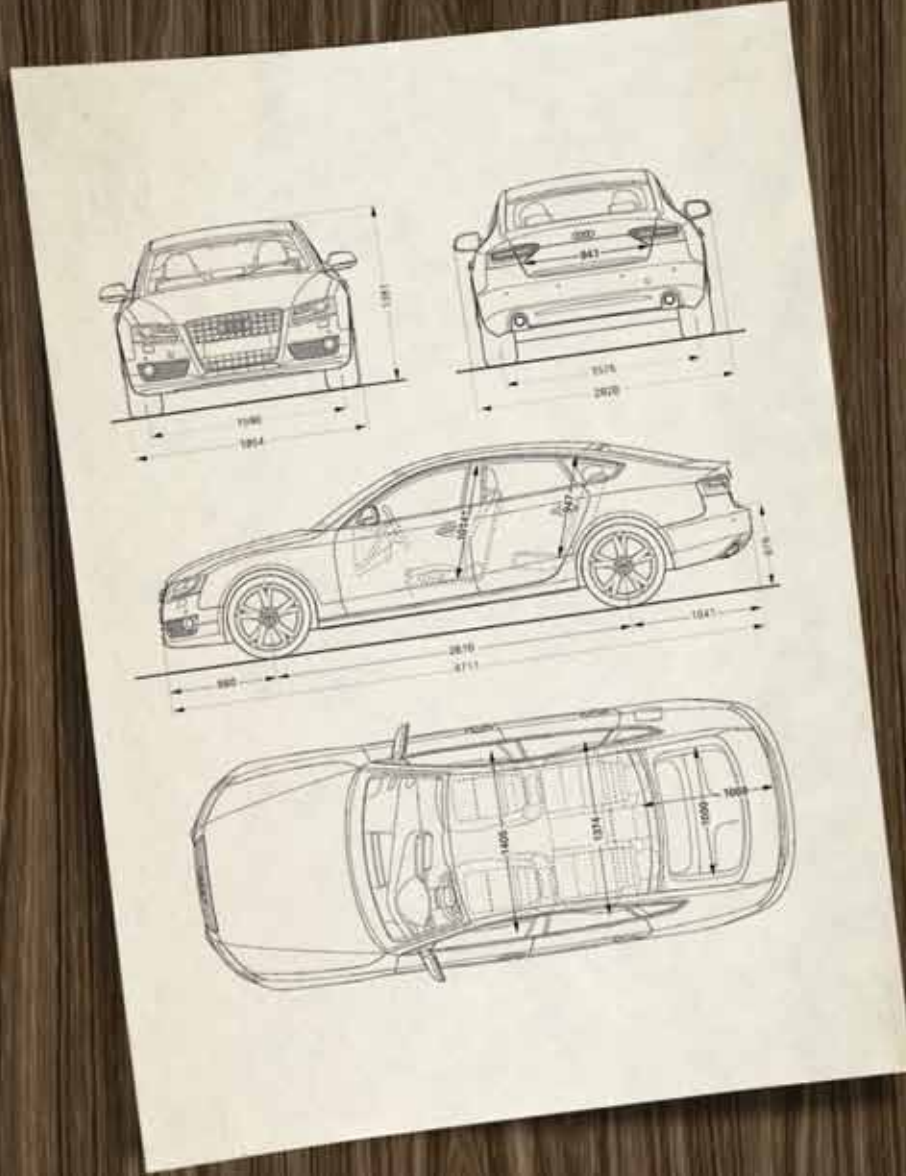
Kazlıçeşme Mh. Abay Cd. No: 184 Sahilyolu Zeytinburnu İstanbul

Tel: (0212) 414 1313

www.derindere.com

**Today
Tomorrow
Toyota**

Audi'nizin her milimetresini biliyoruz.



Çünkü bizim için detaylar çok önemli.

Satıştan servis hizmetine kadar Audi'nizle ilgili tüm konularda sunduğu ayrıcalıklarla fark yaratan Şenyıldız, uzman personeli, ödüllü servis kadrosu ve dünya standartlarında teknolojik donanımıyla sizi bekliyor.

Şenyıldız ayrıcalıkları

Dört dörtlük konfor, mükemmel zamanlama, şeffaflık, doğruluk ve özen gibi "Serviste prestijin 7 prensibi"nden asla taviz vermeyen ödüllü servisimizin ayrıcalıklı hizmetlerinden bazıları.

- Ücretsiz yerinden alım yerine teslim ► IDO bileti temini ► Egzoz emisyon ölçümü ► Audi Ekspres Servis ► Şenyıldız Car Care ► Audi Orijinal Parça Garantisi
- Lastikleri değiştirip ücretsiz saklama ► Havaalanına shuttle ► Oto kiralama desteği ve çekici hizmeti ► Mobilite Garantisi'yle yola devam
- servis@audisenyildiz.com'dan bakım randevusu alma kolaylığı ► Araç muayenesi öncesi ekspertiz hizmeti ► Pazartesi ve salı 23:00'e kadar gece vardiyası hizmeti

Servis randevusu almak için: (212) 402.20.20 ya da servis@audisenyildiz.com

Şenyıldız

Sahilyolu Kennedy Cad. No: 90 Yenikapı / İstanbul Tel: (212) 402 20 00 www.audisenyildiz.com
Şenyıldız Butik: Valikonağı Cad. Erden Apt. No: 47 Nişantaşı / İstanbul Tel: (212) 241 46 47
Şenyıldız bir Doğu Otomotiv Servis ve Tic. A.Ş. yetkili satıcısıdır.



“Hayatımız otomotiv”

Kurthan Tarakçıoğlu

ISOTO CEO

Röportaj: Tamer Atsan

ISOTO, bayilik ve yedek parça satışından sonra, ülkemizdeki diğer sanayiciler gibi, ticaretten sonra üretime soyunmuş bir grup. Grup, hedeflerini genel davranışın epey üstünde tutup, yan sanayi yerine bir otobüs üretimi işine, yani ana sanayi olmaya soyunmuşlar. En önemli özellikleri de yabancı bir markadan 'lisans' almak yerine, kendi Ar-Ge departmanlarını kurmaları olmuş.

Otomotiv sektörü 2012 yılına endişe ile bakıyor. Siz, 2011 yılını ve endişe ile beklenen 2012'yi nasıl değerlendiriyorsunuz? Otomotiv sektörü bu süreçte nasıl şekillenecek?

G

elişmekte olan bir ülke olduğumuz için olaylara ve gelişmelere pozitif bakarak değerlendirmekten yanayım. Ama bir yandan mutlaka temkini de elden bırakmamak gerekirken, öte yandan deneyimlerimizle

gelecekteki gelişmeleri yorumlamak ve önlem almak durumundayız. Deneyimlerimden yola çıkarak otomotivde yaşadığım süreç içerisinde, pazar tahminlerinde sene başı ile yılsonu gerçekleşmesi arasında hep bir yanılma olduğunu gözlemledim. Bütün otomotivdeki profesyoneller adına söylüyorum bunu ve inanıyorum ki bu yanılmanın tek sorumlusu profesyoneller değil. Aşırı değişken ve doymamış bir pazarda yer alıyoruz. Sektörün ve pazarın eğilimlerine

baktığımızda Türkiye’de yükselen bir eğilim söz konusu. Pazarda 2010 yılında başlayan yeni bir çıkış trendi özellikle 2011’e de damgasına vuracaktır. 2010 yılı öncesinde gerçekleşen ertelenmiş talep, 2011’de de karşılığını bulabilir. Yani 2010 yılından başlayan bir transfer etkisi, 2011 yılına da taşınacak. Seçimler belki biraz temkinli davranmayı gerektirse de, 2011 yılı 2010 yılına paralel bir şekilde gelişecek ve hatta üzerine çıkabilecektir kanısındayım. Otomotiv pazarının da en az 750-800 binler civarında olacağını tahmin ediyorum.

2010 yılını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Herkesin ifade ettiği gibi Cumhuriyet tarihinde otomotiv pazarı rekor bir seviyeye ulaştı. Bunun nedenlerini irdeleyecek olursak, aslında 2012’nin yanıtlarını da bulabiliriz.

Geçmişe kısa bir projeksiyon tutabilirsek, geleceği nasıl ele almamız gerektiğine dair bulgular elde edebiliriz. 2006 yılında başlayan göreceli daralma son 5 yıllık pazar ortalamasını 600 bin adetlere taşıdı ve bu aslında pazarımıza önemli bir taban oluşturdu. Dalga dalga 2009 yılına kadar böyle devam etti. Küresel krizin sonuçlarının ülkemize yansısıyla birlikte, sektördeki ÖTV teşvikinin rüzgarıyla 2010 yılına kadar karşılığını buldu. Bu eğilimin 2011’de devam edeceğini düşünüyorum. Türkiye, 28,5 yaş ortalamasına sahip genç bir ülke. Tüketici faizlerine baktığımızda yüzde 1’lerin altında seyrettiğini görüyoruz. Gençecik insanlar belki ilk aldıkları maaşlarıyla, ayda 300-400 lira ölçeğinde kredi taksidi öde-

2012 itibariyle yabancı yatırım girişinin yine 20 milyar dolarlar seviyesine çıkabileceği konuşuluyor. Hal böyleyken Türkiye pazarı çok şaşırtacak bir pazar değil, her zaman mevcut talep potansiyelinin ortaya çıkma olasılığı olan ümit vaad eden bir pazardır.

yerek otomobil sahibi olacakları bir ortam yaşanıyor. Zemin şimdi çok uygun gözüküyor. Tüketici kredileri yüzde 5’lerin üzerinde seyrederken bu ülkede insanlar kredi alıp otomobil sahibi oldular. 2004-2005 yıllarını hatırlayın, otomotiv pazarı ciddi bir yükselme eğilimi içindeydi, kredi faizleri ise yüzde 1,5-2 seviyesine düştüğü için tetiklenmişti. Bugün baktığımızda tüketici faizleri yüzde 1’in altında seyrediyor. Bu kısacası pazarın gelişimi için çok uygun bir zemin.

Bunun yanında diğer tetikleyici unsurları da gözardı etmemek gerekiyor. Tüketici güven endeksi yükseliyor ve yüzde doksanların üzerine çıktı. Emlak sektörü büyüyor, şehir içinden şehir dışında yükselen konutlara insanlar taşınmaya başlıyor. Bu ciddi bir ulaşım sorununu beraberinde getirirken, banliyölerde ev sahibi insanların, otomobil satın almaya doğru yönlendiklerini de dikkate almak gerekli. Hatta bir

evde artık ikinci otomobil satın alma planları yapılabiliyor. Bir yandan kişi başına gelir 10 bin doların üzerine çıktı. Bu önemli göstere otomotiv pazarına da yansıtacak. Pazarda rekor yaşanan yıllar olan 2004-2005 senelerinde kişi başına gelirin 7 bin dolar seviyelerinde olduğunu unutmamak gerekiyor. Vergilerde beklenmedik bir hareket olmadığı sürece sektörün talep açısından önünü çok açık görüyorum. Türk insanı istikrar hissedince, hele hele böyle makro göstergelere sahipken 3-4 yılda bir aracını yenileme isteği duyuyor ve yenileme isteği baskısı da geçmişten gelen alımları tetikleyici diğer bir unsur oluyor. Eldeki veriler pazarın bu potansiyele sahip olduğunu gösteriyor, bundan sonra önemli olanın bu potansiyelin nasıl realize olacağı olduğu kanısındayım. Belki şimdi birçok kişinin telaffuz edemediği rakamları, yani 1 milyona yaklaşan rakamları da öngörebiliyorum. Pek tabii ki dış konjonktür, siyasal istikrar ve ekonomik istikrar gibi üç çapanın yerinden oynama riski bulunmakta, ancak bu mücbir sebepler yatırımcı için risk taşımakla birlikte, büyük resme bakmak gerekir. Temkinli, ancak hazırlıklı olunmalıdır görüşündeyim.

Pazar bu rakamlara ne zaman ulaşabilir?

Otomotiv pazarında 1 milyonluk potansiyel var, öncelikle bunu görebilmek gerekli. Şimdi sorun otomobil alımına geçilmesi için gerekli şartların sağlanmasında yatıyor. 2011 yılına dair negatif bir tablo göremiyorum. Önümüzde genel



seçimler var, seçim sonrası tahmin edebilmek çok zor fakat seçim denilen şey istikrarı tazelemek, genel hükümet politikalarını güncellemek için yapılır, yani mücbir sebepleri ortadan kaldırmak ve istikrarı sürdürebilmek için önemli bir aşamadır. Hükümet politikaları nasıl devam edecek? Şimdi-den bunu iyimser olarak kestirebiliyoruz. Bir kriz beklemiyorum. Seçim atmosferinde tüketimi kısacak bir takım önlemler yaşanabilir. Seçim sonrasında da yine hükümet, cari açığa veya bütçeye önlem amacıyla tüketimi kısacak önlemler de alabilir. Bu da pazara göreceli bir daralma getirebilir. Buna rağmen pazarın 750-800 binler seviyesinin altına düşmesini beklemiyorum.

2012 için ise, Türkiye gibi bir ülkede tahmin yapabilmek çok zor. Ama verilere baktığımızda negatif bir gelişme olacağını hissetmiyorum. Yüzde beşler seviyesinde ve dünya ortalamalarının üzerinde bir büyüme öngörülüyor. 2012 itibarıyla yabancı yatırım girişinin yine 20 milyar dolarlar seviyesine çıkabileceği konuşuluyor. Hal böyleyken Türkiye pazarı çok şaşırtacak bir pazar değil, her zaman mevcut talep potansiyelinin ortaya çıkma olasılığı olan ümit vaat eden bir pazardır.

İSOTO olarak hedefiniz, amacınız nelerdir?

İSOTO, hayatı otomotiv olan bir grup. Bugün otomotiv perakendeciliğinden, bayilikten, birçok önemli markanın bayiliğinden, TATA'nın Türkiye ve Romanya distribütörlüğüne, TVS motosiklet markasının Türkiye distribütörlüğüne, AGRALE şasi üreticisinin Türkiye ve bölge ülkeleri distribütörlüğüne ve en son da Adana fabrikamızda kendi üretmiş olduğumu İsobus markalı otobüslerin üretimine kadar geniş bir yelpa-

2011 yılını kendi açımızdan Tata'nın önemli bir mesafe alma yılı olarak da ilan ediyoruz. Bundan sonra gidilecek merteye, 2012 senesinde pazarda ilk on beş marka arasına girmek olacaktır.

zede otomotiv işi yapan bir grup. İso'to'nun ana olarak üç kolu var. Üretim, dağıtım ve perakendeden oluşan bu üç ana kolun altına yayılmış on dört kar merkezli işletme yer alıyor.

Hayatı otomotiv olan İSOTO'nun hedefleri nelerdir dedinizde, nicelik bir takım hedefler yerine nitelikteki hedeflerinden söz edeceğim. 2015 yılı için gelmek istediğimiz bir nokta var. Bunu, satmış olduğumuz ürün, vermiş olduğumuz hizmetlerden tüm paydaşlarımızın memnun olduğu bir otomotiv ihtisas grubu olma vizyonu olarak nitelendiriyoruz.

İsoto perakende, üretim ve dağıtım olarak bir otomotiv ihtisas grubu. Bu durumumuzu daha geliştirerek, müşterisini, çalışanını, girişimcisini, tedarikçisini ve dolayısıyla tüm paydaşlarını memnun eden yapımızı giderek daha güçlendirmek ve geleceğe taşımak hedefini güdüyoruz.

İSOTO'nun işini yapmaktan keyif aldığı, tedarikçilerinin ve bayilerinin de İSOTO'yla memnun olduğu bir değerler zincirini geleceğe taşımak gibi bir vizyonumuz var. Bu hedefi de 2015 yılı olarak belirledik. Her grupta olduğu gibi bir amiral gemisi gerekiyor. Biz, kendi bünyemizde belki ileride yeni markalar katılabilir, iki dala ayrıldık. Bunlardan biri İsobus, yani sanayi tarafı, üretim tarafı. İSOTO gerçek bir sanayici, bir otomotiv sanayicisi olma amacıyla İsobus'ı gündeme koydu ve şu anda seri üretime geçmiş durumdayız. Otobüslerimiz, 9 ve 12 metre olarak şehir içi ulaşımı için üretiliyor.

İsobüs'ün yıllık 250 adetlik bir kapasitesi var. Şu anda sektörde, ürettiğimiz segmentte en kaliteli ürün ve en iyi satış sonrası hizmetlerin verildiği markayı geliştirmeye çalışıyoruz. Şimdilik "butik" bir üretim, fakat alıcının "otobüs alınır mı İsobüs alınır" diyeceği bir sistemi inşa ediyoruz.

Bir diğer amiral gemisi olarak nitelediğimiz TATA markası. 13 yıldır Tata distribütörü olan İso'to ve sonrasında İSOTO, Tata'nın dünyadaki gözbebeği olan distribütörlerinden biri. Tata Motors, Tata ile birlikte Jaguar ve Land Rover markalarını da bünyesine katarak küresel bir büyüme gösterdi. Bir yandan Hindistan menşeli olan Tata, küresel piyasalarda giderek kendini kabul ediyor ve dünyaya nüfuz ediyor. Biz, dünyada Tata markasının önünü çeken, liderliğini yapan ülkelere biri olmayı hedefliyoruz, zira bu potansiyelin olduğunu farkındayız. Tata'nın global ağında örnek bir distribütörlük kurmak üzere, bilgi ve birikimimize güvenerek yola çıkıyoruz.

Örnek distribütörlük nedir? Daha şu anda yeni olgunlaşan bir markada, Tata markasında biz dünyada örnek gösterilen satış, satış sonrası hizmetler, müşteri memnuniyeti, pazarlama gibi unsurların hepsinin hakkıyla icra edildiği bir distribütör olmayı hedefliyoruz. Bunun için de adanmış bir ekip teker teker aksiyon planlarını gerçekleştirilmeye başladık.



Kurthan Tarakçioğlu

1965 yılında Ankara'da doğan Tarakçioğlu, ilk ve orta öğrenimini TED Ankara Koleji'nde tamamladıktan sonra 1987 yılında Dokuz Eylül Üniversitesi Makina Mühendisliği bölümünden mezun oldu. Tarakçioğlu'nun otomotiv kariyeri 1994 yılında Satış Sonrası Bölge Müdürü olarak Opel Türkiye'de başladı. Sonraki yıllarda Satış Sonrası Türkiye Saha Operasyonları Müdürlüğü görevini de alan Tarakçioğlu, ekonomik krizin patlak verdiği 2001 yılı başında Satış Müdürlüğü görevine atanarak sonraki iki yıl boyunca Opel ve Saab markalarının Türkiye araç ve yedek parça satış operasyonundan sorumlu oldu. Temmuz 2003'te Hyundai Assan Yurtiçi Satış ve Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdürü görevine getirilmiştir. 2009 yılı toplamında Hyundai'nin Türkiye binek otomobil pazar lideri olmasına öncülük eden Tarakçioğlu, artık tüm deneyim ve bilgi birikimini ISOTO için kullanıyor.

Tata'nın çıktığı yolda çok ciddi bir potansiyel söz konusu. Türkiye'de bunu 2011 yılından itibaren tüketici de hissetmeye başlayacak. Çünkü her şeyin ötesinde ürünler çok çok önemli. Bugün hali hazırda ürün yelpazemizde bulunan Xenon isimli pick-up aracımız zaten bizim TATA'nın amiral gemisi diyelim ama onun haricinde eski TATA modellerinin neredeyse hemen hemen hepsini geride bırakıyoruz Ocak 2011 itibarıyla ve yepyeni bir model yelpazesıyla Tüketiciyi buluşturuyoruz.

15 Ocak 2011 tarihinden başlamak üzere Tata Vista adlı yeni ürünümüz geliyor. B segmentindeki bu aracı çok avantajlı görüyorum. B segmenti, Türkiye'de otomotiv pazarının yaklaşık yüzde 20'lik bir bölümünü oluşturur. Tata Vista, tüketicimizden bundan önce diğer markalarda tam not almış mükemmel bir 1.3 quadrajel dizel motora sahip. Ardından Nisan ayında "Manza" isimli yeni ürünümüz aynı teknik altyapıyla geliyor. Manza da, C segmentinde yer alıyor ve bu segmentte Türkiye yazarının yüzde 30'luk pastasından pay alıyor. Dolayısıyla her iki segmente de iyi bir teknolojik altyapıya sahip, hem dayanıklı, hem de yakıt tüketiminde hesaplı iki tane ürünümüz Türkiye otomotiv pazarının en geniş segmentlerinde yer alacak.

Ocak ayında yine ticari araç da tek kabin kamyonet olarak adlandırılan segmentte bir ürünümüz geliyor, ismi XT kamyonet. Bir tonluk bu kamyonet kendi segmentinde çok ciddi avantajlara sahip olduğu gibi, hem fiyat hem de yakıt tüketimi açısından esnaf diye adlandırabileceğimiz müşterisine önemli faydalar sağlayacak.

Yıl sonuna doğru ise "Super Ace" dediğimiz dördüncü bir

modelimiz geliyor. Mini pick-up segmentinde yer alan bu araç, dar sokaklarda iş yapan esnafın önemli derece talep ettiği bir ürün.

Toplam satış hedefi olarak neyi öngörüyorsunuz?

Bu yıl yaklaşık 5 bin adetlik bir hedefimiz var. Bu rakam Tata için Türkiye'de kısaca yüzde üçyüz büyüme anlamına gelmektedir. Bu bizim için önemli bir aşama, önemli ve de ulaşılabilir bir hedef. Bunun için altyapımızı sadece ürünler anlamında geliştirmedik, bayi teşkilatımızı yeniden yapılandırıyoruz. İşe başladıktan sonra yaklaşık 10 bayi ile yollarımızı ayırdık, önce küçüldük ve geçen yılın son çeyreğinde başlayan yeni atamalarla şimdi de daha etkili iş ortaklarıyla büyüyüyoruz. Tata bayiliği girişimcisine kayda değer bir ticari fırsat sunduğu, Türkiye çapında etkin noktalarda bazı boşluklarımız olduğu, yatırımının geri dönüşü bir yıl gibi çok kısa bir süreç aldığı ve bir distribütör olarak bayilerimizle kazan-kazan prensibine dayalı bir ilişki yürütme kabiliyetine sahip olduğumuz için gelen bir çok başvuruyu analiz etme sürecindeyiz. Yeni bayilerimizi aramıza katmanın yanında, iletişim stratejilerini de yeniden yapılandırma konusunda bir dizi çalışmalarımız var. Reklam ve halkla ilişkiler konusunda Türkiye'nin önemli ajanslarıyla çalışmaya başladık.



Ekibimize parlak ve genç zihinleri ekledik. Ekibimiz zaten kıymetli otomotivcilerden, hayatı otomotiv olan profesyonellerden oluşmuş bir ekipti. Böylece 2011 yılını kendi açımızdan Tata'nın önemli bir mesafe alma yılı olarak da ilan ediyoruz. Bundan sonra gidilecek merteye, 2012 senesinde pazarda ilk on beş marka arasına girmek olacaktır.

Tata Nano'yu çok duymuşsunuzdur. 2.500 dolarlık otomobil diye lanse edildi dünyada, ancak Türkiye'de vergiler eklenince o rakam biraz daha yukarılara çıkacak. Sonuçta bugüne göre 12 bin TL'ye iç ergonomisiyle, motor teknolojisiyle mükemmel bir otomobilin de 2012 yılında lansmanını yapacağız. Nano'nun yıllık hacimlere ve bayi operasyonlarının etkinliğine çok önemli katkılar getireceğini öngörüyoruz.

OYDER'den beklentileriniz nelerdir? Nasıl değerlendiriyorsunuz OYDER'i? Neler yapmasını istersiniz?

Distribütörlük ve sanayi tarafının yanında İSOTO'nun beş altı tane kendi yetkili satıcılığı var. Öncelikle, İSOTO'nun beklentilerinin ötesinde Kurthan Tarakçıoğlu'nun öngörülerini aktarmak isterim. OYDER'in kabuk değiştirdiği 2005 yılı içerisinde derneğe çok katkımın geçtiğine inanıyorum. O süreçte de çevremdeki birçok insana söylemiştim. Ülkemizde bin tane yetkili satıcının önemli yatırımlar yaptığı ve önemli istihdam gerçekleştirdiği koskoca bir camiyi temsil ediyor.

Otomotiv Yetkili Satıcıları Derneği ve bugün Türkiye'de önemli misyonlarından biri, otomobilcilik konusunda lobi çalışmaları olmalıdır. Ben OYDER'in diğer iki, hatta üç diyelim TAYSAD'ı da katarsak, diğer üç otomobil derneğine göre daha güçlü olma potansiyeline sahip bir dernek olduğuna inanıyorum. Bu gücü kullanmak üzere, yani bin yetkili satıcıyı ve lobi gücünü kullanmak üzere bence sektör yararına birtakım eylemlere geçilebilir. Tabi bunun için de bence

OYDER ve bugün Türkiye'de önemli misyonlarından biri, otomobilcilik konusunda lobi çalışmaları olmalıdır. Ben OYDER'in diğer iki, hatta üç diyelim TAYSAD'ı da katarsak, diğer üç otomobil derneğine göre daha güçlü olma potansiyeline sahip bir dernek olduğuna inanıyorum. Bu gücü kullanmak üzere, yani bin yetkili satıcıyı ve lobi gücünü kullanmak üzere bence sektör yararına birtakım eylemlere geçilebilir.

OYDER'in yapmasından önce tüm yetkili satıcıların OYDER'e sarılması gerekli, sahiplenmesi gerekiyor.

Bundan önce görev yaptığım markada sağolsun değerli arkadaşlarım, diğer markanın yetkili satıcıları, OYDER'in belki de en geniş üye katılımlı markasını oluşturmuştu. Bu açıdan tüm marka yetkili satıcıları tarafından derneğin sahiplenilmesi gerekiyor. Bunun ardından da özellikle istihdam konusunda ve bu istihdamın kalifiye istihdama dönüşmesi konusunda bence derneğin yapabileceği bir altyapı çalışması olduğuna inanıyorum. Bunu çeşitli akademi çevreleriyle de organize edebilir. Kendisi de bu tip organizasyonlara girebilir. Ancak otomotivci yetiştirmek hem teknik anlamda hem satış anlamında "ben bir süreliğine şurada bir otomobil ba-

Kısaca İSOTO

1965 yılında kurulan İsoTLar Grup, Türkiye'nin muhtelif şehirlerinde dünya otomotiv endüstrisinin önemli markalarının yetkili satış ve servis faaliyetlerini sürdürüyor. Grubun ilk distribütörlük faaliyeti 1997 yılında Tata markasıyla başladı. 2010 senesinde İsoTL ismini alan Grup, halen Tata Romanya distribütörlüğünü de yürütüyor. TVS marka motosikletlerin de Türkiye distribütörü olan İsoTL Grup, ayrıca, Brezilya'nın en büyük şasi üreticilerinden Agrale'nin otobüs şasilerinin; Türkiye, Doğu Avrupa ve Türkî cumhuriyetlerini kapsayan geniş bir bölgede tek yetkili distribütörü olarak faaliyet gösteriyor.

2006 yılında yüzde 100 yerli ve öz sermayeyle Adana'da otobüs üretim tesislerini hayata geçiren İsoTL, uzunca bir süre üretiminin tamamını ihraç etti ve nihayetinde 2009 yılında üretim kapasitesini genişleterek ve ürün kalite seviyesini geliştirici çalışmalara hız vererek İsoBus marka otobüsleriyle Türkiye pazarında da yer almaya başladı. Grup, 2010 yılından itibaren tamamen Türk mühendis ve işçisinin ürünü olan, şehir içi toplu taşımacılığına yönelik City 900 ve City 1200 modellerini piyasaya sürdü.

yiinde çalışayım sonra bakarız" mesleği değil de gerçekten emekli oluncaya kadar "otomotivciyim" diyebilecek meslek grubunu yetiştirecek Türkiye'de birtakım organizasyonları yapabileceğine inanıyorum. Bunun için altyapı kurulması ve sahiplenilmesi de gerekiyor. Eminim ki işin bütçesel tarafında, altyapı tarafında çeşitli zorluklarınız vardır ama bu dediğim gibi diğer tüm üyelerin, üye olacak kişilerin sahiplenmesi lazım. Bu önemli bir eşik. Lobicilik dedim; yani derneğin ve dernek üyelerinin varlığını, sürdürülebilirliğini sağlamak üzere. Çünkü çetin bir rekabet altında yaşanan bir pazarda çalışılıyor ve hatta diyebilirim ki ben işin yetkili satıcı tarafına geçtikten sonra bu gerçeklerle çok daha fazla yüzleştim. Yani işin tüketici hakları, vergi kanunları, distribütör talepleri, satış baskısı, artık satış sonrasına da sızramış olan rekabetin baskısı gibi konular tüm yetkili satıcılığın gün geçtikçe sermayesini eriten, bitiren bir unsur olmaya başladı. Bunu da iyileştirme konusunda bence sektör sahiplerini eğitici birtakım programlar uygulanabilir. Geçmiş zamanda zaman zaman bu tip şeylere girildiğini biliyorum ama paneller aracılığıyla bunların daha sürekli, belki daha küçük gruplar, daha noktasal atışlarla sağlanabileceğine de inanıyorum.>>>

382 LİRA TAKSİTLE AL, 3 AY SONRA ÖDEMEYE BAŞLA

Üstelik
DOSYA
MASRAFI
YOK!

AKARYAKIT FİYATLARINA SAVAŞAÇAN OTOMOBİL: VISTA

Dünyanın en pahalı akaryakıtını kullanan Türkiye'nin imdadına, Türkiye'nin en hesaplı dizel TATA Vista yetişti. Vista öyle bir otomobil ki, akaryakıt fiyatlarına savaş açmakta kalmıyor, neredeyse bir yıllık yakıt masrafınızı bedavaya getiriyor.

Nasıl mı? Hesap çok basit. TATA Vista, sınıfındaki bu donanıma sahip otomobillerden çok daha hesaplı. Bu fiyat farkı da sizin ortalama 1 yıllık mazot masrafınıza eşit. Yani TATA Vista'yı aldığınızda bir yıllık mazot paranız cebinizde kalıyor. Üstelik TATA Vista, ödüllü dizel Quadrajel motoruyla mazotu adeta kokluyor, yakıt masrafınızı en aza indiyor.

İyisi mi, siz de bir an önce yetkili satıcımıza gelin. TATA'nın yeni güzeli, Türkiye'nin en hesaplı dizeli Vista ile tanışın, test edin, kullanın, deneyin. Üstün güvenlik ve konfor özelliklerinden ve 22.990 Liralık tanışma fiyatıyla sizi çok etkileyeceğine eminiz.

BENZİNLİ

19.990 LİRA

DİZEL

22.990 LİRA

DenizBank



TATA Vista'ya özel DenizBank kredisiyle



www.tata-vista.com



1.3 CRDI 74 Beygir

TATA VİSTA'NIN ÜSTÜN ÖZELLİKLERİ

- Direksiyondan kumandalı USB bağlantılı CD ve MP3 çaları
- gelişmiş ses sistemi
- Yolu ve sürücü hava yastıkları
- Klima
- Öpümlü Quadrajel motor
- Düşük yakıt tüketimi
- ABS fren sistemi
- Klima
- Elektrikli ön ve arka camlar
- Aracın için telefon görüşmesi için Bluetooth bağlantısı
- Ön ve arka sis taktarı
- Kapı içi emniyet kilitleri
- Elektrikli aynalar
- Kazasız durumda çalışabilen direksiyon mil
- Üstün kumandalı merkez kilit sistemi
- Flootal gösterge paneli
- Immobilizer
- Katalizörlü arka koltuklar
- Alçak ses jantlar

TATA

YARGIN SERVİS
AĞIYLA
7/24 YOL
YARDIMI
0233 66 23

3 YIL
GARANTİ
100.000 km

Size en yakın yetkili satıcımız için:
0216 574 05 45

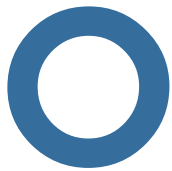
www.tata.com.tr

TATA Vista dizelin spesifik CO₂ salınımı 129 g/km., resmi yakıt tüketimi (litre/100 km) şehirli 6,4, şehirdışı 4,8, ortalama 4,9'dur.
TATA Vista benzinlinin spesifik CO₂ salınımı 139 g/km., resmi yakıt tüketimi (litre/100 km) şehirli 7,8, şehirdışı 4,8, ortalama 5,9'dur.

Araçlar teslim maliyetin en fazla %70'ini kredi kullanılarak ödenebilir. Belirli taksit tutan DenizBank'tan kullanılacak aylık % 0,99 faiz, 3 ay en erken, 48 ay ödemiş 14.000 TL'lik bireysel kredi tpi için geçerlidir.

OYDER, Adana'da yetkili satıcıları biraraya getirdi

Otomobilde 1 milyon satış hedefi kondu



OYDER "Diyalog" konulu bölge toplantılarının 3'üncüsü, İzmir ve Ankara'dan sonra Adana'da gerçekleşti.

Hilton Oteli'ndeki toplantıya, Mersin, Gaziantep, Antakya, Kahramanmaraş, Osmaniye, Adıyaman, Malatya ve Niğde'den otomotiv yetkili satıcıları katıldılar.

OYDER Yönetim Kurulu Üyesi Vedat Gizer ve Halef Günay'ın değerli katkılarıyla gerçekleştirilen toplantıya Mersin'de faaliyet gösteren, Mersin Otomotiv Yetkili Satıcılar Derneği Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Kış öncülüğünde MODER üyeleri ve Adana'daki otomotiv yetkili satıcıları tam destek verdiler.

OYDER Genel Sekreteri Tamer Atsan, ISOTO CEO'su Kurthan Tarakçıoğlu, HDI Sigorta Genel Müdürü Enis Talaşman ve OYDER Başkanı H. Şükrü İlalsal sektöre ilişkin sunum yaparak, değerlendirmelerde bulundular.

OYDER Akdeniz Bölgesi Yetkili Satıcılar Toplantısı'nın açılış konuşmasını yapan Genel Sekreter Tamer Atsan, OYDER'in "DİYALOG" toplantılarından söz ederek, İzmir'de başlayan toplantıların yılsonuna kadar Türkiye'nin her bölgesinde gerçekleşeceğini ifade etti. Aynı zamanda otomotiv yetkili satıcılarının birleşerek daha büyüyeceğine ve sektörün gelişimine katkı sağlayacağını da altını çizdi.

Otomotiv yetkili satıcılarının devlete önemli oranda vergi ürettiklerini ifade eden Tamer Atsan, sektörde 5 milyar doların üzerinde tesis yatırımının bulunduğunu, 70 bin personelin istihdam edildiğini, 350 bin kişinin de ekmek kapısı olduğunu ifade etti. Tamer Atsan, ayrıca 52 markanın yaygın bayilik ağıları bulunduğunun da vurgusunu yaptı.

Otomotiv sektörünü değerlendiren Tamer Atsan, Türkiye'de 15 milyon civarında araç parkı bulunduğunu dile getirerek sektörün geçen yıl 760 bin araç satışı yaparak cumhuriyet tarihinin rekorunu kırdığını belirterek, "Ocak 2011'deki satışlar otomotiv pazarında rüzgarın devam ettiğini gösteriyor,



Adana Valisi İlhan Atış ve
OYDER Başkanı H. Şükrü Ilısal



OYDER Başkanı H. Şükrü Ilısal

sektör temsilcilerinde bu yıl bir milyon adet satış rakamına ulaşma düşüncesi oluşmaya başladı" ifadesini kullandı.

H. Şükrü Ilısal: "Bölgesel toplantılar yetkili satıcıların birlikteliği için önemli"

OYDER Başkanı H. Şükrü Ilısal, otomotiv yetkili satıcıları arasındaki diyalog ortamını geliştirmek için bölgesel toplantılara önem verdiklerini anlattı. Türkiye'nin çeşitli bölgelerinde gerçekleştirdikleri "DİYALOG" başlığı altındaki toplantılara, sektörün önde gelen yöneticilerini otomotiv yetkili satıcıları ile buluşturarak, sektörde sinerji yaratıp, diyalog ortamının geliştirilmesini arzu ettiklerini ve bunun olumlu sonuçlarını gördüklerini ifade etti.

Akdeniz Bölgesi Yetkili Satıcılar Toplantısı'nda, ISOTO CEO'su Kurthan Tarakçıoğlu ve HDİ Sigorta Genel Müdürü Enis Talışman, sektöre ilişkin değerlendirmeler yaparak, katılımcıların sektöre ilişkin sorularını yanıtladılar.

HDI Sigorta Genel Müdür Yardımcısı Tansel Us, Güney Anadolu Bölge Müdürü Nihan Bakmaz ve Özel Projeler Müdürü Emre Kolankaya'nın da katıldığı toplantıda Güney Anadolu Bölge Müdürlüğü tarafından temsil edilen HDİ Sigorta, etkinlik kapsamındaki stant alanında katılımcılara kendini tanıttı ve merak edilen soruları yanıtladı.

Toplantının yemek resepsiyonuna katılan Adana Valisi İlhan Atış, otomotiv sektörünün başarısından ve ülke ekonomisine yaptığı katkılardan dolayı OYDER Başkanı H. Şükrü Ilısal nezdinde tüm sektörü tebrik ederek, bölgedeki yetkili satıcıların sorunlarını çözmek için her zaman göreve hazır olduğunu ifade etti.

Toplantının bir başka konuğu olan Adana Vergi Daire Başkan



kanı Serdar Aksoy, vergi üreten ve katma değer yaratan sektörün mali konularda da ciddi gelişmeler göstererek, örnek teşkil ettiğinin vurgusunu yaptı.

HDI Genel Müdürü Enis Talaşman "Otomotiv ve sigorta: ayrılmaz ikili..."

Toplantıda söz alan HDI Sigorta'nın Genel Müdürü Enis Talaşman, Türkiye ekonomisinin ve sigorta sektörünün Türkiye'deki gelişimiyle ilgili makro verileri katılımcılarla

paylaştı. Daha sonra sigorta ve otomotiv sektörünün birbirine çok benzediği, benzemenin dışında ortak konuları olduğunu vurgulayan Talaşman, otomotiv sigortalarının Türkiye'deki en gelişmiş sigortacılık alanı olduğunu belirtti. Enis Talaşman toplantıdaki konuşmasında ayrıca; Otomotiv ve sigorta sektörünün dün ve bugün hakkındaki değerlendirmelerini de katılımcılara aktardı.

Talaşman, "Türkiye'de hangi sektöre bakarsak bakalım, önümüzde katedilmesi gereken ciddi mesafeler var. Avrupa ülkelerinde nüfusun yaşlanması ve yüksek maliyetler sebebiyle endüstri yatırımlarının Asya ülkelerine kayması uluslararası sigorta şirketlerini yeni pazarlar arayışına itti. Her yıl daha da yaşlanan Avrupa nüfusu otomotiv sektöründe olduğu gibi sigortacılık sektöründe de gelecekte büyüme-yi imkansız kılıyor. GSMH'si artan, büyüme rekorları kıran nüfus artış hızı yüksek ve genç nüfusa sahip olan Türkiye uluslararası sigorta şirketleri açısından hedef pazar haline geldi. Özellikle 2005 yılında başlayan şirket satışları süresince 55 sigorta şirketi içerisinde % 100 Türk sermayeli yalnızca 17 şirket kaldı. Bu yabancılaşma, rekabeti artıran önemli bir unsur. Bu yapısal değişimler sebebiyle Türk sigorta sektörü

HDI Sigorta Genel Müdürü Enis Talaşman





OYDER Yönetim Kurulu Üyesi Naci Efe



OYDER Yönetim Kurulu Üyesi
Nizamettin Uğurlu



OYDER Yönetim Kurulu Üyesi Şemsi Durdu

2010 yılının ilk 9 ayını özellikle otomotiv sigortalarından kaynaklanan etkiyle çok ciddi bir zararla kapatmıştır” bilgisini verdi.

Enis Talaşman, “Şüphesiz ki benzer sorun ve problemler otomotiv sektöründe de yaşanıyor. Bu iki sektör bir taraftan birbirini tamamlayan ve destekleyen sektörken diğer taraftan da birbirine rakip iki sektör görünümde. Şu anki verilere bakıldığında bu işten otomotiv sektörü karlı çıkmış gibi görünüyor. Diğer yandan sorunlar ve problemler de büyüyor. Sigorta şirketleri maliyet baskısı altında parça tedarik, eşdeğer parça kullanımına yönelme, maliyetin daha düşük olduğu anlaşmalı servisleri artırma, kendi servislerini kurma gibi yöntemlere her geçen gün daha çok başvurmak zorunda

kalıyorlar. Blok muafiyeti, Rekabet Kurumu ve benzeri gibi düzenlemeler sigorta şirketlerinin bu önlemleri alması için yasal altyapıyı oluşturuyor.” diye ifade etti.

Hem otomotiv, hem de sigortacılıkta parlak bir geleceğin Türkiye’yi beklediğini belirten Enis Talaşman, “Bu durum sigorta şirketi, üretici, distribütör, bayii, sigorta acentesi, broker herkes için geçerli. Yeni yılda rekabetin, otomotiv ve sigorta sektörü işbirliğiyle dar bir pazarda fiyat ve karlılık üzerinden değil, genişleyen bir pazarda iş hacmi üzerinden yapılması” temennisinde bulundu.

Tata’nın Türkiye Distribütörü İSOTO’nun CEO’su Kurthan Tarakçıoğlu, sunumunda, 2006’dan sonra ertelenen taleplerin



Adana Vergi Dairesi Başkanı Serdar Aksoy



OYDER Başkan Vekili Vedat İnciroğlu



MODER Başkanı Hüseyin Kış



OYDER'e Akdeniz Bölgesinden yeni katılan üyelere Kurthan Tarakçioğlu ve Enis Talaşman rozetlerini taktılar.

yeniden gelmeye başlaması ve tüketici kredi faizlerinin yüzde 1'lerin altına inmesiyle sektörün geçen yılı Cumhuriyet tarihinin satış rekoruyla kapattığını anımsattı.

Türk ekonomisinin dünyada sayılı büyüyen ekonomilerden biri olduğunu ve herhangi bir negatif göstergenin bulunmadığını belirten Tarakçioğlu, "Bugün baktığımızda tüketici



İsoto CEO'su Kurthan Tarakçioğlu

faizleri yüzde 1'in altında seyrediyor. Öte yandan kişi başına gelir 10 bin doların üzerine çıktı. Bu önemli göstergeler otomotiv pazarına da yansıyor. Bu verilere bakarak pazarın giderek büyüyeceğini öngördüğünü dile getirdi.

Kurthan Tarakçioğlu, Haziran ayında yapılacak seçimlerin mutlaka bir eşik noktası yaratacağını ifade ederek, "Ancak, seçim sonrasında da ekonominin tutarlı bir şekilde devam edeceğini ve bununda otomotiv sektörünü pozitif yönde etkileyeceğini ümit ediyorum" diye konuştu.

Sektörde en az geçen yılki büyüklükte satışın beklendiğini anlatan Tarakçioğlu, "Türkiye'de birçok gösterge sektördeki satışların 1 milyona gidebileceğini gösterdiği" tespitinde bulundu.

OYDER'e Akdeniz bölgesinden yeni üyeler

Akdeniz Bölgesi Yetkili Satıcılar Toplantısı son bölümünde, bölgedeki yetkili satıcılardan OYDER'e yeni üye olan kuruluşlara rozet takılması töreni gerçekleştirildi. OYDER'in yeni üyelerine rozetlerini, Kurthan Tarakçioğlu ve Enis Talaşman takdim ettiler. Bir sonraki bölge buluşmasında daha güçlü bir araya gelmek sözüyle toplantı sona erdi. >>>

“DEVİR RENT DEVRİ”

BU DEVİRDE

“kaza yönetimi” var.

Marka Bayi Konsey Başkanları bir araya geldi OYDER'in öncülüğünde aynı paydadada buluşmak



Markaların Bayi Konsey Başkanları 27 Ocak 2011 tarihinde Hilton Otel'de bir araya geldiler.

Gerçekleştirilen toplantıda, otomotiv pazarının değerlendirilmesi yapıldı ve 2011 yılının da geçen yıl gibi geçeceği öngörüsünde bulunuldu, 2011 yılında yaşanacak siyasi gelişmelerin, her sektörde olduğu gibi otomotiv sektörünü de etkileyeceği tespiti yapıldı. Bununla birlikte küresel alandaki gelişmelerin Türk otomotiv pazarının şekillenmesinde önemli bir faktör olacağı da ayrıca ifade edildi.

2011 yılında pazarın belirlenmesinde önemli bir faktör olarak faiz artışları üzerinde duruldu, faizlerin artışıyla birlikte 2010 yılındaki satış seviyelerinin gerçekleşmesinin zorlukları dile getirildi.

Özellikle gelecek ile ilgili öngörülerin de masaya yatırıldığı toplantıda, önümüzdeki beş yıllık süreç içerisinde yurt dışın-



daki çok markalı bayilerin Türkiye'ye gelebileceğine dikkat çekildi.

Katılımcılar, otomotiv sektörünün hacimsel olarak büyümesine karşılık, bayi sayısı bazında büyümediği ve sistemde önemli bir sirkülasyon olduğu vurgusu yapıldı.



Yetkili Satıcılardaki Otomobil satışında kar marjlarının geçmiş dönemlere göre azalması sebebiyle aksesuar, yedek parça Servis Hizmetleri, Sigorta gibi kar merkezlerine ağırlık verildiği tespitini yapan katılımcılar, yetkili satıcılık müessesinde karlılık ve verimin artırılması için her bölümün ayrı ayrı ele alınarak detaylı bir şekilde yönetilmesinin ve değerlendirilmesinin önemli olduğunu vurguladılar.

Bunun yanı sıra sektörde yaralan markalarla ve derneklerle, iyi uygulamaların paylaşarak katma değer yaratılması üzerinde duruldu.

Sermaye miktarı, çalışan sayısı ve potansiyeli çok yüksek olan, yurt geneline yayılmış otomotiv sektöründe, menfaatlerin birleştiği OYDER' DE birlikte hareket edilerek ve aynı paydada buluşmak için tüm bayilerin üyeliği ile güç oluşturulması gerekliliği öne çıkartıldı.



Personel sirkülasyonu

Sektördeki gelişmeler ışığında personel sadakatinin azaldığı buna bağlı olarak sürekli bir dolaşım olduğu belirtildi.

OYDER bayilere kimlik kazandırmak yönünde, onların kurumsallığını geliştirmeleri açısından çalışmalar yapması gerekliliği belirtildi. Sektörün kendi içinde istikrar, samimiyet, iyi niyet, dürüstlük gibi olmazsa olmaz kuralları yeniden inşa etmesinin önemine değinildi. Son olarak birlikte, ortak yapılabilecek işler konusunda görüş birliğine varıldı. Sigorta konusunda OYDER'in bazı konularda TRSSB' ile ortak çalışmalar yaparak bazı iyileştirmelerin yapılması konusu üzerinde değerlendirmelerde bulunuldu. >>>



64.718 NE DEMEK?

Bizim için 64.718 ortak demek.
Yola çıkıp en iyi olmak için 64.718 sebep demek. Mesai arkadaşlarımızla
64.718 kere aynı yola baş koymak demek.

Dahası...

64.718 yeni fikir, 64.718 gerçekleşen hayal demek.
"Ben" değil, "Sen" değil, "Biz" demek.

Başka bir açıdan bakarsak... 64.718, bize 2010 hafif ticari araç pazarının
en çok tercih edilen markası unvanını kazandıran satış rakamı demek.

Ama en önemlisi... 64.718 teşekkür demek.

2009 ve 2010
Yılın En Çok Satılan
Hafif Ticari Araç Markası



2009
Uluslararası
Yılın Ticari Aracı
Fiorino

2006 ve 2011
Uluslararası
Yılın Ticari Aracı
Doblò

2008
Uluslararası
Yılın Ticari Aracı
Scudo



Yerli marka otomobil mi geliyor?



Başbakan
Recep Tayyip
Erdoğan

Başbakan Recep Tayyip Erdoğan, TÜSİAD Genel Kurulu'nda yerli otomobil markası yaşatılması tartışmasını da gündeme getirdi. Başbakan Recep Tayyip Erdoğan, toplantıda yaptığı konuşmada, Koç Holding Onursal Başkanı Rahmi Koç ile kısa süre önce gerçekleştirdiği görüşmede bu konunun da gündeme geldiğine işaret etti.

Başbakan Recep Tayyip Erdoğan, "Geçenlerde Sayın Koç'a dedim, 'Artık soyadınız gibi bir marka ile şurada biz yerli otomobilimizi üretim ve dünyaya diyelim ki, bak bu da artık bizim otomobilimiz.' Şu anda otomotiv sektörü içinde olan babalar burada... Bu işi halledin. Bir araya gelerek mi yaparsınız, yok ben bunu kendim de yaparım mı dersiniz, nasıl arzu ederseniz" dedi.

Toplantıyı izleyen Koç Holding Onursal Başkanı Rahmi Koç, Erdoğan'ın sözlerini değerlendirirken, grup olarak zaten 1965'te Anadol marka otomobilin üretimini yaptıklarını hatırlattı ve dünya çapında rekabetçi bir marka yaşatmak için hem yüksek kalitede hem de çok sayıda üretim gerektiğini vurguladı.

Koç, yaptığı açıklamada, "Biz 1965'te yerli otomobil Anadol'u çıkardık. Hindistan'da Tata kendi arabasını yaptı ama işi biraz zor. Bizim de o istikamette çalışmalarımız var ama bu öyle bir konu ki kendi otomobilini yalnız Türkiye'de yapıp muvafak olmak çok zor. Aynı modelden en az 200 bin tane ve iyi kalitede yapmak lazım. Çok zor, ama bakacağız. Başbakanımız öyle söyledi" diye konuştu.

Strateji Belgesi'nde yer aldı

Yerli otomobil üretimi konusu Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın hazırladığı "Otomotiv Sektörü Strateji Belgesi" taslağında da gündeme gelmişti. Halen taslak halinde olan belgede iki temel hedef ortaya konmuştu.

Bunlardan ilki Türkiye'nin bir otomotiv üretim üssü olması, ikincisi otomotiv sanayiinde yerli üretim oranının artırılması ve dünya çapında pazarlanacak yerli bir markanın yaşatıl-



Sanayi ve Ticaret Bakanı
Nihat Ergün

masıydı. Sanayi ve Ticaret Bakanı Nihat Ergün de, "Bunu gerekirse kamu-özel işbirliğiyle yapmalıyız ama mutlaka kendi markamızı çıkarmalıyız" demişti.

18 yıllık yerli otomobil macerası

Türkiye'nin ilk seri üretilen otomobili olan Anadol, Koç ailesinin Ford markasıyla kamyon imalatı yaptığı Otosan Fabrikalarında üretildi. İsmi, halk arasında düzenlenen bir anketle belirlenen Anadol, ilk kez 19 Aralık 1966'da üretim bandından indi. Satış fiyatı 26.800 lira (dönemin kuruyla 2.980 dolar) olan araç iki kapılıydı ve 1.2 litrelik Ford motor monte edilmişti. Anadol üretimi ilk yıl 1.750 adet oldu, sonraki yıllarda bu rakam 8 bin seviyelerine kadar çıktı. 1970'li yıllarda seriye dört kapılı modeller de eklendi. Anadol üretimi 1984 yılında durduruldu. Bu tarihe kadar toplam 62.543 adet üretildi.

TOFAŞ CEO'su Ali Pandır: Bir markanın uluslararası düzeye ulaşabilmesi için kendi ülkesinde en az 300-350 binlik satış rakamlarına ulaşması gerektiğini söyledi. 40 yıldır otomotiv sektöründe bulunan ismini açıklamak istemeyen bir tepe yönetici de dünya markası olmak için iç pazarda birkaç yüzbinli satış rakamlarına ulaşmanın şart olduğunu belirterek, 1950'li yıllarda 'bir şey üretelim' şeklinde ortaya çıkan özlemin, bugün yakalanan özgüvenle 'otomobilde kendi markamızı üretelim ve dünyaya satalım' fikrine dönüştüğünü kaydetti.

Otomobilde dünya markası olabilmek için iç pazarda oldukça güçlü olup, dünyada da satabilmek gerekiyor.

Gelişen ülkeler yerli marka atağında

20. yüzyıl boyunca neredeyse tamamen gelişmiş ülkelerin tekelinde olan yerli otomobil üretimi, özellikle son dönemde gelişen ekonomilere yayılıyor. Hindistan yarışa Tata ve Mahindra markalarıyla katılırken Çin sürekli yeni yerli markalar çıkarıyor. Asya devinin uluslararası pazarlarda dünya devleriyle rekabet eden en ünlü üç markası Chery, Geely ve SAIC. Sovyetler Birliği döneminden beri güçlü bir otomotiv endüstrisi olan Rusya'da AvtoVAZ'ın ürettiği marka Lada.

Seçimden Önce Bir Rapor Hazırlanacak

Yerli marka otomobil üzerine harekete geçen Türk otomotiv üreticilerinin çatı örgütü konumundaki OSD, yerli otomobil üretiminin 'olup olmayacağı, olursa nasıl olacağı' konusunda kapsamlı bir rapor hazırlamak üzere düğmeye bastı.

Türkiye'nin otomotiv şirketlerinin üye olduğu OSD, bu çalışmalar çerçevesinde bir komite kuracak. Raporu hazırlama görevi de bu komitenin... Tüm üyelerin görüş ve önerileri

Ford Otosan Ceo'su Nuri Otay: "Türkiye'de üretilen otomobillerin yüzde 90 yerli parça ile üretiliyor. Yerli kelimesini abartmamak lazım. Bugün ABD'de satılan kaç otomobil ABD özele de yerli ona bakmak lazım. Ama Türk markası oluşturmak dersiniz böyle bir sürece gelmek oldukça önemli" dedi. Bu sürece Türkiye'nin gelmiş olmasının çok güzel olduğunun altını çizen Otay, "Büyüyecek olan pazarlarda böyle tartışmalar olur. Bu pozitif algılanmalıdır. Mesela bugün Çin'in 16 milyon bir pazarı, Hindistan'ın ise 5 milyonluk bir pazarı var. Türk pazarının da bu boyuta ulaşması ile bu yapılabilir. Hükümetin de bunu desteklemesi otomotive olan ilgiyi artıracak bir itici güç olarak algılanmalıdır. Marka satın almak da bir seçenektir ama iç pazar büyüklüğünü yakalamak önemli" diye konuştu.

Hyundai Assan Yönetim Kurulu Başkanı Ali Kibar: Öncelikle iç pazardaki yüksek oranlı vergi sisteminin düzeltilmesi gerekiyor. Ticari ve binek otomobil satışlarındaki ÖTV farkı giderilmeli.

Karsan Murahhas Azası Jan Nahum: Türkiye'de birkaç firma 'Türk markası' yarattı. Ancak önemli olan 'pazarlama' stratejileri. Modelde doğru konsept ortaya konması durumunda başarıya ulaşılabilir.

Renault Mais Genel Müdürü İbrahim Aybar: Yeni bir marka oluşturmak yerine Türk yatırımcıların dünyada mevcut olan bir markayı satın almaları daha mantıklı olur. Yeni bir markayı yaratmanın bedeli 2 milyar Euroyu geçiyor.

Taşıt Araçları Yan Sanayicileri Derneği Başkanı Celal Kaya: Otomotiv yan sanayi yüzde 100 yerli bir aracı üretecek bilgi ve teknolojiye sahip. Vergi ve Ar-Ge gibi konularda teşvik gerekli.

OSD Genel Sekreteri Prof.Dr. Ercan Tezer: Bir yerli otomobil üretimi teknik olarak mümkün görünse de Türkiye'nin başka alanlarda büyümesi gerekiyor. Halihazırda başarılı bir büyüme yakaladığımız ticari araç alanında çok daha kuvvetli olabiliriz.

ODD eski Başkan Yardımcısı Sami Nacaroğlu: 30 yıldır sektördeyim. Yerli bir otomobilin 4 milyar dolardan aşağı olması mümkün değil. Ayrıca tamamen yerli bir marka üretmek en az 4 yıllık bir süreç gerektiriyor.

dikkate alınarak hazırlanacak raporun yazdan önce tamamlanması hedefleniyor. Rapor önce Sanayi ve Ticaret Bakanı Nihat Ergün'e, daha sonra da Başbakan Erdoğan'a sunulacak.

Hükümetten "Vergi" itirafı

Sanayi ve Ticaret Bakanı Nihat Ergün, otomobil üretimi için genç nüfus ve artan gelirin en büyük teşvik olduğu görüşünde. Ancak bakanlığın 2011-2014 yıllarında uygulanacak 'Sanayi Strateji Belgesi'nde ise Türk otomotiv sektörünün zayıf noktaları açıkça belirtilmiş. Ar-Ge ve tasarım alanında 'pasif' kalındığına vurgu yapılan belgede yan sanayi firmalarının finansmana erişimde ciddi sıkıntı yaşadığına değinilirken sektörün sıkıntıları ise şöyle sıralanıyor:

Hem taşıt araçları hem de akaryakıt üzerinden alınan yüksek vergiler iç pazarın gelişmesini engelliyor. Otomotiv sektörünün küreselleşmesi ara malı ve hammadde ithalatını arttırıyor. İkinci el araç ithalatı, Ortak Gümrük Tarifesi uygulamasında yaşanan sıkıntılar, sektörün rekabetçiliği önünde risk.

Bölgede üretim üssü olarak gelişen ülkelere kıyasla yüksek enerji ve işçilik maliyeti sektörün rekabet edilebilirliğini sınırlandırıyor. >>>

Otomotivde rekor...

Türkiye otomotiv pazarında, rekor beklentilerini haklı çıkararak hem aylık hem yıllık verilerde tüm zamanların rekorunu kırdı. 2005'teki 723 binlik satış rakamı geçip geçemeyeceği merakla beklenen toplam pazar, 760 bin 913 adetle 2010'u kapattı.

2005'te satılan 723 bin araçla Cumhuriyet tarihinin satış rekoru kırılmıştı. Sonraki 4 yılda bu seviye tutturulamadı hatta 2008'de 500 bin adedin altına inildi. Bu yıl ise binek oto ve hafif ticari araç satışları 760 bin adede çıkarak rekora imza attı. Aralık'ta 140 bin adet araç satılırken, stoklar tükendi.

Yüzde 0 faizden, 10 bin lirayı aşan indirimlere kadar birçok avantajın yer aldığı kampanya rüzgarını arkasına alan otomotiv markaları, 31 Aralık akşamına kadar 140 bin adetlik satışla 2005'i zorlamayı planlarken, yıl bitmeden 'rekor' haberi geldi. Şirketler, bu ay 120 bin adetlik rakama ulaşmayı hedefliyordu ancak satışlar 140 bin adete doğru gitti. Markaların ellerindeki tüm stoklar bitti hatta showroom'da sergilenen araçlar bile satıldı. Müşterilerin talebine yetişemeyen şirketler, 2011 yılına sıra verdi. Ekonomik hayatın canlanması, kredi piyasalarındaki normalleşme, krizden güçlü çıkış sinyalleri, yüzde 1'in altına gerileyen taşıt kredisi faizleri ve düşük Euro, satışların rekor kırmasında etkili oldu.

Aralık ayında rekor satış bekleyen otomotiv şirketleri, talebe cevap verebilmek için adeta seferber oldu. Beklentilerin üzerinde gerçekleşen satışlar karşısında hazırlıksız yakalanan ve stokları tükenen markalar, fabrikalara sipariş yağdırdı. Hatta şirketler, müşterileri-

ne otomobil yetiştirebilmek için başka ülkelere giden gemilerin rotasını bile Türkiye'ye çevirdi. Otomotiv bayileri ise müşterilerine cevap verebilmek için showroolara yeni elemanlar aldılar. Banka kredi teminatlarının limitlerini de yükseltti.

Showroolmar müşterilerle dolup taşarken, vergi daireleri de yılın bu son günlerinde adeta teyakkuza geçti. Vergi dairelerindeki uzun kuyrukların önlenmesi, mükelleflere kolaylık sağlanması amacıyla, büyük kentlerdeki MTV vergi dairelerinde mesai saatleri uzatıldı. Ankara, İstanbul, İzmir, Adana ve Bursa il merkezlerinde Motorlu Taşıtlar Vergisi'ni (MTV) tahsile yetkili vergi daireleri fazla mesai yaptılar.

Otomotiv Distribütörleri Derneği (ODD) verilerine göre Türkiye otomotiv pazarında 557 bin 126 adet olan 2009 yılı 12 aylık otomobil ve hafif ticari araç pazar toplamına göre satışlar yüzde 36.58 oranında artmış oldu.

Otomobil pazarı % 74 arttı

2010'un son ayında otomobil satışları önceki yılın aynı ayına göre yüzde 73.95 oranında artarak 99 bin 461 adet olarak gerçekleşti. 2010 yılında otomotiv sektörü beklentilerin üzerinde bir talep ile karşılaşırken yılın son ayında, önceki yılın aralık ayına göre otomobil satışları yüzde 73.95 oranında arttı. 2010 yılı Ocak-Aralık

döneminde toplam otomobil satışları önceki yılın aynı dönemine oranla yüzde 37.85 artarak 509 bin 784 adet oldu. 2010 yılı Ocak-Aralık dönemi otomobil pazarı bu sayı ile en yüksek 2000 yılı Ocak-Aralık (466 bin 748 adet) dönemi pazarını geçti. 2010 yılı Aralık ayında, hafif ticari araç pazarı önceki yılın aralık ayına göre yüzde 54,07 oranında artarak 48 bin 908 adet oldu. 2010 yılı Ocak-Aralık döneminde toplam hafif ticari araç satışları da aynı dönem için önceki yıla oranla yüzde 34.07 artarak 251 bin 129 adet olarak gerçekleşti. 2010 yılı Ocak-Aralık dönemi hafif ticari araç pazarı 251 bin 129 adet ile 2005 yılından sonraki en yüksek 2'nci pazar büyüklüğü oldu.

Lüks spor otomobil satışlarındaki artış da ilgi çekti. 2 modelinden birinin üretimini durduran Lamborghini dışında tüm süperspor otomobil üreticileri yüzde 50lere varan satış artışı yaşadı. Bu kapsamda Bentley, 2009'daki 8 adetlik teslimatını 14'e yükseltirken, Ferrari 17'den 23'e, Maserati ise yine 17'den 26 adede ulaştı. Bu pazarın en çok satan markası olan Porsche ise 2009'da sattığı 247 araca karşın geçtiğimiz yıl 390 adet otomobili müşterilerine teslim etti. Otomobil pazarı motor hacmi bazında incelendiğinde, 2010 yılı 12 aylık dönemde önceki yıla oranla yüzde 38 oranında artış görüldü.

2010 yılı Ocak-Aralık döneminde en yüksek paya yine 1600cc altındaki otomobiller sahip oldu (yüzde 81 pay, 412 bin 162 adet). Önceki sene aynı döneme göre 1600cc altındaki otomobil satışlarında yüzde 35, 1600-2000cc aralığında motor hacmine sahip otomobil satışlarında yüzde 54 ve 2000cc üstü otomobillerde ise yüzde 25 artış görüldü.

Dizel liderliği geri aldı

2010 yılı 12 aylık dönemde dizel otomobil satışları önceki yıla oranla yüzde 69 oranında artış gösterdi. 2010 yılı 509 bin 784 adet olan 12 aylık toplam otomobil satışının 272 bin 755 (yüzde 54) adedini dizel araçlar oluşturdu. 2010 yılı Ocak-Aralık dönemi otomobil sa-

tış adetleri 2009 yılının aynı dönemi ile kıyaslandığında, tüm segmentler içindeki dizel payı yüzde 44'den yüzde 54'e yükseldi.

2010 yılında Türkiye otomotiv pazarı büyürken, Avrupa küçüldü

J.D Power, 2010 yılı 4. Çeyrek itibarıyla dünya otomotiv pazarı tahminlerini yayınladı. 4. Çeyrek tahminlerine göre dünya toplam otomotiv pazarı geçen yıla oranla %13,3 artarak, 74 milyon 773 bin adete yükselecek. Avrupa Otomotiv pazarında 2010 yılı Aralık ayında toplam pazar 1.213.059 adet olarak gerçekleşti. 1.222.887 adet olan 2009 yılı Aralık ayına göre satışlar %0,8 oranında azaldı.

Avrupa Otomotiv pazarında 2010 yılı Ocak-Aralık dönemi toplam pazarı 15.621.543 adet olarak gerçekleşti. 16.196.852 adet olan 2009 yılı 12 aylık pazar toplamına göre satışlar %3,6 oranında azaldı. Bu daralmada Avrupa ülkelerinde yaşanan borç krizi ve teşvik önlemlerinin 2010 yılı ilk çeyreği sonu itibarı ile ülkeler bazında sonlaması etkili oldu. Türkiye Otomotiv pazarında 2010 yılı 12 aylık dönem sonunda toplam pazar satışları geçen yılın aynı dönemine oranla %37,7 artarak 793.172 adete yükseldi. 2010 yılı otomotiv pazarı, 2005 yılını geçerek (758.537adet) en yüksek satış değerine ulaştı.

Avrupa (AB (27) ve EFTA) Otomobil pazarında 2010 yılı Aralık ayında geçen yılın aynı ayına göre %2,7 daralma yaşandı ve 1.048.378 adet seviyesinde otomobil pazarı gerçekleşti. 2010 yılı Ocak-Aralık dönemi toplam Avrupa satışları (AB27+EFTA) bir önceki yılın aynı dönemine göre %4,9 azalışla 13.785.698 adet olarak gerçekleşti. Türkiye Otomobil pazarı 2010 yılı Ocak-Aralık döneminde geçen yılın aynı dönemine oranla %37,85 artarak 509.784 adet oldu. 2010 yılı Ocak-Aralık döneminde en yüksek satışa ulaşıldı. 2010 yılı Ocak-Aralık dönemi otomobil satışları ile Türkiye, Avrupa otomobil satışlarında sıralamasında 7. sıraya yükseldi.▶▶▶



Otomotiv sektörü ödüllendirildi



Türk otomotiv sektörünün tüm 52 markasını çatısı altında bulunduran ODD başarılı şirket, ürün ve projeleri ödüllendirmek için ilk kez düzenlediği "ODD Satış ve İletişim Ödülleri, 2010 Gladyatörleri" görkemli bir törenle sahiplerini buldu. Törende, "Satış" ve "İletişim" kategorilerinde 19 farklı ödül verildi.

ODD'nin sektörel büyümeye ivme katmak ve marka algısına pozitif katkıda bulunmak amacıyla ilk kez düzenlediği, otomotiv sektörünün en kapsamlı ve prestijli organizasyonu olan "ODD Satış İletişim Ödülleri, 2010 Gladyatörleri" renkli ve coşkulu bir ödül törenine sahne oldu. Çırağan Palace Kempinski'de düzenlenen törene, ODD Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Bayraktar, otomotiv dünyasının saygın temsilcileri ve diğer davetliler katıldı. Törende, 1'i jüri özel ödülü, diğeri Turkcell Mobil Uygulama Ödülü olmak üzere, "Satış" ve "İletişim" kategorilerindeki toplam 19 dalda seçilen Yılın Gladyatörleri, ödülleri aldı.

Satış ödülleri, ODD veritabanındaki yıllık satış miktarlarına göre belirlenirken, iletişim ödülleri adaylar www.odd-gladyator.com sitesi üzerinden halkoyuyla üçe indirildi, son seçimi uzmanlardan oluşan jüri yaptı.

ODD Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Bayraktar, törende yaptığı konuşmada, otomotiv sektörünün en prestijli gecesinde evsahipliği yapmanın onurunu duyduğunu belirterek, "Bugüne kadar yapılmış en kapsamlı ve görkemli ödül töreni ile sektörümüzün gücünü tüm Türkiye'ye göstermek istedik. Bu gururlu gecede amacımıza ulaştığımızı görmenin mutluluğunu yaşıyoruz. Otomotiv sektörünün verimli çalışmalarıyla, tüketicimizin de oylarıyla yarışmaya yoğun katılım göstermesi, organizasyonumuzun sahiplenildiğini ve gelekselleşeceğini kanıtlıyor. Bu tablo da bizim için ayrı bir gu-



En Hızlı Büyüyen Otomobil Markası: Alfa Romeo
Alfa Romeo Direktörü Arzu Çolakoğlu, ödülünü TAYSAD Başkanı Celal Kaya'nın elinden aldı.

rur vesilesi oldu. Ödüllerin, Türk otomotiv sektörünün marka algısına çok önemli katkılar bulunacağına inanıyorum. Ödüllendirmenin sonucunda kullanılacak olan ODD'nin gladyatörü amblemi, sektörümüzün yeni 'güvenilir ve prestijli' referans belgesi olacak. Ödül törenimiz, 2010 yılı için coşkulu bir final, 2011 için umutlu bir başlangıç oldu. Bu coşkuya katkısı bulunan sektörümüzün saygın temsilcilerine ve oy veren tüketicilere teşekkürlerimi sunmayı borç bilirim" dedi.

Otomotiv sektörünün yakından takip ettiği ve heyecanla beklediği 2010 pazar rakamları da bu gece de açıklandı.



ODD Satış ve İletişim Ödülleri, 2010 Gladyatörleri Ödül töreninde OYDER Başkanı H. Şükrü İlşal "En Hızlı Büyüyen Hafif Ticari Araç Markası" ödülünü Citroen Genel Müdürü Bahaettin Tatoğlu'na takdim etti.

ODD SATIŞ ÖDÜLLERİ

- En Hızlı Büyüyen Hafif Ticari Araç Markası: Citroën
- En Çok Satılan Hafif Ticari Araç Modeli: Ford Transit Connect
- En Çok Satılan Hafif Ticari Araç Markası: Fiat
- En Hızlı Büyüyen Otomobil Markası: Alfa Romeo
- En Çok Satılan Otomobil Modeli: Renault Symbol
- En Çok Satılan Otomobil Markası: Renault
- En Çok Satılan Otomobil ve Hafif Ticari Araç Markası: Ford



En Çok Satılan Hafif Ticari Araç Markası: Fiat
Tofaş CEO'su Ali Pandir, ödülünü ODD Başkanı Mustafa Bayraktar'ın elinden aldı.



En Çok Satılan Hafif Ticari Araç Modeli: Ford Transit Connect: Ford Otosan Satış ve Satış Sonrası Saha Operasyonları Direktörü Özgür Yüçetürk, ödülünü OSD Başkanı Kudret Önen'in elinden aldı.

Buna göre, Türkiye'de 2010 yılında satılan otomobil ve hafif ticari araç miktarı 760 bin 913 rakamına ulaştı. Otomobil 509 bin 784 adet, hafif ticari araç ise 251 bin 129 adede ulaştı.

Gece de satış kategorisinde ödül alan firmalar, ödüllere paralel olarak hazırlanan ve ODD tarafından onaylanan logo/ amblemlerin kullanım hakkını bir yıllığına alabilecek. Böylece hem firmalar, bu prestijli amblemleri yıl boyunca kampanyalarında kullanabilecek, hem de kamuoyunda yaşanan algı karmaşası ortadan kaldırılacak.

Otomotiv sektörü ile dirsek dirseğe yürüyen firmalar, ODD Satış&İletişim Ödülleri, 2010 Gladyatörleri gecesinde de sektörü yalnız bırakmayarak geceye destek verdiler. Geceye Bridgestone, Lassa, TOTAL, TEB CETELEM, GEFCO, AVİVA Sigorta ve Turkcell sponsor oldular.>>>



En Çok Satılan Otomobil Markası: Renault
Renault Mais Satış ve Şebeke Müdürü Merih Tüzün, ödülünü ODD Başkanı Mustafa Bayraktar'ın elinden aldı.



TEB Cetelem Genel Müdürü
Nilüfer Günhan:

**Otomotiv finansmanında
mevzuat eksikleri var**

Tüketici finansmanı sektörünün 2010 değerlendirilmesi ve 2011 öngörüsü ?

Tüketici finansmanı sektörü oyuncuları, 2010 senesinde 5.9 milyon TL tutarında aktif büyüklüğe ulaşmış, sektörün aktif toplamı 2009 senesine göre %33 oranında büyüme göstermiştir. Geçtiğimiz senelerde araç kredileri pazarını domine eden bankaların 5.3 milyon TL tutarındaki portföy performansını yakalayan ve 5.4 milyon TL ile geçen tüketici finansmanı şirketleri, büyüme trendi içerisinde.

Araç kredisi, mortgage ve diğer krediler alanında faaliyet gösteren tüketici finansman şirketleri, %96'sı otomotiv kredileri olmak üzere 2010 yılında 168,400 adet ve 4.5 milyon TL tutarında kredi kullandırımı gerçekleştirmiştir. 2009 senesi ile karşılaştığımızda, adette %83, tutarda ise %72 oranında büyüme yaşanmıştır.

2011 senesinde tüketici finansman şirketlerinin sayısında artış gözlemlenebileceği gibi, Türkiye'deki toplam araç kredilerindeki paylarının %50 seviyelerinde devam edeceğini öngörüyoruz. Özellikle son birkaç senedir otomotiv üretici ve distribütörlerinin kendi markalarına hizmet eden finansman şirketlerini kurma yönünde adımlar atıyor olduğunu gözlemlemekteyiz. Taşıt kredisinde uzman finansman şirketlerinin artması, müşterilere hizmet kolaylıklarının ve satış sonrası, sigorta gibi ürün çeşitliliğinin artmasını beraber getirecektir. Sektörümüzün uzmanlaştığı hızlı kredi karar süreçleri ile, müşterinin showroom'dan çıkmadan ortalama yarım saatte işlemlerini hallediyor olması hem müşteri memnuniyeti, hem de bu sayede satışını çok kısa sürede bağlayabilen bayiler açısından büyük memnuniyet yaratmaktadır.

Tüketici finansmanı sektöründe otomotivin önemi ve sıkıntılar nasıl değerlendirirsiniz?

Ana sanayi ve yan sanayisi ile Türk ekonomisinin itici güçlerinden biri olan otomotiv sektörü, gerek tüketici finansman sektörü gerekse bankacılık sektörü için tüketicisiyle, bayileriyle, yan sanayi şirketleriyle büyük bir önem arz etmektedir. Ancak dünyadaki gelişmiş ekonomilerle karşılaştığımızda, otomotiv finansmanı alanında Türkiye'nin öncelikle mevzuatsal anlamda halen bir takım eksiklikleri olduğunu gözlemliyoruz. Otomotiv değerler zincirine baktığımızda, stok

TEB Cetelem

BNP Paribas Personal Finance ve TEB Mali Yatırımlar A.Ş. ortaklığı olan TEB Tüketici Finansman A.Ş. (TEB Cetelem), Türkiye'de 1995 yılından bu yana faaliyet gösteren bir tüketici finansman şirketidir. Şirketin %80 oranında hissesine sahip olan BNP Paribas Personal Finance, 30 ülkede, 29.000 çalışanı ile, Avrupa'nın en büyük tüketici finansman şirketidir.

Sektörümüzün uzmanlaştığı hızlı kredi karar süreçleri ile, müşterinin showroom'dan çıkmadan ortalama yarım saatte işlemlerini hallediyor olması hem müşteri memnuniyeti, hem de bu sayede satışını çok kısa sürede bağlayabilen bayiler açısından büyük memnuniyet yaratmaktadır.

finansmanı gibi çok önemli bir değer halkasının mevzuatsal eksiklikler nedeniyle varolmadığını ve bu ihtiyacın dağıtık farklı modellerle çözümlenmeye çalışıldığını görüyoruz. Oysa bu konuda Avrupa ve Amerika'da çok uzun yıllardır tüketici finansman sektörü liderliğinde geliştirilmiş modeller mevcuttur. Bayi stok finansmanı, otomotiv sektöründe bayilerin işletme sermayesi ihtiyaçlarındestek olacak ve taşıt kredisi ile ardışık bir model ile yapılandırılması gereken bir modeldir. Ben sektörümüzdeki en önemli eksiklik ve ihtiyaçlardan birinin bu olduğunu düşünüyorum. Sektörümüz özellikle otomotiv dünyasının içinde yaşayan, dağıtıcı, bayi ve otomotiv müşterisini çok iyi anlayan uzman bir sektör ve otomotiv değer zincirinin en önemli halkasıdır. Sektörümüzün Türk otomotiv sektörüne ve dolayısıyla ekonomiye sağlamakta olduğu fayda, önümüzdeki dönemlerde mevzuatta ihtiyaç duyulan düzenlemelerden sonra daha da net anlaşılıyor olacaktır.

Global ekonomik krizin yaşandığı 2009 senesinde, araç satışlarının kredili satış oranı %40-50'lere kadar gerilemişken, 2010 senesinde düşen faizler ve artan tüketici güveni ile birlikte araç satışlarının kredilendirme oranı %70-%80'lere geri gelmiştir.

760 bin adet araç satışıyla tarihi bir rekora ulaştığımız 2010 senesinde, bankalar ve tüketici finansman şirketlerinin hizmet verdiği araç kredileri pazarında büyük rekabet yaşanmış ve sözkonusu rekabet, otomotiv pazarının gelişmesine olumlu fayda sağlamıştır.

TEB Cetelem'in 2011 hedefleri nelerdir ?

TEB Cetelem olarak 2010 senesini yeni iş hacmi açısından tüketici finansman şirketleri arasında lider olarak kapattık. 1 milyar TL tutarında 48 bin adetten fazla otomotiv kredisi kullandırımı gerçekleştirdik ve tüm otomotiv satışları içerisinde %6 oranında pazar payına sahip olduk.

İşbirliğinde bulunduğumuz Renault, Toyota, Hyundai, Citroen, Peugeot, Nissan, Kia, Mazda, Opel gibi dev markaların yetkili satıcılarında hızlı, kefilsiz, formalitesiz ve zahmetsiz otomotiv kredisi hizmeti sunumuna 2011 senesinde devam ediyor olacağız. Yetkili satıcılarımızın ve distribütör/üreticilerimizin satışlarını arttırmak ve işlerine katma değer sağlamak prensibine dayanarak büyük hissedarımız BNP Paribas Personal Finance'in global platformdaki bilgi birikimi ve tecrübesi ile rekabetçi ve yenilikçi ürün ve hizmetlerimizi müşterilerimizle buluşturmaya devam edeceğiz. >>>

TAN MOTORLU ARAÇLAR SAN. TİC. A.Ş.

Volkswagen Bayii - Malatya



İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Hikmet Tanrıverdi'nin 18 Ekim 2004 yılında kurmuş olduğu Tan Motorlu Araçlar San. Tic. A.Ş. Malatya'da 3600 metrekare kapalı alanda, Elazığ'da ise 4800 metre kare kapalı alanda faaliyet göstermektedir. Toplamda 95 kalifiye personel ile Volkswagen markası altında yetkili satış, servis, yedek parça hizmeti vermektedir. Ayrıca sigorta hizmetleri, VDF (Volkswagen Doğu Tüketici Finansmanı), DOD (Doğu Oto 2. El değerlendirme) ile Malatya, Elazığ ve bölge halkına hizmet vermektedir. Müşteri odaklı ve müşteri memnuniyetini kendine ilke olarak kabul eden firmamız geniş hinterlandını aktif bir şekilde kullanarak Volkswagen marka bilinirliğini müşterilerimize yapmış olduğumuz pazarlama faaliyetlerimiz ile tanıtmaktayız. Volkswagen hakkında bilmek ve görmek istediğiniz her şey TAN OTOMOTİV de sizleri bekliyor.

SAMTAŞ SAKALLIOĞLU MAK.SAN.VE TİC.A.Ş.

Fiat Bayii - Sakarya



1971 yılında Sakallıoğulları Koll. Şti. olarak Y. Kenan Sakallıoğlu ve kardeşlerinden oluşan bir ortaklık ve aynı zamanda Türkiye'de ilk Tofaş yetkili bayilerinden biri olarak faaliyete geçmiştir. 1984 yılında ortaklar ayrılınca Samtaş A.Ş. adı altında ve Y. Kenan Sakallıoğlu'nun Yönetim Kurulu Başkanlığı'nda Tofaş bayisi olarak faaliyetine devam etmiştir.

1995 yılında Erenler'de 10 bin m²'si açık 4 bin m²'si kapalı olan yerde toptan yedek parça bölümü faaliyete geçmiştir. Ayrıca Dört Yol Sanayi'indeki Plaza'nın açılışı 1995 yılında gerçekleşmiştir. 2000 yılından itibaren showroom satış bölümü Dört Yol'daki 3S Plaza'ya taşınarak; satış, servis, perakende, yedek parça ve bünyesinde Elmert (Allianz) Sigorta Acentesi ile hizmet vermektedir. Erenler'de hizmet vermekte olan toptan yedek parça bölümü de 2010 yılından itibaren Dört Yol'daki 3S plazaya yakın, 10 bin m²binasında Türkiye'nin çeşitli yerlerindeki tedarikçilerine ve müşterilerine hizmet vermektedir.

EFSANE MOTORLU ARAÇLAR İNŞ. PET. SAN. TİC. LTD. ŞTİ.

Fiat Bayii - Kocaeli



Efsane Otomotiv 2004 yılında Nezir Baş tarafından kurulmuş olup, Tofaş ailesine katılarak Fiat Bayiliği (Satış, servis, yedek parça) ve yanısıra 2. el otomobil ticareti, Allianz ve Axa Sigorta acenteliği ile müşterilerine hizmet vermektedir. Plazamız, İzmit Eski gölcük yolu üzeri sahil yolunda olup 5 bin m² arsa üzerinde 4.500 m² kapalı alana sahip 60 personelimizle markamız müşterilerine hizmet vermektedir. 2011 Ocak ayı itibarıyla Yalova'da Efsane otomotiv olarak Fiat markasını temsil etmeye ve hizmet vermeye başladık. Nezir Baş Şirketler Grubu olarak 1976 yılından bu yana otomotiv sektörü içerisinde faaliyet göstermekteyiz. Grubumuz, kuruluşundaki temel prensiplerini dikkat ve özenle koruyarak çağdaş, yenilikçi bir çizgide emin adımlarla güven ve kalitenin adresi olarak ilerlemeye devam etmektedir.

ORHAN KAVAS OTOMOTİV SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.

Fiat Bayi - Nevşehir



1968 yılında Orhan Kavas'ın, inşaat malzemeleri pazarlama ve ticaret işletmesiyle ticaret hayatına başlayan Orhan Kavas Otomotiv, faaliyetlerine ek olarak 1983 yılında Tofaş Nevşehir ana bayiğini alarak otomotiv sektörüne adım attı. 1997 yılında entegre tesislerinin tamamlanmasıyla birlikte otomotiv ile ilgili tüm faaliyetler tek çatı altında birleştirildi.

Orhan Kavas Otomotiv, 4 bin m² arsa üzerine kurulu 3.700 m² kapalı alana sahip olan tesisinde yeni oto, servis, yedek parça, 2. el satış ve sigortacılık sektörlerindeki faaliyetlerini sürdürmektedir. Orhan Kavas Otomotiv, 2004 yılında, Niğde ilinde de hizmet vermek üzere, Niğde'ye bir uydu satış mağazası açtı. Toplamda ortalama 40 personel ile Nevşehir ve Niğde de otomotiv ile ilgili hizmetlerine müşteri memnuniyeti yaratarak devam ediyorlar.

BANOTO OTOMOTİV TİC A.Ş.

Fiat Bayi - Bursa



Şirketimiz 1987 yılında TOFAŞ yetkili satıcısı olarak başladığı ticari hayatına 2006 yılından beri FIAT Ana Bayi olarak devam etmektedir. Konularında deneyimli ve sertifikalı 85 çalışanı ile yeni araç satışı, garantili 2. el araç satışı, sigorta acentelik hizmetleri, mekanik ve hasar onarımı, yedek parça satışı, oto koruma hizmeti, kurtarıcı hizmeti konularında 6.000 m² kapalı, 10 bin m² açık alanı ve yarının teknolojisini barındıran cihaz ve ekipmanıyla sektöründe bölgemizin Önde gelen şirketleri arasındadır. Merkezimiz Bursa Yıldırım ilçesinde 900 m² showroom, 5.000 m² servis ve 10 bin m² açık alandan oluşan tesisimizde yer almaktadır. İnegöl ilçesinde de bir showroomumuz bulunmaktadır. Yönetim kurulu başkanlığımızı yürüten Naci Abay, genel müdürlüğümüzü yürüten Bahadır Abay, satış müdürlüğümüzü yürüten Batuhan Abay aynı zamanda şirket ortaklarıdır.

FER OTOMOTİV (MURAT İNŞ. MALZ. OTO ALIM SAT.LTD. ŞTİ.)

Kia Bayi - Hatay



Otomotiv sektörüne 1990'lı yıllarda başlayan Fer Otomotiv, günümüze uzayan süreçte önemli mesafeler almış ve otomotiv sektöründe büyük gelişmeler göstermiştir. Piyasanın inişli çıkışlı dönemlerini istikrarlı, dürüst pazarlama faaliyetleri ile ayakta durmayı başarmış ve 2. el araç satışında tüm müşterilerine en doğru bilgi aktarımı ve en doğru ekspertiz yaparak müşterisini yanıltmayan tüm finansal imkanlarını müşterisine sunarak her konuda müşteri memnuniyetini ön planda tutmuştur. Bunun yanısıra Fiba ve Aksigorta acenteliğinin yanında, Kia, Tata, Geely ve Suzuki bayiği satış-servis, yedek parça ve aksesuar satışlarını da hizmet olarak sunmuştur. Sonuç olarak ülkemizin otomotiv sektörü 1990'lı yıllardan itibaren rekabetçi piyasaya dönük bir değişim sürecini başarı ile gerçekleştirmiş olup, tesisimizi TSE standartlarına uygun bir hale getirmiştir.

HASAN KAVI PETROL ÜRÜN.TUR.TİC.VE SAN. A.Ş.

Seat Bayi - Adana



Kavigrup şirketlerinin temelini 1956 yılında Hasan Kavi tarafından Adana'da kurulan Kavi Lastik Kaplama Fabrikası oluşturmaktadır. Kavigrup, BP Petrol İstasyonları, Esso Mobil Madeni Yağ Distribütörlüğü, yetkili satıcısı olduğu SEAT ve KIA marka otomobillerinin satış ve satış sonrası hizmetleri alanında etkinliğini sürdüren kuruluşlar topluluğudur. 1998 yılında Doğu Otomotiv'in ithal ettiği Seat marka araçların hizmetlerinin sunulduğu Adana Seat Plaza'yı, 2001 yılında şirketin ikinci şubesi olan Mersin Seat Plaza'yı faaliyete geçirerek daha iyi hizmet kalitesi elde etmek için 4 bin m² kapalı alan olmak üzere toplam 7 bin m² alanda hizmet kalitesini artırarak çalışmalarına devam etmektedir. Kavi Oto büyüme hızını kesmeyerek 2006 yılında Çelik Motor A.Ş.'nin ithal ettiği Kia marka araçların satış ve satış sonrası bayiliğinin bünyesine katarak Adana Kia Plaza'da 4 bin m² kapalı alanda çalışmalarını sürdürmektedir.

Y. TOMURCUK OTOMOTİV SERV.HİZ.MAK.SAN.LTD.ŞTİ

Chery Bayi - Bursa



1979 yılında İrfan Yönel tarafından oto tamir atölyesi olarak kurulan Tomurcuk Oto, 1991 yılında Lada Yetkili Servisi olarak hizmet vermeye başlamıştır. 1993 yılında Bursa'da oto tamir dalında ilk, TSE hizmet yeterlilik standartlarına ulaşmanın gururunu yaşamıştır. 1996 yılında Y. Tomurcuk Otomotiv Servis Hizmetleri ve Makina San. Ltd. Şti. adıyla hizmetlerine devam etmiştir. 1997 yılında Volkswagen Group, Skoda yetkili servisi olarak büyümesini sürdürmüştür. 2010 yılı Mayıs ayı itibarıyla Mermerler Holding'in Türkiye distribütörü olduğu Chery markalı araçlarında yetkili bayii olarak hizmet alanını genişletmiştir. Açılışının yapıldığı yeni Chery plazasında 800 m² showroom ve 1000 m² servis hizmetlerini tek çatı altında gerçekleştiren Tomurcuk Oto, 2.el ve sigorta işlemlerinde bünyesinde yapmakta, 32 yıllık tecrübeli geçmişi olan Tomurcuk Oto, 2. kusak işletmeciliğinde Yasin Tomurcuk önderliğinde %100 müşteri memnuniyeti odaklı kaliteli hizmetlerine devam etmektedir.

VOSMER OTOMOTİV TİC VE SAN A.Ş.

Volkswagen Bayi - İzmir



Rikardo Aliberti, Mahmut Özgener ve Enrico Aliberti ortaklığında kurulan ve Doğu Otomotiv'in ülke çapındaki hizmet stratejisinin önemli bir parçasını temsil eden Vosmer Otomotiv Şubat 2009'da Volkswagen – Seat – Dod , Nisan 2010'da Alsancak Porsche Showroom ve yine aynı yılın Eylül ayında faaliyete geçen Vosmer Gaziemir (Volkswagen- Dod) ile hizmet verdiği markaların sayısını 6'ya yükseltmiştir. Vosmer Otomotiv Alsancak ve Gaziemir'de bulunan Volkswagen showroom ve servisleri ile tüm Volkswagen kullanıcılarına satış, servis,yedek parça hizmetlerini İzmir'in 2 farklı noktasında kesintisiz bir şekilde sunmaktadır. Alsancak ve Gaziemir servislerinde en son teknolojiyle donatılmış ekipman ve cihazlarla günde ortalama 190 araca servis hizmeti verebilecek kapasiteye sahiptir Araçların periyodik bakımları ve mekanik onarımlarının yanı sıra tüm hasar onarımlarında, müşterilerin en hızlı ve sorunsuz kaporta boya hizmeti alabilmesi için tüm sigorta firmaları ile anlaşmalar yapılmıştır.

Hiçbir şey boş bir sayfa kadar
ilham verici değildir.
Çünkü bu size eşsiz bir fikir
yaratma şansı verir.



Audi A7 Sportback.

Spor tutkusunu bir ayrıcalığa dönüştüren ilham verici tasarımı ve ilerici Audi teknolojileriyle Audi A7 Sportback ÖzSa'da. Hiçbir şey onunla yakından tanışmanıza engel olamaz.

Audi A7'lerin CO₂ emisyonu 139 - 190 g/km, ortalama yakıt tüketimi 5,3 - 8,2 lt/100 km arası değerlerdedir.

ÖzSa
13.yıl

Osman Kavuncu Cad. No: 206 Kayseri Tel: (352) 320 56 53 Faks: (352) 330 07 34
ÖzSa bir Doğu Otomotiv Servis ve Tic. A.Ş. yetkili satıcısıdır.

Audi
Teknoloji ile bir adım önde



Vatan Şaşmaz:

Otomobil giydiğimiz en pahalı kıyafet

Röportaj: Tamer Atsan

Otomobil senin için ne ifade ediyor?

Otomobili insanın giydiği en pahalı kıyafet olarak tarif ediyorum. Amacımız iki nokta arasında gidip gelmekse kullanılan aracın çok önemli olmadığını düşünüyorum. Tabii ki ekonomik ve güvenli olması önemli. Yani amaç iki nokta arasında gidip gelmek için herhangi bir araba kullanabiliriz. Fakat otomobil benim için bunun dışında bir anlam ifade ediyor. Otomobili sadece sürmek yani kullanmak için değil "giymek" için satın alıyoruz. Kullandığımız otomobil bizim sosyal statümüzün bir yansıması oluyor. Prestijimizi ifade ediyor.

Bana göre, güvenlik ve konfor da bir otomobilde olması gereken vazgeçilmez ikinci önceliktir. Ben, sekiz adet güvenliği yastığı olmayan bir otomobilde seyahat etmek istemiyorum. Sahip olduğum otomobilde, oturduğum koltuk masaj özelliği. Buna benzer konforlarında artık otomobillerde olması-



nı isterim. Otomobil konforuna artık lüks diye değil standart diye bakmak gerekiyor. Müşteri beklentilerinin üzerinde standartları bir otomobilde sunmak çok önemli.

Otomobile sahip olurken iki noktayı önemsiyorum. Birinci nokta, satın aldığım yer ikincisi ise servis hizmeti. Vaktim olmadığı için servis hizmeti için aracın benden alınması, gerekli bakımın ve işlemlerin benim adıma yapılmasını isterim.

Yetkili satıcıdan otomobil almaya dikkat ediyorum. Ciddi bir para ödeyerek sahip olduğum otomobili belki bir galeriden daha ucuza alabilirdim. Fakat yetkili satıcıdan otomobil satın almamanın ciddi riskleri var. Galeriden otomobili alırken, satarken bir çok sorun çıkıyor. Örneğin faturasındaki bir yanlışlık ya da eksiklik, aracın satışına engel oluyor. Hukuki sorunlar ortaya çıkıyor, bir güvensizlik ortamı oluşuyor. Bu yüzden yetkili satıcılarda kurallar ve standartlar oturmuş durumda ve en önemlisi güven ortamı var. Yetkili satıcıdan araç satın aldığınızda, otomobilinizi teminat altına almış oluyorsunuz. Keza servis hizmetlerinde de bu durum söz konusu. Özel servis ile



"Otomobile sahip olurken iki noktayı önemsiyorum. Birinci nokta, satın aldığım yer ikincisi ise servis hizmeti. Vaktim olmadığı için servis hizmeti için aracın benden alınması, gerekli bakımın ve işlemlerin benim adıma yapılmasını isterim."

8 Ocak 1974 İstanbul doğumlu olan Vatan Şaşmaz, Vatan Caddesi üzerinde bulunan bir hastanede doğduğu için annesi ona bu ismi vermiş.

Şehremini Lisesi'ni bitirdikten sonra İstanbul Üniversitesi'nde İşletme okuyan Vatan, okul yıllarında Deniz Tüney Mankenlik ve Fotomodellik Ajansı'nda fotomodellik yapmış, reklam filmlerinde, video kliplerde rol almış ve bazı katalog çekimlerine katılmıştır.

'Özel Hat' programıyla Magazin Gazetecileri Derneği'nin 'En İyi Erkek Sunucu' ödülünü alan Vatan, 'Çocuklar Duymasın' dizisindeki 'Engin' rolüyle de oyunculuğa başladı.

Sunuculuk ve oyunculuktan sonra bir de yazarlığa soyunan Vatan Şaşmaz, 'Öteki Yüzüm Gri' adlı kitabı 10 bin adetten fazla satmıştır.

yetkili servis arasında ciddi farklar var. Otomobil kullanırken can taşıyorsunuz, bu yüzden otomobilinizi ehil ellere teslim etmeniz bir şart.

200-300 lira daha az ödemek için özel servisi tercih etmek, sürüş esnasında yetkisiz servis bakımından kaynaklanan bir çok sorun ile karşılaşabiliriz. Hızla yol alırken yetkisiz takılmış parçalardan kaynaklanan tehlikeler başımıza bir çok şey açabilir.

Yetkili serviste herşey kayıt altında ve kullanılan parçanın ne olduğu, bakım hizmetinin kalitesini biliyorsun. Bu yüzden güvenle otomobilini yola çıkartıyorsunuz.

Bir önceki otomobilimi bir arkadaşıma vermiştim. Arkadaşım Bodrum'a gidip gelecekti. Dönüş yolunda aracın beyni yandı. Otomobil kendini otomatik olarak kilitledi. Bu olay 150-160



“Yetkili serviste her süreç kayıt altında ve kullanılan parçanın ne olduğu, bakım hizmetinin kalitesini biliyorsun. Bu yüzden güvenle otomobilini yola çıkarıyorsun.”

km hızla giderken gerçekleşti, camlar ve kapılar açılmıyor; radyo ve cep telefonları çalışmıyor. Bu haliyle Bodrum'dan İstanbul'a otomobil geldi. Bu olayın nasıl gerçekleştiğini arkadaşşıma sorduğumda; arkadaşım, lambaların yanmadığı için bir özel servise gidip sigortaları kontrol ettirdiğini söyledi. Yetkisiz servis sorunu gidermek için birkaç işlem yapıyor. İşte sonucu yolda arabanın beyni yanıyor. Sonuçta 150-200 bin Euro'luk araç, yetkisiz bir servise teslim edilerek, hem sizin hem de aracın sonunu getirebilir.

Ülkemizi otomotivde nasıl değerlendiriyorsunuz?

Özellikle son on yıldır ülkemizde ciddi bir büyüme söz konusu. Genç nüfus ve iyi yönetimle ülkemiz iyi bir devinim sağladı. Gıda, konut ve otomobil sektörü de bu gelişmeyle iyi bir noktaya taşındı. Türkiye'de otomobil deyince benim ilk aklıma gelen, yollar ve trafik sorunu. Elbette bu sorun bizim gibi gelişmekte olan her ülkede yaşanıyor. İstanbul'u ele alırsak, 20 milyona yakın nüfus var. Yollar, köprüler yetmeyecek, trafik hep sorun olacak.

Bunun yanında bir başka gözlemim var. Ülkemizde 100 bin Euro'ya satılan bir araç, Almanya'da 50 bin Euro. Elbette vergiler olmalı, KDV, ÖTV gibi bir takım kesintilere karşı değilim. Ama otomobil üzerinde ciddi bir vergi yükü var. İşte o zaman bu vergilerinde, yol, köprü ve trafik sorunlarının aşılmasında kullanılmasını beklerim.

Otomobilde bu vergi yüklerine rağmen büyük oranda da ithal arabalar satılıyor. Bu da insanımızın teknolojiye ve yeniliğe olan merakının bir göstergesi. Bu güzel bir gelişme. Bazen otomobilin pahalı olmasına rağmen satın alması da tabii ilginç bir başka konu. İnsanımız prestiji seviyor. Güzel otomobillere binmek istiyor. Vergiler çok acımamız olmasa, Türk otomotiv sektörünün çok daha iyi bir pazar yakalacağını düşünüyorum. >>>

LATITUDE

RAHAT / ÖZGÜR / GÜÇLÜ / ETKİLEYİCİ



www.renaultlatitudo380.com www.facebook.com/renaultturkiye www.twitter.com/renaultturkey

3
YIL GARANTİ
150.000 km

DRIVE THE CHANGE



YENİ RENAULT LATITUDE SİZE KENDİNİZİ ÇOK İYİ HİSSETTİRECEK

Yeni Renault Latitude'ün her ayrıntısı size sıra dışı bir lüks duygusunu yaşatmak için tasarlandı.

Masaj fonksiyonlu sürücü koltuğu... Araç içi parfüm sistemi ile otomobilinizin içini bambaşka bir atmosferle dolduracak olan çift modlu iyonizer... Toksin sensörlü, üç bölge elektronik klima... Kısaca, onunla geçireceğiniz her anın rahatlatıcı ve dinginleştirici olmasını sağlayan yepyeni bir konfor anlayışı. Yeni Renault Latitude ile kendinizi çok iyi hissedeceksiniz.

Yeni Renault Latitude, 2 yıl sınırsız km garantisi ya da "3 yıl veya 150.000 km (hangisi önce dolarsa)" yeni araç garantisi kapsamındadır. Ayrıntılı bilgi almak için internet sitemize veya yerli satıcımıza başvurabilirsiniz.

Renault'nun **elf**



Türkiye'nin pamuk havzası: Adana



Kent merkezindeki Bölge Arkeoloji Müzesi'ni, Etnografya Müzesi'ni, Atatürk Evi'ni gezmeden,

merkezde Ulu Cami, Sabancı Merkez Cami, Bebekli Kilise, Taş Köprü ve Tepebağ eski Adana evlerini görmeden, merkez dışındaki Anavarza, Şar ve Misis ören yerleri Akyatan ve Ağyatan Kuş Cennetlerini görmeden, Adana Kebabı yemeden, Şalgam suyu ve Aşlama (meyan kökünden yapılmaktadır) içmeden, eski çarşıları gezmeden, Karatepe kilimlerinden almadan, uzun yıllardan beri yapılan Altın Koza Festivali'ni izlemeden Adana'dan ayrılmak olmaz...

Adana'nın ismi Yunan mitolojisindeki Kanos'un oğlu Adanos'dan gelmektedir. Tarsus Dağları'nın güneyinde bulunan şehrin oluşumu büyük ihtimalle bir Hitit yerleşiminden kaynaklanmaktadır. 3000 yıldan fazla bir geçmişi olan şehir 16. Yüzyılda Osmanlıya katılana kadar uzun yıllar başka ülke ve ırklar tarafından yönetilmiştir. Adana son yıllarda hızla gelişerek 2 Milyon nüfusuyla Türkiye'nin 4. büyük şehri olmuştur. 8 km şehrin dışında bulunan Uluslararası Havalimanı da Adana ya ulaşımı kolaylaştırmaktadır. Seyhan Nehrinin üzerinden geçen 310 m uzunluğundaki Köprü 2. Yüzyılda Hükümdar olan Hadrian tarafından yaptırılmış çok önemli bir tarihi eserdir.

Seyhan Nehrinin kıyısında bulunan Adana Merkez Camii de ilginç yapılardan biridir. 12000 kişi kapasiteli Cami'nin 99 m yükseklikte 6 adet minaresi bulunmakta ve böylece Türkiye'nin en büyük Camii ünvanını taşımaktadır. İlginc kazı bulguları ile Arkeoloji Müzesi ve şehrin simgesi haline gelen 32 m lik Saat Kulesi de görülmeye değerdir. Güneyde Antakya istikametine giden yol ülkenin en güzel manzaralı yolarından biridir.

Anavarza (Dilekkaya Köyü) Ören Yeri: Adana'nın Ceyhan ilçesi, Kozan-Kadirli yolunun yaklaşık 20. km'sinde Dilekkaya köyü yakınındadır. Günümüzde açık hava müzesi olarak faaliyet göstermektedir.

Şar (Şar Köy) Ören Yeri: Şar, Hitit döneminde "Komana" adıyla bilinen önemli bir merkezdir. Ayrıca Roma devrinden

kalma açık hava tiyatrosu, Bizans devrinden kalma kilise ve mermer bloklardan inşa edilmiş 6 m. boyundaki Ala Kapı görülmeye değer eserlerdendir.

Misis (Yakapınar) Ören Yeri: Misis antik kenti, Ceyhan Nehri kenarında, tarihi İpek Yolu üzerinde kurulmuş, Adana'dan sonra gelen ikinci bir geçit durumundadır. en kalan Havraniye Kervansarayı ve tek kubbeli mescittir.

Magarsos Ören Yeri: Adana'nın sahil ilçesi Karataş'ta Dört Direkli mevkiindedir. Antik Kilikia'nın önemli kentlerinden olan Mallos'un dini merkezi olan Magarsos, tapınaklarıyla tanınmış, özellikle Büyük İskender'in dua ettiği Athena Tapınağı ile ün kazanmıştır.

Ayas (Aigai - Yumurtalık) Ören Yeri: Kurulduğu tarih tam olarak bilinmeyen Ayas (Aigai) antik kenti Helenistik devirde Bergama'daki gibi dünyanın üç asklepieion tapınağından biri ile ünlüydü.

Akören Ören Yeri: Toroslar üzerindeki Aladağ ilçesinin bir beldesi olan Akören yeni tespit edilmiş bir ören yeridir.

Ceyhan-Sirkeli Muvattali Kabartması ve Ören Yeri: Eski Misis-Ceyhan karayolu üzerinde yer alan Sirkeli köyünde Ceyhan Nehri kenarında bir kaya kütesinin üzerinde bulunur.

Tepebağ Evleri: Eski Adana evleri, aynı adlı Tepebağ Höyüğü'nün üzerinde ve eteklerindedir. Tarihi sur içindeki



Adana şehrinin yüzlerce yıllık kültürü burada saklıdır. Tepebağ Evleri'nin çoğu 18. yüzyılda yapılmıştır.

Yılan Kale: Misis ile Ceyhan arasında, ovaya hâkim bir tepe üzerindedir. Halk arasında "Şahmeran Kalesi" olarak da bilinen kalede Şeyh Meran adlı bir kişinin yılan yetiştirip terbiye ettiği söylentisi yaygındır.

Dumlu Kalesi: Ceyhan'ın 17 km. kuzeybatısında Sağkaya bucağının Dumlu (Tumlu) köyünün batısında ve 75 m. kadar yükseklikteki sert kalkerli bir tepe üzerindedir.

Kozan Kalesi ve Manastırı: Assurlular tarafından yaptırılmıştır. Kozan Kalesi (Sis) tarihi yol üzerinde stratejik yönden önemli bir konumdadır.

Ramazanoğlu Konağı: Ramazanoğlu Halil Bey tarafından 1489 yılında yaptırılmıştır. Üç katlıdır ve kesme taştandır.

Akça (Ağca) Mescit: Adana'nın en eski Türk yapısı olan Akça Mescit, 1489 yılında Türkmen Beyi Ağca tarafından yaptırılmıştır. Kapısı ve mihrabı göz alıcı üç sıra taş mermerle kaplıdır.

Bebekli Kilise: 1880-90 yılları arasında yapılan kilisenin esas ismi Saint Paul'dür. Kilisenin tepesinde Meryem Ana'nın 2.5 metrelik tunç heykeli bulunmaktadır.



Adana'da neler yenir?

Adana yöresinin zengin bir mutfağı bulunmaktadır. Mutfağın bu kadar zengin olmasının nedeni çeşitli kültürlerin etkisinde kalmasıdır. Adana yemeklerinin en büyük özelliği un, bulgur, et ve çeşitli baharatların kullanılmasıdır. Aynı zamanda süt, yoğurt, peynir ve çökelek de bol miktarda kullanılmaktadır. Adana kebabı çok ünlüdür. Bunun yanında bol yeşillik, ezme, salata yenir ve mevsimine göre ayran veya yöreye özgü şalgam suyu içilir. Kesme ya da hamur çorbası, yüzük çorbası, düğün çorbası, sebze yemeklerinden süllüm, mercimekli ıspanak başı, kabak çintmesi, bulgur yemeklerinden ekşili topalak, sarmısaklı köfte, içli köfte, sakatat dolması, kebablardan Adana kebabı, çingene kebabı, içeceklerden şalgam veya meyan kökü, tatlılardan karkuş tatlısı, taş kadayıfı ve halka tatlısı Adana mutfağının özgün yemeklerindedir.

Büyük Saat Kulesi: Tarihi Ulu Cami Külliyesi içinde, 1882 yılında Vali Abidin Paşa tarafından yaptırılmıştır.

Çarşı Hamamı: Ramazanoğlu Piri Bey tarafından 1529 yılında yaptırılmıştır. Soğukluk, sıcaklık bölümü ve halvet odalarıyla klasik Osmanlı hamam mimarisinin tipik örneklerindedir. Giriş kapısındaki taş işçiliği ilginçtir.

Kurtkulağı Kervansarayı: Kurtkulağı Kervansarayı, Ceyhan'ın 12 km. güneydoğusunda Kurtkulağı beldesinde-dir.

Bedesten: Eski Belediye Caddesi üzerindedir. Ramazanoğlu Halil Bey ve oğlu Piri Mehmet Paşa tarafından 16. yüzyılda yaptırılmıştır. "Kapalı Çarşı" olarak da bilinmektedir. Adana'nın en canlı ticaret merkezi olmuştur. >>>

HEY! TAKSİ

Sarı rengi, gece ve gündüz tarifesi, şoförünün kendine has imajı, otomobiliyle bütünleşen, taksimetre ile gidilen yolun hesabına göre ücretlendirilen bir yolcu taşıma servisi Taksicilik.



Fiat 600 Multipla

Taksinin tarihi oldukça eskilere dayanıyor. İlk düzenli taksilerin 1694 yılında İngiltere’de “Hackney Coach Office” ile birlikte ortaya çıktığı ileri sürülüyor. Ancak, ilk düzenli taksi seferi olarak 1814 yılında açılan Londra-Birmingham hattı kabul ediliyor. Bu hatta çalışan ilk taksinin de, bugünkü lokomotifleri anımsatan bir buharlı otomobil olduğu söyleniyor.

Ne var ki bu iki örneği bugünkü anlamda taksi olarak kabul etmek çok zor. Çağdaş anlamda taksicilik, 1867 yılında Almanya’da ortaya çıktı. Hükümetin mektup ve paketlerini dağıtma işlemini üstlenen Alman Thurn und Taxis aile şirketi, bu işi otomobillerle gerçekleştiriyordu. Şirket daha sonra mektup ve paketlerle birlikte insanları da taşımaya başladı. İnsanları para karşılığı bir yerden başka bir yere götürme işini yapan bu tip otomobillere de, ailenin soyadından hareket edilerek “taxi” adı verildi.

1896 yılının baharında, Almanya’nın Stuttgart kentinde, “Droschenbesitzer” namıyla ün salan Dütz, tanesi 8 bin marktan iki adet Benz- Kraftdroschkes alarak, ilk taksi servisini kurdu. Uzun bir süre, Stuttgart, dünyanın taksi çalıştıran iki kentinden biri oldu. Öteki kont Paris’te ise, yalnızca bir tek taksi vardı. 1897 yılının Mayıs ayında, Friedrich Greiner de bir taksi servisi kurunca, Stuttgart, dünyanın birden fazla taksi servisi olan ilk ve tek kenti oldu. O günlerde “Der Motowagen” dergisinde yayınlanan bir habere göre, Greiner’in taksileri, günde ortalama olarak 70 kilometre yol yapıyordu.

modern taksi işletmeciliğinin babası olarak Greiner’i kabul etmek, hiç de yanlış olmaz. Çünkü, dünyada ilk kez Greiner, araçlarına taksimetre taktı. 1896 yılında, “Societe Anglo-Française” tarafından bir tek arabayla Paris’te başlatılan taksi servisi ise, fazla uzun ömürlü olmadı ve ancak birkaç ay çalışabildi. İngiltere’nin ilk taksi servisi ise 19 Ağustos 1897 günü hizmete başladı. London Electric Cab.Co.adlı şirket, 12 akümülatörle çalışan 3.5 beygir gücündeki Bersey marka elektrikli arabaları Londra’da, kent merkezi ile West End semti arasında çalıştırıyordu.

19. yüzyılın sonlarına doğru Almanya’daki bu uygulama giderek tüm Avrupa ülkelerine yayıldı. I. Dünya Savaşı sırasında Fransa’da General Galieni, birliklerini cepheye hızla ulaştırmak için Parisli 700 taksi şoföründen yararlanmıştı. 50’li yıllarda taksicilik o kadar gelişti ki, ünlü Fiat fabrikası sadece bu iş için tarihi “Fiat 600 Multipla” modelini piyasaya sürdü. Sonuçta, bugün dünyanın her yeri, bir yerden diğerine gitmek isteyen insanlarla dolu olduğu için, her köşe başı da onları taşımak isteyen taksilerle dolu...



Dört tekerlekli atsız araba ilk kez İstanbul sokaklarında boy göstermeye başladığında saldırdığı korku ve merakı artık pek hatırlayan yok... Ama 1896'dan 1910 yılına kadar; hiçbir trafik kuralının olmadığı, trafik polisinin bulunmadığı, yaların yollarda otomobillere rağmen kaygısızca dolaştığı İstanbul'da 14 yıl boyunca hiç trafik kazası olmamıştı, ilk trafik kazası 28 Mart 1910'da gerçekleştiğinde, basın biraz hayretle şöyle yazmıştı: "İstanbul'da bir otomobilin sebebiyet verdiği ilk kaza dün vukua gelmiştir, ilk kazada saray başmabeyincisi Lütfi (Simavi) Bey'in bahçevanı Mustafa, Beşiktaş'ta bir otomobilin sadmesine maruz kalarak ağır şekilde mecruh olmuştur (yaralanmıştır).."

Zamanla İstanbullu otomobillere alıştı, ticari veya özel otomobiller her yerde gündelik hayatın bir parçası oldu. Ama, ABD'de başlayan ve Türkiye dahil birçok ülkeyi etkileyen ekonomik buhran, çoğu iş kolunun yanı sıra taksicileri de günlerce müşteri bekler duruma getirdi.

1930'lu yılların başında İstanbul sokaklarında görülen ve bir traktör fabrikası temsilcisinin getirdiği bu tek kişilik taksiler, kısa bir süre çalıştıktan sonra kaldırılmıştı.

Bu buhran yıllarında, Ermeni ve Musevi vatandaşlarımız, Taksim civarındaki evlerinden Kapalıçarşı'daki iş yerlerine giderken gruplar halinde taksi kullanıp ücreti ortaklaşa ödeme usulüyle dolmuşçuluğun öncülüğünü yaptılar.

İstanbul'daki son resmi kayıtlara göre 18 bin taksi olduğu belirtiliyor. En son plaka tahsisi 1991 yılında yapıldı. 1991 yılında İstanbul'un nüfusunun 7.3 milyon olduğu gözönüne alındığında bugün 12.5 milyona çıkan nüfusa rağmen hiç taksi sıkıntısı çekilmemesi, hatta taksi enflasyonu yaşanması korsanın çok fazla yayılmasına bağlıyor. İstanbul'da halen 18 bin resmi kayıtlı taksiye karşılık 25 bin de sahte korsan taksi olduğu tahmin ediliyor. >>>

Eston Kurucular Telsiz Taksi Hasan Hayri Gezin

"Taksicilerin serviste bir önceliğinin olmasını isteriz"

Otomobil alırken nelere dikkat ediyorsunuz?

Otomobil alırken dikkat ettiğimiz en önemli nokta, arabanın ucuz fiyatlı olmasıdır. Bunun yanı sıra serviste de başımızı ağrıtmayacak olmasına dikkat ediyoruz. Özellikle yedek parçaların ucuz olması da önemli bir faktör. Gün içerisinde çok ciddi yol katediyoruz. Parça ve yürüyen aksamda bu yüzden sorunlar çıkıyor. İstanbul trafiğini biliyorsunuz, yoğun olan saatlerde otomobilin durup, kalkması gün içerisinde yaptığımız kilometreler ile arabayı çok zorluyoruz. Bu açıdan, otomobilin hem çok dayanıklı hem de bir yandan ucuz olması bizim esnafımız için çok önemlidir.

Kullandığımız otomobillerde bazı sorunlar yaşadığımız oluyor, bazı parçalar garanti kapsamında olmuyor, örneğin debriyaj balataları bir taksi de çok kolay aşınır. Sürekli debriyaj balatası değiştirmek durumunda kalırız. Bu parçaların kullandığımız otomobilde belli bir kilometre sonrası garanti kapsamında olmaması bizim için tabii bir sorun.

Taksimiz bizim ekmek paramız, nasıl bir iş sahibi her gün dükkanını açıp, satışını yapıp gün sonunda parasını kazanıyorsa, bizim için de aynen durum böyle. Servise gittiğimizde arabamızın bir kaç gün serviste kalması, bizim ekmek paramıza engel teşkil ediyor. Bu yüzden özellikle servislerde ticari araçlara kolaylık sağlanmasını isteriz.

Yetkili servislerden neler bekliyorsunuz?

Taksimiz ekmek paramız olduğu için, ona çok önem veriyorum. Yetkisiz servislere gitmemeye gayret ediyorum. Biraz daha ucuz diye sanayideki oto tamircilerini tercih etmiyo-



rum. Ticari aracımın markasının yetkili servisine gidiyorum. Dediğim gibi istediğim tek şey, hızlı bir şekilde servis hizmeti almanın yanı sıra, ucuz parça olması benim için çok önemli. Kullandığım ticari araç, 2006 model ve 470 bin kilometrede. Garantisi 200 bin kilometrede sona erdi. 55 bin kilometreye gelince balatalar gitti. Şimdi garanti kapsamının haklı olarak sınırlı olması bizim gibi taksicileri özel servislere yönelmesine olanak sağlıyor. İstanbul'da yaklaşık 18 bin taksi olduğu söyleniyor, aslında markaların yetkili servisleri taksicilere bir takım kolaylıklar sağlayabilse her iki taraf açısından iyi olur diye düşünmekteyim. Bir ticari taksinin iki üç saat gibi gün içerisinde bekleme yapması, o gün para kazanmasını engeller, bu yüzden taksicilere mutlaka kolaylık sağlanmalı. >>>

Stres, genel anlamda baskıya karşı gösterdiğimiz tepkilerdir. İş hayatında ya da gündelik yaşamda hepimizin karşılaştığı, kaçınılmaz bir durumdur. Bunu bazen bir sınava hazırlanırken, bazen de kalabalık bir gruba sunum yaparken yaşamaktayız. Ancak her stres, performansımızı olumsuz etkilemez, hattâ belirli bir noktaya kadar faydalıdır.

Stres yönetimi ve Satış

Bazı durumlarda iyi stres, insanın zorluklarla mücadelesinde yardımcı olan mekanizmaları harekete geçirerek, yararlı sonuçların elde edilmesini sağlar.

Burada önemli olan sizin zararlı stresle başa çıkabilmenin yollarını öğrenmeniz ve onu kontrol altına almanızdır.

Günümüzde stresin yoğun yaşandığı alanlardan biri hiç kuşkusuz iş hayatıdır. İşletmede her departmanda görevler gereği farklı stres alanları oluşmaktadır.

Kimi departman aylık satış kotalarını tutturmak için hafta sonu da dahil, gece gündüz mesai yaparken, kimi departman da finansal akışı düzenlemek isterken stres yaşamaktadır.

Bir işletmede, merkez satış departmanının saha (müşteri, bayiler ve bölge satış teşkilatı) bilgileri eksikse, tepe yöneticilerinin satış becerisi yoksa ve sadece hayali projeler üreten/sunum hazırlayan başarısız bir pazarlama departmanı varsa, astlar stres ile yaşamak durumunda kalır.

Hattâ satışların düşüklüğü ve işletmenin kapanma riski nedeniyle de tüm çalışanlar işlerinden atılma korkusu yaşayabilir.

İşletme yönetimi, yaşanan bu kötü gidişe son vermek için, (insanları işten çıkartmak yerine) akılcı kararların alındığı bir örgüt modeli yaratmalıdır.

Bunun için de, alınan kararların gerçekçi ve ulaşılabilir olması gerekir.

Bir satışçıda stres yaratan bazı konular şunlar olabilir:

- Satış bilgisi ve deneyimi yetersiz satış yöneticileriyle çalışmak,
- Satış yapamama kaygısı ve korkusu,
- Uzun bir zamana (1 hafta-1 ay gibi) ihtiyaç duyulan bir işin acil olarak (1 gün içinde) istenmesi,
- Yepyeni bir dağıtım kanalının çok kısa süre içinde örgütlenmesinin istenmesi ve satış beklenmesi,
- Başarısız pazarlama departmanlarının sahadan uzak bir mantıkla hazırladığı hayali ve işe yaramayan satış projeleri,
- Yönetimin büyük projeler olarak adlandırdığı, küçük ve satış getirmeyecek işlerin verilmesi, 'bu projeleri hayata geçirin ve milyonlarca ürün satın' denilmesi,
- Büyük müşterilerin işletmeyi sorunlar nedeniyle terk etmesi,
- Satışların büyük düşüşler göstermesi.

Görüldüğü gibi, stresin oluşmasına, yönetim hataları, personelin işleri zamanında yetiştirememesi endişesi, başarısız olma korkusu ve gerçekleşmeyecek hedefler istenmesi neden olmaktadır.

Ayrıca, çalışanlara görüş hakkı tanınmadan hazırlanan ve tepeden zorla dikte edilen işler de stres ve gerginlik yaratır. Örneğin, işletmenin satış kotaları, bölge çalışanlarının görüşleri alınmadan, sadece merkez satış yönetimi ve genel müdür tarafından belirlenirse, ay sonu yaklaştıkça hedeflerin yakalanamaması nedeniyle çalışanlarda stres ve moral bozukluğu görülür.

Yönetici olarak satış hedeflerini belirlerken, bölge potansiyelini mutlaka bölge sorumlularına sormalısınız ve onların da görüşlerini almalısınız. Aksi takdirde, ulaşılması imkânsız hedefler hiçbir zaman gerçekleşmeyeceği için hem siz hem de çalışanlar başarısız olacaktır.

Ayrıca çalışanlar arasında yaşanan iletişim sorunları da çoğu zaman strese neden olabilir. Bunun önüne geçmek için personelinizle daima açık ve dürüst bir şekilde konuşun, onların güvenini kazanmaya çalışın.



OTOMOBİL SATMANIN ALTIN KURALLARI

VİTRİNİ BÜYÜK OLAN KAZANIR

Otoport'un vitrini tam 200 metre.

Avantajlı konumu, 200 metre E5 cephesi ve 360° görüş sağlayan mimarisiyle Otoport, hem galeri sahiplerine hem de yatırımcılara kazandırıyor.

Markalar, ikinci elciler, ithalatçılar!

Birinci sınıf bir alışveriş merkezinde, her gün binlerce ziyaretçiyle buluşmak için Otoport'a gelin.

Otomobil dünyasının en büyük vitrininde yerinizi alın. Kazanmaya hemen başlayın!



- / 160 Oto Galeri
- / Banka Şubeleri
- / Sigorta Acenteleri
- / Ofisler
- / Kafe ve Restoranlar
- / Çocuk oyun alanları
- / Go-kart pisti
- / Tuning Atölyeleri
- / Servis alanları
- / Mağazalar



OTOPOORT

OTOMOBİL DÜNYASININ EN BÜYÜK VİTRİNİ

INFINITI

Infiniti Ex Black Premium Serisi

Tüm zamanların en çarpıcı EX'i, dünyanın en seçkin ve en göz alıcı otel ve restoranlarında VIP girişi fırsatı sunuyor. Yeni ve sınırlı sayıdaki EX30d Black Premium serisi, Relais&Châteaux'ın eşsiz mutfağı ve konukseverliğine duyulan tutku ile Infiniti'den doğan lüks ve performans tutkusunu bir araya getiriyor.



HONDA

Honda CR-Z, 2010 Yılı'nın En Güvenli 5 Otomobilinden Biri



Honda CR-Z, Yeni Araç Değerlendirme Programı (Euro NCAP) tarafından 2010 yılının en iyi performansa sahip beş otomobilinden biri seçildi. Bu otomobiller arasında tek Hybrid araç olma özelliği taşıyan Honda CR-Z, Süpermini kategorisinin en güvenli otomobili oldu.

KIA

Kia Sportage güvenli araç seçildi

Avrupa Otomotiv Endüstrisi'nin nabzını tutan değerlendirme kuruluşu Euro NCAP, 2010 yılı testlerinin sonuçlarını açıkladı. Buna göre Kia Sportage, Euro NCAP tarafından 2010 yılının en güvenli küçük off road 4 x 4 aracı seçildi.



RENAULT

Renault'nun yeni üst orta sınıf sedanı Latitude

2010 Ağustos ayında Moskova Otomobil Fuarında ilk kez tanıtımı yapılan Renault'nun yeni üst orta sınıf sedanı Latitude, yepyeni konfor ve Renault'nun bilinen güvenlik donanımlarını sunuyor.



SUBARU

Subaru "Impreza" ve "Trezia" Modelleri



Subaru 81. Uluslararası Cenevre Motor Show' da tanıtacağı yeni araçları ile adından söz ettirmeye hazırlanıyor. Fuji Heavy Industries tarafından üretilen ve Bayraktar Grubu tarafından Türkiye'ye getirilen Subaru'nun çevre dostu yenilikçi modelleri ile 81.

Cenevre Uluslararası Motor Show'a damgasını vuracak. Tamamen değişen tasarımı ile "Subaru Impreza Konsept" modeli ve bu yıl Avrupa'da satışa sunulacak yeni mini MPV modeli "Subaru Trezia" otomobil meraklılarıyla buluşacak.

TOYOTA

Ticari Araçta Yeni Bir Soluk: Toyota Verso Active

Toyota ticari araç pazarına Verso Active ile giriyor. CDV segmenti için Toyota'nın Adapazarı'ndaki fabrikasında üretilecek olan Verso Active, 5 koltuklu Kombi ve 2 koltuklu Van model tipleriyle pazara sunulacak.



Biz Sigortacılığa Başladığımızda...



Seri otomobil
üretimine
geçilmemişti.



Emniyet kemerinin
patenti alınmamıştı.



Uluslararası
Otomobil
Federasyonu (FIA)
kurulmamıştı.

Otomobil tarihini biçimlendiren pek çok olay
henüz gerçekleşmemişti.

1903 yılında sigortacılığa başlayan, 150 ülkede yerel dinamiklere göre hareket edebilen uluslararası bir grubun sigorta şirketi olarak daima yanınızdayız.

Otomotiv Pazarı

Ocak 2011

Türkiye Otomotiv pazarında 2011 yılı Ocak ayında otomobil ve hafif ticari araç toplam pazarı 44.789 adet olarak gerçekleşti. 20.095 adet olan 2010 yılı Ocak ayı otomobil ve hafif ticari araç pazar toplamına göre satışlar %122,89 oranında arttı. 2011 yılı Ocak ayı toplam pazar 44.789 adet ile en yüksek 1994 yılı Ocak ayı (39.629 adet) pazarını geçti.

2011 yılı Ocak ayında, geçen yılın Ocak ayına göre otomobil satışları %137,16 oranında artarak 29.868 adet olarak gerçekleşti. 35.929 adet olan 1994 yılı Ocak ayı satışlarından sonra

2011 yılı Ocak ayında 29.868 adet ile en yüksek 2. satış değerine ulaşıldı. 2011 yılı Ocak ayında, hafif ticari araç pazarı geçen yılın Ocak ayına göre %98,92 oranında artarak 14.921 adet oldu. 2011 yılı Ocak ayı hafif ticari araç pazarında en yüksek satış değerine ulaştı.

Otomobil pazarını motor hacmi bazında incelediğimizde, 2011 yılı Ocak ayında en yüksek paya yine 1600cc altındaki otomobiller sahip oldu. Geçen sene aynı aya göre 1600cc altındaki otomobil satışlarında %131, 1600-2000cc aralığında motor hacmine sahip otomobil satışlarında %179 ve 2000cc üstü oto-

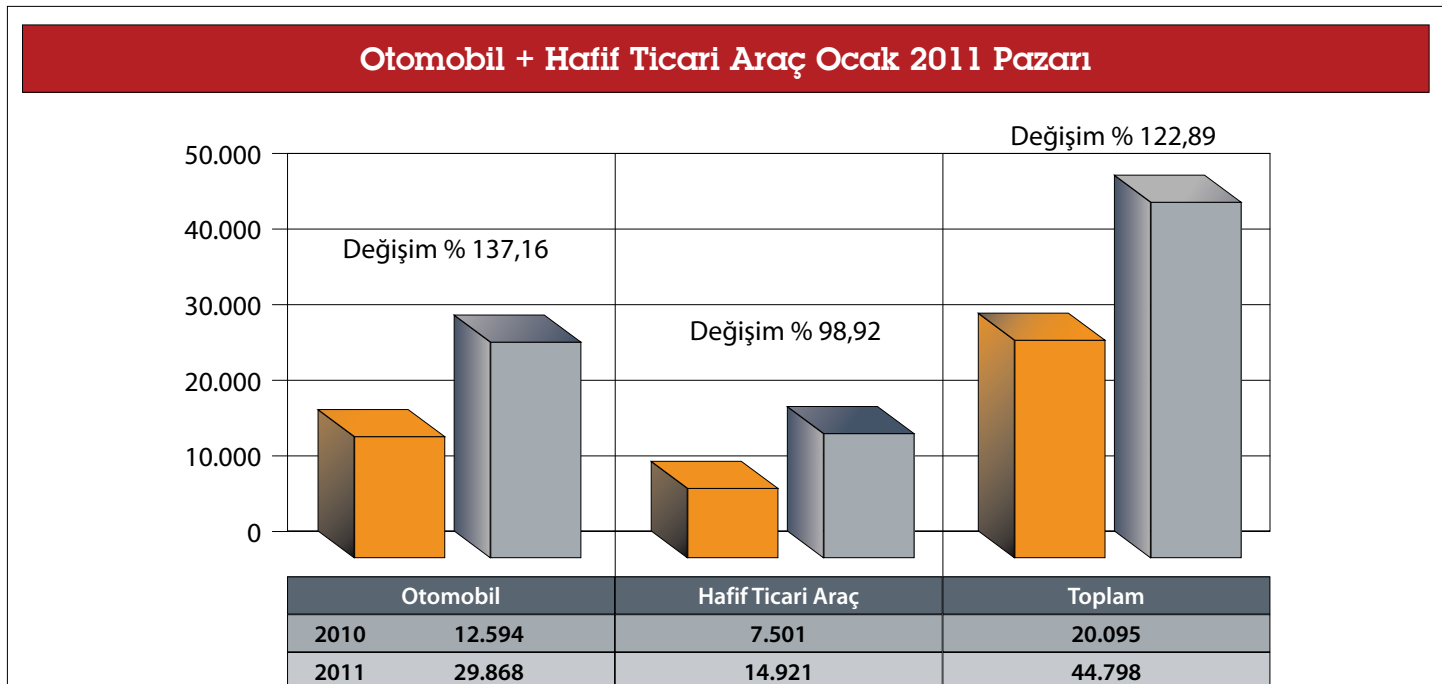
mobillerde ise %57 artış görüldü. 2011 yılı Ocak ayında dizel otomobil satışları geçen yıla oranla %195 oranında artış gösterdi.

2011 yılı Ocak ayında 29.868 adet olan aylık toplam otomobil satışının 18.491 (%62) adedini dizel araçlar oluşturdu. 2011 yılı Ocak ayında otomobil satış adetleri geçen yılın aynı ayı ile kıyaslandığında, tüm segmentler içindeki dizel payı %50'den %62'ye yükseldi.

Toplam otomobil pazarında 2011 yılı Ocak ayında otomatik şanzımanlı satış adetleri 2010 yılının aynı ayına oranla %139 arttı. 2011 yılı Ocak ayı otomobil satış adetleri geçen yılın aynı dönemi ile kıyaslandığında, tüm segmentler içindeki otomatik şanzımanlı otomobil satışlarının payı geçen sene seviyesinde kaldı. (%33)

2011 yılı Ocak ayında otomobil pazarının %82'sini yine vergi oranları düşük olan A, B ve C segmentlerinde yer alan araçlardan oluştu. 2011 yılı Ocak ayında otomobil satış verileri segmentlere göre değerlendirildiğinde, en yüksek satış adetine %41 pay alan C (12.246 adet) segmenti ve hemen ardından yine %41 pay ile B (12.143 adet) segmenti ulaştı. Bu segmentlerin ardından %12 pay 3.553 adet ile D segmenti yer aldı. 2011 yılı Ocak ayı sonuçları kasa tiplerine göre değerlendirildiğinde, en çok tercih edilen gövde tipi yine Sedan otomobiller (%51) oldu. Sedan otomobilleri %34 pay ile H/B ve %9 pay ile SUV otomobiller takip etti. >>>

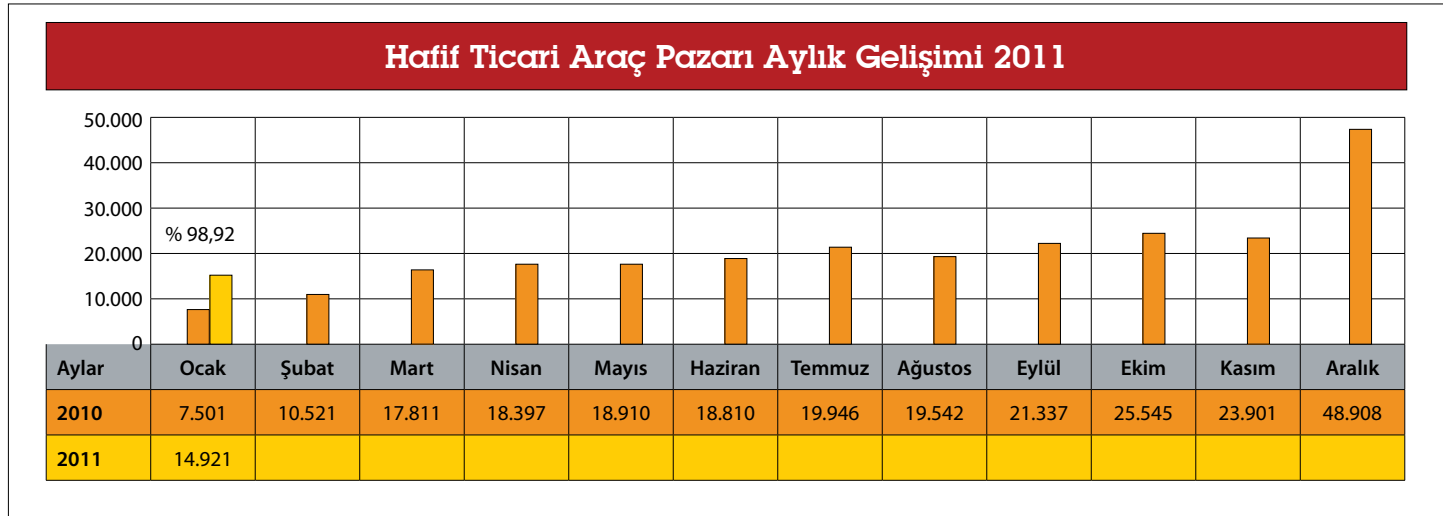
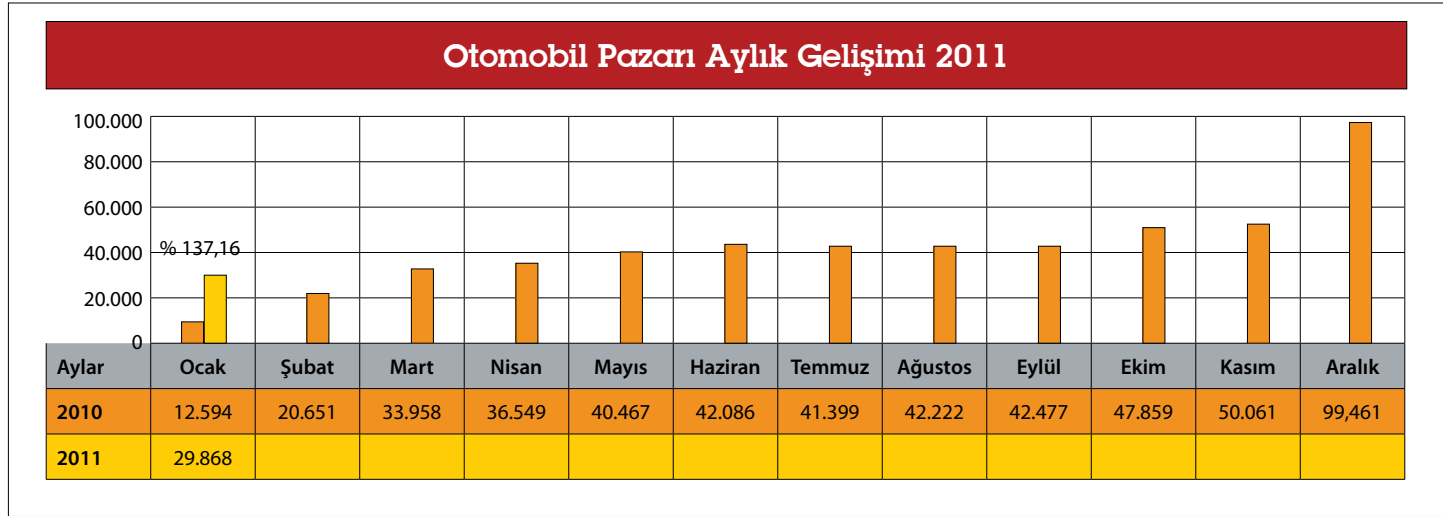
Kaynak: Otomotiv Distribütörleri Derneği



Parekende Satışlar Yerli/İthal Dağılımı Ocak 2011

Marka	Binek Araç			Hafif Ticari Araç			Toplam		
	Yerli	İthal	Toplam	Yerli	İthal	Toplam	Yerli	İthal	Toplam
Alfa Romeo	0	31	31	0	0	0	0	31	31
Audi	0	473	473	0	0	0	0	473	473
Bentley	0	1	1	0	0	0	0	1	1
BMC	0	0	0	0	0	0	0	0	0
BMW	0	646	646	0	0	0	0	646	646
Chery	0	265	265	0	17	17	0	282	282
Chevrolet	0	1.017	1.017	0	0	0	0	1.017	1.017
Chrysler	0	10	10	0	0	0	0	10	10
Citroen	0	605	605	620	208	828	620	813	1.433
Dacia	0	940	940	0	156	156	0	1.096	1.096
Daihatsu	0	40	40	0	0	0	0	40	40
DFM	0	0	0	0	303	303	0	303	303
Dodge	0	1	1	0	0	0	0	1	1
Ferrari	0	2	2	0	0	0	0	2	2
Fiat	1.458	699	2.157	3.935	318	4.253	5.393	1.017	6.410
Ford	0	3.120	3.120	3.540	154	3.694	3.540	3.274	6.814
Geely	0	35	35	0	0	0	0	35	35
Honda	124	370	494	0	0	0	124	370	494
Hyundai	2.025	443	2.468	0	192	192	2.025	635	2.660
Ikco	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Infiniti	0	11	11	0	0	0	0	11	11
Isuzu	0	0	0	41	121	162	41	121	162
Iveco	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Jaguar	0	6	6	0	0	0	0	6	6
Jeep	0	34	34	0	0	0	0	34	34
Karsan	0	0	0	199	0	199	199	0	199
Kia	0	503	503	0	5	5	0	508	508
Lada	0	10	10	0	0	0	0	10	10
Lamborghini	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Lancia	0	6	6	0	0	0	0	6	6
Land Rover	0	90	90	0	0	0	0	90	90
Mahindra	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Maserati	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mazda	0	110	110	0	12	12	0	122	122
Mercedes-Benz	0	591	591	0	485	485	0	1.076	1.076
Mini	0	39	39	0	0	0	0	39	39
Mitsubishi	0	143	143	34	416	450	34	559	593
Nissan	0	664	664	0	157	157	0	821	821
Opel	0	1.677	1.677	0	45	45	9	1.722	1.722
Otokar	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Peugeot	0	377	377	417	253	670	417	630	1.047
Porsche	0	22	22	0	0	0	0	22	22
Proton	0	62	62	0	0	0	0	62	62
Renault	5.067	191	5.258	0	1.320	1.320	5.067	1.511	6.578
Saab	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Seat	0	504	504	0	0	0	0	504	504
Skoda	0	507	507	0	0	0	0	507	507
Smart	0	2	2	0	0	0	0	2	2
Ssangyong	0	112	112	0	93	93	0	205	205
Subaru	0	119	119	0	0	0	0	119	119
Suzuki	0	162	162	0	0	0	0	162	162
Tata	0	129	129	0	71	71	0	200	200
Toyota	563	2.017	2.580	0	161	161	563	2.178	2.741
Volkswagen	0	3.599	3.599	0	1.648	1.648	0	5.247	5.247
Volvo	0	246	246	0	0	0	0	246	246
Toplam	9.237	20.631	29.868	8.786	6.135	6.135	14.921	26.766	44.789

Kaynak: www.odd.org.tr



Otomotiv Pazarı Ocak - Aralık 2010

2010 yılı Aralık ayında geçen yılın aynı ayına göre toplam pazar %69,3 artarak 154.734 adete, üretim %19,2 artarak 111.792 adete, ithalat %98,7 artarak 92.119 adete, ihracat ise %3,3 artarak 70.382 adete ulaşırken, ihracat değeri de %5,1 artarak 1 milyar 559 milyon dolar seviyesine ulaştı.

Dönem	Pazar* (adet)	Üretim (adet)	İthalat (adet)	İhracat (Adet)	İhracat** (\$))
Aralık 2009	91.386	93.770	46.365	68.158	1.483.317.035
Aralık 2010	154.734	111.792	92.119	70.382	1.559.446.303
(%)	69,3	19,2	98,7	3,3	5,1

* Pazar: Binek Otomobil, Hafif Ticari Araç ve diğer motorlu taşıtlar toplamıdır.
** Ana ve yan sanayii toplamıdır.

Kaynak: OSD

793.172 adete, üretim % 25,9 artarak 1.094.557 adete, ithalat % 48,3 artarak 465.408 adete, ihracat % 20 artarak 754.469 adete ve ihracat değeri de % 8,9 artarak 15 milyar 906 milyon dolara ulaştı. 2010 yılı Aralık ayında, geçen yılın Aralık ayına göre toplam pazar % 69,3 oranında artarak 154.734 adet olarak gerçekleşti.

Dönem	Pazar* (adet)	Üretim (adet)	İthalat (adet)	İhracat (Adet)	İhracat** (\$))
Ocak-Aralık 2009	575.869	869.605	313.921	628.970	14.608.653.488
Ocak-Aralık 2010	793.172	1.094.557	465.408	754.469	15.905.756.475
(%)	37,7	25,9	48,3	20,0	8,9

* Pazar: Binek Otomobil, Hafif Ticari Araç ve diğer motorlu taşıtlar toplamıdır.
** Ana ve yan sanayii toplamıdır.

Kaynak: OSD

2011 yılı Ocak ayı otomobil satışlarının 2010 yılı Ocak ayına göre segmentler itibari ile değişimi aşağıdaki tabloda yer almakta; 2011 yılı Ocak ayında otomobil pazarının %82'sini yine vergi oranları düşük olan A, B ve C segmentlerinde yer alan araçlardan oluştu. 2011 yılı Ocak ayında otomobil satış verileri segmentlere göre değerlendirildiğinde, en yüksek satış adetini %41 pay alan C (12.246 adet) segmenti ve hemen ardından yine %41 pay ile B (12.143 adet) segmenti ulaştı. Bu segmentlerin ardından %12 pay 3.553 adet ile D segmenti yer aldı. 2011 yılı Ocak ayı sonuçları kasa tiplerine göre değerlendirildiğinde, en çok tercih edilen gövde tipi yine Sedan otomobiller (%51) oldu. Sedan otomobilleri %34 pay ile H/B ve %9 pay ile SUV otomobiller takip etti.

2011 yılı Ocak ayı sonuçları kasa tiplerine göre değerlendirildiğinde, en çok tercih edilen gövde tipi yine Sedan otomobiller (%51) oldu. Sedan otomobilleri %34 pay ile H/B ve %9 pay ile SUV otomobiller takip etti.

2011 Yılı Ocak Dönemi Satışları									
2011 Ocak Sonu	1	2	3	4	5	6	7	Toplam	
Segment	S/D	H/B	S/W	MPV	CDV	Spor	SUV		
A (Mini)	13	128						141	1 %
B (Entry)	5.587	5.754	193	343	203	8	55	12.143	41 %
C (Compact)	6.685	4.196	255	411		43	656	12.246	41 %
D (Medium)	2.317	2	34			107	1.093	3.553	12 %
E (Luxury)	555		135	11		11	865	1.577	5 %
F (Upper Luxury)	59					6	143	208	1 %
Toplam	15.216	10.080	617	765	203	175	2.812	29.868	100 %
Yüzde	51 %	34 %	2 %	3 %	1 %	1 %	9 %	100 %	

2010 Yılı Ocak Dönemi Satışları									
2010 Ocak	1	2	3	4	5	6	7	Toplam	
Segment	S/D	H/B	S/W	MPV	CDV	Spor	SUV		
A (Mini)		51						51	0%
B (Entry)	2.055	1.745	77	118	15	6	33	4.049	32 %
C (Compact)	3.677	1.341	112	257		99	77	5.563	44 %
D (Medium)	1.346	20	44			55	828	2.293	18 %
E (Luxury)	185		55	10		16	222	488	4 %
F (Upper Luxury)	26					9	115	150	1 %
Toplam	7.289	3.157	288	385	1.166	185	1.275	12.594	100 %
Yüzde	58 %	25 %	2 %	3 %	0 %	1 %	10 %	100 %	

Ocak 2010/2011 Otomobil Satışları Değişim Oranı									
Değişim	1	2	3	4	5	6	7	Toplam	
Segment	S/D	H/B	S/W	MPV	CDV	Spor	SUV		
A (Mini)		151 %						176 %	
B (Entry)	172 %	230 %	151 %	191 %	1253 %	33 %	67 %	200 %	
C (Compact)	82 %	213 %	128 %	60 %		-57 %	752 %	120 %	
D (Medium)	72 %	-90 %	-23 %			95 %	32 %	55 %	
E (Luxury)	200 %		-90 %	10 %		-31 %	290 %	223 %	
F (Upper Luxury)	27 %					-33 %	24 %	39 %	
Toplam	109 %	219 %	114 %	99 %	1253 %	-5 %	121 %	137 %	

SD: Sedan, H/B: Hatchback, S/W: Station Wagon, MPV: Multi Purpose Vehicle-Çok Amaçlı Araçlar, CDV: Car Derived Van-Binek Tipli Küçük Vanlar, SUV: Sport Utility Vehicle-Arazi Araçlar

Kaynak: www.odd.org.tr

Otomobil pazarını motor hacmi bazında incelediğimizde, 2011 yılı Ocak ayında en yüksek paya yine 1600cc altındaki otomobiller sahip oldu. Geçen sene aynı aya göre 1600cc altındaki otomobil satışlarında %131, 1600-2000cc aralığında motor hacmine sahip otomobil satışlarında %179 ve 2000cc üstü otomobillerde ise %57 artış görüldü.

MOTOR HACMİ Segment	2011 Ocak Sonu		2010 Ocak Sonu		Değişim	ÖTV %	KDV %
	Adet	Pay	Adet	Pay			
1600cc altı	23.076	77 %	9.995	79 %	131 %	37 %	18 %
1600cc-2000cc arası	6.202	21 %	2.224	18 %	179 %	60 %	18 %
2000cc üzeri	590	2 %	375	3 %	57 %	84 %	18 %
Toplam	29.868	100 %	12.594	100 %	137 %	Vergi Oranları	

2011 yılı Ocak ayında dizel otomobil satışları geçen yıla oranla %195 oranında artış gösterdi. 2011 yılı Ocak ayında 29.868 adet olan aylık toplam otomobil satışının 18.491 (%62) adedini dizel araçlar oluşturdu.

DİZEL	2011 Ocak Sonu		2010 Ocak Sonu		Değişim
	Adet	Segment İçindeki Pay	Adet	Segment İçindeki Pay	
A (Mini)	5	4 %	0	0 %	287 %
B (Entry)	7.583	62 %	1.960	48 %	170 %
C (Compact)	7.672	63 %	2.838	51 %	70 %
D (Medium)	1.585	45 %	933	41 %	246 %
E (Luxury)	1.478	94 %	427	88 %	41 %
F (Upper Luxury)	168	81 %	119	79 %	41 %
Toplam	18.491	62 %	6.277	50 %	195 %

Toplam otomobil pazarında 2011 yılı Ocak ayında otomatik şanzımanlı satış adetleri 2010 yılının aynı ayına oranla %139 arttı. 2011 yılı Ocak ayı otomobil satış adetleri geçen yılın aynı dönemi ile kıyaslandığında, tüm segmentler içindeki otomatik şanzımanlı otomobil satışlarının payı geçen sene seviyesinde kaldı.

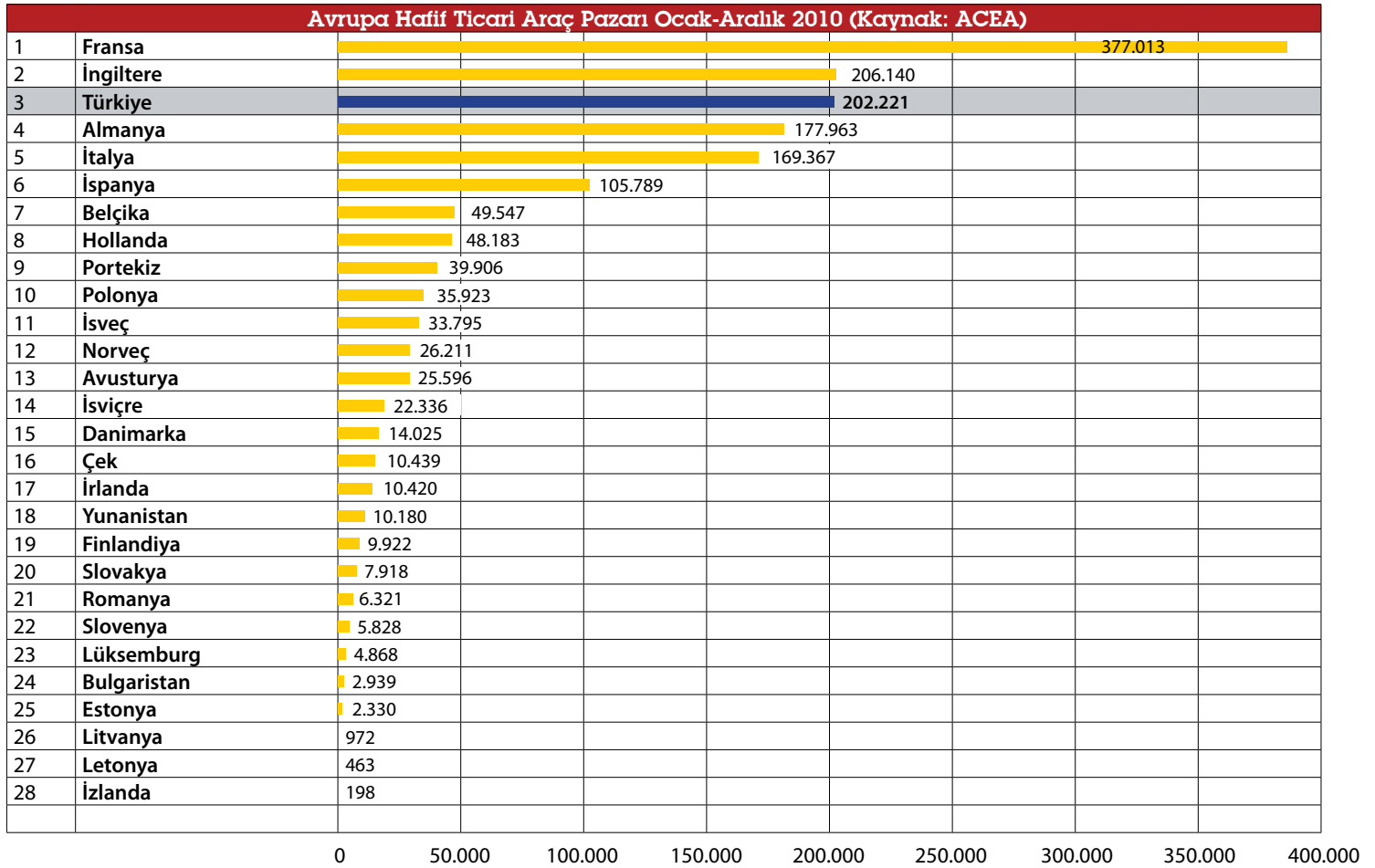
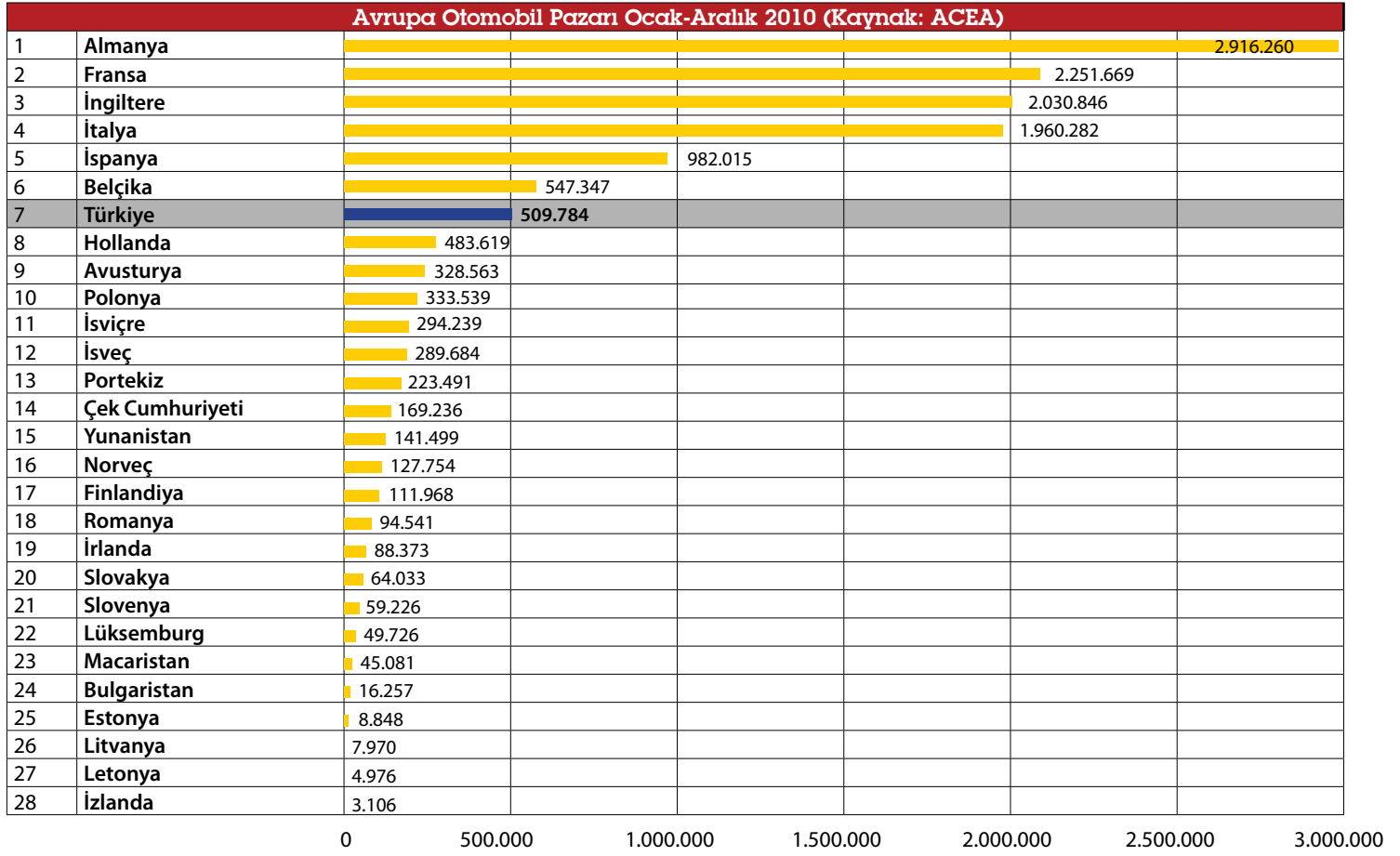
OTOMATİK ŞANZIMAN	2011 Ocak Sonu		2010 Ocak Sonu		Değişim
	Adet	Segment İçindeki Pay	Adet	Segment İçindeki Pay	
A (Mini)	93	66 %	16	31 %	481 %
B (Entry)	1.643	14 %	450	11 %	265 %
C (Compact)	4.199	34 %	1.856	33 %	126 %
D (Medium)	2.117	60 %	1.155	50 %	83 %
E (Luxury)	1.553	98 %	477	98 %	226 %
F (Upper Luxury)	208	100 %	150	100 %	39 %
Toplam	9.813	33 %	4.104	33 %	139 %

AVRUPA OCAK – ARALIK 2010 DÖNEMİ OTOMOBİL PAZARI

AB (27) ve EFTA ülkeleri toplamına göre, 2010 yılı Aralık ayında 2009 yılı Aralık ayına göre %2,7 daralma yaşandı ve 1.048.378 adet seviyesinde otomobil pazarı gerçekleşti. Aralık 2010'da en sert düşüş %61,9 ile Yunanistan'da gerçekleşirken, ardından %23,9 ile İspanya ve %21,7 ile İtalya'da görüldü. Aralık ayında geçen yılın aynı ayına göre satışlarını en çok arttıran ilk üç pazar sırasıyla; Letonya %203,5, İzlanda %120,6 ve Slovakya %81,5 oranıyla yer aldı. 2010 yılı Ocak-Aralık dönemi toplam Avrupa satışları (AB27+EFTA) bir önceki yılın aynı dönemine göre %4,9 azalışla 13.785.698 adet olarak gerçekleşti. 2009 ve 2010 yılları 12 aylık gerçekleşen kümülatif otomobil pazarı kıyaslandığında en belirgin düşüş %35,8 ile Yunanistan'da gerçekleşirken, hemen ardından %28,9 ile Bulgaristan ve %25,1 ile Macaristan yer aldı. 2010 yılı 12 aylık en yüksek artış sırasıyla; İrlanda (%54,7), İzlanda (%53,8) ve Portekiz (%38,8)'da gerçekleşti.

AVRUPA OCAK – KASIM 2010 DÖNEMİ TİCARİ ARAÇ PAZARI

2010 yılı Ocak-Kasım dönemi toplam Avrupa satışları (AB27+EFTA) bir önceki yılın aynı dönemine göre %9 artış ile 1.405.378 adet olarak gerçekleşti. 2009 ve 2010 yılları 11 aylık gerçekleşen kümülatif hafif ticari araç pazarı kıyaslandığında en belirgin düşüş %53,7 ile Romanya'da gerçekleşirken, ardından %53,2 ile Slovakya'da ve %42,7 ile Çek Cumhuriyeti'nde görüldü. 2010 yılı 11 aylık en yüksek artış sırasıyla; İsveç (%37,7), Litvanya (%27,2) ve Norveç'te (%25,1) gerçekleşti.



Kuruluş Adı :

İlgili Kişi :

Telefon :

E-posta :

Cevaplarınızı 0216 355 7269 numaralı faksa, Ebru Şenel dikkatine göndermenizi rica ederiz.

1. OTOBAN Dergi'sini ne kadar süredir takip ediyorsunuz?

- Bir yıldan az Bir yıldan fazla Üç yıldan fazla

2. OTOBAN Dergi'sini okumaya ne kadar zaman ayırıyorsunuz?

- 15 dakika 15-30 dakika 30-60 dakika 1 saat

3. OTOBAN Dergi'sini okuduktan sonra ne yapıyorsunuz?

- Arşivliyorum Okuması için başka kişilere veriyorum
- Bazı bölümleri saklıyorum Showroom'a bırakıyorum
- Diğer:

4. OTOBAN Dergi'sini içeriği ile ilgili değerlendirir misiniz?

Çok iyi İyi Vasat Kötü Çok Kötü

Sektör Haberleri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
OYDER Haberleri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sektör Öngörüler	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Görüşler	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Röportajlar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Üyelerimizden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Üyelerimizden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haberler	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gezi Rehberi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yeni Teknolojiler	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otomotiv Pazarı	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. OTOBAN Dergi'sini görsel olarak değerlendirir misiniz?

Çok iyi İyi Vasat Kötü Çok Kötü

Kağıt kalitesi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dergi boyutu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fotoğraf kalitesi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sayfa düzenlemesi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yazı puntosu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Baskı yeterliliği	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. OTOBAN Dergi'sinin önümüzdeki dönemde, görünüm ve içerik olarak hangi doğrultuda gelişmesini istersiniz?

- Mevcut halini iyi buluyorum Değişmeli (Belirtiniz)

Zaman ayırdığınız ve dergimizin gelişimine katkıda bulunduğunuz için teşekkür ederiz.

TOTAL **QUARTZ**

Motorun Kalbinden
Gelen Güç



Doğru seçim

TOTAL



GÖKKUŞAĞINDA 7 RENK, HAFTADA 7 GÜN,
DÜNYADA 7 HARİKA, İSTANBUL'DA 7 TEPE
VE TÜM CHERY OTOMOBİLLERDE



CHERY TIGGO

Chery Türkiye'de bir ilke imza attı...

Tüm Chery otomobillerde 7 yıl veya 150.000 km garanti, üstelik % 100 mekanik kapsamlı... İleri mühendislik ve tasarım prensipleriyle sizlere benzersiz bir sürüş keyfi yaşatan Chery ile, yolunuz her zaman açık!

CHERY TÜRKİYE DİSTRİBÜTÖRÜ MERMERLER OTOMOTİV A.Ş.

TOPSELVİ MAH. SEÇENLER SOK. NO: 19 KARTAL İSTANBUL TEL: 0216 306 67 44 FAX: 0216 389 32 42

Yasal Uyarı: Chery araçları "7 yıl veya 150.000 km Garanti" kapsamında olup, önce gerçekleşen alternatif dikkate alınır. Bu uygulama, 01/01/2011 tarihinden itibaren geçerlidir. Ticari araçlar garanti kapsamı dışındadır.

İngiliz Hükümeti'ne bağlı VCA Laboratuvarları test sonuçlarına göre; Tiggo 1600 cc MT modelinin CO2 emisyon değeri 180 g/km, ortalama yakıt tüketimi 7,6 lt/100 km'dir. İngiliz Hükümeti'ne bağlı VCA Laboratuvarları test sonuçlarına göre; Tiggo 2000 cc AT modelinin CO2 emisyon değeri 214 g/km, ortalama yakıt tüketimi 8,9 lt/100 km'dir.

Detaylı bilgi için size en yakın Chery satış noktası:
www.chery.com.tr



MERMERLER
1943

