



Güven Borça

guvenborca@marketingturkiye.com

Bu topraklardan...

Bu topraklardan dünya markası çıkar mı? başlıklı kitabımda küresel şans verdiğim markalarımızı listelemiştim. Geçen on yılda fazla sürpriz yaşamadık. Öte yandan, Turquality gibi bir destek programı çıkmasına rağmen gelişme umduğumdan yavaş oldu. Özellikle de hazır giyimde. Güncel listem aşağıda. Sıralamada ciro, büyüme, sektörün rekabet şansı, fikrin sağlamlığı ve kurumdaki markalaşma kültürünü dikkate aldım.

1	THY	Türkiye'nin coğrafi avantajından yararlanıyorlar kuşkusuz ancak ülkemizin bayrak markası, son dönemde iletişimde de iyi işler yapıyor.	
2	Efes	Başından beri global markalaşma işini en bilerek yapan onlar. Rusya'da iki numaralar. Dört ülkede liderler ve dünyada toplam 45 tesisleri var.	
3	Beko	Arçelik'ten bir Koreli agresifliği bekliyorum ama daha temkinli gidiyorlar. İngiltere'deki pazar payları ve satın aldıkları markalar dikkat çekici.	
4	Vitra	Seramik global iddiamız olan bir sektör ve Vitra hem yurt dışı yatırımları hem de marka satın almalarıyla doğru yolda gidiyor.	
5	Mavi	50 ülkede 285 mağaza ve 4 bini aşkın satış noktasında varlar ve 300 milyon dolarlık bir hacme ulaştılar. Marka odaklılar.	
6	Simit Sarayı	Henüz fazla bir yaygınlıkları yok ancak heves ve iradeyi biliyorum. Fikir de sağlam. Umduğumuzdan hızlı bir şekilde büyüyebilirler.	
7	Çilek	Mobilya sektörünün tek odaklı markası. Sağlıklı adımlarla büyüyorlar. Ne yaptıklarını biliyorlar. Yurtdışı mağaza sayısı 140.	
8	Kale	Küresel pazarda rekabet şansız olan bu alanda Kale Grubu özellikle birkaç yıldır büyük oyuncu olma niyetini iyice belli etti.	
9	Arko	Rusya'da pazar lideri. Duru da ikinci. Birçok Türk firması gibi erken yol aldılar, çoğundan farklı olarak kalıcı marka yatırımı yaptılar.	
10	Pegasus	Sipariş verdikleri yeni uçaklara bakarsak onlar da yerel kalmak niyetinde değiller belli ki. Sağlam konsepti olan güzel bir marka.	
11	BİM	Yurtdışında henüz büyük bir hacme ulaşmış değil ama bu iş çok hızlı büyümeye aday. BİM de işini iyi biliyor. Bekleyip görelim.	
12	Colin's	Rusya'daki başarılarını diğer ülkelerde de tekrarlasalar çok daha iyi bir noktada bulunacaklar.	
13	Koton	90'ı yurtdışında 295 mağazaları var. 2012 ihracat hedefi 75 milyon dolar. Hazır giyimciler içinde uzun vadede en umut veren markalardan.	
14	Pınar	Orta Doğu'da iyiler. Bölge kültürüne uygun olarak geliştirdikleri kahvaltılık kreması da iyi gidiyor. 35 milyon dolar ihracat az öte yandan.	
15	Ülker	Ülker çok fazla alana yayıldı. İyi olduğu birkaç konseptte odaklanıp global iddiayla hareket etse kimse tutamaz.	

Eğer tabloya itirazınız varsa markanızla ilgili güncel bilgileri bana iletin, kendimi ve okurları güncelleyim.