

Yayın Adı: Radikal  
Referans No: 14077092  
Renk: Renkli

Yayın Tarihi: 28.10.2010  
Etki: Tarafsız  
STxCM: 102,00

Küpür Sayfa: 1  
Tiraj: 38339  
Reklam E de eri: 9894,00

# Türkiye sevgisi heveslendirdi

Türk firmaların da katıldığı 'Dünya Perakende Kongresi'nde yeni yatırım rüzgârı esiyor. Burberry ve Colins de yeni atılımlar pesinde olduğunu açıkladı.



SEVGİ SAYAR BAŞARAN  
BERLİN  
sevgi.sayar@radikal.com.tr

Türk tüketicisinin Burberry sevgisi, yeni mağaza yatırımlarının yolunu açtı. Dünyanın en köklü lüks markalarından olan Burberry'nin CEO'su Angela Ahrendts, Berlin'de düzenlenen Dünya Perakende Kongresi'nde sorularımızı yanıtladı.

Türkiye'nin favori ülkelerinden biri olduğunu belirten Ahrendts, "Türkiye'de 3'ü amiral gemi olan 8 mağazamız var. Türkler bizi çok seviyor. Biz de onları... Türkiye'de daha çok büyüme planımız var. Yeni mağazalar için hevesliyiz" dedi.

Ahrendts, önümüzdeki günlerde Ankara'da yeni bir mağaza açacaklarını söyledi.

## Stratejimiz yumuşadı

Dünyada 80 ülkede 212 mağazası olan Burberry 2 milyar dolar ciro ve 350 milyon dolar kâra sahip. Burberry'e 4 yıl önce CEO olan Ahrendts, son 6 ayda markaya yüzde 21 ciro artışı sağladı. Dünya Perakende Kongresi'nde tecrübelerini paylaşan Ahrendts, markanın yüzünü değiştirmek için yaptığı çalışmalarını da anlattı. Değişim sürecinde yumuşak stratejiler belirlediklerini vurgulayan Ahrendts, bunu stil, yapı ve değerler üzerinden kurguladıklarını söyledi.



Burberry CEO'su Angela Ahrendts, Türk gazetecilerin sorularını yanıtladı.



## 'Geri kalma' dedi, satışları yüzde 30 arttırdı

'Değiş, geri kalma' sloganıyla, yeni reklam filmi televizyonlarda ve sinemalarda gösterilmeye başlanan Colin's, 2 haftada satışını yüzde 30 oranında artırdı. Eroğlu Grup markası Colin's'in Genel Müdürü Necati Özdoğan, "Bu reklam filminde insanların bizi merak etmesini mağazalarımıza gelmesini istedik. Sonuçlarını orta vadede bekliyorduk.

Tüketicinin bu kadar çabuk reaksiyon vermesi bizi de şaşırttı. Satışlarda ilk haftadan itibaren yüzde 30'un üzerinde bir artış yakaladık. Üstelik müşteri kitlemiz de genişledi" dedi. Filmin Ukrayna'da da satışları yüzde 20 artırdığını belirtti.

2010'u yüzde 30'luk bir büyüme ile tamamlayacaklarını ifade eden Özdoğan, 2011'de de aynı büyüme oranı ile 500 milyon dolar ciro sınırını yakalayacaklarını belirtti.