

“Markamızla eş zamanlı büyüyeceğiz”

FIAT AİLESİ'NİN YENİ ÜYELERİNDEN MEDOS OTOMOTİV, 2011'DE EN AZ YÜZDE 180 BÜYÜME HEDEFLİYOR. BAYİMİZİN GENEL MÜDÜRÜ FIRAT FİDAN, FIAT ÇATISI ALTINDA OLMaktan MEMNUNİYET DUYDUKLARINI VE MARKALARIYLA EŞ ZAMANLI BÜYÜYECEKLERİNİ SÖYLÜYOR

Fiat ile bir araya gelme serüvenini anlatır mısınız?

FDN Grubu olarak 21 yıldır otomotiv sektöründeyiz. Otomotiv sektörüne tek marka olarak başladık ve uzun yıllar böyle devam ettik. Daha sonra kiralama sektörüyle de tanıştık ve Avrupa'nın en büyük kiralama şirketi olan Europcar'ın Türkiye distribütörlüğünü aldık. Gerek Europcar'ın mevcut araç portföyünü hem yurtdışı anlaşmalarımız hem de müşteri memnuniyeti için sürekli değiştirmemiz gerektiğinden gerekse de elimizde bulunan 150 bin adet aktif müşteri portföyüne farklı araç alternatifleri sunabilmek için yeni bir markada bayilik yapma arayışına girdik. Bu arayışın sonucunda pazar payı en güçlü, bayilik ağı en düzenli, son yılların en fazla yükselen markası olarak gözümüze çarpan ve bölgemizde en fazla ihtiyacı hissettığımız marka olan “Fiat”ı tercih ettik. Bu birlikteliğin hem bize hem de Koç Grubu'na fayda sağlayacağına inandık ve inanmaya devam ediyoruz. Şu ana kadar yanılmamış olmamız, bizi Koç Ailesi mensubu olarak ayrıca gururlandırıyor.

Bayi yapılanmanız hakkında bilgi verir misiniz?

Grup şirketlerimizin dördüncü, Medos Otomotiv'in ise ilk plazası şu anda Kartal E5 yolu üzerinde yer alıyor. Toplam 4.500 m2'lik alanda satış sonrası, 2.000m2'lik alanda da satış faaliyetlerimizi yürütüyoruz. 2010 yılında toplam 2355 araç satışı gerçekleştiren bayimizin aynı yıl 6518 araç servis girişi bulunuyor. 415 personelimizin çalıştığı FDN Grubu'nda, Medos Otomotiv olarak 51 personelimizle Fiat markasına hizmet ediyoruz. Geçtiğimiz yıl 60 milyon TL ciro yaparak ilk yıl hedefimize ulaşmış bulunuyoruz. 2011 için en az yüzde 180 büyüme hedefliyoruz. Bayi yapılanmamızda bizi, grubumuzun getirmiş olduğu avantajlarla diğer firmalara karşı ön plana çıkaran; tüm şirketlerimize hizmet eden ve profesyonel ekiplerden oluşan İnsan Kaynakları, Bilgi İşlem, Hukuk, İdari İşler ve Pazarlama departmanlarımızın bulunması, bu departmanlarımızı yöneten sekiz kişilik bir yönetim kurulu ekibimizin olması.

Müşteri profiline bahsedersiniz? Kuruluşunuzdan bu yana müşteri eğilimleri ya da pazara ilişkin gözlemlerinizi nelerdir?

Açıldığımız günden bugüne 36 bin 455 müşteriye hizmet ettiğimizi görüyoruz. Bu müşteri portföyünün yüzde 74'ü erkek, yüzde 26'sı kadın. Dağılımın yaş gruplarına baktığımızda 20-25 yaş aralığında yüzde 9, 26-31 yaş aralığında yüzde 23, 32-39 yaş aralığında yüzde 41, 40-50 yaş aralığında yüzde 21, 50 ve üzeri yaş

aralığında da yüzde 6 oranında geniş bir kitleye hitap ediyoruz. 2010 yılı satışlarımızı incelediğimizde yüzde 34'ünün bireysel şahıs müşterilerine, yüzde 28'inin KOBİ'lere ve kalan yüzde 38'in de büyük filo müşterilerine yapıldığı görülüyor. Kuruluşumuzdan bu yana yapmamız gereken ilk şeyin pazarı tanımak olduğunu biliyoruz. Bu nedenle ilk günlerden itibaren bağımsız çalışan “Tarama Ekipleri”nden haftalık, aylık ve üçer aylık raporlar alıyoruz. Bu raporlar sayesinde hem bölgemizin gelişimini takip ediyor hem de hedef müşteri portföyümüze nokta satışlar yapıp perakende ve filo satışlarımızı daha efektif yönetebiliyoruz. 2011 yılında da hedefimiz, bölgemizdeki pazar payımızı artırmak, Fiat markasının mevcut pazar payını dolaylı olarak yükseltmek.

Müşteri memnuniyeti için özel uygulamalarınız var mı?

Bir şirketi yönetebilmenin en başarılı yolu, tüm verilere hakim olmaktan geçiyor. Bu yüzden Medos olarak bir sene önce bir program geliştirdik ve bu yılın başında tam anlamıyla kullanmaya başladık. Programın “Müşteri Portföyü Yönetimi Modülü”nü diğer bayilere örnek gösterebiliriz. Bu modülle müşterilerimize sürekli ulaşıyor, portföyümüze aktif tutarak müşterilerin demografik yapısını güncelliyor, anlık SMS ve mailing bildirimleri yapıyor, müşteriye özel ID'ler tanımlayarak sadakat yapıları oluşturuyor ve pazarlama alanında ciddi atılımlar gerçekleştirebiliyoruz. Yine bu programla yaptığımız sınıflandırma yöntemiyle reklam ve ürünlerimizi farklı sınıflara sunarak pazarlama bütçemizi daha doğru yönetebiliyoruz. Örnek olarak bir diğer uygulamamız ise istisnasız bir şekilde, şikâyet eden her müşterimizi müdürümüz, danışmanımız ve müşteri ilişkileri sorumlumuzla beraber ziyaret etmemiz. Son olarak da şirketimizin interneti çok aktif bir şekilde kullanmasından bahsedebilirim. Facebook ve twitter hesaplarımızı her gün kullanıyor, buradan gelen müşteri taleplerine cevap veriyor, bazen yarışmalar düzenleyip sorduğumuz sorulara doğru cevap veren üyelerimize hediyeler dağıtıyoruz. Takip edebildiğimiz kadarıyla facebook sayesinde dört, twitter sayesinde de bir adet araç sattık. Şirketlerin internet alt yapılarına çok önem vermesi ve bu kanallara odaklanması gerekiyor. Müşteri memnuniyeti için özel uygulamaların başında gelen “farklılaşmayı”, internetten araç satabilmenin “standart” olacağı dönemde değil içinde bulunduğumuz bu dönemde bir pazarlama aracı olarak kullanmak çok önemli diye düşünüyoruz.

Başarı için öncelikli gördüğünüz prensipler, kriterler nelerdir?

Bir işte başarılı olabilmek, o işi sevmek ve seven kişilerle yapmakla başlıyor. Biz de Medos Otomotiv olarak işe alacağımız kişi-



Gelecek hedeflerinizi bizimle paylaşır mısınız?

Medos Otomotiv olarak yakın gelecekteki ilk hedefimiz, otomotiv sektöründe ismini duyurmuş, markasını en iyi şekilde temsil eden, örnek ve başarılı bir bayi olmak. Beş yıl içinde Türkiye'de en fazla Fiat marka araç satan bayiler arasında ilk beşe girmeyi, bu hedefi gerçekleştirirken CSI (Müşteri Memnuniyeti Anketi) raporlarına göre en başarılı bayiler arasında ilk üçte olabilmeyi ve bunun sürdürülebilir olmasını sağlamayı amaçlıyoruz.

Son olarak iletmek istediğiniz bir mesajınız var mı?

Farklı bir fikir ortaya koyup uyguladığınızda hemen ardından iki şey yapmak çok önemlidir. Birincisi bu fikri bir süre yaşatıp meyvelerini toplamak, ikincisi de hemen farklı bir fikir daha düşünüp hayata geçirmek. Işık hızıyla gelişen sektörümüzde yetkili satıcılar, bayiler, distribütörler ve yöneticiler olarak sürekli farklılaşmalı ve kendimizi geliştirmeliyiz. Son olarak belirtmek isterim ki Fiat markasını seçtiğimiz ve bu çatı altında olduğumuz için çok memnunuz. Markanın hem uluslararası hem de ulusal stratejilerini göz önüne aldığımızda, geleceğinin çok parlak, başarısının kaçınılmaz olduğunu görüyoruz. Türkiye'de pazarın yüzde 15'ini elinde bulunduran markamızın pazar payını hep birlikte daha yukarıya taşıyacağız ve markamızla eş zamanlı büyüyeceğiz.

Tunalar Otomotiv geleceğin yeteneklerini ortaya çıkarıyor

Fiat Bayimiz Tunalar Otomotiv, sosyal sorumluluk bilincini artırmak ve çocukların gelişimine katkıda bulunmak amacıyla Trabzon İl Milli Eğitim Müdürlüğü'nün katkılarıyla 1-29 Nisan tarihleri arasında resim yarışması düzenledi. Devlet ve özel ilköğretim okullarında eğitim gören 3., 4., 5. ve 6. sınıf öğrencilerinin katıldığı yarışmada eserler, serbest resim kategorisinde yağlı boya, sulu boya, kuru

boya, pastel boya, guaj boya ve diğer malzemeler kullanılarak 35x 50 cm'lik resim kâğıdına yapıldı.

Milli Eğitim Müdürlüğü tarafından oluşturulan bir komisyonun değerlendirmesiyle ilk üçe giren resimlerle birlikte tüm çalışmalar, 10 Mayıs'ta Söğütü Tunalar Otomotiv Fiat Plaza'da sergilenmeye başlandı. Sergi açılışında yapılan kokteyl ile dereceye giren öğrencilere öğretmenler nezaretinde ödülleri takdim edildi. Yarışmada birinci olan öğrenciye ve okuluna birer adet masaüstü bilgisayar; ikinci olan öğrenciye bir adet netbook, okuluna bir adet masaüstü bilgisayar; üçüncü olan öğrenciye de bir adet netbook ve okuluna bir adet masaüstü bilgisayar armağan edildi.

