

Turquality'den Patronlara Boss Weekend

Turquality dünyanın devlet destekli ilk ve tek markalaşma programı. Vizyonunu "10 yılda 10 dünya markası yaratmak" olarak belirleyen Turquality buna ulaşmak için marka yaratma potansiyeli olan firmaları belirleyerek onları, oluşturulan destek platformu çerçevesinde desteklemeyi hedefliyor. 2004 yılında tekstil sektöründeki şirketlerle işe başlayan program 2006 yılında ciddi bir revizyon görmüş ve kapsamındaki sektörlerin sayısı, sağladığı destekler artmış.

İstanbul Yenibosna'daki TİM (Türkiye İhracatçılar Meclisi) binasında Turquality programının patronu Ekonomi Bakanlığı'ndan İhracat Genel Müdür Yardımcısı Yavuz Özutku ve mobilya sektöründen bir grup üreticisiyle bir araya geldik.

Çilek Mobilya Yönetim Kurulu Başkanı Muzaffer Çilek, Boydak Holding Yönetim Kurulu Üyesi Murat Bozdağ ile M. Sami Boydak, Alfemo Mobilya Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Ramazan Davulcuoğlu, Nurus Mobilya Genel Müdürü Dinçer Sinici ve Doğtaş İş Geliştirme Direktörü Ali Rıza Çelik Turquality deneyimlerini aktardılar.

Özutku'ya göre Turquality bugün itibarıyla 2006'da yapılan revizyonun da etkisiyle başladığı tarih olan 2004'te konulan hedeflere ulaşmış: Bölgesel markalar oluşmuş. Başta Rusya olmak üzere birçok ülkede olumlu Türk malının imajı yükselmiş. Türk şirketlerinin ve markalarının birçok ülkede tanınırlıkları artarken, üretim ve pazarlama süreçlerinde iş yapma biçimleri de olumlu şekilde değişmiş.

Sektörün ağabeyi Muzaffer Çilek bu değişimi "Turquality ve bu program kapsamında hizmet aldığımız danışmanlar bize bu işlerin teyze oğullarıyla gitmeyeceğini gösterdi" diyerek anlatıyor.

Özutku program kapsamında 2006 yılından bu yana çok sayıda şirket ve markaya 530 milyon lira destek verildiğini anlatıyor. Desteğin yarısından fazlasının şirketler tarafından danışmanlık hizmetlerine harcandığını belirten Özutku, "Biz de zaten öyle istiyoruz. Şirketlerimiz de alanlarında isim yapmış danışmanlardan hizmet alıyorlar" diyor.

Anlattıklarından Turquality desteği alan ve bunun da katkısıyla hem üretim, hem pazarlama alanında iş yapma biçimleri olumlu şekilde değişen marka ve şirketlerin yabancı pazarlarda tanınırlıklarının ciddi şekilde arttığı ortaya çıkıyor. Örneğin Vesbo'nun Vietnam'da, Colin's'in Rusya'da, Solo Selpak'ın Azerbaycan'da, Molfix'in Cezayir'de, Beko'nun İngiltere'de en tanınır markalar arasına girmiş olmasında Turquality'nin payı büyük. Mısır, Lübnan, Fas, Yunanistan, Bosna, Romanya ve İran'da da Türk markalarının ve şirketlerinin bilinirlik anlamında ilk üçe girdiğini görüyoruz.

Boydak Holding Yönetim Kurulu Üyesi Murat Bozdağ, Turquality sonrası yabancı ülkelerde 199 olan mağaza sayısının 300'e çıktığını belirterek "Ancak nitelikleri de çok değişti. Hepsini standartlaştı. Bu arada program sayesinde hiç bulunmadığımız 23 pazara girdik" diyor. Programın sağladığı destek sa-

yesinde hem bilinirliği artan, hem de tüm üretim süreçlerini iyileştiren grubun ihracat kg. değeri 4 dolara çıkmış. Türkiye ortalamasının 1,58 dolar olduğu hatırlanırsa Turquality'nin Boydak Grubu'nun ihracatında doping etkisi yaptığını kolaylıkla görmek mümkün.

Alfemo Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Ramazan Davulcuoğlu, Turquality sayesinde ciddi bir zihinsel dönüşüm yaşadıklarını belirterek, "Daha katma değerli ürüne yöneldik. Turquality öncesi buradaki tüm arkadaşlarımız gibi iyi sanayiciydik, ama iyi pazarlamacı değildik" diyor. Davulcuoğlu iki yıldır Turquality desteği aldıklarını ve bu sayede bugün yabancı tasarımcılarla çalıştıklarını anlatıyor. Bu zihinsel değişim sürecinde yabancı ülkelere Alfemo bayisi olmak isteyen yatırımcıların profili de değişmiş. "Artık daha paralı, bizi talep eden bayiler geliyor" diyor Davulcuoğlu.

Doğtaş İş Geliştirme Direktörü Ali Rıza Çelik, Turquality ile birlikte şirket içinde önemli bir kurumsallaşma hamlesinin başladığını belirtiyor ve bu gelişmeyi "Modernlik ama daha modern hale geldik" sözleriyle dile getiriyor. Çelik, Turquality'nin getirdiği en önemli yenilikler arasında ürün tasarımlarının değişmeye başlamasını ve bu konuda iki yabancı tasarımcıdan hizmet almalarını gösteriyor. Tabii bu hizmetin bedelinin bir bölümünün Turquality programı tarafından karşılandığını söylemeye gerek yok. Ali Rıza Çelik'in Turquality desteği aldıkları son beş yılda yüzde 70 büyüdüklerini ifade ediyor ve grup olarak yeni satın aldıkları Kelebek Mobilya'nın da programa başvuracağını söylüyor. Turquality programının en yeni üyesi Nurus Mobilya henüz bir parasal destek almamış. Ancak önümüzdeki dönem Almanya'ya Turquality desteğiyle girmeyi hedefliyor. Türkiye'nin en büyük ve en çok tasarım ödüllü büro mobilyası üreticisi Nurus, Turquality programına dahil olduktan sonra ciddi bir özdeğerlendirme yapmış. Genel Müdür Dinçer Sinici bu süreçte "gereğinden fazla çeşit ürünleri bulunduğunu" anladıklarını ve bu konuda gerekeni yaptıklarını anlatıyor.

Turquality programının başarısı Ekonomi Bakanlığı'nın "dünya markası yaratma" vizyonunu yeniden değerlendirmesine neden olmuş. Beş yılda dünya markası haline gelmenin mümkün olmadığı anlaşıldığı için destek süresi beş yıldan 10 yıla çıkartılmış. Bugüne kadar ki sonuçlar 10 yılın sonunda ülkenin dünya markası kazanmasının şaşırtıcı olmayacağını gösteriyor.

Bugüne kadar kapsamındaki şirketlere çeşitli desteklerin yanısıra yöneticiler için de eğitim desteği veren Turquality şimdi hedefe patronları da almış. İhracat Genel Müdür Yardımcısı Yavuz Özutku, patronlara sınıflarda öğretmenler tarafından eğitim verilmeyeceğini belirterek "Ancak kapsamdaki şirketlerin patronlarını hafta sonları boss weekend adını verdiğimiz toplantılarda bir araya getireceğiz. Birbirleriyle tanışmalarını, deneyimlerini aktarmalarını sağlayacağız" diyor.