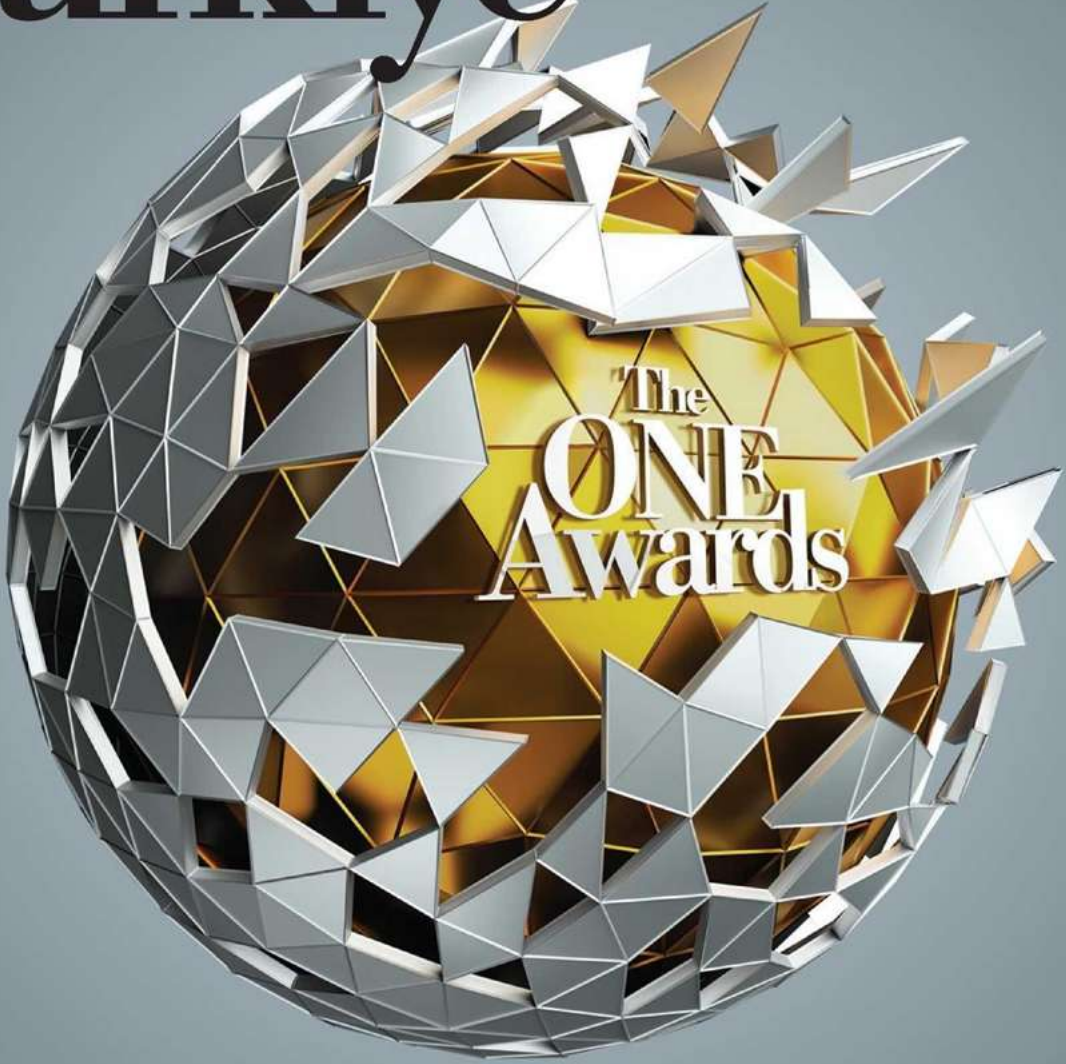


Ocak 2022

Marketing Türkiye®

BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMADA



Marketing Türkiye

BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMA ÖDÜLLERİ 2021

Kapak Tasarımı: Gülşen İstanbul



Ayda bir yayımlanır. Fiyatı: 30 TL KKTTC Satış Fiyatı: 35 TL

www.marketingturkiye.com.tr

Yılın
pazarlama
stratejileri

Güçlü liderler
ufukta ne
görüyor?

2021'e damga
vuran reklam
filmleri

CMO'ların
2022 ajandasında
neler var?

Duygulu
hikâye daima
kazanır

2021'in
en başarılı
influencerları

Bildiğimiz
sosyal
medyanın sonu

GÜÇLÜ LİDERLER UFUKTA NE GÖRÜYOR?

Pandeminin ardından iş dünyası için hareketli geçen bir 2021'i geride bıraktık. Sürece başarıyla uyum sağlayan çevik liderler, geçtiğimiz yıl şirketlerini bir adım ileri taşıırken ekonominin de yol göstericileri oldu. Pek çok açıdan geçtiğimiz iki yılda değişip dönüştüklerini dile getiren liderler sadece şirketlerini değil, yaşadıkları toplum ve dünyayı da odaklarına alan kararlarıyla örnek oldu. Peki, ekonomiye yol gösteren, pek çoklarına ilham veren o liderler ufukta ne görüyor? Hedeflerinde neler var? İşte güçlü liderlerin 2022 öngörülerini...

Haber: Berçem Sultan Kaya | bercem.sultan@marketingturkiye.com



**Abdi Serdar
Üstünsalih**
VakıfBank
Genel Müdürü



YATIRIM İŞTAHI ARTACAK

✓ 2021'de bankacılık sektörü, ilgili kurumlarla uyum içinde çalışarak hane halkından reel sektöre birçok alanda yaşanan dalgalanmaları sınırlı tutmaya çalıştı. Milli ekonomimize değer katan bir yaklaşımla faaliyetlerini planlayan bir banka olarak biz de reel sektör başta olmak üzere tüm segmentlerden gelen talepleri karşılama konusunda azami gayreti gösterdik.

✓ Öte yandan sektörde müşteri alışkanlıklarındaki hızlı değişimle birlikte yeni iş modelleri oluşturuldu. Pek çok işlem dijital kanallara aktarılırken temassız teknolojiler yaygınlaştı. VakıfBank olarak uzun süredir teknolojiye yatırım yapan bir banka olmamızın avantajıyla dijital dönüşümü doğru stratejilerle destekledik ve geliştirdiğimiz ürün ve hizmetlerle sektörde öncü olduk.

✓ 2022'de yatırım iştahının artacağını düşünüyorum. Biz de ülke ekonomisine katma değer sağlayacak her türlü yatırıma destek olmaya devam edeceğiz. Ayrıca ihracat gerçekleştiren sektörlerdeki müşterilerimize destek olabilmek için inovatif ve dijital ürünler üretmeyi sürdüreceğiz.

✓ Önümüzdeki dönemde tüketicilerin de beklentilerine uygun olarak sürdürülebilirlik ve dijital dönüşüm en önemli gündem maddeleri olacak. VakıfBank olarak müşterilerimize uçtan uca dijital bir yolculuk deneyimi yaratma konusunda kendimizi geliştirmeye devam edeceğiz. İlke bazında sahiplendiğimiz sürdürülebilirlik alanında ise özellikle sürdürülebilir kalkınma, enerji verimliliği ve iklim, finansal kapsayıcılık, üretimin ve istihdamın desteklenmesi konularında sektörde öncü rolümüzü güçlendirmek istiyoruz.



**Turan
Erdoğan**
Vestel CEO'su

DÜNYAYI DAHA İYİ BİR YER YAPMAYA ODAKLANACAĞIZ

✓ Vestel olarak istikrarlı başarı grafiğimizi sürdürdüğümüz, ülke ekonomimize değer kattığımız, dünya kaynaklarını koruyan yaklaşımla yeniliklere imza attığımız bir yılı daha geride bırakıyoruz.

✓ Yetkinliklerimizi, kapsamlı risk yönetimimiz, çevik ve esnek şirket yapımız ve etkin karar alma süreçlerimizle birleştirerek, pandemi sürecinin etkilerini oldukça başarılı sonuçlarla aştığımızı düşünüyorum. Bu testten geçerken, geniş ve çeşitlendirilmiş tedarikçi ağıımız, özellikle Uzak doğu kaynaklı tedarik sorunlarının aşılmasında önemli rol oynadı.

✓ Hızlı bir başlangıç yaptığımız 2021 yılında 23'üncü kez sektörümüzün ihracat şampiyonu olmanın gururunu yaşadık. Satış gelirlerimizin yüzde 70'ten fazlası ihracattan geldi. 9 aylık dönemde büyümeyi sürdürdük, ciromuz 23 milyar TL oldu ve geçtiğimiz yılın aynı döneminde oranla yüzde 53 artış gösterdi.

✓ Geleceğin en parlak alanlarından biri olacağına inandığımız elektrikli ve otonom araçlara yönelik otomotiv elektroniği alanındaki çalışmalarımızı ileri boyuta taşıyoruz. Batarya sistemleri ve elektrikli araç şarj üniteleriyle bu alandaki çalışmalarımızı genişletmeye devam ediyoruz. Donanım, yazılım, mekanik tasarımlarıyla üretim ve test altyapısı tamamen Vestel tarafından geliştirilen ilk yerli elektrikli bisiklet bataryasının üretimine başladık.

✓ Dijital teknoloji ve dönüşümün getirdiği yeni nesil iş modelleri Vestel'in gelişiminde ve geleceğinde önemli bir rol oynayacak. Akıllı cihazlar, akıllı evler, akıllı şehirler ve bunların etrafında gelir paylaşımı esaslı iş modellerini kurmaya odaklanıyoruz. Amazon, Google, Innit gibi teknoloji şirketleriyle iş birliklerimiz sayesinde akıllı ürünlerin tüketiciyle buluşmasını sağlıyoruz.

✓ Sağlık elektroniği, müşteri hizmetleri, sanal gerçeklik, akıllı şehirler ve 5G başta olmak üzere pek çok konuda yatırımlarımız devam ediyor.

✓ 2022'de de ürünlerimizle, ürettiğimiz teknolojiyle insanların hayatını kolaylaştırmaya, günlük yaşantılarını daha konforlu hale getirmeye, diğer yandan dünya kaynakları üzerindeki baskının etkilerini azaltmaya ve dünyayı daha iyi bir yer yapmaya odaklanacağız. Bunu yaparken Ar-Ge vizyonumuz ve sürdürülebilirlik ilkelerimiz yol göstericimiz olacak.

GELECEK ÖNGÖRÜLERİ

Murat Emirdağ
Hepsiburada
CEO'su



TİCARETİN DİJİTALLEŞMESİNE ÖNCÜLÜK EDİYORUZ

✓ Türkiye'nin Hepsiburadası olarak 2021'i yatırımlarımızın karşılığını aldığımız bir yıl olarak geride bırakıyoruz. İlk 9 ayda geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre yüzde 55 oranında büyümemiz, 3. çeyrekteki rekor sipariş adedimiz, müşteri deneyimine yaptığımız yatırımlar neticesinde NPS-Net Tavsiye Skorunda sektör lideri olmamız 2021'de müşterilerimizin tercihlerini güçlü bir şekilde Hepsiburada'dan yana kullandığını gösteriyor.

✓ 2021 Eylül sonu itibarıyla platformumuzda yer alan 39,6 milyona ulaşan üyemizle ve 67 bin satıcımızla kusursuz bir teknolojiyi buluşturarak Türkiye'de ticaretin dijitalleşmesine öncülük ediyoruz. Türkiye'nin yerli sermayeli en büyük e-ticaret platformu olarak ekonomiyi sağladığımız katkı ve katma değer teslimatta HepsiJet, hızlı market alışverişlerinde HepsiExpress ve ödeme çözümlerinde Hepsipay ile artarak devam etti.

✓ Online alışverişe talebin daha da artmasını beklediğimiz 2022'de de en iyi ürünleri, uygun fiyat ve hızlı teslimatla müşterilerimize ulaştırmayı, yapay zeka ve makine öğrenmesi gibi son teknolojileri üreticilerin, satıcılarımızın ve müşterilerimizin hizmetine sunmayı sürdüreceğiz. Hepsiburada olarak, Türkiye'nin e-ticaret alanındaki birikiminin ülkemizde kalması, e-ticaretle üretilen katma değerinin yine Türkiye'de yatırıma dönüşmesi için 2022'de var gücümüzle çalışacağız.



Yenal Gökyıldırım
MediaMarktSaturn
Perakende Grubu
COO'su ve
MediaMarkt Türkiye
CEO'su

SORUMLULUK ARTTIKÇA HEDEFLER BÜYÜYOR

✓ Ciroların arttığı ancak kârlılıkların düştüğü zorlu bir yılı geride bırakıyoruz. Buna rağmen pazar payımızı yüzde 35 oranında büyütmeyi başardık. Yine tüm zorluklara rağmen 2021'de MediaMarkt Türkiye olarak grup içerisinde yüzde 64 ile en hızlı büyüyen ülke olduk. 10 yeni mağaza açtık. 2022'de de 10 yeni mağaza açma hedefimiz var. Daha önce olmadığımız üç yeni şehirde olacağız. Zorlu AVM'de yaklaşık 2 bin 500 metrekaare alan üzerine açacağımız, son teknolojileri ve tüm tedarikçilerimizin ürünlerini sergileyeceğimiz yeni mağazamızla daha ulaşılır ve görünür olacağız. 2023'te ise dalya diyeceğiz!

✓ Bu yıl online ve offline kanalda ulaştığımız 228 milyon ziyaretçi sayısını 2022'de 250 milyona çıkarmayı hedefliyoruz. Pazar payımızı ise yüzde 10'un üzerine çıkaracağız.

✓ Pandemi evde geçirilen zaman artınca beyaz eşya, küçük ev aletleri, ev eğlence sistemleri ve aksesuarlara olan talep artmıştı. Bu trendin 2022'de de devam edeceğini öngörüyoruz.

✓ Sorumlu olduğum ülke sayısı ise 9'dan 12'ye çıktı. İsviçre, Avusturya ve Macaristan da sorumlu olduğum ülkeler arasında katıldı. Dolayısıyla 2022'de daha fazla çalışacağım. Sorumluluk arttıkça hedefler de büyüyor. Biz de bu büyük hedefler doğrultusunda çalışacağız.

GÜÇLÜ LİDERLER UFUKTA NE GÖRÜYOR?

SÜRDÜRÜLEBİLİR, YERLİ ÜRETİMİ DESTEKLİYORUZ

✓ CarrefourSA olarak müşterilerimize doğru ürünü doğru üreticiden alarak doğru bir hizmet ve fiyat politikasıyla ulaştırmak için çalışıyoruz. Yeni market yatırımlarına devam ediyoruz, küçük esnafı desteklemek adına "Bayilik" sistemi başlattık. Bugün 60 bayimiz faaliyet gösteriyor, hedefimiz 250 bayiye ulaşmak.

✓ Sürdürülebilir tarım, hayvancılık ve balıkçılığı destekliyoruz; Tarım ve Orman Bakanlığı, TİGEM ve TAGEM iş birliğiyle üreticilere yerli tohum desteği sağlıyoruz. İzlenebilir Güvenli Gıda Platformu projemizi sürdürüyoruz. Müşterilerimize veteriner hekim kontrollü, kaynağı belli, yüzde 100 yerli besi kırmızı et sunuyoruz.

✓ Halkın balık tüketimini arttırmak amacıyla av sezonunda reyonlarımızda 70 - 80 farklı balık çeşidine yer veriyoruz. Her mağazamıza bir balık reyonu açmak için yatırıma devam ediyoruz. Yerli üreticilerle çalışarak 600'ü aşkın Carrefour öz markalı ürünü reyonlarımıza getiriyoruz.

✓ CarrefourSA Online Market üzerinden 50 bin çeşidi aşkın ürünü müşterilerimize ulaştırıyoruz. Öncelikli Teslimat, Alo Sipariş ve Markette Hazır hizmetlerimizi sürdürüyoruz. Aylık ziyaretçi trafiğimiz 7 milyon üzerinde, mobil uygulama indirilme sayımız aylık 200 bine yakın, ayda 400 bini aşkın sipariş alıp teslim ediyoruz.



Kutay Kartallıoğlu
CarrefourSA CEO'su

GELECEK ÖNGÖRÜLERİ



Engin Aksoy
Vodafone Türkiye
CEO'su

REKOR BİR BÜYÜMEYE İMZA ATTIK

✓ Yılın ilk dokuz ayında servis gelirlerimiz yüzde 19,1 artışla 11,8 milyar TL; Faiz, Amortisman ve Vergi Öncesi Kâr'ımız yüzde 23 artışla 4 milyar TL olarak gerçekleşti. Bu sonuçlarla, son 5 yılın da rekor büyümesine imza attık. Büyüme performansımızı yatırımlarla da destekledik ve bu dönemde 1,7 milyar TL'lik yatırım yaptık. Ülkemizin 81 ilinde 24,3 bine yakın 4.5G iletişim noktasıyla 4.5G'de en geniş kapsamaya sahip operatör olmayı sürdürüyoruz.

✓ Dijital servisler odağımızla müşterilerimize finansman sigortaya farklı alanlarda hizmet sunmaya devam ettik. Bugün yeni iş alanlarımızın büyümesini desteklemek amacıyla kurduğumuz Vodafone Holding A.Ş. bünyesinde 11 şirket faaliyet gösteriyor. En yeni şirketlerimizden Vodafone Finansman A.Ş. kanalıyla KOBİ ve ticari iş ortaklarımızın ihtiyaç duyacakları teknolojiye daha kolay ulaşmaları için finansman desteği veriyoruz.

✓ Vodafone olarak 2025 yılına kadar Türkiye'nin en hızlı büyüyen yeni nesil bağlantı ve dijital servisler şirketi olmayı hedefliyoruz. Sadece iletişim hizmetleri sunmanın ötesine geçerek dijital pazaryeri, finans ve sigorta hizmetleri sağlayıcısı, dijitalleşmek isteyen işletmelerin en önemli destekçisi olma yönünde adımlar atıyoruz.



Mehmet Apak
Zer A.Ş. Genel Müdürü

DAHA YARATICI OLMAK ZORUNDAYIZ

✓ 2021 yılında Zer ekosistemimizi yüzde 63 büyüttük. Türkiye'deki tedarikçi ağıma 50 sektörden 200'ü aşkın yeni tedarikçi ekleyerek 1295 aktif tedarikçiye ulaştık. Halen 1325 aktif müşterimize 108 kategoride satın alma ve tedarik yönetimi hizmeti sunuyoruz.

✓ 2022'de güvenli ekosistemimizi yüzde 50 büyütmeyi hedefliyoruz. Çok yönlü senaryolar ışığında tedbirlerimizi alıyoruz. Depolama, alternatif taşıma modları ve güzergahları üzerinde çalışıyoruz. Malzeme, hizmet ve medya satın alma hizmetlerimizden müşteri ve tedarikçilerimizi çapraz olarak yararlandırmak için iş birlikteliği projeleri yürütüyoruz.

✓ 2022'de de deniz dalgalı olacak. Bunu kabul ederek, çoklu senaryolar üzerinde durmalıyız. Bugün, 2020 Mart ayına göre sorunları yönetmek adına daha şanslıyız. Çünkü yaşadık ve gördük. Çözüm yollarını denedik, bulduk. Artık daha tecrübeliyiz. Fakat daha yaratıcı olmak zorundayız. Diğer yandan, biz ülke olarak volatiliteye alışkınız. Pozitif bakış açısıyla bu da bir şans. İş dünyası aktörlerinin birbirlerini desteklemesi çok önemli. Bu zor dönemi ben değil, biz diyerek; sorumluluklarımızın farkında olup ortak hayaller için birbirimize güvenerek atlatacağız.

GÜÇLÜ LİDERLER UFUKTA NE GÖRÜYÖR?

EKONOMİK STABİLİZASYON OLMASI GEREKİYOR.

✓ Lenovo Türkiye olarak 2021 yılında finansal hedeflerimizin üzerine çıktık. Ciroimizi yüzde 22, satılan ürün adedini yüzde 10 artırdık.

✓ Pazar liderliğimize tablet ürün grubunu ekledik. 2020 ve 2021 yıllarında yaptırdığımız IPSOS marka algısı araştırmaları sonucunda markamızın bilinirliğinin yıldan yıla 5 puan artması doğru yolda olduğumuzu gösterdi.

✓ Açıklanan son IDC rakamlarına göre Lenovo Türkiye olarak yüzde 24,6 pazar payıyla yılın üçüncü çeyreğini de birinci sırada kapadık. Son altı çeyrektir pazar payı liderliğini sürdürüyoruz. Sektörde büyük ölçekli tedarik sorunlarına karşın, Lenovo'nun

inovasyon odaklı olması, güçlü operasyon kabiliyeti ve yönetimi, şu ana kadar tüm ana iş gruplarımızda yüzümüzü güldüren başarılı bir performans getirdi.

✓ 2022 yılını bugünden tahmin etmek zor. Öncelikli olarak ekonomik stabilizasyon olması gerekiyor. Dünyadaki teknolojinin Türkiye'de de paralel olduğunu öngörerek önümüzdeki sene ve sonraki senelerin Türkiye bilgi teknolojileri sektörü için de olumlu ilerleyeceğini düşünüyoruz. Ekonomik istikrar sağlandığı sürece daha da güçlenecek. Lenovo olarak biz her zaman çift haneli büyümeyi hedefliyoruz. 2022'ye yönelik olarak diliyorum yine başarabiliriz.



Emre Hantaloğlu
Lenovo Türkiye Genel Müdürü

GELECEK ÖNGÖRÜLERİ

Burak Ertaş
sahibinden.com
CEO'su



TÜKETİCİ DAHA FAZLASINI İSTİYOR

- ✓ Artık dünyada daha fazlayı isteyen bir tüketici modeli var. Bu tüketici modeli için günümüzde bir ürünü yalnızca hızlı ve ucuz şekilde almak en önemli kriter değil. Daha iyi bir kullanıcı deneyimi için fayda sağlayacak özellikler müşterilerimiz için çok daha büyük önem kazandı.
- ✓ Biz de sahibinden.com'u yalnızca alıcı ve satıcının bulunduğu bir platform olarak değil aynı zamanda kullanıcılarımızın alım-satım sürecinde ihtiyaç duydukları tamamlayıcı ürün ve servislere ulaşabildikleri bir nokta olarak da konumlandırıyoruz.
- ✓ Güçlü teknolojik altyapımız ve güvenilir iş ortaklarımız aracılığıyla İkinci El ve Sıfır Alışveriş kategorilerimizde yer alan ürünlerin güvenli ve kolay bir şekilde alınıp-satılmasına imkân tanıyan S - Param Güvende hizmetini 2021 yılında hayata geçirdik. Diğer bir deyişle ikinci el alım-satımını e-ticaret modeline dönüştürüyoruz.
- ✓ Son olarak, 2021'de Great Place To Work Enstitüsü tarafından "Türkiye'nin En İyi İşvereni" seçildik. Böylelikle; Türkiye'de toplamda beş kez En İyi İşverenler arasında yer almış ve iki yıl üst üste birincilik elde etmiş olduk. Ayrıca yine bu sene "Avrupa'nın En İyi İşverenleri - Büyük Şirketler Kategorisi"ne seçilen 20 şirket arasına giren ilk Türk şirketi olduk. Yol haritamız doğrultusunda 2022 yılında da stratejik gelişim planlarımız ve ihtiyaçlarımıza uygun olarak; yenilikleri hayata geçirecek, yeni teknoloji yetkinliklerini kazanma konusunda kendilerini geliştirebilen, teknolojik ve toplumsal trendleri merakla takip ederek, hızlı aksiyon alıp, işine uyumlayabilen yetenekleri bünyemize katmaya devam edeceğiz.



Selçuk Boztepe
Edenred Türkiye
CEO'su

HEDEFİMİZ PAZARI BÜYÜTMEK

- ✓ Ticket Restaurant Edenred olarak güçlü temellerimiz sayesinde pandemiyle gelen belirsizliklere rağmen bu zor yılı da başarıyla aştık. Restoranların açılması paket servisle ayakta kalmaya çalışan üye işletmelerimiz, kullanıcılarımız ve tabii bizim için olumlu sonuçlar yarattı. Ayrıca pandemi nedeniyle yemek-hane ve catering hizmeti alan ya da kendi mutfağında yemek yaptıran şirketler hijyen kaygısıyla yemek kartı kullanımına yöneldi.
- ✓ Bu dönemde şirketlere tasarruf ettiren akıllı çözümler geliştirmeye devam ettik. Bir ürüne adını veren marka olmanın sorumluluğuyla Vergi Uzmanı Ozan Bingöl ile düzenlediğimiz webinar'larda vergi istisnası ve tasarruf bilincini artırmayı amaçladık.
- ✓ Müşteri Tutkusu projesini hayata geçirerek müşterilerimiz, üyelerimiz ve son kullanıcılarımızın memnuniyetini ölçmek ve deneyimlerini iyileştirmek için yeni yol haritaları oluşturmak üzere düzenli Net Tavsiye Skoru anketleri yaptık. Memnuniyetsizliğini yansıtan kişilerle başta ben olmak üzere tüm üst yönetim ekibimiz ve her kademedeki arkadaşlarımız görüştük. Sektörde bir ilk olan Android tabanlı POS cihazlarını üye işyerlerinin kullanımına sunduk.
- ✓ 2022'de pazardaki liderlik konumumuzu pazar payımızı artırarak korumayı ve bu pazarı büyütme hedefliyoruz. Yapay zeka, dijitalleşme ve inovasyon çalışmalarımıza artan bir ivmeyle devam edeceğiz. Tüm paydaşlarımızın hayatının kolaylaşması için operasyonel mükemmellik, süreç sadeleşmesi ve kusursuz müşteri deneyimi üzerine projelerimizi sürdüreceğiz.

GÜÇLÜ LİDERLER UFUKTA NE GÖRÜYOR?

PANDEMİDE İSTİHDAM REKORU KIRDIK

- ✓ Doğaş Kelebek olarak, her şeye rağmen iyi bir 2021 geçirdiğimizi ifade edebilirim. Elimizdeki üçüncü çeyrek rakamlarına göre yüzde 93 gibi bir büyüme kaydettik. Yine bu dokuz aylık dönemde, bir önceki yılın aynı dönemine göre net karımızı 31 kat artırarak 50 milyon lira net kar elde ettik. Markalarımıza yatırımlarımız hız kesmeden devam etti.
- ✓ Benzer şekilde, 2022 yılında da yatırım-

büyüme endeksindeki hareketlerimizin artan eğilimde devam edeceğini söyleyebilirim. Mobilya markalarımızda yeni mağaza açılışlarımız ve dolayısıyla istihdamımız artarak devam edecek. Pandemi döneminde tüm zor şartlara rağmen, biliyorsunuz hiçbir çalışanımızla yollarımızı ayırmadığımız gibi istihdam rekoru kırdık. 2022 yılında büyümemize paralel olarak istihdamda da yukarı yönde bir eğilimimiz olacak.



İsmail Doğan
Doğaş Kelebek CEO'su



Sedat Anak
Avansas
Genel Müdürü

ÖNCELİĞİMİZ İNGİLTERE PAZARI

✓ 2021 yılı pandemi sürecinin devam ettiği, tüm sektörleri etkileyen, dönüştüren ve farklı deneyimleri hayatımıza sokan bir dönemdi; dolayısıyla son derece öğretici bir yıl oldu. Avansas olarak dinamik bir şekilde her konuyu ele alarak iş devamlılığını sağlamaya ve pozitif mesajlar vermeye odaklandık. E-ticaret sektörünün yeniden şekillendiği ve tüketici davranışlarının da bu yönde değiştiği 2021 yılında, dijital dönüşüm her zamankinden daha fazla önem kazandı. Tüketicilerin online alışverişe olan ilgisi ciddi oranda artış gösterdi.

✓ Avansas olarak değişen koşullara hızlıca adapte olmanın, tüketicilerin ihtiyaçlarına anında cevap vermenin ve alışveriş deneyimini keyifli kılmının getirilerini olumlu şekilde gördük. Bu kapsamda önceliğimizi teslimat ağını genişletmeye verdik ve ürün portföyümüzdeki büyümeyle daha çok müşteriye ulaşma fırsatı yakaladık.

✓ 2022 yılında da tüm kanallardan müşteri deneyimini iyileştirmek ve devamlılığını sağlamak için çalışmalarımıza devam edeceğiz. Yeni yatırım planlarımızdaki önceliğimiz ise İngiltere operasyonu olduğunu söyleyebiliriz. İlk küresel açılışımızla sadece İngiltere değil, Birleşik Krallık adalarındaki bütün ülkelerde faaliyet göstermeye başladık. 2022 yılında da fark yaratacak projeler ve yeni sürprizlerle müşterilerimize hizmet vermeye devam edeceğiz.



Nilgün Keleş
Sertrans Logistics
Yönetim Kurulu Başkanı

AVRUPA'DA DA BÜYÜMEYİ SÜRDÜRECEĞİZ

✓ Hizmet kapsamımız arasında yer alan taşımacılık operasyonlarında pandemi şartları nedeniyle 2020 yılında daha stabil bir büyüme içinde olsak da 2021 yılında büyüme ivmemiz arttı. Pandemi sürecinde sektörde birçok şirket ciddi sıkıntılar yaşarken, biz yatırım yapmaya ve büyümeye devam ettik.

✓ Nisan ayında Almanya'da açtığımız yaklaşık 5 bin metrekarelik depoyu çok kısa süre içinde 10 bin metrekareye çıkartacağız. Yakın zamanda Avrupa'nın farklı coğrafyalarında açacağımız ofis ve depolarla büyümeye devam edeceğiz.

✓ 2020 yılında Hadımköy tesisimize 40 bin metrekarelik bir yatırım gerçekleştirmiştik. 2021 yılında da ecom yatırımlarımız devam etti. Temmuz ayında İstanbul Akpınar'da 30 bin metrekarelik bir ecom deposu açtık. Sadece e-ticaret lojistiği operasyonuna özel olan yeni depomuzun faaliyete geçmesiyle birlikte toplam depolama kapasitemiz yaklaşık yüzde 25 artarak 140 bin metrekareye ulaştı. Deponun faaliyete başlamasıyla birlikte yaklaşık bin 500 kişiye daha istihdam sağladık.

✓ 2022 yılında yapacağımız yeni yatırımlarla bu alanda büyümeyi sürdüreceğiz. Önümüzdeki dönemde depolama kapasitesi olan ülkemiz özelinde toplam ecom depolama kapasitemizi 240-250 bin metrekare seviyelerine çıkartacağız.

GÜÇLÜ LİDERLER UFUKTA NE GÖRÜYOR?

FİYAT ARTIŞI KAMPANYALARA İLGİYİ ARTIRIYOR

✓ 2021 yılında ilk altı ay perakende açısından zor geçti ancak yaz dönemiyle birlikte ikinci altı ayda aşılmanın etkisiyle sosyal hayat arttı. Tüketiciler daha önce yapamadıkları bazı tüketimleri bu dönemde biraz daha hızlandırdılar, mağazaları daha sık ziyaret ettiler ve bu ziyaretler satışlara da olumlu yansıdı. Müşteriler tekrar güzellik, makyaj ve cilt bakım ürünlerine yöneldi. Bu nedenle 2021 bir önceki yıla göre hem müşterilerimiz hem de bizim açımızdan nispeten daha iyi geçti.

✓ Ürün fiyatlarındaki artışlar sebebiyle müşteriler kampanyalara daha yoğun bir şekilde ilgi gösteriyor. 2022 müşterilerin bu isteklerine daha fazla kampanya yaparak cevap vereceğimiz bir yıl olacak. Bununla birlikte Türkiye'de ürettiğimiz uygun fiyatlı yerel üretim ürünlerimizle yerel

ekonomiye ve topluma katkı sağlayarak müşterilerin uygun fiyatlı ürün arayışlarına alternatifler sunmaya devam edeceğiz.

✓ Ayrıca 2022 Watsons için e-ticaretin daha hızlı büyüyeceği, 40'a yakın yeni mağaza açacağımız kuvvetli bir büyüme yılı olacak. Pandeminin etkisiyle birlikte tüketicilerimizin vegan, doğal, organik ürünlere ilgisi arttı ve bu farkındalığın kazanılmasıyla beraber 2022'de de bu talep artmaya devam edecek. Watsons Türkiye olarak mağazalarımızda, web sitemizde ve mobil uygulamamızda özel yer verdiğimiz Sürdürülebilir Yaşam ürün sayımız artacak. Sürdürülebilir ürünleri Türkiye'de sahiplenen ilk perakendeci olmaktan büyük gurur duyuyoruz.



Mete Yurddaş
Watsons Türkiye Genel Müdürü

GELECEK ÖNGÖRÜLERİ



Yavuz Ölken
AXA Sigorta
CEO'su

BÜYÜME ODAKLI STRATEJİLERİMİZ HAZIR

✓ AXA Sigorta için 2021, sürdürülebilir büyümeye odaklandığımız, müşterilerimizin ve acentelerimizin beklentilerine göre hizmetlerimizi geliştirdiğimiz, dijitalleşme adımlarımızı daha da güçlendirdiğimiz, sigortalı sayısının arttığı bir yıldır.

✓ İnovatif bir yaklaşımla sektörde bir ilki gerçekleştirerek prim ödeme modeliyle farklılaşan Genç Tamamlayıcı Sağlık Sigortası'nı hayata geçirdik. Doktor Danışma Hattı, Bağımsız Yaşam Hattı gibi hizmetlerimize Tıbbi İkinci Görüş Modülü'nü ekledik. İyi yaşam uygulamamız AXAFit 500 binden fazla indirmeye ulaştı. Sürdürülebilirlik tarafında Dünya İçin Hareket Et projesi kapsamında TURMEPA ile deniz yaşamının canlandırılmasına odaklandık, İBB iş birliğimizle, parklarda insanlarla spor yaptık. Çalışmalarımızla birçok ödülün de sahibi olduk. Stevie (9 ödül), Bronz Effie, Fast Company, Hammers Ödüllerine layık görüldük.

✓ 2022 ve sonrası için sürdürülebilir kârlı büyüme odak noktamız. Denetimli uzman kadrolarımızla girişimci ve büyüme odaklı stratejilerimiz hazır. Çalışan, müşteri ve acente odaklı çözümlerimize odaklanırken; spor, sanat iklim değişikliği gibi farklı alanlardaki çalışmalarımızla toplumsal hayat ve gezegen sağlığı için çalışmayı sürdüreceğiz.



Kaan Baral
Peyman CEO'su

ÜLKE EKONOMİSİ ÇİFT HANELİ BÜYÜYECEK

✓ 2021'de pandemi koşullarının daha yönetilebilir olduğu bir sürece girdik. Yılın "yeni normal" koşulları, şirketleri belirsizlikle sınarken; daha hızlı dönüşenin, daha inovatif olanın ve tüketicisinin taleplerini daha iyi okuyanın kazanacağını da öğretti.

✓ Peyman olarak 2021, doğru zamanda, doğru adımları attığımız bir yıl oldu. "Bekle - gör" demek yerine "planla ve hızla harekete geç" sloganıyla ilerledik. Tüketicimizin bizden beklediği kaliteli ve gurme ürünler için yoğun Ar-Ge çalışmaları gerçekleştirdik. Ürün yelpazemizi inovatif lezzetlerle zenginleştirdik. Sağlıklı atıştırmalık misyonumuzla glutensiz üretime geçtik. Attığımız cesur adımlar sayesinde; Effie Awards Türkiye 2021 ödüllerinde Çitliyo kampanyamızla "Altın Effie" ve A.L.F.A. Awards'da sektör birincisi olarak "Customer Brand" ödülünü aldık.

✓ 2022 yılı için tedbirli ama pozitif öngörüler içindeyiz. 2022'nin hem genel ekonomi hem de sektör olarak büyüyeceğimiz bir yıl olacağını ve ülke ekonomisinin çift haneli büyüyeceğini öngörüyoruz. Tarımsal alanda atılacak güçlü adımların, sektörümüz ve ülke ekonomisi açısından katma değer yaratacağına inanıyoruz. Peyman olarak, güçlü kasımız olan inovasyon, katma değerli üretim ve yatırımlarımıza devam edecek, Ar-Ge'nin ciromuzdaki payını yüzde 30'a taşıyacağız. Sürdürülebilir tarıma desteğimizi ve sözleşmeli tarım yatırımlarımızı büyüteceğiz.

GÜÇLÜ LİDERLER UFUKTA NE GÖRÜYOR?

TÜRK MALI ALGISINI GÜÇLENDİRMELİYİZ

✓ 2000'li yıllardan bu yana dış ticarete yakalanan başarının ekonominin büyümesine büyük katkılar yaptığını gördük. İhracatın sağladığı katma değerle ekonomimiz güçlendi ve milli gelirden büyüme kaydedildi. Pek çok Türk şirketi de globalleşme adına önemli adımlar attı ve dış ticaretteki büyümeye yön verdi. Muratbey olarak salgın döneminde yatırımlarımıza, ihracatımıza, üretimimize aynı kararlılıkla ve özveriyle devam ettik.

✓ 2022 için pozitif beklentiler içerisindeyiz. Ülke olarak sahip olduğumuz potansiyeli doğru kullanmamız halinde mevcut belirsizlikleri aşabileceğimize inanıyoruz. Gelecek yıl için büyümenin yüzde 4 ila

yüzde 4,5 oranında gerçekleşeceğini tahmin ediyoruz. Özel sektörün üretim ve ihracata odaklanması ve inovasyona hak ettiği değeri vererek milli ekonomiye daha fazla katkı sağlaması gerekiyor. Ayrıca şirketlerimizin yurt dışında markalaşma yatırımlarını artırarak tüm dünyada "Türk Mali" algısını güçlendirmesi şart.

✓ Vatandaşlarımızın da yerli markaları tercih etmesi ve özellikle gıda tüketiminde israftan kaçınması ülke ekonomisine güç katacaktır. Şirket olarak gıda alanında sürdürülebilirliği ve inovasyonu odak noktamıza alarak ülkemiz için değer yaratmaya devam edeceğiz.



Necmi Erol
Muratbey Yönetim Kurulu Başkanı

GELECEK ÖNGÖRÜLERİ



Demirhan Şener
Multinet Up
CEO'su

ÇALIŞAN MOTİVASYONU ÖNEM KAZANDI

✓ 2021 Multinet Up olarak son yıllarda benimsediğimiz ekosistem stratejimizi sürdürdüğümüz, paydaşlarımızın ihtiyaçlarına yönelik inovatif çözümler üretmeye devam ettiğimiz bir seneydi. Uzaktan çalışmanın yaygınlaşmasıyla, çalışan bağlılığı ve motivasyonun önem kazandığı, çalışan yan haklarında dijitalleşmenin ve esnekliğin arttığı bu dönemde, şirketlerin çalışanlarına bağlı giderlerine yönelik çözümlerimize talep arttı.

✓ Son bir senedir yemek kartında yeni satış oranında yüzde 80 büyüdük. MultiNet sanal yemek kartında 21 kat artış elde ettik. Benzer şekilde, kurumsal hediye ve sosyal yardım kartında geçen yıla göre yüzde 50'nin üzerinde büyüdük.

✓ KOBİ'lere yönelik toplu satın alma hizmeti sunduğumuz tedarik zincirimiz MultiAvantaj'ın kapsamını genişleten yeni iş birlikleri yaptık. Böylece, MultiAvantaj'ın aylık ortalama kullanımını son iki senede iki kat artış gösterdi.

✓ 2021'i ekosistemimizdeki tüm çözümlerimizle birlikte yaklaşık yüzde 50 oranında bir büyüme ve 8,25 milyar TL hacimle kapatıyoruz. 2022'de paydaşlarımıza sunduğumuz servis setini çeşitlendirmeye devam edeceğiz. KOBİ'ler için fayda sağlamaya yönelik, kazan-kazan-kazan prensibiyle gerçekleştirdiğimiz yeni iş birliklerine odaklanacağız.



Mert Karabrahimoğlu
Penti CEO'su

DEĞİŞİMLERİ İYİ OKUYORUZ

✓ 2021, hedeflerimizi başarıyla gerçekleştirdiğimiz, yatırımlarımızın karşılığını aldığımız bir yıl oldu. 37 ülkede 600 mağazamızla birlikte internet sitelerimizde hizmet vermeyi sürdürüyoruz.

✓ Yılın ilk yarısında e-ticaret kanalındaki güçlü kaslarımızla performansımıza devam ettik. 2021, "Unified Commerce" yaklaşımını her alanda hayata geçirdiğimiz bir yıl oldu.

✓ 2021'de Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi'ni imzalararak 10 yıllık sürdürülebilirlik hedeflerimizi koyduk. "Yeni Bir Ben" mottosuyla doğa dostu üretim yatırımlarımızla ve koleksiyonlarımızla, dünyadaki sorumlu markalar arasındaki yerimizi daha üst seviyeye taşımaya devam ettik. Ek olarak "Avrupa'nın En İyi İşveren"leri arasındaki yerimizi aralık ülkemizi global arenada başarıyla temsil ettik.

✓ 2022 yılında "Temkinli İyimser" yaklaşımımızla yatırımlarımıza devam edeceğiz. Özellikle dijital transformasyonumuzun müşterilerimiz tarafından algılanmaya başlayacağı bir yıl olacak.

✓ Dünyanın geçtiği bu süreç hem iş yapış şeklimizi değiştirdi hem de ticaretin akış yönünü değiştirdi ve değiştirmeye devam ediyor. Müşteri değişti, müşterinin beklentileri değişti. Önümüzdeki 5 yılı iyi planlamak için bu değişimleri iyi okuyoruz.

GÜÇLÜ LİDERLER UFUKTA NE GÖRÜYÖR?

TÜRKİYE'DEN SÜTLÜ TATLI İHRACATI YAPAN İLK MARKA

✓ Pandemiyle birlikte iş dünyasında bir paradigma değişimi yaşandı. Daha çevik ve dirençli bir kimliğe bürünerek başladığımız 2021 yılı ise toparlanma ve dönüşüm yılı oldu. Eker olarak 2021'de dijital dönüşüme, yenilikçi ürünlere, ihracata ve sürdürülebilir iyiliğe odaklandık.

✓ Market.eker.com online alışveriş sitesini devreye alırken, ürünlerimizi soğuk zincir bozulmadan kendi araçlarımızla dağıtarak fark yarattık.

✓ Üretimde attığımız adımların yanı sıra ekosistemimizi büyütürken, Avrupa Birliği ülkelerine Türkiye'den sütlü tatlı ihracatı yapan ilk marka olmanın ve Avrupa'da yaşayan Türkleri mutlu etmenin gururunu yaşadık.

✓ Tohum Otizm Vakfı'nın destekleriyle sürdürdüğümüz "Otizmliler İş Gücünde" istihdam modelimizi iş dünyasına ilham verecek bir stratejiyle geliştirmeye devam ederken, spor sevgisini ve iyilikleri çoğaltmak için geleneksel olarak düzenlediğimiz Eker I Run koşusunu ise 1.569 sporunun katılımıyla gerçekleştirdik.

✓ 2022'de pandeminin olumsuz etkilerinin büyük oranda azalacağını, ekonomik şartların paralelinde ev içi ve ev dışı tüketimde büyüme olacağını öngörüyoruz. Eker olarak, sürdürülebilirlik, çevre ve insan odaklı üretime öncelik vermeye, ayrıca dijital yeteneklerimizi geliştirmeye devam edeceğiz.



Ahmet Eker
Eker Süt Ürünleri Genel Müdürü