

Sürdürülebilirlik kavramının her geçen gün önem kazandığı dünyamızda, ekolojik, toplumsal ve ekonomik dengelerin korunması kadar, en önemli istihdam kaynağı olan şirketlerin başarılarını devam ettirilebilmesi, yoğun rekabet içinde varlıklarını koruyabilmeleri açısından belki de en önemli hedeftir.

E. Ali Bilaloğlu

Markalarımız

Das Auto.

Başarılarla dolu bir yıl





Volkswagen Binek Araç, "dünyanın en yenilikçi otomotiv markası" vizyonu doğrultusunda belirlediği ürün ve iletişim stratejisiyle 2010 yılında satışlarını %49 oranında artırarak başarılı bir yılı geride bırakmıştır. Volkswagen Binek Araç, genişleyen ürün yelpazesi, teknolojik ve çevreye duyarlı modelleriyle her kesimden hedef kitleye ulaşmayı başarmıştır.



2010 yılı, Volkswagen Binek Araç'ın başarısını pekiştirdiği bir yıl olmuştur. Volkswagen Binek Araç, lansmanlarla ve ödüllerle dolu yoğun bir yılı pazar payını artırarak bitirmiş ve 5. marka olmuştur.



Vedat Uygun
Volkswagen Binek Araç Marka Genel Müdürü

Volkswagen Binek Araç

Volkswagen Binek Araç markası, bir önceki seneye göre %38 oranında artan binek araç pazarında, kendi satışlarını %49 oranında artırarak pazarın üstünde bir performans göstermiştir. 2010 senesinde izlenen başarılı ürün ve iletişim stratejileri, yeni model lansmanları sayesinde pazar payını %7,8 seviyesine yükseltmiş ve markamız pazarda 5. sıradaki yerini korumuştur.

Modellerimizin performansları

"Yılın Aracı" ödülüne sahip Polo modelimiz pazar payını etkin ve başarılı kampanyalarla %7,3 seviyesine çıkarmış, yeni sunulan motor ve donanım seçenekleri sayesinde geniş bir kesime hitap eden bir model olmuştur.

Bulunduğu sınıfa kendi adını veren Golf modelimiz satışlarını %37 oranında artırarak %10 pazar payı almayı başarmıştır. 2010 yılında "Tüm zamanların en heyecan verici Golf'ü" sloganıyla satışa sunulan Golf R modeli ise, yüksek performansı Golf modeliyle birleştirmiştir.

2010 yılında ciddi bir başarı yakalayan Jetta modelimiz, segmentteki pazar payını artırarak %7,8 pazar payına ulaşmıştır. Yılı başarılı bir şekilde kapatan Jetta, yenilenen kasası ile daha büyük başarılara imza atacaktır.

2005'teki lansmanından bu yana liderliği bırakmayan Passat modelimiz 2010 yılında %24 gibi çarpıcı bir pazar payı ile lider pozisyonunu korumuştur. Yenilenen yüzüyle 2010 yılı sonunda kullanıcılarla buluşan Yeni Passat, segmentinin en başarılı modeli olmaya devam edeceğini göstermiştir. Coupe ve sedan özelliklerini birleştirerek kendi segmentini yaratan CC modelimiz ise satışlarını %21 oranında artırarak %29 pazar payının sahibi olmuştur.

Satış rakamlarında en yakın rakibinin bile çok üzerinde bir performans sergileyen Scirocco modelimiz %47 pazar payı ile liderliğini sürdürmüştür.

Volkswagen'in global ve yerel anlamda en başarılı modelleri arasına giren Tiguan modelimiz ise segmentinde %16 pazar payına ulaşarak 2. sırada yer almıştır.

2010 yılı lansmanları ve yenilikleri

Volkswagen Binek Araç, 2010 yılında birçok lansman gerçekleştirmiştir. Tamamen yenilenen Touareg ve Passat modelleri ile daha da güçlenen Volkswagen, kaliteli marka imajını 2010'da biraz daha pekiştirmiştir.

Satış Sonrası Hizmetler

Türkiye çapında 64 Yetkili Servis noktası ile hizmet veren Volkswagen Binek Satış Sonrası Hizmetler (SSH), 2010 yılında Sivas, Bodrum, Isparta ve İzmir'de Yetkili Servisler açarak müşterilerine sunduğu hizmet ağını daha da genişletmiştir.

Volkswagen AG, CSS ve iş tekrarı konusunda başarılarından ötürü Doğuş Otomotiv'i 2010 yılında örnek distribütör seçmiştir. Volkswagen AG'nin MACH 18 hedefleri kapsamında yürütülen RASE (Retail After Sales Excellence - Satış Sonrasında Mükemmel Hizmet) projesine Doğuş Otomotiv de dahil olmuştur. Tüm dünyada satış sonrasında en iyi performans gösteren 5 ülke arasına girmeyi başaran Doğuş Otomotiv Volkswagen SSH'nin bu yöndeki çalışmaları, Volkswagen AG'nin yönlendirmiş olduğu danışmanlık firması tarafından 1 ay süreyle yakından takip edilmiştir. Bu süreç boyunca Doğuş Otomotiv Volkswagen SSH tarafından elde edilen "best practise" uygulamaları diğer ülkelerdeki SSH ağına rehberlik edecektir.

Yetkili Servislerimizde toplam 330.000'e yakın araç girişiyle ayda ortalama 28.000 müşteriye hizmet verilirken, 2010 yılında parça cirosu %10, işçilik cirosu ise %11,70 artış göstermiştir.



Ticari Araç

Avrupa pazarında iz bırakan başarı





Volkswagen Ticari Araç, Transporter'dan sonra 2010 yılında da Caddy modeliyle birlikte tüm ürün gamını yenilemiş ve ithal ticari araç satışlarındaki liderliğini sürdürmüştür.



2010 yılında Volkswagen Ticari Araç'ın Avrupa'daki toplam satışlarının %12'sini gerçekleştiren Doğuş Otomotiv, büyük pazarlar içinde satışlarını en çok artıran distribütör olarak başarılı bir yıla imza atmıştır.

Kerem Güven
Volkswagen Ticari Araç Marka Genel Müdürü



Adım adım liderliğe

2010 yılında Türkiye hafif ticari araç pazarı geçen yıla göre %34,1 oranında bir büyüme yaşamış ve 251.129 adetlik toplam satış rakamına ulaşmıştır. Bu tablo içinde Volkswagen Ticari Araç, 2009 sonunda Yeni Transporter'ı pazara sunarak yakaladığı ivmeyi 2010 başında devreye aldığı fiyat ve yeni ürün stratejileriyle planlı bir şekilde sürdürmüş ve satışlarını %126,6 oranında artırarak pazarda satışlarını en fazla artıran marka olmuştur. Volkswagen Ticari Araç, 2010 sonunda ulaştığı 24.018 adetlik satış rakamıyla Türkiye ithal hafif ticari araç pazarındaki lider konumunu sürdürmüştür.

2010 yılında tüm ürün gamını yenileyen Volkswagen Ticari Araç, toplam hafif ticari araç pazarındaki payını %9,6'ya, ithal ticari araç pazarında ise %23,7'ye çıkarmıştır.

Modellerimiz

Yeni Transporter ile 2010 yılına çok iyi bir başlangıç yapan Volkswagen Ticari Araç, 9.302 adetlik Transporter satışı ile orta sınıf hafif ticari araç segmentinde %47,1 pazar payı elde etmiş ve açık arayla sınıfının lideri olmuştur.

Caddy modelimizin pazar payı 2010 yılında %10,5 olarak gerçekleşmiştir. Volkswagen Ticari Araç'ın satışlarının %51,5'ini, Doğuş Otomotiv satışlarının ise %15,7'sini Caddy oluşturmaktadır. Crafter modelimizin pazar payı ise 2010 yılında %4,7 olarak gerçekleşmiştir.

Marka imaj araştırmasında bir numara

Rekabetçi pazarda marka iletişimi çalışmaları kapsamında gerçekleştirilen sürekli kitlesel iletişim 2010 yılında da pazarlama stratejisinde önemli bir yer teşkil etmiş ve Volkswagen Ticari Araç, ulusal mecraların yanı sıra yerel mecraları da kullanarak hem ürün, hem de kurumsal iletişimini kapsamlı bir şekilde sürdürmüştür.

Volkswagen Ticari Araç, 2010 yılında yoğun iletişim yönetimiyle basında yüksek görünürlük elde etmiş, hafif ticari araç markaları arasındaki haber etkinliği değerlendirmesinde ilk üç marka içindeki yerini korumuştur.

Volkswagen Ticari Araç, 2010 yılında da müşteri segmentasyonu bazlı doğrudan pazarlama faaliyetleri gerçekleştirmiş, deneyimsel ve doğrudan pazarlama faaliyetlerini bir arada yürüterek özellikle hedef kitle olan ticari araç anahtar sektörleriyle birebir iletişim kurmuştur.

Volkswagen AG tarafından büyük Avrupa pazarlarında gerçekleştirilen marka imajı ve bilinirlik araştırmasının Türkiye sonucuna göre Volkswagen Ticari Araç tüm zamanların en yüksek imaj değerine ulaşmıştır. Marka farkındalığında yerli markaları geride bırakmış, marka beğenirliğinde ise lüks markaların bile önüne geçerek marka beğeni endeksinde yine birinci marka olmuştur.

2011...

Volkswagen Ticari Araç, 2011 yılında Amarok modeli ile yeni bir segmentte de başarısını pekiştirmeye devam edecek, mevcut müşteri memnuniyetinin artırılması ve satış hedeflerinin gerçekleştirilmesi yönündeki faaliyetlerini aralıksız olarak sürdürecektir.

Audi

Daha fazla satış, daha fazla müşteri memnuniyeti





Audi markası, 2010 yılında 9.654 adet satışla bir önceki yıla göre %55 büyüme kaydetmiş ve pazar payını %12 artırmıştır. Bunun yanı sıra 2009 yılına göre %16 artan araç girişi ile satış sonrası hizmetler cirosunda %19 artış sağlanmıştır.



2010 yılında Doğuş Otomotiv Audi olarak tarihimizdeki en yüksek satış adedine imza attık.



Giovanni Gino Bottaro
Audi, Bentley, Lamborghini, Bugatti
Marka Genel Müdürü

Teknoloji ile bir adım önde

Audi'nin iç içe geçmiş dört halkası, markanın kurucuları olan Horch, Audi, DKW ve Wanderer şirketlerini temsil etmektedir. Bugünkü Audi'ye adını veren şirket ise, 1909 yılında kendi şirketinden ayrılan August Horch tarafından yapılandırılmıştır. Markanın sloganı olan "Teknoloji ile bir adım önde", markanın özünü oluşturan "sportif", "sofistike" ve "ilerici" marka değerleri ile desteklenmektedir.

Rekor satış adedi

Doğuş Otomotiv tarafından Türkiye'ye 1994 yılında ithal edilmeye başlayan Audi markası, 2010 yılında önemli bir başarıya imza atarak 9.654 adet satışla tarihindeki en yüksek satış adedine ulaşmıştır.

Audi'nin model bazlı performansı

Ekim ayında küçük kompakt sınıfa başarılı bir giriş yapan "şehirli" Audi A1, 2010 yılını 84 adetlik satışla tamamlamıştır. Kendi sınıfında lider olan A3, A3 Sportback ve A3 Cabriolet'nin 2010 yılı toplam satış adedi 3.434 olarak gerçekleşmiştir. A4, A4 Avant ve A4 allroad satışları 2.183 adetle kapanırken, A5 ailesinin toplam satışı 722 adet olarak gerçekleşmiştir. A6, A6 Avant ve A6 allroad satışları toplamda 2.146 adede, A8 satışları ise 50 adede ulaşmıştır. 2010 yılında TT modelinden 42 adet, Q7 modelinden ise 195 adet satılmıştır. Sınıfında lider olan diğer bir model de, yılı 784 adetlik satışla kapatan Q5'tir. Kasım ayında lansmanı yapılan Audi A7 Sportback ise 14 adetlik bir satışa ulaşmıştır.

Satış sonrası hizmetlerde büyüme

2010 yılında Audi'nin bir önceki yıla göre araç parkı %16 oranında büyümüş, markanın satış sonrası hizmet cirosu da buna paralel olarak bir önceki seneye göre %19 artış göstermiştir. 2010 Audi parça satışları 2009 yılına göre %24 oranında yükselmiştir.

2010'da Audi müşterilerinin servis sadakat oranı %79 olarak gerçekleşmiştir. Bu oran premium segmentte örnek teşkil eden önemli bir orandır.

2010 başarılarına devam

Audi AG tarafından satış alanında müşteri memnuniyetini ölçmek üzere gerçekleştirilen CSS araştırmasında ulaşılan 100 puan hedefi, müşteri memnuniyetinde gelinen seviyenin açık bir göstergesidir.

Audi Twin Cup Satış Sonrası Yarışması'nda Doğuş Otomotiv Audi, tüm dünya ülkeleri arasında servis kategorisinde ikinci olmuş ve servis kalitesinin dünya standartlarının üzerinde olduğunu kanıtlamıştır.

Otohaber dergisi tarafından düzenlenen Otohaber Ödülleri'nde A1, A5 Cabriolet, A5 Sportback, A6 Avant, A7 Sportback, Q7 ve R8 Spyder modelleri kendi sınıflarında ödüle layık görülmüşlerdir. Bu yarışmada en çok birincilik alan marka Audi olmuştur.

Kristal Elma Reklam Yarışması otomobil kategorisinde Audi, quattro ilanı ile birincilik ödülüne layık görülmüştür. Cannes Reklam Yarışması'nda ise outdoor kategorisinde quattro outdoor çalışması ile Audi, Bronz Aslan ödülünü kazanmıştır.

Pazarlama ve lansman faaliyetlerimiz

Tüm sene boyunca verilen imaj ve satış ilanları ile hem Audi'nin marka bilinirliğinin artırılması, hem de satışların desteklenmesi hedeflenmiştir. Audi A8, A5 Sportback ve A1 için lansman reklam çalışmaları yapılmıştır.

7-11 Ekim 2009 tarihleri arasında gerçekleştirilen Driving Experience'ta 400 kişi Formula 1 pistinde RS5, R8, A1, A6 ve A5 gibi Audi'nin en yeni modellerini deneme fırsatı bulmuştur.

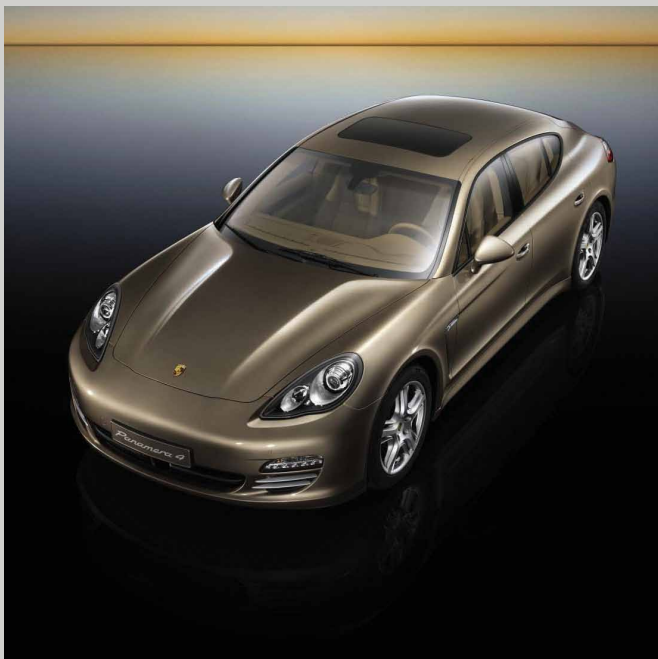


Büyümeye devam!





Porsche, satış rekoru kırdığı 2009 yılının ardından, 911 Turbo S ve Panamera V6 ile genişleyen model serisi, Premium SUV segmentinde dengeleri değiştiren Yeni Cayenne modelinin lansmanı ve düzenlenen pazarlama aktiviteleriyle 2010 yılında yeni bir satış rekoruna daha imza atmıştır.



2010 yılında, başta Yeni Cayenne olmak üzere, Panamera V6 ve 911 Turbo S modellerinin satışa sunulması ve yürütülen etkin pazarlama aktiviteleri neticesinde 390 adetlik yeni bir satış rekoruna imza atılmıştır. 2011 yılında hız kesmeden 400 adedin üzerinde araç satışı hedeflenmektedir.



Anıl Gürsoy
Porsche, SEAT Marka Genel Müdürü

Modellerimizin performansı

Cayenne satış adedi 2010 yılında 238 olarak gerçekleşmiştir. Yeni Cayenne modelinin satışa sunulmasıyla SUV satış adedi 2009 yılına oranla %43 artış göstermiştir.

Boxster modeli, 2010 yılı sonunda 5 adet satışa ulaşmıştır. Hem hitap ettiği kitle, hem de fiyat açısından Boxster ile 911 modelleri arasındaki boşluğu dolduracak şekilde konumlandırılan Cayman modelinin satış adedi ise 21 olarak gerçekleşmiştir.

2010 yılında gerçekleştirilen toplam 390 adet Porsche satışının 48 adedini 911 modeli oluşturmaktadır.

2009 yılında lansmanı yapılan Panamera modeli, 2010 yılında yeni motor seçeneğinin satışa sunulmasıyla 78 adetlik satış rakamına ulaşmıştır.

PWRS ve Cayenne lansmanı

11-20 Haziran tarihleri arasındaki iki hafta sonunda İstanbul Park'ta düzenlenen Porsche World Road Show ile eşzamanlı olarak Yeni Cayenne modelinin lansmanı gerçekleştirilmiştir. Almanya'dan gelen Porsche araçlar ve sürüş eğitmenleri ile düzenlenen Porsche World Road Show, etkinliğe davet edilen Porsche severlere farklı Porsche modellerini deneme ve farklı etaplarda sürüş deneyimi yaşama fırsatı sunmuştur. Etkinlik süresince Yeni Cayenne modeline büyük ilgi gösterilirken, yıl boyunca modelin satış adetlerinde de büyük bir artış yaşanmıştır.

Porsche Sport Driving School

Türkiye'de ilk kez 6-7 Kasım tarihlerinde İstanbul Park'ta düzenlenen Porsche Sport Driving School etkinliği, Almanya'dan getirilen 15 adet 911 Turbo araç ve yabancı ileri sürüş eğitmenleri eşliğinde gerçekleştirilmiştir. Porsche kullanıcılarının drift ve pistte sürüş becerilerini geliştirmeyi amaçlayan bu eğitim etkinliğinin 2011 yılında da sürdürülmesi planlanmaktadır.

Beşinci Porsche merkezi İzmir'de açıldı

Aralık ayında düzenlenen bir kokteylle Vosmer Otomotiv'in İzmir Alsancak'taki showroom'unun açılışı yapılmıştır. İstanbul, Ankara ve Antalya'dan sonra İzmir'de açılan showroom ile Türkiye genelindeki Porsche satış noktası 5'e yükselmiştir.

Porsche GT3 Cup Challenge Eastern Europe

Türkiye'de doğup daha sonra tüm Doğu Avrupa'ya açılan ve Porsche Central and Eastern Europe tarafından resmi yarış takvimine alınan "Porsche GT3 Cup Challenge Eastern Europe" yarışlarının ilk sezonu 2010 yılında başarıyla tamamlanmıştır. Türkiye tarafından 7 hafta sonunda İstanbul, İzmir, Brno ve Serres'te düzenlenen 14 yarış, motor sporlarına merak duyan geniş bir kitle tarafından ilgiyle takip edilmiştir. 2011 yılında düzenlenecek yarışların hazırlıklarına hız kesmeden başlanmıştır.

Dünyanın en prestijli markaları





2010'da Bentley markası %75'lik bir büyüme gerçekleştirerek üst lüks segmentte pazar payını büyütmüştür. Lamborghini markası ise global pazardaki düşüşe paralel olarak Türkiye pazarında da küçülmüştür.



Türkiye otomotiv sektöründe en geniş marka ve hizmet ağına sahip olan Doğuş Otomotiv'in üst lüks segment markaları Bentley ve Lamborghini, şirket vizyonuna paralel "beklentilerin üzerinde yaratıcı hizmet" vermektedir..



Giovanni Gino Bottaro
Audi, Bentley, Lamborghini, Bugatti Marka Genel Müdürü

Otomobil tarihinin en prestijli ve lüks modelleri

Bentley Motors, bir tren mühendisi olan Walter Owen Bentley tarafından 1919 yılında kurulmuştur. Marka, günümüzde Volkswagen AG çatısı altında yoluna devam etmektedir. İngiliz markası Bentley, 1910'lu yılların başından beri otomobil tarihinin en prestijli ve lüks modellerini üretmesiyle tanınmaktadır.

Automobili Lamborghini, 1963 yılında Ferruccio Lamborghini tarafından kurulmuştur. Markanın üretimi, kurulduğu günden bu yana İtalya'nın Bologna kentinde gerçekleştirilmektedir. Lamborghini, 1998'de tüm hisselerinin Audi AG tarafından satın alınmasından sonra güçlü ve üstün teknolojiyle donatılmış yeni modelleri ile hızlı bir yükselişe geçmiştir.

Ekonomik krizden etkilenen üst lüks segment

2009 yılında Türkiye'de 8 adetlik bir satış performansı ortaya koyan Bentley markası, 2010 yılını 14 adetlik satışla kapamıştır. %34 büyüyen üst lüks segmentte %75 büyüyen Bentley markası, pazar payını %1 artırmıştır.

Pazara Bentley markasından sonra giren Lamborghini ise 2010 senesinde 4 adetlik satışa ulaşmıştır. 2010 yılında globalde de küçülen Lamborghini markası, Türkiye pazarında buna paralel bir seyir izlemiştir.

2010 yılı Ocak-Aralık döneminde 6 adedi GT, 3 adedi GT Convertible, 4 adedi Flying Spur, 1 adedi de Mulsanne olmak üzere toplam 14 adet Bentley ile 2 adedi Gallardo LP 560-4, 1 adedi Gallardo LP 570-4 Superleggera ve 1 adedi de LP 550-2 Valentino Balboni olmak üzere 4 adet Lamborghini satış ve teslimatı gerçekleştirilmiştir.

Marka iletişimine devam

2010 yılında Bentley ve Lamborghini markalarına yönelik pazarlama yatırımlarına devam edilmiştir. Yıla ait çalışmalardan satırbaşları şu şekildedir:

- 16 Haziran 2010 tarihinde İngiltere Büyükelçiliği'nde verilen Kraliçe'nin Doğum Günü Resepsiyonu'na Bentley markası ile sponsor olunmuştur.
- Eylül ayında Lamborghini'nin geleneksel hale gelen özel müşteri aktivitesi "Lamborghini Track Day" Istanbul Park'ta düzenlenmiş ve yeni Gallardo LP 570-4 Superleggera modelinin lansmanı yapılmıştır.
- 28 Ekim-7 Kasım tarihleri arasında düzenlenen İstanbul Otomobil Fuarı'na Bentley markası 374 m^2, Lamborghini markası da 242 m^2 genişliğindeki stantlarıyla katılmışlardır.
- Sene içinde lansmanı yapılan Bentley Mulsanne ve Lamborghini Gallardo LP 570-4 Superleggera için basın aktiviteleri düzenlenmiştir.

2011 yılı

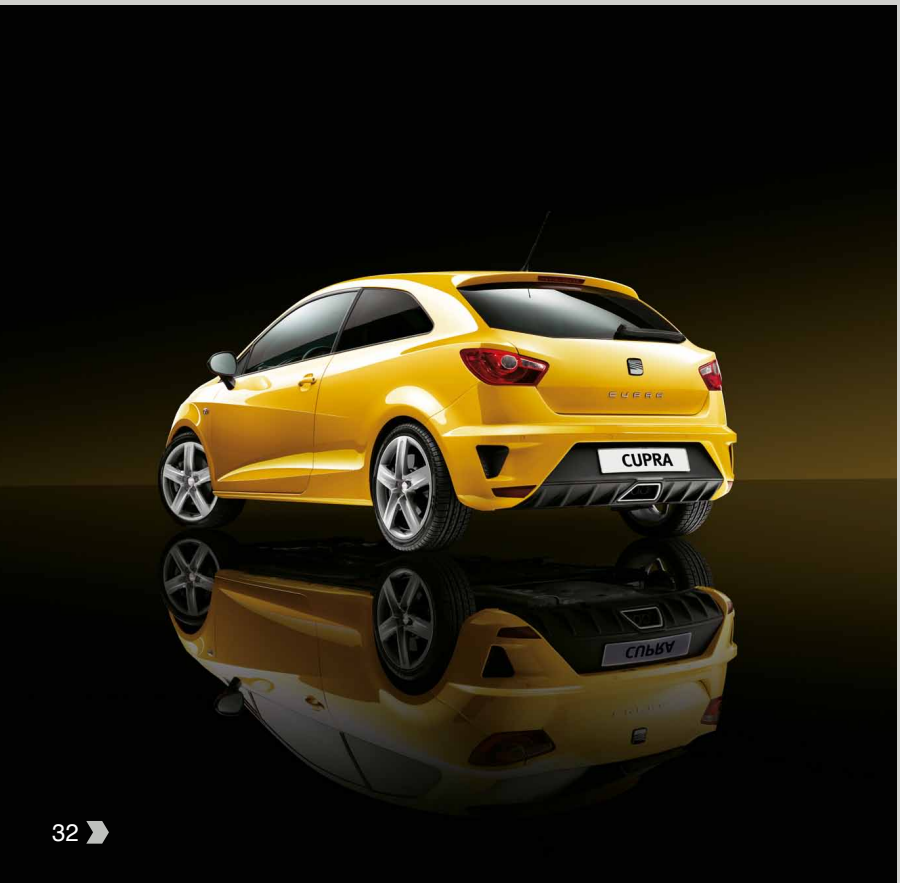
Bentley ve Lamborghini markaları için 2011 yılında sırasıyla 12 ve 6 adet satış öngörülmektedir.





Hedefimiz sürdürülebilir başarı





SEAT, sportif, genç ve tasarım odaklı marka değerleri paralelinde 2010 yılında pazara sunulan yeni motor seçenekleri, genişleyen Ibiza model ailesi ve güçlü iletişim stratejisiyle satışlarını %90 oranında artırmayı başarmış ve pazarın üzerinde bir büyüme göstermiştir.



Hedeflerimizin üzerinde bir performans gösterdiğimiz 2010 yılı sonrasında, pazara sunacağımız yüksek teknolojili motor, donanım seçenekleri ve güçlenen Ibiza ailesiyle 2011 yılında satış adedimizi 6.000 seviyelerine çıkarmayı hedefliyoruz.

Anıl Gürsoy
Porsche, SEAT Marka Genel Müdürü



Hedefin üzerinde satış performansı

SEAT markası, 2010 yılında pazara sunulan yeni motor seçenekleri ve genişleyen Ibiza model ailesi ile yıl sonu itibariyle hedeflerinin üzerinde bir satış performansı gerçekleştirmiş ve 5.150 adet satışla %1 pazar payı elde etmiştir. 2010 yılı satış performansı ile SEAT Türkiye, global satışlar içerisinde, geçtiğimiz yılın aynı dönemiyle kıyaslandığında satış adetlerini en çok artıran ülkeler arasında 3. sırada yer almıştır.

Modellerimizin performansı

- 2010 yılında SEAT'ın en çok satan modeli Leon olmuştur. Leon, mayıs ayında satışa sunulan dizel, 7 ileri DSG motor ve eylül ayında satışa sunulan 1.2 lt TSI 105 hp motor seçenekleriyle 2010'da tüm modeller arasında %51 pay elde etmiş ve segmentinde ilk 10'a girmeyi başarmıştır.

- 2010 yılında, "Cazibe Merkezi" sloganıyla iletişimi güçlendirilen Ibiza, 2009 yılına göre satış adedini %235 oranında artırarak payını %41'e yükseltmeyi başarmıştır. 2009 yılında segmentinde 21. sırada bulunan Ibiza, 2010 yılı sonunda 14. sıraya yükselme başarısını göstermiştir.

- Altea XL'in SEAT satışlarındaki payı 2010 yılında %4 olmuştur.

- SEAT'ın B segmentindeki ilk modeli olan Exeo, 2010 yılında tüm satışlar içinde %4 pay elde etmiştir.

Pazarlama ve lansman faaliyetlerimiz

2010 boyunca verilen imaj ve satış ilanlarıyla hem SEAT markasının bilinirliğinin artırılması, hem de satışların desteklenmesi hedeflenmiştir.

Yıl başında SEAT markasının mobil web sitesi kullanıma girmiştir.

Otomotiv sektöründe yılın en önemli organizasyonu olan İstanbul Autoshow fuarında yeni stant tasarımıyla tüm yeni model yelpazesi başarılı bir şekilde sergilenmiştir.

Satış sonrası hizmetlerde müşteri memnuniyeti ve kalite anlayışı

2010 yılında SEAT markası, bir önceki seneye göre araç parkını %9 oranında artırmıştır. 2010, SEAT markasının müşteri memnuniyetine önem verdiği bir yıl olmuştur. Yapılan araştırmalara göre 2009 yılına oranla müşteri memnuniyetinde %3,5 artış sağlanmıştır.

Aynı şekilde servis kalitesi üst seviyelere çıkarılmış ve 2010 sonu itibariyle iş tekrarı oranı %4,5'e kadar düşürülerek segment bazında en düşük değerlerden birine ulaşılmıştır. Sürekli servis kampanyaları sayesinde SEAT servis müşteri sadakati 2009 senesine göre %1 artış göstermiş ve %54 seviyesine ulaşmıştır.

Marka başarıları

Volkswagen AG tarafından gerçekleştirilen marka imajı ve bilinirlik araştırmasının 2010 Türkiye sonucuna göre SEAT, marka imajını en çok artıran 3. marka olmayı başarmıştır.

SEAT SA tarafından satış sonrası müşteri memnuniyetini ölçümlemek için yaptırılan 2010 IACS araştırmasında ise Türkiye pazarında iş tekrarını düşüren iki markadan birisi SEAT olmuştur.

Genişleyen Yetkili Satıcı teşkilatı

2010 yılında Diyarbakır'da faaliyete geçen Miram Otomotiv ve Samsun'da faaliyete geçen Özön Otomotiv ile SEAT'ın Türkiye genelindeki Yetkili Satıcı sayısı 23'e yükselmiştir.

Aynı şekilde, Diyarbakır'da Dicle ve Ankara'da Aydoğanlar Yetkili Servislerinin hizmete girmesiyle 43 noktada servis hizmeti sağlanmaya başlamıştır.

"Dönüşüm başladı"





Bir Doğuş Otomotiv iştiraki olan ve 1989 yılında Skoda'nın Türkiye distribütörlüğünü yürütmek üzere kurulan Yüce Auto, günümüzde Fabia, Roomster, Octavia, Superb ve Yeti modellerinin satış, servis ve yedek parça hizmetlerini Türkiye çapında 32 Yetkili Satıcı ve 41 Yetkili Servis ile sürdürmektedir.



2010 yılında Skoda markasındaki büyük yenilikler ve yeni ürün-motor seçenekleri binek otomobil pazarında hitap ettiğimiz oranı %37'den %68'e çıkarmış ve teslimat adetlerimizin %80'in üzerinde artmasını sağlamıştır. 2011 yılında bu büyümenin gerek teslimat adetlerindeki artış yoluyla, gerekse ürün ve hizmet anlayışımızla sürdürülmesi hedeflenmektedir.

Mahmut Kadirbeyoğlu
Skoda Marka Genel Müdürü



1992 yılından bu yana VW markaları arasında istikrarlı büyümesini sürdüren Skoda, dünya çapında 2005 yılında 492.000, 2006 yılında 549.000, 2007 yılında 633.000, 2008 yılında 674.530 ve 2009 yılında 689.972 adet araç teslimatı gerçekleştirmiştir. Skoda, 2010 yılında satışlarını %11,5 artırarak 762.600 adet araç teslimatı yapmış ve geçen yıla göre önemli bir büyüme sergilemiştir.

Modellerimizin performansı

Skoda Türkiye, 2010 yılında 6.332 adet binek otomobil satışı gerçekleştirerek %1,24 pazar payı elde etmiştir.

Octavia, nisan ayında Türkiye pazarına sunduğumuz 1.6 TDI CR motor seçeneği ile satışların %34'ünü gerçekleştirerek yine marka ürün gamının en çok satan modeli olmuştur.

Skoda'nın B segmentindeki modeli Fabia, yenilenen yüzü ve uygun fiyat stratejisi ile markanın satışlarından %31 pay almıştır.

Superb, 2009 yılında yakaladığı başarıyı istikrara dönüştürmüş ve %17 payla diğer modeller arasındaki yerini almıştır.

Tasarımı ve akıllı çözümleriyle Skoda'nın SUV segmentindeki modeli Yeti ise pazara hızlı bir giriş yaparak 2010 yılında Türkiye'deki Skoda satışlarının %11'ini gerçekleştirmiştir.

Skoda'nın MPV sınıfındaki temsilcisi Roomster, yenilenen yüzü ve yeni motor seçenekleriyle 2010 yılında toplam satışların %7'sine sahip olmuştur.

2010 ve 2011 yenilikleri

Skoda'nın SUV segmentindeki ilk aracı olan ve şehir içi günlük kullanıma yönelik özelliklerinin dışında çeşitli akıllı çözümler de sunan Yeti, 2010 Mart'ında gerçekleştirilen basın lansmanıyla Türk tüketicisinin beğenisine sunulmuştur. Modelin özellikle 1.2 TSI 105 hp motorlu seçeneği kalite, dizayn ve uygun fiyat avantajıyla tüketicinin beğenisini kazanmıştır. Nisan ayında Octavia 1.6 TDI CR motor seçeneği de Türkiye pazarındaki yerini almıştır.

Roomster ve Fabia modelleri ise makyajlanan yeni yüzleri ve 1.2 TSI motor seçenekleriyle 2010 yılında müşterilerin beğenisine sunulmuş ve Skoda markasının Türkiye'de daha da ileriye taşınmasını sağlamıştır.

Skoda için 2011, 2010 yılında yeniliklerle satışa sunulan ve yerini sağlamlaştıran ürün gamını farklılaştırma ve alternatifleri artırma yılı olacaktır. Bu bakış açısıyla Skoda'nın en önemli iki ürünü, çok farklı müşteri gruplarına hitap eden Fabia Scout ve Fabia RS olacaktır.

Fabia Combi karoserisi üzerinde geliştirilen Fabia Scout, "cross-country" tarzı bir görünüm sunan tampon ve kapı koruma kaplamalarıyla bir aile arabasının istendiğinde çok sportif ve farklı olabileceğini ispat eden bir modeldir.

Fabia RS ise, Skoda markasının Fabia S2000 modeliyle IRC'de elde ettiği şampiyonluğun ve tecrübenin asfaltlara yansımış halini temsil etmektedir. Bu model, çift beslemeli 180 HP gücündeki 1.4 TSI benzinli motor ve direksiyondan da kumanda edilebilen 7 ileri DSG şanzıman seçeneği ile hız, performans ve bir o kadar da kullanışlı araç beklentisi olanlar için önemli bir seçenek oluşturacaktır.

Skoda'nın 2011 yılındaki en önemli yeniliği, SUV segmentindeki temsilcisi Yeti ile satışa sunulacak 1.6 TDI motor ve beraberinde sunacağı "Greenline" teknolojisi olacaktır. Greenline, Skoda modellerinin minimum yakıt tüketimi ve dolayısıyla da çevreci emisyon değerleri sunan araç serisine verilen isimdir. Yeti, Türkiye'de Skoda'nın Greenline serisinin ilk temsilcisi olarak satışa sunulacaktır.

2011 pazar payı hedefi

Hedeflerini yükseltmeye devam eden Skoda, 2011 yılında model ve motor gamına yeni eklenecek ürünlerin katkısıyla pazar payını %35 artırarak %1,67'ye yükseltmeyi amaçlamaktadır.

Scania, liderliğini pazar payını arttırarak korudu





Scania, 16 ton ve üzeri ağır ticari araç pazarında %116 büyümenin yaşandığı 2010 yılında Aralık ayı sonu itibariyle 2.500 adet araç satışı gerçekleştirmiş ve %212 oranında büyüme kaydederek %6,7 olan pazar payını %10'a yükseltmiştir. 2003 yılından bu yana ithal pazarda aralıksız liderliğini koruyan Scania, 2010 yılında sekizinci kez lider olmayı başarmış ve toplam pazarda 4. sıradaki yerini, iki yerli üreticinin ardından 3. sıraya yükseltmiştir.



2003 yılından bu yana elinde bulundurduğu ithal pazar liderliğini 2010'da da koruyan Scania, Türkiye'de en çok satan ilk üç markadan biridir.



Tolga Senyücel
Scania, Krone, Meiller Marka Genel Müdürü

2010 yılı satış performansı

Türkiye'de 2010 Aralık ayı sonu itibariyle 16 ton ve üzeri ağır ticari araç pazarında toplam 25.542 adet satış gerçekleştirilmiştir. Scania toplam 2.500 adet satışla 2010 yılında %10'luk bir pazar payına ulaşmış ve sattığı 2.330 adet çekici ile en çok çekici satışı yapan ithal marka olmuştur.

16 ton ve üzeri ithal ağır ticari araç pazarında ise 2010 yılı Aralık ayı sonunda toplam 9.097 adetlik satış gerçekleşirken, bir önceki yıla göre %181 büyüme yaşanmıştır. Scania, satışlarını %212 arttırarak ithal pazardan daha fazla büyümüş, %25 olan pazar payını %27'ye taşıyarak liderliğini aralıksız olarak devam ettirmeyi başarmıştır.

Scania markası, EGR ve SCR motor seçenekleriyle fark yaratmayı ve gerek on-road gerek off-road alanında tercih edilen bir marka olmayı sürdürmüştür.

Satış Sonrası Hizmetler performansı

2010 yılında 24 saat acil yardım hattı sayesinde Türkiye ve Avrupa'daki müşterilerimize kendi dillerinde konuşan operatörlerce yanıt verilmiş ve 24 adet acil yol yardım aracı ile bulundukları noktalara acil yardım hizmeti ulaştırılmıştır.

Türkiye genelindeki 22 adet Scania Yetkili Servisi'nde 197 teknisyen ve 280 personel ile 296 adet araç onarım alanı mevcuttur. 2010 yılında Scania'nın 1-10 yaş arası araç parkı 13.529 adede ulaşmış, Scania Yetkili Servislerinde kasım ayı sonu itibariyle 68.332 iş emri açılmıştır.

Ülke genelindeki 19 adet Yetkili Servis noktamız, "Scania Bayi İşletim Standartları" belgesine sahiptir. Söz konusu servislerimiz, müşterilerine dünya genelinde aynı kalitede hizmet sunulmasını sağlamak amacıyla belirlenmiş kritelere uygunluk gerektiren "DOS 3 Belgesi" almaya hak kazanmıştır.

"Genç Avrupalı Tır Sürücüsü 2010" coşkusu

Avrupa Birliği ülkelerinde yol güvenliğini geliştirerek trafik kazalarını azaltmak ve sürücülük mesleğine ilgi çekmek hedefine katkıda bulunmak amacıyla Scania tarafından ilk olarak 2003 yılında düzenlenmeye başlayan "Genç Avrupalı Tır Sürücüsü 2010" sosyal sorumluluk projesinin dördüncüsü bu yıl gerçekleştirilmiştir. Toplam dört ilde gerçekleştirilen ve tüm katılımcıların zorlu etaplardan geçtiği Türkiye elemeleri sonucunda şampiyon olan yarışmacı, ülkemizi Avrupa finali için İsveç'te temsil etmiştir.

İletişim faaliyetleriyle dolu bir yıl daha

2010 yılında gerçekleştirilen iletişim faaliyetleri arasında, bir önceki yıl lansmanı yapılan, yeni motor teknolojisine sahip Scania araçların sektörel ve ulusal basın için hazırlanan reklam çalışmaları ile müşterilerimizle interaktif olarak görüşebilme imkânı bulduğumuz teslimat törenleri ve fuarlar yer almıştır. Bu tanıtım aktivitelerinin yanı sıra "Türkiye'nin Tansiyonunu Ölçüyoruz" projesi, Adidas ile gerçekleştirilen "Bu Forma Bizim" projesi ve TÜVTURK ile yapılan "Trafikte Sorumluluk Hareketi" projesi ile sosyal sorumluluk alanında birçok etkinlik hayata geçirilmiştir.

KRONE
Geleceği Sunuyoruz

Dünyanın en çevreci soğutucu treylerleri Krone'de





Avrupa'nın lider treyler markası Krone, 2010 yılında toplamda ulaştığı 556 adetlik satışla bir önceki yıla göre %167 oranında büyümüş ve toplam pazarın büyüme hızının üzerinde bir performans sergilemiştir.



2010 yılında, dünyadaki en çevreci soğutma sistemi kabul edilen nitrojenli soğutma sistemiyle donatılmış yeni Krone Cool Liner Duoplex modelini tanıtan Krone, taşımacılık sektöründeki öncü rolünü bir kez daha kanıtlamıştır.



Tolga Senyücel
Scania, Krone, Meiller Marka Genel Müdürü

1906 yılında Almanya'da kurulan ve 2003 yılından bu yana Türkiye'de Doğuş Otomotiv tarafından pazara sunulan Krone marka treylerler, yenilikçi ve rekabetçi olma felsefesinin bir örneği olan yeni Profi Liner segmentindeki Ultra model treylerini 2010 yılının son çeyreğinde satışa sunmuştur. Her zaman piyasa koşullarını gözeterek müşterilerine uygun çözümler sunma felsefesiyle hareket eden Krone, 2010 yılında satış olarak genel pazarın üzerinde bir performans göstermiş ve nakliye sektöründe "tercih edilen" marka imajını daha da sağlamlaştırmıştır.

Krone, ithal frigorifik treyler pazarında lider

Krone, 2010 yılında Türkiye'de 196 adetlik frigorifik treyler satış rakamına ulaşmış ve ithal treyler pazarında liderlik koltuğuna oturmuştur.

2010 yılı performansı

Türkiye geneline yayılmış 16 adet Yetkili Satıcı ve Servis noktasına sahip olan Krone, pazardaki en geniş bayi ağı ile rakiplerinden bir adım önde olmayı 2010 yılında da sürdürmüştür. Krone, 7/24 müşteri destek hattı ile hizmetlerini zaman sınırlaması olmadan desteklemekte ve maksimum müşteri memnuniyetini hedeflemektedir.

2010 yılı, pazara sunulan yeni nesil Krone Profi Liner treylerin standart olarak sahip olduğu XL-CODE yük güvenlik sertifikası, yükleme hacim esnekliği ve ağır şartlara uygun dingil yapısıyla Krone'nin marka imajını ve kalitesini tenteli treyler pazarında daha da perçinlediği bir yıl olmuştur.

Krone markası, 2010 yılında toplam 556 adetlik satış performansıyla treyler pazarında %12 pay elde etmiştir.

Krone, soğutuculu treyler pazarında ise 2010 yılında 196 adetlik satış rakamıyla toplam pazarda %25'lik paya sahip olmuş ve ithal frigorifik araç pazarındaki liderliğini sürdürmüştür. Müşterilerinin istek ve ihtiyaçlarını tam olarak anlayıp onlara özel taşımacılık çözümleri sunan Krone, 2010 yılında özellikle Rusya'ya narenciye taşımacılığı yapan ve Türkiye'nin yaş sebze ve meyve ihracatında ilk beş arasında yer alan tüm firmaları portföyüne katmıştır. 2010 yılı, Krone'nin araç parkını 3.500 adedin üzerine çıkardığı bir yıl olmuştur.

Pazarlama faaliyetlerimiz satışımızı destekliyor

Krone, treyler pazarına sunduğu üstün nitelikli ürünlerin yanı sıra müşterileriyle birebir iletişim kurmasını sağlayan pazarlama aktiviteleri ve basın haberleriyle de dikkatleri çeken bir markadır.

Bu doğrultuda Krone, 2010 yılı içinde de yoğun kampanyalar düzenlemiş ve Mega Liner-2 serisi ile Profi Liner segmentinde tanıttığı Ultra model treylerlere yönelik satış kampanyalarının iletişimini tüm müşterilere ulaşacak şekilde gerçekleştirmiştir. Aynı şekilde büyük filolara yapılan araç satışlarını takiben teslimat törenleri düzenlenmiş ve büyüyen Krone ailesi tüm sektöre ve basına duyurulmuştur. Krone web sayfası, müşterilerin ürünler ve verilen hizmetlerle ilgili en kapsamlı şekilde bilgi alabilmesi için yenilenmiş ve sürekli güncellenmiştir.

Sosyal sorumluluk bilinci

Krone, Doğuş Otomotiv'in topluma fayda sağlamayı görev bilen yaklaşımına paralel olarak, 2010 yılında "Türkiye'nin Tansiyonunu Ölçüyoruz" ve "Genç Avrupalı Tır Sürücüsü 2010" gibi birçok organizasyona sponsor olmuştur.

Treyler Yenilik Ödülü

2010 yılında 63'üncüsü düzenlenen IAA Hannover Ticari Araçlar Fuarı kapsamında VDA ile Stünings Medien tarafından gerçekleştirilen "Treyler Yenilik Ödülleri" yarışmasında Krone'nin yeni Duoplex VIP (Vakumlu Yalıtım Paneli) frigorifik treyler modeli üst yapı kategorisinde ödüle layık görülmüş ve rakiplerinden farklılaşan yüksek teknolojisiyle beğeni toplamıştır.

Lider damper markasından lider ürünler





Meiller, 2010 yılında Yetkili Satıcı ve Servis noktası sayısını arttırıp 447 adet satışla %233 oranında büyümüş ve genel ağır ticari araç pazarının büyüme hızından daha yüksek bir performans ortaya koymuştur.



Meiller, Türkiye damper pazarında sergilediği başarılı faaliyetler ve olumlu müşteri referanslarıyla sektörün lider markası olma yolundaki ilerleyişini emin adımlarla sürdürmektedir.



Tolga Senyücel
Scania, Krone, Meiller Marka Genel Müdürü

F. X. Meiller Fahrzeug GmbH & Co. KG, 1850 yılında Münih'te kurulmuş büyük bir aile şirketidir. Bugün ağır ticari araç üreticileriyle işbirliği yaparak araçlara mükemmel uyum sağlayan damper ürünleri geliştiren Meiller, en son teknikleri ve mühendislik bilgilerini müşterilerinin hizmetine sunarak farklı ihtiyaçlara kısa sürede çözüm üretebilmekte ve yarattığı hizmet farkıyla sektördeki lider konumunu güçlendirmektedir.

Türkiye pazarında Meiller

2010 yılında 447 adet satış gerçekleştiren Meiller, yükselen inşaat sektörüne paralel satış performansı ile olumlu bir satış grafiği çizmiştir.

Meiller, 2007 yılında Doğuş Otomotiv distribütörlüğünde Türkiye pazarına girmiş ve 2008'de Sakarya'da bulunan Meiller Doğuş Damper fabrikasının açılışından sonra Türkiye'deki varlığını daha da güçlendirmiştir. 2009 yılında 7 olan Yetkili Satıcı ve Servis noktalarının sayısı müşterilere daha yakın olmak amacıyla 2010 yılında 10 adede yükseltilmiş ve markanın büyümesine paralel bir şekilde hizmet ağı da genişletilmiştir.

Yarı römork damper çeşitlerinin damper pazarı tarafından kabul gördüğü Meiller markası, 2009 yılında ürün gamına eklenen yüksek hacimli kamyon üzeri damperleri de 2010 yılı içinde müşterilerin kullanımına sunmuştur. Toplam 74 adet satılan kamyon üzeri damperler de müşteriler tarafından tercih edilerek ürün kalitesini kanıtlamıştır.

Meiller farkı

Meiller yeni teknolojiler ve yeni yatırımlarla müşterilerinin ihtiyaçlarına cevap verme konusunda sürekli çalışmalar yürütmekte ve pazara uzun ömürlü, az bakım gerektiren, ekonomik ve sağlam ürünler sunmaktadır.

Meiller sadece inşaat sektörüne değil, atık taşıma sektörüne de kancalı ve çift kollu taşıyıcılarla güvenli ürün alternatifleri sunmaktadır. Yeni tasarımlarıyla hafiflemiş, yüksek kaliteli, sağlam ve esnek çelikten üretilmiş, her şasiye uygulanabilen, eğilme ve bükülme mukavemeti yüksek, uzun ömürlü, kullanımı ve bakımı kolay kontrol üniteleriyle Meiller ürünleri, sağladığı ekonomiyle müşterilerine daha fazla kazanç elde etmenin anahtarını sunmaktadır.

Pazarlamada farklı marka işbirlikleri

Türkiye damper pazarının tercih edilen markası haline gelen Meiller, marka bilinirliğini arttırıcı faaliyetlere ağırlık vererek birebir iletişim yoluyla müşterilerine ürünlerini en doğru şekilde tanıtmayı amaçlamaktadır. Bu amaçla, müşterilere ürünleri inceleme fırsatı vermek üzere test kullanımları gerçekleştirilmektedir.

Meiller damper markası, 2010 yılı boyunca farklı üstyapı ürünlerini geniş hedef kitlelerine tanıtmak üzere çeşitli ağır ticari araç markaları ile özel pazarlama çalışmaları yürütmüştür. Örneğin Renault markasıyla düzenlenen geniş kapsamlı test sürüş aktiviteleri; Ford markasının pazara yeni sunduğu 8x4 araç tanıtım filminde Meiller marka damperlerimizi kullanması; Scania markasının üstyapılı inşaat kamyonu satış projesi çerçevesinde markamızla işbirliği yapması, markamıza geniş hedef müşteri grubuyla bir araya gelme olanağı sağlamıştır. Alınan olumlu sonuçların devamı niteliğinde olarak 2010 içerisinde Scania Dünyası dergisine yönelik çeşitli ilan ve haber çalışmaları yapılmıştır.

"En İyi Damper"

Almanya'nın ticari araç sektöründeki uzman dergileri tarafından düzenlenen ve bu yıl 14'üncüsü gerçekleştirilen geleneksel "En İyi Ticari Araçlar ve Markaları" yarışmasında Meiller, 2010 yılında da "En İyi Damper" markası seçilerek 6. kez aldığı bu ödülle gücünü bir kez daha kanıtlamış ve müşterilerine sunduğu üstün kalitesini ortaya koymuştur.

SCANIA
Scania Engines

Endüstriyel ve deniz motorları pazarında yüksek kalite standartları





Scania Endüstriyel ve Deniz Motorları markası için 2010 yılı tanıtım ve yeni pazarlarda genişleme yılı olmuştur. Doğuş Otomotiv'in endüstriyel ve deniz motorları işkolundaki toplam satışları 2010 yılında 129 adede ulaşmıştır.



Scania Endüstriyel ve Deniz Motorları işkolu 2010 yılında başta kara jeneratörleri pazarı olmak üzere alternatif satış kanallarında büyüyerek Türkiye pazarında en çok satış yapan markalar sıralamasında ilk üç içindeki yerini almıştır.

İlhami Eksin
DOD, Thermo King, Scania Endüstriyel ve Deniz Motorları Marka Genel Müdürü



2010 yılı satış performansı

Türkiye'de 2009 yılında gerçekleştirilen 102 adetlik motor satışının ardından 2010 yılında yaklaşık %26 oranında bir artış sağlanmış ve toplam satış adedi 129'a ulaşmıştır.

Deniz motorları pazarına ek olarak satış hacminin geliştirilmesi amacıyla 2009'da faaliyet gösterilmeye başlanan kara jeneratörleri pazarında da önemli ilerlemeler kaydedilmiş ve 2010 yılında bu pazara yönelik satışlarda %50'lik bir büyüme sağlanmıştır.

Yetkili Satıcı eğitimleri sürüyor

2009 yılında Scania Endüstriyel ve Deniz Motorları işkolunda hizmet verecek olan personelin satış, satış sonrası hizmetler ve pazarlama alanlarında başlanan eğitimlerine, 2010 yılında yeni atanan Yetkili Satıcılarla birlikte devam edilmiştir.

Pazarlama faaliyetleri

2010 yılında Yetkili Satıcı ve Servislerle birlikte yerel bazda gerçekleştirilen etkinlikler yoluyla ülke genelinde müşterilere doğrudan erişim sağlanmıştır.

Yaz döneminde İstanbul'dan Bodrum'a kadar düzenlenen sponsorluk ve fuar organizasyonlarının yanı sıra Shop & Miles Bosphorus Cup organizasyonu ve Avrasya Boat Show fuarı, 2010 yılında gerçekleştirilen pazarlama faaliyetleri içinde önemli bir yer tutmuştur. Motorları tanıtmak amacıyla yat imalatçılarının ve son kullanıcıların yerinde ziyaret edildiği bu etkinliklerde, ürünler mevcut ve potansiyel müşterilere detaylı bir şekilde sunulmuştur.

Ayrıca yıl içinde taşımacılık dernekleri ve üyelerine yönelik etkinliklerin yanı sıra üniversitelerde de çeşitli tanıtım organizasyonları gerçekleştirilmiştir.

Zengin ürün gamı

Doğuş Otomotiv, endüstriyel ve deniz motorları işkolunda müşterilerine

- Scania deniz motorlarını,
- Scania deniz jeneratör motorlarını,
- Scania kara jeneratör motorlarını ve
- Scania endüstriyel motorlarını sunmaktadır.

2010 yılında Avrasya Boat Show fuarında elde edilen başarının ardından 2011 yılında da bu etkinliklere ağırlık verilmesi planlanmaktadır.

Finansal çözüm paketi

Doğuş Otomotiv, gelen talepler doğrultusunda, iştiraki ve çözüm ortağı olan vdf (Volkswagen Doğuş Finans) ile sektörde fark yaratarak müşterilerine uygun finansal çözüm modelleri sunmaktadır. 2010 yılında 60 ay vadeye kadar çıkan uygun kredi imkânları sunulması, satışların ivme kazanmasında önemli bir rol oynamıştır.

Güçlü sonuçlar

Doğuş Otomotiv'in endüstriyel motorlar ve deniz motorları işkolundaki toplam satışları 2010 yılında 129 adede ulaşmıştır. Yeni faaliyete başlayan Yetkili Satıcıların katkısı ile gerçekleştirilen yoğun satış ve pazarlama faaliyetleri, denizcilik sektöründe etkilerini halen hissettiren ekonomik daralmaya rağmen 2010 yılında endüstriyel ve deniz motorları satışlarının olumlu yönde ilerlemesini sağlamıştır. Ayrıca Scania kara jeneratör motorları uzun yıllar sonra ilk kez, kapsamlı satış ve pazarlama kampanyalarıyla Türkiye'deki jeneratör üreticilerinin dikkatine sunulmuştur. 2011 yılı için planlanan stratejilerle satışların daha da artırılması hedeflenmektedir.

Doğuş Otomotiv, otomotiv alanındaki engin bilgi birikimini ve tecrübesini denizcilik sektörüne de aktarmaya odaklıdır. Şirket, üç tarafı denizlerle çevrili ve 9.000 km'ye yakın sahil şeridi olan ülkemizde kurumsal bir yapıya sahip, her konuda sektörün ihtiyaçlarına cevap verebilen, satış ve satış sonrası hizmetlerde müşteri memnuniyetini hep ön planda tutan bir anlayışla liderliğe emin adımlarla ilerlemektedir. Scania Endüstriyel ve Deniz Motorları, Türkiye'de aranılan bir marka haline gelmek ve geniş ürün yelpazesine sahip olmak için çalışmalarını sürdürmektedir.

THERMO KING Liderliğini sürdürüyor





2008'den bu yana Türkiye'de Doğuş Otomotiv distribütörlüğünde hizmet veren, dünyanın önde gelen soğutma sistemi markası Thermo King için 2010 yılı, tanıtım ve bayi yapılanmasında sağlanan ilerlemelerin yanı sıra ağır vasıta sektöründe pazar liderliğinin elde edildiği önemli bir yıl olmuştur. Doğuş Otomotiv'in soğutma sistemleri işkolundaki toplam satışları 2010 yılında 300 adede ulaşmıştır.



Ülkemizde kurumsal ve organizasyonel yapılanmasını tamamladığımız Thermo King markası, satış ve pazarlama alanında elde ettiğimiz başarılar nedeniyle 2010 yılında OEM tarafından "Üstün Başarı Ödülü" ile onurlandırılmıştır.



İlhami Eksin
DOD, Thermo King, Scania Endüstriyel ve Deniz Motorları Marka Genel Müdürü

2010 yılı satış performansı

Türkiye'de 2009 yılında 110 adetlik ünite satışının ardından 2010 yılında büyük bir başarı elde edilmiş ve yaklaşık %200 oranında bir artışla toplam satış adedi 300'e ulaşmıştır. Filo satışlarının önemli pay aldığı toplam satışlar içerisinde, ülke genelinde önemli pazarlarda yapılandırılan güçlü Yetkili Satıcı ve Servis teşkilatı kilit rol üstlenmiştir. 2010 yılında sektörde yer alan tüm kasa firmalarıyla "her firmaya eşit mesafe" ilkesi çerçevesinde başarılı işbirliği projeleri hayata geçirilmiştir.

Ayrıca yıl içinde OEM ile gerçekleştirilen ortak projeler çerçevesinde, farklı ürün gruplarıyla İstanbul Ulaşım'a metro sisteminde kullanılmak üzere 72 adet klima ünitesi, Kocaeli Belediyesi'ne şehiriçi otobüslerde kullanılmak üzere 35 adet klima ünitesi ve Karsan'a üretimini gerçekleştirdiği otobüslerde kullanılmak üzere 60 ünite klima satışı gerçekleştirilmiştir. 2011 yılında yeni projelerle daha geniş satış olanakları hedeflenmektedir.

Yetkili Satıcı eğitimleri sürüyor

2009 yılında Thermo King bünyesinde hizmet verecek olan personelin satış, satış sonrası hizmetler ve pazarlama alanlarında başlanan eğitimlerine, 2010 yılında yeni atanan Yetkili Satıcılarla birlikte devam edilmiştir.

Pazarlama faaliyetleri

2010 boyunca Yetkili Satıcı ve Servislerle birlikte yerel bazda gerçekleştirilen etkinlikler yoluyla ülke genelinde müşterilere doğrudan erişim sağlanmıştır. Ayrıca yıl içerisinde, ülkemizde soğutma sistemleri sektöründe bir ilk olarak, müşteri memnuniyeti ölçümleri (CSI) uygulaması hayata geçirilmiştir.

2010 yılı sonu itibariyle Thermo King müşterileri ile ulusal ve yerel basın mensuplarını içeren bir gruba yönelik olarak, Thermo King Galway ve Brüksel Merkez Ofisleri'ni kapsayan bir tanıtım gezisi gerçekleştirilmiştir. Medyada büyük ses getiren bu organizasyon çerçevesinde Thermo King CEO'su Manlio Valdes ile Başkan Yardımcısı Johan Van Maercke, Doğuş Otomotiv'in Türkiye pazarında elde ettiği önemli başarılardan duydukları memnuniyeti ifade etmişlerdir. Thermo King Türkiye, elde ettiği başarılara istinaden OEM tarafından "Üstün Başarı Ödülü" ile onurlandırılmıştır.

Ülke genelinde Thermo King Yetkili Satış ve Servis noktalarının kurumsal ve mimari yapılanmalarına da 2010 yılı iş planları çerçevesinde başlanmıştır. Bu çalışmanın 2011 yılı içerisinde tamamlanması planlanmaktadır.

2011 hedefleri

Thermo King'in dizel ünite grubuna ek olarak, 2010 yılında gerekli altyapı çalışmaları tamamlanarak klima ve motordan tahrikli ürün grupları da Türkiye pazarına sunulmuştur.

Thermo King markalı ürünler CE ve ATP standartlarına uygun olup, gelecekte AB'ye uyum standartlarının gündeme gelmesiyle, soğutma cihazlarının kullanımında %20 oranında artış olacağı tahmin edilmektedir.

Thermo King'in yeni kamyon ürün grubu olan T Serisi, 2011 yılında ülkemizde dünya ile aynı anda lansmanı yapılarak Türk kullanıcılarının beğenisine sunulacaktır. Yetkili Satıcı eğitimlerinin kesintisiz olarak süreceği 2011 yılında, dizel ünitelerdeki lider konumun sürdürülmesi, klima ve motordan tahrikli pazar paylarının artırılması ve yeni T Serisinin pazardan önemli bir pay alması hedeflenmektedir.

Güçlü sonuçlar

Doğuş Otomotiv'in soğutma sistemleri işkolundaki toplam satışları 2010 yılında 300 adede ulaşmıştır. 2011 yılında uygulanması planlanan stratejilerle satışların daha da artırılması hedeflenmektedir.

Thermo King, ürün yelpazesini genişleterek soğutma sistemleri sektöründe aranan bir marka haline gelmek için çalışmalarını sürdürmektedir. Thermo King Soğutma Sistemleri, kurumsal bir yapıya sahip, her konuda sektörün ihtiyaçlarına cevap verebilen, satış ve satış sonrası hizmetlerde müşteri memnuniyetini hep ön planda tutan bir anlayışla liderliğine emin adımlarla devam edecektir.

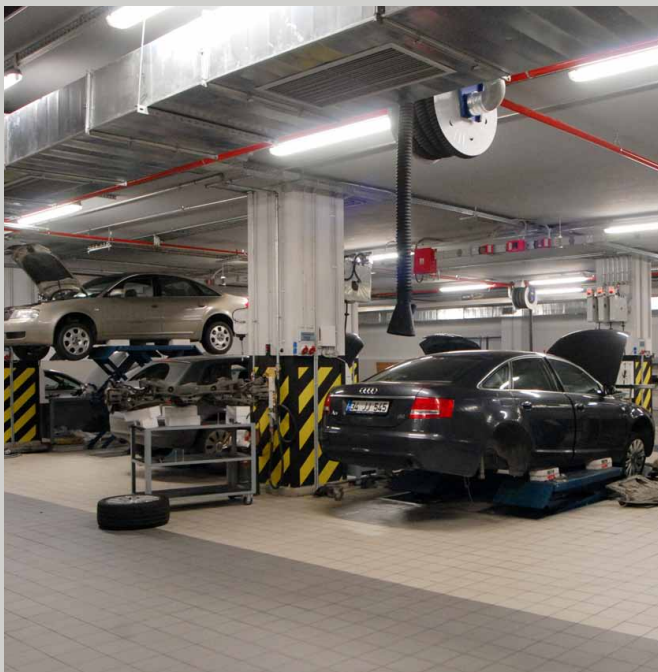
DOĞUŞ OTO

Nihai müşteriye açılan hizmet kapısı





Bir Doğuş Otomotiv iştiraki olan Doğuş Oto Pazarlama ve Ticaret A.Ş., bünyesinde bulunan 6 marka için toplam 6 bölgede, 29 Yetkili Satıcı ve Servis noktası ile 213 bin metrekarelik alan üzerinde 1.000'i aşkın çalışanıyla hizmet sunmaktadır.



Müşteri memnuniyetini sağlamak Doğuş Oto'nun değişmez ilkesidir. Müşterilerimize satış ve serviste mükemmel bir hizmet deneyimi yaşatma hedefiyle çıktığımız yolda, güler yüzlü ve deneyimli ekibimizle hizmet kalitemizi her yıl artırarak ilerliyoruz.

Zafer Başar
Doğuş Oto Pazarlama ve Ticaret A.Ş. Genel Müdürü



Doğuş Oto

1963'ten bu yana otomotiv sektöründe hizmet veren Genoto, 2004 yılından bu yana faaliyetlerini Doğuş Oto adı altında sürdürmektedir.

Doğuş Oto, temsil ettiği 6 marka için (VW Binek Araç, VW Ticari Araç, Audi, Porsche, SEAT ve DOD) İstanbul, Ankara ve Bursa illerinde, toplam 29 Yetkili Satış ve Servis noktasında yeni ve ikinci el araç, yedek parça ve aksesuvar satışı yapmakta, müşterilerine sigorta, finans ve satış sonrası destek hizmetleri sunmaktadır.

Doğuş Oto'nun misyonu, temsil ettiği binek ve ticari araç markalarının kendisine tanımlanmış bölgelerde satış ve satış sonrası hizmetlerini en üst kalitede sunmaktır.

Müşteri memnuniyetinde her zaman mükemmelliği hedefleyen Doğuş Oto, bu yöndeki çabalarının karşılığını 2010 yılında çeşitli uluslararası başarılara imza atarak almıştır. Avrupa'daki en iyi 100 VW Yetkili Servisinden biri seçilen ve Audi Sales Cup Türkiye birinciliğini kazanan şirket, ayrıca İspanya'da 33 ülkeden toplam 59 takımın katılımıyla gerçekleştirilen ve dünyadaki Audi Yetkili Servislerinin servis ve teknik becerilerinin ölçüldüğü Audi Twin Cup 2010 Dünya Finali servis klasmanında ikinci olmuştur.

Doğuş Otomotiv satışları içinde %30,8 pazar payı

Faaliyetlerini toplam 213.000 m² alan üzerinde, 1.000'i aşkın çalışanıyla sürdüren Doğuş Oto, 2010 yılında 24.200 adet yeni, 2.118 adet ikinci el araç satışı gerçekleştirmiştir. Doğuş Oto'nun 2010 yılında Türkiye toplam binek ve hafif ticari araç pazarındaki payı %3,36, Doğuş Otomotiv perakende satışları içinden aldığı pay ise %30,8 olmuştur. Öte yandan, 2010 yılında servis hizmeti verilen müşteri sayısı 178.369'a ulaşmıştır.

Yalın Yönetim

Müşterilerinin ihtiyaç duyabileceği her türlü hizmeti tek bir çatı altında toplamayı ve her gün biraz daha mükemmelleştirmeyi amaçlayan Doğuş Oto, bu hedef doğrultusunda başlattığı Yalın Yönetim uygulamalarını 2007 yılından bu yana sürdürmektedir. Öncelikle satış sonrası hizmetler ve yedek parça departmanlarında hayata geçirilen "Yalın Yönetim" uygulamaları, 2009 yılında "Kaporta Boya Değer Akımı" ve "5S - Çalışma Ortamında Düzen ve Temizlik Yönetimi" çalışmalarıyla devam etmiştir. İş süreçlerinin her adımının bilimsel açıdan yeniden değerlendirilerek bütün israf ve gereksiz bekleme noktalarının ortadan kaldırılması amacıyla 2010 yılı boyunca devam eden çalışmaların 2011 yılında daha da hız kazanması hedeflenmektedir.

Oto-Fix ile kaliteli hizmet

Doğuş Oto güvencesiyle düşük maliyetli, hızlı ve kaliteli servis hizmeti vermek üzere 2008'de Doğuş Oto bünyesine katılan Oto-Fix, 2010 yılında toplam 6.377 araç kabul etmiştir.

Faaliyetlerini Esenyurt, Bursa ve Ankara-Etimesgut olmak üzere 3 bölgede sürdüren Oto-Fix, kaporta-boya, mekanik bakım-onarım ve ekspertiz hizmetlerini, Doğuş Oto uzmanlığı ve kalitesiyle VW Grubu dışındaki markalara yaymayı hedeflemektedir.

D-AUTO SUISSE SA

İsviçre'de bir başarı öyküsü





D-Auto Suisse SA, etkinliklerle dolu ilk tam yılında İsviçre pazarına güçlü bir giriş yapmış ve yoğun rekabet ortamında kendine sağlam bir yer edinmiştir.



D-Auto Suisse SA'yı ilk tam yılında Porsche bayi ağının pazar liderlerinden biri haline getirmemiz önemli bir başarıdır.



Marco Feser
D-Auto Suisse SA Genel Müdürü

D-Auto Suisse SA, gelişen ekonomi çerçevesinde 2010 yılında başarılı bir tablo ortaya koymuş ve gerçekleştirdiği 160 adet yeni araç satışının yanı sıra satış sonrası hizmetlerde de üstün bir performans sergilemiştir. D-Auto Suisse SA, sadece 15 aydır faaliyette olmasına rağmen bölgedeki pazar payını %13,33'ten %29,70'e çıkarmayı başarmıştır.

Modellere göre performans

Yeni Cayenne modelinin piyasaya sürülmesi 2010 yılı genelinde tüm satışları olumlu etkilemiş ve model bazında yüksek satış rakamlarına ulaşılmıştır. Teslim edilen araçların dağılımı şu şekildedir:

Model	Satış Adedi	Satış Payı (%)
Boxster	8	5
Cayman	5	3
Cayenne	75	47
911	45	28
Panamera	27	17

Etkinlikler

Lozan'daki D-Auto Suisse SA'da showroom trafiğini oluşturan ana etmen yapılan etkinliklerdir. 2010'da gerçekleştirilen çeşitli etkinlikler teşhir salonumuzun yaklaşık 1.500 kişi tarafından ziyaret edilmesini ve potansiyel müşterilerle iletişim kurmamızı sağlarken, bir yandan da yeni kanallar açmamıza yardımcı olmuştur.

D-Auto Suisse SA, satış sonrası hizmetler ve satış odaklı olarak müşteri sayısını artırmak ve müşteri ilişkilerini güçlendirmek için aylık etkinlikler gerçekleştirmeyi amaçlamaktadır. D-Auto Suisse SA, çapraz pazarlama etkinlikleri sayesinde UBS, Nespresso ve Hublot gibi sektör dışındaki diğer markalarla işbirliği yaparak bu firmaların müşteri portföylerini de kullanmaktadır.

2011 yılı satış hedefi: 200 yeni araç

2011, tam kadro ile çalışacağımız ilk yıl olacaktır. Şirketimiz bunun avantajını kullanarak 2011 yılında yükselen bir performans sergilemeyi ve güçlü bir büyüme stratejisi izleyerek kârlı bir finansal sonuca erişmeyi hedeflemektedir.

D-Auto Suisse SA, 2011 yılında yeni araç satışlarını 200 adede yükseltmeyi planlamaktadır.

Model	Satış Adedi	Satış Payı (%)
Boxster	3	1,5
Cayman	2	1
Cayenne	120	60
911	48	24
Panamera	27	13,5

Çalışanlar

D-Auto Suisse SA, 2010 yılında elde ettiği başarıdan güç alarak, 2011 yılında da hedeflerine erişebilmek amacıyla çalışan sayısını ve çalışanların bireysel üretkenliklerini artıracaktır.

Sektöründe 10 yılllık birikimiyle pazar lideri





Bir Doğuş Otomotiv A.Ş. markası olan DOD, ikinci el araç alım satım ve takas hizmetlerini Türkiye genelindeki Yetkili Satıcı teşkilatı yoluyla gerçekleştirmektedir. Türkiye'nin ilk ve en büyük kurumsal ikinci el markası olan DOD, 1999 yılından bu yana sektörde güvenin sembolü haline gelmiş, geliştirdiği yeni projeler ve çalışmalarla kurumsal ikinci el sektöründeki liderliğini sağlamlaştırmıştır.



İkinci el araç alım satımında sanal ve fiziksel anlamda en büyük kurumsal şirket olma misyonuyla hareket eden DOD, 2010 yılında 12.550 adet araç satışı ile kurumsal ikinci el sektöründeki liderliğini sürdürmüş, geliştirdiği yeni proje ve altyapı çalışmalarıyla sektöre damgasını vurmuştur.



İlhami Eksin
DOD, Thermo King, Scania Endüstriyel ve Deniz Motorları Marka Genel Müdürü

Açık artırma organizasyonları

DOD, 2010 yılında düzenlediği 29 farklı açık artırmada 764 adet araç satışı gerçekleştirmiştir. Her 84 saniyede bir araç satışının yapıldığı DOD açık artırmaları 2010 yılında İstanbul'un yanı sıra Adapazarı, Antalya, Ankara, Bursa, İzmir, Mersin ve Samsun illerinde de gerçekleştirilerek ülke geneline yayılmıştır.

Yeni tedarik kaynakları

Ülkemizde bireysel müşterilerin yanı sıra, son yıllarda hızla gelişen operasyonel filo kiralama şirketlerinin büyük hacimli araç parkları da ikinci el pazarının önemli unsurlarından biri haline gelmiştir. DOD, filo kiralama şirketleri için kiralama süreci tamamlanmış araç filolarının yeniden nakte dönüştürülmesinde

- 10 yıllık deneyimi,
- Güçlü altyapısı,
- Yaygın Yetkili Satıcı teşkilatı,
- Perakende ve açık artırma satış sistemleri,
- Kurumsal güvencesiyle

en önemli kanal olmayı sürdürmektedir.

Çapraz satış kanalları büyümeye devam ediyor

DOD, müşteri ihtiyaçları çerçevesinde şekillendirdiği ParkDOD ve PrimeDOD satış kanallarının yanı sıra DOD Garanti ve KaskoDOD ürünleriyle 2010 yılında da müşterilerinin beklentilerine cevap vererek hedeflerine ulaşmıştır. 2010 yılında gerçekleştirilen yatırımlar sayesinde, ikinci el pazarında her biri alanına öncülük eden bu ürünlerde önemli gelişmeler sağlanmıştır.

Uygulamaya alındığı ilk yılda 600 adet araç satışı ile önemli bir başarı elde eden ParkDOD sisteminde 2010 yılında bir önceki yıla göre önemli bir artış sağlanmış ve 2.000 adet araç satışı gerçekleştirilmiştir.

İkinci elde lüks segmentte fark yaratan PrimeDOD sisteminde ise 2009 yılında 99 adet olan lüks segment araç satışı 2010 yılında 300 adede yükselmiştir.

İkinci elde önemli bir avantaj sağlayan DOD Garanti ürününde, bir önceki yıla göre %75'lik bir artış başarısı sağlanmıştır.

DOD'un tamamlayıcı bir ürün olarak geliştirdiği ve lansmanı 2011 yılında gerçekleştirilecek olan KaskoDOD ürünü ile, henüz pilot çalışma dönemi olan 2010 yılının ikinci yarısında 2.000 adetlik bir satış başarısı elde edilmiştir.

DOD'un çapraz satış kanallarının 2011 yılında geliştirilerek başarısının sürdürülmesi planlanmaktadır.

DOD Dergisi 4 yaşında!

2007 Eylül ayında yayın hayatına başlayan DOD Dergisi, Doğuş İletişim işbirliğiyle 41 sayıyı geride bırakarak dördüncü yılına ulaşmıştır. Her ay DOD sisteminde satışa sunulan 500 araç seçeneği, sıfır km ve ikinci el araç testleri, sektör değerlendirmeleri ve özel röportajlarla müşterilerine geniş ve doyurucu bir içerik sunan DOD Dergisi, 10 bölüm olarak yayımlanan "İkinci El Sektör Rehberi" ile 2010 yılında da fark yaratmaya devam etmiştir.

www.dod.com.tr yenileniyor

Türkiye'nin ilk kurumsal araç alım satım web sitesi olan www.dod.com.tr'nin yenilenmesine yönelik çalışmalara 2010 yılında başlanmıştır. Halihazırda ikinci el otomotiv sektöründe önemli bir pazara hitap eden ve eşsiz sanal ekspertiz modülü "KeyDOD"la bir referans kabul edilen www.dod.com.tr, 2011 yılında devreye girmesi planlanan yepyeni içeriği ve fonksiyonlarıyla bu alandaki farkı daha da açmayı hedeflemektedir.

DOD, 10 yıldır güvenle büyüyor

2010'da faaliyete geçişinin 10. yılını müşterileriyle birlikte kutlayan DOD, yıl boyunca gerçekleştirilen çeşitli etkinlik ve faaliyetlerle müşterilerine ulaşmış ve iletişimini bu strateji üzerinden gerçekleştirmiştir. 10 yıldır sektörde yarattığı ilklerle adından sıkça söz ettiren ve güvenle büyüyen DOD, müşterileriyle olan yakın iletişimini 2011'de de kesintisiz bir şekilde sürdürecektir.

Yeni 10 yıl, yeni hedefler!





Sektöründe birçok ilki gerçekleştiren vdf, 2010'da hayata geçirdiği yeni ürün ve hizmetleriyle sektördeki iddiasını artırarak büyümeye devam etmiştir.

Türkiye'nin öncü otomotiv finansman şirketi vdf, 2010 yılında vdf Faktoring Hizmetleri A.Ş.'yi, vdf Servis ve Ticaret A.Ş.'yi, ikincielekredi.com ürününü ve Volkswagen Kasko'yu hayata geçirerek otomotiv değer zincirine yeni halkalar eklemeyi sürdürmüştür.

Kemal Ören
vdf Genel Müdürü



vdf Otomotiv Finansmanı (Volkswagen Doğuş Tüketici Finansmanı A.Ş.)

Sektöründe 10. yılını kutlayan vdf, 2010 yılında mevcut marka portföyünü koruyarak hayata geçirdiği yeni ürün ve hizmetleriyle alanında ilkleri gerçekleştirmeye devam etmiştir.

2010 yılında Doğuş Grubu markaları içerisinde %36 penetrasyon oranına sahip olan vdf, tüketici finansmanı şirketleri arasında geçmiş yıllarda olduğu gibi en yüksek pazar payıyla pazar liderliğini sürdürmüştür.

vdf'den önemli bir yenilik: "ikincielekredi.com"

İkinci el araç almak isteyen tüketicilere yönelik olarak, 7 yaşına kadar ikinci el tüm Volkswagen, Audi, Porsche, Seat ve Skoda marka araçlara kredi olanağı sağlayan vdf'nin yeni ürünü "ikincielekredi.com" 3 Kasım 2010 tarihi itibariyle hayata geçmiştir. vdf, ikinci el otomobil pazarına önemli bir katma değer sağlayan bu ürünle ikincielekredi.com web sitesi üzerinden tüketicilere kredi imkânı sunmaktadır.

Büyük ilgi uyandıran ikincielekredi.com ürününün lansmanı kapsamında 1 Aralık 2010 itibariyle TV, gazete, dergi, internet ve outdoor mecralarını içeren entegre marka iletişimine başlanmıştır. www.ikincielekredi.com web sitesi, hizmete sunulduğu ilk 4 ay içinde günlük ortalama 2.500 ziyaretçi adedine ulaşarak, 3.363 adet kredi başvurusu almıştır.

vdf Sigorta ve Aracılık Hizmetleri

Yenilikçi ürünleriyle sigorta sektöründe faaliyet göstermekte olan vdf Sigorta ve Aracılık Hizmetleri, 2010 yılında müşterilerine farklı sigorta ürünleri sunmayı sürdürmüştür.

VW grup markalarına yönelik olarak özel sigorta ürünleri geliştiren vdf Sigorta ve Aracılık Hizmetleri, Temmuz 2010'da Doğuş Otomotiv ve Allianz Sigorta işbirliğiyle yalnızca Volkswagen marka araçlara özel teminatların sunulduğu "Volkswagen Kasko" ürününü piyasaya sunmuştur. 2011 yılında "Markalı Kasko" ürün portföyüne Audi Kasko, Seat Kasko ve Skoda Kasko ürünlerinin de eklenmesi planlanmaktadır.

2010 yılında vdf Sigorta ve Aracılık Hizmetleri'nin yaşayan poliçe adedi bir önceki yıla göre %50 oranında artış göstererek 65.000'e ulaşmış ve toplam net üretim %45 oranında artışla 50.000.000 TL'ye erişmiştir.

vdf Faktoring Hizmetleri A.Ş.

Kasım 2009'da BDDK'dan gerekli izni alan vdf Faktoring Hizmetleri A.Ş., 2010 yılı Mayıs ayında pilot Yetkili Satıcısı ile aktif olarak faaliyete başlamıştır. Yıl sonu itibariyle Türkiye genelinde Yetkili Satıcı sayısını 53'e yükselten vdf Faktoring Hizmetleri, faaliyete geçtiği ilk yıl Faktoring Derneği'ne üye 64 şirket içerisinde toplam ciro sıralamasında 16. sırada yer almayı başarmıştır. 2011 yılının ilk çeyreğinde Doğuş Otomotiv bünyesindeki tüm Yetkili Satıcılarla çalışması planlanan vdf Faktoring Hizmetleri, istikrarlı bir büyüme ve üstün hizmet anlayışıyla 2011 yılında sektördeki konumunu ilk 10 şirket arasına yükseltmeyi hedeflemektedir.

vdf Servis ve Ticaret A.Ş.

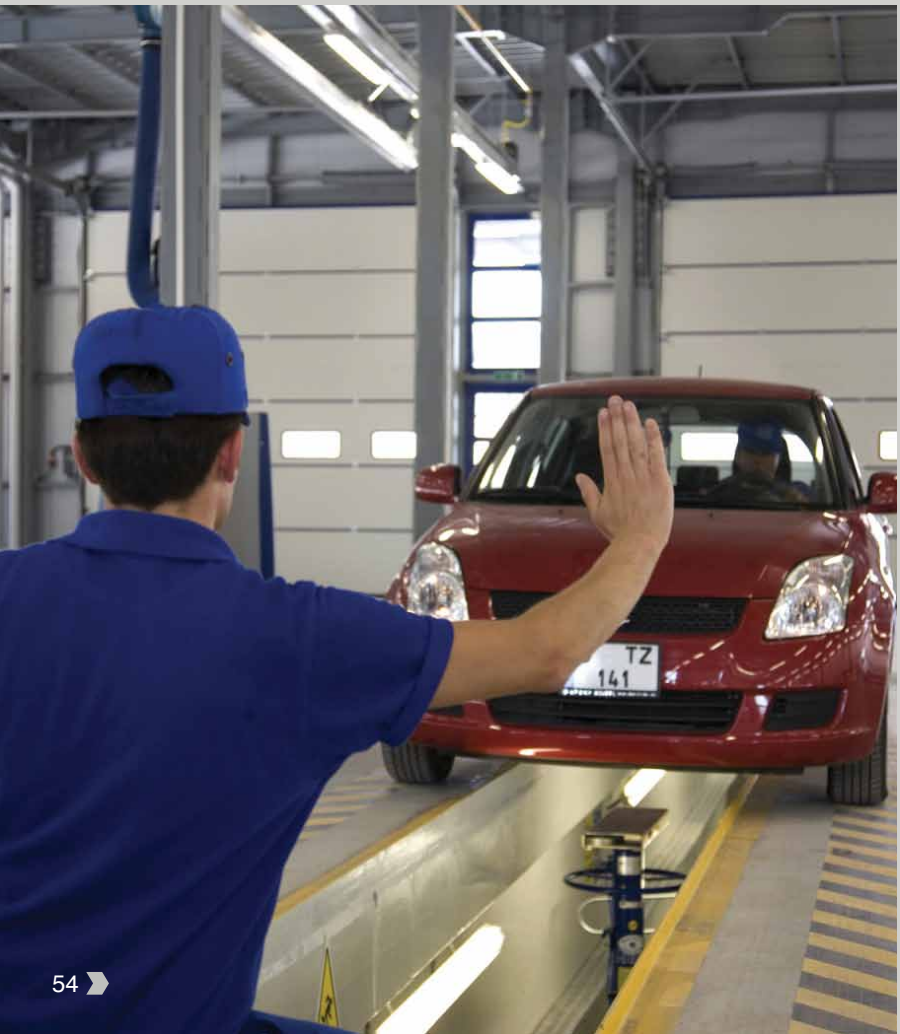
Araçlarını satın alan kurumsal ve bireysel müşterilere operasyonel kiralamanın sağladığı tüm avantaj ve hizmetleri %100'e varan kredi imkânıyla tek ödeme planı altında sunan vdf Servis ve Ticaret A.Ş., Nisan 2010'da ilk kontratını imzalayarak hizmet vermeye başlamıştır.

Şirket, piyasaya yeni sunduğu Full Servis ürünü ile bakım-onarım, kasko, uzatılmış garanti, lastik değişimi ve yol yardım hizmetlerini tek ödeme planı altında müşterilerine sunmakta, özellikle K2 belgesi nedeniyle kiralanamayan ticari araçlar için güçlü alternatifler yaratmaktadır.

vdf Servis ve Ticaret A.Ş., müşteri memnuniyeti temelinde sunduğu hizmet kalitesine paralel olarak, 2011 yılında portföyünü ve marka bilinirliğini artırmayı hedeflemektedir.

Sosyal sorumluluk bilinciyle kamuya hizmet





2010 yılında 5,4 milyon adet aracın muayenesi gerçekleştirilmiş ve trafikte potansiyel tehlike oluşturan 2 milyondan fazla aracın, sınırlı süre için de olsa, seyir güvenliği sağlanmıştır.



Önemli bir kamu hizmetini yerine getiren TÜVTURK, sosyal sorumluluk projeleri yoluyla da trafik güvenliğine destek sağlamayı sürdürecektir.

Naci Başerdem
TÜVTURK Genel Müdürü



TÜVTURK, 2008 yılında başladığı periyodik araç muayenesi hizmetine 2009 yılında yola elverişlilik muayenesi ve egzoz gazı emisyon ölçümü hizmetlerini de eklemiş, 2010 yılında ise bu yeni hizmetlerin verildiği istasyon sayısını artırmıştır.

TÜVTURK'ün 2010 yılı cirosu 600 milyon TL, faiz, vergi ve amortisman öncesi kârı ise 57 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Konsolide cironun 110 milyon TL'sini TÜVTURK İstanbul'un operasyonları kapsamaktadır.

5,4 milyon araca muayene hizmeti

2010 yılında 5,4 milyon aracın periyodik ve yola uygunluk muayeneleri, 880.000 aracın ise egzoz gazı emisyon ölçümleri yapılmıştır. Ücretsiz muayene tekrarı ve tespitlerle birlikte toplam muayene sayısı 8,8 milyon olarak gerçekleşmiştir. 2011 yılında periyodik muayene sayısının yaklaşık 6,0 milyon olması beklenmektedir.

Yola elverişlilik muayenesi

22 ildeki 28 istasyonumuzda verilen yola elverişlilik muayene hizmetiyle 2010 yılında 28.000 aracın muayenesi gerçekleştirilmiştir. 2011 yılında bu rakamın 30.000'e yükselmesi hedeflenmektedir.

Egzoz gazı emisyon ölçümü

79 ildeki 176 istasyonumuzda verilen egzoz gazı emisyon ölçümü hizmetinden 2010 yılında 880.000 araç yararlanmıştır. 2011 yılında bu sayının 950.000 olması hedeflenmektedir.

4 yeni istasyonla yatırımlara devam

Şirketimiz 1 milyar ABD dolarına ulaşan yatırımlarıyla, Türkiye genelinde 189 sabit ve 71 gezici istasyonla hizmet vermeye başlamıştır. Faaliyetimizin ikinci yılı içinde İstanbul-Samandıra, Kırıkkale-Yahşihan, Bolu-Gerede ve Kocaeli-Gebze istasyonları devreye sokulmuş, Keşan, Lüleburgaz, Manavgat ve İnegöl'de muayene istasyonlarının kanal sayısı artırılmış ve Gemlik'teki 2 kanallı istasyon yerine 6 kanallı yeni bir istasyon inşa edilmiştir. Toplam 20 milyon TL ilave yatırımla istasyon sayımız 2010 yılı içinde 193'e, kanal sayımız ise 458'den 483'e yükseltilmiştir.

Trafikte Sorumluluk Hareketi

"Trafikte Sorumluluk Hareketi"nin amacı, T.C. Ulaştırma Bakanlığı'nın koordinasyonunda, ilgili paydaş kuruluşlarla birlikte trafikte can güvenliği konusunda koruyucu önlemler alınması ve sorumluluk bilincinin geliştirilmesi amacıyla toplumda farkındalık yaratılmasıdır. Projemiz, hedef gruplara özgü "Güvenli Taşıt Hareketi," "Can Dostları Hareketi" ve "Sorumlu Vatandaş Hareketi" olmak üzere üç alt proje ile devam etmektedir.

2010 yılında "Güvenli Taşıt Hareketi" ile 18 ilde gerçekleştirilen interaktif saha etkinliklerinde 80.000 kişiye ulaşılmış, eğitim toplantılarına 2.300 ticari vasıta sürücüsü katılmıştır. "Güvenli Taşıt Hareketi Roadshow-2010" Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği (DPID) tarafından üçüncüsü düzenlenen "Doğrudan Pazarlama Ödülleri"nin Roadshow kategorisinde birincilik ödülüne layık görülmüştür.

Kasım ayında başlayan "Sorumlu Vatandaş Hareketi" çerçevesinde dokuz ilimizde düzenlenen halk seminerleri ve 6 üniversitemizde düzenlenen öğrenci seminerleri yoluyla trafikte sorumluluk bilincinin yaygınlaştırılmasına çalışılmıştır.

2010 yılında başlatılan projelerden bir diğeri olan "Can Dostları Hareketi" ise 16 ilimizdeki ilköğretim öğrencilerine ve onlar aracılığıyla velilerine ulaşılmasını hedeflemektedir.

Çağrı Merkezi'nde engelli istihdamı projesi

2010 yılında, özelikle trafik kazalarından ötürü mağdur duruma düşmüş kişilerin evlerinden çağrı alabilecekleri bir altyapı oluşturulmuş ve 22 ildeki 60 engellinin evden Çağrı Merkezi'ne hizmet vermeleri sağlanmıştır. 60 engelli personelimiz, diğer 40 görevliyle birlikte ayda ortalama 250.000 çağrıya cevap vermektedir.

E-öğrenme

TÜVTURK, 2010 yılında başladığı E-öğrenme çalışmalarını 2011 yılında tamamlayarak 81 ildeki 193 istasyonunda eğitimin kalitesini artırmayı hedeflemektedir.

İş Sürekliliği Yönetimi projesi

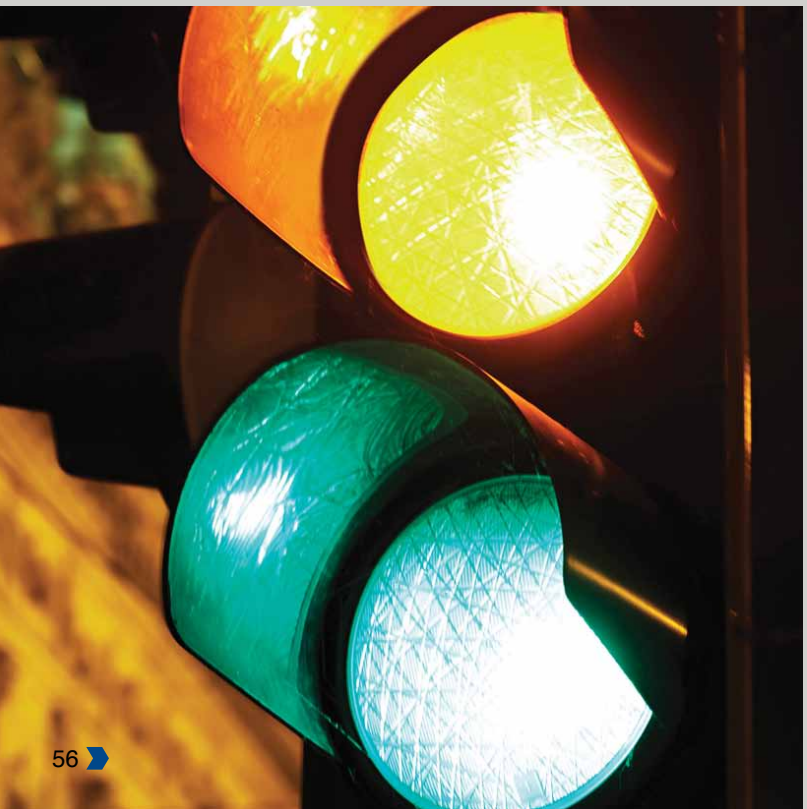
2010 yılı içinde çalışmalarına başladığımız İş Sürekliliği Yönetimi projesinin ilk adımı 2011 yılında tamamlanacaktır.

LeasePlan

It's easier to leaseplan

Sektörünün yeni ürün ve hizmetler sunan öncü markası





Sektöründe dünya lideri olan LeasePlan'in global deneyimi ile Doğuş Otomotiv'in yerel gücü sayesinde geliştirdiğimiz ürün ve hizmetlerle büyüyor, öncü uygulamalarımızla sektörümüzü geliştirmeye devam ediyoruz.



2010 yılında pazara sunduğumuz yeni ürünler ve hizmetlerle sektördeki büyümenin çok üzerinde bir büyüme hızı yakaladık. 2011 yılında da "Çevreye Duyarlı Filo" ve "Araç Politikası Oluşturma" ürünlerini hizmete sunarak benzer bir başarıya imza atmak istiyoruz.

F. Türkay Oktay
LeasePlan Genel Müdürü



2003 yılında kurulduktan sonra 2007 yılında %51 LeasePlan ve %49 Doğuş Otomotiv ortaklık yapısına kavuşan LeasePlan Türkiye, LeasePlan'in global deneyimi ile Doğuş Otomotiv'in dinamizmini birleştirerek sektördeki güçlü konumuna ulaşmıştır. Operasyonel kiralamada dünya lideri olan LeasePlan, 6.000'den fazla çalışanı ile 5 kıtada ve 30 ülkede 1,3 milyonluk dev bir araç filosunu yönetmektedir. Tüm dünyada geliştirdiği öncü uygulamalarla bilinen ve hizmet verdiği birçok ülkede pazar lideri olan LeasePlan, Türkiye'de de operasyonel filo yönetimini müşterilerinin beklenti ve ihtiyaçlarını en doğru şekilde analiz ederek yönetmekte ve en uygun çözümleri üretmektedir.

LeasePlan Türkiye, yabancı firmaların yanı sıra büyük ve küçük ölçekli yerel firmalar arasında da operasyonel kiralama ve filo yönetimi hizmetini yaymayı amaçlamaktadır. Operasyonel kiralama çözümlerini uluslararası deneyim ve yerel bilgi birikimine dayanarak sunan LeasePlan Türkiye, müşterilerinin ihtiyaçlarına proaktif yaklaşım, uzmanlık ve dürüstlük ilkesiyle eğilmektedir.

2010'da operasyonel kiralama pazarı

2010 yılında ticari araçlar için yapılan yasal değişiklikten sonra filo kiralama sektöründe küçülme yaşanırken, yılın ikinci çeyreğinden itibaren yaşanan ekonomik canlanmayla bu küçülme yerini büyümeye bırakmıştır. Araç satın almak yerine kiralamayı tercih etmeye başlayan firmaların yarattığı ek taleple pazardaki uzun vadeli kiralanmış araç sayısı %8 büyüyerek 120 bin seviyesine ulaşmıştır.

Pazarın üzerinde büyüme

LeasePlan Türkiye, 2010 yılı sonu itibariyle filosunu %18 büyüterek toplam araç portföyünü 7.400 adede yükseltmiştir. Şirket, 814 farklı müşteriye hizmet vermektedir.

Operasyonel kiralama alanında çok markalı araç portföyü stratejisi ile hareket eden LeasePlan'in portföyünde Volkswagen, SEAT, Audi, Skoda, Renault, Ford, Fiat ve Toyota gibi, filo pazarında önemli paya sahip araçlar yer almaktadır.

LeasePlan Türkiye, 2010 yılında DOD Yetkili Satıcıları kanalıyla 1.300 adet ikinci el araç satışı gerçekleştirmiştir.

Yeni ürün ve hizmetler

LeasePlan Türkiye, kaliteli hizmet ve sürekli müşteri memnuniyeti anlayışı doğrultusunda geliştirdiği öncü profesyonel çözümleri, 2010 yılı başından itibaren hayata geçirmeye başlamıştır. Müşterilerin limitlerini ihtiyaçlarına göre belirlediği "KonforPlan" ve şeffaf hesaplama ile masrafların kontrol altına alındığı "OrtakPlan" ürünlerinin yanı sıra müşterilerin ana işlerine odaklanmalarını sağlayan "Yakıt Yönetimi" hizmeti 2010 yılında pazara sunulmuştur.

Müşteri etkinlikleri

Araç ve filo giderlerini oluşturan tüm kalemlerin şeffaf ve detaylı olarak fiyatlandırıldığı OrtakPlan ürünü, nisan ayında gerçekleştirilen bir seminerle mevcut ve potansiyel müşterilere tanıtılmıştır.

Ayrıca ekim ayında İstanbul Park'ta gerçekleştirilen test sürüş günü ile LeasePlan müşterilerine Porsche, Audi, VW ve Seat'ın çeşitli modellerini pistte test etme fırsatı sunulmuştur.

Hedefler

LeasePlan Türkiye, 2011 yılında pazara sunacağı yeni ürünler, hizmetler ve öncü uygulamalar sayesinde sağlıklı büyümesini sürdürerek, yine pazarın üzerinde %15 büyümeyi hedeflemektedir. Bununla birlikte LeasePlan Türkiye, pazar payını ve marka bilinirliğini 2011 yılında da artırmayı ve müşteri memnuniyetinde elde ettiği başarıyı daha da geliştirmeyi hedeflemektedir.

21. Yüzyılın Otomotiv Destek Merkezi
Doğuş Otomotiv Lojistik

Dünyanın en prestijli markalarına değer yaratan hizmet





Yedek Parça ve Lojistik, 2010 yılında 82.100 adet aracın ithalatını ve 85.600 adet aracın Yetkili Satıcılara sevkıyatını gerçekleştirerek yılı yedek parça ve aksesuvar satışından elde edilen 296,6 milyon TL ciro ile kapatmıştır.

Yedek Parça ve Lojistik, sinerjinin modern ve en iyi uygulamalarını geleceğin teknolojisiyle birleştirmekte ve Doğuş Otomotiv'in çoklu marka yapısına yönelik sürekli değer üretmektedir.

Mustafa Karabayır
Yedek Parça ve Lojistik Genel Müdürü



Yedek Parça ve Lojistik, dünyanın en prestijli markalarından olan Volkswagen, Audi, SEAT, Porsche, Bentley, Lamborghini, Scania, Krone ve Meiller marka araç ve yedek parçaları ile Scania Endüstriyel ve Deniz Motorları, Thermo King Mobil Isı Kontrol Sistemleri ve yedek parçalarının ithalatı, depolanması ve Yetkili Servislere sevk edilmesi faaliyetlerini yürütmektedir.

Üstün bir sinerji uygulaması

Yedek Parça ve Lojistik, sinerjinin modern ve en iyi uygulamalarıyla geleceğin teknolojisini birleştirmekte ve Doğuş Otomotiv'in temsil ettiği dünya markaları için eşsiz bir hizmet ortaya çıkarmaktadır.

Her şey müşteriye hızlı ve doğru hizmet için

Yedek Parça ve Lojistik, operasyonun sorunsuz bir şekilde yürütülebilmesi amacıyla ileri bilgisayar teknolojileri ve stok yönetim sistemleri kullanmaktadır.

İzlenen etkin fiyatlama ve fiyat konumlandırma politikalarının yanında %60'a yaklaşan ortak parça kullanım oranı, Yedek Parça ve Lojistik bünyesinde önemli bir sinerji oluşturmaktadır.

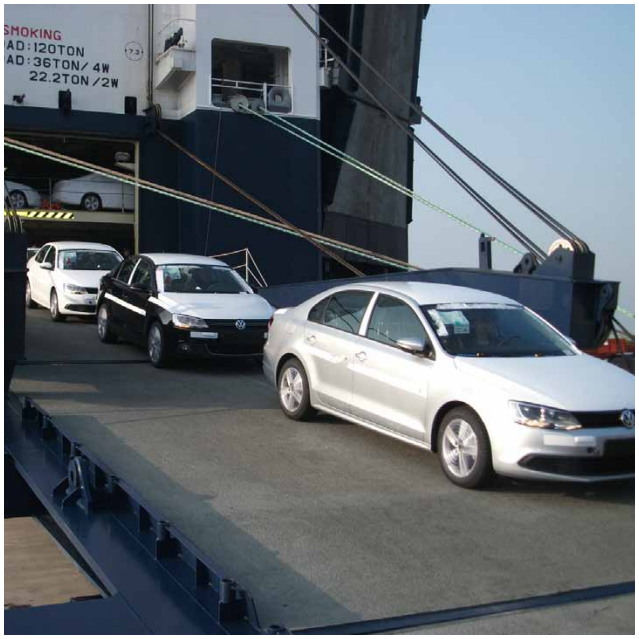
Sunulan ürün ve hizmetler

Yedek Parça ve Lojistik, Yetkili Satıcı ve Servislerin ihtiyaç duyduğu mal ve hizmetleri yüksek kalitede sunarak nihai müşteri mutluluğuna katkı için aşağıdaki hizmetleri vermektedir:

- Tüm grup markası araçların ithalat ve homologasyon operasyonlarının marka temsilcileri adına yürütülmesi.
- VW, Audi, SEAT, Porsche, Bentley, Lamborghini, Scania, Krone, Meiller ve Skoda marka araçların antrepo ve stok sahalarında korunması ve Yetkili Satıcılara ulaştırılması.
- VW, Audi, SEAT, Porsche, Bentley, Lamborghini, Scania ve Thermo King markalarının yedek parça ve aksesuvarlarının yurtdışına sipariş edilmesi, ithalatı, depolanması, stok yönetiminin yapılması ve Yetkili Servislere siparişlerine istinaden dağıtılması.
- Krone ve Meiller markalarının yedek parça ve aksesuvarlarının ithalatı ve siparişlerine istinaden Yetkili Servislere dağıtılması.

Kaliteye odaklı iş yaklaşımını geliştirmek için;

- Yedek parça faaliyetlerinde strateji belirleyici olarak rol almak, vizyon yaratarak marka temsilcileriyle paylaşmak ve bu yolla grup markalarının pazar paylarının artmasında katma değer yaratmak,
- Yedek parça işletim sistemlerinin sürekli iyileştirilmesine yönelik projeler üretmek,
- Teşkilatın daha düşük stok maliyetleriyle çalışabilmesine imkân verecek ve yeni araç satışına destek olacak şekilde dağıtım süre ve maliyetlerini düşürmek,
- Aksesuvar pazarlama faaliyetlerinde yeni kaynaklar bularak satış hacmini artırmak, Yedek Parça ve Lojistik'in öncelikli hedefleri arasındadır.



Üstün sigortacılık hizmetleri Doğuş Holding güvencesiyle bir arada

Doğuş Sigorta, 25 yılı aşan deneyimiyle müşterilerine sigortacılık alanında fark yaratan ve güvenilir hizmetler sunmaktadır.

Tecrübeli bir aracı kurum

Bir Doğuş Holding kuruluşu olan Doğuş Sigorta Aracılık Hizmetleri, 26 Mart 1984 tarihinde kurulmuş, tecrübeli bir aracı kurumdur. Doğuş Grubu şirketlerine, çalışanlarına ve diğer müşterilerine her zaman en iyi sigortacılık hizmetlerini sunmayı misyon edinen Doğuş Sigorta Aracılık Hizmetleri, 2010 yılında da çalışmalarını bu doğrultuda sürdürmüştür. Şirket, Doğuş Otomotiv'in büyümesine paralel olarak sigorta hizmet yelpazesini çeşitlendirmiş, yıl boyunca yapılan tüm çalışmalarında risk değerlendirme ve pazarlamaya odaklanmış, gelişen teknolojilerden yararlanarak risk analizlerini en doğru şekilde yapmış ve oluşan hasarların en kısa zamanda ödenmesini sağlamıştır.

5 Ekim 2007 tarihinde Garanti Sigorta'nın %80'inin Eureko B.V.'ye satılmasıyla çalışmalarına Eureko Sigorta acentesi olarak devam eden Doğuş Sigorta, 2010 yılında tüm ürünlerinde toplam 9,1 milyon TL'lik prim üretmiştir.

Geniş çalışma alanı

Doğuş Sigorta Aracılık Hizmetleri'nin Anadolu Sigorta, Ergo Sigorta ve Axa Sigorta ile 2003 yılında başlamış olan acentelik anlaşmaları devam etmektedir. Şirket, 2008 yılında Allianz Sigorta'nın da yetkili acenteliğini almıştır.

2011 yılında büyümeye devam

Gelişme ve büyüme odaklı yaklaşımıyla en yeni sigorta ürünlerini, en yüksek verimliliği sağlayacak şekilde müşterilerine sunan Doğuş Sigorta, Doğuş Holding'in sigortacılık sektöründeki temsilcisi olmanın sorumluluklarını yerine getirmeyi 2011 yılında da sürdürecektir.