

İçindekiler

3	Kurumsal Profil
4	Vizyon-Misyon, Stratejimiz ve Finansal Göstergeler
6	Doğuş Otomotiv Yönetim Kurulu
8	Doğuş Otomotiv İcra Kurulu
9	Yönetim Kurulu Başkanı'nın Mesajı
12	İcra Kurulu Başkanı'nın Mesajı
15	Mali ve İdari İşler Genel Müdürü
17	Rakamlarla Türkiye Ekonomisi ve Otomotiv Sektörü
18	Doğuş Otomotiv'de 2009 Yılı
24	Doğuş Grubu
25	Volkswagen Binek Araç
27	Volkswagen Ticari Araç
29	Audi
30	Porsche
32	Bentley & Lamborghini
33	SEAT
35	Skoda
37	Scania
39	Krone
41	Meiller
43	Volkswagen - Scania Endüstriyel ve Deniz Motorları
45	Thermo King
47	Doğuş Oto
48	D-Auto Suisse SA
50	DOD
52	vdf Grubu
54	TÜVTURK
56	LeasePlan
58	Yedek Parça ve Lojistik
60	Doğuş Sigorta Aracılık Hizmetleri
62	Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum Raporu
75	Sermaye Yapısı ve Ortaklık Hakkında Bilgiler
81	Kâr Dağıtım Önerisi
82	Denetleme Kurulu Raporu

Kurumsal Profil

İş planlarını “beklentilerin üzerinde yaratıcı hizmet” vizyonuylu oluşturan Doğuş Otomotiv, kurumsal stratejisini “otomotiv değer zincirinin her alanında var olma” hedefi üzerine inşa etmektedir. Doğuş Otomotiv, sektörlünde Türkiye’nin en geniş marka ve hizmet ağına sahip şirketidir.

2009’da kuruluşunun 15. yılını kutlayan Doğuş Otomotiv, Türkiye’nin lider otomotiv ithalatçısı ve en büyük otomotiv distribütörlerinden biridir. Şirket:

- Binek araç
- Hafif ticari araç
- Ağır vasıta
- Endüstriyel ve deniz motorları
- Soğutma sistemleri

alanlarında, her biri kendi sektörünün lideri konumundaki 15 uluslararası markanın temsilcisidir. Doğuş Otomotiv, bireysel ve kurumsal müşterilerine Volkswagen Binek Araç, Volkswagen Ticari Araç, Audi, Porsche, Bentley, Lamborghini, Bugatti, SEAT, Skoda, Scania, Krone ve Meiller markalarından ve bu markaların 80’i aşkın modelinden oluşan geniş bir ürün portföyü sunmaktadır. Şirket ayrıca, endüstriyel ve deniz motorları pazarında VW Marine ile Scania Engines markalarıyla ve soğutma sistemleri pazarında Thermo King markasıyla rekabet etmektedir.

Sunduğu hizmetlerde koşulsuz müşteri memnuniyetini bir numaralı öncelik olarak ele alan Doğuş Otomotiv, Türkiye’nin en geniş Yetkili Satıcı ve Servis ağlarından birine sahiptir. Tüm ükeye yayılmış olan 500’ü aşkın temas noktası, Doğuş Otomotiv’in müşterilerine satış, servis ve yedek parça hizmetlerini yaygın ve kesintisiz bir şekilde sunmasını sağlamaktadır.

Doğuş Otomotiv, Volkswagen Grubu’na bağlı tüm markaları çatısı altında bulunduran dünyadaki tek şirkettir. İthalat ve distribütörlük alanındaki faaliyetleri dışında şirket, otomotiv değer zincirinin tüm halkalarında bulunma stratejisi doğrultusunda hizmet portföyünü giderek genişletmektedir. Doğuş Otomotiv, tüketici finansmanı, yedek parça ve aksesuar ticareti, lojistik ve müşteri hizmetleri, ikinci el araç ticareti, filo kiralama, hızlı servis, araç muayene ve sigortacılık gibi hizmet alanlarının yanı sıra son yıllarda üretim alanında da önemli yatırımlara imza atmıştır. Lider damper markası Meiller ortaklığında 2008 yılında Sakarya’da hizmete giren “Meiller Doğuş Damper Fabrikası”na ek olarak, yine üretim alanında faaliyet göstermek üzere Krone firmasının ortaklığında İzmir Tire’de inşa edilen treyler fabrikasının hazırlıkları 2009 yılı içinde tamamlanmış ve fabrika üretime hazır hale getirilmiştir.

Doğuş Otomotiv, Türkiye'deki başarılı operasyonunu yurtdışına taşımaya yönelik olarak da yeni yatırımlar içindedir. Şirket, VW Grubu'yla güvene dayalı yakın işbirliğinin bir sonucu olarak İsviçre'nin Lozan kentinde kurduğu Porsche yetkili satış ve servis merkezi D-Auto Suisse Eylül 2009 tarihinde hizmete sokmuştur.

1.700'e yakın çalışanıyla Doğuş Otomotiv, Türkiye'deki otomotiv sektörünün en önemli oyuncularından biridir. Kurulduğu günden bu yana ödün vermeden sürdürdüğü müşteri memnuniyetine odaklı dinamik hizmet anlayışı sayesinde Doğuş Otomotiv, kurumsal itibar araştırmalarında Türkiye'nin en beğenilen ve en çok güven duyulan markaları arasında üst sıralarda yer almaktadır. Otomotiv sektöründe %8,9 pazar payına sahip olan şirket, toptan ithal pazarında lider distribütör konumundadır.

Türkiye'nin önde gelen otomotiv distribütörü Doğuş Otomotiv, 2009 yılında "Capital 500" ve, "Fortune 500" sıralamalarında ilk 50 şirket arasında yer almıştır. 2004 yılında halka arz edilen Doğuş Otomotiv hisseleri İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda "DOAS.IS" kodu ile İMKB 30 içerisinde işlem görmektedir.

Şirket, Türk halkının ve özellikle de genç neslin trafik konusundaki genel sorumluluk, bilinç ve algısını artırmak amacıyla 2004 yılında "Trafik Hayattır" sloganıyla başlattığı sosyal sorumluluk faaliyetlerini daha geniş bir platformda değerlendirmek ve tüm iş süreçlerine yaymak amacıyla 2009 yılı itibarıyla sürdürülebilirlik çalışmalarını başlatmıştır.

Doğuş Otomotiv; finansal hizmetler, otomotiv, inşaat, medya, turizm, gayrimenkul ve enerji sektörlerinde faaliyet gösteren Doğuş Grubu'nun bir üyesidir.

VİZYONUMUZ

Beklentilerin üzerinde yaratıcı hizmet sağlamaktır.

MİSYONUMUZ

Doğuş Otomotiv, otomotiv sektöründe;

- Müşteri odaklılık prensibi üzerine çalışan,
- Sektörünü iyi tanıyan,
- Paydaşlarının beklentilerini bilen ve yeni beklentiler tanımlayıp, bunların en üst düzeyde tatminini hedefleyen,
- Yaratıcı insan gücüne sahip ve bu doğrultuda teknolojiyi iyi kullanan,
- Güvenilir,
- Otomotiv değer zincirinin her alanında verimli ve kârlı hizmet vermeyi hedefleyen

bir şirkettir.

STRATEJİMİZ

Doğu Otomotiv'in kurumsal stratejisi üç ana eksen üzerine inşa edilmiştir: "Büyük ol, yakın ol, yaratıcı ol."

"Büyük ol" diyen Doğu Otomotiv, Türkiye'de ve uluslararası pazarlarda hizmette bulunduğu bütün işkollarında sistematik, verimli ve kârlı faaliyet göstererek büyümeyi ve bu büyümenin bir sonucu olarak insan kaynağını ileriye taşımayı amaçlamaktadır.

"Yakın ol" diyen Doğu Otomotiv müşterileri başta olmak üzere tüm paydaşlarının beklentilerini anlamayı, etkin ve hızlı bir şekilde bu beklentilerin üzerine çıkmayı hedeflemektedir.

"Yaratıcı ol" diyen Doğu Otomotiv, farkın ancak yaratıcı olmakla ortaya çıkabileceğini düşünerek, ürün geliştirme, müşteri hizmeti ve iş konsepti açısından katılımcı bir anlayışla sürekli yeniliklerle pazarda rekabet avantajı yaratmakta, süreç iyileştirme yönünden ekip çalışması ile işleri daha yalın, daha hızlı ve daha düşük maliyetli yapacak önlemler geliştirmektedir.

Finansal Göstergeler

SPK (mn TL)	2009	2008
Satışlar (adet)	50.789	55.307
DOAS Pazar Payı	%8,9	%10,6
İkinci El Satışlar	10.746	13.125
Net Satışlar	2.129	2.144
Faaliyet Giderleri	(224)	(269)
EBIT (Faaliyet Kârı)	78	23
EBIT Marjı	%3,6	%1,1
Brüt Kâr	302	291
Brüt Kâr Marjı	%14,2	%13,6
Net Dönem Kârı	31	-110
Net Dönem Kâr Marjı	%1,4	%-5,1



Doğu Otomotiv'in hisse senetleri İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda DOAS.IS kodu ile işlem görmektedir.

Doğuş Otomotiv Yönetim Kurulu

Aclan Acar

Yönetim Kurulu Başkanı

Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Fakültesi'nden mezun olan Sayın Aclan Acar, lisansüstü derecesini aynı fakülteden Bankacılık ve Sigortacılık alanında almıştır. Sayın Aclan Acar ayrıca ABD'de, Vanderbilt Üniversitesi'nde Ekonomi dalında lisansüstü eğitimi yapmıştır. 1990 yılında Doğuş Grubu'na katılan Sayın Aclan Acar, Ocak 2006'dan bu yana Doğuş Otomotiv ve Doğuş Oto Pazarlama'nın Yönetim Kurulu Başkanlığı'nı yürütmektedir.

Süleyman Kadir Tuğtekin

Yönetim Kurulu Başkan Vekili

Boğaziçi Üniversitesi Makine Mühendisliği bölümünden 1973 yılında mezun olan Sayın Süleyman Tuğtekin, U.K. / U.M.I.S.T'de yüksek lisans eğitimi yapmıştır. 1986 yılında Doğuş Grubu bünyesine katılan ve Sektör Başkanlığı dahil çeşitli görevler üstlenen Sayın Süleyman Tuğtekin, Doğuş Otomotiv Yönetim Kurulu Başkan Vekili, Doğuş Oto Pazarlama Yönetim Kurulu Başkan Vekili ve Strateji Komitesi Üyesi'dir. Sayın Süleyman Tuğtekin aynı zamanda Meiller ve Krone ortak şirketlerinin Danışma Kurulu Üyesi'dir.

H. Murat Aka

Yönetim Kurulu Üyesi

Sayın Murat Aka ODTÜ İşletme bölümünde lisans (1984), Boğaziçi Üniversitesi'nde İş İdaresi bölümünde yüksek lisans (1987) yapmıştır. 2007 yılında Harvard Business School'da 172. Dönem İleri Yöneticilik Programı'nı tamamlamıştır. Sayın Murat Aka, Doğuş Otomotiv Servis, Doğuş Oto Pazarlama, vdf Tüketici Finansmanı, LeasePlan Filo Kiralama şirketlerinde Yönetim Kurulu Üyesi ve Denetim/ Risk Komitesi Başkanı'dır. Sayın Murat Aka aynı zamanda Garanti Emeklilik, Doğuş GE Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı ve Doğuş Spor Yatırımları Yönetim Kurulu Üyesi'dir.

E. Ali Bilaloğlu

Yönetim Kurulu Üyesi

Die Technische Universität Berlin Mühendislik Fakültesi'nden mezun olan Sayın E. Ali Bilaloğlu, yüksek lisans eğitimini de aynı fakültede tamamlamıştır. 2000 yılında Doğuş

Grubu'na katılan Sayın E. Ali Bilaloğlu, Doğu Otomotiv İcra Kurulu Başkanlığı'nı, Doğu Otomotiv ve Doğu Oto Yönetim Kurulu Üyeliklerini yürütmektedir.

Özlem Denizmen Kocatepe

Yönetim Kurulu Üyesi

Lisans eğitimini Cornell Üniversitesi Endüstri İşletmeciliği bölümünde tamamlayan Sayın Özlem Denizmen, MITSloan School of Management'ta MBA yüksek lisansı yapmıştır. Sayın Özlem Denizmen ayrıca, Stanford'da Etkileme Teknikleri, GE Crotonville Merkezinde Liderlik, Harvard Business School'da İleri Seviye Yönetim programlarını tamamlamıştır. 2000 yılından bu yana Doğu Grubu'nda Strateji, Planlama, Bütçe, İş Geliştirme, Yatırımcı İlişkileri üzerine çeşitli görevler üstlenmiş olan Sayın Özlem Denizmen, Doğu Otomotiv Yönetim Kurulu Üyesi'dir.

Hasan Hüsnü Güzelöz

Yönetim Kurulu Üyesi

Doğu Otomotiv ve Doğu Oto Yönetim Kurulu Üyesi olan Sayın Hasan Güzelöz, lisans eğitimini 1986 yılında İstanbul Üniversitesi Hukuk bölümünde tamamlamıştır, 1995 yılından bu yana Doğu Grubu şirketlerinde üstlendiği Hukuk Müşavirliği ve Yönetim Kurulu Üyelikleri görevlerini sürdürmektedir.

Nevzat Öztangut

Yönetim Kurulu Üyesi

1984 yılında Hacettepe Üniversitesi Ekonomi bölümünden mezun olan Sayın Nevzat Öztangut, 1984-1994 yılları arasında SPK'da denetçi ve baş denetçi olarak görev yapmıştır. Sayın Nevzat Öztangut, 1994 yılından bu yana Doğu Grubu şirketlerinde üstlendiği Yönetim ve İcra Kurulu Üyelikleri görevini sürdürmektedir. Sayın Nevzat Öztangut aynı zamanda Takasbank A.Ş. Yönetim Kurulu Üyesi ve Türkiye Sermaye Piyasası Aracı Kuruluşlar Birliği Başkanı'dır.

Cem Yurtbay

Yönetim Kurulu Üyesi

Ticari İlimler Akademisi İşletme bölümü mezunu olan Sayın Cem Yurtbay, 1998 yılında Doğu Otomotiv ailesine katılmıştır. Sayın Cem Yurtbay, Doğu Otomotiv ve Doğu Oto Pazarlama'da Yönetim Kurulu Üyesi'dir.

Doğuş Otomotiv İcra Kurulu

E. Ali Bilaloğlu

İcra Kurulu Başkanı

Giovanni Gino Bottaro

İcra Kurulu Üyesi

Dr. Berk Çağdaş

İcra Kurulu Üyesi

İlhami Eksin

İcra Kurulu Üyesi

Anıl Gürsoy

İcra Kurulu Üyesi

Kerem Galip Güven

İcra Kurulu Üyesi

Mustafa Karabayır

İcra Kurulu Üyesi

Tolga Senyücel

İcra Kurulu Üyesi

Vedat Uygun

İcra Kurulu Üyesi

Yönetim Kurulu Başkanı'nın Mesajı

Doğuş Otomotiv ailesi olarak, geçmişin deneyimlerinden yararlanmanın, günün gerçeklerine ayak uydurmanın ve geleceği doğru okuyarak buna uygun stratejiler üretebilmenin ne kadar önemli olduğunu deneyimlediğimiz başarılı bir yılı daha geride bıraktık. Küresel çaptaki ekonomik krizin en üst noktasına ulaştığı 2009, iş dünyası için riskler içeren ve yöneticileri radikal önlemler almaya yöneltten zorluklarla dolu bir yıldır. Bizleri de etkisi altına alan bu zorluklara rağmen Doğuş Otomotiv olarak, incelikle oluşturduğumuz uzun vadeli planlarımız ve kararlı yönetim anlayışımız sayesinde verimli ve kârlı bir yıla imza attık. Herkes gibi bizleri de endişelendiren ekonomik olumsuzluklara rağmen hedeflediğimiz satış grafiğini yakalayarak sadece önemli bir ticari başarı elde etmekle kalmadık, aynı zamanda ilerlediğimiz yolun doğruluğunu test etme olanağına sahip olduk.

2009'a damgasını vuran şartlar, öngörülü hareket etmenin ve gelecek odaklı olmanın önemini bir kez daha gözler önüne serdi. Ekonomik krizden çok daha önce hedeflediğimiz ve adım adım hayata geçirdiğimiz "otomotiv değer zincirinin her halkasında olma" ve "yalın yönetim" anlayışının yararlarını bu krizde fazlasıyla gördük. Sadece günün koşullarına göre hareket etmenin otomotiv gibi dinamik bir sektörde niçin geçerli olamayacağını ve geleceğe bakarak öngörülü hareket etmenin bu sektörde faaliyet gösteren firmalar için ne kadar önemli olduğunu son ekonomik gelişmeler fazlasıyla gösterdi. Şirketimiz, bu yönüyle önemli bir sınavdan başarıyla geçti. Müşterilerimize sunduğumuz yüksek kalite standartlarının hiçbirinden feragat etmeden hem büyümemizi sürdürdük, hem de kârlılığımızı artırdık.

2007'de kendini hissettiren ve 2008'de iyice su yüzüne çıkan ekonomik kriz 2009'da zirve noktasına ulaştı. Hükümetlerin aldığı ciddi önlemlere rağmen Batı ülkeleri başta olmak üzere dünyanın büyük bölümünde ve tüm sektörlerde yaşanan daralma, sorunun yerel/bölgesel unsurlardan kaynaklanan dar kapsamlı ve geçici bir sorun olmadığını, iyileşmenin de buna bağlı olarak uzun süreceğini açıkça gösterdi. Arz-talep dengesizliğinin sonucu olarak tüketimin aşırı hızla artması ve hızlı büyümenin kaynak yetersizliğine yol açması nedeniyle ortaya çıkan sorunlar tümüyle yapısal nitelikli olduğundan, çözümlerin de yapısal nitelikli olması gerektiği görüşü hemen tüm çevrelerde kabul gördü. Tartışmalar genellikle, bu tür yapısal bir değişimin ne şekilde olması gerektiği üzerine odaklandı. Herkesin üzerinde birleştiği ortak görüş, kaynakların çok daha dikkatli ve kontrollü bir şekilde kullanılması gerekliliğiydi. Geline bu nokta, tüketim zorunluluğunun israfa dönüşmemesi yönünde şirket içinde başlattığımız çalışmaların ne kadar haklı ve isabetli olduğunu da bir kez daha gösterdi.

Dünyanın önde gelen ekonomilerinde yaşanan ciddi küçülme, lokomotif bir sektör olan otomotivde de zorlukların baş göstermesine yol açtı. Pek çok Batı ülkesi, önemli bir istihdam kaynağı olan otomotiv endüstrisini krizden korumak için çeşitli önlemler almak zorunda kaldı. ABD’de iflas noktasına gelen bazı otomobil üreticilerine devlet ciddi para yardımı yaptı. Avrupa’nın önemli ekonomilerinde de hurda indirimi uygulaması yoluyla hükümetler otomobil satışlarını desteklediler. Bu sayede otomotiv sektörü fazla yara almadan, hatta tam tersine geçmiş yıllara göre satışlarını artırarak 2009’u hasarsız bir şekilde atlatmayı başardı.

Türkiye ekonomisi de 2009 yılı başında yaptığımız yüzde 5,5-6’lık küçülme tahminlerine uygun bir seyir izledi. Böyle bir küçülmenin otomotiv sektörüne ciddi bir daralma getireceğine yönelik endişelerimiz ise, yılın ilk çeyreğinde hükümetin yerinde bir kararla otomobil satışına özel tüketim vergisi indirimi getirmesi sayesinde yerini iyimser bir havaya bıraktı. Gerçekten de 2009 yılında Türk otomotiv sektörü önemli bir daralma yaşamadı; tam tersine belirli segmentlerde büyümeye sahne oldu. Bu olumlu tablo, Türkiye’de distribütörlüğünü yaptığımız markalara da yansdı. Vergi indiriminin yanı sıra uyguladığımız dinamik satış stratejisi sayesinde belirli markalarımız bugüne kadarki en yüksek satış rakamlarını gerçekleştirirken, genel olarak toplam araç satışımızın iyi olduğu bir yılı geride bıraktık.

Diğer yandan vergi indirimine girmedeği halde lüks araç segmentinde 2008 satış rakamlarının önüne geçmemiz, söz konusu başarının sadece dış faktörlere bağlı olmadığını kanıtladı. Şirketimizin Türkiye’nin en zengin marka portföyüne ve en yaygın yetkili satıcı ağına sahip olması, bu başarıda önemli bir rol oynadı. Ama hiç şüphesiz en önemli rolü, ilk günden itibaren, müşterilerimizin memnuniyetini her şeyin üstünde tutan yüksek kalite anlayışımız oynadı. Şirketimiz, “beklentilerin üzerinde yaratıcı hizmet” prensibini tavizsiz bir şekilde uygulamayı 2009’da da sürdürdü. Müşterilerimiz ise bu yaklaşımımıza, bizi daha fazla tercih ederek yanıt verdiler.

Ekonomideki olumsuzluklara rağmen genel olarak başarılı ve kârlı bir yıl geçirmiş olmanın verdiği sevinç, kuruluşumuzun 15. yılını kutlamanın gururuyla daha da coşku kazandı. 15 yıl, yüzyıllar boyunca var olması ümit edilen büyük kurumsal yapılar için henüz “başlangıç” çağını ifade eder. Biz, büyük aşamalar kaydettiğimiz ilk 15 yılımız ile birlikte şirketimizin artık kuruluş dönemini tamamladığına ve oturmuş kurumsal yapısıyla geleceğe dönük yeni bir olgunlaşma dönemine girdiğine inanıyoruz.

1994 yılında sektöre ilk adımını atan Doğu Otomotiv’in bu süre içinde kaydettiği aşamalar, bir başarı öyküsünün özeti mahiyetindedir. Bu süre içinde Doğu Otomotiv, distribütörlüğünü yaptığı markaların sayısını 2’den 15’e yükseltmiş; ithalat ve distribütörlük iş alanlarını perakende, finansman, yedek parça ve aksesuar ticareti, lojistik ve müşteri hizmetleri, ikinci el araç ticareti, filo kiralama, hızlı servis, araç muayene ve sigortacılık gibi tamamlayıcı hizmet alanlarıyla zenginleştirmiş ve otomotiv değer zincirinin her halkasında olma vizyonu doğrultusunda faaliyetlerine son yıllarda üretim halkasını da eklemiştir. Bu çerçevede Meiller

ortaklığında 2008'de açılan damper fabrikasına ek olarak; Krone ortaklığında Tire'de treyler fabrikası inşaa edilmiş; 2009'da büyük ölçüde tamamlanmış ve hizmet vermeye hazır hale gelmiştir.

2009'da bizi gururlandıran bir başka gelişme ise, İsviçre'de kurduğumuz D-Auto Suisse firmamızın faaliyete geçmesidir. Lozan'da İsviçre'nin en büyük ve en modern Porsche satış ve servis merkezini 10 Eylül 2009 tarihinde görkemli bir törenle hizmete açtık. Avrupa'da bir showroom açarak Almanya'da üretilen bir otomobili İsviçrelilere satan bir Türk şirketi konumuna gelmemiz, bizim için hem farklı hem de gurur verici bir deneyim olmuştur. Krize rağmen ertelemeyi bir an için bile düşünmediğimiz bu yatırım, Doğu Otomotiv'in artık Türkiye sınırlarını aşan bir büyüklük ve olgunluğa eriştiğini göstermesi itibarıyla, şirketimizin yol haritası içinde, önemli köşe taşlarından biri olarak yerini aldı.

2009 yılındaki belirsizlik ve zorluklara rağmen sür-dürdüğümüz yatırımlarımız, iş planlarımıza ve gelecekle ilgili beklentilerimize olan güvenimizin bir göstergesiydi. Yıl boyunca, otomotiv sektörünün değişken yapısını da göz önünde bulundurarak, iyimserliği ve tedbiri elden bırakmadan, hedeflerimiz doğrultusunda ilerlemeye devam ettik. Zor bir yılı elbirliğiyle bir fırsata dönüştürmeyi ve yatırımcılarımızı memnun edecek bir şekilde kârla bitirmeyi başardık. Bu noktada hissedarlarımıza ve yatırımcılarımıza gösterdikleri güvenden dolayı teşekkür etmeyi bir görev addediyorum. Gerçekleştirmeyi hedeflediğimiz değişimler zaman ve sabır gerektiriyordu. Bu noktada küçük büyük tüm yatırımcılarımız, ortaya koyduğumuz vizyona sahip çıkarak desteklerini esirgemediler. En değerli varlığımız olan çalışanlarımız da, değişim süreci boyunca özverili ve destekleyici tutumlarıyla gerçek bir aile dayanışması sergilediler. Tüm çalışanlarımıza, geçirdiğimiz sınavda üzerlerine giydikleri formanın hakkını verdikleri için teşekkürü bir borç bilirim.

2009 yılındaki hedeflerimizi gerçekleştirmemizde, değişen piyasa koşullarına uygun olarak araç tedariki programını sık sık revize eden VW Grubu'nun desteği çok önemli rol oynadı. Aynı şekilde faaliyetlerini aynı ailenin birbirine destek veren, tamamlayan ve koruyup kollayan bireyleri olarak sürdüren yetkili satıcılarımız da mevcut şartları lehimize çevirmek için yıl boyunca yoğun bir gayret sarf ettiler. Elde ettiğimiz başarı, aynı zamanda onların başarısıdır. Bu nedenle kendilerine geçmiş yıl için teşekkür ediyor, dünya ekonomilerindeki iyileşme belirtileriyle birlikte çok daha olumlu bir havada girdiğimiz 2010 yılında yine hep birlikte çok daha büyük başarılarla imza atacağımıza yürekten inanıyorum.

Sevgi ve Saygılarımla,

Aclan Acar

Yönetim Kurulu Başkanı

İcra Kurulu Başkanı'nın Mesajı

Doğuş Otomotiv olarak 15. yaşımızı kutladığımız 2009 yılını, ileriye yönelik hamlelerimizin devam ettiği verimli ve çok başarılı bir yıl olarak tamamlamış bulunuyoruz. Bu yıl da, öncekiler gibi, hedeflerimiz doğrultusunda kararlılıkla ilerlediğimiz bir yıl oldu. Yıl boyunca gerçekleştirdiğimiz faaliyetlerle, büyük önem attığımız ve varlığımızın bir parçası olarak özümsemiğimiz değerlerimizi pekiştirmek ve hedeflerimize bir adım daha yaklaşmak yönünde önemli mesafeler kaydettik.

Geçtiğimiz 15 yıl içinde sağlam, verimli ve kârlı bir yapı kurmaya çalıştık. Bu süre içinde ekonomiye önemli katma değer sağlayan, verimli ve kârlı, geleceğe sürekli yatırım yapan ve müşterilerine en üst seviyede hizmet sunan bir şirket hüviyetine kavuşmak en önemli hedefimiz oldu. Bugün geldiğimiz noktada, 15 seçkin markamız, zengin model gamımız, otomotiv değer zincirinin her halkasındaki varlığımız ve Türkiye'nin dört bir tarafındaki nitelikli yetkili satıcı ve servis ağımla sektörün lokomotif şirketlerinden biri konumundayız. Bizi bu noktaya getiren değerlerimizden ve iş yapma felsefemizden hiçbir şekilde ödün vermeyerek, fark yaratan uygulamalarla bu özelliğimizi daha da ilerilere taşımak ve örnek alınan bir şirket olmayı sürdürmek istiyoruz.

Otomotiv sektörü açısından 2009 yılı, tüm dünyada farklı boyutlarda gelişmelere sahne oldu. Mevcut ekonomik krize ek olarak, Çin ve Hindistan gibi ülkelerde giderek güçlenen otomotiv şirketlerinin dünyaya açılmak istemesinin yarattığı rekabet baskısı, mevcut pazar koşullarının daha da güçleşmesine yol açtı. Dünyada oluşan arz fazlası nedeniyle maliyetler, verimlilik ve kârlılık açısından tüm otomotiv üreticileri, şartlarını yeniden gözden geçirmek ve radikal önlemler almak zorunda kaldılar. Stratejik olarak ürün portföyü, iş yapış tarzı ve dağıtım kanalları açısından yanlış konumlandırılan şirketler krizin de etkisiyle hızla iflasın eşiğine sürüklendiler. Pek çok sektör devi bu dönemde küçülme kararı alırken, hükümetlerin söz konusu şirketlere yönelik destekleri gündeme geldi.

Diğer taraftan gelişmeleri yakından izleyen ve doğru öngörülerle hareket eden şirketler, ürün portföyü açısından doğru zamanda doğru yatırımlar yaparak şartlara uyum sağlamasını bildiler. Türkiye'de tüm markalarının temsilciliğini yaptığımız Volkswagen AG, bu konudaki başarısını zorlu ekonomik koşullar altında bir kez daha gösterdi. Köklü yapısı, organizasyonel profili ve güçlü mali yapısının yanı sıra stratejilerini doğru öngörülere dayandırması sayesinde Volkswagen Grubu, 2009 yılındaki elverişsiz koşullara rağmen otomotiv dünyasındaki konumunu daha da güçlendirdi.

Biz, Doğuş Otomotiv olarak, Volkswagen AG gibi bir üreticiyle ortak çalışmayı, bu açıdan büyük bir şans olarak görüyoruz. Doğuş Grubu'nun değerleri ile Volkswagen AG'nin dünyadaki öncü rolünü bir araya getiren işbirliği, bugün sahip olduğumuz konumu daha ileri

taşımak için bize eşsiz bir fırsat sunuyor. İki kuruluş arasında hemen her alanda var olan uyum ve sinerji, geleceğe daha güvenle bakmamızı sağlıyor.

2009 yılında meydana gelen gelişmeler, bu sinerjinin ve karşılıklı esneklik anlayışının ne kadar önemli olduğunu gösterir nitelikteydi. Şirket olarak, ağır bir krizin kapıda olduğu öngörüsünden hareketle, krize yönelik hazırlıklara 2008 ortalarında başladık. İş yapma biçimimizi verimli, odaklı ve çağdaş yönetim tekniklerine göre yeniden tanımladık. Sabit giderlerimizin bir kısmını, bize esneklik kazandıracak şekilde değişken hale getirdik. Maliyetlerimizi, kalite anlayışımızdan ödün vermeden, müşterilerin çıkarlarını etkilemeyecek bir şekilde düşürdük. Bu yöndeki çalışmalarımızı, şirkete katma değer yaratmayan tüm giderleri ortadan kaldırma anlayışı doğrultusunda yürüttük. Aslında çok basit gibi görünen, ancak başarı için en üstten en alta tüm şirket elemanlarının katkı ve katılımını gerektiren bu felsefeyi çalışanlarımız içtenlikle benimsediler. Bu kültür değişikliğinin saygıyla karşılanarak hızla sahiplenilmesi, teşekkürle layık örnek bir davranış olarak, 2009'un en önemli kazanımlarından biri oldu. Gerçekleştirdiğimiz dönüşüm, daha hızlı ve çevik bir yapıya sahip olmamızı sağladı.

Şirketin mali yapısı içinde çok önemli bir yere sahip olan stok yönetimine yönelik politikalarımızı, 2009 başında kriz beklentilerine uygun olarak "temkinlilik" anlayışı üzerine inşa ettik. Ancak 2009 Mart'ında hükümetin açıkladığı ÖTV indirimi, otomotiv sektörüne beklenmedik bir canlılık kazandırdı. Krizler karşısında oldukça kırılgan bir yapıya sahip olan otomotiv sektörüne yönelik pansuman mahiyetindeki bu girişim, 2009 satış rakamlarının beklenenin çok üzerine çıkmasını ve önceki yıla göre artmasını sağladı. Pazarın hızlanması, satışlarımıza ciddi bir ivme kazandırdı. Krize göre ayarladığımız stoklarımızın bu canlanma karşısındaki yetersizliğini ise, Volkswagen Grubu'yla ve satış kanallarımızla son derece yapıcı ve yaratıcı bir işbirliği gerçekleştirerek aştık. Böylece, bayi ağımla yıllar içinde karşılıklı olarak olgunlaştırdığımız uyumun ve aynı hedefe odaklanmış çalışma felsefemizin ne kadar değerli olduğunu, mevcut şartlar altında bir kez daha karşılıklı olarak görme fırsatı bulduk.

Doğuş Otomotiv'i, her bireyi aynı anlayış içinde hareket eden büyük bir aile haline getirmeye yönelik bütünleştirici çabalarımız, 2009 yılının güçlüklerini aşmamızda somut yararlar sağladı. Diğer taraftan insan kaynaklarına yönelik politikamız, 2009 boyunca gerçekleştirdiğimiz çalışmalarla daha da belirginleşti. "En değerli varlığımız insan kaynağımızdır" anlayışı ile temellerini sağlamlaştırdığımız İnsan Kaynakları yönetimimiz, her yönüyle sektörde örnek teşkil edecek bir konuma geldi. Değişen şartlar karşısında, şirket ihtiyaçlarını daha etkin bir şekilde karşılama ve sürekli öğrenirken aynı zamanda geleceği tasarlayan bir şirket olma yönündeki çalışmalarımız yıl boyunca kesintisiz bir şekilde devam etti. Bu doğrultuda Doğuş Grubu'nun değerlerini İnsan Kaynakları politikamızla bütünleştiren D-İnsan yönetim sistemimizi uygulamaya koyduk. Uzun vadeli şirket hedeflerine ulaşmak ve

kurumu geleceğe taşımak için şirketin her çalışanın bu hedefleri benimsemesine yönelik çalışmalar yaptık.

Ayrıca 2009 yılı içinde, çalışanların da yönetime etkin katılımını destekleyen öneri-ödül sistemini, kurum içi sürekli öğrenmeyi hedefleyen iç-eğitmen sistemini, bunların yanı sıra D-Strateji, E-Oryantasyon ve potansiyel belirleme gibi projelerimizi de hayata geçirdik.

2009 yılındaki konjonktürel zorlukları, müşterilerimizin mutlak memnuniyetini yaratmaya yönelik çalışma ve yatırımlarımızı artırarak sürdürmek için bir engel olarak görmedik. Araç muayenesi için internetten randevu alma sistemi gibi müşterilerimizin hayatını kolaylaştırmaya yönelik yeniliklerin yanında, verimli ve odaklı pazarlama çalışmalarımızın temelini oluşturan CRM yatırımlarımızı da 2009 boyunca sürdürdük. Ayrıca CRM alanında, müşteri bilgilerinin kullanımına yönelik “izin alma” süreçlerini devreye sokarak bir yeniliğe imza attık. Otomotiv sektörü için birçok bakımdan “benchmark” olma özelliğimizi, CRM konusunda gelişmiş ülke standartlarını yakalayarak bir kez daha ortaya koyduk.

İzlediğimiz müşteri odaklı hizmet ve kalite politikası, markalarını temsil ettiğimiz Volkswagen AG tarafından da yakından izlenmekte ve takdir edilmektedir. Yılın en önemli gelişmelerinden biri olarak İsviçre’nin Lozan kentinde Porsche showroomu açmamız, Volkswagen Grubu’nun şirketimize yönelik takdirlerinin en açık göstergesidir. Doğu Otomotiv olarak, 15 yıldır VW Grubu’nun distribütörlüğünü yapıyor ve Türkiye’de ciddi başarılarla imza atıyoruz. Söz konusu başarılarla kaynaklık eden çalışma anlayışımız ve iş yapış tarzımızın uyandırdığı güven hissi, VW Grubu’nun İsviçre gibi çok sofistike müşteri yapısına sahip bir ülkede bize Porsche markasını emanet etmesini sağlamıştır. Tedarikçimizde uyandırdığımız güven duygusunun 2009’da D-Auto Suisse’in açılmasıyla somutlaşması, 15. yılımızda hepimizin göğsünü kabartan önemli bir başarı olmuştur.

“İyi”den “çok iyi”ye ulaşmak zor, ama “çok iyi”den “mükemmel”e ulaşmak daha da zordur. Şirket olarak, müşterilerimize sunduğumuz hizmetler için bir sınır koymuyor, kendimizi geliştirmek ve “mükemmel”e erişmek için çıtamızı her sene biraz daha yükseltiyoruz. Zorlaşan pazar ve rekabet koşullarına rağmen odağımızı hiçbir zaman “beklentilerin üzerinde yaratıcı hizmet sunma” prensibinden ayırmadan yolumuza devam ediyoruz. Bu yolda bizimle birlikte yürüyen tüm çalışan ve iş ortaklarımıza, “mükemmel”e erişme çabamızda zahmetli, ama bir o kadar da zevkli bir çalışma ortamı vaat ediyoruz. Müşterilerimizin memnuniyetini kendi mutluluğumuz sayıyor, bu anlayışın kesintisiz bir şekilde sürdürülmesini ise, Doğu Otomotiv olarak en önemli misyonumuz ve müşterilerimize karşı başlıca sorumluluğumuz olarak kabul ediyoruz.

Saygılarımla,

E. Ali Bilaloğlu

İcra Kurulu Başkanı

Mali ve İdari İşler Genel Müdürü

Dr. Berk Çağdaş

Etkin maliyet kontrolüyle başarılı bir yılın ardından

Son bir yıllık dönemde yaşanan küresel kriz, dünya ekonomisinde yapısal değişikliklere neden oldu. Bu zor dönemde Doğu Otomotiv olarak gerek yönetim politikamız, gerekse aldığımız tedbirler sayesinde 2009 yılını başarılı bir şekilde tamamladık. CFO fonksiyonları olarak tüm marka ve işkollarına yoğun desteğimiz 2009 yılında da devam etti.

Finansman

2009 yılı, global ekonomik krizin etkilerinin özellikle finansal alanda hissedilmeye devam ettiği bir yıl oldu. Finansman Departmanı olarak konsantrasyonumuzu özellikle temel finansal risk yönetim unsurları üzerinde yoğunlaştırdık. Nakit akışımızı, ortak menfaatlerimize hizmet edecek şekilde, tedarikçilerimiz olan araç üreticileri ve Yetkili Satıcı ağımızla birlikte ortak yönettik. Piyasa riski, operasyonel ve hukuki riskler, kur farkı ve faiz riskleri, günlük bazda entegre bir sistem tarafından takip edilerek etkin bir şekilde yönetildi.

Finansal Kontrol

2009 yılı içinde operasyonel verimliliği yalın yönetim anlayışıyla güçlendiren şirketimiz; organizasyonel değişim, kadro yapısının optimizasyonu, mevcut projelerin hayata geçirilmesi, riskin yönetimi ve kontrol ortamının tesisi konularında kararlı adımlar attı.

Likidite ve nakit yönetimi bakımından kaynak ve maliyet dengesi sağlanarak, finansal adımlar şekillendirildi.

Avrupa'daki ilk satış ve servis bayiliğimiz olma özelliğini taşıyan bağlı ortaklığımız D-Auto Suisse SA'nın Eylül 2009 itibarıyla finansal altyapısı oluşturularak faaliyete geçirilmesi sağlandı.

Hukuk Departmanı

Hukuk Departmanı, şirketin karşılaştığı veya karşılaşılabileceği hukuki risklerin yasal mevzuat çerçevesine uygun şekilde giderilmesi ve sonuçlandırılması için gerekli çalışmaları yapmaya ve önlemleri almaya devam etmektedir.

Başta otomotiv sektörüne yönelik mevzuat düzenlemeleri olmak üzere, tüm şirket faaliyetleriyle ilgili mevzuat değişiklikleri izlenerek ilgili birimler bilgilendirilmektedir. 2009 yılının bütününde şirketin tüm faaliyet alanları ile ilgili konularda, departman personelinin yanı sıra sözleşmeli avukatlar ve danışmanlar aracılığıyla hukuki anlamda tüm marka ve işkollarımıza yoğun destek verildi.

Bilgi Teknolojileri

Doğuş Otomotiv bünyesinde 5.000'in üzerinde kullanıcıya hizmet veren DOAŞ Değer Zinciri Yazılımı olan TURKUAZ üzerinde 2009 yılı içerisinde verimlilik, hız ve kalite artışı sağlayan katma değerli uygulamalar hayata geçirildi ve kullanıcı dostu odaklı geliştirmeler yapıldı.

Son teknolojiler yakından takip edilerek, yeni teknolojik gelişmelerin şirketimize adapte edilmesi sağlandı. Sistem, donanım ve altyapı konularında tüm sene boyunca önemli iyileştirme projeleri gerçekleştirilerek ana süreçlerde iyileştirmeler sağlandı.

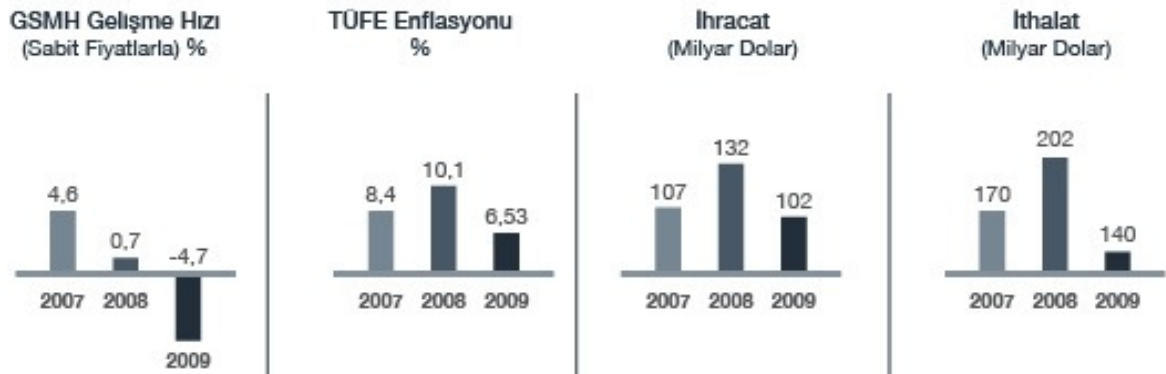
Yatırımcı İlişkileri

2009 yılı içerisinde pay sahiplerinden direkt veya aracı kurumlardan gelen bilgi talebi ve soruların tamamı yanıtladı; ilgili bilgi ve dokümanlar pay sahiplerine ulaştırıldı. Yurtdışında yerleşik kurumsal yatırımcılara bilgi vermek amacıyla yatırımcıların en yoğun bulunduğu Londra, Frankfurt, New York ve Paris gibi kentlere yatırımcı ziyaretleri gerçekleştirildi. Böylece yurtdışında yerleşik kurumsal pay sahiplerinin şirket yöneticileri ile yüz yüze görüşmesi sağlandı.

Rakamlarla Türkiye Ekonomisi ve Otomotiv Sektörü

2009 yılında Türkiye ekonomisi küresel krizin olumsuz etkilerini derinden hissetmiş ve temel ekonomik göstergeler itibariyle büyüme performansının geçtiğimiz yıllara göre eksiye döndüğü olumsuz bir tablo sergilemiştir. Bu çerçevede ithalat ve ihracatta büyük düşüşler yaşanmış, Türkiye ekonomisi ise sabit fiyatlarla bir önceki yıla göre %4,7 daralmıştır.

Otomotiv sektöründe ise hükümetin Mart-Eylül 2009 tarihleri arasında uygulamaya koyduğu ÖTV teşviği sayesinde binek otomobil satışlarında bir önceki yıla göre önemli bir artış meydana gelerek Türkiye genelinde 368.759 adet binek araç satılmıştır. Ticari araç satışlarında ise ekonomideki daralmayla birlikte önemli düşüşler yaşanmıştır.



Kaynak TÜİK

Toplam Satış Adetleri (Toptan)			
	2007	2008	2009
Binek	359.416	307.214	368.759
Hafif Ticari	232.971	188.954	183.880
Ağır Ticari	26.383	20.227	11.777
Treyler	5.622	4.161	1.968

Kaynak ODD ve TAİD Verileri

Doğuş Otomotiv’de 2009 Yılı

Doğuş Otomotiv, 2008’de baş gösteren ekonomik sorunların giderek tırmandığı ve küresel çapta bir krize dönüştüğü 2009 yılında satış, satış sonrası hizmetler, maliyet kontrolü ve risk yönetimi alanlarında üst düzey bir performans sergilemiş ve gerek sayısal kriterler, gerekse kârlılık itibariyle çok önemli başarılarla imza atmıştır.

2009 yılında Doğuş Otomotiv, kuruluşunun 15. yılını kutlamıştır. Gelecek tasarımını şimdiden yaptığı yatırımlarla yöneten Doğuş Otomotiv için, 2009 yılı kaliteden ve gelecek yatırımlarından taviz vermeden krizi yönetme yılı olmuştur. Doğuş Otomotiv’in “otomotiv değer zincirinin her halkasında faaliyetlerini sürdürme” misyonu, içerdiği yönetsel ve operasyonel zorluklara rağmen, riskin dağıtılması bakımından krize karşı avantajlı bir durum yaratmış ve gruba direnç kazandırmıştır. Maliyet odaklı yönetim felsefesini gerçekleştirmeye ve sabit giderleri azaltmaya yönelik olarak 2008 yılından bu yana sürdürülen çalışmalar da faydasını 2009 yılında fazlasıyla göstermiştir. Bu alanlarda atılan somut adımlar şirkete hem esneklik kazandırmış, hem de maliyetlerin kontrol edilebilmesini sağlamıştır. Satıştan araç muayenesine, satış sonrası hizmetlerden ikinci el araç alım satımına kadar uzanan çok geniş bir yelpazede hizmet ve değer üretmesi, Doğuş Otomotiv’in rakipleri arasında çok avantajlı bir konum edinmesini ve liderliğini pekiştirmesini sağlamıştır. Doğuş Otomotiv;

- 50.789 adet araç satışı,
- Dünyanın en güçlü otomotiv markalarını kapsayan 15 temsilciliği,
- Çok geniş bir ürün yelpazesinde müşterilerine sunduğu 80 farklı model alternatifi,
- 10.746 adet ikinci el araç satışı,
- 1.700’ü aşkın çalışanı,
- 500’ü aşkın müşteri kontak noktası,
- 800.000’e yakın müşterisi,
- 700.000’e ulaşan araç parkı,
- 450.000 m² satış ve servis kapalı alanı,
- 750.000’e yakın servis giriş adedi

ile Türk otomotiv sektörünün lider kuruluşu olduğunu 2009 yılında bir kez daha kanıtlamıştır.

Satış Adetleri (Toptan)			
	2007	2008	2009
Binek	40.966	33.742	39.378
Volkswagen	26.110	21.485	26.862
Audi	5.898	5.647	6.260
Porsche	218	157	253
Bentley	19	12	7
Lamborghini	3	9	9
SEAT	3.426	2.874	2.577
Skoda	5.292	3.558	3.410
Hafif Ticari	27.669	18.969	10.269
Volkswagen	27.669	18.969	10.268
Skoda	0	0	1
Ağır Ticari	3.055	2.596	1.142
Scania	2.174	1.894	800
Krone	811	518	208
Meiller	70	184	134
TOPLAM	71.690	55.307	50.789

Rekorların kırıldığı bir yıl

Ekonomik kriz hemen her sektörde daralmalara yol açtığı halde, otomotiv sektörü hükümetin yılın ilk çeyreğinde uygulamaya koyduğu ÖTV teşviki nedeniyle 2009'u fazla yara almadan tamamlamış, hatta bazı segmentlerde bir önceki yıla oranla daha iyi bir performans sergilemiştir. Doğu Otomotiv, dinamik yönetim felsefesi ve etkin satış ve satış sonrası hizmetler organizasyonu sayesinde, değişen koşullara hızla ayak uydurmuş ve gerek cirosunu, gerekse kârlılığını korumuştur.

2009, satış performansı bakımından birçok markamız için rekorların kırıldığı bir yıl olmuştur. Audi markamız 2009 yılında önemli bir başarıya imza atarak 6.251 adet araç satışıyla, Türkiye'de bugüne kadar gerçekleştirdiği en büyük satış hacmine ulaşmıştır. Benzer bir şekilde Porsche markamız 2009 yılında gerçekleştirdiği toplam 247 adet satışla, Doğu Otomotiv'in distribütörlüğünü yapmaya başladığı 1996 yılından bu yana en başarılı satış performansını sergilemiştir. Volkswagen Binek Araç, "dünyanın en yenilikçi otomotiv markası" vizyonu doğrultusunda belirlediği ürün ve iletişim stratejisiyle 2009 yılında satışlarını %24 artırarak başarılı bir yılı geride bırakmış ve artan pazar payıyla en çok satılan 5. marka konumuna yükselmiştir. Binek araç kategorisinde diğer tüm markalarımız genel olarak satış adetlerini yükseltmeyi başarırken, üst lüks segmentte dahi Lamborghini bir önceki seneye göre satışlarını artırmıştır.

Lansmanlar yılı

Doğuş Otomotiv açısından 2009 yılı, temsil ettiği markaların çok sayıda atılım ve yeniliğine sahne olan, son derece hareketli ve verimli bir yıl olmuştur. Yılın en önemli lansmanlarından biri, Volkswagen'in "Büyüksün" sloganıyla eylül ayında piyasaya sunulan Yeni Polo modelidir. Lansmanın ardından Yeni Polo, segmentinde %6,1'lik pazar payına ulaşmıştır. Tiguan modelinin dışında Volkswagen, merakla beklenen 1,6 TDI motoru da 2009'da tüketicilerin beğenisine sunmuştur.

Volkswagen Ticari Araç, 2009 Kasım'ında teknolojisi ve kalitesiyle sektörde fark yaratan Yeni Transporter'ın lansmanını gerçekleştirmiştir. Birçok yeni özelliği ve ilki bir araya getiren Yeni Transporter'ın 6 yıl aradan sonra pazara sunulması, basın ve tüketicilerin yoğun ilgisiyle karşılanmıştır. Volkswagen AG tarafından büyük Avrupa pazarlarında gerçekleştirilen marka imajı araştırmasının Türkiye sonucuna göre Volkswagen Ticari Araç, Avrupa ortalamasının hayli üzerinde bir puanla en çok sahip olunmak istenen birinci marka olmuştur.

Volkswagen Grubu'nun diğer başarılı temsilcilerinden Audi, yaz aylarında pazara sunduğu A5 Cabriolet ve kasım ayında tanıtımını yaptığı A5 Sportback modelleriyle ürün gamını daha da zenginleştirmiştir.

Porsche ise 2009 yılında Cayenne Diesel ve Yeni Panamera modellerini satışa sunarak satışlarına önemli bir ivme kazandırmıştır. 26 Şubat'ta Doğuş Oto Esenyurt Showroom'unun açılışı ile eşzamanlı olarak Yeni Cayenne Diesel modelinin satışa sunulmasıyla SUV segmentindeki satış adetleri 2008'e oranla %85 artış göstermiştir. Porsche'nin ilk 4 kapılı Gran Turismo modeli olan Yeni Panamera'nın lansmanı ise 14-15 Kasım tarihlerinde İstanbul Park'ta düzenlenen test sürüş aktivitesiyle gerçekleştirilmiştir.

Doğuş Otomotiv'in temsil ettiği markalar arasında, 2009 yılında gerçekleştirdiği yeniliklerle adından en çok bahsettiren markalardan bir diğeri de SEAT'tır. 2009 yılında SEAT, pazara sunduğu Yeni Ibiza SC, Yeni Leon, Yeni Altea XL ve Exeo ile tüm modellerini yenileyerek en genç model yelpazesine sahip marka olmuştur. Skoda'nın lokomotif modeli Octavia ise yenilenen yüzü, yeni motor ve şanzıman seçenekleriyle 2009 yılında önemli bir atılım gerçekleştirmiştir.

Lider şirketten lider ürünler

Doğuş Otomotiv, hizmet verdiği geniş ürün ve hizmet yelpazesinin her alanında liderlik prensibiyle hareket etmekte ve bu anlayışını güçlü markalarla gerçekleştirdiği işbirliği ve ortaklıklarla desteklemektedir. Doğuş Otomotiv'in temsil ettiği markaların pek çoğu kendi segmentlerinde lider konumdadır. Lansmanından itibaren sayısız başarıya imza atmış olan Passat, 2008 yılına göre satış adedini %22 artırarak segmentinde birinci sırada yer almıştır.

Bunun yanında Passat Variant ve Scirocco modelleri ise 2009 yılında sırasıyla %61 ve %47 gibi çok yüksek paylar elde ederek segmentlerindeki liderliklerini açık farkla sürdürmüşlerdir. Audi'nin Q5 ve Q7 modelleri de kendi sınıflarında lider konumdadır.

Doğuş Otomotiv'in 16 ton ve üzeri ithal ağır ticari araç pazarında temsil ettiği Scania, %48 daralmanın yaşandığı 2009 yılında pazar payını %25'e çıkartarak yedinci kez lider olmayı başarmıştır. 2003 yılından bu yana elinde bulundurduğu ithal pazar liderliğini 2009'da da koruyan Scania, Türkiye'de 15. yılını doldururken 15 bininci aracını törenle müşterisine teslim etmiştir.

Doğuş Otomotiv'in tüketici finansmanı alanında faaliyet gösteren iştiraki vdf, %30'luk pazar payıyla 2009 yılında da zirvedeki yerini korumuştur. 2009 yılında distribütör ve Yetkili Satıcılara faktoring ve finansman hizmetleri sağlamak üzere vdf Faktoring Hizmetleri A.Ş.'nin kuruluşunu tamamlayan şirket, böylece finans sektöründeki konumunu daha da güçlendirmiştir.

Satış sonrası hizmetlerde de Doğuş Otomotiv farkı

Doğuş Otomotiv, daralan pazara rağmen 2009 yılında satış sonrası hizmetler alanında da önemli gelişmeler kaydetmiştir. Etkin kalite ve hizmet yönetimiyle Doğuş Otomotiv'in iştiraklerinden Doğuş Oto'nun servislerine giren araç sayısında artış sağlanmış ve müşteri memnuniyeti anket oranları yükselmiştir.

Bu performans artışında, uzun yıllardır uygulanan müşteri memnuniyeti politikasının payı kadar, yaygın hizmet anlayışının ve kampanyaların da önemli etkisi olmuştur. Krize rağmen satış sonrası hizmetler alanındaki yatırımlara devam edilmiş, Yetkili Servis ağının geliştirilmesine çalışılmıştır. Volkswagen 2009 yılında Rize'deki ilk Yetkili Servis'ini açmış, ayrıca Segment 2-3 ve "Yaşının 3 Katı İndirim" gibi etkili kampanyalarla Yetkili Servisleri kullanmayan ciddi sayıda müşterinin kazanılmasını sağlamıştır.

Müşteri memnuniyeti felsefesine müşterilerden yanıt

2009 yılında, temsilcisi olduğumuz uluslararası markaların üretici firmaları tarafından satış alanında müşteri memnuniyetini ölçmek üzere gerçekleştirilen CSS araştırmalarında aldığımız yüksek puanlar, Doğuş Otomotiv'in müşteri odaklılık yaklaşımına müşterilerin verdiği anlamlı bir yanıt niteliğindedir.

Müşterilerini tanımak, onların ihtiyaç ve beklentilerini anlamak ve müşterilerle doğrudan iletişim içinde olmak, Doğuş Otomotiv için hayati bir öneme sahiptir. Müşterilerle ilişkileri modern CRM anlayışı doğrultusunda geliştirmeye yönelik faaliyetler, geçmiş yıllarda olduğu gibi 2009 yılında da öncelikli konulardan biri olmuştur. Şirketin bu yöndeki çalışmaları 2009 boyunca kesintisiz bir şekilde devam etmiştir.

Ödüller

2009 yılında Doğu Otomotiv çatısı altındaki marka ve hizmetler çok sayıda ödüle layık görülmüştür. Yeni Golf, 2009'da "Dünyada Yılın Otomobili" seçilirken, Yeni Polo "Yılın Aracı" ödülünün yanı sıra "Golden Steering Wheel 2009" değerlendirmesinde "Yeşil Direksiyon" ve "Altın Direksiyon" ödüllerinin sahibi olmuştur. Volkswagen'in devrim yaratan motoru TSI ise "Engine of the Year 2009" yarışmasında "Yılın Motoru" ve "Yılın Yeşil Motoru" kategorilerinde birinci seçilmiştir.

Çok sayıda ödül alan markalarımızdan bir diğeri de Audi'dir. Hürriyet gazetesi tarafından her sene düzenlenen "Otoobil" yarışmasında Audi bu sene A5, A6, Q7 ve R8 modelleriyle en çok ödül alan marka olmuştur. Otohaber dergisi tarafından düzenlenen "Otohaber" ödüllerinde de Q5, Q7, R8 ve A6 Avant modelleri kendi sınıflarında ödüle layık görülmüş ve Audi en çok birincilik alan marka olmuştur.

Ticari araç segmentinde de 2009 yılında benzer başarılar birbirini izlemiştir. Almanya'nın ticari araç sektöründeki uzman dergileri tarafından düzenlenen ve bu yıl 13.'sü gerçekleştirilen geleneksel "En İyi Ticari Araçlar ve Markaları" yarışmasında Meiller, 2009 yılının "En İyi Damper" markası seçilerek bu ödülü 5. kez kazanma başarısını göstermiştir. Avrupa ağır ticari araç sektörünün en prestijli ödülü olan "Yılın En İyi Ağır Ticari Aracı" ödülünü Scania kazanmıştır. Thermo King Türkiye ise 2009 yılında gerçekleştirdiği başarılarla istinaden yıl sonunda OEM tarafından "Üstün Başarı Ödülü" ile onurlandırılmıştır.

Yatırımlara devam

Doğu Otomotiv, ekonomik krizin geçici, ancak rekabetin kalıcı olduğu gerçeğinden hareketle, pazardaki etkinliğini artırmaya yönelik yatırımlarına ara vermemiş ve 2009 yılında birçok önemli atılıma imza atmıştır. Bunlar arasında şüphesiz en anlamlısı, İsviçre'nin Lozan kentinde yeni Porsche Yetkili Satıcısı ve Servisi olarak D-Auto Suisse SA şirketinin faaliyete geçmesidir. Yaklaşık iki yıllık hazırlık süreci sonrasında, eylül ayında büyük bir açılış ve lansman etkinliğiyle faaliyete geçen D-Auto Suisse, 900 m²'lik teşhir salonuyla halihazırda İsviçre'nin en büyük ve en modern satış noktası konumundadır. Volkswagen Grubu'nun teşvikiyle gerçekleştirilen bu yatırım, hem tedarikçimizin şirketimize duyduğu güveni göstermesi, hem de Doğu Otomotiv'in operasyonunu Türkiye sınırlarının dışına taşıması bakımından son derece anlamlı bir gelişme olarak şirket tarihindeki yerini almıştır. D-Auto Suisse, eylül ayından yıl sonuna kadar geçen kısa zaman dilimi içinde 49 adet sözleşme ve 30 adet araç satışıyla güçlü bir başlangıç yapmıştır.

Yine Porsche markasına yönelik olarak 2009 yılına damgasını vuran yeniliklerden bir diğeri de Esenyurt Showroom'unun hizmete girmesidir. Yılın ilk günlerinde açılışı yapılan tesis, toplam 1.212 m² kapalı alanıyla Orta ve Doğu Avrupa bölgesinin en büyük 5. showroom'udur. Tesisin faaliyete geçmesiyle Porsche satış noktası 4'e yükselmiştir.

Satış noktalarını artırmaya yönelik faaliyetler diğer markalar için de kesintisiz bir şekilde sürmüştür. Özellikle gruba yeni katılan markaların Yetkili Satıcı ve Servis yapılanmalarına yönelik çalışmalar 2009 yılında yoğunluk kazanmıştır. 2008 yılından bu yana Türkiye’de Doğu Otomotiv distribütörlüğünde hizmet veren, dünyanın önde gelen soğutma sistemi markası Thermo King için 2009 yılı bir yapılanma yılı olmuştur. Benzer bir şekilde VW-Scania Endüstriyel ve Deniz Motorları’nın Yetkili Satıcı ve Servis ağını geliştirmeye yönelik önemli adımlar atılmıştır. Yetkili Satıcı ve Servis ağına geliştirilmesiyle birlikte, buralarda istihdam edilen personelin satış, satış sonrası hizmetler ve pazarlama alanlarında eğitilmesine yönelik olarak da çalışmalar gerçekleştirilmiştir.

“Otomotiv değer zincirinin her halkasında faaliyetlerini sürdürme” misyonu doğrultusunda 2008’de Sakarya’da faaliyete geçen “Meiller Doğu Damper” fabrikasına ek olarak, yine üretim alanında faaliyet göstermek üzere Krone firmasıyla ortak olarak İzmir Tire’de inşa edilen treyler fabrikasının hazırlıkları 2009 yılı içinde tamamlanmıştır. Ancak ekonomik kriz nedeniyle 2009 yılında toplam treyler pazarının bir önceki yıla göre %53 oranında daralması nedeniyle fabrikanın açılışının ertelenmesine karar verilmiştir. Pazar koşullarının yeniden pozitif dönmeye geçmesiyle fabrika faaliyete geçirilecektir.

İkinci el pazarında da lider

İkinci el araç alım satım ve takas hizmetlerini Türkiye’de ilk kez kurumsal bir çatı altında toplayan DOD, 2009 yılında 10 bin adedin üzerinde araç satışı gerçekleştirerek sektördeki liderliğini sürdürmüştür. Yıl boyunca 30’dan fazla açık artırma düzenleyen DOD, bu organizasyonlarını İstanbul ve İzmir dışında 2009’da Adapazarı, Ankara, Mersin ve Samsun’a da taşımıştır. İnternet, şirketin faaliyetleri açısından önemli bir platform oluşturmaktadır. DOD, daha önceki yıllarda imza attığı öncü niteliğindeki web sitelerine 2009 yılında DOD Mobil Sitesi’ni ekleyerek, müşterilerine mekân ya da bilgisayar sınırlaması olmadan www.dod.com.tr adresine mobil telefonlarla erişim olanağı sağlamıştır. Araç alıp satmak isteyenleri doğrudan bir araya getirmeyi amaçlayan yeni bir web sitesinin altyapı çalışmaları da 2009 yılında tamamlanmış ve aralık ayında SensatDOD test kullanımına açılmıştır.

TÜVTURK operasyonu genişliyor

Araç muayene hizmetlerinin özelleştirilmesi kapsamında 2007 yılında faaliyete geçen TÜVTURK, 2009’da sürdürülen yatırımlar sayesinde modern ve tek tip istasyonları, muayene cihazları, ileri teknolojiye sahip operasyonel süreç yönetim sistemi ve müşteri memnuniyetini sağlamaya yönelik çağdaş uygulamalarıyla Avrupa araç muayene sektörünün önde gelen kuruluşlarından biri haline gelmiştir. 2009 yılı sonu itibarıyla Türkiye genelinde araç muayene istasyonu sayısı 190’a ulaşmıştır. İstasyon bulunmayan ilçelere hizmet götüren gezici istasyonlarla birlikte TÜVTURK 2009 yılında 5,1 milyon aracın muayenesini gerçekleştirmiştir. Muayene süreçlerini gerçek ve eşzamanlı olarak yürütme ve

izleme olanağı sağlayan “VIAonline” süreç yönetim sistemi ile yarım saat içinde müşterilerin muayene işlemlerini tamamlamalarını hedefleyen “randevulu muayene” hizmeti 2009 yılında devreye girmiştir.

Doğuş Grubu

1951 yılında kurulan Doğuş Grubu, başarılı geçmişiyle Türkiye’nin önde gelen grupları arasında yer almakta ve hizmet sektöründe bölgesel lider olma vizyonuyla hareket etmektedir.

Grup; finans, otomotiv, inşaat, medya, turizm, gayrimenkul ve enerji olmak üzere yedi sektörde faaliyet göstermektedir.

Doğuş Grubu’nun ulaştığı başarının arkasında, müşteri odaklı ve verimliliği merkez alan bir yönetim yaklaşımı vardır. Bu yaklaşım, sadece maddi kazanımlarla değil, bütün toplumun yararlandığı ve yararlanacağı kurumsal yurttaşlık bilinciyle i ie gelişmektedir. Grup, yine bu bilinç çerçevesinde özellikle ocuk gelişimi, eğitim, evre, kültür-sanat ve spor alanlarına odaklanan çeşitli kurumsal sosyal sorumluluk ve sponsorluk projelerini hayata geçirmektedir.

Doğuş Grubu, 105 şirketi ve 28 binin üzerindeki çalışanı ile hizmet verdiği müşterilerine; üstün teknoloji, yüksek marka kalitesi ve dinamik bir insan kaynağı sunmaktadır. Doğuş Grubu, markalarının değerini sadece Türkiye sınırları içinde değil, bölgesel ve küresel ölçekte de yükseltmeyi hedeflemektedir. Grup, özellikle hizmet sektöründe bölgesel bir lider olma vizyonunu ortaya koymaktadır.

Doğuş Grubu, hizmetlerini her zaman için müşteri memnuniyeti ve güven ilkelerini temel alarak sunmaktadır. Bunun sonucunda da dünya ölçeğinde saygın markalar yaratarak, Türkiye’yi bütün dünyada temsil etmektedir. Finans ve gayrimenkul sektöründe General Electric, otomotivde Volkswagen AG ve TVSD, inşaatta Alstom ve Marubeni, medyada CNBC, MSNBC ve Condé Nast ve turizmde Hyatt International Ltd., Starwood Hotels & Resorts, Worldwide Inc., HMS International Hotel GmbH (Maritim) ve Aldiana GmbH gibi büyük küresel oyuncularla sağladığı sinerji de bu sürece çok önemli katkılarda bulunmaktadır.

Doğuş Grubu, tüm bu birikim ve iş birliklerinin bir ürünü olarak, dünya çapındaki gelişmelere hızla uyum sağlayarak Türkiye’deki değişimin öncüleri arasında yer almaktadır.

Volkswagen Binek Araç

2009, Volkswagen Binek Araç'ın başarısını bir kez daha kanıtlayan bir yıl olmuştur. Volkswagen Binek Araç, lansmanlarla ve ödüllerle dolu yoğun bir yılı pazar payını artırarak bitirmiş ve 5. marka konumuna yükselmiştir.

Vedat Uygun

Volkswagen Binek Araç Marka Genel Müdürü

Lansmanlarla ve ödüllerle dolu bir yıl

Volkswagen Binek Araç, “dünyanın en yenilikçi otomotiv markası” vizyonu doğrultusunda belirlediği ürün ve iletişim stratejisiyle 2009 yılında satışlarını %27 oranında artırarak başarılı bir yılı geride bırakmıştır. Volkswagen Binek Araç, genişleyen ürün yelpazesi, teknolojik ve çevreye duyarlı otomobilleriyle her kesimden hedef kitleye ulaşmayı başarmıştır.

Volkswagen Binek Araç

Volkswagen Binek Araç markası, toplam pazarın %21 arttığı 2009 yılında başarılı ürün ve iletişim stratejilerinin yanı sıra model lansmanları ile toplamda 26.752 adetlik satış gerçekleştirmiş ve satışlarını %27 artırarak %7,2 pazar payı ile 5. sırada yer almıştır.

Modellerimizin performansları

“Büyüksün” sloganıyla eylül ayında lansmanı gerçekleştirilen Yeni Polo, segmentinde %6,1'lik pazar payına ulaşmıştır. Polo modelimiz, lansman sonrasında “Yılın Aracı” da dahil olmak üzere pek çok ödülün sahibi olmuştur.

Kompakt sınıfın yaratıcısı olan Golf modelimiz 2009 yılını %11,4'lük segment payıyla 3. sırada kapatırken, bir önceki yıla göre satış adedini %23 oranında artırmıştır.

Jetta modelimiz, bir önceki seneye göre daralan segmentinde yeni model girişleriyle birlikte yaşanan yoğun rekabete karşılık, filo satışlarının olumlu etkisi sonucunda %6,8'lik segment payı ile bir basamak yükselerek 6. sırada yer almıştır.

Lansmanından itibaren segmentinde sayısız başarılarla imza atmış olan Passat, 2008 yılına göre satış adedini %22 oranında artırarak segmentinde %19,5'lik segment payıyla 1. sırada yer almıştır. Bunun yanında Passat Variant modelimiz ise 2009 yılında %61 gibi çok yüksek bir payla kendi segmentini lider olarak kapamıştır.

Segmentler üstü modelimiz CC, lansmanını takip eden ilk sene içerisinde %33 pazar payına erişmiştir.

Ekim 2008'de lansmanı yapılan Scirocco ise kendi segmentini tek başına yaklaşık iki katı büyütürken, %47 gibi erişilmesi güç bir segment payına imza atmıştır.

VW Binek Araç'ın niş modelden yaratılan hacim modeli SUV Tiguan önemli bir başarıya imza atarak segmentinde %21 pazar payıyla 2. sıraya oturmuştur.

2009 yılı lansmanları ve yenilikleri

Volkswagen Binek Araç, 2009 yılında Volkswagen'i rakiplerinden ayırtıran teknolojik yenilikleri iletişimde öne çıkarmış, ayrıca Tiguan ve Polo modellerinin lansmanlarını gerçekleştirmiştir. Volkswagen'in merakla beklenen 1,6 TDI motoru da 2009'da tüketicilerin beğenisine sunulmuştur.

Ödüllerle dolu bir yıl

Volkswagen Binek Araç'ın modelleri 2009 yılında pek çok ödüle layık görülmüştür. Yeni Golf "Dünyada Yılın Otomobili" seçilirken, Yeni Polo, "Golden Steering Wheel 2009" değerlendirmesinde "Yeşil Direksiyon" ve "Altın Direksiyon" ödüllerinin sahibi olmuştur. Volkswagen'in devrim yaratan motoru TSI ise "Engine of the Year 2009" yarışmasında "Yılın Motoru" ve "Yılın Yeşil Motoru" kategorilerinde birinci seçilmiştir.

Satış Sonrası Hizmetler

Türkiye çapında 61 Yetkili Servis noktası ile hizmet veren Volkswagen Binek Satış Sonrası, 2009 yılında Rize'deki ilk Yetkili Servisini açarak müşterilerine sunduğu hizmet ağını genişletmiştir.

2009 yılında başlatılan Segment 2-3 kampanyası ile 4 yaş ve üzerindeki Volkswagen Binek araçlara sunulan "Yaşının 3 Katı İndirim" kampanyasıyla, Yetkili Servisleri kullanmayan 20 bin müşterinin gelmesi sağlanmıştır.

Yetkili Servislerimizde toplam 310 bine yakın araç girişiyle ayda ortalama 26 bin müşteriye hizmet verilirken, 2009 yılında parça cirosu %11, işçilik cirosu ise %11,44 artış göstermiştir.

Volkswagen Ticari Araç

Rekabetin, ürün ve hizmetlerdeki benzerliğin arttığı günümüzde, Volkswagen Ticari Araç olarak üzerimize düşeni yapmaya ve bize güvenen müşterilerimizin karşısına daha iyi ürünler ve daha iyi hizmet anlayışıyla çıkmaya devam ediyoruz.

Kerem Galip Güven

Volkswagen Ticari Araç Marka Genel Müdürü

En çok sahip olunmak istenen marka

Volkswagen Ticari Araç, Türkiye hafif ticari araç pazarında teknoloji, konfor ve güvenlik donanımları bakımından birçok ilki sunmanın yanı sıra her sektörün ve her müşterinin değişik ihtiyaç ve beklentilerini karşılamaya yönelik ürünlerle pazardaki yerini sağlamlaştıracaktır.

2009...

Global krizin etkisiyle ticari araç sektöründe pazar dinamikleri değişmiş, müşterilerin satın alma eğilimleri düşmüş, ticari araç pazarında bir önceki yıla oranla %0,4 daralma meydana gelmiştir. Yerli markaların agresif satış kampanyaları pazardaki yerli araçların satış oranını %65 seviyelerine kadar yükseltmiş ve bu durum fiyat endeksi yüksek ithal markaları olumsuz yönde etkilemiştir. Minicargo projesi kapsamında pazara sunulan araçlar küçük ve ekonomik olmaları nedeniyle talep görmüş ve yeni bir segment olmasına rağmen toplam pazarda %23,8 pay almıştır. Bu pazar şartlarında Volkswagen Ticari Araç, 10.601 araç satışı ile 2009 yılını 5. marka olarak tamamlamıştır.

Volkswagen Ticari Araç, 2009 yılı Kasım ayında teknolojisi ve kalitesiyle sektör için yeni standartlar belirleyecek, birçok yeni özelliği ve ilki bir araya getiren Yeni Transporter'ı 6 yıl aradan sonra pazara sunmuştur.

Yeni Transporter'ın da pazara sunulmasıyla Volkswagen Ticari Araç, B segmentinde %25,8 pazar payı almıştır. 2009 yılında Caddy'nin segment payı %6,5, Crafter'ın ise %3,4 olarak gerçekleşmiştir.

Marka iletişimi

Rekabetçi pazarda marka iletişimi çalışmaları kapsamında gerçekleştirilen sürekli kitlesel iletişim 2009 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, 2009 yılında yoğun iletişim yönetimiyle basında yüksek görünürlük elde etmiş, hafif ticari araç markaları arasındaki haber etkinliği değerlendirmesinde ilk üç marka içindeki yerini korumuştur.

Marka imaj araştırmasında bir numara

Volkswagen AG tarafından büyük Avrupa pazarlarında gerçekleştirilen marka imajı araştırmasının Türkiye sonucuna göre Volkswagen Ticari Araç, Avrupa ortalamasının çok üzerinde bir puan elde etmiş ve 80,5 puan ile en çok sahip olunmak istenen birinci marka olmuştur.

Müşteri ilişkileri yönetimi çalışmaları

Volkswagen Ticari Araç, 2009 yılında da müşteri segmentasyonu bazlı doğrudan pazarlama faaliyetleri gerçekleştirmiş, deneyimsel ve doğrudan pazarlama faaliyetleri ile CRM projelerini bir arada yürüterek özellikle hedef kitle olan ticari araç anahtar sektörleriyle bire bir iletişim kurmuştur. Bu kapsamda 200 noktada gerçekleştirilen aktivitelerde 5.800 adet müşteri datası toplanmıştır.

Yetkili Satıcı saha faaliyetleri

2009 boyunca Yetkili Satıcılar ile showroom içinde ve dışında yerel pazarlama faaliyetlerine yoğunluk verilmiş, satış noktaları müşterilere taşınarak bire bir etkili iletişim kurulmuştur.

Volkswagen Ticari Araç tarafından yaratılan ve geliştirilen “Pazarlama Gücü Projesi” çerçevesinde 2009 yılında 20 bin kişiye ulaşılmış ve 750 adet Transporter satışı gerçekleştirilmiştir.

2010...

Volkswagen Ticari Araç, 2010 yılında tüm model gamını yenilemiş olarak müşterilerinin karşısına çıkacak, zengin versiyon ve donanım seçenekleri ile pazardaki güçlü konumunu geliştirecek ve yeni yılda da rakiplerinin üstünde özellikler sağlamaya devam edecektir.

Audi

2009 yılında Doğu Otomotiv Audi olarak tarihimizdeki en yüksek satış adedine imza attık.

Giovanni Gino Bottaro

Audi, Bentley, Lamborghini, Bugatti Marka Genel Müdürü

Daha fazla satış, daha fazla müşteri memnuniyeti

Audi markası, 2009 yılında önemli bir başarıya imza atarak 6.251 adet satışla tarihindeki en yüksek satış adedine ulaşmıştır. Bunun yanı sıra satış sonrası hizmetlerde 2008 yılına göre Yetkili Servislerimize araç girişinde %14 artış sağlanmıştır.

4 halkalı marka

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.

Rekor satış adedi

Doğu Otomotiv tarafından Türkiye'ye 1994 yılında ithal edilmeye başlanan Audi markası, 2009 yılında önemli bir başarıya imza atarak, 6.251 adet satışla tarihindeki en yüksek satış adedine ulaşmıştır.

Audi'nin model bazlı performansı

Sınıfının lideri olan A3, 2009 yılında 2.544 adetlik satışla rakiplerinin toplamından daha fazla bir satış adedine ulaşmıştır. Kasım ayında lansmanı yapılan A5 Sportback'in de A5 ailesine eklenmesi ile, toplam A5 satışı 275 adet olarak gerçekleşmiştir. A6, A6 Avant ve A6 allroad satışları kümülide 962 adede, A8 satışları da 62 adede ulaşmıştır. Sınıfında lider olan Q7'den ise 232 adet satılmıştır. 2008 senesinde lansmanı yapılan ve büyük bir beğeni toplayan Q5, 686 adetlik satışı ile segmentinde lider olan diğer bir modelimizdir.

Satış sonrası hizmetlerde büyüme

2009 yılında Audi'nin bir önceki yıla göre araç parkı %16 oranında artmış, markanın satış sonrası hizmet cirosu da paralel bir şekilde bir önceki seneye göre %25 artış göstermiştir. 2009 Audi parça satışları da 2008'e göre %16 oranında yükselmiştir.

Audi müşterilerinin servis sadakat oranı %79,4 olarak gerçekleşmiştir. Bu oran, premium segmentte örnek teşkil eden önemli bir orandır.

2009 başarılarına devam

Audi AG tarafından satış alanında müşteri memnuniyetini ölçmek üzere gerçekleştirilen CSS araştırmasında markamızın 100 puan hedefine karşılık 101,19 puanlık bir başarı elde etmesi, müşteri memnuniyetini taşıdığımız seviyenin açık bir göstergesidir.

Hürriyet gazetesi tarafından her sene düzenlenen Otobil yarışmasında ise Audi bu sene A5, A6, Q7 ve R8 modelleriyle zafere imza atmış ve en çok ödül alan marka olmuştur.

Otohaber dergisi tarafından düzenlenen Otohaber ödülleri Audi Q5, Q7, R8 ve A6 Avant kendi sınıflarında ödüle layık görülmüştür. Bu yarışmada da en çok birincilik alan marka Audi olmuştur.

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 Q5, A5 Sportback ve A5 Cabriolet için lansman reklam çalışmaları yapılmıştır.
- 9-11 Ekim 2009 tarihleri arasında gerçekleştirilen Driving Experience'ta 360 kişi Formula 1 pistinde R8, A6 ve A5 gibi Audi'nin en yeni modellerini deneme fırsatı bulmuştur.

Porsche

2009 yılında Cayenne Diesel ve Yeni Panamera modelleri satışa sunulurken, Doğu Otomotiv'in Porsche distribütörlüğünü aldığı 1996 yılından bu yana en yüksek satış rakamına ulaşılmıştır.

Anıl Gürsoy

Porsche, SEAT Marka Genel Müdürü

Satış rekorlarıyla daha ileriye

Porsche, 2009 yılında pazara yenilenerek sunulan Boxster, Cayman, 911 Turbo modelleri ve lansmanı gerçekleştirilen Cayenne Diesel, Panamera ve Boxster Spyder modelleri ile Porsche ruhundan ve geleneklerinden taviz vermeden yeniliklere imza atmaya devam etmiştir.

Modellerimizin performansı

Cayenne satış adedimiz 2009 yılında 167 olarak gerçekleşmiştir. Yeni Cayenne Diesel modelinin satışa sunulmasıyla SUV satış adedimiz 2008 yılına oranla %85 artış göstermiştir.

Boxster modeli, 2009 yılı sonunda 8 adet satışa ulaşmıştır. Hem hitap ettiği kitle, hem de fiyat açısından Boxster ile 911 modelleri arasındaki boşluğu kapatacak şekilde konumlandırılan Cayman modelinin satış adedi ise 11 olarak gerçekleşmiştir.

2009 yılında gerçekleştirilen toplam 247 adet Porsche satışının 37 adedini 911 modeli oluşturmaktadır. Ekim ayında yenilenen 911 Turbo modelinin satış adetlerinin 2010 yılında artış göstermesi beklenmektedir.

2009 yılının Ağustos ayında pazara sunulan Porsche'nin ilk 4 kapılı Gran Turismo modeli Yeni Panamera büyük beğeni toplayarak 24 adetlik satış rakamına ulaşmıştır.

Cayenne Diesel lansmanı

26 Şubat'ta Doğu Oto Esenyurt Showroomu'nun açılışı ile eşzamanlı olarak Cayenne Diesel modelinin lansmanı yapılmıştır. SUV segmentinde en çok talep gören dizel motor seçeneğinin Porsche markasıyla satışa sunulması büyük yankı uyandırmış, modelin satış adetleri hızla yükselmiştir.

Panamera lansmanı

Porsche'nin ilk 4 kapılı Gran Turismo modeli olan Yeni Panamera'nın lansmanı 14-15 Kasım tarihlerinde İstanbul Park'ta düzenlenen test sürüş aktivitesiyle gerçekleştirilmiştir.

Türkiye'nin en büyük Porsche merkezi Doğu Oto Esenyurt açıldı

Şubat ayında İstanbul'da Doğu Oto Esenyurt Showroomu'nun faaliyete geçmesiyle Porsche satış noktası 4'e yükselmiştir.

Türkiye'nin ilk "tek marka" kupası: GT Cup 2009

Porsche'nin genlerinde olan motor sporları tutkusu ile Türkiye'deki Porsche müşterilerini ortak bir platformda buluşturmak ve böylece bir Porsche dünyası yaratmak amacıyla organize edilen GT Cup 2009, yıl içerisinde 6 hafta sonunda 12 güne yayılacak şekilde

gerçekleştirilmiştir. Türkiye'nin ilk ve tek Porsche marka kupası olan GT Cup, Türkiye Pist Şampiyonası kapsamında düzenlenmektedir.

Bentley & Lamborghini

Türkiye pazarında henüz çok genç olan Bentley ve Lamborghini markaları, 2009'un daralan ekonomisinde başarılı bir duruş sergilemeye devam etmiştir.

Giovanni Gino Bottaro

Audi, Bentley, Lamborghini, Bugatti Marka Genel Müdürü

Dünyanın en prestijli markaları

Ekonomik krizden etkilenen üst lüks segment satışları 2009 yılında %8 oranında küçülmüştür. Bu küçülen pazarda Lamborghini pazar payını arttırırken, Bentley satışları üst lüks segment satışlarına paralel bir şekilde azalmıştır.

Otomobil tarihinin en prestijli ve lüks modelleri

Bentley Motors, bir tren mühendisi olan Walter Owen Bentley tarafından 1919 yılında kurulmuştur. Marka, günümüzde yoluna Volkswagen AG çatısı altında 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 teknolojik yeni modelleri ile hızlı bir yükselişe geçmiştir.

Ekonomik krizden etkilenen üst lüks segment

2009'da küresel olarak etkisini hissettiren ekonomik kriz tüm dünyada ilk defa lüks tüketimi etkilemiştir. Bentley'in dünya satışları bir önceki seneye göre %40 azalırken, Lamborghini satışlarında %31 düşüş gerçekleşmiştir. 2008 yılında Türkiye'de 13 adetlik bir satış performansı ortaya koyan Bentley markası, 2009 yılını 8 adetlik satışla kapatmıştır.

Pazara Bentley markasından daha sonra girerek başarılı bir çıkış yapan Lamborghini ise 2008 yılındaki 9 adetlik satış performansını 2009 yılında da aynen tekrarlamayı başarmıştır. Böylece Lamborghini, %8 küçülen üst lüks segmentte pazar payını artırmıştır.

2009 yılı Ocak-Aralık döneminde 3 adedi GT, 1 adedi GTC, 3 adedi Flying Spur, 1 adedi de Arnage olmak üzere toplam 8 adet Bentley ile 6 adedi Gallardo LP 560, 2 adedi Gallardo Spyder ve 1 adedi de Murcielago LP 640 olmak üzere 9 adet Lamborghini satış ve teslimatı gerçekleştirilmiştir.

Marka iletişimine devam

2009 yılında küçülen pazara rağmen Bentley ve Lamborghini markalarına yönelik pazarlama yatırımlarına devam edilmiştir. Yıla ait çalışmalardan satırbaşları şu şekildedir:

- 2009 boyunca her iki markanın da müşteri iletişimine ağırlık verilmiştir. CRM planı oluşturularak, müşterilerle düzenli temas kurulacak bir sistem geliştirilmiştir.
- Eylül ayında Lamborghini'nin geleneksel hale gelen özel müşteri aktivitesi "Lamborghini Track Day" İstanbul Park'ta düzenlenmiş ve yeni Gallardo LP 550-2 modelinin lansmanı yapılmıştır.
- 16 Aralık 2009 tarihinde özel bir tanıtım için tek günlüğüne Bentley Mulsanne modeli Türkiye'ye getirilmiş ve 110 kişilik seçkin bir davetli topluluğuna özel bir tanıtım yapılmıştır.
- Gentleman Gecesi, Gecce Oscarları ve Park Hyatt İstanbul'un açılışı gibi çeşitli üst segment organizasyonlarına yönelik sponsorluklar gerçekleştirilmiştir.

2010 yılı

Bentley ve Lamborghini markaları için 2010 yılında sırasıyla 12 ve 8 adet satış öngörülmektedir.

SEAT

SEAT, markadaki global yeniliklere paralel olarak geliştirilen yeni teknolojik ürünler, motor ve şanzıman seçenekleriyle 2010 yılında Türkiye'de pazar payını artıracaktır.

Anıl Gürsoy

Porsche, SEAT Marka Genel Müdürü

Sportif, genç, tasarım odaklı...

SEAT, 2009 yılında pazara sunduğu Yeni Ibiza SC, Yeni Leon, Yeni Altea XL ve Exeo ile tüm modellerini yenileyerek pazardaki en genç model yelpazesine sahip marka olmuştur.

Yepyeni model yelpazesi

2009 yılında mevcut model yelpazesini yenileyerek genç bir model ailesine sahip olan SEAT markası yıl sonu itibariyle 2.568 satış gerçekleştirerek %0,69 pazar payı elde etmiştir.

Modellerimizin performansı

- 2009 yılında SEAT'ın en çok satan modeli Leon olmuştur. Leon, Mayıs ayında makyajlı yeni tasarımıyla satışa sunulmuş 2009'da tüm modeller arasında %58 pay elde etmiş ve segmentinde ilk 10'a girmeyi başarmıştır.
- Ağustos 2008'de tamamıyla yenilenen Yeni Ibiza, 2009 yılında payını %24,6'ya yükselterek ikinci en çok satan model olmuştur.
- Mayıs 2009'da makyajlanarak satışa sunulan Yeni Altea XL'in SEAT satışlarındaki payı 2008 ile aynı kalarak 2009 yılında %7 olmuştur.
- Haziran 2009'da SEAT'ın B segmentindeki ilk modeli olma özelliğine sahip Exeo, üst segment müşterilerin beğenisine sunulmuş ve 6 ay sonunda %7,8 pay ile SEAT model yelpazesindeki yerini almıştır.
- 2009 Mart ayı itibariyle üretimine son verilen Cordoba modeli ise SEAT satışlarından %4,2 pay elde etmiştir.

Pazarlama faaliyetlerimiz

2009 yılında ekonomik krizin etkisiyle pazarlama bütçelerinin etkili şekilde kullanılabilmesi için gerekli planlamalar yapılmış ve ağırlıklı olarak bölgesel Yetkili Satıcılar düzeyinde gerçekleştirilen pazarlama faaliyetleri ile etkili olunmuştur.

Ocak ayında Yeni Ibiza'nın 3 kapılı versiyonu Ibiza SC modeliyle ilgili olarak, Doğu Otomotiv sponsorluk hakları kapsamındaki kulüp dergilerinde iletişim çalışmaları gerçekleştirilmiştir.

Şubat ayında İspanya'da gerçekleştirilen Exeo Yetkili Satıcı lansman organizasyonlarının ardından Exeo'nun Haziran ayında Türkiye'de satışa sunulması paralelinde iletişim çalışmaları yapılmıştır.

Mayıs ayında makyajlanan Yeni Leon modelinin Türkiye'de müşterilerin beğenisine sunulmasıyla birlikte çeşitli ulusal ve bölgesel pazarlama faaliyetleri gerçekleştirilmiştir.

Yıl boyunca, belirlenen 2009 satış hedeflerine ulaşabilmek amacıyla belirli dönemlerde satışa yönelik iletişim çalışmaları gerçekleştirilmiştir.

Yılın son çeyreğinde Adana, İzmir ve Antalya'da yerel fuarlara katılım yoluyla bu bölgelerde marka imaj ve bilinirliğinin artırılması sağlanmıştır.

SEAT, UEFA Avrupa Ligi Resmi Sponsoru

Ekim 2009 tarihinde SEAT, UEFA Avrupa ligiyle 3 yıllık sponsorluk anlaşması imzalamıştır.

2010'da yeni teknoloji motor seçenekleri

2009 yılında tüm model yelpazesini yenileyerek pazardaki en genç model ailesine sahip olan SEAT, 2010 yılında yeni motor seçeneklerini satışa sunarak çeşitli segmentlerdeki payını artırmayı hedeflemektedir.

Yeni Ibiza 1.2 lt TSI ve Exeo 1.8 lt TSI 120 hp gibi ekonomi ve yüksek performansı bir arada sunan motor seçeneklerinin pazara sunulacağı 2010 yılında beklenen en önemli gelişmelerden biri de, Leon modeli için 1.6 lt TDI CR 105 hp dizel motor seçeneğinin Mayıs ayında ürün gamına eklenmesidir. Düz ve otomatik vites seçenekleriyle birlikte yeni teknoloji dizel motorun Leon'a, segmentinde önemli bir pay kazandırması beklenmektedir.

Ağustos 2010 tarihinde ise Ibiza modelinin station wagon versiyonu satışa sunulacaktır.

SEAT, 2010 yılında da marka bilinirliğinin, marka imajının ve mevcut müşteri memnuniyetinin artırılması ve satış hedeflerinin gerçekleştirilmesi yönündeki faaliyetlerine aralıksız olarak devam edecektir.

Skoda

2010 yılı Skoda'nın Türkiye'de yeniden başlangıcı olacaktır. Skoda, özellikle Superb modelinde yakaladığı büyük başarıyı devam ettirirken, 2010 yılında pazara sunulacak olan yeni model ve motor seçenekleriyle Türk otomobil pazarında hak ettiği noktaya ulaşacaktır.

Mahmut Kadirbeyoğlu

Skoda Marka Genel Müdürü

Yeni bir başlangıca doğru

Bir Doğu Otomotiv iştiraki olan ve 1989 yılında Skoda'nın Türkiye distribütörlüğünü yürütmek üzere kurulan Yüce Auto, günümüzde Fabia, Roomster, Octavia ve Superb modellerinin satış, servis ve yedek parça hizmetlerini Türkiye çapında 30 Yetkili Satıcı ve 38 Yetkili Servis ile sürdürmektedir.

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 ve 2008'de 674.530 adet araç teslimatı gerçekleştirmiştir. Skoda, 2009 yılında %2,3 artış ile 689.972 adet araç teslimatı yaparak tarihindeki en yüksek satış adedine ulaşmıştır.

Modellerimizin performansı

Skoda Türkiye, 2009 yılında 3.403 adet binek otomobil satışı gerçekleştirerek %0,92 pazar payı elde etmiştir.

Octavia modeli, yenilenen yüzü, yeni motor ve şanzıman seçenekleriyle 2009 yılında Skoda satışlarının %35'ini oluşturmuş ve marka ürün gamının en çok satan modeli olmuştur.

2008 sonundan itibaren yenilenen şık tasarımıyla dikkat çeken Skoda'nın amiral gemisi Superb, 2009'da %395'lik bir artışla diğer modeller arasındaki payını %25,2'ye çıkarmış ve satışlardan önemli bir pay elde etmiştir.

Skoda'nın B segmentindeki modeli Fabia'nın satışları ise 2009 yılında toplam satışların %24'ünü oluşturmuştur.

Skoda'nın MPV sınıfındaki temsilcisi Roomster, geniş iç hacmi ve sürüş konforuyla ön plana çıkmaya devam ederek 2009 yılında Skoda satışlarının %16'sını gerçekleştirmiştir.

2009 ve 2010 yenilikleri

2008 yılında tamamen yenilenen Skoda'nın amiral gemisi ve D segmentinin başarılı temsilcisi Superb, ekim ayında gerçekleştirilen İstanbul Auto Show Fuarı'nda tanıtılmış ve 2009 yılının ilk günlerinde Skoda showroomlarında Türk tüketicisiyle buluşmuştur.

Yeni Superb'in en önemli yeniliklerinden biri, Skoda mühendisleri tarafından geliştirilen ve "TWINDOOR" olarak adlandırılan patentli bagaj açma sistemidir. Bu akıllı ve kullanışlı çözüm, arzu edildiği takdirde sadece arka bagaj kapağının açılmasıyla aracın içine küçük eşyalar konulmasına imkân vermekte, ayrıca istenirse arka cam da dahil olmak üzere bütün bagaj kapısının kaldırılmasını sağlamaktadır.

2009 yılı ilk çeyreğinde yenilenen yüzü ile Octavia, Türk kullanıcısının hizmetine sunulmuştur. Octavia basit, şık ve teknik çözümlerin uygulandığı konforlu ve teknolojik donanımlı modern bir araç olarak dikkat çekmekte ve sunduğu zengin motor seçenekleriyle segmentinde ön plana çıkmaktadır. 5 benzinli ve 3 dizel motor seçeneği bulunan Octavia'nın 1.4 TSI 122 HP DSG şanzıman motor ile donatılan modeli ağustos ayı itibarıyla showroomlarda yerini alırken, 1.6 TDI CR motora sahip modeli ise 2010 yılında ürün gamına eklenecektir.

Skoda'nın, şehir içi günlük kullanımın yanında eğlence otomobili olarak da tasarlanan ve markanın SUV segmentindeki ilk aracı olan Yeti, 2009 yılının Kasım ayında gerçekleştirilen Antalya Auto Show Fuarı'nda Türk tüketicisinin beğenisine sunulmuştur. Yeti modeli, 2010 yılının ilk çeyreğinde 2 adet benzinli ve 2 adet dizel motor seçeneğiyle Türkiye'de satışa sunulacaktır. Özellikle 1.2 TSI 105 hp motorlu seçeneğin kalite, dizayn ve uygun fiyat avantajıyla tüketicinin beğenisini kazanması beklenmektedir.

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

2010 pazar payı hedefi

Skoda'nın 2010 yılında sunulacak yeni modellerin de katkısıyla pazar payını %25 artırarak %1,15'e yükseltmesi hedeflenmektedir.

Scania

2003 yılından bu yana elinde bulundurduğu ithal pazar liderliği unvanını 2009'da da koruyan Scania, Türkiye'de 15. yılını doldururken 15 bininci aracını müşterisine teslim etti.

Tolga Senyücel

Scania, Krone, Meiller Marka Genel Müdürü

Yılın En İyi Ağır Ticari Aracı

Scania, 16 ton ve üzeri ithal ağır ticari araç pazarında %48 daralmanın yaşandığı 2009 yılında Aralık ayı sonu itibariyle 800 adet araç satışı gerçekleştirmiş ve pazar payını %25'e çıkartarak yedinci kez lider olmayı başarmıştır. İlave katkı maddesi gerektirmeden çalışan EGR sistemli Euro 4 emisyonlu motorları ve geniş ürün yelpazesıyla pazardaki liderlik başarısını destekleyen Scania, "Yılın En İyi Ağır Ticari Aracı" ödülünü almaya hak kazanmıştır.

2009 yılı satış performansı

Türkiye'de 2009 yılı Aralık ayı sonu itibariyle 16 ton ve üzeri ağır ticari araç pazarında toplam 11.777 adetlik satış gerçekleştirilmiş ve bir önceki yıla göre %42 oranında bir daralma

meydana gelmiştir. Scania bu segmentte 800 adet satışla 2009 yılı içerisinde %6,79'luk bir pazar payına ulaşmıştır.

16 ton ve üzeri ithal ağır ticari araç pazarında ise 2009 yılı Aralık ayı sonunda toplam 3.236 adetlik satış gerçekleşirken bir önceki yıla göre %48 küçülme yaşanmıştır. Scania, ithal pazarda %25'lik bir pay elde etmiş ve büyük bir daralmanın yaşandığı sektördeki pazar payını korumayı başarmıştır.

Scania markası, ilave katkı maddesi gerektirmeden çalışan EGR sistemli Euro 4 emisyonlu motorları ile fark yaratmayı ve tercih edilen bir marka olmayı başarmıştır.

Satış Sonrası Hizmetler performansı

2009 yılında 27 adet acil yardım aracı ve 24 saat acil yardım hattı sayesinde Türkiye ve Avrupa'daki müşterilerimize kendi dillerinde konuşan operatörlerce yanıt verilmiş ve bulundukları noktalara acil yardım hizmeti ulaştırılmıştır.

Türkiye genelindeki 20 adet Scania Yetkili Servisinde 193 adet teknisyen ve 271 personel ile 283 adet araç onarım alanı mevcuttur. 2009 yılında Scania'nın 1-10 yaş arası araç parkı 12.800 adede ulaşmış, Scania Yetkili Servislerinde 57.247 iş emri açılmış, yedek parça satışı ise aralık ayı sonu itibariyle kümülide 17.250 milyon euronun üzerinde gerçekleşmiştir.

Ülke genelindeki 15 adet Yetkili Servis noktamız "Scania Bayi İşletim Standartları" belgesine sahiptir. Söz konusu servislerimiz, müşterilere dünya genelinde aynı kalitede hizmet sunulmasını sağlamak amacıyla belirlenmiş kriterlere uygunluk gerektiren "DOS 3 Belgesi" almaya hak kazanmıştır.

2009 yılı Aralık ayı sonu itibariyle, tarafımızca düzenlenen teknik, ticari ve sürüş eğitimlerinde toplam 762 katılımcıya ulaşılmıştır.

15 bininci araç ve 15. yıl coşkusu

Doğuş Otomotiv - Scania işbirliği 1994 yılında Scania çekici ve kamyonlarının Türkiye distribütörlüğünün alınmasıyla başlamış ve 2009'da 15. yılını doldurmuştur. 2009 yılında 15 bininci aracın teslimatı yapılarak, satış faaliyetlerinin yanı sıra pazarlama, servis ve eğitim alanlarında geride bırakılan başarılarla dolu 15 yıl coşkuyla kutlanmıştır.

Basında en fazla yer alan "Yılın En İyi Ağır Ticari Aracı"

2009 yılında gerçekleştirilen iletişim faaliyetleri arasında Euro 4 motorlu EGR sistemli yeni Scania araçların basın lansmanı, ulusal ve sektörel basına yönelik olarak Scania üretim tesislerinde yapılan test sürüşleri ve 15 bininci Scania araç için yapılan teslimat töreni önemli yer tutmuştur. Basında en fazla haberi yayımlanan ağır ticari araç markası olma unvanını,

2009 yılında yine Scania markası elinde tutmuştur. Sektörde bir ilk olan Scania Dünyası dergisi 2009 yılında da dört sayı olarak hazırlanmış ve 30 binin üzerinde okuyucuya ulaştırılmıştır.

Avrupa ağır ticari araç sektörünün en prestijli ödülü olan “Yılın En İyi Ağır Ticari Aracı” ödülünü 2009’da Scania markası kazanmıştır. Uluslararası karayolu taşımacılığının verimliliğine en fazla katkıyı yapan markaların değerlendirildiği yarışmada birinci olan Scania R-serisi çekicinin aerodinamik tasarımı ve daha verimli sürüş imkânı sunan yeni sürüş destek sistemi, bu ödülün kazanılmasında önemli rol oynamıştır.

Krone

2009 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

Dünyanın en çevreci soğutucuları Krone’de

Avrupa’nın lider treyler markası Krone, 2009 yılında sektördeki daralmaya rağmen pazar payını korumuş ve aralık sonu itibariyle 4 segmentte %12’lik bir pazar payının sahibi olmuştur.

1906 yılında Almanya’da kurulan ve 2003 yılından bu yana Türkiye’de Doğuş Otomotiv tarafından pazara sunulan Krone treyler, yenilikçi ve rekabetçi olma felsefesinin bir örneği olan yeni soğutuculu treylerini 2009’da satışa sunmuştur. Krone, nakliyecilerin taleplerini gözlemleyerek ve farklı ihtiyaçlara uygun farklı taşımacılık çözümleri sunarak, satış adetlerinde kaydettiği büyümeyi 2009 yılında da devam ettirmiştir.

Krone, ithal treyler pazarında lider

Krone, 2009 yılında Türkiye’de 208 adetlik satış rakamına ulaşmış ve ithal treyler pazarında liderlik koltuğuna oturmuştur.

2009 yılı performansı

Krone, Türkiye genelindeki 16 adet Yetkili Satıcı ve Servisiyle her zaman en kaliteli hizmeti, en hızlı şekilde müşterilerine ulaştırmaktadır.

Pazara sürülen yeni nesil Profi Liner treylerin sahip olduğu yük güvenlik sertifikası, yükleme hacim esnekliği ve ağır şartlara uygun dingil yapısı, Krone'yi tenteli treyler pazarında önemli bir konuma taşımıştır. Krone markası, 2009 yılının Aralık ayı sonu itibariyle 85 adetlik satış performansı ile tenteli treyler pazarında %8 pay elde etmiştir.

Soğutuculu treyler pazarında ise Krone 2009 yılı Aralık sonu itibariyle 75 adetlik satış rakamıyla toplam pazarda %18'lik bir payın sahibi olmuştur. Krone markası müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını tam olarak anlayıp özel taşımacılık çözümleri sunarak 2009 yılında müşteri portföyünü genişletmeyi başarmıştır. Krone'nin Türkiye'de araç parkı 3 bin adede ulaşmıştır.

2009 yılında toplam treyler pazarı bir önceki yıla göre %53 oranında daralmıştır. İthal treyler pazarındaki daralma bunun da üzerine çıkarak kasım sonu itibariyle %59 seviyesinde gerçekleşmiştir.

Pazarlama faaliyetlerimiz liderliğimizi destekliyor

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

Bu doğrultuda 2009 yılı içinde de yoğun kampanyalar düzenlenmiş ve Cool Liner serisi ile tenteli treylerlere yönelik satış kampanyalarının iletişimi tüm müşterilere ulaşacak şekilde gerçekleştirilmiştir. 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 alabilmeleri için yenilenmiş ve sürekli güncellenmiştir.

Sosyal sorumluluk bilinci

Krone, Doğu Otomotiv'in topluma fayda sağlamayı görev bilen yaklaşımına paralel olarak, 2009 yılında "Türkiye'nin Tansiyonunu Ölçüyoruz" ve "UND Kongresi" gibi birçok organizasyona sponsor olmuştur.

Meiller

Meiller, Türkiye pazarında sergilediği başarılı faaliyetler ve olumlu müşteri referanslarıyla sektörün lider markası olma yolunda emin adımlarla ilerlemektedir.

Tolga Senyücel

Scania, Krone, Meiller Marka Genel Müdürü

Lider damper markasından lider ürünler

Meiller, 2009 yılında, sunduğu ürün gamının yanı sıra Yetkili Satıcı ve Servis noktalarını genişletmiş ve 134 adetlik satış gerçekleştirerek zorlu piyasa koşullarına rağmen başarılı bir yılı daha geride bırakmıştır.

F. X. Meiller Fahrzeug GmbH & Co. KG, 1850 yılında Münih'te kurulmuş büyük bir aile şirkettir. Bugün ağır ticari araç üreticileriyle işbirliği yaparak araçlara mükemmel şekilde uyan 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

2009 yılında 134 adet satış gerçekleştiren Meiller, inşaat sektöründe iki yıldan bu yana devam eden ciddi daralmaya rağmen olumlu bir satış grafiği çizmiştir.

2007 yılında Doğu Otomotiv distribütörlüğü ile Türkiye pazarına giren ve 2008'de "Meiller Doğu Damper" fabrikasının Sakarya'da açılmasından sonra Türkiye'deki varlığını daha da güçlendiren Meiller, Gebze, Ankara, Bursa ve Denizli'de yer alan Yetkili Satıcı ve Servis noktalarına 2009 yılında İzmir ve Antalya'yı da ekleyerek hizmet ağını genişletmiş ve müşterilerine daha da yaklaşmıştır.

Geçtiğimiz yıllarda yarı römork damper çeşitlerinin pazar tarafından kabul gördüğü Meiller markası, 2009 yılının ikinci çeyreğinden itibaren yurtiçi pazarına hitap eden yüksek hacimli kamyon üzeri damperleri de ürün gamına eklemiş ve müşterilerin beğenisine sunmuştur.

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 uygulanabilir tasarıma sahip, eğilme ve bükülme mukavemeti yüksek, yükleme platformu olan, kullanımı ve bakımı kolay kontrol ünitesine sahip Meiller ürünleri, sağladığı ekonomiyle müşterilerine daha fazla kazanç elde etmenin anahtarını sunmaktadır.

Pazarlamada farklı marka işbirlikleri

Türkiye pazarına girdikten kısa bir süre sonra damper pazarının tercih edilen markası haline gelen Meiller, marka bilinirliğini artırıcı faaliyetlere ağırlık vererek bire bir iletişim yoluyla müşterilerine ürünlerini en doğru şekilde tanıtmayı amaçlamaktadır. Bu amaçla, müşterilere ürünleri inceleme fırsatı vermek üzere test kullanımları gerçekleştirilmektedir.

Meiller damper markası, 2009 boyunca farklı üstyapı ürünlerini geniş hedef kitlelere tanıtmak üzere çeşitli ağır ticari araç markaları ile özel pazarlama çalışmaları yürütmüştür. Örneğin MAN firmasıyla düzenlenen geniş kapsamlı test sürüş aktiviteleri ve Ford firmasıyla Ticari Araçlar Fuarı'nda ortak gerçekleştirilen etkinlikler, markamıza hedef müşteri grubuyla bir araya gelme olanağı sağlamıştır. Alınan verimli sonuçların devamı niteliğinde olarak MAN ve Scania markalarının dergilerine yönelik çeşitli ilan ve haber çalışmaları yapılmıştır.

“En İyi Damper”

Ayrıca Almanya'nın ticari araç sektöründeki uzman dergileri tarafından düzenlenen ve bu yıl 13.'sü gerçekleştirilen geleneksel “En İyi Ticari Araçlar ve Markaları” yarışmasında Meiller, 2009 yılının “En İyi Damper” markası seçilerek 5. kez aldığı bu ödülle gücünü bir kez daha kanıtlamış ve müşterilerine sunduğu ayrıcalıkları ortaya koymuştur.

VW-Scania Endüstriyel ve Deniz Motorları

VW-Scania Endüstriyel ve Deniz Motorları işkolu 2009 yılında satış ve servis ağını geliştirerek, Türkiye pazarında en çok satış yapan markalar sıralamasında ilk üç içindeki yerini almıştır.

İlhami Eksin

DOD, Thermo King, VW-Scania Endüstriyel ve Deniz Motorları Marka Genel Müdürü

Daha fazla noktada, daha fazla müşteriye hizmet

VW-Scania Endüstriyel ve Deniz Motorları markası için 2009 yılı tanıtım ve önemli pazarlarda bayi ağını genişletme yılı olmuştur. Doğu Otomotiv'in endüstriyel ve deniz motorları işkolundaki toplam satışları 2009 yılında 102 adede ulaşmıştır.

Bayi ağını genişletme yılı

2009 yılı VW-Scania Endüstriyel ve Deniz Motorları için tanıtım ve bayi ağını genişletme yılı olmuştur. Bu doğrultuda başta D-Marin Didim ve D-Marin Bodrum olmak üzere Marmaris, Göcek ve Fethiye gibi önemli noktalarda Yetkili Satıcı atamaları tamamlanarak ülke genelinde 14 noktaya ulaşılmış ve tüm kıyı şeridini kapsayacak şekilde Yetkili Satış ve Servis ağı geliştirilmiştir. Yıl içerisinde Yetkili Satıcı ve Servis personelinin satış, satış sonrası hizmetler ve pazarlama anlamında eğitilmesi yönünde de önemli gelişmeler kaydedilmiştir.

2009 yaz döneminde Çeşme'den Bodrum'a kadar düzenlenen sponsorluk ve fuar organizasyonları, pazarlama faaliyetlerinde önemli bir yer tutmuştur. Motorları tanıtmak amacıyla yat imalatçıların ve son kullanıcıların yerinde ziyaret edildiği bu etkinliklerde, ürünler mevcut ve potansiyel müşterilere detaylı bir şekilde sunulmuştur.

Zengin ürün gamı

Doğuş Otomotiv, endüstriyel ve deniz motorları işkolunda müşterilerine;

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

2009 yılında Avrasya Boatshow'da elde edilen başarının ardından, aynı yıl gerekli altyapı çalışmaları tamamlanan ve pazara sunulan Volkswagen'in 8 silindirli 350 hp gücündeki yeni V8 dizel motorunun 2010 Avrasya Boatshow'da da büyük ilgi uyandırması beklenmekte ve bu ilginin satış adetlerine yansması hedeflenmektedir.

Finansal çözüm paketi

Doğuş Otomotiv, gelen talepler doğrultusunda, iştiraki ve çözüm ortağı vdf (Volkswagen Doğuş Finans) ile sektörde fark yaratarak müşterilerine uygun finansal çözüm modelleri sunmaktadır. 2009 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 2009 yılında 102 adede ulaşmıştır. Yeni faaliyete başlayan yetkili satıcıların katkısı ile gerçekleştirilen yoğun satış ve pazarlama faaliyetleri, ekonomik daralmanın etkilerinin doğrudan görüldüğü denizcilik sektöründe 2009 yılında VW-Scania Endüstriyel ve Deniz Motorları satışlarını olumlu yönde desteklemiştir. Bununla beraber, Scania kara jeneratör motorları uzun yıllar sonra Türkiye'de bulunan jeneratör üreticilerine ilk defa kapsamlı satış ve pazarlama kampanyalarıyla sunulmaya başlanmıştır. 2010 yılında planlanan stratejilerle satışların daha da artması 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. VW-Scania Endüstriyel ve Deniz Motorları, Türk denizciliğinde aranan bir marka haline gelmek ve geniş ürün yelpazesine sahip olmak için çalışmalarını sürdürmektedir.

Thermo King

Thermo King, 2009 yılında satış ve servis ağını oluşturarak soğutma sistemleri sektöründeki kurumsal ve organizasyonel yapılanmasını tamamlamıştır.

İlhami Eksin

DOD, Thermo King, VW-Scania Endüstriyel ve Deniz Motorları Marka Genel Müdürü

İlk yılında bir numara

2008 yılından bu yana Türkiye’de Doğu Otomotiv distribütörlüğünde hizmet veren, dünyanın önde gelen soğutma sistemi markası Thermo King için 2009 yılı bir tanıtım ve bayi yapılanma yılı olmuştur. Doğu Otomotiv’in soğutma sistemleri işkolundaki toplam satışları 2009 yılında 103 adede ulaşmıştır.

Tanıtım ve bayi yapılanma yılı

2009 yılı Thermo King Soğutma Sistemleri için tanıtım ve bayi yapılanma yılı olmuştur. Bu doğrultuda yıl içinde Yetkili Satıcı ve Servis ağı tam olarak oluşturulmuş ve bu ağ kapsamında hizmet verecek olan personelin satış, satış sonrası hizmetler ve pazarlama alanlarında eğitimden geçirilmesine yönelik önemli ilerlemeler kaydedilmiştir.

Thermo King, İstanbul dışında Bursa, İzmir, Ankara, Samsun, Trabzon, Denizli, Antalya, Antakya ve Mersin gibi yüksek potansiyele sahip bölgelerde konumlandırılmış 10 adet Yetkili Satıcı ve Servisle hizmet vermektedir.

Ürün gamı ve pazarlama aktiviteleri

Doğu Otomotiv, soğutma sistemleri işkolunda müşterilerine;

- Treyler ünite grubu,
- Kamyon ünite grubu,
- Motordan tahrikli ünite gruplarını sunmaktadır.

2009 yaz döneminde İstanbul’dan Hatay’a kadar düzenlenen roadshow, pazarlama faaliyetlerinde önemli bir yer tutmuştur. Üniteleri tanıtmak amacıyla hazırlanan özel araçla treyler üreticileri ve son kullanıcıların yerinde ziyaret edildiği bu etkinlik sırasında ürünler, mevcut ve potansiyel müşterilere detaylı bir şekilde anlatılmış ve değerlendirmelerine sunulmuştur.

Nisan 2009'da Thermo King Başkanı Ray Pittard ve Doğu Otomotiv üst düzey yöneticilerinin katılımıyla düzenlenen basın toplantısı başarıyla gerçekleştirilmiş olup, toplantının ardından Doğu Otomotiv yöneticilerine Sn. Ray Pittard tarafından tebrik yazısı sunulmuştur. Thermo King Türkiye, 2009 yılında gerçekleştirdiği başarılarla istinaden yıl sonunda OEM tarafından "Üstün Başarı Ödülü" ile onurlandırılmıştır.

2009 yılı içerisinde www.thermoking.com.tr web sitesi kullanıma açılmıştır. Diğer etkinliklerle birlikte detaylı web sitesinin devreye girmesi, 2009 yılı içinde satışları destekleyen bir unsur olmuştur.

2010 hedefleri

2009 yılında roadshow etkinliğinde elde edilen başarının ardından, önümüzdeki yıl pazara sunulması için gerekli altyapı çalışmaları tamamlanan klima ve ötektik ünite gruplarının 2010'da büyük ilgi uyandırması beklenmekte ve bu ilginin satış adetlerine yansması hedeflenmektedir.

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

Finansal çözüm işbirliği

En uygun finansman paketinin sağlanması, üreticisinden tüketicisine sektördeki tüm taraflar için kilit bir konudur. Doğu Otomotiv, gelen talepler doğrultusunda, iştiraki ve çözüm ortağı vdf yoluyla müşterilerine uygun finansal çözüm modelleri sunmaktadır. 2009 yılında, 60 ay vadeye kadar çıkan uygun kredi imkânları sunulması, satışların ivme kazanmasında önemli bir rol oynamıştır.

Güçlü sonuçlar

Doğu Otomotiv'in soğutma sistemleri işkolundaki toplam satışları 2009 yılında 103 adede ulaşmıştır. Yetkili Satıcı ağının devreye girmesi ve yoğun satış/pazarlama faaliyetleri, 2009 yılında satışları olumlu yönde desteklemiştir. 2010 yılında uygulanması planlanan stratejilerle satışların daha da artması 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 liderliğe emin adımlarla ilerlemektedir.

Doğuş Oto

Doğuş Oto Esenyurt Porsche Showroomu, Doğuş Oto'nun üstün hizmet kalitesinin en büyük örneklerinden birini teşkil etmektedir.

Zafer Başar

Doğuş Oto Pazarlama ve Ticaret A.Ş. Genel Müdürü

Her marka araca Doğuş Oto güvencesiyle hızlı servis

Bir Doğuş Otomotiv iştiraki olan Doğuş Oto Pazarlama ve Ticaret A.Ş., bünyesinde bulunan 6 marka için toplam 7 bölgede, 35 Yetkili Satıcı ve 32 Yetkili Servis noktası ile 175 bin metrekarelik alan üzerinde 1.095 çalışanıyla hizmet sunmaktadır.

Doğuş Oto

Doğuş Oto, hizmet kapsamındaki tüm bölgelerde yeni, ikinci el araç ve yedek parça ile aksesuar satışı yapmakta ve müşterilerine, sigorta, finans ve satış sonrası destek hizmetleri sunmaktadır.

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

Doğuş Otomotiv satışları içinden %30,4 pazar payı

Bir Doğuş Otomotiv iştiraki olan Doğuş Oto Pazarlama ve Ticaret A.Ş., bünyesinde bulunan 6 marka için (VW Binek, VW Ticari, Audi, Porsche, SEAT ve DOD) İstanbul, Ankara, İzmir ve Bursa illerinde toplam 7 bölgede, 35 Yetkili Satıcı ve 32 Yetkili Servis noktası ile toplam 175 bin metrekarelik alan üzerinde 1.095 çalışanıyla hizmet sunmaktadır.

2009 yılında 14.126 adet yeni araç satışı gerçekleştiren Doğuş Oto, Türkiye toplam binek ve hafif ticari araç pazarından %2,54 pay almıştır. Doğuş Oto'nun 2009 yılında Doğuş Otomotiv perakende satışları içinden aldığı pay ise %30,4 olmuştur.

Ayrıca bir DOD Yetkili Satıcısı olan Doğuş Oto, 2009 yılında 1.909 adet ikinci el araç satışı gerçekleştirmiştir.

Satış sonrası hizmetler cirosunda %19 büyüme

Daralan pazara rağmen Doğu Oto, 2009 yılında satış sonrası hizmetler alanında önemli gelişmeler kaydetmiştir.

Şirketin servislerine giren araç sayısı 2008 yılında 169.495 adet iken, 2009 yılında %8,1 artışla 183.212 adede ulaşmıştır. Bu artışa bağlı olarak Doğu Oto'nun cirosu satış sonrası hizmetler alanında 2008 yılına göre %19 artış göstermiştir.

Müşteri memnuniyeti ve yüksek hizmet kalitesinin desteklediği bu büyümenin 2010 yılında daha da hızlanması hedeflenmektedir. Bu hedef doğrultusunda 2007 yılında satış sonrası hizmetler ve yedek parça departmanlarında başlatılan "Yalın Yönetim" uygulamaları, 2009 yılında "Kaporta Boya Değer Akımı" ve "5S-Çalışma Ortamında Düzen ve Temizlik Yönetimi" çalışmalarıyla devam etmiştir.

Türkiye'nin en büyük Porsche showroomu

Doğu Oto, Türkiye'de 1996 yılından bu yana satışını gerçekleştirdiği Porsche'nin en büyük showroomunu 2009 yılının ilk günlerinde Esenyurt'ta hizmete açmıştır. Hizmete giren showroom, toplam 1.212 metrekare kapalı alanıyla Orta ve Doğu Avrupa bölgesinin en büyük 5. showroomudur.

Doğu Oto'nun hizmet kalitesini daha da geniş kitlelere ulaştırmasına olanak tanıyan yeni yatırımlar 2010 yılında da devam edecektir. Doğu Oto Bursa, 2010 yılı içinde yeni ve modern tesisinde hizmet vermeye başlayacaktır.

Oto-Fix ile kaliteli hizmet

Doğu Oto güvencesiyle düşük maliyetli, hızlı, yaygın ve kaliteli servis hizmeti vermek üzere 2008'de Doğu Oto bünyesine katılan Oto-Fix, 2009 yılında toplam 6.584 araç kabul etmiştir.

2010 yılında Esenyurt, Küçükbakkalköy, Bursa, İzmir ve Ankara Etimesgut olmak üzere 5 bölgede faaliyet göstermeye devam edecek olan Oto-Fix, kaporta-boya, mekanik bakım-onarım ve ekspertiz hizmetlerini, Doğu Oto uzmanlığı ve kalitesiyle VW Grubu dışındaki markalara yaymayı hedeflemektedir.

D-Auto Suisse SA

Bu çok önemli bir başarı! İki yıl süren hazırlık döneminin ardından Doğu Otomotiv, 900 m²'lik teşhir salonu ile İsviçre'nin en geniş, ferah ve modern Porsche satış noktasını Lausanne kentinde kurdu.

İsviçre’de gururlandıran başarı

D-Auto Suisse SA, iki yıllık bir projelendirme süreci sonucunda, Eylül 2009 tarihinde, yeni Porsche bayii olarak Lausanne kentinde faaliyete başlamıştır.

D-Auto Suisse SA, tüm dünyayı etkileyen elverişsiz ekonomik şartlara rağmen, hizmete açıldığı 2009 Eylül ortasından yıl sonuna kadar imzalanan 49 adet sözleşme ve teslim edilen 30 adet yeni araçla güçlü ve kararlı bir satış performansı sergilemiştir. D-Auto Suisse SA, yalnızca 3 aydır faaliyette olmasına karşın bölgedeki segment payını %13,33’ten %17,37’ye yükseltmiştir.

Modellere göre performans

İlk aylardaki satış performansı yeni Porsche Panamera’nın lansmanından önemli ölçüde etkilenmiş ve bu nedenle özellikle Panamera modelinde oldukça yüksek bir satış başarısı elde edilmiştir. Teslim edilen otomobillerin modellere göre dağılımı şu şekildedir:

Model	Adet	Payı (%)
Boxster	2	7
Cayman	2	7
Cayenne	10	33
911	9	30
Panamera	7	24

Faaliyetler/Etkinlikler

Lausanne’daki D-Auto Suisse SA’da trafik yaratmak ve müşteri kitlesini geliştirmek için ana faktör etkinliklerdir. Eylül ayında düzenlenen açılış ve lansman etkinliği yaklaşık 1.500 ziyaretçi çekerken, potansiyel müşterilerle irtibat kurulması ve geliştirilmesi açısından da son derece başarılı olmuştur.

D-Auto Suisse SA, müşteri ilişkilerini güçlendirmek ve teşhir salonu trafiği yaratmak amacıyla her ay satış ve satış sonrası etkinlikleri düzenlemeyi planlamaktadır.

Aynı zamanda çapraz pazarlama faaliyetleriyle şirketin lüks segment müşteri veri tabanı her geçen gün genişletilmektedir. Harley Davidson, Porsche Design ve Hublot gibi markalarla beraber yapılan etkinlikler sayesinde irtibat sayısı daha da artacaktır.

2010 yılında yeni araç satış hedefi 195 adet

2010 yılı, şirketimizin tam kapasiteyle çalışacağı ilk yıl olacaktır. D-Auto Suisse SA'nın tamamen faaliyette olacağı bu yıl içindeki satış hedefi 195 yeni araç satmaktır. Satışı hedeflenen 195 aracın ağırlıklı kısmını, yüksek donanımlı premium ürünler olan 911, Panamera ve yeni Cayenne gibi modeller oluşturacaktır.

D-Auto Suisse SA, pazardaki yavaş gelişime rağmen İsviçre ortalamasının üzerinde segment paylarını yakalayarak 2010 yılında mali başabaş noktasına ulaşmayı hedeflemektedir. Bu hedeflere ulaşmak için güçlü bir büyüme stratejisi izlenecektir.

Personel

Faaliyete geçiş döneminde 20 personelin istihdam edildiği şirket, 2010 yılında tam kapasiteye ulaştığında 25 uzman personel ve 3 stajyerden oluşan bir personel altyapısıyla hizmet verecektir.

DOD

İkinci el araç alım satımında en büyük kurumsal şirket olma misyonuyla hareket eden DOD, 2009 yılında 10.746 adet araç satışı ile sektöründeki liderliğini sürdürmüş, geliştirdiği yeni proje ve altyapı çalışmalarıyla sektöre damgasını vurmuştur.

İlhami Eksin

DOD, Thermo King, VW-Scania Endüstriyel ve Deniz Motorları Marka Genel Müdürü

10 yıldır güvenle büyüyörüz

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

Açık artırma organizasyonları

DOD, 2009 yılında düzenlediği 31 farklı açık artırmada 1.031 adet araç satmış ve kuruluşundan bu yana yaptığı toplam açık artırma satışlarının %56'sını 2009 yılında

gerçekleştirmiştir. Her 84 saniyede bir araç satışının yapıldığı DOD açık artırmaları 2009 yılında İstanbul dışına çıkarak İzmir'den sonra Adapazarı, Ankara, Mersin ve Samsun'daki DOD Yetkili Satıcılarında da ilk kez düzenlenmiştir.

Sektörde bir ilk: “İkinci Elde Sertifikalı Eğitim Programı”

DOD, 2009 yılında sektörde bir ilke imza atarak, Türkiye genelindeki Yetkili Satıcı personelinin, düzenlediği eğitimlerle bir araya getirmiştir. Satış, pazarlama ve 101 Nokta Ekspertizi alanlarında verilen eğitimlere “temel” seviyede başlanmıştır. Bu eğitimi başarıyla tamamlayıp sertifikalarını almaya hak kazanan Yetkili Satıcı personelinin eğitimine bundan sonra “geliştirilmiş” ve “profesyonel” seviyelerde düzenlenecek eğitimlerle devam edilecektir.

ParkDOD ve PrimeDOD'dan ilk yılında 1.100 adet araç satışı

DOD'un müşteri ihtiyaçları çerçevesinde şekillendirdiği ParkDOD ve PrimeDOD ürünleri, 2009 yılında da müşterilerinin beklentilerine cevap vererek hedeflerine ulaşmıştır.

Aracını satmak isteyen, ancak satış noktasına aracını sürekli bırakamayan tüketiciler için geliştirilmiş bir sistem olan ParkDOD sayesinde tüketiciler, hafta içi ya da hafta sonu satış sistemleri dahilinde DOD Yetkili Satıcılarının mevcut satış noktalarına araçlarını bırakarak ParkDOD hizmetinden faydalanmaktadır. İkinci el sektöründe karşılarında kurumsal bir muhatap görmek isteyen müşterilerin önemli bir ihtiyacına cevap veren ParkDOD sistemiyle 2009 yılında 1.005 adet araç satışı gerçekleştirilmiştir.

DOD sistemi üzerinde farklı bir ürün/hizmet konumlandırmasına gidilerek geliştirilen PrimeDOD, lüks segmentte yer alan araçların ikinci el alım satımını özel bir fiziki yapılanma ve ayrı bir web sitesi yoluyla gerçekleştirmektedir. Satışa sunulan araçların standart olarak bir yıl süreli PrimeDOD Garantisi'ne sahip olduğu sistem üzerinden 2009 yılında 99 adet araç satışı gerçekleştirilmiştir.

DOD Mobil Sitesi yayında

Türkiye'nin ilk kurumsal web sitesi olan www.dod.com.tr'ye, mekân ya da bilgisayar sınırı olmaksızın mobil telefonlar vasıtasıyla erişim imkânı sağlayan DOD Mobil Sitesi, Kasım 2009'da faaliyete geçmiştir. Kullanıcıların araçlarının piyasa fiyatını öğrenebildikleri, araç satın almak isteyenlerin DOD'un Türkiye genelindeki Yetkili Satıcılarında bulunan stokları inceleyebildiği ve araç satmak isteyenlerin Satış Formu ile Yetkili Satıcılara ulaşabildikleri site, <http://m.dod.com.tr/> adresinden ziyaret edilebilmektedir.

SensatDOD 2010 yılında yayında

Araç alıp satmak isteyenleri doğrudan bir araya getiren web siteleri, ikinci el otomotiv sektöründe önemli bir pazar oluşturmaktadır. Bu alanda farklılık yaratma misyonuyla yaklaşık bir yıldır altyapı çalışmalarını sürdüren DOD, Aralık 2009'da SensatDOD web

sitesini test kullanımına açmıştır. SensatDOD, alanında lider olma misyonuyla 2010 yılının ilk çeyreğinde faaliyete geçecektir.

DOD, 10 yıldır güvenle büyüyor

DOD, 2010 yılında faaliyete geçişinin 10. yılını müşterileriyle birlikte kutlamaya hazırlanmaktadır. 10 yıldır sektörde yarattığı "ilk"lerle adından sıkça söz ettiren ve güvenle büyüyen DOD, 2010 yılında çeşitli etkinlik ve faaliyetlerle müşterilerine ulaşarak iletişimini bu strateji üzerine kuracaktır.

vdf

Otomotiv finansmanının her alanında faaliyet göstermeyi ilke edinen vdf, 2009 gibi zor bir yılda da bu hedef doğrultusunda yatırımlarını sürdürmüş ve vdf Faktoring Hizmetleri A.Ş. şirketini kurarak değer zincirinin bir halkasını daha tamamlamıştır.

Kemal Ören

vdf Grubu Genel Müdürü

Yatırımlara ve büyümeye devam

vdf Grubu, müşterilerine otomotiv finansmanı alanında her türlü hizmeti en iyi şekilde sunmak üzere kurulmuştur. Volkswagen Financial Services A.G.'nin uluslararası bilgi donanımı ve Doğuş Grubu'nun otomotiv ve finans sektörlerindeki deneyimlerinin birleşimi ile vdf, tüketicilere yeni ve farklı finansal ürün ve hizmetler sunmaktadır.

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

vdf Otomotiv Finansmanı, tüketici finansmanı şirketleri arasında %30'luk pazar payı ile 2009 yılında da zirvedeki yerini korumuştur. Tüm finans kuruluşları içinde bireysel kredilerde %12'lik bir pazar payına sahip olan vdf, Doğuş Grubu markaları içerisinde %38 gibi yüksek bir penetrasyon oranına sahiptir. Özellikle 2009 yılında piyasalarda yaşanan belirsizliklere rağmen vdf, yıl sonu itibarıyla tüm alanlarda hedeflerine ulaşmıştır.

2009 ile benzer özelliklere sahip bir yıl olması beklenen 2010'da da vdf'nin hedefi aynı başarıyı sürdürmek ve faaliyet gösterdiği tüm alanlarda rakiplerinin önünde yer almaktır.

Marka portföyü ve kampanyalar

vdf, 2009 yılı içerisinde de mevcut marka portföyünü korumuş ve çalıştığı markalara yönelik kampanya ve etkinlikleri desteklemeyi sürdürmüştür. Audi A3 araçlar için kredi ve kredi koruma sigortasının bir arada sunulduğu “Audi A3 Planguard Hediye” kampanyası ile VW Binek Araç alanlara krediyle birlikte kasko ve uzatılmış garantinin beraber sunulduğu “Hep Yeni” kampanyası bunun örnekleridir.

vdf Sigorta Hizmetleri (vdf Sigorta Aracılık Hizmetleri A.Ş.)

Yenilikçi ürünleriyle sigorta sektöründe faaliyet göstermekte olan vdf Sigorta Hizmetleri, 2009 yılında müşterilerine farklı sigorta ürünleri sunmayı sürdürmüştür. 2008 yılında lansmanı gerçekleştirilen Planguard (Kredi Koruma Sigortası) ve Fulllife (Uzatılmış Garanti Sigortası) ürünleri ile Komboplan (Uzun Dönemli Kasko) ürününün satışına, vdf Otomotiv Finansmanı ile birlikte tek bir ödeme planı içerisinde 2009’da da devam edilmiştir.

Bu çerçevede 2009 yılı içerisinde Volkswagen Binek Araç sahiplerine yönelik olarak gerçekleştirilen “Hep Yeni” kampanyası, söz konusu ürünlerin müşterilerimizce tercih edilmesinde, tanınmasında ve Yetkili Satıcılarımızın servis giriş adetlerini korumasında önemli bir rol oynamıştır. 2007 Aralık ayından bu yana toplamda 6.400 aracın garanti süresini uzatan ve satış adedine göre %8’lik bir penetrasyona ulaşan vdf Sigorta Hizmetleri, diğer yandan Doğu Otomotiv ile birlikte, Audi A3 modeli satın alan müşterilere 2009 yılının Eylül ve Ekim aylarında Planguard ürününü hediye etmiş ve bu kampanyanın da etkisiyle 1 yılını henüz dolduran Planguard ürününde %16’lık bir penetrasyona ulaşmıştır. Şirket, 2009 yılını tüm sigorta ürünlerinin toplam satışında 40.000 poliçe barajını yakalayarak tamamlamıştır.

vdf Sigorta Hizmetleri, yenilikçi ürünlerine 2010 yılının ilk aylarında Doğu Grubu markalarına özel olarak piyasaya sunacağı “Markalı Kasko” ürününün lansmanı ile devam edecektir.

vdf Faktoring Hizmetleri A.Ş.

Distribütör ve Yetkili Satıcılara faktoring ve finansman hizmetleri sağlayacak olan vdf Faktoring Hizmetleri A.Ş.’nin kuruluş izni BDDK tarafından Ocak 2009’da verilmiş ve şubat ayı içerisinde kuruluş işlemleri tamamlanarak şirketin tescili gerçekleştirilmiştir. Haziran-temmuz aylarında süren denetimlerin ardından BDDK tarafından Kasım 2009’da yeni şirketimize faaliyet izni verilmiştir. Faktoring Hizmetleri A.Ş.’nin 2010 Ocak-Mart dönemi içerisinde hazırlıklarını tamamlayarak distribütör ve Yetkili Satıcılara hizmet vermeye başlaması planlanmaktadır.

TÜVTURK

Şirketimiz, araç muayenelerine yönelik zorunluluğu müşteri memnuniyeti sağlayacak şekilde yapılandırmakta ve hizmet kalitesini artırmaya yönelik yatırımlarını sürdürmektedir.

Naci Başerdem

TÜVTURK Genel Müdürü

Kalite işimizin temeli; bağımsızlık, tarafsızlık ve dürüstlük temel ilkemizdir.

Türk sermayesinin uluslararası şirketlerle aktif işbirliğinin başarılı bir örneği olan TÜVTURK, aynı zamanda Türkiye'nin hizmet sektöründe gerçekleştirdiği en büyük özelleştirmedir.

TÜVTURK, Türkiye çapında uluslararası standartlarda araç muayenesi hizmeti vermek üzere 2005 yılında kurulmuş ve 15 Ağustos 2007 tarihinde T.C. Ulaştırma Bakanlığı ve T.C. Başbakanlık Özelleştirme İdaresi Başkanlığı ile imzalanan imtiyaz sözleşmesiyle faaliyetlerine başlamıştır.

Türk sermayesinin uluslararası şirketlerle aktif işbirliğinin başarılı bir örneği olan TÜVTURK, aynı zamanda Türkiye'nin hizmet alanında gerçekleştirdiği en büyük özelleştirme olma özelliğine sahiptir. TÜVTURK'ün 2009 yılı cirosu 550 milyon TL, FAVÖK'ü (EBITDA) 51 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. TÜVTURK İstanbul'un operasyonları konsolide cironun 106 milyon TL'sini kapsamaktadır.

Türkiye'nin tamamında uluslararası standartlarda hizmet

2009 yılı sonu itibarıyla 81 ilde toplam 190 sabit araç muayene istasyonu mevcuttur. Sabit istasyon bulunmayan 800'ün üzerinde ilçeye gezici istasyonlarla hizmet götürülmektedir. Şirket merkezi ve Türkiye coğrafyasına yayılmış 47 alt işleticisi ile birlikte 1 milyar ABD doları yatırım harcaması yapılmış olup, yaklaşık 3.000 kişinin üzerinde istihdam yaratılmıştır.

Türk Akreditasyon Kurumu TÜRKAK tarafından TS EN ISO/IEC 17020 “Çeşitli Tipteki Muayene Kuruluşlarının Çalıştırılması İçin Genel Kriterler” standardı çerçevesinde yapılan denetimler 2009 yılında başarıyla tamamlanmış ve tüm istasyonlar Akreditasyon Sertifikası’na sahip olmuştur. TÜVTURK Araç Muayene İstasyonları projesinin planlama, inşaat ve işletiminin çevre dostu ve evrensel İş Sağlığı Güvenliği kurallarına uygunluğu, Ekvator Prensipleri temelinde gerçekleştirilen Çevre Değerlendirmesi (Environmental Assessment) denetimlerinde tespit edilerek belgelenmiştir.

TÜVTURK, modern ve tek tip istasyonları, muayene cihazları, ileri teknolojiye sahip operasyonel süreç yönetim sistemi ve müşteri memnuniyetine yönelik çağdaş uygulamalarıyla uluslararası alanda araç muayene sektörünün önde gelen kuruluşlarından biridir.

5,1 milyon araca muayene hizmeti

2009 yılında TÜVTURK istasyonlarında 5,1 milyon araç muayene edilmiş, ücretsiz muayene tekrarı ve ücretsiz tespit muayenesi ile beraber 10 milyon muayene gerçekleştirilmiştir. 2010 yılında araç sayısının 5,6 milyona, muayene adedinin de ücretsiz muayene tekrarı ve ücretsiz tespit muayenesi ile beraber 11 milyona yükselmesi beklenmektedir.

Yatırımlara devam

2009 yılı içerisinde İstanbul-Samandıra ve Kocaeli-Gebze’de ek istasyon, Edirne-Keşan, Kırklareli-Lüleburgaz ve Antalya-Manavgat’ta ise ek kanal yatırımları tamamlanmıştır. Bolu-Gerede’de inşa edilen yeni istasyonun 2010’da faaliyete geçmesi, Ankara, Bursa ve Kırıkkale için de birer ek istasyon inşa edilmesi planlanmıştır.

Yeni muayene sistemi

2009 yılı Ekim ayından itibaren TÜVTURK, Garanti Teknoloji ile birlikte geliştirilmiş, en yeni teknolojiye sahip operasyonel süreç yönetim sistemi “VIAonline”ı kullanmaya başlamıştır. Yetkili tüm kurum ve kuruluşlara internet üzerinden erişim imkânı sunan bu yazılım sayesinde bütün muayene süreçleri gerçek ve eşzamanlı olarak yürütülebilmekte ve izlenebilmektedir.

Yola Elverişlilik Muayenesi

T.C. Ulaştırma Bakanlığı Kara Ulaştırması Genel Müdürlüğü tarafından yetkilendirilmiş 17 ildeki 21 istasyonda, Avrupa Birliği ülkelerine yük taşımacılığı yapan araçların taşınması gereken “Yola Elverişlilik Belgesi”ni alabilmek için gereken muayene hizmeti verilmektedir. Bu hizmet, periyodik muayene ile birlikte ya da tek başına alınabilmektedir.

Egzoz gazı emisyon ölçümü

2009 yılı sonu itibariyle T.C. Çevre ve Orman Bakanlığı tarafından yetki belgesi almış 35 ildeki 46 istasyonda egzoz gazı emisyon muayenesi hizmeti verilebilmektedir. 2010 yılında bu sayının 150'ye yükseltilmesi hedeflenmektedir.

Çağrı Merkezi

Ağustos 2008'de hizmete giren "TÜVTURK Çağrı Merkezi" haftanın her günü 08:00-20:00 saatleri arasında hizmet vermektedir. Randevu, bilgi alma ve şikâyet amaçlı olarak ayda ortalama 110 bin çağrı alınmaktadır.

Randevu sistemi

13 Mart 2009 tarihinde başlayan randevu ile muayene hizmeti 43 ildeki 91 istasyonda uygulanmaktadır. 2009 yılı içinde 1 milyondan fazla araç sahibinin yararlandığı bu hizmetle, yarım saat içinde müşterilerin muayene işlemini tamamlamaları hedeflenmektedir. Büyük şehirlerde araç muayenelerinin %80'i artık randevu ile gerçekleştirilmektedir.

Kafeteryalar

Sosyal ihtiyaçların karşılanması amacıyla kurulmaya başlanan ve 2009 yılı sonu itibariyle 6 noktada hizmet veren kafeterya sayısının 2010 yılında 30'a çıkarılması hedeflenmektedir.

LeasePlan

2009 yılında pazara sunduğumuz yeni ürün ve uygulamalarla sektörümüzde standartları yükselttik ve sürdürülebilir müşteri memnuniyeti sağladık. Aynı başarıları 2010 yılında da imza atmayı hedefliyoruz.

F. Türkay Oktay

LeasePlan Genel Müdürü

Küçülen pazarda büyüyen bir marka

LeasePlan'ın global deneyimi ile Doğu Otomotiv'in dinamizmini birleştirerek, operasyonel kiralama hizmetini yeni ürünlerle zenginleştirmeyi, yaygınlaştırmayı ve müşterilere ulaştırmayı amaçlıyoruz.

2007 yılında %51 LeasePlan ve %49 Doğu Otomotiv ortaklığıyla kurulan LeasePlan Türkiye, LeasePlan'ın global deneyimi ile Doğu Otomotiv'in dinamizmini birleştirerek hem

yabancı, hem de büyük ve küçük ölçekli yerel firmalara operasyonel kiralama hizmetini yaymayı amaçlamaktadır.

Operasyonel kiralamada Avrupa lideri olan LeasePlan, 6.200 çalışanı ile 4 kıtada ve 30 ülkede 1 milyon 400 bin adetlik 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.

Operasyonel kiralama çözümlerini uluslararası deneyim ve yerel bilgi birikimine dayanarak sunan LeasePlan Türkiye, müşterilerinin ihtiyaçlarına bütünlük içinde, proaktif yaklaşım ve uzmanlığın yanı sıra dürüstlük ilkesiyle eğilmektedir.

2009’da operasyonel kiralama pazarı

Global krizin derinleşmesiyle birlikte, 2009 yılında birçok sektörde yaşanan daralma nedeniyle şirketler yeni kiralama yapmak yerine mevcut kontratlarını uzatmayı tercih etmiş ya da eleman sayısındaki düşüş nedeniyle şirket araçlarını erken iade etme eğilimine girmiştir. Bu durum, operasyonel kiralama pazarında %10’luk bir küçülmeye yol açmıştır.

Daralan pazarda artan pazar payı

LeasePlan Türkiye, 2009 yılında filo kiralama pazarında yaşanan küçülmeye rağmen sunduğu yeni ürünler, proaktif çözümler ve kaliteli hizmet anlayışı sayesinde pazar payını %7’ye yükseltmeyi başarmıştır.

2009 yılı sonu itibariyle 2.483 adet yeni kontrat yaparak yönettiği toplam araç portföyünü 6.227 adede yükselten LeasePlan, 783 farklı müşteriye hizmet vermektedir.

Operasyonel kiralama alanında çok markalı araç portföyü stratejisi ile hareket eden LeasePlan’ın 2009 yılı sonu itibariyle portföyünde Volkswagen, SEAT, Audi, Skoda, Renault, Ford, Fiat ve Toyota gibi, filo pazarında önemli paya sahip araçlar yer almaktadır.

LeasePlan Türkiye, 2009 yılında DOD Yetkili Satıcıları kanalıyla 2.302 adet ikinci el satışı gerçekleştirmiştir.

Yılın başında Doğuş Oto ile yapılan anlaşma doğrultusunda, filoda bulunan VW, Audi, SEAT ve Skoda marka araçlar için sadece Doğuş Oto servis noktalarından hizmet alınmaya başlanmıştır. LeasePlan’ın filosunda bulunan tüm araçların bakım ve onarımları Yetkili Servislerde yapılmaktadır.

Yeni ürün ve hizmetler

LeasePlan Türkiye, kaliteli hizmet anlayışı ve sürekli müşteri memnuniyeti anlayışı doğrultusunda geliştirdiği öncü profesyonel çözümleri 2009 yılı başından itibaren hayata geçirmeye başlamıştır. Filo yönetiminde ve giderlerin kontrol altında tutulmasında müşterilere önemli kolaylıklar sağlayacak olan Filo Raporlama - Online Raporlama Sistemi ocak ayında, OGS Yönetimi hizmeti de nisan ayında devreye girmiştir. Küçük filoların temel ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik HazırPlan ürünü ise kasım ayında pazara sunulmuştur.

Hedefler

LeasePlan Türkiye, 2010 yılında pazara sunacağı yeni ürünler, hizmetler ve öncü uygulamalar sayesinde sağlıklı büyümesini sürdürerek pazar payını ve marka bilinirliğini artırmayı ve bununla paralel olarak müşteri memnuniyetinde elde ettiği üstün başarıyı daha da geliştirmeyi hedeflemektedir.

Yedek Parça ve Lojistik

Yedek Parça ve Lojistik, sinerjinin modern ve en iyi uygulamalarını geleceğin teknolojisiyle birleştirmekte ve Doğu Otomotiv'in çoklu marka yapısı için sürekli değer üretmektedir.

Mustafa Karabayır

Yedek Parça ve Lojistik Genel Müdürü

Dünyanın en prestijli markalarına değer yaratan hizmet

Yedek Parça ve Lojistik, 2009 yılında 45.754 adet aracın ithalatını ve Yetkili Satıcılara sevkıyatını gerçekleştirerek 2009 yılını yedek parça ve aksesuar satışından elde edilen 264,8 milyon TL ciro ve %34,2 brüt kâr marjı ile kapatmıştır.

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 VW-Scania Endüstriyel ve Deniz Motorları, Thermo King Mobil Isı Kontrol Sistemleri ve yedek parçalarının ithalatı, depolanması ve Yetkili Servislere sevk edilmesi faaliyetlerini yürütmektedir.

2009 yılında otomotiv sektöründe yaşanan dalgalanmaya karşın Yedek Parça ve Lojistik başarılı bir faaliyet yılı geçirmiştir.

Üstün bir sinerji uygulaması

Yedek Parça ve Lojistik, sinerjinin modern ve en iyi uygulamalarıyla geleceğin teknolojisini birleştirmekte ve Doğu 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:

- VW, Audi, SEAT, Porsche, Bentley, Lamborghini, Scania ve Thermo King markalarının yedek parça ve aksesuarlarının yurtdışına sipariş edilmesi, ithalatı, depolanması, stok yönetiminin yapılması ve Yetkili Servislere siparişlerine istinaden dağıtılması
- VW, Audi, SEAT, Porsche, Bentley, Lamborghini, Scania, Krone ve Meiller marka araçların antrepo ve stok sahalarında korunması ve Yetkili Satıcılara ulaştırılması
- Tüm grup markası araçların ithalat ve homologasyon operasyonlarının marka temsilcileri adına yürütülmesi
- Krone ve Meiller markalarının yedek parça ve aksesuarlarının 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,
- Aksesuar pazarlama faaliyetlerinde yeni kaynaklar bularak satış hacmini artırmak, Yedek Parça ve Lojistik'in öncelikli hedefleri arasındadır.

Doğuş Sigorta

Doğuş Grubu şirketlerine, çalışanlarına ve diğer müşterilerine en iyi sigortacılık hizmetleri sunmayı kendine misyon edinmiş olan Doğuş Sigorta Aracılık Hizmetleri, 2009 yılında da çalışmalarını bu doğrultuda sürdürmüştür.

En iyi sigortacılık hizmeti Doğuş Holding güvencesiyle bir arada

1984 yılında kurulan Doğuş Sigorta Aracılık Hizmetleri, tecrübeli ve güvenilir bir kurum olarak müşterilerine sigortacılık alanında hizmet vermektedir.

Tecrübeli bir aracı kurum

Bir Doğuş Holding kuruluşu olan Doğuş Sigorta Aracılık Hizmetleri, 26 Mart 1984 tarihinde kurulmuş, tecrübeli bir aracı kurumdur.

Doğuş Sigorta, Doğuş Grubu şirketlerine ve diğer müşterilerine en iyi hizmeti sunma hedefi doğrultusunda 2009 yılında da çalışmalarını 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 Eureka B.V.'ye satılmasıyla çalışmalarına Eureka Sigorta acentesi olarak devam eden Doğuş Sigorta, 2009 yılında tüm ürünlerinde toplam 12,7 milyon YTL'lik prim üretimine ulaşmıştır.

Geniş çalışma alanı

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

2010 yılında gelişmeye devam

Doğuş Sigorta 2010 yılında gelişmeye ve büyümeye odaklıdır. Eureka Sigorta ile işbirliği kapsamında en yeni sigorta ürünlerini, en yüksek verimliliği sağlayacak şekilde müşterilerine

sunmaya devam edecek olan Doğuş Sigorta, Doğuş Holding'in güvenilirliğini sigortacılık sektöründe de peręinlemeyi hedeflemektedir.

Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum Raporu

Doğuş Otomotiv Servis ve Ticaret Anonim Şirketi'nde 31 Aralık 2009 tarihinde sona eren faaliyet döneminde aşağıdaki açıklamalar paralelinde Sermaye Piyasası Kurulu tarafından yayımlanan Kurumsal Yönetim İlkeleri uygulanmıştır.

1. PAY SAHİPLERİ

1.1. Pay Sahipliği Haklarının Kullanımının Kolaylaştırılması

Şirketimizde pay sahipleri ile ilişkiler Yatırımcı İlişkileri Departmanı tarafından yürütülmektedir.

Yatırımcı İlişkileri Departmanı sorumluları:

CFO

Dr. Berk Çağdaş

Telefon: (0262) 676 90 90

Faks: (0262) 676 90 96

Yatırımcı İlişkileri Yöneticisi

Verda Beste Taşar

Telefon: (0262) 676 90 58

Faks: (0262) 676 90 96

E-mail: yatirimciiliskileri@dogusotomotiv.com.tr

1.2. Pay Sahiplerinin Bilgi Edinme Haklarının Kullanımı

Dönem içinde pay sahiplerinin yaptığı tüm başvuru ve sorularına herhangi bir ayırım yapılmaksızın telefon, e-posta veya bire bir görüşmeler yolu ile cevap verilmiştir. Dönem içerisinde 200'ün üzerinde farklı kişiden telefon alınmış, farklı zamanlarda aynı kişilere talep üzerine tekrar bilgi verilmiştir. Ayrıca 250'nin üzerinde yazılı (e-posta ve faks aracılığı ile) başvuru olmuş, talep edilen bilgiler taraflara sağlanmıştır. Dönem içerisinde 80 adet bire bir toplantı, 1 adet çoklu katılımlı telekonferans ve 1 adet analist toplantısı gerçekleştirilerek 50 adet bireysel ve kurumsal yatırımcı ile hissedara bilgilendirme yapılmıştır. Yurtdışında yerleşik kurumsal yatırımcılara bilgi vermek amacıyla Londra, Frankfurt, Paris ve New York'ta yatırımcı ziyaretleri yapılmıştır. Pay sahiplerinin ihtiyaç duyacağı tüm gerekli bilgiler Doğuş Otomotiv internet sitesinde yer almakta ve düzenli olarak güncellenmektedir. Şirket

Esas Sözleşmesi'nde özel denetçi atanması bir hak olarak düzenlenmemiştir. 2009 yılında pay sahiplerinden bu konuda bir talep alınmamıştır.

1.3. Genel Kurul Bilgileri

2008 yılı faaliyetlerine ilişkin Olağan Genel Kurul Toplantısı 27 Nisan 2009 tarihinde saat 11:00'de "Doğuş Power Center Alışveriş Merkezi, Doğuş OtoMotion İstanbul, Maslak Mahallesi, Ahi Evran Polaris Cad., G-45, No. 4, Maslak, Şişli-İstanbul" adresinde yapılmış; toplam 110.000.000 TL'lik sermayeye tekabül eden 110.000.000 adet hisseden asaleten katılan olmamış, 81.682.342 TL'lik sermayeye karşılık gelen 81.682.342 adet hisse vekâleten toplantıda temsil edilmiştir. Menfaat sahipleri ile medya, belirtilen Genel Kurul Toplantısı'na katılmıştır. Toplantıya ait davet, kanun ve Ana Sözleşme'de öngörüldüğü gibi ve gündemi ihtiva edecek şekilde Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi'nin 09 Nisan 2009 tarih ve 7288 sayılı nüshasında ve Genel Kurul'a katılımı kolaylaştırmak için ayrıca İstanbul'da çıkan 10 Nisan 2009 tarihli Milliyet ve Radikal gazetelerinin Türkiye baskılarında ilan edilmek suretiyle süresi içinde yapılmıştır.

Genel Kurul tutanakları internet sitemizde sürekli olarak pay sahiplerine açık tutulduğu gibi, şirket merkezimizde de incelenebilmektedir.

1.4. Oy Hakları ve Azınlık Hakları

Şirketimizin tüm hisse senetleri hamiline yazılıdır ve şirket kârına katılım veya oy imtiyazı içermemektedir.

1.5. Kâr Dağıtım Politikası ve Kâr Dağıtım Zamanı

Şirketimiz, aşağıda açıklanan ve Esas Sözleşmemizde yer alan kâr dağıtım politikasını Halka Arz Sirküleri ve İzahnamesi yoluyla kamuya duyurmuştur. Buna göre:

Şirketin Safi Kârı

Şirketin safi kârı, şirketin olağan faaliyetlerinden elde ettiği hasılat ile olağanüstü gelir ve kârlardan, bu faaliyetlere ilişkin olarak yapılan olağan giderler, amortisman ve olağanüstü gider, kurumlar vergisi ile aynı mahiyetteki ödenmesi zorunlu vergi ve fonların indirilmesi suretiyle bulunan meblağdır. Safi (net) kâr, varsa geçmiş yıl zararlarının düşürülmesinden sonra sırası ile aşağıda gösterilen şekilde tevzi olunur.

Birinci Tertip Kanuni Yedek Akçe

Safi kârdan, Türk Ticaret Kanunu'nun 466. maddesi uyarınca ödenmiş sermayenin 1/5'ini buluncaya kadar %5 kanuni yedek akçe ayrılır.

Birinci Temettü

Sermaye Piyasası Kanunu'nun 15. maddesi dikkate alınarak ve bu konuda yapılmış Sermaye Piyasası Kurulu düzenlemelerine uygun olarak, söz konusu Kurul tarafından saptanan oran ve miktarda birinci temettü ayrılır.

Yönetim Kurulu Üyelerine Dağıtılacak Temettü

Genel Kurul, yukarıdaki indirimler yapıldıktan sonra birinci temettü miktarına hanel gelmemek üzere dağıtılabilir kârın %4'üne kadar bir meblağı Yönetim Kurulu başkanı ve üyelerine dağıtılabilir.

Personele Dağıtılacak Temettü

Yukarıdaki indirimler yapıldıktan sonra birinci temettü miktarına hanel gelmemek üzere, Genel Kurul, dağıtılabilir kârın %4'üne kadar bir meblağı şirket personeline dağıtılabilir.

İkinci Temettü

Safi kârdan yukarıdaki meblağlar düşüldükten sonra kalan kısım Genel Kurul tarafından kısmen veya tamamen ikinci temettü olarak dağıtılabilir gibi, olağanüstü yedek akçe olarak da ayrılabilir.

İkinci Tertip Kanuni Yedek Akçe

Türk Ticaret Kanunu'nun 466. maddesi 3. fıkrası hükmü uyarınca ikinci tertip kanuni yedek akçe ayrılır.

Dağıtım İlkeleri

i. Yasa hükmü ile ayrılması gereken yedek akçeler ayrılmadıkça ve Esas Sözleşme'de pay sahipleri için belirlenen birinci temettü nakden ve/veya hisse senedi biçiminde Sermaye Piyasası düzenlemelerinin verdiği imkân ve zorunluluklara uyularak dağıtılmadıkça; başka yedek akçe ayrılmasına, ertesi yıla kâr aktarılmasına ve temettü dağıtımında bulunulması halinde imtiyazlı pay sahiplerine, katılma, kurucu ve adi intifa sahiplerine, Yönetim Kurulu üyeleri ile memur, müstahdem ve işçilere, çeşitli amaçlarla kurulmuş ve kurulabilecek olan vakıflar ve bu gibi kişi ve/veya kurumlara kâr payı dağıtılmasına karar verilemeyeceğine ilişkin mevzuat hükümleri aynen uygulanır.

ii. Temettü, hesap dönemi itibarıyla mevcut payların tümüne, bunların ihraç ve iktisap tarihleri dikkate alınmaksızın eşit olarak dağıtılır.

iii. Kâr dağıtımına ilişkin olarak Sermaye Piyasası Kurulu'nca çıkarılmış veya çıkarılacak düzenlemelere uyulur.

1.6. Payların Devri

Şirketimiz Esas Sözleşmesinde pay devrini kısıtlayan hükümler bulunmamaktadır.

2. KAMUYU AYDINLATMA VE ŞEFFAFLIK

2.1. Doğuş Otomotiv Bilgilendirme Politikası

Şirketimizde, Kurumsal Yönetim İlkeleri II. Bölüm Madde 1’de belirtilen esas ve araçları baz alan bir bilgilendirme politikası oluşturulmuştur. Kamuyu aydınlatma ve şeffaflık kriterleri doğrultusunda gerekli bilgi akışının zamanında, doğru, eksiksiz, anlaşılabilir, analiz edilebilir ve kolay ulaşılabilir şekilde düzenli sağlanması hedeflenmiştir. Bilgilendirme politikamız, kamuya açık toplantıların düzenlenmesi, yatırımcı ve hissedarlarla ilişkilerin yürütülmesi ve müşterilerin bilgilendirilmesini kapsayacak şekilde sürdürülmekte ve koordine edilmektedir. Şirketimizin bilgilendirme politikası, Yönetim Kurulu Başkanımız Sayın Aclan Acar veya kendisinin yetkilendireceği kişi veya kişiler tarafından yürütülmektedir.

Şirketimiz, ana ortaklarının yanında bireysel, kurumsal yatırımcı ve hissedarlarımıza yönelik uygulamaları bir bütün olarak ele almaktadır. Şirketimizde Kurumsal Yönetim İlkeleri doğrultusunda, Sermaye Piyasası düzenlemelerinin takibi ve Sermaye Piyasası kurumlarıyla ilişkilerin yürütülmesi, hissedar ve yatırımcıların bilgi taleplerinin karşılanması ve pay sahipliği haklarının kullandırılmasıyla beraber, başta Genel Kurullara ilişkin düzenlemelerden, internet sitesi dahil bilgi akışının sağlanması ve gerekli koordinasyonun düzenlenmesi, bilgilendirme politikamızın temelleri arasındadır.

Şirketimizce yatırımcı bilgilendirme toplantıları yapılmakta, bu toplantılarda yatırımcılarımıza sektörde pazarın gelişimi, şirketimizin pazardaki payı, satış adetleri ve satış gelirleri, dönemsel ve kümüle kâr/zarar bilgileri açıklanmaktadır. Bireysel ve kurumsal yatırımcılarımız ile hissedarlarımızın şirket faaliyetlerini yakından tanımaları açısından showroom ve lojistik merkezi ziyaretleri ile bilgilendirmeler yapılmıştır. Ayrıca şirketimizin önemli projeleri ve açıklanması gereken diğer bilgiler, SPK mevzuatı çerçevesinde kitle iletişim araçları yoluyla yatırımcılarımızla paylaşılmaktadır. Toplantılarla ilgili her türlü bilgi ayrıca web sitemizde yayımlanmaktadır.

Olağan Genel Kurul Toplantısı her yıl gerçekleştirilmekte ve hissedarlarımızın Genel Kurul’a katılımı için gereken tüm çalışmalar kayıt altına alınarak yürütülmektedir. Şirketin faaliyet raporları, yasal düzenlemelere uygun şekil ve içerikte gerek basılı, gerekse internet ortamında erişilebilir durumdadır. SPK mevzuatına ve UFRS’ye uygun olarak hazırlanmış periyodik mali tablo ve raporlar İMKB’ye gönderilerek yayımlanmakta ve sonrasında web sitemizde paylaşımına açılmaktadır. Söz konusu raporların talep eden kurum, kuruluş veya şahıslara ulaştırılması temin edilmektedir. Şirketimiz internet sitesi (www.dogusotomotiv.com.tr) aktif ve günceldir.

2.2. Özel Durum Açıklamaları

Şirketimizce 2009 yılı içerisinde 17 özel durum açıklaması yapılmıştır. Yıl içerisinde 2 kez ek açıklama yapılmıştır. Şirket hisse senetleri yurtdışı borsalara kote değildir.

2.3. Şirket İnternet Sitesi ve İçeriği

Şirketimiz kamuyu aydınlatma kapsamında; ticaret sicil bilgilerini, son durum itibariyle ortaklık yapısını, Yönetim Kurulu'nu, imtiyazlı payları, Esas Sözleşme'nin son halini, yıllık faaliyet raporlarını, özel durum açıklamalarını, yatırımcı bilgilendirme sunumlarını, periyodik mali tablo ve raporları, izahnameleri ve halka arz sirkülerlerini, Genel Kurul toplantılarının gündemlerini, katılanlar cetvelini, toplantı tutanaklarını ve vekâleten oy kullanma formunu "www.dogusotomotiv.com.tr" internet sitesinde yayımlamaktadır.

2.4. Gerçek Kişi Nihai Hâkim Pay Sahibi/Sahiplerinin Açıklanması

Şirketimizde gerçek kişi nihai hâkim ortak bulunmamaktadır. Ancak dolaylı iştirakten arındırılmış gerçek kişi pay sahipleri kamuoyuna 2004 yılında yayımlanan halka arz izahnamesinde açıklanmış olup, kamuoyunda bu hususa ilişkin ayrıca açıklama yapılmasını gerektirmeyecek kadar bilinirlik mevcuttur.

2.5. İçeriden Öğrenebilecek Durumda Olan Kişilerin Kamuya Duyurulması

İçeriden bilgi öğrenebilecek durumda olan kişilerin listesi, faaliyet raporunun Organizasyon Şeması başlığı altında yer alan organizasyon şemasında kamuya duyurulmuştur.

3. MENFAAT SAHİPLERİ

3.1. Menfaat Sahiplerinin Bilgilendirilmesi

Doğuş Otomotiv Grubu'nun menfaat sahipleri olan müşteriler, pay sahipleri, çalışanlar, tedarikçiler, devlet ve sosyal çevre, kendilerini ilgilendiren konularda bilgilendirilmektedirler. Bilgilendirmeler; İMKB'ye yapılan özel durum açıklamalarının, gerçekleştirilen Genel Kurul toplantı tutanaklarının, bağımsız denetçi raporlarının ve finansal tabloların, bireysel ve kurumsal yatırımcılara yapılan sunumların ve şirket hakkında 3. şahıslar tarafından hazırlanmış raporların yazılı medya kanallarında ve internet sitemizde yayımlanması suretiyle gerçekleştirilmektedir.

Tüm işlevsel fonksiyon ve marka görüşleri alınarak Süreç Yönetimi kontrolünde geliştirilen şirket prosedürlerinin güncel iş akış enstrümanları olarak değerlendirilmesi olağan faaliyetlerimizdendir. Bu amaca uygun olarak ve bilgi paylaşımı gerektiren birçok alanda çalışanlarımız, kendileri için hazırlanan intranet kanalıyla, şirketle ilgili konular hakkında bilgilendirilmektedir.

Ayrıca, telefon ile alınan sorular veya talepler hızla değerlendirilerek ilgili bildirimler yapılmaktadır.

3.2. Menfaat Sahiplerinin Yönetime Katılımı

Kurumsal Yönetim İlkeleri çerçevesinde, menfaat sahiplerinin yönetime katılımına dair gerekli kanallar faaliyete geçirilmekte ve iyileştirme çalışmaları sürekli olarak devam etmektedir.

Pay sahipleri: Pay sahiplerinin yönetime katılımı ve haklarının korunması, ilgili kanunlar ve mevzuat çerçevesinde değerlendirilerek sağlanmaktadır.

Çalışanlar: Çalışanların, yetki ve sorumlulukları çerçevesinde karar alma mekanizmalarına dahil edilmelerinin haricinde intranet ortamında talep, öneri ve görüşlerini paylaşabilecekleri platformlar oluşturulmuştur. Öneri ve Ödül Sistemi doğrultusunda katılım sağlayan çalışanlarımızın görüşleri yetkili takımlar tarafından ele alınmakta ve gerektiğinde ödüllendirilmektedir.

Müşteriler: Düzenli olarak bağımsız bir şirket tarafından müşteri memnuniyet anketleri yapılmaktadır. Müşteri İlişkileri Departmanı'na gelen müşteri talepleri ve anketler yoluyla elde edilen müşteri görüşleri yetkili departmanlarca değerlendirilerek gerekli güncellemeler yapılmaktadır. Bununla beraber, yıl içinde düzenlenen yetkili satıcı organizasyonlarıyla müşteriler şirket stratejisi ve planları hakkında bilgilendirilmektedir.

Daha etkili, verimli ve kaliteli hizmet anlayışına paralel olarak, menfaat sahipleriyle şirket politika ve kararlarının şekillenmesinde aktif rol oynayan toplantıların yapılması ve sonuçların değerlendirilerek aksiyon alınması katılım sürecinin bir parçasıdır.

Yönetime doğrudan katılan hâkim ortaklarımız haricindeki ortaklarımız ise düzenlenen Genel Kurullar vesilesiyle yönetime iştirak etmektedir.

3.3. İnsan Kaynakları Politikası

Bir hizmet şirketi olarak Doğuş Otomotiv, gücünü kurumsal değer olarak kabul ettiği insan kaynağından almaktadır. Bu çerçevede insan kaynakları politikamız;

- Doğuş Grubu'nun değerlerini benimseyen (Biz samimiyetle çözer, uygular, geliştiririz),
- Şirket dinamiğinin gerektirdiği yetkinliklere sahip,
- Müşterinin önemini bilen,
- Öğrenme ve gelişmeye istekli,
- Kurum içerisinde verimliliği esas alan,
- Sistem odaklı yaklaşım sergileyen,
- Yüksek performansı uzun dönemli sürdürebilen

Çalışanları şirketimize kazandırmak, onların mesleki ve kişisel gelişimlerine katkı sağlamak ve potansiyellerini en verimli şekilde kullanmalarına olanak tanımaktır.

3.4. Müşteri ve Tedarikçilerle İlişkiler Hakkında Bilgiler

CRM – Müşteri İlişkileri Yönetimi Birimi

şirketimiz bünyesinde müşteri memnuniyetini yönetmek ve sadakatini/kârlılığını yükseltecek çalışmalar yapmak, müşterilerimize daha yakın olabilmek, müşterilerimizle ilişkilerimizi takip ve kayıt altına alabilmek amacıyla CRM-Müşteri İlişkileri Birimi, Stratejik Pazarlama ve Kurumsal İletişim Direktörlüğü altında yapılandırılmıştır.

CRM Birimi'nin temel sorumlulukları arasında:

- Müşteri verilerinin doğru, güncel ve ulaşılabilir şekilde saklanması için gerekli tüm çalışmaların yerine getirilmesi,
- Kurum içerisinde müşteri odaklı çalışma anlayışının kurum kültürü olarak benimsenmesinin sağlanması,
- Süreç iyileştirme amaçlı olarak i ve dış müşteri memnuniyet araştırmaları (CSS, CSI, DSS) ile gizli müşteri araştırmalarının yapılması ve markalardan gelen araştırma taleplerinin karşılanması, sonuçlarının lmlenmesi, değerlendirilmesi ve raporlanması,
- Yetkili Satıcı ve markalardan gelen talepler doğrultusunda direkt pazarlama faaliyetlerinin (e-mail, sms, mms, direkt posta ve web) izinli pazarlama dahilinde optimizasyonu sağlanmış olarak gerçekleştirilmesi, lmlenmesi ve raporlanması,
- Markaların pazarlama ve satış faaliyetlerini hedef kitleye uygun olarak yapılandırabilmeleri için gerekli analizlerin sunulması,
- Markalar, Yetkili Satıcı ve Servisler ile ortak projeler geliştirilmesi ve yürütülmesi,
- CRM çalışmalarının marka performansına etkisinin lmlenmesi amaı ile tasarlanan "CRM Karnesi"nin yönetimi yer almaktadır.

Müşteri şikâyet Yönetimi

şirketimizin bünyesinde müşteri memnuniyetini sağlamak amacıyla bir Müşteri İlişkileri ve Operasyon Departmanı bulunmaktadır. Söz konusu departman, müşteri memnuniyetini sağlamanın yanında müşteri bağlılığını ve sadakatini yükseltmek amacıyla ürünlerimiz ve hizmetlerimiz hakkında tarafımıza telefon, faks, e-mail ya da mektupla ulaşan müşteri şikâyet ve isteklerini kayıt altına almakta, çözümlenmekte ve ivedilikle müşterilere konu hakkında bilgilendirmelerde bulunmaktadır. Bu görevler yürütülürken hız ve ilgi en st düzeyde tutularak müşterilere beklentilerinin üzerinde hizmet sunulması amaçlanmaktadır. Buna ek olarak ağrı merkezimizde bütün bu hizmetlerin yanında e-mailing, telemarketing ve lansman hizmetleri de verilmektedir. Diğer yandan müşteri şikyetlerinin oluşmadan önlenmesi için bayilerin eğitilmesi, yönlendirilmesi, sürekli motive edilmesi ve müşteri ile ilgili iş süreçlerinin analiz edilerek gerekli iyileştirmelerin yapılması da Müşteri İlişkileri ve

Operasyon Departmanı tarafından uygun araçlarla gerçekleştirilmektedir. Ayrıca müşterilerimize yol yardım hizmetlerini veren tedarikçi firma bu departmanımız tarafından denetlenmekte ve yönlendirilmektedir.

Tedarikçilerle İlişkiler

Doğuş Otomotiv'in "otomotiv değer zincirinin tüm halkalarını kapsayan" yapısı nedeniyle geniş bir sosyal paydaş ağı bulunmaktadır. Türkiye ithal otomotiv pazarının lideri olan şirketimizin, Doğuş Otomotiv çalışanları, yatırımcılar, yetkili satıcılar, yetkili servisler, medya, bürokrasi ve iş ortaklarının yanı sıra, distribütörlüğünü yaptığı uluslararası markaların üreticileriyle de şeffaf ve yakın bir ilişkisi vardır. 1994 yılında Volkswagen ve Audi markalarının distribütörlüğünün alınması ile başlayan bu ilişki 15 yılı aşkın süredir gelişerek sürmektedir. Bugün Doğuş Otomotiv, Volkswagen Grubu'na bağlı markaların tümünü bünyesinde barındıran dünyadaki tek distribütör şirkettir.

Tüm sosyal paydaşları ile ilişkilerinde "beklentilerin üzerinde yaratıcı hizmet" vizyonu doğrultusunda hareket eden Doğuş Otomotiv, bu anlayışın bir sonucu olarak uzun vadeli ve sürekli gelişen iş ortaklıklarına imza atmaktadır. Kalite yönetimi konusunda Volkswagen, Audi, SEAT markaları ve Lojistik Merkezi için Almanya TUV'den ISO 9001:2000 sertifikasına sahip olan Şirket, müşteri memnuniyetini ve kaliteyi en önemli değerleri olarak görmektedir.

Türkiye'de yürüttüğü başarılı perakende çalışmalarını İsviçre'ye de taşıyan Şirket, Lozan'da "D-Auto Suisse SA" şirket ismi ile hizmet veren Porsche satış ve servis merkezinin açılışını Eylül 2009'da gerçekleştirmiştir. Merkez, Doğuş Otomotiv'in üretici ortağı ile yürüttüğü çalışmanın bir ürünüdür.

2009 içerisinde üretici ortağı Volkswagen AG tarafından yıl boyunca yapılan değerlendirmeler neticesinde Şirket'in iş ortağı Opat Otomotiv ve Doğuş Otomotiv perakende iştiraki Doğuş Oto, "Service Quality Awards" yarışmasında Avrupa'nın en iyi 100 servisi arasında yer almışlardır. Bunun yanında Audi AG tarafından yapılan satış CSS ölçümlemesinde 100 puanlık hedef geçilerek 101,19'luk ortalama CSS puanına erişilmiştir. Aynı dönemde Audi AG'nin satış sonrası hizmetler alanında, dünya çapındaki Audi yetkili servisleri arasında gerçekleştirdiği "Audi Twin Cup" Türkiye finalinde Doğuş Oto birinci olmuştur.

Doğuş Otomotiv'in iştirakleri de aynı kurum kültürü çerçevesinde tüm paydaşları, iş ortakları ve tedarikçileri ile etkin ilişkiler kurmaktadır. Bu bağlamda, Şirket'in operasyonel filo kiralama uzman iştiraki LeasePlan, 2009 yılında TNS tarafından tüm LeasePlan ülkeleri için yapılan müşteri memnuniyeti anketi sonuçlarına göre TRI*M Index (Bağlılık Endeksi) notunda 81 puanla birinci sırada yer almıştır. TÜVTURK ise, Mart 2009'dan itibaren randevu sistemine geçerek bu alanda bir ilki gerçekleştirmiştir. Aralık 2009 tarihi itibarıyla 43 ildeki 91

istasyonda randevulu olarak hizmet veren TÜVTURK, bugün büyük şehirlerde araç muayenelerinin yüzde 80'ini randevu ile gerçekleştirmektedir.

Doğuş Otomotiv, tüm iş ortakları, tedarikçi firmalar ve üreticilerle açık ve verimli ilişkiler kurma anlayışıyla hareket etmektedir. Bu şekilde üreticinin yanı sıra tüm tedarikçi firmalarla ve iş ortaklarıyla uzun soluklu işbirlikleri geliştirmektedir.

Tedarikçi firmaların değerlendirilmesi, objektif ve ölçülebilir kriterlerle oluşturulan puanlama sistemine göre yapılmaktadır. Tedarikçi firmaların seçimi, bu firmaların satın alma şartlarını ve ürün/hizmet şartnamesini karşılayabilme, bunu tutarlı ve güvenilir bir şekilde sürdürebilme yeterlilikleri konusunda belgelerle desteklenen kanıtlar temel alınarak yapılmaktadır. Tedarikçilerle kalite politikaları doğrultusunda şekillendirilen ilişkilerin yalın ve sürdürülebilir olması esas alınmaktadır.

3.5. Sürdürülebilirlik ve Sosyal Sorumluluk Çalışmaları

Doğuş Otomotiv, Türk halkının ve özellikle de genç neslin trafik konusundaki genel sorumluluk, bilinç ve algısını artırmak amacıyla 2004 yılında "Trafik Hayattır" sloganıyla başlattığı sosyal sorumluluk faaliyetlerini daha geniş bir platformda değerlendirmek ve tüm iş süreçlerine yaymak amacıyla 2009 yılı itibariyle sürdürülebilirlik çalışmalarını başlatmıştır.

Tüm dünyada toplum refahının ve şirket değerlerinin korunması amacıyla yaygınlaşan sürdürülebilirlik çalışmaları, Türkiye'deki şirketler tarafından da uygulanmaya başlamıştır. Doğuş Otomotiv'de de, 2009 yılında başlatılan sürdürülebilirlik çalışmaları kapsamında iş süreçleri tek tek incelenerek mevcut durum analizleri gerçekleştirilmiş, kısa ve uzun vadeli iş hedefleri ve aksiyon planları belirlenmiştir.

Doğuş Otomotiv-Volkswagen Eğitim Laboratuvarı, Samandıra ve Şişli

Doğuş Otomotiv, endüstri ve meslek liselerinde eğitime destek vermek ve daha çok öğrenciye eğitim ve iş imkânı sağlamak amacıyla 2005 yılında eğitim laboratuvarları kurmaya başlamıştır.

İlk laboratuvarı Şişli Endüstri ve Meslek Lisesi'nde açan Doğuş Otomotiv, ikincisini Kartal Samandıra Endüstri ve Meslek Lisesi'nde açarak Doğuş Otomotiv Volkswagen Eğitim Laboratuvarı'nda her yıl 50 öğrenciye eğitim vermeye başlamıştır. Laboratuvarı da iş güvenliğinden benzinli ve dizel motorlara, temel elektrik ve akım şemalarından kalorifer-klima ve fren sistemine kadar teknik elemanlar için gerekli tüm eğitimler verilmektedir. Doğuş Otomotiv kurulduğu günden bu yana 60'ı aşkın endüstri ve meslek lisesini desteklemiştir. Yakın gelecekte Bursa, Ankara ve İzmir'de eğitim amaçlı daha fazla sayıda laboratuvar açılması planlanmaktadır.

4. YÖNETİM KURULU

4.1. Yönetim Kurulu'nun Yapısı, Oluşumu ve Bağımsız Üyeler

Yönetim Kurulu üyeleri Aclan Acar, Süleyman Kadir Tuğtekin, Hayrullah Murat Aka, Emir Ali Bilaloğlu, Hasan Hüsnü Güzelöz, Özlem Denizmen Kocatepe, Ekrem Nevzat Öztangut ve Osman Cem Yurtbay'dır. Yönetim Kurulu Başkanı Aclan Acar'dır. Şirketimiz Yönetim Kurulu'nda bağımsız üye bulunmamakla birlikte, Yönetim Kurulu yasal düzenlemelere paralel olarak gerekli nitelikleri haiz kişilerden oluşmaktadır.

Şirketin stratejik hedefleri, faaliyet sonuçları ve performans göstergeleri Yönetim Kurulu tarafından düzenli aylık toplantılar aracılığıyla izlenmektedir.

4.2. Yönetim Kurulu Üyelerinin Nitelikleri

Şirketimiz Yönetim Kurulu üyelerinin seçimi, SPK Kurumsal Yönetim İlkeleri IV. Bölümünün 3.1.1, 3.1.2 ve 3.1.5. maddelerinde yer alan niteliklerle örtüşüp, Türk Ticaret Kanunu'nun ilgili maddelerine istinaden yapılmaktadır.

4.3. Şirketin Vizyon ve Misyonu ile Stratejik Hedefleri

Doğuş Otomotiv, vizyon, misyon ve kurumsal stratejilerini oluşturmak için 2006 yılında detaylı çalışmalara imza atmıştır. Bu çalışmalarda, şirket genelinde kapsamlı katılım, uluslararası karşılaştırma analizleri ve yerel tecrübelerin harmanlanmasıyla Doğuş Otomotiv'in faaliyetlerine önümüzdeki yıllarda yön verecek olan stratejiler belirlenmiştir.

2007 yılında ise belirlenen vizyon, misyon ve stratejilerin şirket geneline duyurulması ve benimsetilmesi için periyodik olarak geniş kapsamlı ve yöneticiler düzeyinde toplantılar düzenlenmiş, ayrıca şirket içi haberleşme kanalları ile de iletişimi sağlanmıştır. Bu doğrultuda belirlenen stratejiler 2008 yılında uygulamaya geçirilmiş olup, marka ve iştiraklerin yıllık iş planları da belirlenen stratejiler doğrultusunda hazırlanmıştır.

Vizyonumuz:

Beklentilerin üzerinde yaratıcı hizmet sağlamaktır.

Misyonumuz:

Doğuş Otomotiv, otomotiv sektöründe, müşteri odaklılık prensibi üzerinde çalışan, sektörünü iyi tanıyan, paydaşlarının beklentilerini bilen ve yeni beklentiler tanımlayıp, bunların en üst düzeyde tatminini hedefleyen, yaratıcı insan gücüne sahip ve bu doğrultuda teknolojiyi iyi kullanan, güvenilir, otomotiv değer zincirinin her alanında verimli ve kârlı hizmet vermeyi hedefleyen bir otomotiv şirkettir.

Stratejimiz:

BÜYÜK OL – YAKIN OL – YARATICI OL

BÜYÜK OL diyerek;

- Doğu Otomotiv'in Türkiye'de ve uluslararası pazarlarda değer zincirinin her alanında, sistematik, verimli ve kârlı faaliyet alanı genişlemesini ve katma değer büyümesini,
- Bu büyümenin hızlı ve sistematik gelişimi için ve aynı zamanda bunun bir sonucu olarak insan gücü kariyer gelişimini,

YAKIN OL diyerek;

- Başta müşterilerimiz olmak üzere tüm paydaşlarımızın beklentilerini anlayıp, onlarla olan ilişkilerimizi en hızlı şekilde beklentilerinin üzerinde mükemmel bir seviyeye taşımayı,
- Doğu Otomotiv'in verimlilik ve kârlılık yönünden operasyonel mükemmelliğe ulaşmasını sağlayacak önlemlerin alınması için etkin sistemlerin kurulmasını ve bu şekilde finansal ve operasyonel durumunun çok yakından izlenip analiz edilmesini,

YARATICI OL diyerek;

- Ürün geliştirme, müşteri hizmeti, iş konsepti açısından katılımcı bir anlayışla sürekli olarak yeniliklerle pazarda farklılık ve rekabet avantajı yaratmayı,
- Süreç iyileştirme yönünden yine katılımcılık ve ekip çalışması ile işleri "daha yalın, daha hızlı, daha ucuz" yapacak önlem ve yöntemleri geliştirmeyi

temel kurumsal stratejilerimiz olarak belirlemiş bulunmaktayız.

4.4. Risk Yönetim ve İç Kontrol Mekanizması

Şirketi etkileyebilecek belirsizlikleri tanımlamak, risk alma profilini yönetmek ve kurumsal hedeflere ulaşabilmek için makul güvence sağlamak amacıyla kurulan Kurumsal Risk Yönetimi, çalışanlar, üst yönetim ve Yönetim Kurulu tarafından etkilenen, stratejilerin belirlenmesinde yararlanılan ve tüm kurumda uygulanan etkin bir yapıya sahiptir.

Şirket Yönetim Kurulu'na bağlı bir alt komite olan Risk Yönetim Komitesi, Yönetim Kurulu'nun verdiği yetki ile risk yönetim uygulamaları konusunda danışmanlık vermek ve çalışmalarını koordine etmekle görevlendirilmiştir.

Olasılık, etki ve süreç kapsamında ele alınan riskler finansal, operasyonel, stratejik ve dış çevre riskleri olarak sınıflandırılmaktadır. İçerik doğrultusunda ilgili genel müdürlükler ve Mali ve İdari İşlerden Sorumlu Genel Müdürlük tarafından izlenen risklerin konu edildiği risk yönetimi çerçevesinde Yönetim Kurulu ve Denetim ve Risk Komitesi, İcra Kurulu Başkanlığı tarafından ayrıca bilgilendirilmektedir.

Finansal Kontrol Bölümü (eski adıyla İç Kontrol Bölümü), iç kontrol sisteminin takibi ve geliştirilmesi amacıyla Ağustos 2007'de kurulmuştur. Bölüm, Mali ve İdari İşlerden Sorumlu Genel Müdürlük bünyesinde faaliyet göstermektedir.

Şirketin kontrol ortamının güçlendirilmesi başta olmak üzere; mali sonuç(lar) doğuran ve/veya şirketi taahhüt altına sokabilecek operasyonların izlenmesi, potansiyel risklerin tespit edilerek gerekli tedbirlerin alınması, hedeflenen sonuçların ve verimliliğin sağlanması, finansal duruma ilişkin raporların güvenilirliğinin temini, yürürlükteki mevzuat ve prosedürlere uygunluk, paydaşların doğru bilgilendirilmesi ve tüm bu konularda yönetim mercilerine proaktif destek verilmesi, bölümün asli faaliyet alanlarıdır.

Şirkette, Uluslararası İç Denetim Standartları doğrultusunda hazırlanmış DOAŞ İç Denetim Departmanı Yönetmeliği çerçevesinde Denetim ve Risk Komitesi'ne bağlı olarak denetim faaliyetlerini sürdüren bir İç Denetim Departmanı mevcuttur. Söz konusu departman, risk esaslı hazırlanmış olan ve Yönetim Kurulu tarafından onaylanan yıllık denetim planı çerçevesinde, şirketin süreçlerini ve iç kontrol faaliyetlerini belirlenen amaçlar doğrultusunda düzenli ve sistematik olarak denetlemekte ve gözden geçirmektedir.

Yönetim Kurulu üyelerinden oluşan Denetim ve Risk Komitesi ise faaliyetlerini Denetim ve Risk Komitesi Tüzüğü çerçevesinde gerçekleştirmektedir. Denetim ve Risk Komitesi, muhasebe, denetim, iç kontrol sistemi ve finansal raporlama uygulamaları ile ilgili olarak Yönetim Kurulu'na gözetim görevinde yardımcı olmaktadır.

Finansal araçlar ve finansal risk faktörlerine ilişkin detaylı bilgi 1 Ocak – 31 Aralık 2009 hesap dönemine ait Konsolide Finansal Tablolar ve Bağımsız Denetim Raporu Not 29'da yer almaktadır.

4.5. Yönetim Kurulu Üyeleri ile Yöneticilerin Yetki ve Sorumlulukları

Şirketin Yönetim Kurulu üyeleri ve yöneticilerinin yetki ve sorumluluklarına şirket Esas Sözleşmesi'nin 9., 12. ve 13. maddelerinde yer verilmektedir.

4.6. Yönetim Kurulu'nun Faaliyet Esasları

Yönetim Kurulu toplantıları her sene başında belirlenmekte ve katılımcılara duyurulmaktadır. Yönetim Kurulu, en az ayda bir kez toplanmakta ve toplantı günleri önceden bütün üyelere sirküle edilmektedir.

Yönetim Kurulu sekreteryası, Yönetim Kurulu Başkanı'nın önerisiyle hazırladığı toplantı gündemi taslağını diğer Yönetim Kurulu üyelerine gönderir. Yönetim Kurulu üyelerinin gündem hakkında ilave veya değişiklik önerilerinin Yönetim Kurulu Başkanı tarafından değerlendirilmesini müteakip, gündem kesinlik kazanır.

Yönetim Kurulu'nda görüşülen konular ayrıca toplantı notları haline getirilir ve saklanır.

Yönetim Kurulu üyelerinin her konuda farklı görüş açıklama ve bu konuda kararlara şerh düşme imkânı bulunmaktadır.

Şirketimiz Yönetim Kurulu'nda bağımsız üye bulunmamaktadır.

4.7. Şirketle Muamele Yapma ve Rekabet Yasağı

Şirket Yönetim Kurulu üyeleri için dönem içinde Şirket'le işlem yapma ve rekabet yasağının uygulanıp uygulanmaması, Yönetim Kurulu üyelerinin Şirket'le işlem yapmaları ve rekabet etmeleri halinde bundan dolayı oluşabilecek çıkar çatışmalarına ilişkin konularda, Türk Ticaret Kanunu'nun 334. ve 335. maddelerine paralel olarak ve bu konuda Genel Kurul'da alınan kararlara göre yapılacak olan düzenlemeler benimsenmiştir.

4.8 Etik Kurallar

Doğuş Otomotiv Grubu İnsan Kaynakları ve Süreç Yönetimi tarafından;

- Doğuş Grubu değerleri, kurum kültürü ve stratejilerimiz çerçevesinde çalışanlarımızın müşteriler, tedarikçiler, şirket ile ticari ilişki içerisinde bulunan diğer firma ve kişiler ile medya ile ilişkilerini düzenleyen ve Kurumsal İletişim Rehberi ile de tüm esasları tanımlanan,
- Zaman ve kaynak kullanımı, şirkete ait bilgi gizliliği ve güvenliği, çıkar çatışması yaratabilecek faaliyetler ile ilgili uygulama esaslarında etik ilke ve değerleri belirleyen

“Etik İlkeler Prosedürü” oluşturulmuş ve intranette çalışanlarımıza duyurulmuştur.

Bu prosedürde yer alan değer ve ilkelere ek olarak, toplumsal değer yargılarına ve yasal kurallara ters düşen yaklaşım ve davranışları ve buna bağlı cezai yaptırımları düzenlemeyi amaçlayan Disiplin Yönetmeliği de İnsan Kaynakları ve Süreç Yönetimi tarafından hazırlanarak tüm çalışanlarımıza duyurulmuş ve intranette çalışanların erişimine sunulmuştur.

4.9. Yönetim Kurulu'nda Oluşturulan Komitelerin Sayı, Yapı ve Bağımsızlığı

Yönetim Kurulu'nda belirlenmiş olan komiteler ve komite üyeleri ile sorumluları şöyledir:

- Denetim ve Risk Komitesi: Murat Aka, Nevzat Öztangut
- Bayi Komitesi: Cem Yurtbay, Ali Bilaloğlu
- İnsan Kaynakları ve Ücretlendirme (“Remuneration”) Komitesi: Aclan Acar, Hasan Güzelöz, Ali Bilaloğlu
- Stratejik Planlama ve İş Geliştirme Komitesi: Özlem Denizmen, Ali Bilaloğlu, Süleyman Tuğtekin
- Etik ve Kurumsal Yönetim Komitesi: Nevzat Öztangut, Özlem Denizmen
- Disiplin Komitesi: Hasan Güzelöz, Ali Bilaloğlu

- Yönetim Kurulu diğer görev dağılımı aşağıdaki gibidir;
- Endüstriyel Yatırımlar ve İnşaat İşleri: Süleyman Tuğtekin
- Finansal İştirakler: Murat Aka
- Hukuk Konuları: Hasan Güzelöz
- Pay Sahipleri ile İlişkiler: (IMKB) Hasan Güzelöz

4.10. Yönetim Kurulu'na Sağlanan Mali Haklar

Şirketimiz Yönetim Kurulu'na, Genel Kurul tarafından onaylanması durumunda Esas Sözleşme hükümlerimize uygun olarak temettü ödemesi yapılabilmektedir.

Sermaye Yapısı ve Ortaklık Hakkında Bilgiler

1. SERMAYE YAPISI VE ORTAKLIK HAKKINDA BİLGİLER

Şirketimizin çıkarılmış sermayesinde dönem içinde bir değişiklik olmamıştır.

Şirketimizin son ortaklık yapısı aşağıda belirtilmiştir.

Ortaklık Yapısı		
	Nominal Değerler (TL)	%
Doğuş Holding A.Ş.	38.730.609	35,21
Halka açık	37.950.000	34,50
Doğuş Araştırma Geliştirme ve Müşavirlik Hizmetleri A.Ş.	33.319.043	30,29
Diğer Doğuş Grubu şirketleri	348	0,00
TOPLAM	110.000.000	100

2006 yılı kârından dağıtılan temettü 1,00 TL'lik hisse başına tüzel kişiler için 0,0617 TL, gerçek kişiler için ise (%10 gelir vergisi kesintisi sonrası) 0,0555 TL olmuştur. 2007 yılı kârından dağıtılan temettü ise 1,00 TL'lik hisse başına 0,2048 TL brüt / 0,1741 TL net olmuştur. 2008 yılında kâr dağıtımı yapılmamıştır.

2. DOĞUŞ OTOMOTİV HİSSE BİLGİLERİ

Reuters kodu: DOAS.IS

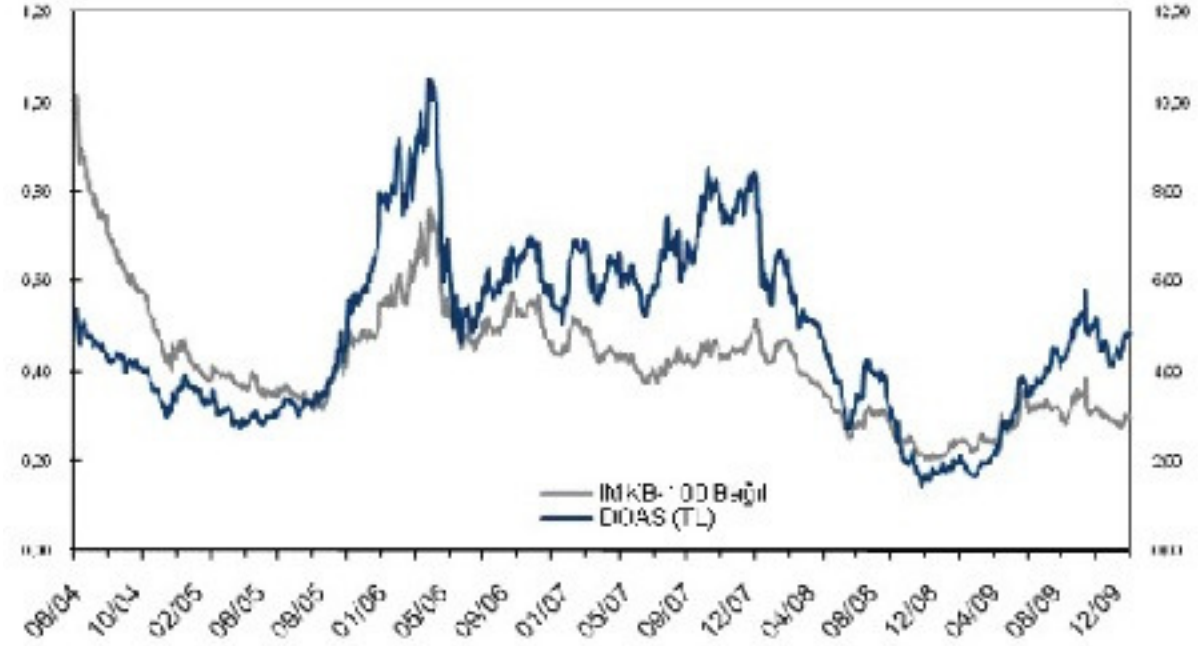
Bloomberg kodu: DOAS.TI

Doğuş Otomotiv'in hisseleri 17 Haziran 2004 tarihinde halka arz olmuştur ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) "DOAS.IS" kodu ile işlem görmektedir.

Performans	
	%
Kapanış fiyatı (TL)	4,84
52 hafta - En yüksek (TL) (05 Ocak 2009)	5,80
52 hafta - En düşük (TL) (09 Mart 2009)	1,65
1 aylık % değişim	5,4
3 aylık % değişim	7,6
6 aylık % değişim	94,6
1 yıllık % değişim	173,9

* 31.12.2009 itibarıyla verilmiştir.

Kaynak: Reuters



GENEL VE İDARİ FAALİYETLER

1. OPERASYONEL GÖSTERGELER

Şirketimizin operasyonel göstergeleri aşağıdaki gibi gerçekleşmiştir.

	2006	2007	2008	2009	Değişim (%)
Satış adedi	77.711	71.690	55.307	50.789	-8
Satış gelirleri (bin TL)	2.527.865	2.552.084	2.144.139	2.129.485	-1
Personel sayısı	1.694	1.951	2.005	1.769	-12

2. 2009 YILI ÜST DÜZEY YÖNETİCİ BİLGİLERİ

2.1. Yönetim Kurulu Üyelerinin Görevleri

Adı Soyadı	Görevi
Aclan Acar	Yönetim Kurulu Başkanı
Süleyman K. Tuğtekin	Yönetim Kurulu Başkan Vekili
H. Murat Aka	Yönetim Kurulu Üyesi & Denetim Komitesi Başkanı
E. Ali Bilaloğlu	Yönetim Kurulu Üyesi
Özlem Denizmen Kocatepe	Yönetim Kurulu Üyesi
Hasan Hüsnü Güzelöz	Yönetim Kurulu Üyesi
Cem Yurtbay	Yönetim Kurulu Üyesi
Ekrem Nevzat Öztangut	Yönetim Kurulu Üyesi & Denetim Komitesi Üyesi

2.2. Yönetimde Söz Sahibi Olan Personelin;

Adı-Soyadı	Görevi	Öğrenim Durumu
Emir Ali Bilaloğlu	Doğuş Otomotiv Genel Müdürü - CEO	Yüksek Mühendis
Dr. Berk Çağdaş	Mali ve İdari İşler Genel Müdürü	İşletme Mühendisliği / İşletme Mühendisliği Yüksek Lisansı, Doktora
Anıl Gürsoy	Porsche & SEAT Marka Genel Müdürü	İşletme
Giovanni Atilla Gino Bottaro	Audi & Bentley & Lamborghini & Bugatti Marka Genel Müdürü	Makine Mühendisliği
İlhami Eksin	DOD & VW & Scania Endüstriyel ve Deniz Motorları & Thermo King Marka Genel Müdürü	İktisat
Kerem Galip Güven	VW Ticari Araç Marka Genel Müdürü	Turizm ve Otel İşletmeciliği
Mustafa Karabayır	Lojistik Hizmetler Genel Müdürü	Jeoloji Mühendisliği / İnşaat Mühendisliği Yüksek Lisansı
Tolga Senyücel	Scania & Krone & Meiller Genel Müdürü	İşletme/MBA
Vedat Uygun	VW Binek Araç Marka Genel Müdürü	Makine Mühendisliği/MBA
Zafer Başar	Doğuş Oto Pazarlama ve Ticaret A.Ş. Genel Müdürü	İşletme
Marco Feser	D-Auto Suisse SA Genel Müdürü	Makine Mühendisliği

2.3. Yönetimde Söz Sahibi Olan Personelin;

Adı-Soyadı	Eski Görevi	Öğrenim Durumu	Son 5 Yılda Ortaklıkta Üstlendiği Görevler	Yeni Görev	Değişiklik Nedeni
Mustafa Ali Barut	Operasyondan Sorumlu Genel Müdür	İşletme	Genel Müdür		Gruptan ayrıldı
Deniz Güven	Stratejik Pazarlama ve Kurumsal İletişimden Sorumlu Genel Müdür	Grafik Sanatlar	Genel Müdür		Gruptan ayrıldı
Dr. Berk Çağdaş	Finansman, Bütçe Planlama, Risk Yönetimi, Yatırımcı İlişkileri, Strateji ve İş Geliştirme, İç Kontrol Genel Müdürü	İşletme Mühendisliği/ İşletme Mühendisliği Yüksek Lisansı, Doktora	Genel Müdür	Mali ve İdari İşler Genel Müdürü	Organizasyonel değişiklik
Bülent Güler	Doğuş Oto Mısır Genel Müdürü	Makine Mühendisliği	Genel Müdür	Doğuş Oto Filo Koordinasyon Direktörü	Organizasyonel değişiklik
Ela Kulunyar	İnsan Kaynakları Direktörü	İşletme	Direktör	İnsan Kaynakları ve Süreç Yönetimi Direktörü	Organizasyonel değişiklik
Koray Bebekoğlu	Pazarlama Müdürü	Petrol ve Maden Mühendisliği / İşletme MBA	Müdür	Stratejik Pazarlama ve Kurumsal İletişim Direktörü	Yeni atama
Yeşim Yalçın	İç Denetim Direktörü	İngilizce İktisat	Direktör	Mali İşler Direktörü	Organizasyonel değişiklik
Kerem Talih	Finans ve İdari İşler Direktörü	İngilizce İktisat	Direktör	Finans ve İdari İşler Direktörü	Yeni atama

DÖNEM İÇİNDE ESAS SÖZLEŞMEDEKİ DEĞİŞİKLİKLER

Dönem içinde herhangi bir Esas Sözleşme değişikliği yapılmamıştır.

DOĞUŞ OTOMOTİV SERVİS VE TİCARET A.Ş. VE BAĞLI ORTAKLIKLARI

2009 Yılında Yapılan Bağışlar (TL)	
Darüşşafaka Cemiyeti	752.000,00
Eğitim Kurumları	7.910,00
Diğer	11.110,00
TOPLAM	771.020,00

Kâr Dağıtım Önerisi

DOĞUŞ OTOMOTİV SERVİS VE TİCARET ANONİM ŞİRKETİ YÖNETİM KURULU KARARI

Toplantı No : 2010/18
Toplantı Tarihi : 06/04/2010
Toplantı Yeri : Şirket Merkezi

Yönetim Kurulu Aclan Acar'ın başkanlığında toplanarak aşağıdaki konuları görüşmüştür.

Şirketimiz, Sermaye Piyasası Kurulu kanun ve tebliğlerine göre düzenlenerek bağımsız denetimden geçmiş konsolide finansal tablolarına göre 2009 yılı faaliyetleri sonucunda 30.535.000-TL net kâr elde etmiştir.

Bununla birlikte 2008 yılında zarar oluştuğundan 2009 yılında elde edilen bu kârın, "Geçmiş Yıllar Zararları" hesabına aktarılmasına, aktarım sonrası geçmiş yıl zararının tamamı karşılanmadığından kâr dağıtımı yapılmaması ile ilgili önerinin Genel Kurul'a teklif edilmesine oybirliği ile karar verilmiştir.

Denetleme Kurulu Raporu

DOĞUŞ OTOMOTİV SERVİS VE TİCARET A.Ş. Genel Kurulu'na

Unvanı	:	Doğuş Otomotiv Servis ve Ticaret A.Ş.
Merkezi	:	Maslak Mahallesi, G-45, Ahi Evran Polaris Caddesi, No: 4 Ayazağa-Maslak / İSTANBUL
Kayıtlı sermaye tavanı	:	275.000.000,-TL
Ödenmiş sermayesi	:	110.000.000,-TL
Faaliyet konusu	:	Otomotiv İthalatı ve Satışı
Denetçilerin adı ve görev süresi, ortak veya şirketin personeli olup olmadığı	:	Murat İNAN, Alp KINAY 27.04.2009 tarihli Genel Kurul'da üç yıl için seçilmişlerdir. Ortak veya şirket personeli değildir.
Katılınan Yönetim Kurulu ve yapılan Denetleme Kurulu toplantıları sayısı	:	1 kez Yönetim Kurulu toplantısına katılmıştır. 4 kez Denetleme Kurulu toplantısı yapılmıştır.
Ortaklık hesapları, defter ve belgeleri üzerinde yapılan incelemenin kapsamı, hangi tarihlerde inceleme yapıldığı ve varılan sonuç	:	Yasal defterler üzerinde yapılan incelemelerde belge, kayıt ve işlemlerin Türk Ticaret Kanunu, Ana Sözleşme Hükümleri, Genel Kurul ve Yönetim Kurulu Kararları ile Genel Muhasebe ilkelerine uygun olduğu görülmüştür.
Türk Ticaret Kanunu'nun 353'üncü Maddesinin 1'inci fıkrasının 3 numaralı bendi gereğince ortaklık veznesinde yapılan sayımların sayısı ve sonuçları	:	Ortaklığın veznesi dört defa kontrol edilerek sayım yapılmış ve mevcudun kayıtlarla uygunluğu saptanmıştır.
Türk Ticaret Kanunu'nun 353'üncü Maddesinin 1'inci fıkrasının 4 numaralı bendi gereğince yapılan inceleme tarihleri ve sonuçları	:	Her ay şirket kıymetlerinin mevcudiyeti incelenmiş ve kıymetlerin kayıtlarla uygunluğu görülmüştür.
İhtikal eden şikâyet ve yolsuzluklar ve bunlar hakkında yapılan işlemler	:	Dönem içinde tarafımıza herhangi bir yolsuzluk veya şikâyet intikal etmemiştir.

Doğuş Otomotiv Servis ve Ticaret A.Ş.'nin 01.01.2009-31.12.2009 dönemi hesap ve işlemlerini Türk Ticaret Kanunu, ortaklığın esas sözleşmesi ve diğer mevzuat ile genel kabul görmüş muhasebe ilke ve standartlarına göre incelemiş bulunmaktayız.

Görüşümüze göre içeriğini benimsediğimiz ekli 31.12.2009 tarihi itibarıyla düzenlenmiş bilanço, ortaklığın anılan tarihteki mali durumunu 01.01.2009-31.12.2009 dönemine ait gelir tablosu, anılan döneme ait faaliyet sonuçlarını gerçeğe uygun ve doğru olarak yansıtmakta; kâr dağıtım önerisi yasalara ve esas sözleşmesine uygun bulunmaktadır.

Bilançonun ve gelir tablosunun onaylanmasını ve Yönetim Kurulu'nun aklanmasını oylarınıza arz ederiz.

DENETLEME KURULU

Murat İNAN



Alp KINAY

