

ASFALT

M A G A Z İ N E

ARAŞTIRMA

Covid-19
Kriz Yönetimi

ROPÖRTAJ

TOKKDER Yönetim Kurulu
Başkanı İnan Ekici

OTOPOST

Pandemiyle Birlikte
Değişen Otomotiv Sektörü

MODİFİYE

Bmw E92 M3

İş Dünyası için
Corona Virüsüne
Karşı 7 temel Öneri

UZMAN GÖRÜŞÜ
Elektrikli BMW
i4 Tesla'ya Rakip
Olabilir mi?



S . 0 7
HAZİRAN
2 0 2 0

Kapak Fotoğrafı:
WWW.CARVISER.COM

İmtiyaz Sahibi:
Fırat Fidan

Hazırlayan:
Build Up İletişim Danışmanlığı

Grafik Tasarım:
Güneş Engin

Katkıda Bulunanlar:
Bahar Yapıcılar, KPMG, McKinsey,
Fahir Talib, FT Tuning

araştırma

Covid-19 Kriz Yönetimi
Yaklaşımı

05 -
10

ropörtaj

TOKKDER Yönetim Kurulu
Başkanı İnan Ekici

13 -
18

otopost

Pandemiyle Birlikte Değişen
Otomotiv Sektörü

19 -
21

modifiye

BMW E92 M3

23 -
26

makale

İş Dünyası için Corona
Virüsüne Karşı 7 temel Öneri

27 -
29

uzman görüşü

Elektrikli BMW i4 Tesla'ya
Rakip Olabilir mi?

31 -
34

Merhaba

DEĞERLİ
OKURLARIMIZ;

Son yüzyılın en büyük krizlerinden biri olan Covid-19 ile birlikte sayısız belirsizliğin ve köklü değişikliklerin olduğu yeni bir dönemi deneyimliyoruz. Alışkanlıklarımız kadar iş yapış şekillerimizin de değiştiği bu dönemde hem yapılan araştırmaları ve şirketlerin alması gereken aksiyonları hem de otomotiv sektörüne dair gelişmeleri paylaşmak için derlediğimiz önerileri Haziran sayımızda sizlerle buluşturuyoruz.

İlgiyle takip edilen söyleşi sayfamızın bu ay ki değerli konuğu TOKKDER Yönetim Kurulu Başkanı İnan Ekici. Yıllık ticari kiralama, Avrupa Birliği ülkeleriyle kıyaslandığında Türkiye'deki durum ve Covid 19'un sektörümüze olan etkilerini ASFalt okurlarıyla paylaşan Sayın Ekici'ye kıymetli paylaşımları için bir kez daha teşekkür ediyoruz.

Belirsizliğin hakim olduğu bu dönemde kuruluşların; çalışanlar, müşteriler ve iş ortakları için olası etkilerini anlamaları ve hızlı bir şekilde aksiyon almaları oldukça önemli. Konuyla ilgili detaylı bir çalışma paylaşan KPMG'nin Covid-19'a özel hazırladığı kriz yönetimi yaklaşımını gelin birlikte inceleyelim. Yüzyıllar boyunca yaşanmamış bir global kriz

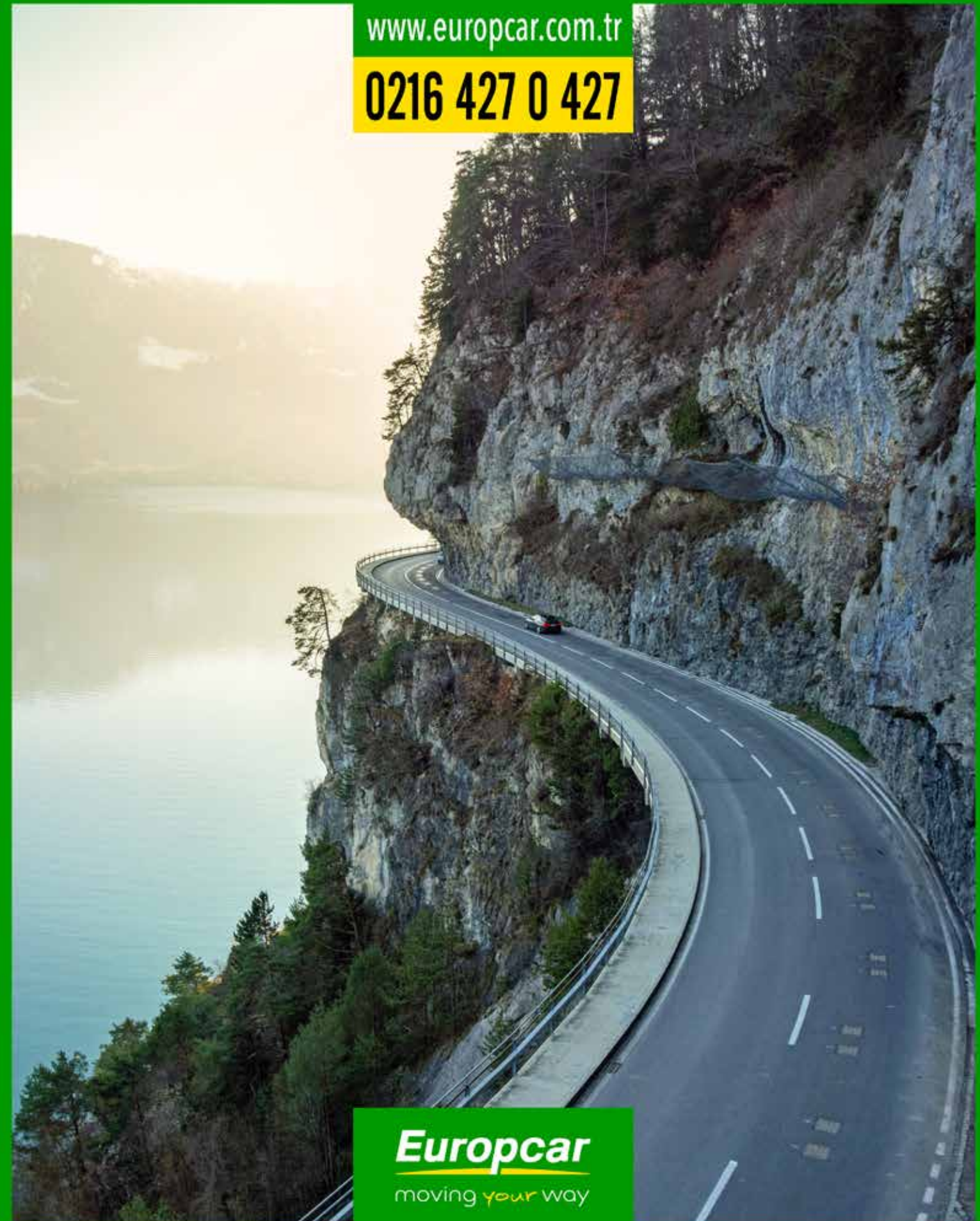
şekli olan ve tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19'un otomotiv sektörüne etkilerini ve dijitalleşmenin önemine dikkat çektiğimiz yeni yazımıza 'Otopost' sayfamızdan ulaşabilirsiniz. Şirketler corona virüs sürecini nasıl yönetmeli? İş dünyasının alması gereken önlemlere dikkat çeken McKinsey Company'nin eylem önerilerini sizler için derledik. Detaylara iç sayfalarımızdan ulaşabilirsiniz.

FT Tuning imzasıyla hazırlanan 'Modifiye' bölümümüzde ise, günümüzde son atmosferik M3 olarak oldukça popüler hale gelmesinin yanında bugüne kadar ki en keyifli M3 olma niteliğine de sahip olan BMW E92 M3'deki dönüşümü sayfalarımıza taşıyoruz.

Carviser markasının yaratıcısı gazeteci Fahir Talip'in mercek altına aldığı Elektrikli BMW i4 ile ilgili detayları ise son bölümümüzde inceleyebilirsiniz.

Sağlıklı günlerde bir arada olmak dileğiyle, keyifli okumalar.

FIRAT FİDAN
ASF Otomotiv YK Üyesi



Covid-19 kriz yönetimi yaklaşımı

Corona Virüs (COVID-19) haberleri gündemi yoğun bir şekilde meşgul ediyor. Bu durum hem kuruluşları, hem çalışanlarını, hem de iş yapış şekillerini önemli bir biçimde etkiliyor. Belirsizliğin hakim olduğu bu dönemde kuruluşların; bu tehdidin çalışanlar, müşteriler ve iş ortakları için olası etkilerini anlamaları ve hızlı bir şekilde aksiyon almaları çok önemli.

COVID-19 SALGINININ KURULUŞLARA ETKİLERİ

Salgına global çapta bakıldığında birçok kuruluşun çeşitli tedbirler aldığı görülüyor. Kuruluşlar elbette ilk olarak çalışan sağlığını güvence altına almak adına harekete geçiyorlar. İkinci olarak ise kuruluş içi finansal planlamalar ve iş ortakları ile sürdürülecek aktiviteler yeniden gözden geçiriliyor. Bu önlemler doğrultusunda üretimin yavaşlaması/durdurulması, seyahatlerin sınırlandırılması/yasaklanması, çevresel kontrollerin güçlendirilmesi gibi durumlarla karşılaşmaktayız. Tüm bu önlemlerin haricinde kuruluşlar bu olayı kriz yönetimi konusunda bir sınav olarak görmeliler. Bu krizle baş etme çabası aynı zamanda şirketlerin diğer kriz durumlarında nasıl davranacaklarını da bir ölçüde yansıtıyor. O nedenle virüse karşı



kuruluşların mevcut iş sürekliliği ve kriz yönetimi planlarının değerlendirilmesi ve bulundukları sektöre özel yaklaşımlar oluşturmaları önem arz ediyor. Kuruluşların gerçekleşen salgına hazırlık olarak sorması önerilen sorular ve alması önerilen önlemler aşağıda yanda yer almaktadır:

illüstrasyon UNITED NATIONS
COVID-19 RESPONSE

tedarik zinciri ve operasyonlar

Tedarikçiler: Tedarikçilerinizin lokasyonunu biliyor musunuz, tedarikçinin devamı için süreklilik planlarınız var mı?

Lojistik: Lojistik zincirini değerlendirdiniz mi, sağlayıcılarınızla olası etkileri ve alternatifleri değerlendirdiniz mi?

Sözleşmeler: Müşteri/tedarikçi sözleşmelerini gözden geçirdiniz mi, mücbir sebeplerle ilgili aksiyon gerekiyor mu?

Envanter: Envanterinizi gözden geçirdiniz mi, stok ve gönderimleri anlık izliyor musunuz?

Müşteri İlişkileri: Müşterilerinizin memnuniyetsizlik nedeniyle rakip firmalara geçmesi söz konusu olabilir mi?

İletişim: Çalışanlar, müşteriler ve tedarikçilerinizle bir iletişim planınız var mı?

Çalışanlar: Seyahat ve evden çalışmayla ilgili güvenlik ve sağlık düzenlemelerini gözden geçirdiniz mi?

Teknoloji: BT tedarikçilerinizle ilgili ortamınız seyahati azaltma ve uzaktan çalışmayı destekleyecek düzeyde mi?

İş Hedefleri: Dönüşüm projeleriniz nasıl etkilenecek? Proje bitim tarihleri ve yatırımlarınız ertelenecek mi? Bunun stratejinize etkisi nedir?

Üst Yönetim: Kurullar ve üst yönetim çalışmalarınız nasıl etkilendi? Uzaktan çalışma ve komiteler için gerekli teknoloji var mı?

Nakit Akışı: Nakit akışınızı, sermaye yönetiminizi ve envanter tahminlerinizi arz ve tedarik öngörünüze göre gözden geçirdiniz mi?

Finansal Kararlılık: Hisse düşüşü ve fon azalmasından kaynaklı durumu nasıl yönetiyorsunuz? Finansalların ve raporların hazırlanmasında gecikme olacak mı?

Uluslararası Ticaret: Uluslararası işbirliği içinde olduğunuz taraflarla ilişkiler nasıl etkilenecek? Yurtdışına bağımlı olduğunuz tedarikçilerin alternatifleri var mı?

Kamu ve Sağlık: Ulusal ve devlet nezdinde yönlendirmeleri takip edecek bir mekanizmaya sahip misiniz? Yasal yükümlülüklerinizin farkında mısınız?

finans ve dış faktörler

KRİZ YÖNETİMİ YAKLAŞIMI

Etkin bir İş Sürekliliği Yönetimi çerçevesi aynı zamanda güncel ve detaylı bir Kriz Yönetimi yaklaşımı da içermelidir. Bu yaklaşım, sektörünüz ve kuruluşunuz için spesifik olarak belirlene-

cek tehdit senaryolarını ve bunlara karşı hazırlık, müdahale ve değerlendirme adımlarını bünyesinde barındırmalıdır Yaşamakta olan salgın durumu karşısında Kriz Yönetimi Çerçevesi'nde yer alan aşağıdaki değerlendirme alanlarına odaklanılmasını öneriyoruz.



illüstrasyon MACROVECTOR

kriz yönetimi çerçevesi

Kriz Yönetimi Politika, Çerçeve ve Yönetimi

Sorumluluk	Vaka Yönetimi
Yönetişim Yapısı	Tatbikat Planı
Kriz yönetimi Çerçevesi ve Stratejisi	Eğitimler
Kaynaklar ve Takımlar	Kurumsal Farkındalık
	Sürekli Gelişim

Kriz Yönetimi

Stratejik Odak
Karar Verme Mekanizması
Bilgi Yönetimi Araçları
Organizasyon Yapısı
Aksiyonların Hayata Geçirilmesi

Dokümantasyon

Kriz Yönetim Planı
Roller ve Sorumluluklar
Playbook
Destekleyici Dokümantasyon
Alınan Kararlar

Kriz İletişimi

Kriz Yönetimi Stratejisi
Normale Dönüş ve Kurtarma
Kriz Gözden Geçirme

KRİZ SİMÜLASYONU

Kriz yönetimi sürecinin sağlıklı işleyebilmesi için; yönetim ve organizasyon yapısı, karar alma ve iletişim mekanizmaları, tehdit/etki analizleri, süreçler ve kurtarma yöntemlerini gözden geçirmek gerekiyor. Ancak bunu yaparken,

krizin tatbikatının yapılması gerçekleştirilen hazırlıklar ve alınan aksiyonlar kadar önemli. Bu nedenle virüs salgınına ilişkin senaryoların Kriz Simülasyonu yöntemiyle belirlenmesi ve tatbik edilmesini öneriyoruz:





**TOKKDER
YÖNETİM KURULU
BAŞKANI;**

İNAN EKİCİ

ROPÖRTAJ BAHAR YAPICILAR

1996 yılında kurulan TOKKDER, araç kiralama alanında ülkemizin önde gelen 119 firmasının üye olduğu önemli bir sektör kuruluşudur. TOKKDER; ‘Kiralama’ tanımı altında ülkemizde hızla büyüyen ve uluslararası standartlara doğru hızla yaklaşan ‘Günlük Kiralama’ ve hizmet içeriği her geçen gün daha da güçlenen ‘Operasyonel Kiralama’ olmak üzere, iki önemli unsuru temsil etmektedir.

Sizi tanıyabilir miyiz? Şu an TOKKDER’e üye kaç şirket var? Faaliyet alanlarınız ve yaptığınız çalışmalardan biraz bahseder misiniz?

Adana’da, 1970 yılında dünyaya geldim. Adana’da geçen üniversite öncesi öğrenimimden sonra Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi’nden mezun oldum. Ardından Londra’da Ekonomi ve İnsan Kaynakları üzerine eğitimimi sürdürürken London Cyprus Credit Bankası’nda ilk iş deneyimimi yaşadım.

Ford Otosan Bölge Müdürü olarak başladığım Türkiye’deki profesyonel hayatıma Otokoç Otomotiv’de devam ettim. Otokoç Adana Şube Müdürlüğü ile 2001 yılında başlayan bu yolculuk, Otokoç Ankara Şube Müdürlüğü ve Otokoç Otomotiv Araç Kiralamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcılığı ile devam etti. Temmuz 2019’dan itibaren ise 19 yıldır parçası olduğum Otokoç Otomotiv Ailesi’nin Genel Müdürlüğü görevini yürütüyorum. Mart 2018’den beri de Tüm Oto Kiralama

**İnan
EKİCİ**

Kuruluşları Derneği TOKKDER'in Yönetim Kurulu Başkanı olarak sektöre katkı sunmak üzere çalışıyorum.

1996 yılında kurulan TOKKDER, araç kiralama alanında ülkemizin önde gelen 119 firmasının üye olduğu önemli bir sektör kuruluşudur. TOKKDER; 'Kiralama' tanımı altında ülkemizde hızla büyüyen ve uluslararası standartlara doğru hızla yaklaşan 'Günlük Kiralama' ve hizmet içeriği her geçen gün daha da güçlenen 'Operasyonel Kiralama' olmak üzere, iki önemli unsuru temsil etmektedir.

TOKKDER 2011 yılında Leaseurope'a üye olmuştur. Leaseurope, Avrupa'da 32 ülkeden günlük araç kiralama, operasyonel kiralama ve finansal kiralama alanlarında faaliyet gösteren kuruluşların toplandığı 45 derneğin üye olduğu bir federasyondur.

Gönüllü bir kuruluş olan TOKKDER'in hedefi, sektörün ve sektör temsilcilerinin haklarını en etkin şekilde koruyan, getireceği çözümler ve sağlayacağı olanaklarla çekim gücü oluşturan, etkili lobi faaliyetleri yürüten, aynı alanda faaliyet gösteren ulusal ve uluslararası kuruluşlarla iş birliği yaparak daha güçlü bir meslek örgütü olmaktır.

Sektörün yıllık ticari kiralama işlem hacmi ne kadar? (2019-2020)

Ülkemizde kısa dönem ve günlük



fotoğraf RYAN SEARLE

kiralama sektöründe faaliyet gösteren kurumsal markalar yıllık ortalamada 35 bin adet otomobil ile hizmet veriyor. Yıllık yaklaşık 2 milyon 800 bin kiralama yapıldığı söylenebilir. Günlük araç kiralama sektörünün aktif büyüklüğü ise yaklaşık 4 milyar 375 milyon TL seviyesinde.

COVID-19'un şu ana kadar sektöre etkileri ne oldu? Kısa ve orta vadedeki gelişmelerin ne yönde olmasını öngörüyorsunuz?

Aralık ayında Çin'de başlayan ve

kısa zaman içinde pandemi haline gelen Covid-19 salgını, bireyleri de işletmeleri de zorlu bir sürece soktu. Bu süreçte birçok sektör, salgının sonuçları ile mücadele etmek durumunda kalıyor. Bu durumdan sektörümüz de elbette olumsuz etkileniyor.

Otomotiv üretiminin neredeyse tamamen durması, talebin önemli ölçüde azalmasıyla otomobil ve hafif ticari araç pazarı, Nisan ayında bir önceki yılın aynı ayına göre %14,6 daraldı.

Günlük araç kiralama sektörünün

iş hacminin %30'luk kısmını yabancı turistler veya yabancı iş adamlarının yaptığı kiralamalar oluşturuyor. Uçuşların neredeyse tamamen durmasından ötürü havalimanı ofislerinden yapılan araç kiralamalarında %90-95 seviyesinde düşüş var. Öte yandan, müşterilerimizin toplu taşıma yerine araç kiralamaya yönelmesinden dolayı şehir ofislerindeki kiralamalarda geçtiğimiz dönemlere göre az da olsa bir artış yaşanıyor. Özellikle 15-20 günlük veya aylık kiralamalara bir rağbet var. Tabii bu durum, seyahat kısıtlamalarından dolayı yaşanan kayıp göz önüne alındığında ciddi bir artış değil. Mevcut durumda kısa dönem ve günlük kiralama iş hacmi Nisan ayında %50-60 daralmış durumda. Sektör, salgının devam etmesi durumunda bu daralmanın daha da artacağı endişesini taşıyor. Amerika ve Avrupa'da kısa süreli kiralama taleplerinde %80 seviyelerinde düşüşler yaşanıyor.

Salgının kontrol altına alınması ve kontrollü yeni normale dönüşle beraber, ulaşım ihtiyaçlarının kiralama üzerinden şekillenmesini ve kısa dönem & günlük araç kiralamada bugüne göre bir büyüme olmasını bekliyoruz. TOKKDER olarak, bu ve diğer birçok konuyla ilgili ciddi senaryolar üzerinde çalışmaya devam ediyoruz. Özetle, ekonomik düzelme yaşansa da özellikle yüksek sezondaki

turizm beklentisinin Covid-19 etkisi ile ciddi oranda düşmüş olması ve günlük araç kiralama sektörünün senelik cirosunu ağırlıklı olarak yüksek sezonda gerçekleştirmesi nedeni ile daralma ile karşı karşıya olduğumuzu düşünüyorum. Öte yandan, henüz araç yatırımlarını yapmamış olmamız sektör açısından 'hava yastığı' etkisi olarak görülebilir.

Hükümetten şimdiye kadar beklentilerinizi içeren adımların atılması yönünde bir randevu ya da teşvik talebiniz oldu mu?

İçinde bulunduğumuz bu zor dönemi iş dünyası için mümkün olduğunca kolaylaştırmak adına devletimiz çok çeşitli önlemler alıyor. Örneğin; Covid-19 salgının- dan ve bu kapsamda alınan tedbirlerden doğrudan etkilenen mükelleflerin, Vergi Usul Kanunu'nun mücbir sebep hükümlerinden faydalandırılması hakkında düzenleme yapıldı, araç kiralama sektörü de mücbir sebep kapsamındaki sektörler arasına alındı. Mücbir sebep halinde olduğu kabul edilen mükelleflerle ilgili bazı vergi ödevleri ertelendi. Bu düzenleme elbette araç kiralama sektörü açısından olumludur.

Sektörümüze özel bazı hususlarda devletimizin desteğini almak adına TOKKDER olarak kısa dönem ve günlük kiralama ile operasyonel kiralama özelin-

de girişimlerimizi sürdürmekteyiz.

Araç kiralama şirketlerinin havalimanlarındaki ofisleri için ödedikleri kira bedelleri ile işlerini sürdürmeleri mümkün olmadığı için, kira bedelleri ile tahakkuk eden diğer ödemelerde geçici bir süre %100 indirim yapılmasıyla ilgili girişimlerde bulunduk ve bulunmaya devam ediyoruz.

Pandemi sonrası beklemeyle alınan işler, tatillerin (yaz/bayram) yanı sıra sıfır ve ikinci el oto fiyatları ve üretimin kısılmasına bağlı olarak artan fiyatlar kiralama sektörüne nasıl yansıyor?

Otomotiv üretiminin neredeyse tamamen durmasından ötürü bu dönemde araç tedariki konusunda sıkıntı yaşanmaktadır. İkinci el araç pazarındaki düşüş de sektörümüzü pandemi döneminde zorlayacak diğer bir unsur olarak karşımıza çıkıyor. Her ne kadar normalleşme sürecinde alınacak hijyen önlemleri tüketici güvenini artıracak olsa da, 2020 yılında hava yolu seyahatlerinin azalacağını ve turizmde önemli bir daralma olacağını düşünüyorum. Bu öngörü çerçevesinde, sektörümüz açısından yüksek sezon olarak tabir ettiğimiz yaz döneminde arzu edilen seviyede iş hacmi yakalanamayacağından, günlük araç kiralama sektörünün 2020 yılını yeni araç yatırımı yapmadan mevcut araç filosu ile geçire-



fotoğraf TAN KANINTHANOND

ceği düşüncesindeyim. Pandemi sonrası yeni dünyada ulaşım ihtiyaçlarının toplu taşıma yerine büyük ölçüde bireysel veya kiralık araçlar ile sağlanacağını düşünüyorum. Bu gelişmeler günlük araç kiralama sektörünün 2021 yılından itibaren tekrar büyüme ivmesi yakalamasını sağlayacaktır.

Avrupa Birliği ülkeleriyle kıyaslandığında Türk oto kiralama sektörü ne durumda? Avantajları, dezavantajları neler? Hukuki anlamda neler yapılmalı?

Ülkemizde günlük kiralama sektöründe faaliyet gösteren kurumsal markalar, senelik ortalamada toplam 35 bin adet otomobil ile hizmetlerini sürdürüyor. Ancak bu adet birçok gelişmiş Avrupa ülkesi başkentlerinin havalimanlarındaki araç sayısından bile az. Hep söylediğim gibi Türkiye'de

sektörün önü çok açık. Hizmet içeriği ve araç standartları açısından değerlendirdiğimizde ülkemizin Avrupa ülkeleri ile aynı seviyede olduğunu rahatlıkla söyleyebilirim. Bunun yanı sıra, TOKKDER de kurulduğu 1996 yılından beri sektörün hizmet standartlarının yükseltilmesi ve müşteri memnuniyetinin beklentilerin ötesinde sağlanması yönünde çalışmalarını devam ettiriyor.

Sahiplikten mülksüzleşmeye doğru giden süreçte artık birçok kişi araç sahibi olmak yerine araç kiralarak ulaşım ihtiyacını gidermeyi tercih ediyor. Bu eğilim Covid-19 salgını süreci sonrası da hızlanarak devam edecektir. Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de bu eğilim tüketici davranışları üzerinde hakim olacaktır.



FIRAT FİDAN
ASF Otomotiv
Yönetim
Kurulu Üyesi

PANDEMİYLE BİRLİKTE DEĞİŞEN OTOMOTİV SEKTÖRÜ

Yüzyıllar boyunca yaşanmamış bir global kriz şekli olan ve tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19'un otomotiv sektörüne etkilerini bu ay ki yazımızda değerlendireceğiz. Kuşkusuz her sektörü derinden etkileyen pandeminin özellikle otomotiv endüstrisi için yıkıcı olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. 31 Mart itibariyle dünyanın birçok ülkesinde üretim ve araç satışlarının durması endüstrinin büyük bir krizle karşı karşıya kalmasına neden oldu.

Bütün sanayileşmiş ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de otomobil endüstrisi, GSYİH'nın önemli bir itici gücü. Bu şekilde değerlendirildiğinde yaşanan sıkıntının; otomobil üreticileri, yetkili satıcılar, yedek parça imalatçıları, tedarikçiler ve finansal hizmet sağlayıcıları da dahil olmak üzere sektördeki tüm oyuncularını etkileyeceğini ve ciddi ekonomik zorluklara yol açacağını söylemek mümkün. Rakamları incelediğimizde dünyanın en büyük otomotiv pazarı olan Çin'de satışların %92 düştüğünü görüyoruz. GM, Honda, Peugeot, Renault ve Nissan gibi global markaların Çin'deki üretimlerini durdurması ise otomotiv sektöründeki global krizin domino etkisi ile büyüyen içinden çıkılamayacak noktalara doğru gideceğinin gös-



fotoğraf NASA

tergesi. Diğer yandan yaşanan belirsizlik süreci yetkili satıcılık tarafında da iş yapış şekillerimizi değiştirmeye devam ediyor. Salgının ne zaman biteceğine dair kesin bir öngörünün paylaşılması, tüketicilerin alışkanlıklarını değiştirirken perakende tarafındaki talebi de neredeyse sıfır noktasına getirdi. Bu durumun mobilite alışkanlıklarını ve yakın zamanda araç alımları da

dahil tüketimi etkileyeceği öngörüsüyle, şirketlerimiz için iyileşme ve sürdürülebilirlik planları yapmaya ivedilikle odaklanıyor olmalıyız. Mevcut ekonomik etkilerin yanı sıra tüketici davranışındaki olası değişiklikleri anlamanın ise bir diğer önemli konu olduğunu düşünüyorum. Gerçekten herkesin dile getirdiği gibi yakında yeni bir normalle karşılaşacak mıyız yoksa her şeyin

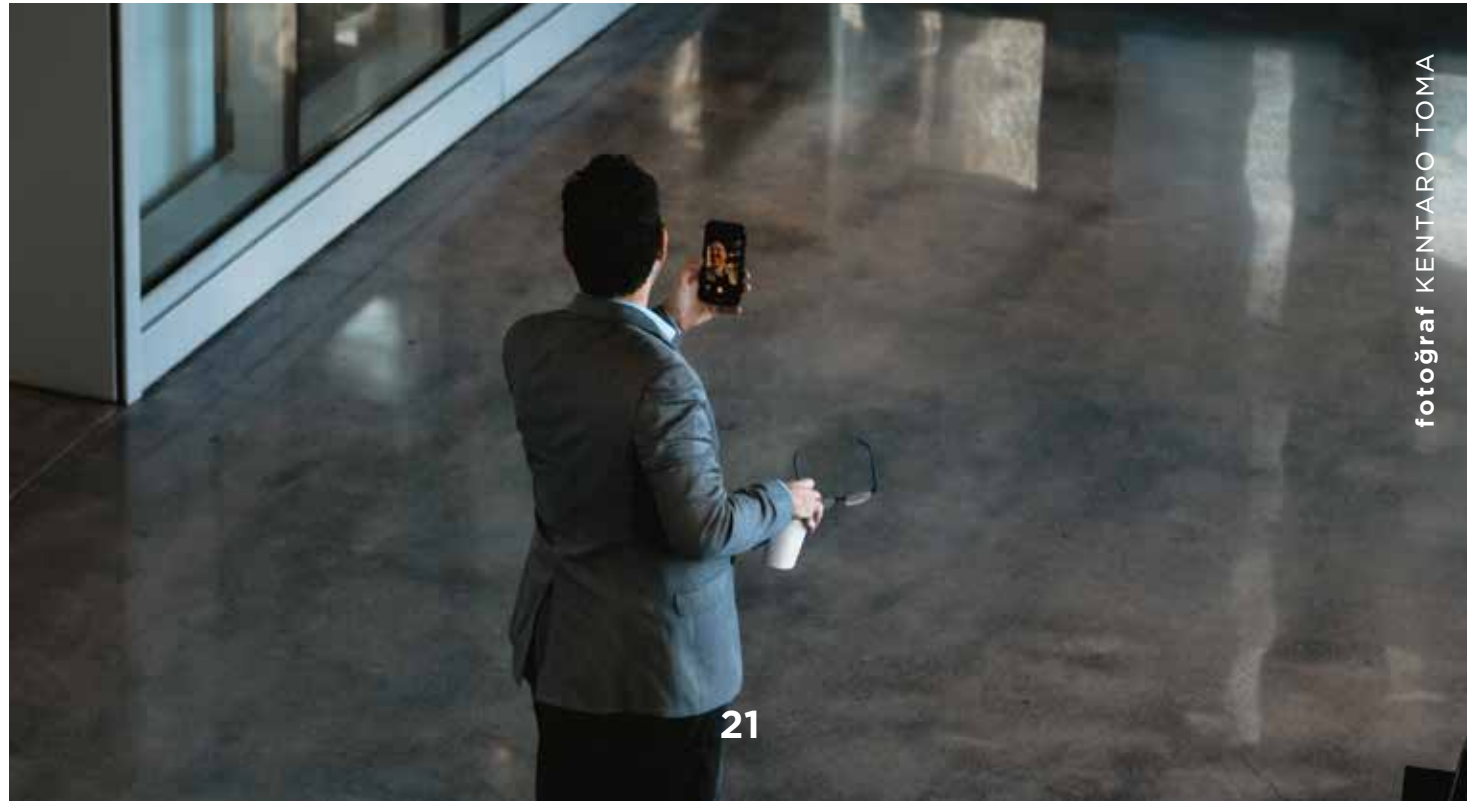
eski haline dönmesi için birkaç yıl mı geçecek? Pandemi sonrası hangi markalara daha fazla ilgi olacak? Tüketiciler hangi markalara güvenecek? COVID-19 krizinin gelecekteki yeni otomobil alımları üzerinde nasıl bir etkisi olacak? Markalar bu salgın sırasında tüketicilerle nasıl iletişim kurmalı? Bunun gibi cevaplanmamış, kimsenin bilmediği ve sadece fikir yürüttüğü onlarca soru

ve cevap kafaları bulandırıyor. Bu nedenle her şirket kendi sürdürülebilirliğini sağlamak için geçmiş krizlerdeki gibi 'kriz yönetim komisyonları' oluşturmalı ve çok disiplinli bir şekilde alınan kararları uygulamalı. Krizden sonra karşılaşılabilecek sorunlara hazırlıklı olmak içinse hükümetlerin vergi sistemleri, regülasyonlar gibi bazı düzenlemeleri yeniden değerlendirmesi ve sistemlerini yeniden inşa edecek kurumlara yardımcı olacak bir çerçeve tasarımları gerekiyor.

DEĞİŞİMİN ANAHTARI DİJİTALLEŞME

Müşteri alışkanlıklarının değiştiğini kabul ederek tüm yapılarını yenilikçi bir anlayışla değiştiren şirketler için yakın dönemde dijitalleşme kilit önemde olacak. Kısa bir süre önceye kadar yetkili satıcılıkta kullanılan dijital çözüm yolları sadece gençlerin odaklandığı bir alan olarak yorumlanırken bugün tüm jenerasyonların yakından takip ettiği bir konu. Araç satışları için kullanılan virtual reality (sanal gerçeklik), chatbot uygu-

lamaları, online canlı bağlantı ile yapılan satışlar, sanal satış kanalları üzerinden kurulan iletişimle talep edilen aracın müşteriye teslim edilmesi gibi etkili bir çok yöntem kullanılıyor. Eski alışkanlıklardan kurtulma ve yeni şeyler yapmanın yollarını deneme fırsatı sunan krizleri fırsata çevirebilen şirketlerin ayakta kalacağını biliyoruz. Bu nedenle dijitalleşmenin getirdiği fırsatları yakalamak ve yeni döneme hazırlanmak için otomotiv endüstrisinin vites değiştirmesi kaçınılmaz.



BMW e92 m3

HAZIRLAYAN FT TUNING



Dış eklentiler ile birlikte, BMW'nin efsaneleşmiş olan GTS modeline çevirilmiştir.

Yakıt Tipi
Benzin

Silindir Hacmi
3999 cm³

Beygir Gücü
420 HP

Tork
400 Nm

Çekiş
RWD

Şanzıman
6 Vites

Max. Sürat
250 km/h

0 - 100 Hızlanma
4.6 s

Yakıt Tüketimi Ort.
15.9 L / 100 Km

**Bmw E92 M3,
günümüzde son
atmosferik M3 olarak
oldukça popüler hale
gelmesi bir kenara,
bugüne kadarki en
keyifli M3 olma
niteliğine de sahip.**



MOTOR

- Eventuri Air Intake System

OEM hava filtre kitine göre oldukça yüksek performanslı Eventuri hava filtre kiti tercih edilmesi, atmosferik bir otomobil için önemli modifikasyon işlemi olmaktadır.

YÜRÜYEN

- KW Yükseklik Ayarlı Spor Yay Kiti
- BBS CI-R Platin Silver 19" Jant
- Brembo Delikli Performans Disk

KW Yükseklik ayarlı spor yay ile hem çok daha performanslı bir yol tutuş özelliği edinmiş oldu hem de fabrikasyon EDC (Elektronik sertlik ayarlı süspansiyon) özelliği kullanılmaya devam etmiş oluyor. BBS performans jant ile daha hafif ve daha dayanıklı bir tercih yapılmıştır.

DIŞ GÖRÜNÜM

- M3 GTS Spoiler
- M3 GTS Ön Splitter
- M3 GTS Ön Lip



İŞ DÜNYASI İÇİN CORONA VİRÜSÜNE KARŞI 7 TEMEL EYLEM ÖNERİSİ

ŞİRKETLER,
CORONA VİRÜSÜ
SÜRECİNİ NASIL
YÖNETMELİ?

1. ÇALIŞANLARINIZI KORUYUN

COVID-19 krizi pek çok insan için duygusal etkileri olan ve günlük yaşamlarını etkileyen bir süreç. Şirketlerin bunu göz ardı etmeleri mümkün değil. Bu süreci yönetmek üzere şirketlerin öncelikle iş yerlerinde çalışanlarının sağlığını korumak üzere en üst seviyede önlemler almaları gerekiyor. Aynı zamanda duygusal olarak sağlıklarını korumak için de belirli uygula-



malarını hayata geçirmeliler. Bunun için bazı şirketler diğer kurumlarla görüşerek iyi uygulamaları ve çalışanlarına sunabilecekleri destek mekanizmalarını öğreniyor. Bununla birlikte süreçte şirket liderlerinin bu konuyu sahiplenmeleri ve çalışanlar ile yakın iletişimde olmaları önem taşıyor.

2. COVID-19 EKİBİ OLUŞTURUN

Şirketler, Corona virüsü hakkında gelişme-

leri CEO'ya direkt olarak raporlayan bir yönetici tayin etmeli ve her departmandan bir kişi de bu lideri desteklemeli. Bu takım-daki kişiler mevcut görevlerinin yerine bu konuya odaklanmalı ve şirketin, belirlenen risk faktörleri doğrultusunda tüm paydaşlarını ve değerlerini koruduğundan emin olmalı. Kurumdan kuruma farklılık göstermekle birlikte bu ekip başlıca şu alanlarda çalışmalı: Çalışanların sağlığının takibi,

finansal risk yönetimi ve kriz planı geliştirmek, tedarik zincirinin kontrolü, müşteri taleplerinde dramatik düşüslere karşı pazarlama ve satış planlarının yapılması, ilgili dış paydaşlarla koordinasyon ve iletişim. COVID-19 ekibinin hedefleri ve çalışmaları düzenli olarak takip edilmeli ve güncellenmeli.

3. LİKİDİTE YÖNETİMİNİ GÜÇLENDİRİN

Şirketler, bulundukları sektör ve pazar dinamiklerini analizler, veriler ve uzman görüşleri ile değerlendirerek gelir ve gider risklerini ortaya koyan senaryolar hazırlamalı. Her bir senaryoya göre de nakit akışı, kar-zarar ve bilanço tabloları gibi finansallarını etkileyebilecek ve likiditeyi azaltabilecek faktörleri ortaya koyan modeller oluşturmalı. Her bir faktör için ise gelir-gider hesaplarının optimize edilmesi, maliyet yönetimi, birleşme-satın alma analizleri gibi şirketin istikrarını koruyacak önlemler planlanmalı.

4. TEDARİK ZİNCİRİNİ DengeDE TUTUN

Şirketler, tüm tedarik zinciri boyunca mevcut ya da olası ürün temini aksamalarını belirlemeli ve bir envanter çıkarmalı. Örneğin; Çin'de üretimin durduğu

tesislerle iş birliği içerisinde olan şirketler, bu tesislerin yeniden çalışmaya başlamasına dek geçen süreci planlamalı. Bu doğrultuda tedarikçilerin desteklenmesi, ürün tedarik edilememesi durumlarına karşı planların yapılması, üretimin başlaması ile birlikte yaşanacak yoğunluğu yönetmek üzere ön siparişlerin yapılması ve nakliye sistemlerinin organize edilmesi gerekiyor. Bu dönemde ürünlerin online satışına başlanmasıyla birlikte stok yapmak isteyen diğer şirketler tarafından yoğun sipariş alması durumuna karşı da şirketler planlama yapmalı. Aynı zamanda şirketlerin orta ve uzun vadeli stabilizasyon planları yapmaları, iş ağırlarını geliştirmeleri ve yeni tedarik kaynakları bulmaları gerekebilir. Bu adımlar, COVID-19 krizinin ötesinde, şirketlerin tedarik zincirlerinin sağlıklı olabilmesi için de önem taşıyor.

5. MÜŞTERİLERİNİZE YAKIN OLUN

Yıkıcı süreçleri başarıyla atlatan şirketler, müşterilerine yatırım yapan ve onların davranışlarını önceden tahmin edebilen kurumlar oluyor. Örneğin, Çin'de tüketici taleplerinde düşüş yaşandı ancak talep tamamen ortadan kalkmadı, bunun yerine

insanlar gıda vb. ihtiyaçlarını online sipariş ile tedarik etmeye yöneldiler. Bu da şirketlerin online ve çoklu kanal dağıtım yönetimine yatırım yapmaları gerektiğini ortaya koyuyor.

6. PLANI UYGULAYIN

Hazırlanan planların etkinliği, kararların ve sürecin uygulanabilirliği ve herkesin kriz planlarını doğru şekilde anlayıp anlamadığını ortaya koymak üzere simülasyon, önemli bir araç. Bu sayede şirketler, yıkıcı durumlarda hızlı ve esnek davranabilmeyi öğreniyor ve kritik konularda hazırlıkların tam olup olmadığını önceden fark edebiliyor.

7. TOPLUMSAL HİZMETLERİNİZİ DERİNLEŞTİRİN

Bir şirket, ancak içerisinde bulunduğu toplum kadar güçlüdür. Kurumların bu toplumsal kriz anında mevcut güçlerini ve değerlerini -para, ekipman, uzmanlık, vb.- destek mekanizmaları oluşturmak için kullanmaları gerek. Örneğin; bazı şirketler ihtiyaca cevap verebilmek için mevcut üretimlerini medikal maske ve kıyafet üretmek üzere değiştirdiler.



UZMAN GÖRÜŞÜ



HAZIRLAYAN
FAHİR TALİB
YOUTUBE @
CARVISERTV

fotoğraf
WWW.CARVISER.COM

**BMW gelecek yıl
elektrikli sedanını gün
yüzüne çıkarmaya
hazırlarken, BMW i4
konsept ile bir çok ezberi
bozacak gibi gözüküyor!**



**Elektrikli
BMW i4
Tesla'ya
rakip
olabilir
mi?**

BMW i4

Malum virüs nedeniyle Cenevre Otomobil Fuarı'nın iptal olması, tüm otomobil üreticilerini etkilemiş durumda. Bir çok yeni ve konsept araçlarını gün yüzüne çıkarmaya hazırlanırken, tüm planların bozulması elbette otomobil severler tarafında da moral-leri bozmuş durumda. Peki kötü haberleri bir kenara bırakıp aracın detaylarına bakacak olursak, Beşinci nesil BMW eDrive teknolojisi, 2020 yılında üretime girecek olan BMW iX3, BMW iNEXT ve BMW i4 gibi tamamen elektrikli BMW modellerinde yer alacak. Beşinci nesil BMW eDrive teknolojisinde kullanılan elektrik motoru, güç elektroniği, şarj ünitesi ve yüksek voltajlı akü, BMW'nin elektrik sistemleri alanında önemli bir adım

daha atmasını sağlıyor. BMW i4 için geliştirilen elektrik motoru, toplamda 530 bg'ye kadar maksimum güç üretebiliyor. Beşinci nesil BMW eDrive, en yeni pil hücresi teknolojisine sahip, yeni tasarlanmış yüksek voltajlı bir pil ile geliyor. BMW i4 için gelişt-

rilen akü versiyonu, son derece ince yapısı ve optimize edilmiş enerji yoğunluğu ile dikkat çekiyor. Yaklaşık 550 kg ağırlığında ve WLTP normlarına göre 600 km'ye kadar bir menzil sunuyor. BMW Group, Yeni BMW i4'ün seri üretimini 2021'de Münih'teki ana

tesisinde gerçekleştirmek için Plant Munich'e yaklaşık 200 milyon Euro'luk yatırım yapıyor. Bu durum ayrıca, gelecekte içten yanmalı motorlu, plug-in hibrit ve tamamen elektrikli BMW modellerinin de aynı montaj hattında üretileceği anlamına geliyor. 2021 yılı

özellikle tüm markalar için çekişmeli geçecekken, gelecek yıl için 600 km menzil sunan BMW'nin, günümüzde 600 km'yi çoktan yakalayan Tesla karşısında şansı ne olacak diye soracak olursanız? Yanıt için 1 sene daha beklememiz gerekecektir.



ASF OTOMOTİV

E-5 Yanyol Fidan Plaza Pamukkale Sokak No:2
Soğanlık, Kartal/İstanbul T. O (216) 427 42 42

