

BİZDEN HABERLER

KOÇ TOPLULUĞU'NUN AYLIK DERGİSİ

Mart 2005

Sayı 324



Vehbi Koç'u
sevgiyle andık

İ Ç İ N D E K İ L E R

Vehbi Koç 2005

4

• Kurucumuz Vehbi Koç'u ölümünün 9'uncu yılında sevgiyle andık

Küresel Vizyon

8

• Geleneksel hale gelen Anadolu Buluşmaları'nın altıncısı Bursa'da yapıldı
• Tofaş'tan İtalya'ya mühendis transferi

Ayın Gündemi

14

• Şirzat Subaşı: “Arstil ve Difüzyon ürünlerine büyük ilgi var.”
• Otokar Abu Dabi'de gücünü gösterdi
• Migros CRM Amerika'da ilk üçe girdi

Sosyal Sorumluluk

30

• Koç Üniversitesi öğrencileri Sarıyerli çocukları eğitiyor
• Aygaz'ın “Dikkatli çocuk” kampanyası tüm hızıyla sürüyor

Hayata Dair

26

• VKV Amerikan Hastanesi Uyku Bozuklukları Kliniği Şefi Dr. Sabri Derman, aşkın fizyolojisini çözdü

Divan Sohbetleri

38

• Fiat-Abarth Motorsport pilotu Volkan Işık'a göre, otomobil sporları yaşamı olumlu yönde etkiliyor

Hedefimiz global arena!



9 yıl önce 25 Şubat'ta, Topluluğumuzun temelini atan **Vehbi Koç**'u ebediyete uğurlamıştık. Bugün Koç Topluluğu'nun temelini oluşturan kültür ve değerlerde Vehbi Koç'un büyük emekleri var. 25 Şubat 2005'te de onu yine sevgi ve saygıyla andık.

Bu kez Bursa'daydık...

Geleneksel hale getirdiğimiz Anadolu Buluşmaları'nın altıncısında, 15 Şubat'ta bayilerimizle Bursa'da bir araya geldik. Toplantıya Bursalı bayilerin yanı sıra Sakarya, Kütahya, Balıkesir, Bilecik ve Yalova'dan gelen yaklaşık 600 bayi katıldı. Tofaş Fabrikası'nda gerçekleştirdiğimiz bu anlamlı toplantıda konuk konuşmacı olarak Ekonomiden Sorumlu Devlet Bakanı **Ali Babacan** bulundu. Gerek **Mustafa V. Koç**, gerekse de **Bülend Özaydınlı**'nın konuşmalarında ısrarla altını çizdikleri Koç Topluluğu'nun global arenadaki önemli oyuncularından biri olma yönündeki ısrarı bayilerimizin de dikkatinden kaçmamıştır.

Arçelik ve Beko'dan yenilikler

Arçelik ve Beko, müşterilerinin karşısına yeniliklerle çıktı. Arçelik, uzun zamandan bu yana gündeminde olan ve Arstil adını verdiği mobilya mağazalarını açarken; Beko, yepyeni bir tasarım anlayışıyla yarattığı beyaz eşya serisi Difüzyon'u 1 Şubat 2005'te Türkiye ile aynı anda tüm dünyaya sundu. Difüzyon serisi, Türkiye'nin yanı sıra yüzün üzerindeki ülkede de aynı anda tüketicilerin beğenisine sunuluyor. Bu ürünlerle ilgili olarak Arçelik Pazarlama Satış Grup Direktörü **Şirzat Subaşı** ile görüştük.

Avrupa'ya mühendis transfer ediyoruz

Şubat ayında dikkati çeken bir diğer başarı da Tofaş'tan geldi. Tofaş'ta çalışan iki başarılı mühendisimizi Fiat'ın İtalya'daki merkezine uğurladık. **Ahmet N. Altekin** ve **Kamil Başaran** kariyerlerine bundan sonra Fiat'ın Torino'daki fabrikasında devam edecekler. Bizi gururlandıran başka bir haber de Koç Üniversitesi'nden geldi. Koç Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dekanı **Prof. Dr. Halil Mete Soner**, uluslararası bilim ligi olarak kabul edilen Yüksek Atıf Listesi'ne seçilen ilk Türk bilim adamı oldu.

Sosyal sorumluluklarımız hiç bitmesin

Topluluk şirketlerimizin her birinde toplumsal ve sosyal sorumluluk bilincinin çok gelişmiş olduğunu rahatlıkla söyleyebiliriz. **Arçelik**'in sponsorluğundaki **“Eğitimde Gönül Birliği”** projesini, Birmot'tun 180 bin çocuğa trafik eğitimi vermeyi amaçlayan kampanyasını önceki sayılarımızda sizlere duyurmuştuk. Bu sayımızda da Aygaz'ın yürüttüğü “Aygaz, Dikkatli Çocuk - Kazalara Karşı Bilinçlendirme Kampanyası”na yer verdik. Hedefte yeni iller, yeni çocuklar var. Koç Üniversitesi öğrencilerinin Sarıyerli çocukları eğitmek amacıyla başlattıkları “Düşünebilen Çocuklar” projesi de hem başarılı, hem de ilginç bir çalışma. Bu bilinç, Topluluğumuz'un çevre ve eğitim konusundaki duyarlılığından kaynaklanıyor. 

Hasan Bengü

Koç Holding Kurumsal İletişim ve Dış İlişkiler Başkanı

BİZDEN HABERLER
KOÇ HOLDİNG A.Ş.
AYLIK YAYIN ORGANI
Yönetim Yeri: Bizden Haberler
Nakkaştepe, Azizbey Sok. No: 1
81207 Kuzguncuk-İstanbul
Tel: (0 216) 531 03 86 **Faks:** (0 216) 343 15 37
İnternet: http://www.koc.com.tr
e-mail: bizdenhaberler@koc.com.tr
Yayın Türü: Yerel Süreli
Mart 2005 Sayı: 324

Sahibi: Koç Holding A.Ş. adına F. Bülend Özaydınlı
Genel Yayın Yönetmeni: Hasan Bengü
Sorumlu Yönetmen: Fatma Nur Halil
Editör: Feride Cem **Sanat Yönetmeni:** Nilay Çınar
Yayın Kurulu: Şeref Oğuz, Ali Boratav, Şeniz Akan, Ülkü S. Osmanoglu, Arın Dörtok
Yapımcı: Kesişim Yayıncılık ve İletişim Hizmetleri Ltd. Şti. Tel: (0 212) 337 51 99
Renk Ayrımı ve Baskı: Çalı Grafik Matbaacılık A.Ş.
Dereboyu Cad. Özgür Sok. Çalı Binası Halkalı-İstanbul
Tel: (0 212) 696 52 27 (pbx)

Bu dergideki yazı ve resimler kaynak belirtilmek suretiyle kullanılabilir.

Sevgiyle andık

Hayatını, ülkenin geleceğine ve kalkınmasına adanmış, liderlik vizyonu ile pek çok ilke imza atmış bir Türkiye sevdalısı... Neredeyse Cumhuriyet ile yaşıt olan Koç Topluluğu'nun kurucusu Vehbi Koç, ölümünün dokuzuncu yılında, saygıyla ve özlemle anıldı

Y

aklaşık bir asra sığan, başarılarla dolu geçen yaşamın ardından 25 Şubat

1996'da ebediyete intikal eden Koç Topluluğu'nun kurucusu **Vehbi Koç**, Koç Ailesi fertleri, Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı **Mustafa V. Koç**, çalışma arkadaşları ve dostlarının katıldığı bir törenle Zincirlikuyu Mezarlığı'ndaki kabri başında anıldı.

Törende bir konuşma yapan Koç Holding CEO'su **Bülend Özaydınlı**, "Her yıl olduğu gibi bugün yine şeklen sizinle birlikte olmak üzere buradayız. Şeklen diyorum çünkü siz her zaman, her yerde eserleriniz ile görüşleriniz ile ilkeleriniz ile bizimle birliktesiniz. Bize yaşamınızda olduğu gibi yol gösteriyor, teşvik ediyor, moral veriyorsunuz."

"Geçtiğimiz yıl Türkiye için iyi bir yıldır. Ekonomik göstergelerin hemen hepsinde olumlu gelişmelere şahit olduk. Koç Topluluğu şirketleri de bu ortamda alışılmışın da üzerinde olumlu sonuçlar aldılar ve saptadığımız hedefleri aştılar.

Aldığımız sonuçlar sadece Türkiye sınırları ile kısıtlı kalmadı, şirketlerimiz uluslararası pazarlarda da umut verici sonuçlar aldılar. Stratejik planımızda yedi yılda gerçekleştirmeyi düşündüğümüz iddialı hedefleri, iki yıllık dönemde gerçekleştirdik.

Bize güçlü, gelişmeye açık, Türkiye pazarında çoğu lider olan şirketler teslim ettiniz; biz de mirasınıza layık olmak için, şirketlerimizi Avrupa ölçeğine taşımak için çaba içerisindeyiz. Biliyoruz ki sizi mutlu edecek, sizi huzurlu kılacak unsurların başında Türkiye ile birlikte Koç Topluluğu şirketlerinin olumlu sonuçlar alması gelmektedir. Bu yönde çaba gösteriyor, size layık olmaya çalışıyoruz. Sizi her aldığımız solukta rahmet, sevgi, saygı ve özlemle anıyoruz. Huzur içinde yatınız."

Vehbi Koç için ayrıca aynı gün öğleden sonra Koç Holding'in Nakkaştepe'deki merkezinde, Koç Ailesi, dostları ve çalışma arkadaşlarının katıldığı bir dua töreni de yapıldı. 🙏



Vehbi Koç'un Zincirlikuyu'daki kabri başında yapılan anma törenine Mustafa V. Koç, Caroline Koç, Semahat Arsel, Dr. Nüsret Arsel, İnan Kırac, Ömer M. Koç, Bülend Özaydınlı, çalışma arkadaşları ve yakın dostları katıldı.

Semahat Arsel: Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi, Merhum Vehbi Koç'un kızı

Onu, yalnız 25 Şubat'ta değil, her gün anıyor ve arıyoruz

Vehbi Koç'u sözle değil, bizlere öğrettiği değerlerle yaşatmaya devam edeceğiz. Vehbi Koç'un bize bıraktığı en şerefli miras "Koç" ismidir. "Koç" ismi Koç Ailesi'ni çoktan aştı. Bugün "Koç" demek, Koç Ailesi'nden başka Koç Grubu, Koç Yöneticileri, Koç çalışanları hatta Koç bayilerini de kapsayan Türkiye ile özdeşleşmiş, Türk halkının yaşam kalitesini yükseltmeye özenen, Türk girişimciliğini ülkemiz dışında temsil etmeye uğraşan, grup demek. 1926'dan bu yana, Vehbi Koç'un benimsediği Koç kimliğini, Koç profilini, Koç kriterlerini, Koç değerlerini, Koç felsefesini elden ele taşıyarak, bugün iş başındaki genç nesle teslim eden, geçmiş yöneticilerimizi ve çalışanlarımızı saygıyla anıyor, bugün iş başındaki

yöneticilerimiz ve çalışanlarımızın da aynı değer ölçüleriyle Koç bayrağını kendinden sonrakilere devredeceklerine inanıyorum. Dolayısıyla, Vehbi Koç'un ruhu şad oluyordur. Her ne kadar bizleri seyredip, "Yahu bu kadar masraf olur mu, gözünüzün önüne bakın, Türkiye'nin bu kadar fazla tatil yapacak lüksü var mı?" dese de ruhu şad oluyordur.

Onu, yalnız ölüm tarihi 25 Şubat'ta değil, her gün sevgiyle ve saygıyla anıyor ve arıyoruz.



Vehbi Koç'u anıyoruz!

Tarih 25 Şubat 2005! Vehbi Koç'un dünyamıza veda ettiği günden bu yana, tam dokuz yıl geride kaldı! Kimine göre uzun bir süre, kimine göre daha dün gibi! Ben Vehbi Bey'i daha dün gibi ananlardım. Bu yüzden, yaşadığımız bazı olaylarla karşı karşıya kalınca Vehbi Koç'u hatırlamadan edemiyorum. Son günlerde, devlet büyüklerine verilen armağanların hazine envanterine alınması tartışmaya açıldı. Kimi yazarlar, bu konunun bir kurala bağlanması istidiler. Bazı yazarlar da, devlet büyüklerine verilen armağanların, Atatürk ve İnönü dönemlerinden bu yana, vermemiş olanları unutarak, hazinede kayda alındığını açıkladılar.

Bu konular tartışılırken, patronum Vehbi Koç'un, kendisine verilen armağanların Koç Holding'de kayda geçirilmesi kararını anımsadım. Bunu kanıtlamak için, 1987 yılında yayımlanan, Vehbi Bey'in "Hatalarım, Görüşlerim, Öğütlerim" adlı kitabına yöneldim. Söz konusu kitabın 202'den 221'inci sayfasına kadar, Vehbi Koç'a yabancı firma ve işadamları tarafından verilen hediyelerin, nişanların, yaptığı bağışlar sebebiyle verilen plaketlerin, madalya ve takdimamelerin listeleri, hediye veren şahısların



isimleri, veriliş sebebi ve verildiği tarihler bulunuyor.

Listelere geçmiş olan bazı ilginç isimleri, Vehbi Koç'un dokuzuncu ölüm yıldönümünde sizinle paylaşıyorum: Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı, TBMM Başkanlığı, Federal Almanya Cumhurbaşkanı, İtalya Cumhurbaşkanı, Türk Donanma Vakfı, Türk Hava Kuvvetlerini Güçlendirme Vakfı, Kara Kuvvetlerini Güçlendirme Vakfı, Kızılay, Anadolu Üniversitesi, Galatasaray Eğitim Vakfı, Marmara Üniversitesi, Milletlerarası Ticaret Odası (ICC), Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, TÜSİAD, TRT, Henry Ford II, Giovanni Agnelli, Peter Von Siemens, Kerim Ağa Han, Şeyh Surour Bin Muhammed, Nejat Eczacıbaşı, Şahap Kocatopçu, Üzeyir Garih, İshak Alaton, Aydın Boysan, Bernar Nahum ve daha onlarca kurum, dernek, şirket ve şahıslar...

Bir özel sektör patronunun, günümüzden 45 yıl önce başlatmayı gerekli gördüğü bu anlamlı davranışın, bugünün politikacıları, bürokratları ve genç kuşaklarınca anlaşılmasını, algılanmasını diliyorum.

Vehbi Koç'umuzu saygıyla anıyor ve bu durumu sizinle paylaşmanın mutluluğunu yaşıyorum.

Can Kırac

25 Şubat 2005, Küçük Çamlıca

Bayi gözüyle Vehbi Koç

Ahmet Yalçın Erden (Bursa Oltaş Bayii)

Koç terbiyesiyle büyüdük

Koç Topluluğu ile birlikteliğimiz 1965 yılında rahmetli babamla başladı. İnşallah çocuklarımız ve torunlarımız birlikteliği devam ettirir. Vehbi Koç ile 1995'te Bernar Nahum Ödülü'nü kazandığım zaman tanışma fırsatı buldum. Çok değerli bir insandı. Babam hayatta iken bizi ziyarete gelirdi. Babam Koç terbiyesi ile yetişti ve aynı terbiyeyi bize verdi. Ben de çocuklarımı aynı terbiye ile büyüttüm.

Ali Abraş (Bursa Arçelik Bayii)

Tavsiyesini hiç unutmadım

Rahmetli Vehbi Bey ile bir toplantıda bir araya gelmiştik. Kendisine "Vehbi Amca ben bir işletmeyi zor yönetiyorum. Sizin benim gibi yüzlerce işletmeniz var, bu işletmeleri yönetmeyi nasıl başarıyorsunuz" diye sordum. Bana şöyle cevap verdi: "Bütün işletmelerin yönetimini profesyonellere verdim. Yıl sonunda sadece bilançoya bakarım. Eğer kâr varsa yürütürüz. Yoksa düşünürüz."

Nedim Selçuk (Bandırma ve Erdek Arçelik Bayii)

Çocukken ondan etkilendim

32 yıldır Arçelik bayisiyim. Vehbi Koç, her yaz Erdek'e gelirdi. Vehbi Bey'in eşi rahmetli Sadberk Hanım da bizim evimize pek çok kez gelmiştir. Bu toplantıların birkaç tanesinde Vehbi Koç ile yapılan sohbetlere tanık oldum. Çok net hatırlayamıyorum, babam ya da amcam Vehbi Bey'e "Ticaret yapmasaydınız hangi işle uğraşırdınız?" diye sordu. Vehbi Bey bu soruyu, "Sadece para kazanmak isteseydim emlakçılık yapardım. Ama benim sevdalısı olduğum bir şey var. O da, Türkiye. Çok kişiye ekmek yedirebilmek için ticareti seçtim" diye yanıtladı. Bu cevaptan çok etkilendim.

Ali Pamukçu (Bilecik Arçelik Bayii)

Farklı şeyler düşünürdüm

30 yıldır Arçelik bayisiyim. Vehbi Bey çok büyük bir müteşebbisti. Beni ziyaret ettiğinde herkese yaptığı gibi bana da çeşitli sorular sorardı. Sorularını seçerken aklından çok daha başka şeyler geçtiğini, başka düşünceler içinde olduğunu gözlerinde görmüştüm. Aynı anda farklı şey düşünabiliyordu. 

Devlet Bakanı Ali Babacan: "Bu buluşma gerçekçi bir Türkiye fotoğrafı çekmek için eşsiz bir fırsat oldu"



Bursa'da yapılan Anadolu Buluşmaları'nın altıncısına Bursa ve çevre illerden gelen yaklaşık 600 bayi katıldı.

Anadolu'nun nabzı bu kez Bursa'da attı

Koç Topluluğu'nun geleneksel hale getirdiği Anadolu Buluşmaları'nın altıncısı, Bursa'da yapıldı. Koç Topluluğu üst yönetiminin bayilerle buluştuğu bu büyük toplantıya Ekonomiden Sorumlu Devlet Bakanı Ali Babacan da katıldı

Konya, Gaziantep, Denizli, Erzurum ve Samsun'un ardından Anadolu Buluşmaları'nın bu defaki adresi "Yeşil Bursa"ydı. 15 Şubat'ta yapılan toplantıya Bursalı bayilerin yanı sıra Sakarya, Kütahya, Balıkesir,

Bilecik ve Yalova'dan gelen yaklaşık 600 bayi katıldı.

Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı **Mustafa V. Koç**, Koç Holding CEO'su **Bülend Özyadın**lı, Kurumsal İletişim ve Dış İlişkiler Başkanı **Hasan Bengü**, Finansman Grubu Başkanı **Dr. Rüştü Saraçoğlu**'nun Bursa'daki Tofaş Fabrikası'na gelmeleriyle başlayan program, bayi ziyaretleri ile devam etti ve yine Tofaş Fabrikası'nda düzenlenen, mevcut durumun ve geleceğin değerlendirildiği, hedeflerin, stratejilerin konuşulduğu toplantıyla son buldu. Ekonomiden Sorumlu Devlet Bakanı Ali Babacan'ın dediği gibi, "Bu buluşma gerçekçi bir Türkiye fotoğrafı çekmek için eşsiz bir fırsat oldu."

İpek Yolu'ndan günümüze

Türkiye'nin en önemli kış sporları merkezi olan Bursa; Uludağ'ı, ipekböcekçiliği, şeftalisi, iskender kebabı, kestane şekeri, kaplıca ve hamamları ile ünlü bir şehrimiz. Osmanlı Devleti'nin ilk başkenti olması ise şehri tanımlayan en önemli özellikler arasında. İpek Yolu üzerinde olması nedeniyle de Bursa her zaman ticaretle özdeşleşen bir kimlik ile çıkıyor karşımıza.

Bunun yanı sıra tarım da şehrin ekonomisinde önemli bir yere sahip. Kısacası Bursa, ülke ekonomisine kattığı değer-



Mustafa V. Koç ve beraberindeki heyet, Tofaş'ın katkılarıyla Bursa'ya kazandırılan Anadolu Arabaları Müzesi'ni büyük bir beğeniyle gezerek eserler hakkında bilgi aldılar.

lerle de haklı bir gurur taşıyor.

Geçmişte ipek ve havlu dokumacılığı ile başlayan serüven, bugün Bursa'da tekstille devam ediyor. Bu alanda faaliyet gösteren yaklaşık 8 bin irili ufaklı işletmede halen 60 bin kişi istihdam ediliyor. Bursa'da tekstil kadar öneme sahip hatta kent ekonomisinin can damarı olan bir başka sanayi dalı daha var: ekonominin vazgeçilmezlerinden otomotiv. Kent merkezinde yer alan iki otomotiv devi Tofaş-Fiat ve Oyak Renault çok sayıda Bursalı'ya istihdam sağlıyor. Otomotiv yan sanayiinin de gelişmesini tetikleyen bu kuruluşlar, Bursa'ya yapılan göçlerin de kaynağı sayılıyor.

Dokumacılığın yanı sıra tarımın da önemli bir ekonomik değer olduğu Bursa'da yetiştirilen zeytin, şeftali ve kestane, tüm Türkiye'nin hatta dünyanın tanınan lezzetleri arasında yer alıyor.

Tofaş Fabrikası'ndan bayi ziyaretleri ile başladı

15 Şubat sabahı saat 9.30'da Mustafa V. Koç, Bülend Özyadın, Hasan Bengü ve

Dr. Rüştü Saraçoğlu'nu Bursa'ya getiren helikopter, kentin girişinde bulunan Tofaş Fabrikası'nın pistine indi.

Burada Tofaş CEO'su **Diego Avesani**, Tofaş Dış İlişkiler Grup Direktörü **Nezih Olcay**, Tofaş Endüstriyel Grup Direktörü Giorgia Margiaria ve diğer yetkililer tarafından karşılanan heyetin ilk durağı, 35 bin 84 metrekare açık alan üzerine kurulu, 9 bin 350 metrekare kapalı alana sahip olan Birmot Bursa Temsilciliği oldu. Şube Müdürü **Volkan Şenüren**'den Bursa'daki Birmot ve faaliyetleri hakkında bilgi alan heyet, sırası ile Fiat-Alfa Romeo showroom'u, Fiat otomobil ve hafif ticari araç için mekanik ve kaporta boya atölyesini, Birmot otomobil koruma sistemleri bölümünü, Otoyol-Iveco mekanik atölyesini ve satılan tüm markalara hizmet veren yedek parça deposunu gezdi.

New Holland Trakmak'dan Bursa Gaz'a...

Birmot'un ardından New Holland Trakmak Bursa Bayisi'ni ziyaret eden heyete

Mustafa V. Koç ve beraberindeki heyet, Bursa'daki Trakmak bayiini ziyaret etti.





Mustafa V. Koç:

“Başarımızda bayilerimizin katkıları çok büyük”

Toplantının açılış konuşmasını Kurumsal İletişim ve Dış İlişkiler Başkanı Hasan Bengü yaptı.

Bengü'nün ardından kürsüye gelen Mustafa V. Koç'un bayilere ilk mesajı, şu oldu: “Hem Türkiye hem de Topluluk olarak 2005'e olumlu haberler ve yeni umutlarla girdik. 17 Aralık AB Zirvesi de Türkiye için de bir dönüm noktasıydı.”

2003 yılının Haziran ayından bu yana yapılan Anadolu Buluşmaları'yla Türkiye'nin neredeyse tüm illerinden gelen bayilerle karşılıklı görüş alışverişinde bulunulduğunu belirten Mustafa V. Koç, “İşbirliğimizi güçlendirmek için en iyi ortamın Anadolu Buluşmaları ve bayi toplantılarındaki yüzyüze görüşmelerimiz olduğuna inanıyorum.

Bu toplantılarda hem Koç Holding olarak görüşlerimizi, hedeflerimizi aktarma fırsatını buluyoruz, hem de bayilerimizin beklentilerini öğreniyor, Anadolu'nun nabzını hissediyoruz. Bu nedenle şahsen büyük bir faydasını gördüğüm Anadolu Buluşmaları'nı önümüzdeki yıllarda da sürdürmek istiyorum” diyerek toplantının önemine dikkat çekti.

Mustafa V. Koç, ülkedeki gelişmelere ilişkin düşüncelerini de şu şekilde özetledi: “Bugün Türkiye'nin karşı karşıya olduğu zorluklar, şimdiye kadar aştığımız engellerin tümünden daha zorlu gözükmektedir. Şaşırılmamalıyız, bu doğaldır. Başarı piramidinde üst katlara çıktıkça basamakların arası açılır. Bir sonraki adımı atmak güçleşir. Zaten bu nedenle de zirveye pek az in-

san ve toplum ulaşabilir. Türkiye geçtiğimiz yıllarda kendi zirvesini tanımladı. Hedeflerimiz her vatandaşımıza modern ve eşit eğitim, sağlık hizmetleri, ulaşım koşulları sağlayabilmektir. Ekonomimizi gelişmiş ülkeler seviyesine çıkarmaktır. Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne tam üyeliğidir. Vatandaşlarımızın kendi kültürel özelliklerini de kaybetmeden tüm dünyada bir Avrupalı olarak kabul edilmeleridir. Bu zirve yolunda bugüne kadar pek çok şey yaptık. Bugün iş dünyası da dahil olmak üzere toplumumuzun her kesiminde 3 Ekim 2005 tarihinde başlaması beklenen tam üyelik müzakerelerine ilişkin büyük bir beklenti oluştu. Şimdi toplum olarak tüm artıları ve eksileri ile önümüzdeki seçenekleri tartma ve serinkanlı bir değerlendirme yapmamız gereken bir döneme girdik.”

Koç Topluluğu olarak 2002 yılından bu yana oldukça başarılı bir dönem geçirdiklerini anlatan Mustafa V. Koç, bu performansta bayilerin çok büyük katkısı olduğunu belirtti.

İki yıl önce uygulamaya koydukları stratejik planın Avrupa'nın en büyük şirketleri içinde yer almak olduğunu da ifade eden Koç, bu doğrultuda önemli adımlar atıldığını vurgulayarak: “Türkiye ekonomisi iki yıl içinde yüzde 8, Koç Topluluğu'nun ise dolar bazında 2003'te yüzde 72, 2004'te yüzde 54'lük büyüme gerçekleştirdi. Sizden beklediğim görev Topluluğun artan temposuna aynı heyecan ve canlanma ile katılmanızdır” diyerek konuşmasını tamamladı.



Mustafa V. Koç, Bülend Özaydınlı ve beraberindeki heyet, Tofaş Fabrikası'nda üretim çalışmaları hakkında verilen bilgileri ilgiyle dinlediler.

bayi Ali Kaymak eşlik etti. Satışlar ve yeni modeller hakkında bilgi veren Ali Kaymak, Bursalı çiftçilerin mavi renkli yeni traktörlere yoğun ilgi gösterdiğini anlattı.

Heyetin üçüncü durağı en büyük Arçelik bayii, Bursa Gaz oldu. Bursa Gaz'ın yıllık 30 bin adet ürün satışı ve aylık 1 milyon YTL (1 trilyon TL) cirosu ile Bursa'nın kalesi olduğunu belirten Bursa Gaz Genel Müdürü **M. Tufan Mut**, geçen yılın ocak ayına oranla yüzde 30 büyüme gösterdiklerini belirtti.

Her Avrupalının evinde bir Koç ürünü olmasına kendilerinin de büyük katkılarını olduğunu ve olacağını anlatan Mut, katkılarını şöyle açıkladı: “Güneydeki otellere, özellikle Antalya'daki otellere klima ve buzdolabı gibi Koç ürünleri satıyoruz. Bu ürünleri kullananlar da turistler. Avrupalılar, ürünlerimizi buralarda tanıyorlar ve kullanıyorlar.”

Anadolu Arabaları Müzesi, konuklarını ağırladı

Bu ziyaretin ardından Tofaş'ın gelecek ne-

Ali Babacan:

“Siyasetten önce ben de bayiydim”

Mustafa V. Koç'un ardından kürsüye gelen Devlet Bakanı Ali Babacan, sözlerine bu toplantıya katılmaktan dolayı büyük bir mutluluk ve heyecan duyduğunu söyleyerek başladı.

Toplantının Anadolu'nun nabzını tutan ve gerçekçi bir Türkiye fotoğrafı çekmek için eşsiz bir fırsat yarattığını söyleyen Babacan, “Bayiler hem üretim, hem de müşteri tarafını iyi bildikleri için gözlem ve tecrübeleri çok önemlidir. Bu gözlem ve tecrübeler kalitenin ve karlılığın artmasında da büyük değer kazandırır. Siyaset öncesi iş hayatımda hem bayilik yapmış, hem de farklı ürünlerin bayisi olmuş birisi olarak bu toplantının benim için de özel bir anlamı olduğunu da vurgulamak istiyorum” dedi.

Yakın zamana kadar Türkiye ekonomisi-

sillere miras bıraktığı, Türkiye'de bir ilk olan Anadolu Arabaları Müzesi'ni ziyaret eden heyet, müzenin kuruluş çalışmaları hakkında Müze Müdürü **Zeynep Döndüren**'den bilgi aldı.

2002 yılında açılış yapılan Anadolu Arabaları Müzesi yılda yaklaşık 30 bin ziyaretçi ile Bursa'da en çok ziyaret edilen müze olma özelliğine sahip. 2600 yıl önce yapılmış olan ilk tekerlekli aracın yanı sıra Tofaş'ın son gözdeleleri Fiat Doblö, Fiat Sporting ve Fiat Albea'nın da sergilendiği müzenin anı

defterini imzalayan Mustafa V. Koç, deftere, “Böyle bir eseri Bursa'ya kazandıran Tofaş Ailesi'ne teşekkür ediyorum” notunu düştü.

Tofaş Fabrikası'nda yapılacak olan büyük bayii buluşmasının öncesinde heyetin son durağı, bir buçuk yıllık bir geçmişe sahip olan OPET Bayii Bravo oldu. Daha önce başka bir şirketin bayisi olan **Abdülkadir Bravo**, OPET'e geçtikten sonra satışlarının yüzde 100 arttığını söyledi.

Birmot Bursa Temsilciliği Şube Müdürü Volkan Şenüren, Mustafa V. Koç ve beraberindeki heyete Birmot Showroom'unu gezdirerek çalışmalar hakkında bilgi verdi.



meye iyileştirmeye çaba sarf ederken eş zamanlı olarak da bu iyileşmeyi kalıcı hale getirmek için çalıştık.”

Babacan konuşmasında bankacılık sektöründeki düzelmeye de dikkat çekti. Ve sektörün önemli ölçüde temizlendiğini ve sermaye yapılarının güçlendiğini söyledi. Kamu bankalarının ise eskiden görev zaratı içinde yüzerken bugün rekor karlar açıkladıklarını hatırlattı.



Mustafa Koç ve beraberindeki heyet, Türkiye'nin en büyük Arçelik Bayii Bursa Gaz'ı ziyaret etti.

Mustafa V. Koç, Abdülkadir Bravo'ya neden OPET'i tercih ettiklerini sordu. Bravo bu soruyu; "Topluluğun kuvvetli bayi teşkilatı OPET'i tercih etmemizdeki en önemli unsur oldu. Herkes bize gıpta ile bakıyor" diyerek yanıtladı

Tofaş Fabrikası turu

Bayi ziyaretlerinin ardından Tofaş'a geri dönen heyet, Tofaş CEO'su Diego Avesani'nin odasında bir süre sohbet etti. Mustafa V. Koç ve beraberindeki heyet, Tofaş Fabrikası turuna geçmeden önce personel yemekhanesinde çalışanlarla birlikte öğle yemeği yedi.

Yemekhane Mustafa V. Koç'u gören çalışanlardan büyük bir alkış tufanı koptu. Bursa'nın meşhur iskender kebabının yendiği yemeğin ardından fabrika turu için özel olarak hazırlanmış bir araca binen heyet, bir otomobilin oluşum evrelerini bir kez daha izledi. Fabrika turuna Kalıp ve Pres Atölyesi ile başlandı. Gövde Üretim Bölümü'nde, dört ana model olan Doblö, Albea, Palio ve Marea'nın üretimine ilişkin bilgi alındıktan sonra Boya Üretim Birimi'ne geçildi.

Montaj Atölyesi'nde, Doblö bandını gezen heyet, çalışanlar ve kapasite ile ilgili olarak Atölye Müdürü **Ömer Yıldırım**'dan bilgi aldı. Ar-Ge Bölümü'nde Akreditasyon Kurumu tarafından akredite edilen ve yurtdışından ithal edilen araçların da testlerinin yapıldığı laboratuvarı gezen heyete, Ar-Ge Direktörü **Orhan Behiç Alankuş** tarafından çalışmalar hakkında bilgi verildi. Heyet son olarak Ar-Ge Prototip Bölümü'nde incelemelerde bulundu.

Üretim Teknoloji Müdürü **Aykut Bilbay**'dan yeni geliştirilen prototipler hakkında bilgi alan heyet, yoğun ve yorucu geçen fabrika turunun ardından bayii toplantısına geçti. 

Bülend Özaydınlı:

"Global ve iç pazarlarda gücümüzü arttıracacağız"

Koç Holding CEO'su Bülend Özaydınlı konuşmasına Türk otomotiv sanayiinin beşiği olan Bursa'da ve Tofaş tesislerinde toplantı yapmaktan mutlu olduklarını söyleyerek başladı. Özaydınlı, konuşmasında ağırlıklı olarak

Topluluğun hedefleri üzerinde durarak şunları söyledi: "Sizlere yeni hedefimizi bir kez daha hatırlatmak istiyorum. "Artık her Avrupalının evinde bir Koç ürünü bulunacak."

Peki bu hedefimiz artık daha çok dış pazarlarla ilgileneceğiz; iç pazarda temsilcimiz olan siz değerli bayilerimizin Topluluğumuzun önceliği olmaktan çıktığı anlamına mı geliyor? Hayır.. Global pazarlarda gücümüzü artırma- mız aslında iç pazarlarda da tüm ürün ve hizmetlerimiz açısından rekabet gücümüzü artırmak anlamına geliyor. Yurtdışı satışlarımızı artırmamız ekonomik krizlere karşı Topluluğumuzu daha dayanıklı hale getirecek. Koç Topluluğu'nun yurtdışı pazarlarda etkinliği arttıkça, yurtiçi pazarlara daha rekabetçi koşullarda ürün ve hizmetlerimizi sunabileceğiz. Böylelikle, siz değerli bayilerimize de daha olumlu bir gele-



ceğin kapılarını aralayabileceğimize inanıyoruz. Şunu hiç unutmayacağız: Topluluğumuzu bugünkü noktaya getiren Türk toplumunun güven ve beğenisi- dir. Bu güvene layık olmak, ürün ve hizmetle- rimize gösterilen beğeniyi artırmak, bundan sonra da bir numaralı önceliğimiz olacaktır."

Topluluğun ayırt edici özelliğinin, sayıları 12 bini aşan bayilerle kurulmuş olan güçlü ilişkiler ağı olduğunu belirten Özaydınlı, "Elde ettiğimiz sonuçlar- da katkınız büyüktür. Bayi Memnuniyeti Anketlerimize; iletişimimizi daha da güçlendirmek için kurduğumuz 'WEB Sitesi'ne özel bir önem veriyoruz. Bunun yanı sıra siz değerli bayilerimize özel bir kampanya başlatma kararı aldık. Yakında detaylarını açıklayacağımız bu kampanya ile Arçelik aracılığıyla, makul koşullarda tüm bayilerimize sahip oldukları bilgisayarları değiştirme olanağı yaratmayı hedefliyoruz" diye konuştu. Özaydınlı, telekomda, otomotivde ve perakendecilikte çok hızlı sonuç alınabilecek ve Topluluğu bugün bulunduğu basamaktan birkaç basamak ileriye sıçratabilecek projeler bulunduğunun da altını çizdi.

Söz bayilerde...

Çetin Sever Bandırma OPET Bayii

Koç Topluluğu ile yeni tanıştım. Aslında Türkiye'deki ilk otomobil bayilerinden biriyim. Bana duayen derler. Halen işimi çok severek yapıyorum. İlk defa böyle bir bayi toplantısına katıldım. Ama insanları yakından tanımanın camiaya büyük faydaları olacağını düşünüyorum. Zaten Koç Ailesi'nin ayrı bir yapısı, ayrı bir terbiyesi var. Ayakta kalabilmek için yarışın sonunu getirmek gerekiyor. Rahmetli Vehbi Koç, benim idolümdür. Koç yöneticileri de bizim için çok önemli. Buluşmaların devamını diliyorum.

Rahmi İltekin Bursa OPET-Aygaz Bayii

Koç bayilerinin birbiriyle yakınlaşması ve kaynaşması anlamında çok iyi ve faydalı bir toplantı oldu. Mustafa Koç ile yakın diyalog kurabilmemiz de çok memnuniyet verici. Satışlarımız çok iyi. Koç Topluluğu ile çalışmaktan mutluluk duyuyorum.

Ali Pamukçu Bilecik Arçelik Bayii

Anadolu Buluşmaları, bayileri bir araya getiren önemli bir toplantı. Gelecekle ilgili önemli bilgiler elde ediyoruz. Bakan'ın da katılması toplantıya ayrı bir renk kattı. Herkes bu toplantıdan gelecekle ilgili bir ışık alacaktır.

Şahap Göker Adapazarı Ford Bayii

Tofaş Fabrikası gezisine ne yetişemedim ama Mustafa Koç ve Ali Babacan'ın konuşmalarını dinledim. 2005'i ümitle ve heyecanla geçireceğimizi düşünüyorum. 30 yıldır Ford'luyum. Anadolu Buluşmaları'nın faydalı olduğuna inanıyorum.

Bilal Çetin Sakarya Arçelik Bayii

Toplantıda ekonomi ve Topluluk adına anlatılanlar bizim için çok önemli. Alacağımız kararlarda bu bilgileri kullanacağız. 28 yıldır Arçelik bayisiyim. Türkiye için çok önemli olan Koç Topluluğu'nun üyesi olduğumuz için de şanslıyız.

İsmail Narman Balıkesir-Gönen/ Sarıköy Arçelik Bayii

Bu buluşma sayesinde otomotiv devlerinden Tofaş Fabrikası'nı gezme fırsatı bulduk. Burada çok önemli bilgiler edindik. İki dakikada bir araba yapıldığını gördük ve hayran kaldık. Keşke Türkiye'mizde böyle çalışmalar hep yapılsa.

Osman Oğuz Kütahya Demirdöküm Bayii

Piyasa ve ekonomi hakkında faydalı bilgiler aldığımız önemli bir buluşma oldu.

Böyle toplantıların yapılması çok hoş. Ben 25 yıldır Demirdöküm bayisiyim. Bundan önce de Antalya Talya Otel'de bir toplantıya katılmıştım. Mustafa Koç o toplantıya da katılmıştı. Devam etmesini dilerim.

Ömer Erhan Özaydın Edremit Oltaş Bayii

Bu toplantı sayesinde bayiler olarak hem şirketin genel politikası, hem de kendi aramızdaki meseleleri dile getirmek imkânı bulduk. Bu nedenle toplantıyı çok faydalı buluyorum. Şirket toplantılarına da devamlı katılarak gelişmeleri takip ediyorum.

Muharrem İnanlar Bandırma Aygaz Bayii

Sayın Mustafa Koç ve Devlet Bakanımız Ali Babacan'ın açıklamalarından çok fazla bilgi edindik. Önümüzdeki beş yıllık sürece daha rahat bakıyoruz. 40 yıllık Aygaz bayisiyim. Koç Topluluğu'nda bulunmaktan mutluluk duyuyorum.

Ali Cınal Erdek OPET-Otogaz Bayii

Toplantı iyi geçti. Ekonomi ve Yapı Kredi ile ilgili Koç Topluluğu'ndaki yenilikleri öğrendik. Bunlar da bizi Koç Ailesi'nin bir üyesi olarak mutlu etti. Kendi hedeflerimize ve Koç Topluluğu'nun hedeflerine ulaşmak için çalışacağız.

Celal Sayın Orhangazi Beko Bayii

Bu buluşmaların bizim için çok yararlı olduğunu düşünüyorum. Çünkü sektörümüzle ilgili yeni gelişmeleri öğrenme imkânı buluyoruz. Bu nedenle devam etmesini diliyorum.

Selahattin Saral Kestel Arçelik Bayii

Her şeyden önce ekonomiye ve Türkiye'nin gidişatına ilişkin bilgileri Ali Babacan'dan dinlemek çok faydalı oldu. 10 yıllık Arçelik Bayisi'yim. Bayii toplantılarına da sürekli katılıyorum. Faydalı olduğuna inanıyorum.

Ziyaettin Tan Balıkesir Opet ve Aygaz Bayii

İnsanlar burada birbirini görme, tanıma şansına sahip oldu. Karşılıklı fikir alışverişleri yapıldı. Buradan kazançlı olarak ayrıldığımızı düşünüyorum.

Muhsin Eryılmaz Yalova Aygaz Bayii

Toplantı sayesinde hem eski bayilerle buluştuk, hem de yeni arkadaşlar tanıdık. Ben bayi toplantılarına da devamlı katılırım. Benim babam da Aygaz bayisiydi. Koç Topluluğu bünyesinde yer almaktan mutluyuz.

Kemal Mut Adapazarı Arçelik Bayii

13-14 yıldır Koç Topluluğu ile çalışıyorum. Disiplinli bir ticaret yapıyoruz. Daha önceki ticari çalışmalarımızda bu kadar disiplin yoktu. Çok hızlı bir çalışma tempomuz var. Bu sayede krizlerden ve sıkıntıdan kurtulacağız. Topluluk'ta yer almaktan dolayı mutluyum.

Selçuk Erkal Bandırma Tofaş Bayii

Anadolu Buluşmaları'nın çok güzel ve yararlı olduğunu düşünüyorum. Çünkü bayilerin birbiriyle kaynaşmasını sağlıyor. Yönetime derinlerimizi iletme fırsatı bulduk. Fevkaalede bir şey, devamını diliyorum.

Arstil ve Difüzyon'a ilgi büyük

Arstil ve Difüzyon müşterileriyle buluştu. Şirzat Subaşı, sektöre zamanında girdiklerini ve çalışmalarına devam ettiklerini söylüyor



Koç Topluluğu Dayanıklı Tüketim Grubu şirketi **Arçelik A.Ş.** yeni yıla yeni ürünlerle girdi. Arçelik A.Ş. uzun zamandır gündeminde olan mobilya sektörüne **Arstil** markasıyla adım attı. **Beko** ise Şubat ayında piyasaya sunduğu **Difüzyon** serisiyle dikkatleri üzerine çekti. Biz de Arçelik A.Ş. Pazarlama Satış Grup Direktörü **Şirzat Subaşı**'ya Arstil ve Difüzyon'dan beklentilerini sorduk...

Arçelik, uzun zamandır gündeminde olan mobilya sektörüne girdi. Arçelik olarak mobilya sektöründen beklentileriniz nelerdir? Ülke genelinde mevcut bayi ağımız zaten "örnek" alınan en güçlü yanlarımızdan biri. Bayilerimizin müşteri portföyü çok geniş. Bugün Türkiye'de her hanede birden fazla ürünle yer alıyoruz. Tüketici bize güveniyor ve sattığımız ürünler dışında bir ev için ne ihtiyacı varsa, Arçelik tarafından kendilerine sunulmasını bekliyor. Biz de şirket olarak, tüketicilerin yaşamı için gerekli olan beyaz eşya dışında, yaşamını konforlu hale getirecek ev ihtiyaçlarına cevap verebilmek doğrultusunda planlarımızı yapıyoruz. Dolayısı ile uzun zamandır gündemimizde olan mobilyanın satışlarına Arstil markamızla Aralık ayında başladık. Mobilya önemli bir alan, sektörde güçlü ve sürekli olabilmek adına tüm

fizibilite çalışmalarımızı tamamladıktan sonra, pazarda yer almanın doğru olacağına inandık. Şu anda da sektöre tam zamanında girdiğimize inanıyoruz.

Arstil mağazaları nasıl bir konseptte müşterilerine hizmet verecek. Bu mağazalarda bulunmasını planladığınız ürün çeşitleri hakkında bilgi verir misiniz?

Tüm gelir grubuna hitap eden geniş ürün gamına sahibiz. Arstil mağazasına gelen bir tüketici, yaşam biçimine uygun bir mobilyayı mutlaka bulabilecek. İsterse modeller arasında kombinasyon da yapabilecek. Çoklu stil uygulamamızdan rahatlıkla yararlanabilecek. Yani tüketicisi isterse, sadece masa alabilecek. Tek'li olarak 700 civarında ürün çeşidimiz var. Ana hedefimiz, tüketicinin konforuna yönelik kaliteli, hijyenik ve Avrupa standartlarında, aynı zamanda tasarım açısından tüketicinin zevkine hitap edebilecek ürünler sunmak. Yıllarca tüketicinin güvenini kazanmış Arçelik şirketinin hiçbir üründe hata yapma lüksü yoktur. Bu bakımdan son derece titiz incelemeler ve müşteri araştırmalarından sonra ürün gamımızı oluşturduk. Elbette bunlarla birlikte tüketicinin kolaylıkla ulaşabileceği noktalarda var olmak için çalışmalarımızı büyük bir hızla devam ettiriyoruz.

Mağazalaşma konusundaki hedefleriniz ne-

ler? Halen kaç ilde, kaç mağaza ile varsınız? 2005 yılı için planladığınız mağaza sayısı kaç?

Şu anda Türkiye çapında pilot uygulama için seçilmiş 20 ilde 30'un üzerinde bayi ile mobilya satışına başladık. 2005'te Türkiye çapında en az 100 civarında bayiye ulaşmak hedefindeyiz.

Arstil mağazalarına gelen müşterilerin tepkilerini bizimle paylaşabilir misiniz? Yıllarca dayanıklı tüketim sektöründe görmeye alıştıkları Arçelik'in mobilyacı kimliğine gelen tepkiler nasıl?

Zaten mobilya sektörüne girme kararımızı müşteri beklentilerini ölçerek ve planlayarak aldık. Bugün Türkiye genelinde birçok bayimiz de mobilya ticareti, mobilya işi ile tanışmış durumda. Bizim amacımız beyaz eşyada yarattığımız potansiyeli mobilya işi ile pekiştirmek, sinerji yaratmak ve tüketicilerin bu sektörden beklentilerini aşarak karşılamak. Müşterilerimizden gelen tepkiler çok olumlu, kendilerinden aldığımız geri bildirimler ile ürün çeşitlerimizi genişletme çalışmalarımız devam ediyor.

Franchising almak isteyen yatırımcılardan Arstil mağazası açmak konusunda nasıl talepler alıyorsunuz?

Amacımız mevcut Arçelik ve Beko bayilerini Arstil mobilya satışı ile buluşturmak.

Bugün birçok bayi arkadaşımızın işyerleri mobilya satışına uygun. Dolayısıyla öncelikli hedefimiz hem bayilerimizin iş hacimlerini artırmak hem de tüketicilerimizi Arçelik güvencesi ile satılan kaliteli mobilyalarla buluşturmak.

Hedef kitleniz hakkında bilgi verir misiniz? Ayrıca Arstil kendisine rakip olarak hangi

gruptaki firmaları görüyor?

Biz bugün Arçelik ve Beko markaları ile yurtiçinde sektörde yüzde 50'nin üzerinde pazar payına sahibiz. Dolayısı ile Arçelik ve Beko müşterileri ile birlikte, mobilya tüketicisi olan tüm tüketici profilleri hedef kitlemiz içindedir.

Bizim oluşturduğumuz ürün gamı itibarı ile, Türkiye'deki mobilya sektörünün çıtasını yükselteceğimize inanıyoruz. Bugünkü alışılmış mobilya çizgisinin üzerinde bir çizgi oluşturmaktayız.

Mobilya sektöründeki tedarikçileriniz kimler olacak? Ürünlerin yerli ve ithal ağırlığı hakkında bilgi verir misiniz?

Şu anda hem yurtiçinde hem yurtdışında ortaklık değil ama ticari işbirliğinde oldu-



Arçelik Arstil mağazalarında, müşterilerine koltuk takımından yemek odası takımına, yatak odası takımından çocuk odası takımına kadar geniş bir yelpazede ürün sunuyor.



ğumuz firmalar var. Ürünleri kendilerinden temin ediyor, Arçelik garantisi, güvencesi, ve profesyonelliği altında satıyoruz. Panel mobilya olarak adlandırılan yatak, genç, bebe ve yemek odaları için Avrupalı büyük üreticilerle işbirliği yapıyoruz. Oturma grupları, yatak ve bazalar için ise bizim standartlarımıza uyan yerli üreticilere üretim yaptırıyoruz. Çalıştığımız firmaların ürün kalitesi, üretim ve çalışma şartları, standartlarımızın temel belirleyici kuralları..

Panel mobilyalar yurtdışından, oturma grupları, nevresim, yatak, gibi ürünleri yurtiçindeki firmalardan olmak üzere hem yurtiçi hem yurtdışından ürün tedarik ediyoruz.

Planlarınız arasında mobilya sektöründe üretici olarak bulunmak da var mı?

Bugün için üretim planımız yok. İşbirliği içinde bulunduğumuz tedarikçilerimizden ürün alıp satıyoruz.

Mobilyada büyümenizi Türkiye ile mi sınırlı mı tutacaksınız; gündeminizde yurtdışına açılmak da var mı?

Arçelik zaten Türkiye sınırlarının ötesinde düşünen bir firma. Çalışmalarımızı, yatırımlarımızı hep bu anlayış üzerine kur-

maktayız. Fakat, mobilya satışı için şu anda sadece Türkiye pazarı hedeflenmiştir.

Gelelim Beko'ya; Beko, beyaz eşyada Difüzyon serisi ile yurtiçi ve yurtdışındaki müşterilerinin karşısına aynı anda çıktı. Bunun özel bir anlamı var mı?

1990'lı yılların başında Beko markası yeniden konumlandırılırken, "Bir tarafımızda Mardin, diğer tarafımızda Madrid bayisi olacak" diye bir hedefimiz vardı. Ve bu hayalimizi gerçekleştirmenin mutluluğunu yaşıyoruz. Kasım ayında ilk kez yurtiçi ve yurtdışındaki bayilerimizle birlikte yetkili satıcılar toplantısı gerçekleştirdik. Bu sonuçlar şirketimiz ve ülkemiz adına gurur vericidir. Hedeflerimizden yola çıkarak, ürünlerimizin de ister Mardin ister Madrid'de kullanılsın, aynı yüzle dünyada var olmasını istedik. Bir süredir üzerinde çalıştığımız projemiz sonunda Şubat ayı başı itibarıyla hayata geçti.

Yıllar önce Türk tüketicisinin tercihi ağırlıklı olarak ithal ürünlerden yanaydı. Bugün bir Türk tüketicisi ile bir İngiliz, Alman ya da Rus veya Irak'lı olsun 100'ün üzerindeki ülkedeki tüketiciler aynı Beko ürünlerini kullanıyor. Ve yine yıllar önce söylediğimiz "Bir dünya markası" sloganını gerçekleştirmemizin birçok sektöre ilham verdiğini görüyoruz, bunun da haklı gururunu taşımaktayız.

Özellikle tasarım konusunda iddialı olduğu bilinen bu serinin ürünlerinize kazandırdığı kimlik hakkında bilgi verir misiniz?

Difüzyon serisi ile Beko, standart tasarım anlayışından uzaklaşarak farklı bir aile kimliği getiriyor. Ürünlerde belirgin hatlar çizen yüzeyler, sert ve yumuşak hatların sentezi olan kişilikli, karakteristik ve akıcı çizgilerle birleşerek, yep-

Şirzat Subaşı, "Difüzyon serisinde bir tarafımızda Madrid, bir tarafımızda Mardin bayimiz var. Bu bizim için çok önemli" diyor.

yeni bir tasarım anlayışının ürünlerini ortaya koyuyor. Bu çizgiler beyaz eşya tasarımında yepyeni bir dönemin başlangıcını haber veriyor.

Difüzyon müşterilerden nasıl bir ilgi gördü. Piyasaya çıktığı günden bu yana planladığınız satış adetlerine ulaşabildiniz mi?

Tüketicinin ilgisi beklentilerimizin üzerinde. Bununla birlikte sevindirici olan tamamen bizim mühendislerimizin emeği ile üretilen bu serinin, dünyanın her yerinde kabul görmesi ve Türk ürününün söylemini güçlendirmesidir.

Bu seri içinde müşterilerden en fazla ilgi gören ürün hangisi oldu?

Difüzyon serisi ürünler buzdolabı, fırın, çamaşır ve bulaşık makinesinden oluşuyor. Ürünler, pazarın durumuna göre farklı seviyelerde talep görüyor. Genel durum ise, Difüzyon serimizin beklentilerimizin üzerinde beğeni ile karşılanmış olmasıdır.

Bu serinin satışını artırmak için özel bir kampanya planlıyor musunuz?

Bu serimizi tanıtmak için ciddi bir reklam lansmanı yapıyoruz. Buna bağlı olarak da satışlarımız olumlu etkileniyor.

Difüzyon serisinin reklamının da izleyenlerin beğenisini kazandığını biliyoruz. Hayatın içindeki bütün beyazların eriyerek, Difüzyon'da birleşmesinin anlamını bizimle paylaşabilir misiniz? Vermek istediğiniz ana mesaj nedir?

Tümüyle Türkiye'de yürütülen araştırma-geliştirme sürecinin sonunda üretilen Difüzyon serisi estetik görünümünün yanı sıra üstün teknik özellikleriyle de kendi sınıftaki rakiplerinden ayrılıyor. Gerçekleştirilen tüketici araştırmaları Difüzyon'un teknolojisi, kalitesi ve kolay kullanımı ile dünya tüketicilerinin ihtiyaçlarına cevap veren bir seri olduğunu ortaya koyuyor. Özellikle Beko markasını tanıttığımız potansiyel pazarlarda, bir markanın rekabetin önüne geçerek, eski beyaz eşya görüşlerini unutturacak, yepyeni, dinamik, genç bir marka olarak algılanmasını hedefliyoruz.

Bu serinin yurtdışındaki satışları hakkında bilgi verebilir misiniz? En fazla ilgi gördüğünüz ülke hangisi oldu?

Arçelik A.Ş.'nin 2004 yılında gerçekleştirdiği satışlarının yaklaşık yüzde 50'si, yurtdışı satışlardan oluşuyor. Ağırlıklı olarak Avrupa Birliği ülkelerine gerçekleştirilen yurtdışı satışlarımızın yüzde 80'i, Beko markamızla yapılıyor.

Bugün özellikle gelişmiş Avrupa ülkelerinde önemli pazar payları elde ettik. Örneğin, Beko markalı ürünlerimiz, Belçika'da solo ürünlerde yüzde 14, fırında yüzde 43, İngiltere'de soğutucularda yüzde 14, yıkayıcılarda yüzde 7 pazar payına sahiptir. Şu anda 100'ün üzerinde ülkede her iki saniyede bir Beko ürünü satılıyor olmasının gururunu taşıyoruz. 🌐

Otokar Abu Dabi'de gücünü gösterdi

DEX 2005 fuarı, 12-17 Şubat tarihleri arasında Birleşik Arap Emirlikleri'nin başkenti Abu Dabi'deki Uluslararası Fuar Merkezi'nde gerçekleştirildi.

Fuara savunma sanayi alanında dünyanın önde gelen 45 ülkesinden 285 firma katıldı. Otokar, IDEX 2005'te dünya çapında tanınan taktik tekerlekli zırhlı araç Cobra modelleri katılımcılardan büyük ilgi gördü.

Otokar'ın, Ortadoğu savunma sanayiinde önde gelen bir firma olduğunu ifade eden Genel Müdür **Kudret Önen**, "Savunma sanayiine yönelik üretime başladığımız 1987 yılından beri, gerek Türkiye'nin, gerekse de Türkiye'nin içinde bulunduğu bölgenin ihtiyaçlarını çok iyi analiz ettik. Bu sayede kendi tasarımıyla ürettiğimiz gerçekleştirebiliyoruz. Bugün Otokar'ın Ortadoğu bölgesinin lider savunma sanayii üreticilerinden biri olması, müşterilerinin ihtiyaçlarına yönelik teknolojiler geliştirebilme yeteneğinin bir sonucudur. Tasarımı ve üretimi tamamen Otokar'a ait olan araçlarımızın uluslararası piyasalarda gösterdiği başarı, ülkemizin dizayn ve üretim gücünü tüm dünyaya kanıtlaması açısından bize gurur veriyor" dedi.

Otokar, 2005'te savunma sanayiinde büyüyecek

Kudret Önen, Otokar'ın 2004 yılının son çeyreğinde savunma sanayii alanında büyük bir atak yaptığını ifade etti.

Bu dönemde Oto-

Türk savunma sanayinin öncüsü Otokar, Orta Doğu'nun en büyük savunma sanayi fuarı IDEX 2005'e katıldı. Fuarda sergilenen ve dünya çapında tanınan taktik tekerlekli zırhlı araç Cobra modelleri katılımcılardan büyük ilgi gördü.



Otokar standında Savunma Bakanımız Vecdi Gönül ile Birleşik Arap Emirlikleri İçişleri Bakanı Şeyh Saif bin Zayed Al Nahyan bir araya geldiler.

kar'ın değişik tipte savunma sanayii araçları siparişleri 526 adedi buldu. Bu araçların ve yedek parçalarının toplam değeri ise 43.3 milyon dolar oldu.

Otokar'ın savunma sanayii alanındaki çıkışının 2005 yılında da devam ettiğini hatırlatan Önen, sözlerine şöyle devam etti: "Ocak ayında 21.4 milyon dolar tutarında 396 adet taktik araç için bir ihracat anlaşması imzaladık. Bu çerçevede, 2004 sonu ve 2005 başında son dönemde gerçekleştirdiğimiz savunma sanayii sipariş tutarı 64.7 milyon doları buldu. Bütün bu araçları bu yıl sonuna kadar teslim etmiş olacağız. Teslimatların zamanında yapılabilmesi için Otokar üretim hattı iki vardiya çalışıyor.

Bu yıl ticari araçlarımızın yanı sıra, savunma sanayiindeki başarı-

larımız ile ses getireceğiz. Sadece iç pazarda değil, yurtdışında da savunma sanayii ürünlerimizin başarılı olması ve tercih edilmesi Türkiye'nin tasarım gücünü kanıtlaması açısından bizlere gurur veriyor."

Otokar standında iki bakan buluştu

IDEX 2005'e Savunma Bakanı **Vecdi Gönül** de katıldı. Gönül, fuarda Otokar standını ziyaret ederek Cobra zırhlı araçları hakkında bilgi aldı. Aynı standda Gönül, Birleşik Arap Emirlikleri İçişleri Bakanı **Şeyh Saif bin Zayed Al Nahyan** ile bir araya geldi. İki bakanın birbirlerine iyi niyetlerini sundukları toplantıda Otokar, ziyaretlerinin anısına Savunma Bakanı Vecdi Gönül ve Birleşik Arap Emirlikleri İçişleri Bakanı'na birer plaket takdim etti. 🌐



Ahmet N. Altekin ve Kamil Başaran iş hayatlarının tamamını Tofaş Fabrikası'nın çeşitli bölümlerinde çalışarak geçirdiler.

TOFAŞ'tan İtalya'ya mühendis transferi

Tofaş uzun yıllardır bünyesinde çalışan iki başarılı mühendisini ortağı Fiat'ın İtalya'daki merkezine uğurlamanın gururunu yaşıyor. Ahmet N. Altekin ve Kamil Başaran kariyerlerine Fiat'ın Torino'daki ana fabrikasında devam edecekler

Hafızalarımızı biraz zorlayacak olursak, bazı fabrikaların Japonya'dan ya da Avrupa'dan getirdikleri mühendislerle övündüklerini hepimiz hatırlayacağız. Ama son yıllarda Türkiye'de birçok şey gibi bu durum da değişti. Ve artık biz yurtdışına bilgi transfer eden bir millet olduk. Her alanda birçok bilim adamımız gelen teklifler nedeniyle kariyerlerini yurtdışında sürdürüyorlar. Son olarak göğsümüzü kabartan bir transfer haberi de **Tofaş**'tan geldi. 22 yıldır Tofaş'ta önemli katkılarda bulunan Kalite Direktörü **Ahmet N. Altekin** ve Satınalma Direktörü **Kamil Başaran**, Fiat'ın İtalya'daki merkezine transfer oldular. İtalya'daki görevlerine başlayan Altekin ve Başaran özellikle Tofaş'ın yurtdışına

ihraç ettiği otomobillerin üretiminde oynadıkları rol ile Fiat'ın üst düzey yöneticilerinin dikkatini çektiler. Yaklaşık üç ay süren mülakatların tümünden "tam not" alma başarısı gösteren iki mühendisin uluslararası çalışma kültürüne karşı gösterdikleri adaptasyon esnekliği de bu seçimde önemli rol oynadı. Bu gelişmenin üzerine Ahmet N. Altekin ve Kamil Başaran'a duygularını ve geleceğe dair planlarını sorduk.

Kapılar ardına kadar açıldı

Her iki mühendise de bu göreve transfer olmaları ile ilgili düşüncelerini soruyoruz. İlk sözü Ahmet Altekin alıyor: "Tofaş'ta gerek ürün kalitesi, gerekse toplam kalite konusunda uzunca bir süredir başarılı çalışmalar yürütülüyor. Birçok zorluğa karşın, Tofaş'ın sağladığı başarılar,

AHMET N. ALTEKİN KİMDİR?

1954 yılında Ankara'da doğdu. İlk ve orta öğrenimini İzmir Maarif Koleji'nde tamamladı.

Bir süre eczacılık fakültesinde okudu. Daha sonra burslu olarak İngiltere'de metalurji eğitimi aldı. Kısa süreler Etibank ve TUSAŞ'ta çalıştıktan sonra, 1982 yılında Tofaş'ta işe başladı. Tofaş'ta çalışırken Pisa Üniversitesi'nde kalite yönetimi alanında master yaptı.

Tofaş'taki ilk görev yeri Malzeme Giriş Kontrol'de Metal Laboratuvarı'ydı. Daha sonra hepsi ilk kez kurulan, kalite mühendisliği, süreç iyileştirme proje sorumluluğu maliyet mühendisliği yöneticiliklerinde bulundu.

Albea modelinin devreye alınmasında proje sorumluluğu yaptıktan sonra, kalite yöneticiliği görevine getirildi.

Evli olan Altekin'in 10 yaşında bir kızı var.

Boş vaktinin olmadığını söyleyen Altekin, iş dışındaki vaktinin önemli bir kısmını Kal-Der ile ilgili çalışmalara ayırmış.

İyi bir kitap okuyucusu olan Altekin, resim yapmaktan, yürümekten, farklı kökenli müzikler dinlemekten hoşlanıyor. Ailesiyle ve yakın dostlarıyla birlikte olmayı en gözde faaliyeti olarak görüyor.



çalışanlarımızın ortaya koyduğu yaklaşım ve fedakarlık sonucu elde edildi. Bu durum, gerek bu çalışmaların verdiği olgunluk derecesinin, gerek bu ortamda sağlanan kişisel gelişmişlik düzeyinin kabul görmesi açısından tatmin edici bir duygu. Doğal olarak, farklı bir çalışma ortamında bildiklerimi uygulamak benim için heyecan verici bir deneyim olacak." Kamil Başaran ise bu soruyu biraz geçmişe dönerek yanıtlıyor: "Mesleğin ilk yıllarında benim Fiat ile projeler bazında ilişkilerim başlamıştı. Yıllar itibarıyla gerek süreçler, gerek çalışmalar bazında ilişkilerim gelişti. İlk yıllarda çok zorlanarak aldığımız izinlerle girebildiğimiz kapıların ardında bizzat sorumlu olarak çalışabilmek tabii ki kişisel ve mesleki tatmin olarak keyif verici; ancak beni daha fazla motive eden konu, uluslararası bir ortamda dünya çapında süreçleri yönetebilecek olmamdır."

20 yıllık Tofaşlılar

Ahmet Altekin ve Kamil Başaran'ın iş hayatlarında Tofaş'ın önemi büyük. Çünkü ikisi de 20 yıla aşkın süredir Tofaş'ta çalışıyorlar.

Ahmet Altekin 1982 yılında Tofaş'ta işe başlamış. Çalışırken Pisa Üniversitesi'nde

kalite yönetimi masterı yapmış. Tofaş'ta ilk görev yeri Kalite Giriş Kontrol'de Metal Laboratuvarı olmuş. Daha sonra hepsi ilk kez kurulan, kalite mühendisliği, süreç iyileştirme proje sorumluluğu maliyet mühendisliği yöneticiliklerinde bulunmuş. Altekin, 2003 yılının başından bu yana ise Tofaş'ta Kalite Direktörlüğü görevini yürütüyordu. Altekin bu görevinde bir yandan üretim girdileri ve üretim süreçlerinin, diğer yandan üretilen otomobillerin ve Fiat'ın başka üretim merkezlerine ihraç edilen parçaların istenilen nitelikte olmasını sağlamak için çaba gösteriyormuş.

Altekin bir yandan ürünlerin ilgili pazarlardaki beğeni düzeyini izlerken görev tanımı gereği Doblò'nun Avrupa pazarlarındaki iyileştirme sürecinde de sorumluluk sahibiymiş.

Çalışmaya ilk olarak Tofaş'ta başlayan Kamil Başaran ise tam 20 yıllık bir Tofaşlı. Tofaş'taki çalışma hayatına proje mühendisi olarak başlayan Başaran, yıllar itibarıyla teknik bölümlerde yatırımlarla ilgili kısım şeflikleri, servis şeflikleri görevlerinde bulunmuş. Karoseri teknik servisler müdür muavinliği, yalın üretim koordinatörü sorumluluklarını üstlenmiş.



KAMIL BAŞARAN KİMDİR?

1956 yılında Ankara'da doğdu. Orta öğrenimini TED Ankara Koleji'nde tamamladı.

1980 yılında Ankara Devlet Mimarlık ve Mühendislik Akademisi Makina bölümü mezun olduktan sonra 1983'te Almanya'da Köln

Fachhochschule Makina Konstrüksiyonu eğitimini tamamlayarak Türkiye'ye döndü.

1984 yılında Tofaş'ta proje mühendisi olarak çalışma hayatına başladı.

1984-1987 proje mühendisi, 1987-1988 makina konstrüksiyon kısım şefi, 1988-1990 kalıp atölyesi yatırım kısım şefi, 1990-1994 tesis ve makina servis şefi, 1994-1995 teknik servisler müdür muavini, 1995-1999 tesisler müdürü ve yalın üretim araçları sorumluluğu, 1999-2002 Doblò proje sorumluluğu ve 2002-2004 yılları arasında ise satınalma direktörlüğü görevinde bulundu.

Evli ve iki çocuk sahibiyim olan Başaran'ın 16 yaşında bir kızı, 7 yaşında bir oğlu var.

Boş vakitlerinde ailesiyle beraber olmaya ve onlara kaliteli zaman ayırmaya özen gösteriyor. Bahçe ile uğraşmak ve seyahat etmek Başaran'ı dinlendiren diğer faaliyetler.



Altekin

ve Başaran, şimdi görevlerini Fiat'ın İtalya'daki üretim tesislerinde sürdürüyorlar. Her ikisinin de planı, görev sürelerini doldurduktan sonra Türkiye'ye geri dönmek ve kariyerlerini kendi ülkelerinde devam ettirmek...

1999 yılında ise Doblò proje sorumlusu olarak atanmış ve Fiat Auto Ürün Platformu'na katılarak Tofaş adına projeyi koordine etmiş. Başaran, 2002 senesinde satınalma direktörü olmuş ve 2004 yılı sonuna kadar bu görevi sürdürmüştü.

Başarıları onları İtalya'ya taşıdı

Onları başarıya taşıyan nedenleri birlikte değerlendirelim. Altekin, Tofaş'ın kalite iyileştirmeye metodik yaklaşım ortaya koyması ve bunu geniş katılımı sağlaması açısından önemli bir deneyim kazandığını hatırlatarak, "Böyle bir üstlenmede mesleki deneyimin yanı sıra, Tofaş'taki toplam kalite yönetimi alanındaki bazı girişimleri başlatmış olmamın ve uygulamasına katılarak gelişmesine yapabildiğim katkıların etkili olduğunu düşünüyorum" diyor. Kamil Başaran ise yaptığı çalışmaları şöyle özetliyor: "Satınalma sorumluluğum öncesinde sürekli olarak teknik konularla çalışmış ve ilgili teknik bölümleri ve Doblò projesi gibi projeleri koordine etmiştim.

Bu tecrübelerle satınalma sürecine girmek bana önemli avantajlar kazandırarak satınalma süreçlerinin daha teknik detaylarda proje bazında çalışmasını sağladım. Teknik ve ticari konuların si-

nerjisini ortaya çıkararak gerçekten çok tecrübeli bir ekibi daha rekabetçi olma-ya zorladım. Uluslararası projeler ve süreçler ancak uluslararası yaklaşımlar ve becerilerle daha verimli yönetilebilirler. Özellikle satınalma kararlarının analitik verilerle verilmesinin kararların doğruluğuna etkisi çok fazladır. Ben bu konuda çok önemli katkılarda bulunduğuma inanıyorum. Bu özelliklerin beni Fiat'a taşıdığına inanıyorum."

Planları geri dönmek

Şu anda her iki mühendisimiz de İtalya'daki görevlerinin başındalar. Kamil Başaran, 3-4 ay süren gelişmeler sonunda GM-FIAT WWP'de Güney Amerika ve

Avrupa'da bulunan GM VE FIAT Auto Otomobil Fabrikaları'nın "buy" parçalarının (yan sanayii kaynaklı parçalar) maliyet indirimi ve rekabet sorumlusu olarak işe başladı. Görev kapsamı içinde "Global Tedarik" sorumluluğu da bulunuyor. Bu görev kapsamında daha rekabetçi firmaları bulmak, geliştirmek ve düşük maliyetli ülkelerden birincil ve ikincil firmaların bulunması ve tedarik yapılması yer alıyor.

Bu görevle ilgili olarak yaklaşık iki yıllık bir kontrat imzalayan Başaran: "Vizyonumdaki hedeflerimi gerçekleştirdiğim ve beni mesleğimde sürekli ileri taşıdığı süre zarfında uluslararası platformda kalmak istiyorum; çünkü bu süreç Türkiye'de ileriki yıllarda tecrübelerimi ve kazanımlarımı paylaşma imkânı yaratacaktır. Mesleki olarak kazanımlarımı ve tecrübelerimi paylaşma kısıtlımı ve ortamı oluştuğunda, yeniden Türkiye'ye dönmeyi planlamaktayım" diyor.

Ahmet Altekin ise halen Stilo modelinin üretildiği ve yeni Croma modelinin üretimine geçilmekte olan Cassino işletmesinin "Kalite Sorumlusu" olarak görev yapıyor. Altekin'in de görev süresi iki yıl olacak. Halen İtalya'da görevinin başında olan Altekin ise "Şu anki planım iki yıllık görev süresi sonunda geri dönmek" diyor. 🌀



koçcrm

Koç müşterisine adım adım

Koç Topluluğu, "Tüketiciye En Yakın Topluluk" olma stratejisinden hareketle, müşterilerini tanıyabilmek ve beklentilerine karşılık vermek, özetle müşterilerini tüm faaliyetlerinin odağına yerleştirebilmek için CRM'e büyük önem veriyor

"Tüketiciye En Yakın Topluluk" olma stratejisinden hareketle Koç Topluluğu, Temmuz 2003'te KoçCRM projesine adım attı. Hedef, müşterinin Koç Topluluğu şirketleri ile temaslarında yeni bir müşteri olarak değerlendirilmesi yerine, her temasında müşteriden yeni bir şeylerin öğrenildiği, bu sayede müşterilerin bağlılığının artırıldığı ve Koç Topluluğu şirketleri için müşterinin sunduğu tüm potansiyelin hayata geçirildiği "Koç Müşterisi" noktasına ulaşabilmek.

Amaçlanan; Koç Topluluğu'nun en değerli ve yüksek potansiyelli müşterilerini belirlemek, ihtiyaç ve davranışlarını anlayarak yeni iş fırsatları yaratmak, ihtiyaçların giderilmesi için topluluk şirketlerinin sinerji yaratması, müşterileri rekabete karşı korumak, değerlerini artırmak ve böylece Koç Topluluğu'na uzun dönemli ve kopya edilmesi güç bir stratejik avantaj kazandırmak.

KoçCRM projesini koordine eden Tanı; Koç şirketlerinin CRM ihtiyaçlarını daha iyi anlama, projelerin hayata geçirilmesinde etkin rol alma; Koç Topluluğu içinde CRM uygulamalarının gelişmesinde öncü olma, teknoloji, müşteri bilgileri bazında Koç müşterisi yönetim yapısını oluşturma ve ortak kampanyalar, pazarlama programları gerçekleştirme rolünü üstlendi.

KoçCRM Projesi üç ana fazda ilerliyor: İlk aşamada, şirket bazında müşteri veri stratejileri belirlenerek, ortak müşteri veritabanının oluşturulması, müşterilerin ihtiyaçlarının ve bu ihtiyaçlardaki farklılıkların anlaşılması, hızlı kazanım uygulamalarına yoğunlaşılması amaçlanıyor. İkinci aşama ise "Koç Kalesi" ile ortak müşteri kazanma ve elde tutma programlarının düzenlenmesi ve Koç müşterilerinin tüm katılımcı şirketlerde ve her temas noktasında tanınması ve bu müşterilerin ortak çalışmalarla geliştirilmesi sağlanıyor. Son aşamada ise Koç bağlılığının sağlanması amacıyla Koç bağlılığı programının hayata geçirilmesi hedefleniyor. Her üç aşama, zaman içerisinde yeni firmalar sürece katıldıkça paralel olarak yürüyecek. Temmuz-Aralık 2003 döneminde, katılımcı şirketler tek tek incelenip analitik ve operasyonel müşteri ilişkileri yönetimi açısından mevcut durumları tespit edildi, yol haritaları oluşturuldu. Hem şirket bazında hem de merkezi olarak yürütülecek işleri kapsayan bu haritaların uy-

gulamasına Ocak 2004'ten itibaren geçildi.

2004'te KoçCRM'e dahil olan Arçelik, Aygaz, Ford, Migros, Opet, Tofaş ile müşteri verilerinin entegrasyonu, müşteri bilgilerinin zenginleştirilmesi, mevcut müşterilerin segmentasyonu, müşteri temas noktalarının iyileştirilmesi, müşteri ile izinli iletişim prensiplerinin belirlenmesi, kampanyalar yolu ile kısa dönemde kazanımların sağlanması ve şirketlerin CRM kazanım hedeflerinin belirlenmesi konularında çalışmalar gerçekleştirildi. 2004 içinde Tanı, Peppers and Rogers Group ve ilgili şirketten katılımcılardan oluşan proje ekipleri ile yürütülen çalışmalar, konuların öncelik ve uygulama kapsamının genişliğine bağlı olarak tamamlandı veya devam ediyor.

2004 Ağustos ayından itibaren KoçCRM projesinin kapsamı Koç Müşterisine temas eden Avis, Birmot, Setur, Divan, Koçtaş, İzocam, Tat, Koçbank, Koç Allianz, Demirdöküm'ün katılımı ile genişletildi. Bu şirketler için de, ilk altı şirket için gerçekleştirilen benzer çalışmalara başlandı. Tanı tarafından, bu 16 şirketin yanı sıra yine "Koç Müşterisi"ne temaslarında önemli rol oynayan diğer şirketlerimizin de projeye dahil edilmesi için çalışmalar yürütülüyor.

KoçCRM projesiyle, şirketlerin müşterilerinin bilgileri bütünsel bir bakış açısıyla "Tek Müşteri" çatısı altında **Merkezi KoçCRM Veri Ambarı**'nda bir araya getirilerek, müşterilerin yaşam evre ve tarzlarını, farklı birçok sektördeki ihtiyaçlarını ve alışveriş davranışlarını belirlemek; müşterilerin bir Koç Topluluğu şirketi ile temasını diğer şirketler için de fırsata dönüştürerek Holding sinerjisi oluşturmak üzere önemli adımlar atıldı. Projeye dahil şirketlerin score kartlarına CRM ile ilgili maddelerin de eklenmesi ile hedeflenen noktaya ulaşılması için atılması gereken adımlar ve bu konudaki çalışmalar pekiştirildi. KoçCRM projesinde yapılan ve bu yıl yapılacak çalışmalar ile projeye katılımcı şirketler arasında bir "Koç Kalesi" yaratılmaya başlanmıştır. Yapılan çalışmaların derinliği arttıkça "Koç Kalesi" daha da sağlamlaşacaktır. Topluluğumuzun 80. yılı olan 2006'dan itibaren de "Koç Müşterisi"nin "Koç Kalesi"nde memnuniyetini daha da artırmak için altyapı çalışmaları ve örnek uygulamaları gerçekleştirilen "Koç Bağlılığı" programları hayata geçirilmeye başlanacaktır. 🌀

Derleyen: Neslihan Aksu



İnsan Kaynakları Entegre Performans Yönetimi ve Gelişim Planlama Sistemi:

Hedef 14 Projesi

Koç Holding İnsan Kaynakları Bölümü, "İnsan Kaynakları Entegre Performans Yönetimi ve Gelişim Planlama Sistemi / Hedef 14" adını verdiği çalışmasını tamamladı. Bu metodla çalışan ve kurum açısından amacı belirlenen İK sistemi, uygulamaya konuldu. Koç Holding İnsan Kaynakları Direktörü Neslihan Tözge, Kasım 2004 tarihinde tamamlanan projeye "Hedef 14" adının verilmesinin Koç Topluluğu'nun yüzde 14'lük büyüme hedefiyle ilgili olduğunu söyledi



Koç Topluluğu İnsan Kaynakları Bölümü, 2002 yılında başlattığı insan kaynakları sistemlerinin uygulamasında ortaya çıkan sorunların giderilmesi, basitleştirilmesi ve sistemlerin entegre edilmesi amacıyla Haziran 2004 tarihinde başladığı çalışmayı tamamladı. Koç Holding İnsan Kaynakları Direktörü **Neslihan Tözge**, projeye ilgili olarak şu bilgileri verdi: "Koç Topluluğu'nda 2002 yılında uygulamaya koyduğumuz insan kaynakları sistemlerimizin uygulamada karşımıza çıkan sorunlarının giderilmesi, basitleştirilmesi ve sistemlerin entegre edilmesi mak-

satlı proje çalışmalarına Haziran 2004 tarihinde başladı. Proje organizasyonu; proje yönetim komitesi, ana proje ekibi ve alt proje gruplarından oluştu. Bu projeye, Topluluğumuzun yüzde 14 büyüme hedefine insan kaynağımız ile odaklanmamızı ön plana alması amacı ile "Hedef 14" adı verildi ve proje ekibi çalışmalarını Kasım 2004 tarihinde tamamladı ve 1 Ocak 2005 tarihi itibarı ile uygulamaya geçildi." Neslihan Tözge, "Hedef 14 projesiyle Koç Topluluğu'nun İK politikalarında 2005 yılında ne gibi değişiklikler olacak?" yolundaki sorumuza şu karşılığı verdi:

"Bu sistemi devreye alırken amacı kurum ve çalışan açısından ayrı ayrı değerlendirdik ve İK sistemini bu amaca yönelik olarak revize ettik. Öncelikle **sistemin kurum açısından amacını** madde madde şöyle sıralamak isterim:

Kurum hedefinin kişi bazında yaygınlaştırılmasını temin ederek, kişisel hedeflerin kurum hedefleriyle bağlantısının sağlanması,

Kurum hedeflerinin gerçekleşmesi için gerekli yetkinlik ve becerilerin tespit edilip bunların geliştirilmesi,

Ortak değer ve davranışların daha ileriye

götürülmesi,

Ödüllendirmenin daha uygun ve adil dağıtımı,

Geleceğin liderlerini belirleyebilme, İleriye dönük insan kaynağı ihtiyacını tespit edip buna göre yedekleme planlamasının yapılmasını, sağlamak.

Sistemin çalışan açısından amacı

Tözge, "Hedef 14" adlı sistemin çalışan açısından amacını da şöyle sıraladı:

Çalışanın performansı ile ilgili doğru geribildirim alabilmesini ve böylece yaptığı katkının takdir edilmesini,

Yetki ve sorumluluklarının açıklığa kavuşturularak motivasyonunun yükseltilmesini,

Kariyer ile ilgili arzularını belirtebilmesini,

Profesyonelliğini ve yetkinliklerini aldığı eğitimlerle geliştirme imkânı sağlayacak ortamın hazırlanmasını ve

Kendi kariyer yolunu etkileyebilme fırsatı yakalamasını sağlayacak ortamı yaratmak.

Proje ekibi, Neslihan Tözge'nin sıraladığı bu amaçları dikkate alarak "Performans Değerlendirme", "Potansiyel Tespit" ve "Gelişim Planlama" süreçlerini kapsayacak şekilde, mevcut İnsan Kaynakları sistemlerini geliştirerek entegre hale getirdi.

Tözge, Topluluğun eğitim ve gelişim ihtiyaçlarına hizmet etmek amacıyla halen üzerinde çalışılmakta olan "KoçAkademi" portalının devreye gimesi ile tam entegrasyonu sağlamayı hedeflediklerini söyledi.

Sistemin tanıtımını kimler yapacak?

Neslihan Tözge'den aldığımız bilgilere göre, iyileştirilen bu sistemler öncelikli olarak şirket üst yönetimlerine tanıtıldı. Şirketlerde revize edilmiş sistemin tanıtılması için toplam 125 kişi, ayrıca hedef yayılımının daha etkin yapılabilmesini temin için 261 kişiye eğitim verildi. Söz konusu kişiler, şirketlerinde "Hedef Yaygınlaştırma" eğitimini verebilecek ve gerektiğinde şirket içi danışmanlık yapabilecekler.

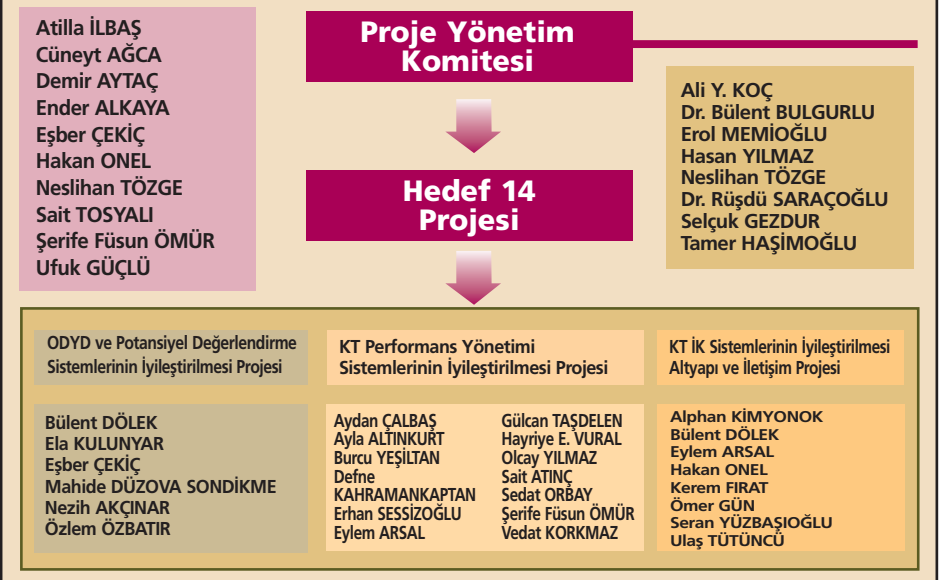
Bundan sonraki adımın iyileştirilen sistemlerin şirketlerde yayılımını ve kullanılmasını sağlamak olduğunu söyleyen Tözge; "Revize edilmiş sistemin gerek kişiler gerekse Topluluğumuz için hayırlı olmasını diler, projede çalışan arkadaşlarıma bir kez daha teşekkür ederim" dedi. ☺

Koç Holding İnsan Kaynakları Bölümü'nün Ocak ayında uygulamaya aldığı "Hedef 14"; amacı, kurum ve çalışan açısından değerlendirdi ve İK sistemini bu amaca yönelik revize etti



Koç Holding İnsan Kaynakları Direktörü Neslihan Tözge, Topluluğun eğitim ve gelişim ihtiyaçlarına hizmet etmek için Koç Akademi programını devreye alacaklarını söylüyor.

"Hedef 14" Projesi Ekibi



Otoyol hedeflerini bayileriyle paylaştı

Otoyol'un "iş birliğinden güç birliğine" mesajı verdiği bayi toplantısında 2005 yılı hedefleri paylaşıldı. Toplantıya Koç Holding Diğer Otomotiv Şirketleri Grubu Başkanı Selçuk Gezdur, Otoyol Genel Müdürü Murat Selek, Iveco S.p.A İhracat Direktörü Mauro Veglia ve diğer üst düzey yöneticiler katıldı



Otoyol Pazarlama, 5-7 Şubat 2005 tarihlerinde Antalya Talya Otel'de bayi toplantısı düzenledi. Toplantıda, 2004 yılının bir değerlendirmesi yapılırken, 2005 yılında uygulanması planlanan stratejiler ve yeni bayilik sistemine ilişkin detaylar paylaşıldı.

Toplantıya, Diğer Otomotiv Şirketleri Grubu Başkanı Selçuk Gezdur, Otoyol Genel Müdürü Murat Selek, Iveco S.p.A İhracat Direktörü Mauro Veglia ve şirketlerin diğer diğer üst düzey yöneticileri katıldı.

2005 yılında sürprizlere imza atacak olan Otoyol'un "İş

birliğinden Güç birliğine" mesajı verdiği toplantıda, 2004 yılında en iyi performansı gösteren bayiler de ödüllendirildi.

Yeni satış ve pazarlama ekibi ile birlikte 2005 yılı hedeflerini bayilere uygulamalı çalışmalar eşliğinde aktarıldı. Otoyol bayileri gala

yemeğinde Deniz Seki ve orkestrası ile yorgunluk attı. Toplantı, Selçuk Gezdur moderatörlüğündeki workshop'lar ile son buldu.



Otoyol Pazarlama'nın Antalya Talya Otel'de düzenlediği bayi toplantısına yüksek katılım vardı.



Fiat Bayii Toplantısı'nda hedefler açıklandı

Fiat Bayii Toplantısı 2005, 19-22 Şubat tarihleri arasında Kaya Ramada Otel'de yapıldı. 2004 yılı değerlendirmesi ve 2005 yılı hedeflerinin konuşulduğu toplantıya Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı **Mustafa V. Koç** da katıldı

Toplantıda 2004 yılı değerlendirilmelerinin yanı sıra, 2005'e dair hedefler ve bu hedeflere ulaşılmasında rol oynayacak stratejiler ortaya konuldu.

Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı **Mustafa Koç** ve Tofaş CEO'su **Diego Avesani**'nin yanı sıra Tofaş üst düzey yöneticilerini yaptıkları konuşmalarda otomotiv pazarındaki yoğun rekabete dikkat çektiler. Konuşmacılar bu rekabet ortamında Fiat markasının imajını güçlendirerek, pazar payında liderliğin sağlanmasında bayi teşkilatına büyük rol düştüğüne işaret ettiler.

Toplantıda bir konuşma yapan **Mustafa Koç**, 34 yıllık birikimi ve yüksek pazar payı ile Fiat-Tofaş şirketinin ve otomotiv sektöründeki diğer girişimlerinin, Koç Topluluğu'nun en güçlü faaliyet alanlarından biri olduğunu söyledi. Türkiye'nin rekorlar kıran toplam ihracatının yüzde 10'una yaklaşan Koç Topluluğu ihracatında, otomotiv grubunun önemli katkıları bulunduğunu belirten Koç sözlerini şöyle sürdürdü: "Yıllık 20 bin olan araç üretiminden 250 bin araç üretim kapasitesine ulaşan Fiat-Tofaş, Topluluğumuz için bir başarı öyküsüdür. 100 ülkeye ihracat yapan Fiat-Tofaş'ın, otomotivin global liderleri arasına girmesi en büyük istegimizdir. Bu anlamda önemli adımlar

atılmaktadır. Bir noktayı da unutmamak lazım. Tofaş-Fiat'ın gücü iç pazarda sahip olduğu beğeni ve güven duygusudur. Bunu korumadaki en büyük görev siz bayilere düşmektedir."

Koç'un ardından bir konuşma yapan Tofaş CEO'su **Diego Avesani** de önemli yatırımların arifesinde olunduğunun müjdesini verdi. Bu yatırımların sadece ticari anlamda değil, ülkemiz sanayii anlamında da önem taşıdığını belirten Avesani, yılın ilk yarısında yerli pazarın gelişimi sonucunda olumlu sonuçlar kaydedildiğinin altını çizdi.

Yılın ikinci yarısında ise hurda yasasının kaldırılması ve ÖTV artışı ile pazarın daraldığını anlatan Avesani: "Bu noktada hepimizin büyük bir takım ruhuyla hareket etmesi gerekiyor. 2005 ve 2006 yıllarını çok zorlu olacak. Bu rekabette söz sahibi olabilmek adına bir olup çalışmak gerekiyor" diye konuştu. Ekim ayında, yeni bir aracın Bursa'da üretimi için, büyük bir Avrupalı üreticiyle bir niyet mektubu imzalandığını hatırlatan Avesani, bu projenin sonuçlanma aşamasına ulaşıldığını da belirtti.

Toplantının son gününde bir araya gelen Alfa Romeo bayi sahipleri ve yetkilileri, Alfa Romeo'nun 2005 stratejik planı hakkında görüş alış verişinde bulundular.



Türk Traktör 50 yaşında

Mart ayı Türk Traktör için özel bir önem taşıyor. Çünkü Türk Traktör tam 50 yıl önce, yani 4 Mart 1955'te işletmeye açılmıştı

Türkiye'nin en eski ağır sanayi fabrikalarından Türk Traktör Fabrikası'nın açılış törenine yüksek derecede yetkili ve ilgililer katılmıştı. Dönemin Cumhurbaşkanı Celal Bayar, 5 Mart'ta Bağdat'a yaptığı ziyaret nedeniyle törene katılamamıştı. Açılışa; Yönetim Kurulu Başkanı ve Ziraat Bankası Genel Müdürü **Mithat Dülge** ile şirketin ilk Genel Müdürü **Mr. W. F. Foss** tarafından şirketin kurulması konusunda yardımlarını esirgemeyen, başta Başbakan **Adnan Menderes** olmak üzere bütün kabine üyelerine teşekkür etti. Türkiye'de monte edilen ilk traktör, bir numaralı çiftçi ve Başbakan **Adnan Menderes**'e hediye edildi. Hediye edilen traktörün bedeli, daha sonra başbakan tarafından ödendi. Bu ilk traktör bugün fabrika bahçesinde sergileniyor.

Ar-Ge'de Tofaş'ın kalitesi tescillendi

Tofaş'ın emisyon laboratuvarının kalitesi TÜRKAK tarafından tescillendi. Türkiye Akreditasyon Kurumu (TÜRKAK), Tofaş Bursa Fabrikası'nda bulunan Ar-Ge Emisyon Laboratuvarı'nı akredite etti. TS EN ISO/17025'e göre yapılan akreditasyon Tofaş'ın test laboratuvarının teknik ve kalite açısından yeterliliğinin en üst düzeyde olduğunu kanıtıyor. TÜRKAK Başkanı Doç. Dr. **Yavuz Cabbar** başkanlığındaki uzman ekip tarafından yapılan testlere Tofaş'ın ürettiği benzinli ve

dizel M1 ve N1 sınıfı araçları tabi tutuldu. Uluslararası standartlar baz alınarak yapılan komple emisyon testinde tüm araçlar en yüksek notu alma başarısı gösterdi. Toplantıda konuşan **Cabbar**, "TÜRKAK'tan şu ana kadar 20 kuruluş akreditasyon sertifikası alabildi. Bunların büyük kısmı üniversitelere bağlı araştırma merkezleri. Özel sektörün bu testlere daha fazla önem göstermesi gerekiyor. Bu konuda öncülük görevi yaptığı için Tofaş'ı tebrik ediyorum" dedi.



Araç sahibi olmak kolaylaştı

KoçFinans ve **Otokoç** arasında imzalanan yıllık kredi anlaşması çerçevesinde, Otokoç'un tüm temsilciliklerinde müşterilere otomotiv kredisi alma kolaylığı sağlanıyor. Anlaşma ile Otokoç müşterilerinin uygun ödeme koşulları ile araç sahibi olmaları hedefleniyor.

Koçfinans Otomotiv Kredisi Sistemi'nde, kredi başvurusu showroomdan çıkmadan yapılıyor ve ortalama bir

saat içinde cevap alınıyor. Kimlik ve adres belgeleri başvuru için yeterli bulunurken, araç bedelinin yüzde 70'ine kadar kefil talep edilmiyor. En uygun alternatif ödeme planlarıyla Otokoç'un müşterilerini araç sahibi yapmayı hedefleyen uygulama için, hafta sonları dahil online kredilendirme sistemi üzerinden kredi başvurusunda bulunulabiliyor.

Otoyol iş ortakları ile buluştu

Otoyol, "İş Birliğinden Güç Birliğine" etkinliğinde kendisine ürün ve hizmet sağlayan 350'den fazla iş ortağı ile 4 Şubat 2005 tarihinde Koç Lisesi'nde bir araya geldi.

Toplantının açılışında konuşan Otoyol Yönetim Kurulu Başkanı ve Koç Holding Yan Sanayi ve Diğer Otomotiv Şirketleri Grubu Başkanı **Selçuk Gezdur**, Otoyol'un ürün kalitesinde ve üretim sürecinde yan sanayiinin büyük rolü olduğunu belirtti. İtalyan ortakların da katıldığı toplantıda Otoyol Genel Müdürü **Murat Selek**, 2004 yılına ilişkin değerlendirmelerinin yanı sıra 2005 yılı hedeflerini de yan sanayicilerle paylaştı. Toplantıda ayrıca, çeşitli kategorilerde başarılı olan yan sanayi üreticilerine ödülleri verildi.



Sek'ten sağlık ve eğlence dolu bir lezzet:

Sek Meyveli Yoğurt



Sek Meyveli Yoğurt yenilendi: Yüzde 2'lik yağ oranıyla benzer ürünlerden çok farklı. Sek Meyveli Yoğurt, canlı, dinamik ve modern yeni ambalajıyla da göz alıyor. Sek, üretim yaparken özellikle süt ürünlerinde lezzet ve sağlığı bir arada sunan ürünleri tercih eden tüketicilerin isteklerini göz önüne alıyor. Sek Meyveli Yoğurt çeşitleri;

çilekli, muzlu ve karışık meyveli ile farklı damak zevklerine hitap ediyor. Sek Meyveli Yoğurt'taki benzersiz lezzetin sırrı ise sağlıklı Sek Yoğurt ile meyve parçacıklarının mükemmel uyumu olarak gösteriliyor. Sek Meyveli Yoğurt, 150 gr'lık pratik ve renkli ambalajıyla da, tasarımdaki yenilikçi, modern ve dinamik yüzünü yansıtıyor.

Migros CRM Amerika'da ilk üçe girdi

Müşterilerinin satın alma davranış ve alışveriş alışkanlıklarını inceleyerek, özel avantajlar sunmayı, alışverişini daha kârlı ve zevkli hale getirmeyi amaçlayan Migros, CRM alanında Amerika'da düzenlenen "1 to 1 Impact Awards" yarışmasında ilk üçe girdi. Migros Club ve CRM (müşteri ilişkileri yönetimi) Departmanı Müdürü **Orçun Onat**, Migros'un, çalışmalarını sadece Türkiye'de değil dünyada da ilgili yerlerle paylaştığını söyleyerek konu hakkında şu değerlendirmede bulundu: "CRM sayesinde Migros müşterileri

için alışverişi daha keyifli ve avantajlı hale getirdik. Çalışmalarımız dünyada da öncü niteliği taşıdı. Müşteriyi tanımak için atılan her adım, Migros'un kârlılığını artırdı. Çalışmalarımız sayesinde "1 to 1 Impact Awards", Migros'u "İleri Düşünceli" (Forward Thinker) olarak ödüllendirdi ve yayınlarında yer verdi." Dört farklı başlık altında yaklaşık 60 firmanın aday gösterildiği yarışmada, Migros Türk A.Ş. "Müşteri Stratejisi" ve "Teknoloji Optimizasyonu" alanlarındaki başarılı uygulamaları ile finale



kalarak ilk üçte yer aldı. Yarışma sonrasında Orçun Onat'ın Migros'un müşteri yaklaşımlarını ve örnek uygulamalarını anlattığı röportaj, dünya çapında dağıtılan "1 to 1 Magazine"nin Ocak-Şubat 2005 sayısında yayınlandı. "1 to 1 Magazine", dünyada

müşteri ilişkileri yönetimi konusunda yayınlanan öncü yayınlardan biri. ABD kökenli dergi, yılda sekiz sayı yayınlanıyor ve dünya çapında CRM alanında ses getiren yeni gelişmeleri ve başarılı örnek uygulamaları içeriyor.



Ketçap ve mayonezde yeni Tat'lar

Tat Barbekü Ketçap, Tat Hardallı Mayonez ve Tat Sarımsaklı Mayonez piyasaya sürüldü. Herkesin kendi münüsüne özel bir "tat" katabilmesi amacıyla yaratılan, özel aromalı ketçap ve mayonezler özel penguen şeklindeki şişeleriyle dikkat çekti. Türkiye'de bir ilk olan aromalı "tat"lar, özellikle çocuklar ve gençlerin gözdesi olan patates kızartması, makarna, hamburger, sos, salata ve sandviçlerin hem lezzetini artırma, hem de yiyene kendi damak tadına uygun bir münü yaratma şansı veriyor.



SETUR, The Cruise Line markasının isim hakkını aldı

SETUR Seyahat Acentası, dünya cruise pazarının iyi tanıdığı The Cruise Line markasının isim hakkını Cruise Line Londra ile franchise anlaşması yaparak aldı. Bu anlaşma ile SETUR Seyahat Acentası, gemi seyahatleri ile ilgili pazarlama ve satış faaliyetlerine, SETUR-The Cruise Line Türkiye adı altında devam edecek. 1996 yılından bu yana Princess Cruises'ın temsilcisi olan SETUR, bu yeni oluşumla birlikte Princess Cruises'ın yanı sıra, cruise pazarının önde gelen diğer şirketlerinin de temsilciliğini yapacak. 2005 yılı programlarına ve tanıtım çalışmalarına devam eden SETUR-The Cruise Line Türkiye, yeni programlarını çok yakında müşterilerine sunacak.

FİNANS

Koç Allianz'dan "kapkaç"a güvence

Gün geçmiyor ki televizyonlarda gazetelerde "kapkaç"la ilgili bir haber yer almasın. Özellikle büyük şehirler için çok önemli bir sorun haline gelen "kapkaç" konusunda artık Koç Allianz güvencesi var



Koç Allianz, özellikle büyük şehirlerde karşılaşılma riski yüksek olan "kapkaç" ve benzeri durumlara karşı bir güvence sunuyor. "Ailemin Güvencesi" adı verilen bu ürün sayesinde tüm ailenin "kapkaç"a karşı sigortalı olması sağlanıyor. "Ailemin Güvencesi"nin primleri ise seçilen teminat planına göre 30 ile 120 YTL arasında değişiyor. "Ailemin Güvencesi", kapkaç karşı sigorta teminatı sunmanın yanı sıra dört farklı teminat seçeneğiyle sigortalıların ve ailelerinin hizmetinde.

"Ailemin Güvencesi" sigortası ile sigortalıların ikametgâhı dışında, kendilerinin ve aile bireylerinin üzerlerinde, yanlarında bulundurabilecekleri kişisel eşyaları, gasp, kapkaç veya yankesicilik eylemleri sonucunda meydana gelebilecek zararlara karşı teminat altına alınıyor. Bu tip bir durum sonucunda zayı olacak ehliyet, nüfus cüzdanı, pasaport vb. belgelerin yeniden çıkarılma masrafları ile kredi kartlarının 300 Euro'ya kadar olan kısmı güvence altına alınıyor.

EĞİTİM

Koç Üniversitesi'nde MBA görüşmeleri

Koç Üniversitesi İşletme Enstitüsü, gelecek akademik yılın yeni öğrenci adayları ile görüşmelere başladı. Öğrencilerin derslere katılarak öğrenmeleri öneriliyor. Ayrıca Rumelifeneri Kampüsü'nde 16 Nisan 2005, 28 Mayıs 2005 Cumartesi günleri saat 11.00'da yapılacak tanışma toplantılarına katılarak ayrıntılı bilgi edinmek de mümkün. İngilizcesi orta düzeyde olan adayların MBA derecesi alabilmeleri için İngilizce hazırlık programları sunulabiliyor. Hazırlık programı için yeterli sayıda katılım sağlanması halinde öğrenciler, birinci yıl yoğun bir İngilizce dil programı izledikten sonra başarılı olmaları durumunda, 13 ay süren Executive MBA programına veya iki yıllık tam zamanlı MBA programına devam ediyorlar.

DAYANIKLI TÜKETİM VE İNŞAAT

Beko Elektronik'e BS 7799 Belgesi

Beko Elektronik, BS 7799 Standardı kapsamında kurduğu Bilgi Güvenliği Yönetim Sistemini tarafsız bir denetleme ve belgelendirme kuruluşu olan İngiliz SGS Yarsley'e denetleterek "BS 7799 Bilgi Güvenliği Yönetim Sistem Sertifikası"nı Türkiye'de ilk olarak alan firma oldu. BS 7799, günümüz rekabet ortamında organizasyonlar için en değerli varlıklardan biri olan bilginin gizlilik, doğruluk, bütünlük ve erişilebilirliğini güvence altına alıyor. Bilgi güvenliğini oluşturma ve uygulamada izlenecek yolları da ortaya koyuyor. Kuruluşlarda etkin bir bilgi güvenliği yönetim sisteminin oluşturulması amacıyla İngiliz Standartlar Enstitüsü (BSI) tarafından hazırlanan BS 7799 Bilgi Güvenliği Standardı; güvenlik politikası, örgütsel güvenlik, iletişim ve işletim yönetimi, erişim denetim ile sistem geliştirilmesi gibi konularda standartlar öngörüyor.

İzocam 40 yaşında



Türkiye'de yalıtım sektörünün lideri olan İzocam Ticaret ve Sanayi 40'ıncı yılını bir dizi etkinlikle kutladı. 18 Şubat'ta **Rahmi M. Koç Müzesi**'nde düzenlenen basın toplantısında, Koç Holding Dayanıklı Tüketim ve İnşaat Grubu Başkanı ve İzocam Yönetim Kurulu Başkan Vekili **Dr. Bülent Bulgurlu** ile İzocam Genel Müdürü **A. Nuri Bulut**, İzocam'ın 40 yıllık serüveni, yatırımları, bulunduğu noktada ve hedefleri ile ilgili bil-

gi verdi. Aynı gece Rahmi M. Koç Müzesi Balo Salonu'nda, İzocam'ın özel müşterileri, geçmiş dönem müdürleri, çalışanları, yurtiçi ve yurtdışındaki temsilci ve bayilerinin de katıldığı 450 kişilik bir resepsiyon gerçekleştirildi. Dr. Bülent Bulgurlu'nun da katıldığı gecede İzocam Genel Müdürü A. Nuri Bulut, bayilerine, çalışanlarına, çözüm ortaklarına ve Koç Holding yöneticileri ile Koç Ailesi'ne teşekkür etti. İzocam'ın

40 yılda katettiği yolu gösteren filmin ardından sahne alan Dr. **Ferhat Göçer**, davetlilere keyifli bir gece yaşattı. 19 Şubat'ta Polat Renaissance Hotel'deki bayi toplantısına ise Dr. Bülent Bulgurlu, A. Nuri Bulut ve ekonomist **Ege Cansen** katıldı. Toplantıda, İzocam'ın yurtiçi ve yurtdışındaki temsilci ve bayileri hazır bulundu. Kutlamalar, **Grup Turkuaz**, **Ata Demirer** ve **Deniz Seki**'nin sahne aldığı gala yemeği ile son buldu.



Tekirdağ'da iki yeni mağaza

DemirDöküm'ün yetkili satıcısı Erna Mekanik, biri Çorlu, diğeri Çerkezköy olmak üzere Tekirdağ'da iki yeni mağaza açtı. DemirDöküm Genel Müdürü **B. Lütfü Kızıltan**, Genel Müdür Yardımcısı **Can Azergün** ve yöneticilerin katılımıyla 12 Şubat 2005 tarihinde gerçekleşen açılışa, DemirDöküm bölge bayileri, tali bayileri ve Tekirdağ halkı yoğun ilgi gösterdi. Çerkezköy Belediye Başkanı'nın da katılımıyla gerçekleşen törende, açılış kurdelesini B. Lütfü Kızıltan, kesti.



Koçtaş'tan mutfak seçenekleri

Koçtaş, mutfakını yenilemek isteyenlere farklı model ve renk seçenekleriyle geniş bir ürün yelpazesi sunuyor. İstanbul Kartal, İzmir Bornova ve Balçova ile Antalya'daki Koçtaş mağazalarında, kendi markası olan Fantasia Mutfak, İtalyan Spagnol ve Alman Nolte'nin en son modelleri bulunuyor. Uygun fiyatlar ve uzun vadeli ödeme seçeneklerinin yanı sıra Koçbank Kredi Kartı, Bonus Card, Axess ve Maximum kartla Fantasia mutfakları için peşin fiyatına 12 ay, Beko Mutfak için ise peşin fiyatına 10 ay taksit imkânı sunuluyor.

ENERJİ

OPET madeni yağ entegre sisteme geçti

Entegre sisteme geçen OPET Madeni Yağ, ISO 9001:2000 Kalite Yönetim Sistemi ve ISO 14001:1996 Çevre Yönetim Sistemi standartlarının gereklerini sağlayarak BVQI tarafından belgelendirildi. OPET Madeni Yağ A.Ş. Genel Müdürü **Murat Seyhan**, entegre sistemin kurulmasını tüm grup şirket yöneticileri, çalışanlar ve tedarikçiler ile birlikte sağladıklarını söyledi. OPET ilk olarak 1998'de ISO

9002:1994 versiyonu ile belgelendirildi. Geçen yıl TÜV CERT tarafından ISO 9001:2000 belgesi yenilendi. Belgenin günümüz kalite sistemine adapte edilmesi amacıyla BVQI tarafından OPET yeniden denetlendi. Bu denetleme sonunda ISO 9001:2000 Kalite Yönetim Sistemi ve ISO 14001:1996 Çevre Yönetim Sistemi sertifikalarını aldı. Bunun yanı sıra, OPET sektörde bir yeniliğe daha imza atarak;



sektörel

biyresel tüketiciye özel, otomasyon sistemi OTOBİLİM'i hizmete sunuyor. Bu sistem tüketicilere, araçlarından inmeden otomatik ödeme ve akaryakıt harcamalarını kontrol altına alma imkanı sağlıyor. OTOBİLİM ile tüketiciler, araç anahtarlarına takılacak özel bir anahtarlık (chip)

aracılığıyla yakıt alabilecek. Aynı anahtarlık sayesinde, OTOBİLİM üyelerinin akaryakıt alımları banka kredi kartlarına borç olarak yazılacak. Tüm işlemler elektronik ortamda yapıldığı için tüketiciler alışverişlerini kendilerine özel bir site üzerinden veya Çağrı Merkezi aracılığıyla takip edebilecek.

İş dünyası Türkler Sergisi'nde buluştu

Aygaz ve OPET; Royal Academy of Arts'da sergilenen Türkler: Bin Yılın Yolculuğu 600-1600" Sergisi kapsamında 16 Şubat'ta, iş ve finans çevrelerini buluşturan bir davet düzenledi. Londra'da 91'incisi yapılan IP Week (International Petroleum Week) sırasında gerçekleşen davete ilgi büyüktü. Geceye Ömer M. Koç, Koç Holding Enerji Grubu Başkanı **Erol Memioğlu**, OPET Yönetim Kurulu Başkanı **Fikret Öztürk**, Enerji Grubu Koordinatörü **Cüneyt Ağca**, Aygaz Genel Müdürü **Mehmet Ali Neyzi**, OPET Genel Müdürü **Yavuz Erkut**'un yanı sıra, ekonomi ve iş dünyasından 400'ün üzerinde davetli katıldı.

AYGAZ güzeli Süheylalar sahiplerine kavuştu

Tüketicilere, 'Süheyla' reklamlarından tanıdıkları Ford Focus'u kazanma şansı veren "Aygaz Tüplügaz Hediye Çekilişi Kampanyası"nın talihlileri, ödülleri aldı. Büyük ilgi gören kampanyaya katılmak için son gün gönderilen 97 bin 947 SMS ile de bir rekor kırıldı. Aygaz'ın tüplügaz kullanıcılarına yönelik olarak düzenlediği Tüplügaz Hediye Çekilişi Kampanyası talihlilerine hediyeleri, 11 Şubat 2005 Cuma günü yapılan bir törenle teslim edildi. Tokat'tan Mustafa Abay, Adana'dan Duygu İlter ve Samsun'dan Adem Demir, ödülleri Kuruçeşme Divan'da gerçekleştirilen törende Aygaz Genel Müdürü Mehmet Ali Neyzi'den aldı.



OPET'ten öğrencilere çevreci yarışma

OPET, ilköğretim öğrencileri arasında çevre koruma bilincini artırmak amacıyla, "doğa" temalı bir yarışma düzenliyor. OPET bu yarışmayı, geçtiğimiz yıl başlattığı "Yeşil Yol Kampanyası" çerçevesinde, Eskişehir'deki ilköğretim okulları arasında düzenliyor. Yarışma; resim, şiir ve kompozisyon kategorilerinde olmak üzere, "doğayı koruyun, o da sizi korusun" temalı olacak. Eskişehir'de 350 ilköğretim okulunda öğrenim gören 100 bin civarında öğrenciyi kapsayacak olan ve Eskişehir İl Milli Eğitim Müdürlüğü tarafından 10 Şubat'ta duyurusu yapılan yarışmanın birincileri, 20 Nisan'da düzenlenen bir törenle ödülleri alacak. Üç kategoride yapılacak olan yarışmada, her kategoride ilk üç olmak üzere dereceye girecek toplam dokuz öğrenciye, İstanbul gezisi, OPET bursu ve para olmak üzere çeşitli ödüller verilecek.



BİLGİ

KoçSistem-Soft işbirliği ile lojistik sektörüne “dış kaynak” hizmeti

Bilgi teknolojileri sektöründe Türkiye'nin yüzde 100 yerli sermayeli lider çözüm entegratörü KoçSistem ile Türkiye'de lojistik ve taşımacılık sektörünün lider çözüm sağlayıcısı yerli yazılım şirketi SOFT Bilgi İşlem işbirliği yaptı. Bu işbirliğiyle Türkiye'de lojistik ve taşımacılık sektörünün bilgi teknolojileri ihtiyaçlarının dış kaynak kullanımı yoluyla karşılanarak, bu sektördeki şirketlerin ana işlerine odaklanmaları hedefleniyor.

İşbirliği kapsamında lojistik sektöründeki firmalara yönelik olarak düzenlenen “dış kaynak hizmetleri” konulu etkinlikte, şirketlerin bilgi teknolojilerinde ihtiyaç duydukları hizmetleri dış kaynak yoluyla aldıkları takdirde sağlayacakları zaman ve maliyet avantajları anlatıldı.

Prof. Dr. Asaf Savaş Akat ve **Prof. Dr. Deniz Gökçe**'nin, Türkiye ekonomisi ve gelecek beklentileri ile ilgili konuşmaları ile yer aldıkları toplantıda, katılımcıların soruları yanıtlandı. Etkinlikte KoçSistem Genel Müdürü **Gökhan Akça** ve SOFT Genel Müdürü **Erdal Kılıç** da yaptıkları konuşmalarla, dış kaynak hizmetinin taşımacılık ve lojistik sektörüne yeni bir soluk getireceğini vurguladılar.



Bilkom yüzde 100 büyüme ile rekor kırdı

iPod'un yeni modeli iPod shuffle ve bu yılın en gözde bilgisayarı olmaya aday Mac mini'yi Türkiye pazarına sunan Bilkom, 2005'i “gelişme yılı” ilan etti.

Moda, tasarım ve teknoloji tutkunlarının vazgeçilmez markası olan Apple'ın Türkiye'deki tek temsilcisi Bilkom, son yılların en yüksek büyümesini gerçekleştirdi. Bilkom, dünya teknoloji pazarında satış rekorları kıran ürünlerinden aldığı sinerji ile 2004 yılında yüzde 100'ün üzerinde büyüme gösterdi ve geliri 8.4 milyon dolardan, son 10 yıldaki en büyük cirosu olan 17 milyon dolara yükseldi.

2004 için öngörülen yüzde 50 büyüme hedefini aşan Bilkom, Türkiye BT pazarının 4 katı oranında büyüyerek bir rekora daha imza attı. Türkiye, Bilkom'un bu büyüme hızıyla Apple'ın CEMEA (Central Europe, Middle East and Africa) bölgesindeki 20'den fazla ülkesi arasından sıyrılarak gelirini en fazla artıran 4'üncü ülke oldu.

Geleceğin yetenekleri Türkiye Robotik Turnuvası'nda yarışacak

Çocuklara bilim ve teknolojiyi sevdirmek, yaratıcılıklarını geliştirmelerine imkân sağlamak ve takım çalışmasına yatkınlıklarını artırmak amacıyla Smartkids tarafından Türkiye'de ilk kez düzenlenen “Türkiye Robotik Turnuvası”, 19 Mart 2005'te Rahmi M. Koç Müzesi'nde gerçekleştirilecek. Amerikan FIRST Vakfı ve Lego firmasının 1998 yılında Amerika'da düzenlemeye başladığı, dünya çapında 14 ülkeye yayılan turnuva, Türkiye'de FLL'nin temsilcisi Smartkids tarafından düzenleniyor. 9-16 yaş arasındaki genç mucitlerden oluşan takımlar sekiz hafta içinde Lego Mindstoms setlerini kullanarak yaptıkları robotlarla turnuvaya katılacaklar. Yaşayan müze felsefesini kültür, sanat ve eğitim adına gerçekleştirdiği çalışmalarla kanıtlayan Rahmi M. Koç Müzesi ise çocukların yaratıcılıklarını geliştirmek adına Türkiye'de ilk kez gerçekleştirilecek olan “Türkiye Robotik Turnuvası”na ev sahipliği yapacak.





Prof. Dr. Halil Mete Soner, yüksek oranda atıfta bulunulan 300 matematikçiden biri oldu.

“Bilim ligi”nde bir Koçlu var

Koç Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dekanı Prof. Doktor **Halil Mete Soner**, “Uluslararası Bilim Ligi”nin Yüksek Atıf Listesi’ne seçilen ilk Türk bilim adamı olarak göğsümüzü kabarttı

Halil Mete Soner, uluslararası dergilerde yayınlanan makaleleri ve buna atıfta bulunma kriterine göre yüksek atıf listesine girdi. Ve böylece dünyada en çok atıfta bulunulan yaklaşık 300 matematikçiden biri oldu. Bu başarının öyküsünü konuşmak için çaldık Soner’in kapısını. Karşımızda başarılarla alışık, kendinden emin, son derece mütevazı ve tek ideali başarılı öğrenciler yetiştirmek olan bir bilim adamı bulduk. Birçok insan en ufak başarısını bile saatlerce konuşmak ister. Ancak Halil Mete Soner, sözü hep eğitime getirmek isteyen bilim adamlarından.

Ama yine de biz kendisinden uluslararası bilim ligi olarak tanımlanan Yüksek Atıf Listesi’ne giriş öyküsünü dinlemeyi başardık: “İnternet ortamında Web of Science adlı, bütün uluslararası dergilerde yayınlanan bilgileri toplayan ve bunlara yapılan atıfları belirleyen bir veritabanı var. Burası bütün dünyaca kullanılan tek ve en önemli veri tabanı olarak bilinir. Çünkü bütün dalları kapsayan bir tabanı vardır. Belli bir ücret karşılığında buraya üye olunabiliyor. Bizde de bu veritabanı YÖK tarafından kullanılır. Türkiye’deki bütün üniversiteler de YÖK üzerinden oraya abone dir. Burası 21 bilim dalında “Kimlere daha çok atıf yapılıyor” diye bir çalışma başlatmış. Bu şekilde de en çok atıf yapılan yaklaşık 300 matematikçi olduğunu belirlemişler. Ve bu listeyi ‘Çok yüksek oranda atıf yapılan araştırmacılar’ diye açıkladılar. Bu listede benim de ismim var. Bizim bilgimiz dışında yapılan bir çalışma. Bu çalışmada 20 yıllık bir dönem ele alınmış. Benim 60 makaleme, yaklaşık 1500 atıf yapıldığı tespit edilmiş.”

“Kendi yerimi biliyorum”

Şüphesiz, yıllarca başarılı çalışmalara imza atmış bir bilim adamının böylesi bir değerlendirme karşısında heyecanlanmasını beklersiniz. Ama yanılıyorsunuz; çünkü Soner, bunun doğal bir sonuç olduğunu düşünüyor. (Çok fazla mütevazı. Üniversiteden en yüksek not ortalamasıyla mezun olduğunu bile söylemedi. Göz ucuyla baktığımız diplomasından görüp sorduk.) Ama yine de Soner’e bu sonucun kendisini heyecanlandırıp heyecanlandırmadığını

sorduk. Yanıtı yine son derece mütevazıydı: “Başarı bir tek atıfta ölçülmez, çünkü insanın yaptığı çalışmanın yeri bellidir. Yine de orada olmak iyi bir şey. Çünkü orada olmazsanız da niye yoksunuz deniyor. Ama yakın çevrem daha çok sevindi. Burada zaten çok ciddi bilimsel çalışmalar var. Bu nedenle Koç Üniversitesi için belli bir prestij sağlamayı umuyorum.”

Oğlu için döndü

Halil Mete Soner’den hayat hikayesini dinlediğimiz zaman bu başarısının tesadüf olmadığını görüyoruz. Çünkü Soner’in eğitim geçmişinde Ankara Fen Lisesi, Ortadoğu Teknik ve Boğaziçi Üniversitesi gibi köklü eğitim kurumları var. Ve ardından Amerika’da 20 yıl sürdürdüğü akademik çalışmalar. Soner, Amerika’da edindiği kariyere rağmen 2000 yılında oğlu Mehmet Ali’yi Türkiye’de büyütmek için yurda dönmüş. Ve döner dönmez de Amerika’dayken de bağlarını koparmadığı hocası ve şimdiki Koç Üniversitesi Rektörü **Prof. Dr. Attila Aşkar**’ı aramış. Aşkar’ın üniversitesinde iş teklifi üzerine Koç Üniversitesi’nde matematik hocalığı yapmaya başlamış. Soner, son üç yıldır da İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dekanlığı yapıyor.

Türkiye’de iş akışı farklı

Elbette, 20 yıl yurtdışında yaşamış biri olarak Soner de Türkiye’ye geldiğinde birta-



“Koç Üniversitesi’nde çok iyi bir öğretim kadromuz var; çoğu yurtdışında doktora yaparak geliyor.”

kım zorluklar yaşamış. En çok da Türkiye’deki iş akışı konusunda zorlanmış: “Türkiye’deki iş akışı Amerika’dan çok daha farklı. Ona alışmam çok uzun sürdü. Amerika’da bir buçuk yıl önce bir bilimsel toplantıyı hazırlarız ve o belirlediğimiz gün olur. Burada ise daha değişik çalışılıyor. Ama en zor işlerin devletle olan işler olduğunu söyleyebilirim. Örneğin vergi ödeme konusu çok zor. Amerika’da bir mektup geliyor ve ‘verginizi ödeyin’ diyorlar. Bir çek yazıp postayla verginizi ödüyorsunuz. Ama burada öyle bir şey olmadığı için ben bir yıl arabamın vergilerini ödememişim. Bunları ondan bundan duyarak öğrendim.”

Bursluların öncelikli tercihiyiz

Halil Mete Soner’in dekanlığını yaptığı İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi; iktisat, işletme ve uluslararası ilişkiler olmak üzere üç

bölümden oluşuyor. Burası üniversitenin en fazla öğrenci alan fakültesi olarak da öne çıkıyor. Soner, fakültelerine çok büyük bir ilgi olduğunu ve başarılı öğrenciler tarafından tercih edildiğini söylüyor. Halen fakültedeki öğrencilerin yüzde 15’i burslu okuyor. Soner’e başarılı öğrenciler tarafından fakültelerinin tercih edilme oranını soruyoruz: “Burslu öğrencilerin de öncelikli tercihleri arasındayız. Bazı üniversiteler yüksek puanlı öğrencilere laptop, burs ve özel yurt odası gibi çok fazla haklar veriyorlar. Bence öğrencilere sınavda çok başarılı oldu diye özel bir statü vermek yanlış. Çünkü kendilerini özel hissedip diğer öğrencilerden farklı davranıyorlar. Biz ise onlara iyi bir eğitim veriyoruz. Akademisyen olmak isteyen burslu öğrencileri yurtdışında çok çok iyi üniversitelere gönderiyoruz.”

Öğretim üyeleri titizlikle seçiliyor

Halil Mete Soner, fakültelerinin çok iyi bir öğretim kadrosuna sahip olduğunu altını çiziyor: “Çok iyi bir öğretim kadromuz var; bunu inanarak söylüyorum. Çoğu yurtdışında doktora yaparak geliyor.” İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, ihtiyacı olan öğretim üyeleri için bir yıl öncesinden ilan veriyor. Müracaat edenler ise çok ciddi bir mülakat ve takip sürecinden geçiriliyor. 2004 yılında bu bölüme yaklaşık 70 başvuru gelmiş. Kendisi de başarılı bir öğrencilik hayatı yaşamış olan Soner’e öğrencilere tavsiyelerini soruyoruz. Soner gülererek, “Herkes akademisyen olmasın” diyor ve ekliyor: “10 yıl içinde çok güzel bir üniversite yarattık. Türkiye’deki üniversitelerle Amerika’dakiler arasındaki en büyük fark, öğrencinin üniversiteye karşı olan tutumunda ortaya çıkıyor. Bunu değiştirmek için ciddi çalışmalar yapıyoruz. Öğrenciler sevdikleri dersleri alıp, onu ciddiye alsınlar. Bu onları başarıya götürecektir.”

■ Feride Cem

Halil Mete Soner kimdir?

1958 yılında Ankara’da doğdu.

Orta öğrenimini Eskişehir’de tamamladı; liseyi ise Ankara Fen Lisesi’nde okudu.

Üniversite sınavında ODTÜ Elektrik Mühendisliği bölümünü kazandı. Ancak, siyasi çalkantılar nedeniyle, bir yıl sonra tekrar sınava girerek Boğaziçi Üniversitesi’nin aynı bölümüne girdi.

1981 yılında üniversiteden 3.88’lik not ortalaması ile birinci olarak mezun oldu.

Üniversite rektörü Prof. Dr. Attila Aşkar’ın (Şimdiki Koç Üniversitesi Rektörü)

referansı ile Amerika’daki Braun Üniversitesi’nde uygulamalı matematik doktorası yaptığı; 1985 yılında mezun oldu.

Üç yıl başka bir okulda çalıştıktan sonra, 1988’de Princeton Üniversitesi’ne geçti. Burada uygulamalı matematik ve finans mühendisliği bölümlerinde çalıştı.

2000 yılında Türkiye’ye dönerek Koç Üniversitesi’nde çalışmaya başladı.

Sıkı bir Eskişehirspor taraftarı olduğu için üç büyükler olarak bildiğimiz İstanbul takımlarını tutmuyor.

MR çektilirerek sevginizi kanıtlamanız mümkün olur mu?

Vehbi Koç Vakfı Amerikan Hastanesi'nde 15 Şubat'ta Sevgililer Günü'ne özel bir basın toplantısı düzenlendi. Toplantının konuşmacısı ise hastanenin Uyku Bozuklukları Kliniği Şefi **Dr. Sabri Derman**'di. Derman, toplantıda aşka dair yaptığı ilginç açıklamalarla bir anda kamuoyunun gündemine oturdu.

Evet biliyoruz, gazeteler ve dergiler her 14 Şubat Sevgililer Günü'nde aşkla ilgili sıcak ve soft haberler yaparlar. Ama bu haberler genellikle göz ucuyla bakılan ve fazla üzerinde durulmayan "eğlence- li haber" denilen türdendir.

Bu defa durum çok farklıydı çünkü gazeteler habere "Aşkın formülü çözüldü" başlığıyla geniş bir yer verdiler. Konunun bu kadar ilgi görmesinin nedeni önemliydi. Çünkü Derman aşkın kaynağını, adını duyunca ciddileştirmiş "beyin" olarak gösteriyordu. Hal böyle olunca da gazeteler bu konuya detaylı yer verdiler.

Dr. Sabri Derman'ı Amerikan Hastanesi'nde ziyaret ederek aşka dair bilimsel bir röportaj yaptık.

Kamuoyu sizi aşkın sihrini çözen doktor olarak tanıdı. Bir bilim adamı olarak bunu nasıl değerlendiriyorsunuz?

Ne kadar enteresan. Ben 33 yıllık hekimim. Bu süreçte insan fizyolojisi hakkında ihtisas yaptım, çeşitli bilimsel yazılar yazdım, kimsenin umrunda değildi. Ama aşk meşk deyince müthiş popüler oldum. Bundan sonra kismetim açılacak herhalde. Aslında bu durumdan ne rahatsız, ne de mutluymum.

Peki "aşk" konusu ile yakınlığınız nere-

Dr. Sabri Derman, bir toplantıda, "Aşkın organı beyindir" deyince kamuoyunun gündemine oturdu.

Romantik aşkın fizyolojisi konusunda meslektaşlarına da seminer veren Dr. Derman'la aşka dair bilimsel bir röportaj yaptık

den kaynaklanıyor? Bu işin bilimsel boyutunu incelemeye nasıl karar verdiniz?

Bizim Amerikan Hastanesi doktorlarının haftada birkaç defa yaptıkları bilimsel toplantılar olur. Her toplantıda farklı bir konu anlatılır. Ben de 14 Şubat Sevgililer Günü yaklaşınca, meslektaşlarıma yönelik "Romantik Aşkın Fizyolojisi" diye bir seminer verdim. Bu hastanemizin doktorlarına, hemşirelerine ve dışarıdan gelen misafir hekimlere yönelik bir toplantıydı. Hastane çalışanları ve basın bu konuşmaya ilgi gösterince bu bir basın bülteni oldu. Ben işi böyle hesaplamıştım. Yani bilimsel bir toplantıda bir hoşluk olması için bu konuyu seçtim. İşin bilimsel boyutuna gelince, ben aşka, şairler yazarlar gibi romantik açıdan bakmam, beyin çalışma mekanizmaları açısından bakarım.

Yani uzmanlık alanınıza girdiği için bu konuya temas ettiniz?

Evet, ben bir nörofizyologum, 30 küsur senedir bu işi yapıyorum. Uyku bozuklukları, cinsel fonksiyon bozuklukları ve insan davranışıyla ilgilendim. Zaten ilgi ve bilgi alanım bu. Özellikle bu insanların aşk, bağlanma, sevmeye, tutulma gibi ilişkilerinde son yıllarda ciddi bilimsel gelişmeler oldu.

MR (Magnetik Rezonans) görüntüleme sistemleri teknolojisi çok ilerledi. MR'ın yeni versiyonları artık beyin hangi bölgesinin, hangi durumlarda etkilendiğini çok büyük bir hassasiyetle gösteriyor. Bu sayede farklı duygusal durumlarda beyin farklı bölgelerinin etkilendiğini öğrenebiliyoruz. Bu teknoloji FMRI (Fonksiyonel magnetik rezonans tomografisi ile görüntüleme teknolojileri) ile çok ciddi bir boyut kazandı.

Bu teknoloji ile davranışlarımızın da neredeyse fotoğraflarının çekildiğini görüyoruz.

Bu aletle beyne baktığımız zaman farklı durumlarda farklı kimyasalların etkilendiğini görmek mümkün. Sinirler arası etkileşimi sağlayan kimyasallar vardır. Bu maddeler değişik beyin bölgelerinde, değişik duygu durumlarında farklı düzeyde salgılanırlar.

Yani farklı durumlara farklı bölgelerden tepki geliyor öyle mi?

Örneğin yeni doğmuş bir annenin FMRI'ını çektiğinizi düşünün. Bu kadına bebeğinin resmini gösterdiğinizde beyin farklı bölgeleri etkilenebilir, eşinin resmini gösterdiğinizde farklı bölgesi etkilenebilir. Yani romantik sevgide insanın beyni farklı tepkiler gösteriyor.



Dr. Sabri Derman, insanların yoğun olarak yaşadıkları aşk duygusunu hastalık gibi göstermelerinin yanlış olduğunu söylüyor ve ekliyor: "Bu duygunun tadını çıkarın."

Daha da enteresan olanı ise ilk âşık olduğumuzda etkilenen bölge ile, o aşk ilişkiye dönüp oturduktan sonra etkilenen bölge farklı oluyor.

Yani artık insanlar birbirlerine sevgisini ispatlamak için MR çektilirip sevgililerine gösterebilecekler mi?

Belki günün birinde olacak. Bu duyguların güzelliği ve hoşluğu benim söylediklerimle elbette inkâr edilmiyor. Ben işin mekanizmasını anlamaya çalışıyorum.

Peki sizin bu çalışmalarınız sadece tespit

olarak mı kalacak? Yoksa tedavi amaçlı kullanmak mümkün olacak mı?

Benim yaptığım iş bir tespit olarak kalacak. Ben bu çalışmada insanların farkındalığını artırmak istedim. Bize tarihte Hamurabi Kanunları, Pasarofça, Karlofça antlaşmalarını madde madde ezberleteceklerine davranış, farkındalık ve iletişim öğretseler daha faydalı olacaktı.

Böyle durumlarda insanlar; "Sevdim abi ne yapayım?" diyorlar. Benim yaklaşımım bunların bir nedeni, kökeni olduğunu, bunun bir süreç olduğunu ve gelip geç-

Benim yaklaşımım aşkın bir kökeni ve bunun bir süreç olduğunu, gelip geçtiğini anlatmak. Bir insan senelerce bir kişiyi düşünüp, rüyalarında onu göremez; bunu anlatmak istiyorum.

tiğini anlatmak. Bir insan senelerce bir kişiyi düşünüp, rüyalarında onu göremez; bunu anlatmak istiyorum.

İnsanlara, "Âşık olabilirsiniz, bu da beyinden kaynaklanan normal bir durum mu diyorsunuz?

Romantik aşk, belirli bir fonksiyonun sağlanması için, yani belirli bir eş bulmak ve o eşle birleşmek, yavru yapmak ve o yavruları olgun yaşa getirmek bizim yapımız ise genlerimize kazınmış bir duygu durumundan söz ediyoruz demektir. Yani buna olağanüstü bir şeymiş gibi bakmak yerine bunun keyfini çıkar-malıyız. Aşk bir hastalık değildir, doğal hayatın çok gerekli bir parçasıdır.

Romantik aşkın özellikleri nelerdir, bunu nasıl anlarız?

Romantik aşkın üç unsuru vardır. İlk romantik aşkın bir tek objesi olur, ikincisi içinde mutlaka cinsellik vardır, üçüncüsü ise içinde mutlaka ümit vardır.

Bazı insanlar sık sık sevgili değiştirip, her defasında âşık olduklarını söylüyorlar?

Cumartesi âşık olup, pazar günü aşkı bitirenler ve "seviyeli ilişkiler" yaşayanlarda benim dediğim romantik aşk yoktur. O sevgi olabilir, hoşlanma olabilir hatta seks olur ama romantik aşk olmaz.

Aşka dair son sözünüz nedir?

Aşk konusunda değişik yorumlar var. Aşkla ilgilenen herkes Mevlana okusun. Çünkü aşk konusunda uhrevi ve dünyevi söylenebilecek her şeyi en güzel söylemiş insanlardan biridir Mevlana. Aşk biraz paraya ve şöhrete benzer. Eğer başınıza geldiği zaman siz kişiliği oturmuş bir insan-sanız aşk sizi olağanüstü yükseklerle taşır. İyi özelliklerinizi besler. Ama tam tersiyse aynı şekilde aşk kişinin içinde bulunduğu negatifleri artırır. ■ Feride Cem

Aygaz ile çocuklar daha dikkatli

Aygaz, 2002 yılının Nisan ayında başlattığı sosyal sorumluluk projesi kapsamında yayınladığı, “Dikkatli Çocuk Kampanyası ile hem eğlenelim hem öğrenelim” adlı kitabıyla çocukları bilinçlendirmeye devam ediyor



Türkiye'nin sorunlarını saymaya başladığımız zaman, bozuk ekonomi, işsizlik, eğitim, sağlık vs. diye devam ederiz. Ama Türkiye'nin en önemli sorunlarından birinin trafik olduğunu unuturuz. Ve hep unuttuğumuz için de trafik canavarı her yıl aramızdan binlerce insanı alıp götürmeye devam eder... Her kazanın ardından ülke olarak bu gidişe “dur” deme zamanımızın geldiğini ifade ederiz. Ama yine onca sorun arasından buna vakit ayırmayı unuturuz. Ama o kadar da umutsuz olmayalım. Çünkü bunu unutmayan kurumlarımız var. Bunlardan biri de Aygaz.

Aygaz 2002 yılının Nisan ayında başlattığı “Dikkatli Çocuk Kazalara Karşı Bilinçlendirme Kampanyası”nı sürdürüyor. Bugüne kadar 280 bin öğrenciye ulaşılan kampanya ile 2005'in Mart-Haziran aylarında 67 bin çocuğa daha eğitim verilmesi hedefleniyor. Aygaz, yaklaşık üç yıldır sürdürdüğü eğitim kampanyası ile Türkiye'nin dört bir yanında ilkyardımdan depreme, ev kazalarından trafiğe kadar çocukların eğitimine katkıda bulunuyor. Uzmanlar, Türkiye'de 5-14 yaş arası çocukların ölüm nedenleri arasında ilk sırada yer alan kazaların çoğunun, alınacak tedbir ya da gerekli ilkyardım uygulanması halinde ön-

Öğretmenlerin görüşleri

Çocukların büyük çoğunluğu dünyadan habersiz. Aileleri cahil, bir tek öğretmenler hayatlarına ışık tutuyor. Sizin verdiğiniz eğitim çok başarılı. Oyun yoluyla öğrettiğiniz için çocuklar bu bilgileri ömürleri boyunca unutmaz.”

(İstanbul/Gaziosmanpaşa – İsmetpaşa İlköğretim Okulu, öğretmen)

“Aygaz eğitim sisteminin boşluklarını ve eksiklerini tamamlıyor. Çocukların hafızasına Aygaz adı kazındı.”

(Bilecik/Merkez – Atatürk İlköğretim Okulu, öğretmen)

“Gülyüz ve sempatiyle çocukların sevgisini kazanmak çok güzel bir duygudur. İşini çok severek yapan bir kişi olarak sizin de benimle aynı duyguları paylaştığınızı gördüğüm için çok mutluyum.”

(Çankırı/Merkez – Güneş İlköğretim Okulu, öğretmen)

Aygaz'ın sevimli karakteri Aycan, çocuklardan büyük ilgi görüyor. Çünkü o çocuklarla eğlenceli oyunlar oynuyor ve onlara bu arada önemli trafik bilgileri aktarıyor. Bu yıl da Aycan'ın gitmeyi planladığı bir çok il var...



Aygaz, bu yıl çeşitli il ve ilçelerdeki 167 okulda yaklaşık 67 bin çocuğa eğitim vermeyi hedefliyor.

lenebileceğini söylüyorlar.

Bu söylemden yola çıkılarak geliştirilen sosyal sorumluluk projesi, bugüne kadar 60 il, 205 ilçe ve 629 okuldaki yaklaşık 280 bin öğrenciye ulaştı.

Yaklaşık bir yıl süren araştırma ve hazırlıklar sonucunda başlatılan kampanya, Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği IP-RA'nın her yıl düzenlediği Golden World Awards'da, 2003 yılında kurumsal sosyal sorumluluk kategorisinde birincilik ödülüne layık görüldü. 2005'te de tüm hızıyla devam edecek olan kampanya ile Mart-Haziran ayları arasında Sivas, Trabzon, Bayburt, Ardahan, Kars, Siirt, Şanlıurfa, Yalova, Çanakkale, Isparta, Uşak, Karaman, Niğde, Nevşehir, Aksaray ve İstanbul'daki 167 okulda yaklaşık 67 bin çocuğa eğitim verilmesi hedefleniyor.

Kampanya nasıl yürütülüyor?

Kampanyayı, konularında uzman olan kişilerden oluşturulan bir ekip yürütüyor. Bu ekip, gittiği yerlerdeki okullarda, bilgilendirici standlar hazırlıyor, posterler

asıyor ve kampanya için hazırlanan özel kıyafetleri giyerek çocuklarla biraraya geliyor ve eğitim başlıyor.

Kampanyayı eğlenceli hale getirmek için yaratılan ve ismi Aygaz'ı çağrıştıran karakter Aycan, oluşturulan interaktif ortamda sahneye çıkıyor. Çocuklarla, monopol mantığında hazırlanan eğitici oyunu oynuyor. Oyunda, eğitimlerde verilen bilgiler pekiştiriliyor. Müzik ve dansla geçen bu bölümün ardından eğitime katılan her öğrenciye bir Aycan çantası ve Dikkatli Çocuk Sertifikası veriliyor. Çantanın içinde broşür, kalem seti, bere/kaşkol ve eğitim konularını-öğrencileri de oyuna katarak-pekiştiren, pedagogların desteğiyle hazırlanmış olan “Yaşamak Güzel Arkadaşım” isimli müzikli çocuk oyununun ücretsiz tiyatro davetiyesini alabilecekleri Aygaz bayiinin adresi bulunuyor. Ayrıca çocuklar, kampanya ile ilgili bilgi edinebilecekleri ve ekiplerin nerede olduğunu öğrenebilecekleri web sitesi ile www.dikkatlicocuk.com.tr tanıştınıyor. 📞

Çocuklardan gelen mektuplar

Gene gelin

Bu okul çok eğlenceliydi. Çünkü Aycan bizi ziyarette geldi. O çok tatlı, bizimle oyun oynadı. Abiler ve ablalarla birlikte bizi ziyaret etti. Bize çok güzel şeyler öğrettiler. Geldikleri için çok teşekkür ediyorum. Gene gelin sizi çok seviyorum. Sizin bizi unutmayın.

Anıl Şen

En büyük Aycan

Bugün ben burada çok eğlendim. Oyun oynadık, trafik kurallarını öğrendik. Aycan çok tatlı. Bizimle ilgilendiğiniz için çok teşekkürler. Aycan ile çok güzel zaman geçirdik. Aycan'a çok çok teşekkür ederim.

İlhan Bayraktar

Sarıyerli çocuklara Koç öğrencilerinden büyük destek

Koç Üniversitesi'nde okuyan 13 öğrenci,
Sarıyerli öğrencilere verdikleri büyük eğitim
desteği ile takdir topluyorlar



Bu öğrenciler, eleştirel düşünme amacını en iyi yansıttığını düşündükleri için projeye “Düşünebilen Çocuklar” adını koydular. 18 Aralık'ta başlayan ve 12 hafta sürmesi planlanan bu proje 14 Mayıs'ta bi-

tecek. Koç'lu öğrencilerin hedef kitlesi ise Sarıyer'de oturan ilköğretim 6'ncı sınıf öğrencileri. Şimdilik bu çalışma Rumeli Kavağı Rıfka Güney Kıldırın İlköğretim Okulu ve Balahatun İlköğretim Okulu ile birlikte yürütülüyor.

Bu okulların öğrencileri arasından, maddi durumu yetersiz, ailevi sorunları olan, sosyal çevresine uyumda zorlanan, derslerindeki potansiyeli kullanamadığı düşünülenler tespit edilerek, cumartesi günleri Koç Üniversitesi sınıflarında ders veriliyor.

Koç Üniversitesi gönüllüleri, çocukları on altı yaş kişilik 3 sınıfa bölüyor ve her gönüllü aynı bir derse girecek şekilde eğitim veriyor.

Proje sorumlusu **Sanran Gülşen**, bu çalışmayla şu anda 48 öğrenciye ulaştıklarını söylüyor. Gülşen projenin amacını şu şekilde özetliyor: “Çocukların yaratıcılıklarının, dil, sosyal ve sayısal becerilerinin geliştirilmesi öncelikli amacımız. Aynı zamanda çocukları çeşitli konularda bilgilendirmek de amaçlarımız arasında. Ve aldığımız sonuçlar amacımıza ulaştığımızı gösteriyor.”

Fikir Van'da oluştu

Peki, “bana ne'ciliğin” yükselen düşünce olduğu bu dönemde, bu gençler nasıl bir araya geldiler ve hafta sonlarını bu işe ayırmaya karar verdiler. Sorunun cevabını projede gönüllü olarak yer alan **Mü-**

berra Yılmaz ve **Bilal Arpacı**'dan alıyoruz: “Bu fikir TEGV'in (Türk Eğitim Gönüllüleri Vakfı'nın) her yaz çeşitli doğu illerinde yaptığı projelerden birinde aklımıza geldi. 2002 yazında, Van'daki projede yaratıcılık, zekâ geliştirme, sanat üzerine birçok aktivite vardı. Bu proje sonunda okula gelince, “Biz neden burada benzer bir proje yapmıyoruz?” diye düşündük. Okulumuz psikoloji bölümü öğretim görevlilerinden, aynı zamanda kulüp danışmanımız olan **Sami Gülgöz'e** gittik. Gülgöz'ün önerisi üzerine TEGV'in

genel kavramlarla ders verilerek çocuklara matematiğin sevdirelmesi amaçlanıyor.

11.30-12.45 saatleri arasında ise; “Oku-Düşün-Yap” programı uygulanıyor. Burada Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı'nın hazırladığı, yaratıcılık ve dil becerilerini geliştirme üzerine 11-13 yaş grubuna hitap eden ders kitabındaki konular işleniyor.

Üniversiteli abla ve abilerinden eğitim alan öğrenciler, öğle arasında ise Koç Üniversitesi'nde hizmet veren Planet Ca-

Ne dediler?

Her şey çok güzel

En çok matematik dersini seviyorum. Çünkü bana diğer derslerden çok daha pratik geliyor ve okulda da yardımcı oluyor. Buraya gelmekten çok memnunum çünkü matematik dersi var. “Oku-Düşün-Yap” dersi de beni çok eğlendiriyor ve hayal gücümü genişletiyor. Hoşuma gitmeyen hiçbir şey yok.

Erhan Ömeroğlu/Rıfka Güney Kıldırın İ.O.

Öğretmenim çok iyi

“Oku-Düşün-Yap”ı çok seviyorum; çünkü çok zevkli geçiyor ve yaratıcılığımızı geliştiriyor. Matematik de çok zevkli ve okul derslerimde de yardımı oluyor. Ayrıca öğretmenim çok iyi. Buraya gelmekten çok memnunum. Bence projede hiçbir eksik yok ve her şey çok güzel. Birçok yeni arkadaşım oldu. Matematiğim gelişiyor. Eğer şansım olsaydı bir dahaki sene yine gelmek isterdim.

Ezgi Koyuncu/Balahatun İ.O.

Sosyal bilincimiz arttı

Bence “Düşünebilen Çocuklar” projesi hem biz gönüllüler için hem de katılan çocuklar için çok faydalı. İletişim gücümüz artıyor ve sosyal bilincimiz gelişiyor. Dünyaya çeşitli pencerelerden bakmayı öğreniyoruz. Çocuklar için ise, verilen eğitimler bence gerçekten yararlı. Hem okullarına yardımcı oluyor, hem de günlük yaşamlarına, sosyal ilişkilerine.

Burhan Denek/Aktivite dersi gönüllüsü



Koç Üniversitesi'nin eğitim gönüllüsü öğrencileri cumartesi günlerini eğitime ihtiyaç duyan çocuklara ayırmaktan büyük keyif aldıklarını söylüyorlar.

hazırladığı “Oku-Düşün-Yap” kitaplarıyla çalışmaya karar verdik. Daha sonra geniş bir gönüllü kitlesiyle beraber çalışarak işleyeceğimiz dersleri belirledik. Aktivite ve matematik isimli derslere zekâ, yaratıcılık ve sanatla ilgili birçok aktivite yerleştirdik.”

Dolu dolu eğitim ve aktivite

Bu proje kapsamında öğrenciler, cumartesi günleri saat 9.30'da okullarından alınarak servislerle Koç Üniversitesi'nin Sarıyer'deki binasına getiriliyorlar. 10.00-11.30 saatleri arasında öğrencilere matematik dersi veriliyor. Bu derste birçok öğrenci için sıkıcı ve anlaşılabilir olan matematik eğlenceli hale getiriliyor. Konular ve formüller ezberletilmeden,

fe'nin sponsorluğunda dağıtılan poğaçalar ve meyve suları ile karınlarını doyurup günün ikinci yarısına hazırlanıyorlar. Yemekten sonra ise öğrencileri eğlenceli ve tabii eğlenceli olduğu kadar da eğitici aktiviteler bekliyor. 13.15-15.00 arasında uygulanan aktivite programında sağlık-bağımlılık eğitimleri ağırlık kazanıyor.

Bilgisayar eğitimi, kilden maketler, cam bardak boyamalar, yaratıcılık ve grup çalışması adına okullarda yapılamayan çeşitli aktiviteler ve eğitimler çocuklar tarafından büyük bir mutlulukla yapılıyor. Koç Üniversitesi'nin gönüllü eğitim elçileri sayesinde mutlu bir gün geçiren öğrenciler saat 15.00'da yine servislerle okullarına bırakılıyorlar. ☺

Sanran Gülşen- Proje Sorumlusu

Sabırsız gözlerle güne başlamak

Cumartesi günlerine heyecan dolu, sabırsız gözleriyle güne başlıyoruz. Her derste bambaşka, yepyeni şeylerle karşılaşıyoruz. Ders geçişlerinde verilen molalarda çocukların dekor maketlerinde kendilerini bulması, küçük havuzun etrafında koşuturup çimlere atlamaları, hatta iki adım ötedeki lavaboya gitmek için koca fakülte binasını dolaşmaları bile çocuklarda tarif edilemez bir enerji olduğunun küçük kanıtları.

Bu projeye katılırken Koç Üniversitesi Gönüllüleri'nin bir üyesi olarak bu projeden kazanabileceğim bir şeyler olduğu aklımın ucundan geçmezdi. Ama geçen sene ilkin düzenlediğimiz bu projeyi bu sene de yaşatabilmek için sarf ettiğimiz onca çabaya fazlasıyla değer. Velilerin çocuklarını okullarına bırakırken servis görevlilerine ettiği dualar da bunun en iyi kanıtı.



Otomobillerin ruhunu okuyan gazeteciyle bir yol sohbeti

“Ford ile Yollarda” bölümümüzün bu ayki konuğu gazeteci **Ufuk Sandık**. Sandık, arabalara farklı bir şekilde yaklaşıyor ve onların ruhunu anlamaya çalışıyor. Otomobil yazıları ve televizyon programlarıyla tanınan Sandık ile otomobillere ve yollara dair keyifli bir yolculuk yaptık

Hava soğuk ve karlı bir İstanbul cuması... Ford ile tam gaz yola çıkıyoruz. Yönümüz balık lokantaları ve plajı ile ünlü, Boğaz'ın Anadolu yakasında Karadeniz'e en yakın yerleşim yerlerinden biri olan Poyrazköy. İtiraf etmeliyiz ki, böylesi karlı bir günde köye ulaşmak için izlediğimiz virajlı daracık asfalt yollar, bizi epey korkutuyor. Ancak korkumuz bir süre sonra yerini şaşkınlığa bırakıyor. Çünkü biraz daha ilerleyince yolda tek bir kar tanesine rastlamıyoruz. Poyrazköy'e ulaşmak çok da zor değil. İstanbul'un kargaşasından kurtulmak isteyenler için ideal bir yer olan Poyrazköy'e, Anadolu Feneri'ne giderken solda bulunan Poyrazköy yön levhası izlenerek ulaşıyor.

Nüfusu fazla kalabalık olmayan köy, tepeye kurulmuş. Köye girmeden karşınıza bir yol ayrımı çıkıyor. Eğer tercihinizi soldan yana kullanırsanız, Poyrazköy'ün yaz aylarında özel yatlar ve teknelerle dolup taşan ve denize girmek için temiz sayılan plajına ulaşıyorsunuz.

Sağdaki yolu kullandığınız zaman ise köy merkezine gidiyorsunuz. Biz sağa dönüyor ve köy merkezine gidiyoruz.

Bu sevimli köyün balıkçı tekneleri, küçük limanda demir atmış bekliyor. Güneş yüzünü arada sırada göstermesine rağmen üşüdüğümüz ve açığımız için bir balıkçı lokantasında mola veriyoruz.

Konuğumuz bir otomobil tutkunu



Sık sık seyahat eden Ufuk Sandık'la Anadolu yakasının Karadeniz'e en yakın yerleşim yerlerinden biri olan Poyrazköy'e gittik...

ve Avrupa'da yılın otomobilini seçen “Car of The Year” jürisinin ilk ve tek Türk üyesi olunca konu dönüp dolaşıp otomobillere ve yolculuklara geliyor.

İletişim ve uyum önemli

Hayatı seyahatlerle geçen Sandık için yolculuk; iş, yorgunluk ve yeni yerler tanımak demek. Çünkü o işi gereği sürekli seyahat etmek zorunda. Sandık, 18 yıllık meslek hayatında dört pasaport eskitmiş. Bu sürenin tamamına yakın bir bölümünü otomobilleri tanımakla, yazmakla ve anlatmakla geçirmiş...

Çünkü o Hürriyet Otoyol gazetesini Yayın Koordinatörü ve CNN Türk'teki 7. Vites programının yapımcısı.

Otomobiller arasında seçim yaparken en çok neye dikkat ettiğini soruyoruz kendisine: “Ben her otomobilin kendi ruhu olduğuna inanırım. Bu nedenle otomobil seçerken dikkat ettiğim en önemli kriter, ruhların uyuşması. Otomobilin, sahibi ile iletişim kurması gerekir. Koltuğa oturduğumda kendimi rahat, iyi ve güvende hissediyorsam, ellerim direksiyonla buluştuğunda uyum sağlayabileceğimizi anlıyorsam, o benim otomobilim olabilir demektir.”

Sandık'ın ilk otomobili 1960 model, “benden yaşlı” dediği bir Volkswagen'miş. Beyaz renkli kaplumbağanın torpido gözü yokmuş. Eşyaların konması için hasırdan bir rafı varmış. Ancak buna rağmen Sandık, “radyosu orijinaldi” dediği arabasından hüzünlü bir şekilde ayrılmış.

“Kadın sürücüler enteresan”

Ufuk Sandık, Türkiye'deki otomobil meraklılarının yenilikleri yakından takip ettiklerini düşünüyor. Türkiye'deki otomobil tutkunlarının tasarım, konfor, performans gibi konularda Avrupa'daki sürücüler gibi yenilikleri takip ettiğinin ve aynı kaliteyi aradıklarının altını çiziyor. Çoğu otomobilin artık teknolojik olarak birbirine benzediğini anlatan Sandık'a



“Tatillerde Türkiye'deyim”

Hayatının ciddi bir bölümünü seyahatlerle geçiren Ufuk Sandık, Türkiye'de birçok yeri görmesine rağmen yeterince yaşamamaktan şikâyetçi. Karadeniz'e ve Güneydoğu Anadolu'ya birçok kez gittiği halde tekrar gitmek istiyor. Sandık, tarihsel ve kültürel zenginliğimizin önemine de dikkat çekiyor ve bu değerleri bugüne kadar yeterince tanıyamamasının içini sızlattığını söylüyor. İlk gençlik yıllarında yaptığı tatillerden birinde karşılaştığı bir Alman turist Sandık'ı çok etkilemiş. Çünkü bu turist Sandık'a önce Türkiye'yi gezmesi yönünde tavsiyede bulunmuş ve Türkçe olarak “önce vatan” demiş. Ve o günden sonra tatillerini yurtiçinde geçirmeye özen gösterdiğini söylüyor Sandık.

Mesleği gereği dünyanın birçok ülkesini görme şansına sahip olan Ufuk Sandık, gezdiği yerler arasında en çok Rio ve Roma şehirlerinden etkilenmiş. Yeni kültürler tanımının, başka insanlarla tanışmanın kendisine yeni ufuklar açtığını belirtiyor. Sandık, son zamanlarda evini özlediğini ve seyahatlerin yorucu olmaya başladığını da itiraf ediyor; “Türkiye'den bazı merkezlere direkt uçuş yok ve yolculuklar yorucu oluyor. Test sürüşleri, toplantılar, yolculuklar, geri dönüşler ve aktarmalar... Gördüğüm yerler nedeniyle şanslıyım ama artık evimi özleyorum” diyor.

“Bulut olmadan asla”

Sandık'ın boş vakitlerinin çoğunu ise iki yaşındaki Golden cinsi köpeği Bulut'la geçirdiğini öğreniyoruz. Bulut'la zaman geçirmenin kendisini hem çok yorduğunu, hem de çok dinlendirdiğini söylüyor.

Sandık, Bulut'la olan sıcak ilişkisini şöyle anlatıyor: “Hafta sonları Bulut'la Şile-Kumburgaz'a gidiyoruz.. Çünkü suyu çok seviyor. Eğleniyoruz, koşuyoruz... Büyük bir keyif ama eve dönerken yorğun oluyoruz. Onunla olmak beni deşarj ediyor. Bulut, hayatımda çok önemli bir yer kaplıyor.”

■ Kadriye Çalışkan



Yeni bir kültür mü yenilik bir kültür mü?

Yenilikçilik artık sadece iletişimin değil iş hayatının da anahtar kelimesi. Günümüz iş hayatında var olabilmek için yeni ürünler, kavramlar ve hizmetler yaratmaya yönelik yetenekleri harekete geçirmeyi öğrenmek gerekiyor. Harvard Business School'un önemli eğitmenlerinden Rosabeth Moss Kanter de işte bu konuyu inceliyor...

2 1. yüzyılın altın kelimesi liderlik. Günümüzün liderleri; yenilikleri, bilgi alışverişlerini ve işbirliğini desteklemek için daha fazla zaman ayıracaklar. Bazı insanlar da fikir izcileri, değişim araçları, en iyi uygulama akıl hocaları, bilgi yöneticileri, ağ şampiyonları ve işbirliği elçileri gibi yeni unvanlara sahip olacaklar. Başarılı şirketler çalışanlarını yenilikler yaratma ve uygulama konusunda yetkilendirirler. Sınırlarını aşan ve işletmenin bütününe kapsayan ilişkiler geliştirir, çalışanlarını bilgi edinmek veya bilgiyi yaymak konusunda daha hızlı hareket etmeye, daha uzaklara ulaşmaya özendirirler. İşte bu iletişimin ta kendisidir. Çalışanları ve ortakları arasında küresel çapta bağlantı kurarlar; yatay iletişim ağlarını kullanarak nihai kullanıcılar için değer yaratmak üzere tüm işletmenin iş birimleri, tedarikçileri, müşterileri ve işbirliklerinde var olan tüm kaynakları harekete geçirirler.

İletişim stratejileri

Küresel stratejiler ve standartlar oluşturur ama yerel gereksinimler-

den ve yeniliklerden de ders alırlar; her şeyi tek merkezden yönetmeye hevesli olmadıkları gibi her birimin kendi başına iş yapmasına da izin vermezler. İşbirliğine yönelik yöntemler kullanırlar; iletişim ağlarından, sınır ötesi ekiplerden, tedarik zinciri ortaklıklarından ve stratejik işbirliklerinden yararlanırlar. Bunu, yenilikleri desteklemek ve yerel çaptaki yeniliklerden doğan bilgiyi her yere hızla ulaştırmak amacıyla yaparlar. Küresel bağlantıları, sürekli yeniliğin ve eşzamanlı uygulamanın getirisini daha da artırır. Bu şirketler gücünü çeşitlilikten alan bir birlik kültürü yaratır ve bir yandan herkesi "kalıpları kırmaya" özendirirken, diğer yandan da herkesi "aynı sayfaya" koymak için ortak birtakım araçlar ve ölçüler geliştirirler.

Bu türden yüce amaçları dile getiren pek çok şirket olmakla birlikte, şirketler bu ütöpik vizyonu gerçeğe dönüştürmekte ortak birtakım engellerle karşılaşırırlar. Birimler ancak "plan" gerekliliklerini yerine getirecek kadar çalışır; bu arada rakipler daha iyi bir fikir bularak oyunu değiştirirler. Alışıl-

mişin dışında projeler üretilmez; hep ivedi işlerin baskısı altında çalışılır, birbirinden uzak insanlar ve gruplar arasında işbirliği sağlanamaz. Yerel yöneticiler küresel ekiplere destek vermez, iletişim ağları ve işbirliklerinin getireceği yararlar hayal edilemez. Sınır ötesi çalışmalar yeterince desteklenmez ve ödüllendiril-

mez, yapılanların kimin eseri olduğu konusunda çelişkiye düşülür. Küçük, önemsiz konularda bir türlü yeterince iletişim sağlanamaz; yönetim dilleri konusunda kafalar karışıktır. Derebeylikler vardır, kıskançlıklar bitmez, çatışmalar olur ve işbirliği eksiktir. Sonuç olarak emir-komuta modeline geri dönmek; dinlemek, ikna etmek, değiştirmek, öğretmek ve benimsetmekten daha kolay hale gelir. İnisiyatif almayı ve hayal gücünü desteklemek, güveni ve iletişimi artırmak, etkili iç iletişim ağlarının ve dış dünya ile işbirliklerinin ardında yatan insan ilişkilerini sağlamlaştırmak için yeni beceriler, yeni davranışlar ve yeni roller gereklidir.

Yeni roller, yeni kültür

Yenilik kültürü yaratma süreci beklentilerle başlar. Rubbermaid ve 3M yenilikçiliği başlı başına bir odak noktası haline getirmişler, yenilikçilik için hedefler ve ölçümler koymuşlardır. Örneğin yeni ürünlerden belli bir kâr yüzdesi vermek gibi. Yenilikler konusunda yüksek hedefler ve olanaklar herkese açıktır. Dünya çapındaki şirketler her an ve her yerde beklerler. Sürekli iyileşme bir yaşam tarzı haline gelmiştir. Bir piramidin üç ayrı düzeyinde hareket yaratırlar:

1. Tepede geleceğe ilişkin birkaç büyük girişim, dolayısıyla ürün, teknoloji ya da pazar alanlarındaki yeniliklere yapılan en büyük yatırımlar yer alır.
 2. Ortada gelecek vaat eden ancak henüz yararı kanıtlanmamış deneyler, yeni maceralar, prototipler ya da diğer ayrıntı projeler bulunur.
 3. En altta ise çok sayıda büyük yenilikler, sürekli iyileşme çalışmaları ile çok kısa sürede gelir yaratacak, maliyetleri düşürecek, hızı artıracak ya da müşteri ilişkilerinde bir başarı yaratacak erken aşamadaki yeni fikirler alır.
- Ne var ki piramit durağan değildir. Çeşitli etkiler şirkette aşağıdan yukarıya, yukarıdan aşağıya, bir yandan diğer yana gider gelir. Büyük girişimler deney alanını etkiler ve nerelerde büyük katkılar yapılabileceğinin araştırılması için bir yapı oluşturur.

Bazen aşağıdan gelen alçakgönüllü fikirler birikerek daha büyük bir güce dönü-

şür; bu da, daha büyük bir noktaya ulaşacak yeni yeni olanakların kapılarını açar. Bir alandan çıkan projeler ve fikirler bir başka alandaki yeni düşünceleri tetikler.

Özel para kaynakları, yeni kavramların ve aksi halde bir tarafa atılabilecek yeni fikirleri, özellikle de sınırları aşan ve belli bütçe rakamlarının dışında kalan fikirleri geliştirecek kaynakların yaratılmasını ve uygulamaya geçirilmesini sağlayacak itici gücü harekete geçirebilir. Yenilik arayışını herkesin görevinin bir parçası haline getirmek insanların kendi görev tanımları ile sınırlanmaları gerektiği anlamına gelmez.

Bazı şirketler çalışanlarını kendi görevlerinin, şirketin ve sektörün dışında kalan fikirlerin peşinde koşan birer fikir izcisi olma yönünde desteklerler. Ben başka yerlerde ortaya çıkan yeni fikirler, yeni olanaklar ya da teknolojileri araştırmak için yapılan bu girişimler için "uzaklara yolculuk" terimini ortaya attım. Yaratıcılık alışılmış ortamların dışına çıkıp bakış açılarının çarpıştığı, geleneksel aklın sorgulandığı noktalara uzanmakla harekete geçer ve başarıya ulaşacak yeni fikirler de böyle ortaya çıkar.

Bazı şirketler diğer şirketlerin bu tür araştırmalar yapmalarına destek olurlar. Bazıları, insanların yeni olasılıklar keşfettiği her türlü olaya kucak açarlar; çalışanlarının izin dönemlerinde de dış ülkelere yaptıkları gezilerden bile yararlanırlar. Şirket içindeki insanlar farklı yerlerden gelmiş, farklı bakış açılarına sahip insanların katkıları ile fikirlerin birbirini beslemesi sonucunda birbirlerini de harekete geçirebilirler.

Yenilikçilik üzerinde on yıllar boyu yapılan araştırmalar, genelde kullanıcıların yenilikçiliğin başlıca uyarıcısı olduklarını ortaya koyuyor. Ne var ki, teknolojiler önemli ölçüde değiştiğinde müşteriler de değişime karşı çıkma konusunda yöneticilerin yanında yer alabilmektedir; özellikle de eğer yerleşik müşterilerin arzuları ya da çıkarlarını aşan yeni fikirlerini denemeleri ve bunlardan yeni dersler almaları gerekir.

Bu yazı, yazarının izni alınarak yayınlanmıştır.



FIAT ABARTH MOTORSPORTS PİLOTU VOLKAN IŞIK:

“Başarımızın altında Tofaş’ın inancı yatıyor”



Bir ralli tutkunu olan **Volkan Işık**, bu sporu kendine iş edinmekle yetinmiyor, otomobil kullanma bilincini ve kültürünü geliştirmek için büyük bir çaba harcıyor. “Fiat ve Volkan Işık ile Ralliye İlk Adım” adı altında ralliseverlere kurs veren Işık’la Kuruçeşme Divan’ın sık ve keyifli ortamında bir araya geldik. Ralli sporuna olan tutkusunu, katıldığı yarışları, bu sporun geleceğini ve hayatında çok önemli bir yer tutan eğitim yanını konuştuk.

İlk yarışında sekizinci oldu

Aslında Işık’ın otomobil aşkı çocukluk yıllarına dayanıyor... Çocukken tabaklardan direksiyon yapmış, halıların üzerine yaydığı arabalarıyla çeşitli hayallere dalmış...

Gençlik yıllarında ise çocukluk hayalinin

Türkiye’de motor sporları deyince ismini sayabileceğimiz bir kaç pilot var. Bunlardan biri de Volkan Işık. Fiat’ın sponsorluğunda, hafta sonları İzmit Körfez Pisti’nde meraklılarına ralli sporunu öğretmeye çalışan Volkan Işık’la Kuruçeşme Divan’da bir araya geldik

peşine takılmış ve hobi olarak pilotluğa başlamış. Uzun yıllar tekstille uğraşmasına rağmen şu anda gönül verdiği işi yapan Işık, bu işe başlama öyküsünü kısaca şöyle özetliyor: “Hobi olarak başladığım bu sporu çok sevdim. Ve bu spor için çok büyük uğraş verdim. Ralliye sadece spor olarak bakmanın ötesinde, benim için bir iş olmasını istedim. Bugün hobisini iş edinmiş şanslı insanlardan biriyim.”

Volkan Işık, otomobil kullanmaya başla-

dıktan sonra yeteneğini caddelerde fark etmiş. İçindeki merak günden güne artınca da kendisini otomobil yarışlarını izlerken, sonra da yarışırken bulmuş. “Bir kez de olsa denemeliyim” diyerek bir ralli otomobili almış. 1989 yılında sezonun son yarışına katılmış. 30 yarışmacı arasından sekizinci olan Işık sonuç için; “İyi ve çarpıcı bir sonuçtu” yorumunu yapıyor ve ekliyor: “Yarışmanın birincisi **Emre Yerlici** oldu. **Ali Bacioğlu** da yarışmacılar arasındaydı ve benim için o

bir idoldü. Bacioğlu’nun tüyleri diken diken eden bir stili vardı ve ben onunla aynı yarışta start aldım. Çok büyük bir heyecandı. Kendimdeki ışığı görmek istedim. Ben cesaretimi toplayıp başladım. Sekizinci oldum ve bu benim sporum dedim. 15 yıl nasıl geçti farkında bile değilim.”

Tofaş’tan gelen teklif

Dokuz yıl bu spora büyük emekler veren Işık için 1998 dönüm noktası oldu. Çünkü Işık, ilk uluslararası derecesini bu yıl aldı. 1998 Dünya Ralli Şampiyonası’nın bir ayağı olan Akropol’de 10’uncu, 1999’da aynı şampiyonanın Çin ayağında 6’ncı oldu.. Ve ilk defa bu şampiyonada puan alan Türk olarak tarihe geçti.

Işık, 1999 sonu itibarıyla, kendi inanç ve hedefleri doğrultusunda hareket etmek için takımından ayrıldı. WRC otomobil kullanma sevdası yüzünden 2000-2001’de pistlerden uzak kaldı.

Bu tarihten sonra Işık da Türkiye’de pek çok sporunun karşılaştığı sponsorluk sorunuyla başbaşa kalmış. Aldığı dereceye rağmen sponsor bulamadığı için 2002 yılına kadar çok fazla yarışlara katılamamış. 2002 yılında ise Tofaş kurduğu takıma pilot olması için teklif götürünce Işık’ın yarış sorunu çözülmüş ve pistlere geri dönme fırsatı bulmuş.

Ralli otomobili: Palio Super 1600

Volkan Işık, Tofaş-Fiat’ın bu spora inanarak yatırım yaptığının altını çizerek şöyle diyor:

“Palio Super 1600 ile Türkiye’ye ait bir proje geliştirildi ve ralli otomobili yaratıldı. Bu, dünyanın Türkiye’ye bakışı açısından da çok önemli.

Yurtdışı ile ortak bir projeydi ama sahibi Tofaş’tı. Çok çok önemli bir organizasyon ve adımdı. Tofaş, sporun içinde çok önemli bir yerde. Fiat çok önemli bir kurum. Palio Super 1600’ün altına imza atılması benim için çok büyük bir gururdur. Bizim Fiat Abarth Motorsports takımının başarısının altında yatan Tofaş’ın inancıdır. Şimdi de desteğini aynı şekilde devam ettiriyor.

Tofaş bu desteğini spora bakışı ve dünyaya karşı duruşu ile gösterdi. 21’inci yüzyılda artık otomobil sporu çağdaşlık ölçütü olarak görülüyor. Çünkü içinde teknoloji, sürat ve heyecan var. AB’ye

“Otomobil sporları, trafik kültürünün gelişmesine katkıda bulunur”



Fizik kondisyonunu korumak için az çay tüketiyor ve çayını şekersiz içiyor. Kahve, alkol ve sigara içmiyor. Sürekli spor yapıyor. “Konsantre olmam için spor yapmam lazım. O zaman her şeyden kopabiliyorum” diyor.

Işık’a göre Türkiye’de bilinçli otomobil kullanmayı bilen yok. Bu bilinç yeni yeni oluşuyor. Işık otomobil kullanma kültürünün ve bilincinin gelişmesine otomobil sporlarının bir ilaç olacağını düşünüyor.

Direksiyona geçtiği zaman hatasız kullanmayı, sponsorlarını ve kaza yapmamaı düşünüyor.

Çok yavaş araba kullandığı için herkesin kendisinden sıkıldığını ve şikâyet ettiklerini söylüyor. Hatta ona arkadaşları “Hepsi bu mu?” diyerek takılıyorlarmış. Işık, “Kendinizi caddelerde keşfediyorsunuz ama keşfettiğiniz an spora doğru yönelmelisiniz. Sporun içine girdiğiniz zaman da artık caddelerde hiçbir şey yapmıyorsunuz ve çok yanlış araba kullanıldığını görüyorsunuz.”

girme hesapları yapan Türkiye için önemli bir gösterge. Bugün Formula 1, Dünya ve Avrupa Ralli Şampiyonası’na ev sahipliği yapılacak olması tesadüf değil. Bunlar otomobil sporundaki insanların ve organizasyonların başarıları. Türkiye’ye girdi sağlamak gibi birbirleriyle aslında çok bağlantısı olan temel konuların yanı sıra yine bu çerçevede düşünerek bu spora önem vermemiz gerekiyor. Çünkü otomotiv sporu bir turizmdir. Türkiye’nin bunlara ihtiyacı var. Ralli sporunun turizm yönünü öne çıkarmak lazım. Kurumların ve toplumun bunun farkında olması gerekiyor.”

Eğitime yoğun ilgi var

Volkan Işık 2001 yılından bu yana kendisini “sporu anlatmak”la görevlendirmiş ve bu amaçla eğitimlere başlamış. Bireysel

olarak başlayan eğitimler zamanla büyük bir gelişim göstermiş. Şimdi hafta sonları İzmit Körfez Pisti’nde, Fiat’ın ana sponsorluğunda “Fiat ve Volkan Işık’la Ralliye İlk Adım” adı altında bu sporu öğrenmek isteyenlere eğitim veriyor.

2002’den bu yana 400 kişiye eğitim verilmiş. Bu yılın sonunda ise eğitim alanların sayısının 700’e çıkması bekleniyor. Işık, bu eğitimleri şöyle özetliyor: “Burası gerçek bir okul değil, seminer düzenliyoruz. Ama öyle bir yere doğru gidiyor ki, ileride okul olacak. ‘Ralliye İlk Adım’ seminerleri yapıyoruz. İlgi güzel, katılım çok iyi. Özellikle gençler arasında artan bir ilgi var. Genelde 20 ve 30’lu yaşlar ağırlıkta ama çok geniş bir skala söz konusu bu sporda. Daha çok maddi özgürlüğünü de elde etmiş kişiler bu spora ilgi gösteriyor.”

■ **Kadriye Çalışkan**

Abdülkadir Bravo Yeni bir OPET'li

Abdülkadir Bravo,
10 yıl başka bir
şirketin bayiliğini
yapmış. Bir buçuk
yıl önce ise
Bursa'daki OPET
bayiliğini almış.
Bravo'ya OPET'e
geçme öyküsünü ve
Koç Topluluğu'na
dahil olmasının
kendisine neler
kazandırdığını
sorduk

Rekabetin yoğun olduğu enerji sektörünün, stratejik konuma sahip yüksek tonajlı terminalleriyle bir numaralı yakıt ikmalcisi olan OPET, sürücülerin olduğu kadar sektörde faaliyet gösterenlerin de dikkatini çekiyor. Güçlü altyapısı, gerçekçi vizyonu ve ülkeye olan inancı ile son on yılın en hızlı ve en tutarlı büyüyen petrol şirketlerinden biri olan OPET, bünyesine yeni bayiler dahil etmeyi sürdürüyor. Biz de bu ayki bayi röportajımızı altıncı Anadolu Buluşmaları'nın gerçekleştiği Bursa'da, OPET kervanına yeni katılan Nurpet'in sahibi **Abdülkadir Bravo** ile yaptık. Büyük buluşmadan bir gün önce bize Bursa'daki ofisinde ev sahipliği yapan ve sorularımızı yanıtlayan Bravo, bir buçuk yıl önce Koç Topluluğu'na katılan yeni bir OPET'li. 10 yıl boyunca başka bir petrol şirketinin bayiliğini yapan Bravo ile OPET'e geçme öyküsünü, bu değişimin kazandırdıklarını, sektörü ve Koç Topluluğu'na dahil olmanın anlamını konuştuk

Bursa'da faaliyet gösteren bir OPET bayisisiniz. Koç Topluluğu'nun üyesi olmaya ne zaman ve nasıl karar verdiniz?

Aile olarak petrol işine 1993 yılında başladık. Eski firmamızla 10 yıllık bir sözleşmemiz vardı. 2003 yılında bu sözleşme sona erdi. Ancak bu işi devam ettirmek istiyorduk. OPET'in Koç Topluluğu ile birleşmesinden sonra OPET'le çalışma isteği duyduk. Bunun başlıca gerekçesi ise daha fazla sinerji elde edebileceğimdi. Sağ olsunlar birkaç görüşmeden sonra kendileriyle anlaşma imzaladık.

Petrol işinde şirket olarak sürekli büyüme hedefimiz var. Biliyoruz ki hedef olmadan başarı sağlamak mümkün değil. Hedefimize ulaşmak için Koç Topluluğu bünyesindeki OPET'le çalışma kararı aldık. İyi ki OPET bayii olmaya karar verdik. Kendimizi Koç bünyesinde gerçekten güvende hissediyoruz.

OPET bayisi olduktan sonra satışlarınızda nasıl bir değişim yaşandı? OPET'in Bursa'daki pazar payı nedir?

Öncelikle çok büyük farklılıkların olduğunu söyleyebilirim. Eskiden günde ortalama 8-9 bin litre satışı vardı. Şu anda 19-20 bin litrele ulaştık. Ayrıca daha önceleri hafta sonları 2-3 bin litre olan satışlarımız da şu anda 13 bin litrele kadar çıktı.

Bu bizim için çok büyük bir gelişme. Satışlardan son derece memnunuz. Bursa'da 7 tane OPET bayii var. Onların da satışlarının iyi olduğunu biliyoruz. Çünkü piyasada Koç Topluluğu'na müthiş bir güven var. Biz de bu güven-den büyük destek alıyoruz.

Tarkan'lı reklam kampanyalarının ardından satışlarda nasıl bir değişiklik yaşandı?

Tarkan'lı reklam kampanyasının satış oranlarımızın artmasında önemli bir katkısı oldu. Bursalıların reklam kam-



Koç Topluluğu şirketlerinde gördüğü dayanışmanın kendilerini çok memnun ettiğini söyleyen Bravo, bunun güven duygularını artırdığını da sözlerine ekliyor...

panyasından önce de OPET ürünlerine yoğun ilgisi vardı. Ancak reklam, satışlarda önemli ölçüde artış sağladı. Reklamın satışlar üzerinde gerçekten çok önemli olduğunu gördük. Bunu müşterilerimizin "Tarkan'ın benzininden istiyoruz, yeni benzinden istiyoruz" sözlerinden çok açık bir şekilde anlayabiliyoruz.

Son yıllarda yaşanan rekabet ortamında önemi artan müşteri memnuniyetini sağlamak için neler yapıyorsunuz?

Müşteriler için ilgi çok önemli. Bu nedenle müşterilerimize özel ilgi gösteriyoruz. Bire bir sahada bulunup isteklerini anlamaya ve yerine getirmeye çalışıyoruz. Özellikle OPET'in "Temiz Tuvalet Kampanyası" müşterilerimiz tarafından takdirle karşılanıyor ve çok olumlu sonuçlar elde ediyoruz. Daha önce insanların kafasında "Benzin istasyonlarındaki tuvaletler kirlidir" düşüncesi vardı. Bizim kampanyamızla bu değişti. Bu da müşteri memnuniyeti yaratmak açısından çok önemli oldu. Aldığımız sonuçlar doğru yolda olduğumuzu gösteriyor.

Bayinizde kaç kişi çalışıyor? Çalışanlarınız arasında nasıl bir iletişim ve işbirliği var?

Şu anda 20 kişi çalışıyor. Yeni arkadaşlarımızın yanı sıra uzun yıllardır benimle birlikte çalışan kemikleşmiş bir kadrom var. Bu sektörde, çok fazla sirkülasyon

yaşanır, ancak bizde uzun zamandır çalışan arkadaşlarımız bulunuyor. Bursalılar bizi tanıyor. Çalışanlarımızı tanıyan ve hizmetlerimizden memnun oldukları için özellikle bizi tercih eden sürekli müşterilerimiz var. Çalışanlarımız arasındaki işbirliği ve uyum müşterilerimize yansıyor.

Koç Topluluğu'nun yeni bir üyesi olan Abdülkadir Bravo, OPET'e geçtikten sonra satışlarının büyük bir artış gösterdiğini söylüyor. Bravo, bu artışı, Bursalıların Koç ismine duydukları güvene bağlıyor.

Koç Topluluğu'nun bir üyesi olmak sizin için ne ifade ediyor?

Kendimizi gerçekten güvende hissediyoruz. Ford ile yapılan yakıt güvenlik sistemi anlaşması, müşterilerimizin sayısını artırdı ve aramızda bir birliktelik oluştur-

du. Ayrıca şu anda Koçbank ile çalışıyoruz ve çok memnunuz. Müşterilerimize gösterdiğimiz ilgi ve yakınlığı onlar da bize gösteriyor. Daha önce başka bir banka ile çalışıyorduk ve böyle bir ilgiyi hiç görmemiştik. Koç bünyesinde bulunan diğer firmalarla sağlanan yakınlaşma, güven duygusunu artırıyor. Bu olumlu gelişmeler de bizim hedeflerimize yakınlaşmamızı sağlıyor.

Türkiye'nin en önemli sanayi ve ticaret merkezlerinden biri olan Bursa için Koç Topluluğu'nun önemi ve anlamı nedir?

Koç Topluluğu'nun Bursa'ya ekonomik anlamda çok büyük bir katkısı var. Özellikle Tofaş, Bursa için başlı başına bir kazanç. Binlerce kişinin istihdamını sağlıyor. Binlerce aile buradan geçimini sağlıyor. Bursa ve civarında Topluluğa bağlı yaklaşık 700 bayi var. Koç Topluluğu'nun Bursa için önemi çok fazla. Bu önemin yadsınamayacak ve anlatılamayacak kadar büyük olduğunu düşünüyorum.

Anadolu Buluşmaları'nın altıncısı Bursa'da yapıldı. Bu konudaki düşünceleriniz nelerdir?

Bu tür toplantılar bayi ile kurum arasındaki ilişkinin güçlenmesi açısından önemli. Orada sorunlar dile getirildi. Ayrıca Mustafa V. Koç ve diğer yetkililer bizzat istasyonumuza geldiler. Bu çok güzel bir duygu, çok mutlu olduk. 🌟



Abdülkadir Bravo, çalışanları arasındaki işbirliği ve uyumun çok iyi olduğunu, verdikleri hizmet kalitesi nedeniyle Bursalılar tarafından tercih edildiklerini belirtiyor.

Damdaki Mizahçı

Cihan Demirci

Mart kedileri

Damdaki Mizahçınız olarak o dam senin, bu dam benim gezerken gözümü zün zumuna kediler ilişti. Malum Mart ayındaıyız. Damdaki kedilere bir dokunduk, bin ciyaklama, beş bin miyavlama işittik ve hatta onlardan epeyce tırmık yedik!.. Şimdi gelin, damlardaki kedilere bir bakalım, neler diyorlar. Biz susalım artık onlar konuşsun...

Pamuk Camgöz:

Miyaaaav... Abi ben aslında Tatvan kedisiyim ama bana kısaca "Van" kedisi diyebilirsiniz. Van'dan ne umutlarla geldim bu şehrin damlarına. Bir Ankara kedisi yönetmene kandım... Beni sözde Vizontele-3'te oynatacağı ama meğerse o film daha çekilmiyormuş!.. Büyük bir hata yaparak tam da Mart ayında düştüm bu damlara! Ankara kedisi yönetmenin damından geçtim ama şöhret filan olmadım. Sonra önümden bir karakedi geçti. Tamam ben de kediyim kedi olmasına ama, karakedi denen şeyin uğursuzluğuna inanırım bir kere arkadaş... Önümden geçip gitse gene iyi, sonra geri dönüp beni başka damlara götürdü. O damdan bu dama, bu damdan şu dama derken işte bu hale geldik. Bak iki gözümün rengi bile aynı olmuş, şimdi bana kim der Van kedisi abi!.. Aaah ah!.. Ben de bu damlara düşecek göz yoktu ama, oldu bir kere işte!..

Tekir Tırmıkoğlu:

Mart geldi de n'oldu kardeşim?.. Hani nerdeeee o eski Mart eğlenceleri!!!!!!..

Nerdeeee o eski damlararası, direklerarası günleri!!!!!!.. Miyav gidi!!! heeey!.. Bizim peder anlatırdı eskiden damlarda Nurhan Damcıoğlu'nu bile dinlermiş Mart aylarında. Ama şimdi de idare ediyoruz işte gene... Ben bu Mart beşinci dişiyi kuma getirdim dama!.. Damda da kuma var yani. Damdan kuma atlıyoruz icabında... Kuma düşünce insanın pardon kedinin canı fazla acımıyor...Hahh-

seneeee!.. Ay ben sizi dama çıkmış pazar keyfi ekibi sandım da ondan şeyettim... Çok hırslıyım bu Mart, elime geçirdiğim erkek kedileri parça parça edebilirim ona göreeee!.. Baktım ki siz insanlar televizyonlarda izlediğiniz o berbat realiti şovlarda, kim daha sinirli, kim daha kavgacı, kim daha terbiyesiz olursa, en çok onu tutuyor, en çok onu izliyorsunuz...

Eh ben de çocuğunun üstüne kuyruk titreten dişi bir anne kedi olarak kararımı verdim. Oğluma gelin olacak dişi kedilerin her tarafını tırmıklamak, yolmak için hazırım. Bu Mart damda ne kadar gelinlik kedi varsa hepsini damdan aşağı atıcam!.. Damlarda terör estiricem, yerinden oynamamış bir tane kiremit bırakmıycam!.. Böyle yaparsam bakarsınız bir televizyon kanalı da bana teklif yapar ve "Size miyav diyebilir miyim" adlı realiti şovu- ma bir an önce başlayıp, reyting rekorlarını altüst ederek tüm ciğerleri mideme indirebilirim!..

Karakedi Bilal:

Oooof of!.. Bırak Mart ayında bizimle birlikte olmayı, karakediyiz diye önümüzden bir tur

bile geçen yok abicim!.. Bu Mart da kalakaldık öylece şu damlarda. Canıma tak dedi artık. Sezen abla, şarkısında ne diyordu: "Bir kedim bile yok, anlıyor musun."

Ben de diyorum ki; bir sevgilim bile yok anlıyor musun?.. Bu böyle olmuyor yaaa, şu uğursuz karakedilik karizmasını çizdirip sonunda kendimi beyaza boyatıcam herhalde, önce beyaz olucam, sonra da Beyaz abinin şovunda alıcam soluğu!..

