

MARKA, BİR ÜLKENİN

ZENGİNLİĞİDİR



Kızıtaş, "Yeni yönetimi devraldıktan sonra yaptığımız toplantıda; 'Türkiye'de marka olmuş ve bunu uluslararası boyutlara taşımaya çalışan tüm firmalara kapımız açık' mesajını verdik" dedi.



"Firmalarımız dünya markası olmak için mücadele veriyorlar, ama öbür taraftan baktığımızda da yurtiçinde pazarlarını korumaya çalışıyorlar. Eğer bugün Türkiye'de yaşamak istiyorsak bir dünya markası olmak zorundayız."



Dr. Mustafa Aydın:

Can Özatay ve UFRAD Başkanı Dr. Mustafa Aydın'ın Franchising Dünyası konulu BMD Başkanı Ali Murad Kızıtaş'ı

Franchising Dünyası'nın bu haftaki konuyu Birleşmiş Markalar Derneği Yönetim Kurulu Başkanı Ali Murad Kızıtaş, Erem Yayın Grubu Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Can Özatay ve UFRAD Başkanı Dr. Mustafa Aydın'ın konulu Kızıtaş, Türkiye'deki markalaşmanın önemini anlattı. Aynı zamanda İnci Ayakkabı'nın Yönetim Kurulu Başkanı da olan Kızıtaş, İnci'nin başarı öyküsünü de anlatma fırsatı buldu.

Dr. Mustafa Aydın: Ben şunu hep merak ettim. Bugün eğitim, sağlık veya değişik bir hizmet sektöründen bir marka sizin ilgi alanınıza giriyor mu?

Ali Murad Kızıtaş: Birleşmiş Markalar Derneği'nin

(BMD) kuruluş amacı, 2001 yılındaki krizde firmaların karşılaştıkları sorunlara çare bulmak ve güç birliği oluşturmaktır. Bu nedenle de ağırlık olarak perakende firmalarının sorunları ile ilgilendik. En büyük sorun neydi? Bir anda dolar iki katına fırladığında kira kontratları sıkıntı yarattı... Marka kavramını açtığımızda sadece perakende değil veya ilk kuruluşundaki gibi sadece tekstil, konfeksiyon, ayakkabı gibi tüketim maddelerini satan bir birlik değil artık ve bunu altı ay kadar önce tanımladık. Yeni yönetimi devraldıktan sonra bir toplantı yaptık ve çok dar bir çerçevede kaldığımızı, bunu aşmamız gerektiğini ve markanın sadece bu üç sektörle sınırlı tutulmaması gerektiğini tespit

ettik. Yani Türkiye'de marka olmuş ve bunu uluslararası boyutlara taşımaya çalışan tüm firmalara kapımız açık.

Dr. Mustafa Aydın: Bugün franchise sisteminin işleyebilmesi için marka olmanın lazım. Marka değilseniz, franchise sistemini kullanamazsınız. Sizin de BMD olarak böyle bir bakış açınız var mı. Yani ille de bu kriterleri tutması gerekli mi?

Ali Murad Kızıtaş: Belli bir kriteri tutmasını bekliyoruz. Az önce sizin de söylediğiniz gibi belli bir yere kadar yol almışsa dediniz. Biz de belli bir yere kadar yol almış olmasını bekliyoruz. Sonuç olarak, siz birleşmiş markalar diye tanımladığımız zaman marka kriterlerinin belli bir kısmını yerine getirmiş arkadaşlarımızın aramızda olmasını istiyoruz. Ama bu demek değildir ki; belli bir performans gösteren, kısa vadede ülke çapında veya yurtdışında başarı elde edebilecek gözükten firmalara, gelmeyin demiyoruz. İstediklerimiz belli bir eşiği aşmış olmalarını bekliyoruz firmalardan.

Can Özatay: Peki siz İnci Kundura'nın kaç nesil devamını hayal edebiliyorsunuz şu anda?

Ali Murad Kızıtaş: Şu anda en büyük beklentimiz, bizden sonra aileden gelen nesillerin bu işe adapte olması. Türkiye'de baktığımızda aile şirketlerinde yoğun olarak bu beklenti var. Ama olmazsa da bugün profesyonelleşmeyi Türkiye'de en fazla yerleştirmiş şirketlerden birisiyiz. Hala belli kademelerdeki ağırlıklı işleri aile fertlerimiz yapsa da, yüzde ellinin üzerinde profesyonelleşme oranımız var.

Benim de üniversite yıllarımda 1980-1984 arası. Dünyada ne olduğunuzu takip etmeye başlamıştık. İşte markalar, çok mağazalar, çoklu zincirler, zincir perakendecilik gibi kavramlar yeni yeni gözümüzün önüne gelmeye başlamıştı. O dönemler İnci Kundura idi şimdi İnci Ayakkabı diyoruz, kırk yıllık çok iyi bir yer vardı tüketicinin gözünde. Bir prensibi vardı. Çok kaliteli ayakkabı yapar ve bunu mümkün olduğu kadar ucuza satardı. Fazla model tasarıma önem verilmezdi. Seksenlerin sonuna doğru baktığımızda, ucuz ayakkabı satmanın uzun vadede özellikle Uzakdoğu'dan gelecek olan ürünlerle ve ülkemizde

satılmaya başladığını düşünüyordum...

Ali Murad Kızıtaş: Geçenlerde Türkiye'de marka olmuş bir firmanın patronunun gazetede bir yazısı vardı. Diyordu ki marka olmak istiyorsanız bugünkü kazançlarınızdan vazgeçeceksiniz. Çok güzel bir cümle... Yani kısa vadede marka olunmaz! Uzun vadede yayılmalı ve sabır gösterilmeli. Ve mutlaka bir hikayenizin olması lazım. Rahat algılanabilir bir mesajı tüketiciye iletmeye çalışın. Yoksa, bugün baktığımızda herkes aynı malı satıyor. Ben de aynı ayakkabıyı satıyorum mesela, benim yanımdaki mağaza da aynı şeyi satıyor. Ama ben sonuçta tüketiciye bir mesaj verebiliyorsam, tüketici bu mesajın arkasındaki alışveriş beklentilerini karşılamak üzere benim mağazama geliyor. Biz mağazamızda artık ürün satmıyoruz bir yaşam tarzı satıyoruz, görüş satıyoruz. İşte bu görüşün oluşturulabilmesi ve bunun arkasında durulabilmesi lazım. Bugünden yarıya bunu değiştirdiğiniz anda tüketici gözünde tutarlılık oluşturamazsınız. Elemanlarınızın da sizinle aynı dili konuşması önemli.

Can Özatay: Peki bu paradoksu nasıl açıklıyorsunuz? Bir taraftan diyorsunuz ki kiralar yüksek; ama öbür taraftan bakıyorsunuz yeni bir alışveriş merkezi açıldığında dışarda kaldım diyenler de oluyor?

Ali Murad Kızıtaş: Firmalarımız dünya markası olmak için mücadele veriyorlar, ama öbür taraftan baktığımızda da yurtiçinde pazarlarını korumaya çalışıyorlar. Eğer bugün Türkiye'de yaşamak istiyorsak bir dünya markası olmak zorundayız. Artık benim rakibim Türkiye'deki şu firma değil, bir dünya markası. Benim onlarla mücadelemde edilebilirim. Bunun için de en azından onlara yakın bir ölçeğe ulaşmam lazım. Çünkü ben Türkiye ölçeği ile onlarla mücadele edemem. Benim de bu yüzden onlarla aynı ölçeğe gelmem gerekiyor ki onlarla mücadele edebileyim. Şimdi bir yandan Türkiye pazarını korumaya çalışıyoruz, bir yandan da markalarımızın dışarı açılmasını telaffuz ediyoruz. Çünkü markaların hızlı büyümelerinin en büyük avantajı franchise organizasyonlarının başarılı olarak gerçekleştirilmesi. Bu yüzden de hükümetimiz de Türkiye'de markalaşmanın önemini anlatmaya çalışıyoruz.



BMD Başkanı Ali Murad Kızıtaş

BU UYUMA SİZDE KATILIN

ALTIN GAYRİMENKUL A.Ş.

SATILIKTA KİRALIKTA DEVREMÜLKTE

ALTIN® GAYRİMENKUL A.Ş.

SAYGIN BİR MARKA ALTINDA GAYRİMENKUL İŞİNİZİ KURUP EĞİTİM ALARAK PARA KAZANMAK İSTİYORSANIZ BİZİ ARAYINIZ

0212 654 17 60

ÖZEL ALTIN EMLAKÇILIK KURSU

6. DÖNEM GAYRİMENKUL EMLAK VE DANIŞMANLIK KURSU KAYITLARIMIZ BAŞLAMIŞTIR.

0212 654 17 60
www.emlakkursu.com

Ticari Temizlik'te Dünyanın 1 numarası'ndan

PATRONLUK TEKLİFİ

22 ilde 65.000 müşteri
11.500 franchise

500\$ ile 100.000\$ arası iş seçenekleri

İşinizin patronu olun
İlk işinizi biz sağlayalım
Franchise'rimiz olun hemen para kazanmaya başlayın

012 446 9812
www.kingking.com

King King
The King of Clean