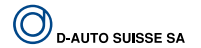




İçindekiler

4	Kurumsal Profil
5	Vizyon-Misyon, Stratejimiz ve Finansal Göstergeler
6	Doğuş Otomotiv Tarihinden Kilometre Taşları
8	Doğuş Otomotiv Yönetim Kurulu
9	Doğuş Otomotiv İcra Kurulu
10	Yönetim Kurulu Başkanı'nın Mesajı
12	İcra Kurulu Başkanı'nın Mesajı
14	Mali ve İdari İşler Genel Müdürü
16	Rakamlarla Türkiye Ekonomisi ve Otomotiv Sektörü
17	Doğuş Otomotiv'de 2011 Yılı
21	Doğuş Grubu
24	Volkswagen Binek Araç
26	Volkswagen Ticari Araç
28	Audi
30	Porsche
32	Bentley & Lamborghini
34	SEAT
36	Skoda
38	Scania
40	Krone
42	Meiller
44	Scania Endüstriyel ve Deniz Motorları
46	Thermo King
48	Doğuş Oto
50	D-Auto Suisse SA
52	DOD
54	vdf Grubu
56	TÜVTÜRK
58	LeasePlan
60	Yedek Parça ve Lojistik
62	Doğuş Sigorta Aracılık Hizmetleri
64	Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum Raporu
80	Sermaye Yapısı ve Ortaklık Hakkında Bilgiler
85	Yönetim Kurulu Kararı
86	Kâr Dağıtım Önerisi
87	Kâr Dağıtım Tablosu
88	Denetleme Kurulu Raporu
89	Konsolide Finansal Tablolar ve Bağımsız Denetim Raporu



Kurumsal Profil

İş planlarını “beklentilerin üzerinde yaratıcı hizmet” vizyonu ile oluşturan Doğu Otomotiv, kurumsal stratejisini “otomotiv değer zincirinin her alanında var olma” hedefi üzerine inşa etmektedir. Doğu Otomotiv, sektöründe Türkiye’nin en geniş marka ve hizmet ağına sahip şirkettir.

Finansal hizmetler, otomotiv, inşaat, medya, turizm, gayrimenkul ve enerji sektörlerinde faaliyet gösteren Doğu Grubu’nun bir üyesi olan Doğu Otomotiv, Türkiye’nin toptan ithal pazarında lider distribütör konumundadır. Şirket:

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

alanlarında, her biri kendi sektörünün lideri konumundaki 14 uluslararası markanın temsilcisidir. Doğu 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 Scania Engines ve soğutma sistemleri pazarında Thermo King markalarıyla hareket etmektedir.

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

Doğu 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 gidecek genişletmektedir.

Doğu Otomotiv, tüketici finansmanı, yedek parça ve aksesuar ticareti, lojistik ve müşteri hizmetleri, ikinci el araç ticareti, filo kiralama, hızlı servis, araç muaye-

ne ve sigortacılık gibi hizmet alanlarının yanı sıra son yıllarda Sakarya’da hizmete giren Meiller Doğu Dampir Fabrikası ve Krone firmasının ortaklığında İzmir Tire’de inşa edilen treyler fabrikası ile üretim alanında da önemli yatırımlara imza atmıştır.

Doğu Otomotiv, Türkiye’deki başarılı operasyonunu yurtdışına açma yönünde de girişimlerde bulunmaktadır. Şirketin VW Grubu’yla güvene dayalı yakın işbirliğinin bir sonucu olarak İsviçre’nin Lozan kentinde açtığı Porsche yetkili satış ve servis merkezi D-Auto Suisse, son yıllarda önemli bir satış başarıları elde etmiştir.

2.000’e yakın çalışanıyla Doğu Otomotiv, Türkiye’deki otomotiv sektörünün en önemli oyuncularından biridir. Kurulduğu günden bu yana ödün vermeden sürdürdüğü müşteri memnuniyetine odaklı dinamik hizmet anlayışı sayesinde Doğu Otomotiv, kurumsal itibar araştırmalarında Türkiye’nin en beğenilen ve en çok güven duyulan markaları arasında üst sıralarda yer almaktadır. Otomotiv sektöründe %12,6 pazar payına sahip olan şirket, toptan ithal pazarında lider distribütör konumundadır.

2004 yılında halka arz edilen Doğu Otomotiv hisse-leri İstanbul Menkul Kıymetler Borsası’nda “DOAS.IS” kodu ile İMKB 30 içerisinde işlem görmektedir.

Doğu Otomotiv, ticari faaliyetlerini sürekli geliştirme ve büyüme hedefleri doğrultusundaki etkinliklerini, sürdürülebilirlik çalışmalarıyla da desteklemektedir. Şirket, 2010 yılında bu yöndeki en önemli adımlarından biri olarak “Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi”ni imzalamış ve hem çalışanlarına, hem de bir parçası olduğu toplum ve çevreye ilişkin sorumluluklarını uluslararası düzeyde taahhüt altına almıştır. Doğu Otomotiv, Türk otomotiv sektöründe ilk Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporu’nu hazırlayarak üstlendiği öncü rolü 2011 yılında B tipi rapor yayımlayarak sürdürmüştür.



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

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

"Büyük ol" diyen Doğuş 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 Doğuş Otomotiv, müşterileri başta olmak üzere tüm paydaşlarının beklentilerini anlamayı, etkin ve hızlı bir şekilde bu beklentilerin üzerine çıkma-yı hedeflemektedir.

"Yaratıcı ol" diyen Doğuş 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	2010	2011
Satışlar (adet perakende)	50.979	88.850	112.399
DOAS Pazar Payı	%8,9	%11,2	%12,6
İkinci El Satışlar	10.746	12.550	15.659
Net Satışlar	2.129	3.428	4.808
Faaliyet Giderleri	(224)	(283)	(357)
EBIT (Faaliyet Kârı)	78	202	240
EBIT Marjı	%3,6	%5,9	%5
Brüt Kâr	302	485	597
Brüt Kâr Marjı	%14,2	%14,1	%12,4
Net Dönem Kârı	31	150	142
Net Dönem Kâr Marjı	%1,4	%4,4	%3



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

Doğuş Otomotiv Tarihinden Kilometre Taşları

Toplam Araç Parkı 900,000'e yaklaşan

%0,5
Pazar
Payı

Scania
distribütörlük
anlaşması



Volkswagen
ve Audi
distribütörlük
anlaşması



Volkswagen AG
ile distribütörlük
anlaşması

1994

Scania
Endüstriyel ve
Deniz Motorları
distribütörlük
anlaşması



1995

Porsche
distribütörlük
anlaşması



AB'den araç
ithalatındaki
gümrük vergisinin
kaldırılması

1996

%5,8
Pazar
Payı

SEAT
distribütörlük
anlaşması Yüce
Auto ortaklığı



1997

Skoda
distribütörlük
anlaşması Yüce
Auto Ortaklığı



İkinci el araç
faaliyetlerinin
başlaması



1999

Volkswagen
Financial
Services AG ile
tüketici finansman
ortaklığı



2000

Krone
distribütörlük
anlaşması



Operasyonların
birleştirilmesi

Otomotiv
şirketlerinin
Doğuş Otomotiv
çatısı altında
birleştirilmesi

2003

%11,4
Pazar
Payı

SEAT %100 Doğuş
Otomotiv'in oldu



Lamborghini ile
iyi niyet mektubu



Bentley ile
iyi niyet mektubu



Volkswagen
Deniz Motorları
anlaşması



İkinci temettü
ödemesi

Krone ile
üretim anlaşması



Doğuş Otomotiv
halka arz edildi



Doğuş Otomotiv
kurumsal sosyal
sorumluluk projesi



İlk temettü ödemesi

AKFEN ve
TÜV SÜD ortaklığı
ile TÜVTÜRK
kuruldu



Lozan'da
Porsche bayiliği
anlaşması



Lamborghini
distribütörlük
anlaşması



OtoMotion açılışı



Oto-Fix
Ekspres Servis



Meiller
distribütörlük
ve ortak üretim
anlaşması



Krone - Doğuş
ortak üretim
anlaşması



Bugatti ile iyi
niyet mektubu



LeasePlan ile
filo kiralamada
ortaklık



Thermo King
distribütörlük
anlaşması



Krone Doğuş
Treyler Fabrikası
Temel Atma
Töreni



Porsche Lozan
Bayisi Temel
Atma Töreni

Meiller Doğuş
Damper
Fabrikası'nın
hizmete girişi



Thermo King ile
iyi niyet mektubu



Porsche Lozan
D-Auto Suisse SA
şirket kuruluşu

Doğuş Otomotiv
15. yıl



Tüm markaların
tek çatı altında
şekerpınar'da
toplanması

Porsche Lozan
Bayisi açılışı



BM Küresel İlkeler
Sözleşmesi'nin
imzalanması

Sürdürülebilirlik
Raporu'nun
yayınlanması

%12,6
Pazar
Payı

Kurumsal
Derecelendirme
Puanı(7.80 Puan)

2004

2005

2006

2007

2008

2009

2010

2011

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.



E. Ali Bilaloğlu
Yönetim Kurulu Üyesi

Die Technische Universität Berlin Mühendislik Fakültesi'nden mezun olan Sayın E. Ali Bilaloğlu, yüksek lisans eğitimi de aynı fakültede tamamlamıştır. 2000 yılında Doğuş Grubu'na katılan Sayın E. Ali Bilaloğlu, Doğuş Otomotiv İcra Kurulu Başkanlığı'nı, Doğuş Otomotiv, Doğuş Oto ve Yüce Auto Yönetim Kurulu Üyeliklerini yürütmektedir.



Cem Yurtbay
Yönetim Kurulu Üyesi

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



Hasan Hüsnü Güzelöz
Yönetim Kurulu Üyesi

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



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 Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı ve Doğuş Spor Yatırımları Yönetim Kurulu Üyesi'dir.



Nevzat Öztangut
Yönetim Kurulu Üyesi

Hacettepe Üniversitesi Ekonomi Bölümü mezunudur. 1984-1994 seneleri arasında SPK Denetleme Dairesi'nde Denetçi-Baş Denetçi olarak görev yapmıştır. Eş zamanlı olarak 1992-1994 seneleri arasında Marmara Üniversitesi'nde öğretim görevlisi olarak çalışmıştır. Halî zamanda Garanti Yatırım Menkul Kıymetler A.Ş. Yönetim Kurulu Üyeliği ve İcra Kurulu Üyeliği görevlerinin yanı sıra, TOBB Sermaye Piyasası Sektör Meclisi Üyeliği, Garanti Bankası/Garanti Yatırım Fon Kurulu Üyeliği, Doğuş Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı A.Ş. Yönetim Kurulu üyeliği, Takasbank Yönetim Kurulu Başkan Vekilliği ve Doğuş Otomotiv Yönetim Kurulu Üyeliği görevlerinde bulunmaktadır. Genç Başarı Vakfı Yönetim Kurulu Başkanı olan Sayın Öztangut, 2007-2011 yılları arasında Türkiye Sermaye Piyasası Aracı Kuruluşları Birliği Başkanlığı yapmıştır.



Özlem Denizmen Kocatepe
Yönetim Kurulu Üyesi

Lisans eğitimi Cornell Üniversitesi Endüstri İşletmeciliği bölümünde tamamlayan Sayın Denizmen, MIT Sloan School of Management'ta MBA yüksek lisansı yapmış, ayrıca Stanford, GE Crotonville, Harvard Business School'da ileri seviye yönetim programlarını tamamlamıştır. Doğuş Holding Strateji Başkanı, Doğuş Otomotiv ve Doğuş Oto Yönetim Kurulu Üyesi Sayın Denizmen, 1999 yılından bu yana Doğuş Grubu'nda Strateji, Planlama, Bütçe, İş Geliştirme, Yatırımcı ilişkileri üzerine çeşitli görevler üstlenmiştir. Sayın Denizmen aynı zamanda Türkiye'deki kadın ve gençlerin finansal eğitimi alanında OECD tarafından akredite edilmiş bir finansal okuryazarlık inisiyatifi olan "Para Durumu" nun kurucusudur.

Doğuş Otomotiv İcra Kurulu



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, Doğuş Otomotiv İcra Kurulu Başkanlığı'nı, Doğuş Otomotiv, Doğuş Oto ve Yüce Auto Yönetim Kurulu Üyeliklerini yürütmektedir.



Anıl Gürsoy
İcra Kurulu Üyesi



Dr. Berk Çağdaş
İcra Kurulu Üyesi



Giovanni Gino Bottaro
İcra Kurulu Üyesi



İlhami Eksin
İcra Kurulu Üyesi



Kerem Güven
İcra Kurulu Üyesi



Mustafa Karabayır
İcra Kurulu Üyesi



Tolga Senyücel
İcra Kurulu Üyesi



Vedat Uygun
İcra Kurulu Üyesi



Yönetim Kurulu Başkanı'nın mesajı

Küresel krizin dünyanın gelişmiş ekonomileri üzerinde süren etkilerinden doğan endişeli beklentiye devam ederken Türkiye ekonomisinin bir önceki yıl yakaladığı ivmeyi büyük ölçüde koruduğu 2011 yılı, Doğu Otomotiv olarak bizim ekonomideki gelişmeleri yakından takip ettiğimiz ve önemli başarılarla imza attığımız bir yıl olarak geride kaldı. Yılın son çeyreğinde beliren ve sektörümüzü doğrudan etkileyen olumsuz gelişmelere rağmen markalarımız 2011 yılında birçok alanda rekor kırarken, tarihimizdeki en büyük satış cirosuna ulaştık. Ekonomik kriz söylemlerinin dünya gündeminde hep ön sıraları işgal ettiği 2011 yılında elde ettiğimiz bu başarılı tablo, krizin dip noktasının geride bırakıldığına dair olumlu beklentilerle birlikte geleceğe yönelik hepimize ümit ve cesaret verdi.

2011 yılına damgasını vuran ve hatta önümüzdeki dönemi de şekillendirecek olan konu, Avrupa ekonomisi ve Euro'nun geleceğiydi. Borç yükü nedeniyle Yunanistan, Portekiz, İspanya, İtalya ve İrlanda gibi ülkelerin içinde bulunduğu güçlüklerin, Euro bölgesinin bütünlüğünü koruyabilmesi ve mali disiplininin sağlanabilmesi için Avrupa Birliği'ni ciddi bir sınavla karşı karşıya bıraktığını hep birlikte gözlemledik. Avrupalı liderler özellikle yaşanan ekonomik durgunluktan nasıl çıkılacağı konusuna eğilirken, ülkemizin en önemli ticaret ortağı diyebileceğimiz Avrupa'da yaşanan tüm bu gelişmeler, Türkiye'de de hem hükümet hem de iş çevreleri tarafından yakından izlendi.

2011'in en çarpıcı ve beklenmeyen gelişmelerinden bir diğeri ise, ABD'nin kredi notunun uluslararası kredi derecelendirme kurumu Standard & Poor's tarafından tarihinde ilk kez düşürülmesiydi. Uzun tartışmalara yol açan bu karara rağmen küresel krizin başlangıç noktası olan ABD, 2011 yılında hem temel ekonomik göstergeler hem de piyasaların beklentisi bakımından olumlu gelişmelere sahne oldu. Avrupa'ya oranla ekonomiyi tek elden yönetme ve hızlı karar alabilme avantajına sahip olan ABD, ekonomiyi canlandırmak için gerekli olan finansman kaynaklarını harekete geçirerek yeniden büyüme sürecine girdi.

Önceki yıllardan da aşına olduğumuz üzere 2011 yılında dünya ekonomisinin itici gücünü gelişen büyük ekonomilerin oluşturduğunu söylemek mümkün. Çin ve Hindistan, yılın ilk üç çeyreğinde sırasıyla %9,4 ve %7,5 büyüyerek, gelişen ülkeler liginin ön sıralarında yerlerini aldılar. Büyüme hızı %4,1 ve %3,2 ile sınırlı kalan Rusya ve Brezilya'nın ise geçmiş yıllarda gösterdikleri performansı 2011 yılında tekrarlayamadıklarını gördük.

Öte yandan, adı zaman zaman zaman BRIC ülkeleri ile birlikte anılan Türkiye ise 2011 yılının ilk üç çeyreğinde %9,7 büyüyerek, gelişen ekonomiler arasında yüksek performansıyla dikkatleri üzerine çekmeyi başardı. Türkiye'nin bu başarısı, bir önceki yıl olduğu gibi 2011'de de uluslararası piyasalarda bütün gözlerin ülkemize çevrilmesine yol açtı. Avrupa'nın tersine Türkiye'de güçlü ve istikrarlı bir siyasi yapı bulunması, bu başarıda en önemli rolü oynadı. Ekonomi yönetiminin mali disiplinden taviz vermeyen tutumu sayesinde Türkiye ekonomisi, diğer pek çok Avrupa ülkesinin içine düştüğü borç krizinin dışında kaldı. Türkiye'nin Avrupa'da gayrisafi milli hasıla/devlet borcu dengesini Maastricht Kriterleri içinde tutabilen tek ülke olması, uluslararası ekonomi çevrelerinin de övgülerine konu oldu.

Küresel ekonominin karşı karşıya olduğu tüm olumsuzluk ve risklere rağmen, dünyadaki otomotiv endüstrisi 2011 yılını 88 milyon adedin üzerinde araç üretimi ve satışıyla sorunsuz bir şekilde kapattı. Geçmiş yıllarda olduğu gibi yükselen Uzakdoğu ve Güney Amerika pazarları, ABD ve Avrupa'daki durgunluktan kaynaklanan daralmayı rahatlıkla karşıladı. Dünyadaki ekonomik iklime bağlı olarak son yıllarda otomotiv pazarının coğrafi dağılımında meydana gelen değişiklikler, 2011 yılında da kendini gösterdi. Örneğin, uzun yıllar sonra Avrupalı üreticilerin Çin'e sattıkları araç miktarı, Avrupa'da sattıkları araç miktarını aştı.

Ülkemiz penceresinden otomotiv sektörünün 2011 yılı performansına baktığımızda, sektörün karakter olarak



birbirinden ayrılan iki farklı dönem yaşadığını söylemek yanlış bir ifade olmayacaktır. Yılın ilk yarısında otomotiv pazarında yaşanan büyük hareketlilik ve büyüme, daha önce belirlenmiş satış tahminlerinin birkaç kez yükseltilmesine ve hatta 1 milyon araç sınırının üzerine çıkılacağına dair beklentilere neden oldu. Birçok şirket hedeflerini bu yönde yeniden şekillendirirken, Doğu Otomotiv olarak biz, 2011 için öngördüğümüz 850 bin adet yıllık toplam araç satışı tahmini-ne ve buna uygun olarak belirlediğimiz satış hedeflerimize sadık kaldık. Nitekim yılın ikinci yarısında ortaya çıkan gelişmeler, bu kararımızda haklı olduğumuzun kanıtı niteliğinde oldu. Öncelikle döviz kurlarında yaşanan yükseliş ve ekim ayında 1600 cc üzerindeki araçlara getirilen vergi artışı, yılın ikinci yarısında sektörün büyük bir daralmayla karşı karşıya kalmasına yol açtı. Bununla birlikte lüks araçlarda vergi artışının %25 gibi çok yüksek bir seviyeye ulaşması, otomotiv pazarını olumsuz etkiledi.

Yıl içerisinde otomotiv sektöründe yaşanan tüm bu olumsuz gelişmelere rağmen 864 bin adet binek ve hafif ticari aracın satıldığı 2011 yılı, Türk otomotiv sektörü için özel bir yıl olarak kayıtlara geçti. Önceki yıllara göre büyük bir artışı ifade eden bu satış başarısı, güçlü ürün portföyü, güvenilir imajı ve yüksek müşteri memnuniyetiyle Türk otomotiv pazarında ayrıcalıklı bir yere sahip olan Şirketimizin performansını da olumlu yönde etkiledi. Doğu Otomotiv olarak 2011 yılında, tüm markalarımız için koyduğumuz satış hedeflerinin üzerine çıkarak, bizim için kritik bir eşik olan 100 bin barajını aşmayı başardık. Kuruluşumuzdan bu yana ulaştığımız en yüksek satış başarısını ifade eden bu rakam, kârlılık ve verimlilik gibi diğer unsurlarla birlikte bizleri bir kez daha gururlandırırken, aynı zamanda Şirketimizin sektör içindeki konumunu daha da güçlendirdi.

Geride bıraktığımız 2011 yılında bizi gururlandıran bir diğer başarı da, 2010'da Türk otomotiv sektörünün ilk Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporu'nu yayımlayarak üstlendiğimiz öncülük görevini bir adım öteye taşıyarak, KSS raporumuzu B tipine yükseltmemiz oldu. Bu ilerleme, öncülük ettiğimiz bir alanda bir adım daha yurarı çıkmış olmanın çok ötesinde, topluma ve çevreye karşı sorumluluk ve yükümlülüklerinin bilincinde bir şirket olarak vizyon, misyon ve tüm ilkelerimizi dayandırdığımız değerlerin şirket çalışanları tarafından da içtenlikle benimsenmiş olduğunu göstermesi bakımından, bize ümit ve şevk verdi.

Doğu Otomotiv olarak, insanın ve içinde bulunduğu çevrenin sürdürülebilirliğini sağlama yönünde üzerimize düşen görevleri yerine getirmeyi birincil öncelik olarak görüyor ve şirketimizi büyütüp geliştirme hedeflerinin yanında, bu yönde de somut adımlar atmaya temel sorumluluklarımızdan biri sayıyoruz. Çalışanlarımız, iş ortaklarımız, müşterilerimiz ve diğer tüm paydaşlarımızla ilişkilerimizin çerçevesini tanımlayan bu anlayışı, birçok sürdürülebilirlik uygulamalarıyla somutlaştırıyor ve bu uygulamaları gün geçtikçe daha da olgunlaştırıyoruz. Bu bakış açısıyla arzu ettiğimiz ileri noktalara ulaşmamız yolunda, kalıplaşmış her türlü davranış şeklini bir tarafa bırakarak Doğu Otomotiv ailesinin tüm fertleri olarak ortak bir bilinç içinde büyük bir kültür değişimini hayata geçirmemizin kritik bir öneme sahip olduğu kanaatindeyim. Doğu Otomotiv olarak bulunduğumuz bu başarılı noktaya hızlı ve temeli sağlam adımlarla gelirken, sürdürülebilirlik kavramını hayatımıza sokma yönünde büyük aşamalar kat ettik. Şimdi elde ettiğimiz bu ilerlemeyi özümsememiz ve bugüne kadar altyapısını kurduğumuz çalışmalarını daha da derinleştirmemiz gerektiği bir gerçektir. İçine girdiğimiz 2012 yılını, sürdürülebilirlik uygulamalarını günlük hayatımıza ve operasyonel süreçlerimize tam olarak entegre etmek için çalışarak değerlendirmeyi hedefliyoruz.

Başarılarla dolu bir yılın ardından, Şirket olarak elde ettiğimiz tüm bu değerli kazanımlar sırasında her an yanımızda olan tüm paydaş ve yatırımcılarımıza, aynı gemide yolculuk etmekten büyük keyif aldığımız yetkili satıcı, servis ve tedarikçilerimize, bize duydukları güveni tercihleriyle gösteren müşterilerimize ve elbette özverili çalışmalarlarıyla Doğu Otomotiv'i her geçen gün biraz daha yükselten tüm çalışma arkadaşlarıma şükran ve teşekkürlerimi sunuyorum.

Sevgi ve saygılarımla,

Aclan Acar
Yönetim Kurulu Başkanı



İcra Kurulu Başkanı'nın mesajı

2011 yılı ile önemli ve bir o kadar da sıra dışı gelişmelere sahne olan bir yılı geride bıraktık. Dünya ekonomisi ek-seninde ciddi değişimlerin yaşandığı 2011 yılında, ülkemizin başarılı ve parlak bir performans sergilediğini söylemek mümkün. 2011 yılında bizler de, Doğu Otomotiv olarak tüm paydaşlarımıza ve ülkemize katma değer sağlama hedefiyle faaliyetlerimizi eksiksiz yürütürken, yıl boyunca sürdürdüğümüz kalite odaklı ve verimlilik esaslı çalışmalarımızın olumlu çıktılarına almak bizi hem mutlu etti, hem de geleceğimizi inşa etme yolunda bize pozitif bir motivasyon sağladı.

Geride bıraktığımız 2011 yılında, 2008'de başlayan ve küresel ekonomide önemli izler bırakan mali krizin etkilerinin halen süregeldiğini gördük. Özellikle Avrupa ülkelerinde yaşanan ekonomik durgunluk 2011 yılının en önemli gündemiydi. Bir türlü sağlanamayan mali birliğin etkileriyle Avrupa Birliği belki de tarihinin en derin çıkmazlarından birine tanık oldu. Avrupa'daki ekonomik konjonktür ile karşılaştırdığımızda ABD ekonomisinin bu süreçte daha istikrarlı bir tutum sergilediğini belirtebilirim. Bununla birlikte gelişmiş ülkelerde kırılganlıkların sürmesine ve ileriye yönelik bilançoların sağlamlığına ilişkin endişeler de su yüzüne çıkmış durumdadır. Kriz sırasında oluşan şoklardan Asya ekonomileri en az etkilenirken, Orta ve Doğu Avrupa ülkeleri daha sert biçimde etkilendi. Latin Amerika ülkeleri cephesinden baktığımızda ise bu ülke ekonomilerinin krize karşı daha dayanıklı bir görünüm sergilediklerini gördük. 2011 yılında önemli bir diğer başlık ise Ortadoğu'da yaşanan gelişmeler oldu. 2010 yılında başlayan ve Arap dünyasını etkisi altına alan değişim rüzgârları 2011'de etki alanını daha da artırdı. Tüm dünya, başta Avrupa olmak üzere Amerika ve Arap dünyasında yaşanan gelişmeleri yakından ve merakla izledi.

Tüm dünyada köklü değişimlerin yaşandığı ve adeta ezberlerin bozulduğu bu süreçte olumlu bir seyir izleyen Türkiye, güçlü ve istikrarlı ekonomisiyle 2010 yılında olduğu gibi 2011'de de uluslararası arenada dikkatleri üzerine topladı. Hiç kuşkusuz bu olumlu tabloya ulaşılmasında, ülkemizde 2001 yılından bu yana kararlılıkla uygulanan yapısal reformlar ile temelleri sağlamlaştırılmış makroekonomik ve güçlü finansal sistem önemli bir rol oynamaktadır. Hem Merkez Bankası'nın açıkladığı çıkış stratejisi, hem Orta Vadeli Plan, hem de diğer ekonomik kurumların aldığı kararlar, Türkiye'nin istikrar odaklı politikalarını sürdürdüğünü işaret eder niteliktedir. 2011 yılı Türkiye'de ekonomik birimlerin daha az borç, daha çok özkaynak kullanmaya teşvik

edildiği bir sene olarak tarihe geçmiştir. 2012'de bu eğilimin devam edeceği kesindir.

Dünya otomotiv endüstrisi 2011 yılında bir önceki yıla kıyasla bir sıçrama yaşadı. Bu büyüme ile otomotiv sektörü, üretim ve pazarlama alanında küresel krizin etkilerine bir nevi meydan da okudu diyebiliriz. Geçtiğimiz yıl dünyanın birçok ülkesinde otomotiv sektörü özelinde büyümeler kaydedilirken, Avrupa'daki ekonomik konjonktür paralelinde Avrupa otomotiv pazarının çok yüksek oranlarda olmasa da bir miktar küçüldüğünü gözlemledik. Avrupa'da 13 milyon civarında olan mevcut otomobil satış rakamının 2012 yılında da benzeri bir rakama ulaşacağını düşünmekteyiz.

Doğu Otomotiv olarak işgal alanımız olan otomotiv sektörü 2011 yılında Türkiye'de rekor bir seviyeye ulaştı. 2011'de Türk otomotiv sektörü toplam 864 bin adet binek ve hafif ticari araç satışı gerçekleştirerek, 2010 yılındaki 799 bin satış rakamının üstünde bir seyir gösterdi. Ülkemizde otomotiv pazarı her geçen yıl daha fazla büyümekte ve yüksek büyüme potansiyeli ile ülkemiz ekonomisinin gelişmesinde en önemli stratejik sektörlerden biri haline gelmektedir. 2011 yılında Türk otomotiv sektöründe tüm segmentlerde büyüme gerçekleşmiştir. 2010 yılına göre 2011 yılında sırasıyla binek, hafif ticari ve ağır ticari araç satışlarında %16, %8 ve %38 oranlarında artışlar yaşandı.

Doğu Otomotiv olarak 2011 yılını göğsümüzü kabartan başarılı sonuçlarla tamamlamanın mutluluğunu ve haklı gururunu yaşıyoruz. 2011 yılında Şirketimiz 110 bini aşan bir satış rakamını yakalayarak kendi rekorunu kırmıştır. Türkiye ekonomisinin heyecan verici şekilde yükseldiği bu olumlu grafikte Türk otomotiv sektörünün önemli oyuncularından biri olan Şirketimiz, kaliteli hizmet ve verimlilik esaslarına odaklanarak büyüme stratejisini sürdürmüştür. Temsil ettiğimiz uluslararası markalarımız için 2011 yılının başında belirlediğimiz satış hedefini gerçeğe dönüştürürken, toplam sektör içinde de pazar payımızı %12,6'ya çıkartmış bulunuyoruz.

Türkiye otomotiv sektörünün lider distribütör şirketi olan Doğu Otomotiv, sektöründeki öncü konumunu perçinlemek ve göz dolduran başarısını sürdürülebilir bir platforma taşımak amacıyla 2011 yılında da başarılı faaliyetlerine kesintisiz devam etti. Bu kapsamda etkin kalite ve kontrollü maliyet yönetimimiz ile esnek gider yapısını bir yönetim felsefesi haline getirerek şirket bünyesinde içselleştirmemiz ve operasyonlarımızı bu bakış açısıyla şekillendirmemiz,



bize başarı yolunda büyük katkı sağladı. İthalat prosedürlerindeki değişime hızlı uyumumuz ve servis adetlerimizdeki yükselişe rağmen hızlı ve kaliteli sevkiyatlar gerçekleştirmemiz, 2011 yılında gücümüze güç katan etkenlerin başında gelmektedir. Nitekim 2011 yılında sektörün üzerinde bir performans göstermeyi başardık.

Bugün Doğu Otomotiv olarak otomotiv sektörü değer zincirinin her halkasında faaliyet gösteriyor ve bünyemizde 14 uluslararası güçlü markayı barındırıyoruz. 80'den fazla model ve 500'ü aşkın müşteri buluşma noktasıyla müşterilerimize eksiksiz bir hizmet sunuyoruz. 2011 yılında da prensibimizden taviz vermeyerek, çalışmalarımızın odak noktasına müşterilerimizi koyduk. Sektörümüzü çok iyi tanımamız ve ihtiyaç alanlarını doğru bir şekilde tespit ederek proaktif bir yaklaşımla hızlı cevap verebilmemiz, Şirketimizin başarı eğrisinin geride bıraktığımız 2011 yılında da yükselen bir eğimle artmasında büyük bir rol oynadı. 2011 yılında servis girişlerimizdeki artışa rağmen bulunabilirlik seviyemizi %96 gibi yüksek bir oranla muhafaza ettik. Zengin ürün gamına sahip olmanın verdiği avantaj ve uzun yıllardır uyum içinde çalıştığımız yetkili satıcılarımızdan aldığımız güçle başarı yolunda sağlam ve emin adımlarla yürüdük.

Ürünlerimizin yüksek kalitesi ve teknolojisi de bizi müşterilerimiz nezdinde ayrıcalıklı kıldı. Yaratıcı ve tecrübeli insan gücüne sahip olan ve bu doğrultuda teknolojiyi iyi kullanan bir şirket olarak müşterilerimize güvenle hizmet vermeye 2011 yılında da kesintisiz bir şekilde devam ettik. Taşların yerinden oynadığı yeni ekonomik düzende oluşan yeni koşullara yönelik çözüm üretebilecek ve hızlı cevap verebilecek bir ekip yaratma gayretimiz, bizi gelecek yıllarda da başarıya götürecektir. Düşünecek, düşündüğünü üretecek, ürettiğini müşteriye sunacak çalışanlarımız Doğu Otomotiv'in kilit başarı faktörüdür. İnsan kaynağı, Şirketimizde her zaman birincil önem sırasına sahip öğeler arasında yer almıştır. Gelecek yıllarda yapacağımız yatırımlar ile de insan kaynağımız şirket önceliklerimizin hep ilk sıralarda yer alacaktır.

Doğu Otomotiv'in 2011 yılında üstün bir başarıyla yürüttüğü operasyonlar bugün hem ulusal hem de uluslararası platformlarda hak ettiği saygıyı görmektedir. Üretici ortağımız Volkswagen AG'nin dünya çapında gerçekleştirdiği araştırmalarda Volkswagen Türkiye hep ilk sıralarda yer almaktadır. 2011 yılında gerçekleştirilen Satış ve Servis Memnuniyeti Araştırmalarında dünya sıralamasında ilk üçe girmeyi başaran Volkswagen Türkiye, benzer bir şekilde Volkswagen AG'nin yürüttüğü marka imajı araştırmasında da ilk sıralarda yer almıştır. Volkswagen Türkiye'nin sergilediği bu başarılı performans Volkswagen AG tarafından diğer ülkelere örnek gösterilmektedir. Öte yandan Audi AG'nin satış sonrası hizmetler alanında dünya çapında yetkili servisler arasında gerçekleştirdiği ve 35 ülkeden 66 takımın mücadele ettiği "Twin Cup Dünya Finali"nde, 2011 yılında birincilik koltuğuna oturmayı hak ettik. Yıl boyunca

özveriyle gerçekleştirdiğimiz çalışmaların meyvelerini toplamak bizim için ayrı bir mutluluk ve kıvanç kaynağı oldu.

Faaliyet gösterdiğimiz sektörde başarı, değişen dünyayı yakından izlemek ve yeni koşullara süratli bir şekilde uyum sağlamaktan geçiyor. Bu bakış açımız paralelinde, hızla değişen ve genişleyen yeni iletişim kanallarını etkin bir şekilde takip etmekteyiz. 2011 yılında gücünü ve etki alanını her geçen gün daha da artıran sosyal mecralarda markalarımızın inovatif çalışmaları ile yer aldık ve büyük beğeni topladık. Yenilikleri yakından takip ederek, müşterilerimizle daha yakın temas halinde olmayı hedeflemekteyiz. Bu sayede de hizmet standartlarımızdaki çitayı sürekli yükseltmeyi amaçlıyoruz.

Tüm bu özelliklerimizin yanında sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik alanında Türkiye'nin öncü kuruluşlarından biri olmanın gururunu yaşamaktayız. Doğu Otomotiv olarak biz, kendi gelişimimizi toplumumuzun gelişiminden ayrı tutmuyoruz. Biliyoruz ki Şirketimizin sürekli ve sürdürülebilir gelişimi, ancak bir parçası olduğumuz toplumun gelişimiyle birlikte sağlanabilir. Doğu Otomotiv olarak sahip olduğumuz gücü ve kaldıraç etkimizi özellikle iştiğal ettiğimiz sektörle alakalı trafik güvenliği konusunda sosyal bir değişim yaratmak amacıyla kullanıyoruz. 2004 yılından bu yana sürdürdüğümüz Trafik Hayattır kurumsal sosyal sorumluluk uygulamamızla, trafik güvenliği konusunda bilinçlendirmeye yönelik faaliyetler gerçekleştiriyoruz. Sürekli gelişim vizyonumuz paralelinde 2011 yılında Trafik Hayattır uygulamamız kapsamında 1.000'i aşkın Doğu Grubu çalışanımıza Trafikte İlk Yardım Bilinçlendirme ve Güvenli Sürüş Teknikleri eğitimleri verdik. Ayrıca tüm Yetkili Satıcı çalışanlarımıza online eğitim vererek, müşterilere araç teslimatlarında trafik güvenliği bilgilendirmesi yapılacak şekilde teslimat prosedürlerimizi yeniledik. Farklı iletişim kanalları ve etkinliklerle, çalışanlarımızdan başlayarak müşterilerimizi, çocuk ve genç hedef kitle ile tüm toplumu bilinçlendirmek amacıyla çalışmalar gerçekleştirdik. 2012 yılında bu trafik güvenliği konusunda yaptığımız sosyal sorumluluk çalışmalarımıza devam etmeyi hedefliyoruz.

Başarıya giden yolda desteğini ve katkısını her zaman yanımızda hissettiğimiz hissedarlarımıza, çalışanlarımıza, müşterilerimize, iş ortaklarımıza ve tüm paydaşlarımıza yürekten teşekkürlerimi sunarım.

Sevgi ve saygılarımla,

E. Ali Bilaloğlu
İcra Kurulu Başkanı



Dr. Berk Çağdaş **Mali ve İdari İşler Genel Müdürü**

Finansman

Global ekonomik krizin etkilerinin her coğrafyada hissedildiği 2011 yılında, Doğu Otomotiv finansal ve operasyonel alanda ciddi büyüme göstererek bugüne kadar elde edilen en yüksek satış performansına ulaşmıştır. Finansman Departmanı olarak, şirketimizin büyüyen operasyonlarının finansmanını, temel risk yönetim unsurlarını göz önünde bulundurarak, piyasa koşullarına göre en uygun maliyetle gerçekleştirdik. Nakit akışımızı, ortak menfaatlerimize hizmet edecek şekilde, tedarikçilerimiz olan araç üreticileri ve Yetkili Satıcı ağımlarımızla birlikte ortak yönettik. Bu süreçte tüm Yetkili Satıcılarımızın, iştirakimiz olan VDF Faktoring ile beraber oluşturduğumuz sisteme dahil olması ile etkin bir nakit akış yönetimi altyapısı tamamlanmış oldu. Piyasa riski, operasyonel ve hukuki riskler, kur farkı ve faiz riskleri, günlük bazda entegre bir sistem tarafından takip edilerek etkin bir şekilde yönetildi.

Genel İdari İşler ve Merkezi Satın Alma

2011 yılında İdari İşler yönetimi, personel memnuniyetine odaklı başarılı projelere imza atmıştır. Yıl içinde toplam 4.932.000.-TL'lik yatırımla tüm ofis mobilyaları yenilenmiş, yemekhanemiz tamamen renove edilmiş, kafeterya ve hobi odalarımız daha işlevsel hale getirilmiş, konferans salonumuz tamamen değiştirilerek çağdaşlaştırılmıştır. Personel memnuniyeti kadar, iş ortaklarımız olarak gördüğümüz tedarikçilerimizle de ilişkilerimiz geliştirilmiş ve hizmet kalitesinde standardizasyon sağlanması amacıyla, ilgili firma yetkililerinin de katılımı ile, aylık denetim sistemi ve derecelendirme çalışması başlatılmıştır. Bu çalışmaların sonuçları ortak bir raporda takip edilip, tedarikçilere başarı kriteri olarak hedef verilmekte; sonuç olarak personel memnuniyetine olumlu katkı sağlanmaktadır.

Satın alma alanında ise; yenilenmiş olan satın alma prosedürü şirket içinde marka bazlı eğitimlerle çalışanlara benimsetilmiştir. Her bir satın alma işleminin kayıtları tutularak işlem süresi takip edildiği gibi, yıllık bazda takip edilen ihale takvimi ile ortak işlemlerin konsolide edilmesi ve uzama opsiyonlu sözleşme süresine

endeksli alım hacminin artırılması ile kayda değer maliyet avantajları sağlanmıştır.

Finansal Kontrol

Politika ve prosedürlere uyum, bütçe disiplini, yatırım takip, proje destek ve değer akışı çalışmalarıyla yoğun bir yılı geride bırakan Finansal Kontrol Departmanı, operasyonel verimlilik ve yalın yönetim prensiplerini de ön planda tutarak faaliyetlerini sistematik ve kolayca ölçülebilen bir biçimde sürdürmüştür.

Risk takibi, operasyonel ve finansal raporlar ile güçlendirilirken; yatırım harcamalarına ve giderlere yönelik kontroller ve dokümantasyon da detaylı bir biçimde ele alınarak ilgili paydaşlarla yakın ve zamanlı koordinasyon sağlanmıştır. Ayrıca, bütçe kontrollerinin otomasyonu için büyük önem taşıyan ve şirkette başarıyla uygulanan Harcama Öncesi Onay Projesi'nin uygulama kapsamı da genişletilmiştir.

Mevcut projelerin yanı sıra, 2011 yılında rapor altyapısı geliştirilen ve bağlı ortaklığımız Doğu Oto Pazarlama ve Ticaret A.Ş. ile yürütülen süreç çalışmalarında; risk odaklı yaklaşım şablonumuzun hem şirket hem de genel kabul görmüş hedeflere uyumu ve ilgili kontrol aktivitelerinin yaratacağı katkı esas alınmıştır. Projeye ilişkin bilgilendirme toplantıları, paydaş katılımı ve çalışma takvimi tamamlanmış olup, saha faaliyetleri ve raporlamaya ilişkin hedeflerimiz devam etmektedir.

İsviçre'deki yetkili satış ve servis merkezimiz olan D-Auto Suisse SA ile ilgili kontrol ortamı çalışmalarımız 2011 yılında da kapsamlı bir şekilde sürdürülmüş; operasyonel, finansal ve hukuki süreçlerin takibi periyodik ziyaretler, performans kontrolleri, durum raporları ve uygulama çalışmaları ile pekiştirilmiştir.

Yıl içinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) alanına da yoğun mesai ayıran departman, bu konuya her zamankinden daha büyük önem atfederek; hem kurumsal yönetişimin hem de kontrol ortamının ciddi adımlarından biri olan Etik Projesi'nin geliştirilmesinde aktif bir rol üstlenmiştir.



Hukuk

Hukuk, şirketin karşılaştığı ve karşılaşılabileceği hukuksal risklerin yasal mevzuat çerçevesinde şirket menfaatine olacak şekilde giderilmesi ve sonuçlandırılması için gerekli çalışmaları yapmakta ve önlemleri almaktadır. Dava takibi, sözleşme yönetimi ve danışmanlık fonksiyonlarının yanı sıra, başta 2011 yılında kabul edilen ve 1 Temmuz 2012’de yürürlüğe girecek olan Yeni Türk Ticaret Kanunu ve Tüketici Mevzuatı olmak üzere yeni mevzuat düzenlemeleri hakkında ilgili birimleri bilgilendirerek uyum çalışmalarının yapılmasını sağlamaktadır. Diğer yandan, ilgili birimlerin sektöre özgü mevzuat değişikliklerini uygulamaya zamanında yansıtılabilmeleri için yeni mevzuat düzenlemelerine ilişkin bilgilendirmeleri yapmakta ve ayrıca uyum sürecinde hukuki destek sunmaktadır. 2011 yılının bütününde şirketin tüm faaliyet alanları ile ilgili konularda ve yürütülen projelerde departman personelinin yanı sıra sözleşmeli avukatlar ve danışmanlar aracılığıyla hukuki anlamda tüm marka ve işkollarımıza destek verilmiştir.

Bilgi Teknolojileri

Doğuş Otomotiv bünyesinde 6.000’in üzerinde kullanıcıya hizmet veren DOAŞ Değer Zinciri Yazılımı olan TURKUAZ üzerinde 2011 yılı içerisinde verimlilik, hız ve kalite artışı sağlayan katma değerli uygulamalar hayata geçirildi ve müşteri odaklı, kullanıcı dostu geliştirmeler yapıldı. Sürekli olarak ölçülen kullanıcı memnuniyeti, %92,5 gibi dikkat çekici derecede yüksek bir orana yükseldi.

Bununla beraber sistem, donanım ve altyapı konularında önemli iyileştirme projeleri gerçekleştirildi. Çevre duyarlılığı ve tasarruf amacıyla mevcut sunucular Bulut Bilişim teknolojisi kullanılarak konsolide edildi. Sosyal Sorumluluk kapsamında, çalışan durumdaki eski bilgisayarlar bağışlandı. Son teknolojik gelişmeler ve trendler takip edilerek şirketimizin online mecralarda etkin olmasını sağlayacak öncü uygulamalar hazırlandı.

Yatırımcı İlişkileri

2011 yılı içerisinde pay sahiplerinden direkt veya aracı kurumlardan gelen bilgi talep ve sorularının tamamı yanıtlandı; 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 şehirler-

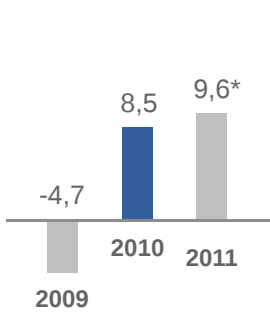
de yatırımcı ziyaretleri gerçekleştirildi. Böylece yurtdışında yerleşik kurumsal pay sahiplerinin şirket yöneticileri ile yüz yüze görüşmesi sağlandı ve 2011 yılında toplam 172 yatırımcı ile görüşüldü. 2011 yılı içerisinde www.dyatirim.com internet adresinde yatırımcı ilişkileri portalımız faaliyete geçirildi.

Rakamlarla Türkiye Ekonomisi ve Otomotiv Sektörü

2010 yılında dünyanın en hızlı büyüyen ekonomileri arasında yer alan Türkiye, 2011 yılında da bu yöndeki yüksek performansını sürdürmüş ve yılın ilk üç çeyreğinde elde ettiği %9,7 büyüme hızıyla dünyada istisnai bir başarıya imza atmıştır. Bu hızlı büyüme paralelinde Türkiye, özellikle gelişmiş ekonomilerde krizin etkisiyle devam etmekte olan reel sektörde gerileme, işsizlik ve dış ticaretteki daralma gibi olumsuzlukları 2011 yılında büyük ölçüde bertaraf ederek yükselen bir grafik çizmiştir.

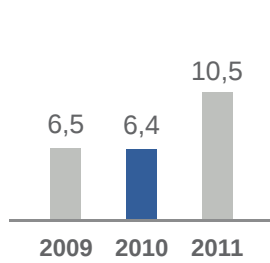
Ekonomide gözlenen görece hızlı ve istikrarlı yükseliş, diğer pek çok sektörde olduğu gibi otomotiv sektöründe de 2011 yılında çok başarılı bir tablo ortaya koymuştur. Bankacılık sisteminin otomotiv sektörüne ucuz kredi olanakları sunmasının yanında tüketici güven endeksinin de yükselmesi, sektöre önemli bir hareketlilik kazandırmıştır. Bunun sonucu olarak 2011 yılında otomotiv pazarı tüm tahminleri aşarak toplamda 898.594 gibi tarihi bir satış adedine ulaşmıştır.

GSMH Gelişme Hızı
(Sabit Fiyatlarla) (%)

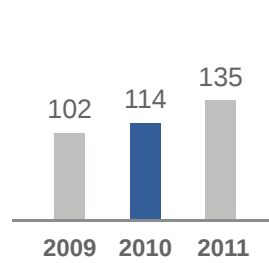


* İlk 9 aylık veri

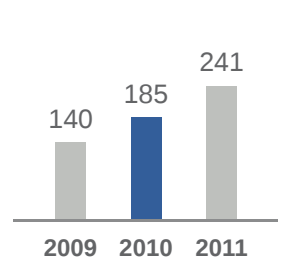
TÜFE Enflasyonu
(%)



İhracat
(Milyar Dolar)



İthalat
(Milyar Dolar)



Toplam Satış Adetleri (Toptan)

	2010	2011
Binek	520.653	598.706
Hafif Ticari	253.685	271.812
Ağır Ticari	25.542	35.000
Treyler	4.741	10.500

Kaynak ODD ve TAİD Verileri



Doğuş Otomotiv’de 2011 Yılı

Türkiye’de toplam 864.439 adet binek ve hafif ticari araç satışının gerçekleştiği 2011 yılı, otomotiv sektörü açısından önemli başarılarla sahne olmuş ve bir önceki yıla göre toplam satışlarda %13,61 oranında bir artış elde edilmiştir. Türkiye’nin son yıllarda yakaladığı yüksek büyüme hızı, ekonomik istikrar ortamı ve uygun kredi olanakları, 2011 yılında otomotiv sektöründeki büyümenin itici unsurları olmuştur. Otomobil ve hafif ticari araç pazarındaki büyüme yılın özellikle ilk iki çeyreğinde çok yüksek oranlarda gerçekleşmiş, ancak üçüncü çeyrekte beklenenler doğrultusunda daralmaya başlamıştır. Artan döviz fiyatları ve 1600 cc üzeri araçlara getirilen ek vergiler, özellikle dördüncü çeyrekte daha yavaş bir pazar gerçekleşmesine yol açmıştır.

Bu gibi olumsuzluklara rağmen tarihi bir rekorun kırıldığı 2011 yılında Doğuş Otomotiv de kuruluşundan beri en yüksek satış performansını gerçekleştirmiş ve 100 bin adet sınırını aşarak büyük bir başarıya imza atmıştır. Şirket, ciro ve satış hedeflerine ulaşmış, ayrıca sektörün üzerinde büyüyerek pazar payını artırmıştır. Bir distribütör olarak dünyanın en değerli marka portföylerinden birine sahip olan Doğuş Otomotiv, bunun yarattığı rekabet avantajını “beklentilerin üzerinde yaratıcı hizmet” vizyonu ve “müşteri memnuniyeti odaklı çalışma” hedefiyle birleştirerek pazardaki konumunu 2011 yılında daha da güçlendirirken, aldığı ödüllerle birçok başarıya da imza atmıştır. Doğuş Otomotiv;

- 112.399 adet perakende araç satışı (ağır vasıta dahil),
- Dünyanın en güçlü otomotiv markalarını kapsayan 14 temsilciliği,
- Çok geniş bir ürün yelpazesinde müşterilerine sunduğu 80’den fazla farklı model alternatifi,
- 15.659 adet ikinci el araç satışı,
- 2000’e yakın çalışanı,
- 500’ü aşkın müşteri kontak noktası,
- 900.000’e yaklaşan toplam araç parkı,
- 469.823 m² satış ve servis kapalı alanı (tüm marka ve bayiler için) ve
- 750.000’i aşan servis giriş adedi

ile Türk otomotiv sektörünün lider kuruluşu olduğunu 2011 yılında bir kez daha göstermiştir.

Satış başarıları

Doğuş Otomotiv tarafından pazara sunulan markaların tamamına yakını 2011 yılında satış hedeflerinin üzerine çıkarak adetlerini/cirolarını artırmış ve pazardaki konumlarını güçlendirmiştir. Grubun lokomotif markası olan Volkswagen Binek Araç, bir önceki seneye göre %16,4 oranında büyüyen binek araç pazarında kendi satışlarını %40 oranında artırmayı başararak pazarın oldukça üzerinde bir performans göstermiştir. Bu başarısıyla Türkiye’nin en çok satan otomobilleri arasında 4. sıraya

Doğuş Otomotiv çatısı altında pazara sunulan markaların tamamına yakını 2010 yılında satışlarını artırarak güç kazanmış ve çok başarılı bir faaliyet yılını geride bırakmıştır.

Doğuş Otomotiv / Değer Zinciri 2011



Satış Adetleri (Perakende)

	2009	2010	2011
Binek	39.236	61.331	81.720
Volkswagen	26.752	39.822	55.550
Audi	6.251	9.656	12.064
Porsche	247	390	442
Bentley	8	14	10
Lamborghini	9	4	6
SEAT	2.568	5.113	6.059
Skoda	3.401	6.332	7.589
Hafif Ticari	10.601	24.018	26.361
Volkswagen	10.601	24.018	26.361
Ağır Ticari	1.142	3.501	4.318
Scania	800	2.500	2.929
Krone	208	556	817
Meiller	134	445	572
TOPLAM	50.979	88.850	112.399



yükselen Volkswagen gibi, Audi de 2011 yılında önemli bir başarıya imza atmış ve 12.064 adetle tarihindeki en yüksek satış adedine ulaşmıştır. İstanbul, Ankara, Antalya ve İzmir'den sonra Bursa'da açılan showroom'u ile Türkiye genelindeki satış noktalarının sayısını 6'ya yükselten Porsche, 2011 yılında 442 adetlik yeni bir satış rekoruna imza atmıştır. Satışlarını %19 oranında artırmayı başaran SEAT ile satışlarını %20 artıran Skoda da pazarın üzerinde bir büyüme göstermeyi başarmıştır.

2011 yılında binek araçlarda olduğu gibi hafif ve ağır ticari araç sınıflarında da önemli artışlar kaydedilmiştir. Volkswagen Ticari Araç, satışlarını %9,8 artırarak toplam hafif ticari araç pazarındaki payını %9,7'ye, ithal ticari araç pazarındaki payını ise %23,5'e yükseltmiştir. Scania ise 16 ton ve üzeri ağır ticari araç pazarında 2.929 adet satışa ulaşarak bir önceki yıla göre satışlarını %17 geliştirmiş ve yeni bir tarihi rekora imza atmıştır.

Binek ve ticari araçların dışında Doğu Otomotiv'in kısmen ithalat, kısmen de üretim yoluyla pazara sunduğu treyler, damper, soğutma sistemi, endüstriyel ve deniz motorları gibi işkollarında da 2011 yılı içinde önemli satış ve ciro başarıları elde edilmiştir.

Yeni lansmanlar

2011, satışlar kadar müşterilerin beğenisine sunulan yeni model ve motor seçenekleri itibarıyla da oldukça hareketli bir yıl olmuştur. "Dünyanın en yenilikçi otomotiv markası" vizyonu ile kendini ve teknolojisini sürekli yenileyen Volkswagen Binek Araç, 2011 yılında "Prestij şekil değiştirdi" sloganı ile Yeni Jetta modelinin ve tanıtımı Fashion's Night Out etkinliği ile yapılan Yeni Tiguan modelinin lansmanını gerçekleştirmiştir.

Son yıllarda ürün gamını büyük ölçüde genişleten Audi, kasım ayında satışa sunduğu Audi Q3 ile arazi aracını anımsatan, fakat şehir kullanımına uygun bir model arayışında olan müşterilere benzersiz bir seçenek sunmuştur. Porsche ise 2011 yılında, başta Yeni Panamera Diesel olmak üzere, Panamera Hybrid ve Cayman R modellerini satışa sunarak önemli bir atılım gerçekleştirmiştir. 2011 yılı Lamborghini ve Bentley markaları için de heyecan verici yeniliklere sahne olmuştur. Yıl içinde lansmanları yapılan Bentley Continental GT ve Lamborghini Aventador LP 700-4 modelleri, üst lüks segmentte büyük ilgi uyandırmıştır. Diğer taraftan Skoda, sportif çizgilere sahip Fabia RS

modelini 2011 yılının mart ayında Türk tüketicisinin beğenisine sunmuştur.

Volkswagen Ticari Araç, 2011 yılında iki önemli lansman gerçekleştirmiştir. Yenilikçi teknoloji, yüksek güvenlik standartları ve yakıt verimliliğini konfor ve ergonomideki en iyi değerlerle birleştiren ve Avrupalı bir üreticinin pick-up sınıfında ürettiği ilk araç olan Volkswagen Amarok, mayıs ayında showroamlardaki yerini almış ve çok başarılı bir performans sergileyerek %20,1 pazar payı ile segmentinde 2. sıraya yerleşmiştir. Volkswagen Ticari Araç'ın büyük sınıf hafif ticari araç segmentindeki temsilcisi olan Crafter ise 2011 yılında tümüyle yenilenmiş ve eylül ayında pazara sunulmuştur.

"Mükemmel" hizmet

Doğu Otomotiv, müşteri mutluluğunun sürekliliğini sağlamaya ve bu yöndeki en önemli halkalardan biri olarak gördüğü Satış Sonrası Hizmetler'i geliştirmeye yönelik faaliyetlerini 2011 yılı boyunca sürdürmüş ve bu çabalarının sonucunda bazı uluslararası ödül ve başarıları imza atmıştır.

VolkswagenAG tarafından bu yıldördüncüsü düzenlenen Servis Kalitesi Ödülü Yarışması'nda Türkiye'den 2 Volkswagen Yetkili Servisi, Avrupa çapında en iyi 100 Yetkili Servis arasına girmeyi başarmıştır. Benzer bir şekilde, Audi Twin Cup Satış Sonrası Yarışması'nda Doğu Otomotiv Audi, tüm dünya ülkeleri arasında servis ve teknik alanlarda birinci olarak son yıllardaki Twin Cup başarılarını bir kez daha tekrarlamış ve Audi Twin Cup kupasını Türkiye'ye taşımıştır.

SEAT S.A. tarafından satış sonrası müşteri memnuniyetini ölçümlemek için yaptırılan 2011 IACS araştırmasında Doğu Otomotiv-SEAT, Türkiye pazarında müşteri memnuniyetini en çok artıran üç markadan biri olmuştur. SEAT tarafından tüm dünyadaki Yetkili Servisler arasında en başarılı çalışanların belirlendiği "Top Service People" (En İyi Servis Çalışanı) ödüllerinin 2011 yılı şampiyonluğunu, Doğu Otomotiv-SEAT Yetkili Servisi AVEK Otomotiv Servis Müdürü kazanmıştır.

Bu başarıların yanında Doğu Otomotiv çatısı altında müşterilere sunulan birçok marka, yıl boyunca çeşitli ödüllere layık görülmüştür. Othaber dergisi tarafından 9 ödülle en başarılı marka Audi seçilirken, Ekovitrin dergisi tarafından düzenlenen "Yılın Starları" ödüllerinde

Skoda'nın Superb Combi modeli yılın aracı seçilmiştir. Ayrıca 2011 yılında Thermo King Türkiye elde ettiği başarılarla istinaden OEM tarafından dünyanın en iyi "Treyler Distribütörü Ödülü" ile onurlandırılmış; Stuttgarter Verlags EuroTransport-Media (ETM) tarafından Krone "2011 Yılı'nın En İyi Treyler Markası" seçilmiş; büyük Avrupa pazarlarında gerçekleştirilen marka imajı ve bilinirlik araştırmasında da Volkswagen Ticari Araç, Türkiye'de marka imajı en yüksek marka çıkmıştır.

İsviçre'de bir "Türk"

İsviçre'nin Lozan kentinde Porsche bayisi olarak 2009 yılında açılışı gerçekleştirilen D-Auto Suisse, etkinliklerle dolu ikinci tam yılında İsviçre pazarındaki yoğun rekabet ortamında edindiği sağlam yerini korumuş ve 2011 yılında başarılı bir tablo ortaya koyarak 146 adet yeni araç satışı gerçekleştirmiştir. D-Auto Suisse, satış başarılarının yanı sıra satış sonrası hizmetlerde de üstün bir performans sergilemiştir.

İkinci el piyasasında bir lider

Türkiye'nin ilk ve en büyük kurumsal ikinci el markası olan DOD, 2011 yılında kendi satış rekorunu kırarak 15.659 adet araç satışı ile kurumsal ikinci el sektöründeki liderliğini sürdürmüş, geliştirdiği yeni proje ve altyapı çalışmalarıyla sektöre damgasını vurmuştur. İkinci el piyasasına getirdiği yeniliklerle adından sıkça söz ettiren DOD, 2011 yılında da birçok ilke imza atmıştır. Bu çerçevede, ABD'de uzun yıllardır uygulanmakta olan "outlet" sistemi Türkiye'de ilk kez hayata geçirilmiş ve farklı marka, model ve yaşta 100'den fazla aracın aynı anda sergilenebileceği toplam 3 bin metrekaarelik Şekerpınar Outlet'i 2011'de hizmete girmiştir.

DOD, 2011 yılında açık artırma organizasyonlarını sıklaştırarak hemen hemen her hafta sonu düzenlenen bir gelenek haline dönüştürmüş, araç alım satımını profesyonel iş olarak benimseyen üyelere özel ProDOD üyelik sistemini geliştirmiş ve ikinci el araç almak/satmak isteyenlerin referans sitesi haline gelen DOD'un web sitesini altyapı, görsellik ve içerik bakımından tümüyle yenileyerek yeni fonksiyonlarla zenginleştirmiştir.

Seyir güvenliğinin garantisi TÜVTURK

TÜVTURK, 2011 yılında başta egzoz gazı emisyon ölçüm hizmetleri olmak üzere tüm faaliyet alanlarında büyüme sağlarken, cirosunu %22 artışla 605 milyon TL'den 739 milyon TL'ye çıkarmıştır. 2011 yılında

bir önceki yıla göre %12'lik artışla 6,1 milyon aracın periyodik araç muayenesini gerçekleştiren TÜVTURK, 2011 yılında egzoz gazı emisyon ölçümü yapılan istasyon sayısını 176'dan 193'e yükseltmiş ve 1,5 milyon aracın egzoz gazı emisyon ölçümlerini yapmıştır.

Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Otomotiv değer zincirinin tüm halkalarında güçlü bir şekilde varlığını sürdüren ve 2000'e yakın çalışanıyla otomotiv sektöründe %12,6'lık pazar payının sahibi olan Doğu Otomotiv, topluma, insanlara ve ortak yaşam alanlarına karşı sorumlulukları çerçevesinde 2011 yılında da sosyal sorumluluk projelerine devam etmiş ve bir önceki yıl ilk Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporu'nu hazırlayarak otomotiv sektörüne yaptığı öncülüğü bir adım daha ileri taşıyarak Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporu'nu B tipine yükseltmiştir. Doğu Otomotiv sahip olduğu gücü özellikle iştigal alanı olan sektörle alakalı trafik güvenliği konusunda sosyal bir değişim yaratmak amacıyla kullanmaktadır. 2004 yılından bu yana Trafik Hayattır kurumsal sosyal sorumluluk platformu kapsamında, trafik güvenliği konusunda bilinçlendirmeye yönelik faaliyetler gerçekleştiren Doğu Otomotiv 2011 yılında da çalışmalarına ivme katarak faaliyetlerine devam etmiştir.

Doğuş Grubu

Doğuş Grubu; finans, otomotiv, inşaat, medya, turizm ve hizmetler, 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 iç içe gelişmektedir. Grup, yine bu bilinç çerçevesinde özellikle çocuk gelişimi, eğitim, çevre, kültür-sanat ve spor alanlarına odaklanan çeşitli kurumsal sosyal sorumluluk ve sponsorluk projelerini hayata geçirmektedir.

Doğuş Grubu, 125 şirketi ve 29 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. Finansta BBVA (Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A.), otomotivde Volkswagen AG ve TÜVSÜD, medyada CNBC, MSNBC ve Condé Nast ve turizmde Hyatt International Ltd. ve HMS International Hotel GmbH (Maritim) gibi büyük küresel oyuncularla sağladığı sinerji de bu sürece çok önemli katkılarda bulunmaktadır.

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

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



***Rekabetçi bir ortamda, kendilerini
yükselten değerlere bağlı kalarak
faaliyet alanlarında en iyi hizmeti
sunmanın yollarını bulmak, tüketici
bilincinin ve kalite arayışının giderek arttığı
günümüzde şirketler için var olabilmenin
temel unsurları haline gelmiştir.***





Markalarımız



Das Auto.



2011 rekorlar yılı

Volkswagen Binek Araç, “dünyanın en yenilikçi otomotiv markası” vizyonu doğrultusunda belirlediği ürün ve iletişim stratejisiyle 2011 yılında satışlarını %40 oranında artırarak çok başarılı bir yılı geride bırakmıştır. 2011 yılında iletişim alanında alınan Kristal Elma ve Altın Örümcek ödülleri de bu başarıyı taçlandırmıştır.

Volkswagen Binek Araç

Volkswagen Binek Araç markası, bir önceki yıla göre %16,4 oranında büyüyen binek araç pazarında satışlarını %40 artırarak pazarın üzerinde bir performans göstermiştir. 2011 yılında izlenen başarılı ürün ve iletişim stratejileri, yeni model lansmanları sayesinde Volkswagen Binek Araç'ın pazar payını %9,4 seviyesine yükseltmiş ve markamız pazarda 4. sıraya tırmanmıştır.

Modellerimizin performansları

Polo modelimiz segment payını etkin kampanyalarla %12,6 seviyesine çıkarmış, yeni sunulan motor ve donanım seçenekleri sayesinde daha geniş bir kesime hitap etmeye başlamıştır.

Bulunduğu sınıfa kendi adını veren Golf modelimiz satışlarını %40 oranında artırarak %11,2 segment payı almayı başarmıştır.

2011 yılında “Prestij şekil değiştirdi” sloganı ile lansmanı yapılan Yeni

2011 yılı, Volkswagen Binek Araç'ın başarısını pekiştirdiği bir yıl olmuştur. Volkswagen Binek Araç, lansmanlarla ve ödüllere dolu bir yılı, satış adetlerini ve pazar payını artırarak ve sıralamada bir basamak yukarı çıkarak tamamlamıştır.

Vedat Uygun
Volkswagen Binek Araç Marka Genel Müdürü





Jetta modelimiz segment payını artırarak %9,9 pazar payına ulaşmıştır.

2010 Kasım ayında lansmanı yapılan Yeni Passat modelimiz 2011 yılında %19 gibi çarpıcı bir segment payı ile lider pozisyonunu korumuştur. Coupe ve sedan özelliklerini birleştirerek kendi segmentini yaratan CC modelimiz ise satışlarını %36 oranında artırarak %34 segment payının sahibi olmuştur.

Satış rakamlarında en yakın rakibinin bile çok üzerinde bir performans sergileyen Scirocco modelimiz %45 segment payı ile liderliğini sürdürmüştür.

Lansmanı Fashion's Night Out etkinliği ile yapılan Yeni Tiguan modelimiz ise segmentinde %15 segment payına ulaşarak 2. sırada yer almıştır.

Dijital iletişimde lider marka

Volkswagen Binek Araç, 750.000'i aşan takipçisiyle Facebook'ta Türkiye'deki en çok izlenen resmi otomobil markası olmuş ve dünyanın en büyük ikinci Volkswagen sayfası konumuna gelmiştir. 2011 yılında başta Altın Örümcek olmak üzere, yapılan uygulamalar ve yarışmalarla pek çok ödüle layık görülmüştür. Yıllık 10 milyon ziyaretçiye aşan internet sitemizde ayrıca sosyal medyadan da yönlendirme yaptığımız "24 Saat Online Müşteri İletişim Hattımız" bulunmaktadır.

Satış sonrası hizmetler

Türkiye çapında 68 Yetkili Servis noktası ile hizmet veren Volkswagen Binek Satış Sonrası Hizmetler (SSH), 2011 yılında Uşak, Manisa, Elazığ ve Düzce'de Yetkili Servisler açarak müşterilerine sunduğu hizmet ağını daha da genişletmiştir. Volkswa-

gen AG tarafından bu yıl dördüncüsü düzenlenen Servis Kalitesi Ödüllü Yarışması'nda, Türkiye'den 2 Volkswagen Yetkili Servisi tüm Avrupa'da en iyi 100 Yetkili Servis arasına girmeyi başarmıştır. Tüm dünyada satış sonrasında en iyi performans gösteren 5 ülke arasına girmeyi başaran Doğu Otomotiv Volkswagen SSH'nin bu yöndeki çalışma ve "best practice" uygulamaları diğer ülkelerdeki SSH ağına rehberlik etmiştir. Volkswagen AG'nin MACH 18 hedefleri kapsamında yürütülen RASE (Retail After Sales Excellence - Satış Sonrasında Mükemmel Hizmet) projesine Doğu Otomotiv de dahil olmuş, 2011 yılında Volkswagen Yetkili Servislerinde proje çalışmaları başlamıştır. Yetkili Servislerimizde toplam 370.000'e yakın araç girişiyle ayda ortalama 30.000 müşteriye hizmet verilmektedir. 2011 yılında parça cirosu %16, işçilik cirosu ise %15 artış göstermiştir.





Ticari Araç



Volkswagen Ticari Araç yeni segmentlerde de iddiasını artırıyor

Volkswagen Ticari Araç, 2011 yılında Amarok modeliyle giriş yaptığı pick up segmentinde de iddialı olduğunu kanıtlamış ve Yeni Crafter ile birlikte ürün yenileme sürecini tamamlamıştır. Toplam pazarda üçüncülük elde eden Volkswagen Ticari Araç, ithal ticari araç satışlarında ise lider olmuştur.

2011

2011 yılında hafif ticari araç pazarı geçen yıla oranla %7,9 oranında bir artış yaşamış ve 270.920 adetlik satış rakamına ulaşmıştır. Volkswagen Ticari Araç ise satışlarını %9,8 oranında artırarak toplam hafif ticari araç pazarındaki payını %9,7'ye, ithal ticari araç pazarında ise %23,5'e yükseltmiştir.

Amarok ile yeni bir segmente giriş yapan Volkswagen Ticari Araç, bu segmentte başarılı bir performans sergilemiş ve mayıs-aralık ayları arasındaki dönemde %20,1 pazar payı ile 2. sırada yer almıştır.

Caddy'nin pazar payı 2011 yılında %10,6 olarak gerçekleşmiştir. Volkswagen Ticari Araç Avrupa, Caddy satışlarının %10'unu Türkiye'de gerçekleştirmektedir.

Volkswagen Ticari Araç, 8.670 Transporter satışı ile orta sınıf hafif ticari araç segmentinde %38 pazar payı elde ederek 2011 yılında da açık ara sınıfının lideri olmuştur.



2007 yılından beri istisnasız en çok sahip olunmak istenen marka olan Volkswagen Ticari Araç, bu konumunu destekleyecek yenilikleriyle müşteri beklentilerinin her zaman bir adım önünde olmaya devam edecektir.

Kerem Güven
Volkswagen Ticari Araç Marka Genel Müdürü

Crafter'ın pazar payı ise 2011 yılında %3,3 olarak gerçekleşmiştir.

Lansmanlar

Yenilikçi teknoloji, yüksek güvenlik standartları ve yakıt verimliliğini konfor ve ergonomideki en iyi değerlerle birleştiren ve Avrupalı bir üreticinin bu sınıfta ürettiği ilk araç olan Volkswagen Amarok, mayıs ayında showroomlardaki yerini almıştır.

Volkswagen Ticari Araç'ın büyük sınıf hafif ticari araç segmentindeki temsilcisi olan Crafter, motorundan üst yapısına kadar her yönüyle yenilenmiş ve eylül ayında pazara sunulmuştur. Türk kullanıcılarına özel olarak Türkiye'de geliştirilen üstyapı donanım özellikleri Volkswagen AG tarafından resmi olarak sertifikalandırılmıştır.

Marka iletişimi

Volkswagen Ticari Araç, doğru hedef kitleye, doğru yerde ve doğru zamanda ulaşmak için müşterileriyle buluşabildiği tüm mecralarda olmayı 2011 yılında da sürdürmüştür.

Bütünleşik pazarlama stratejisiyle klasik mecralardan yeni medyaya kadar tüm iletişim kanallarında Volkswagen Ticari Araç markasının tanıtılması, müşterilerin bilgilendirilmesi ve deneyimletilmesi amacıyla yıl boyunca farklı projelere imza atılmıştır. Bazen basın ilanlarıyla, bazen de dikkat çekici şehir içi tanıtım uygulamalarıyla markanın konuşulması sağlanmıştır. Volkswagen Ticari Araç Facebook sayfası çok kısa sürede yüksek sayıda takipçiye ulaşmış ve Hafif Ticari Araç markaları arasında dünyada en çok takipçisi olan ikinci marka haline gelmiştir.



Büyük Avrupa pazarlarında gerçekleştirilen marka imajı ve bilinirlik araştırmasının Türkiye sonucuna göre Volkswagen Ticari Araç, marka imajı değerlendirmesinde en yüksek sonucu almıştır.

Müşteri ilişkileri yönetimi ve Yetkili Satıcı saha faaliyetleri

Volkswagen Ticari Araç, 2011 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 birebir iletişim kurmuştur.

2011 başında potansiyel müşteri ve dış ziyaret projesine start verilmiştir. 2010 yılında 68.000 adet potansiyel müşteri kaydı alınırken, atılan adımlar sonucunda potansiyel müşteri kay-

dı sayısı bugün itibariyle 180.000'e ulaşmıştır. 2011 yılında 65.000 müşteri aktif olarak birebir ziyaret edilmiştir.

2012...

Volkswagen Ticari Araç, 2012 yılında da mevcut müşteri memnuniyetinin artırılması ve satış hedeflerinin gerçekleştirilmesi yönündeki faaliyetlerini aralıksız olarak sürdürecektir.





Dünyanın en iyi Audi servisi Türkiye'den

Audi markası, 2011 yılında 12.064 adet satışla bir önceki yıla göre %25 büyüme kaydetmiş ve pazar payını %2,03 olacak şekilde artırmıştır. Bunun yanı sıra 2010 yılına göre %23,3 artan araç parkı ve Avrupa'da örnek gösterilen %78 müşteri sadakat oranı ile satış sonrası hizmetler cirosunda %22,2 artış sağlanmıştır.

Teknoloji ile bir adım önde

Audi'nin iç içe geçmiş dört halkası, markanın kurucuları olan Horch, Audi, DKW ve Wanderer şirketlerini temsil etmektedir. Markanın sloganı olan "Teknoloji ile bir adım önde", markanın özünü oluşturan "sportif", "sofistike" ve "ilerici" marka değerleri ile desteklenmektedir.

Rekor satış adedi

Doğuş Otomotiv tarafından Türkiye'ye 1994 yılında ithal edilmeye başlayan Audi markası, 2011 yılında önemli bir başarıya imza atarak 12.064 adet satışla tarihindeki en yüksek satış adedine ulaşmıştır.

Audi'nin model bazlı performansı

Audi'nin küçük kompakt sınıftaki temsilcisi Audi A1, 2011 yılını 548 adetlik satışla tamamlamıştır. Kendi sınıfında lider olan A3, A3 Sportback ve A3 Cabriolet'nin 2011 yılı toplam satış adedi 3.125 olarak gerçekleşmiştir. A4, A4 Avant ve A4 allroad satışları 2.766 adetle kapanırken, A5 ailesinin toplam sayısı 826 adet ola-



Satış sonrası hizmetler alanına ve insan kaynaklarımıza yaptığımız yatırımlar sonucunda, son yıllardaki Twin Cup başarılarımızı bir kez daha tekrarladık ve dünyanın en iyi Audi servisi olarak, Audi Twin Cup kupasını Türkiye'ye taşıdık.

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



rak gerçekleşmiştir. 2011'de yenilenen A6, A6 Avant ve A6 allroad satışları toplamda 3.184 adede, A8 satışları ise 141 adede ulaşmıştır. 2011 yılında TT modelinden 35 adet, Q7 modelinden 154 adet, A7 Sportback modelinden ise 180 adet satılmıştır. Sınıfında lider olan diğer bir model de, yılı 954 adetlik satışla kapatan Q5'tir. Kasım ayında satışa sunulan Audi Q3 seneyi 148 adetlik satışla tamamlamıştır.

Satış sonrası hizmetlerde büyüme

2011 yılında Audi'nin bir önceki yıla göre araç parkı %23,3 oranında büyümüş, markanın satış sonrası hizmet cirosu da buna paralel olarak bir önceki seneye göre %22,2 artış göstermiştir.

2011 yılında Audi parça satışları 2010 yılına göre %24,7 oranında yükselmiştir.

2011'de Audi müşterilerinin servis sadakat oranı %78 olarak gerçekleşmiştir. Bu oran, premium segment-

te örnek teşkil eden önemli bir başarı göstergesidir.

2011 başarılarına devam

Audi AG tarafından satış ve satış sonrası alanlarında müşteri memnuniyetini ölçmek üzere gerçekleştirilen CSS araştırmasında, şimdiye kadar kaydedilen en yüksek puanlara 2011 senesinde ulaşılmıştır. Her iki alandaki rekor puanlar müşteri memnuniyetinde geline seviyeyi açıkça göstermektedir. Audi Twin Cup Satış Sonrası Yarışması'nda Doğu Otomotiv Audi, tüm dünya ülkeleri arasında servis ve teknik alanlarda birinci olarak servis kalitesinin dünya standartlarının üzerinde olduğunu kanıtlamıştır. *Otohaber* dergisi tarafından düzenlenen ve dergi okuyucuları tarafından değerlendirilen "Otohaber Ödülleri"nde 9 ödülle en başarılı 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. A7 Sportback ve A6 için lansman, A1 için relansman reklam çalışmaları yapılmıştır. 22-26 Haziran 2011 tarihleri arasında gerçekleştirilen ve Audi AG ile birlikte ilk kez organize edilen Audi Sportscar Experience'ta 201 kişi Formula 1 pistinde R8 modelini deneme fırsatı bulmuştur. 2011'in diğer öncelikli konularından biri de sosyal medya iletişimi olmuştur. Audi markasının iletişimine yönelik olarak Facebook, Twitter, Instagram, Flickr ve YouTube gibi sosyal medya kanalları başarıyla kullanılmıştır.





Hız kesmek yok

Başarıyla tamamlanan 2010 yılının ardından, Panamera Hybrid ve 911 Carrera GTS ile genişleyen model serisi, Yeni Panamera Diesel modelinin lansmanı ve düzenlenen pazarlama aktiviteleriyle 2011 yılında satış adetleri %13 oranında artmıştır.

Modellerimizin performansı

Yeni Panamera Diesel modelinin satışa sunulmasıyla Panamera satış adedi 2010 yılına oranla %50 artış göstermiş ve 117 adet satış gerçekleşmiştir. Boxster modeli satışları 2011 yılı sonunda %100 artışla 10 adede ulaşmıştır. Hem hitap ettiği kitle, hem de fiyat açısından Boxster ile 911 modelleri arasındaki boşluğu dolduracak şekilde konumlandırılan Cayman modelinin satış adedi ise %47 artışla 31 olarak gerçekleşmiştir. 2011 yılında gerçekleştirilen toplam 442 adet Porsche satışının 52 adedini 911 modeli oluşturmaktadır. 2010 yılında lansmanı yapılan Yeni Cayenne modeli ise 2011 yılında 232 adetlik satış rakamına ulaşmıştır.

Yeni Panamera Diesel lansmanı

Porsche'nin dört kapılı Gran Turismo modelinin 250 hp'lik dizel motorla donatılmış son versiyonu 21-22 Temmuz 2011 tarihlerinde ilk kez Stuttgart'ta basına tanıtılmıştır. Tanıtımı yapılan araçlar 30 Eylül tarihinden itibaren 1 ay süreyle İstinye Park Otomotion'da



2011 yılında, başta Yeni Panamera Diesel olmak üzere, Panamera Hybrid ve Cayman R modellerinin satışa sunulması ve yürütülen etkin pazarlama aktiviteleri neticesinde 442 adetlik satış rakamına ulaşılmıştır.

Anıl Gürsoy
Porsche, SEAT Marka Genel Müdürü



sergilenerek Porsche severlerle buluşturulmuştur. 13 Ekim tarihinde Bebek Lucca'da Yeni Panamera Diesel müşteri tanıtım kokteyli gerçekleştirilmiş ve modeller büyük ilgi görmüştür. 30 Ekim tarihinde GT3 Cup Challenge final yarışı ile eşzamanlı olarak İstanbul Park'ta Yeni Panamera Diesel test sürüş aktivitesi gerçekleştirilmiştir. Yıl boyunca modelin satış adetlerinde de artış yaşanmıştır.

Porsche Sport Driving School ve PWRs

Türkiye'de ikinci kez 28-29 Mayıs tarihlerinde İstanbul Park'ta düzenlenen ve Porsche kullanıcılarının drift ve pistte sürüş becerilerini geliştirmeyi amaçlayan Porsche Sport Driving School etkinliği, Almanya'dan getirilen 20 adet Carrera 911 model araç ve yabancı ileri sürüş eğitmenleri eşliğinde gerçekleştirilmiştir.

4-10 Haziran tarihleri arasında İstanbul Park'ta Almanya'dan getirilen Porsche araçlar ve sürüş eğitmenleri ile düzenlenen bir diğer sürüş aktivitesi Porsche World Road Show, etkinliğe davet edilen Porsche severlere farklı Porsche modellerini farklı etaplarda deneyimleme fırsatı sunulmuştur.

Porsche GT3 Cup Challenge Eastern Europe

Porsche'nin GT3 modelinin yarış versiyonuna açık tek marka kupası olan "Porsche GT3 Cup Challenge Eastern Europe" yarışlarının ikinci sezonu 2011 yılında başarıyla tamamlanmıştır. Türkiye tarafından 4 hafta sonunda İstanbul Park'ta ve Çek Cumhuriyeti'ndeki Brno pistinde düzenlenen 4 yarış, motor sporlarını sevenler tarafından ilgiyle takip edilmiştir.

Yeni 911 lansmanı

Dünyanın en dikkat çekici spor otomobilleri arasına giren yeni 911 Carrera modelinin dünya prömiyeri Eylül ayında Frankfurt Fuarı'nda yapılmış, 15-18 Kasım tarihlerinde ise Los Angeles'ta basın lansmanı gerçekleştirilmiştir. Basında geniş yer bulan modelin Yetkili Satıcı lansmanı için ise 27-30 Kasım tarihlerinde Cape Town'da unutulmaz bir şov düzenlenmiştir.

Altıncı Porsche merkezi Bursa'da açıldı

İstanbul, Ankara, Antalya ve İzmir'den sonra Bursa'da açılan showroom ile Türkiye genelindeki Porsche satış noktası sayısı 6'ya yükselmiştir. 2012 yılında Mersin'de faaliyete geçecek yeni Porsche Showroom ile Yetkili Satıcı ağı büyümeye devam edecektir.





Lansmanlar senesi 2011

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

Otomobil tarihinin en prestijli ve lüks modelleri

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

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

Ekonomik krizden etkilenen üst lüks segment

2011 yılında Bentley Continental GT ve Lamborghini Aventador LP 700-4 modellerinin lansmanları gerçek-

2011 senesi hem Lamborghini hem de Bentley markaları için yeni araç lansmanları ile geçti. Araçlarımızın birçoğu 2011'in son çeyreğinde teslim edildi. Bizi 2012'de daha pozitif bir sene bekliyor.

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





leşmiştir. Araçların çoğu özel sipariş olarak üretildiğinden ancak yılın son çeyreğinde satışa sunulabilmiş ve 2011 yılında üst lüks segmentte yaşanan daralmanın da etkisiyle Bentley markasının satışları bir önceki seneye göre 3 adet düşerek 11 adet olarak gerçekleşmiştir. Lamborghini ise 2011 yılında 6 adetlik satışa ulaşarak bir önceki seneye göre satışlarını 2 adet artırmış ve pazar payını yükseltmiştir.

2011 yılı Ocak-Aralık döneminde 8 adedi Continental GT, 3 adedi de Continental Flying Spur olmak üzere toplam 11 adet Bentley ile 4 ade-

di Gallardo LP 560-4, 1 adedi Gallardo LP 570-4 Superleggera ve 1 adedi de Aventador LP 700-4 olmak üzere 6 adet Lamborghini satış ve teslimatı gerçekleştirilmiştir.

Marka iletişimine devam

2011 yılında Bentley ve Lamborghini markalarına yönelik pazarlama yatırımlarına devam edilmiştir. Yıla ait çalışmalarından satırbaşları şu şekildedir:

- 16 Şubat 2011 tarihinde İstinye Park Bej Restaurant'ta gerçekleştirilen Bentley GT lansman aktivitesine 232 davetli katılmıştır.
- 4 Mart 2011 tarihinde Venedik Sarayı'ndaki Venedik Karnavalı'na

Lamborghini markası ile sponsor olunmuş ve Gallardo LP-570 Superleggera sergilenmiştir.

- 16 Ekim 2011 tarihinde Koç Müzesi'nde gerçekleştirilen Breitling Jet Team Show'a Bentley markası ile sponsor olunmuş ve Bentley GT modeli sergilenmiştir.
- Sene boyunca Automobili Lamborghini tarafından düzenlenen Lamborghini Academy sürüş etkinliklerine müşteriler davet edilmiştir.

2012 yılı

Bentley ve Lamborghini markaları için 2012 yılında sırasıyla 10 ve 4 adet satış öngörülmektedir.





Sürdürülebilir büyüme hedefimize ulaştık

SEAT, dinamik, genç ruhlu ve tasarım odaklı marka değerleri paralelinde 2011 yılında pazara sunulan yeni motor seçenekleri ve genişleyen Ibiza model ailesi ile satışlarını %19 oranında artırmayı başarmış ve pazarın üzerinde bir büyüme göstermiştir.

Büyümeyle Ibiza modeli ile gerçekleştirdik

SEAT markasının 2011 yılında ulaştığı 6.059 adetlik satış performansındaki en büyük etken, genişleyen Ibiza model ailesine yönelik gerçekleştirilen özel satış ve iletişim stratejisi olmuştur.

Modellerimizin performansı

- 2011 yılında SEAT'ın en çok satan modeli, artan motor ve şanzıman seçeneği, rekabetçi satış aksiyonları ve yeni Copa donanım paketi ile satışa sunulan Ibiza model ailesi olmuştur. Ibiza Sportcoupe, Ibiza 5 kapı ve Sportourer versiyonlarından oluşan Ibiza model ailesi, 2010 yılına göre satış adedini %47 oranında artırarak, SEAT satışlarındaki payını %49'a yükseltmeyi başarmıştır.
- 2011 yılında SEAT'ın en çok satan ikinci modeli Leon, 1.6 Dizel 7 ileri DSG motor seçeneği ve yılın son çeyreğinde satışa sunulan 1.4 lt 125 hp FR versiyonu ile tüm modeller arasında %45 oranında pay elde etmiştir.

SEAT markası olarak 2011 yılında, ürünlerimizdeki kalite ve teknoloji avantajlarını kullanıp pazarın üzerinde büyüyerek sürdürülebilir büyüme hedefimize ulaşmış bulunmaktayız.

Anıl Gürsoy
SEAT Marka Genel Müdürü



- 2010 yılına göre satış adetlerini %68 oranında artıran Altea XL modelinin SEAT satışlarındaki payı 2011 yılında %6 olmuştur.

Pazarlama faaliyetlerimiz

2011 yılında, SEAT markasının global stratejisine de paralel olarak geleneksel iletişim yöntemlerinin yanında Yetkili Satıcı pazarlama faaliyetlerine ve dijital medya kullanımına ağırlık verilmiştir. Mayıs ayında iletişime açılan SEAT Türkiye Facebook resmi sayfası ile birlikte yıl boyunca sosyal medyada farklı dijital projeler gerçekleştirilerek, hedeflenen genç kitleye ulaşılmıştır. Ibiza model ailesi ağırlıklı imaj ve satış iletişimi ile hem SEAT markasının bilinirliğinin artırılması, hem de satışlarının desteklenmesi hedeflenmiştir.

Satış sonrası hizmetlerde müşteri memnuniyeti ve kalite anlayışı

SEAT markasının, 2011 yılında %12 oranında artan araç parkına yönelik gerçekleştirilen servis kampanyaları ile müşterilerin Yetkili Servislere bağlılık oranı %5 artırılarak, %60 seviyesine ulaştırılmıştır. İş üstü eğitimleri ile %4 oranına inen iş tekrarı sayesinde müşteri memnuniyeti anketlerinde üstün başarı sağlanmıştır.

Marka başarıları

Doğuş Otomotiv-SEAT, SEAT S.A. tarafından satış sonrası müşteri memnuniyetini ölçümlemek için yaptırılan 2011 IACS araştırmasında, Türkiye pazarında müşteri memnuniyetini en çok artıran üç markadan biri olmuştur.

SEAT tarafından tüm dünyadaki Yetkili Servisler arasında en başarılı çalışanların belirlendiği "Top Service People" (En İyi Servis Çalışanı) ödülleri Doğuş Otomotiv-SEAT Yetkili Servisi AVEK Otomotiv Servis Müdürü, yarışmaya 26 ülkeden katılan tüm rakiplerini geride bırakarak 2011 yılının "En İyi Servis Müdürü" seçilmiştir.

Güçlü Yetkili Satıcı ve Servis teşkilatı

2011 yılında 23 Yetkili Satıcı ve 40 Servis noktasında faaliyetlerini devam ettiren SEAT Yetkili Satıcı ve Servis teşkilatı, markaya olan inancı ve devamlı gayreti ile SEAT'ın en önemli gücü olmuştur.



ŠKODA

Skoda hedeflerine emin adımlarla ilerliyor

1989 yılından bu yana Skoda'nın Türkiye distribütörlüğünü sürdüren Yüce Auto, günümüzde Fabia, Roomster, Octavia, Superb ve Yeti modellerinin satış, servis ve yedek parça hizmetlerini Türkiye çapında 31 Yetkili Satıcı ve 38 Yetkili Servis ile sürdürmektedir.

Skoda, Türkiye'de satışlarını 2011 yılında, bir önceki yıla göre yaklaşık %20 oranında artırarak 7.590 adede yükseltti. Pazarın üzerinde büyüme yüzdesi yakalayan Skoda, bir önceki yıl 6.332 adetlik satış gerçekleştirmişti.

Skoda, dünya pazarlarında ise 2011 yılını büyüme yolunda yeni rekorlar kırarak tamamladı. Bir önceki yıla göre dünya üzerinde toplam otomotiv pazarı %5,1 büyürken, Skoda satışları %15,3 arttı. 2010 yılında dünyada 762.600 araç satan Skoda, 2011 yılında bu rakamı 879.200'e çıkarttı. Satışlarındaki başarıyı ürün yelpazesini genişleterek perçinleyen Skoda, aynı dönemde Citigo ve Rapid modellerini de tanıttı. Bu modeller ülkemizde 2012 yılında gerçekleştirilecek olan İstanbul Auto Show Fuarı'nda Türk tüketicisi ile buluşacaktır.

Modellerimizin performansı

Skoda Türkiye, 2011 yılında 7.590 adet binek otomobil satışı gerçekleştirdi. Octavia, satışların %39'unu

Otomotiv sektöründe rekorların kırıldığı bir yılı geride bıraktık. Skoda olarak bu dönemde logo değişimi ile başlattığımız atılım hamlesinin ilk meyvelerini 7.590 adetlik satış ile topladık. Bu hamleyi sürdürerek markamızı temsil eden ve grubumuzun kalitesini yansıtan modellerimizle grubumuzun 2018 hedeflerine, 2012 yılında elde edeceğimiz başarılar ile bir adım daha yaklaşmak istiyoruz.

Mahmut Kadirbeyoğlu
Skoda Yüce Auto Genel Müdürü

gerçekleştirerek yine marka ürün gamının en çok satan modeli oldu. Octavia'yı 1.734 adetlik satışla, Türkiye pazarına iyice ısınan markanın prestij modeli Superb takip etti. Superb, marka satışlarından %23'lük bir pay elde etti. Skoda'nın B segmentindeki modeli Fabia ise uygun fiyat stratejisi ile markanın satışlarından 1.464 adetlik satışla %19 pay aldı. Tasarımı ve akıllı çözümleriyle Skoda'nın SUV segmentindeki modeli Yeti ise pazara yaptığı hızlı girişi devam ettirerek 769 adet ile %10'luk payın sahibi oldu. Skoda'nın MPV sınıfındaki temsilcisi Roomster, 2011 yılında marka satışları içindeki payını %9'a yükseltti.

Modellerimizin başarıları sadece satış performansı ile sınırlı kalmadı. *Ekovitrin* dergisi tarafından düzenlenen "Yılın Starları" ödülleri Superb Combi modeli yılın aracı seçilirken, Fabia RS modelimiz "Şehrin Tozunu Atmaya Geliyor" kampanyasıyla, Yaratıcı Medya Kullanımı dalının Açık Hava Kategorisi'nde Kristal Elma ödülüne layık görüldü.

2011 ve 2012 yenilikleri

Skoda markasının Fabia S2000 modeliyle IRC'de elde ettiği şampiyonluğu ve tecrübeyi asfaltlara taşıyan modeli Fabia RS, 2011 yılı mart ayı itibarıyla Türk tüketicisinin beğenisine sunulmuş ve sportif çizgisi ile markamıza dinamik bir ruh katmıştır.

2011 yılında 110. yıldönümünü kutlayan markamız, köklü bir geleneğe sahip olduğu motor sporlarında da başarısını pekiştirmek için ilk kez Türkiye Ralli Şampiyonası'na Fabia Super 2000 modeliyle katılmıştır. Yüce Auto



sponsorluğunda Fabia Super 2000 ile yarışan tecrübeli pilot Burak Çukurova, genel klasmanda 2.'lik kürsüsünde yer alma başarısı göstermiştir.

Skoda'nın SUV segmentindeki ilk aracı olan ve şehir içi günlük kullanıma yönelik özelliklerinin dışında çeşitli akıllı çözümler de sunan Yeti, ürün gamına 2012 yılında GreenLine serisinin 1.6 TDI motor seçeneğini de eklemeye hazırlanmaktadır. Şubat ayı içerisinde gerçekleştirilecek lansmanın ardından satışa sunulacak olan Yeti GreenLine, markanın çevreci yaklaşımının da temsilcisi olacak ve yakıt tüketiminin yanı sıra fiyatıyla da tüketicilerin beğenisini kazanmaya devam edecektir.

Otomotiv sektöründe her ihtiyaca cevap veren modelleriyle tüm segmentlerde yer almayı hedefleyen Skoda, 2012 yılında da her 6 ayda bir yeni bir ürün stratejisine uygun olarak Citigo ve Rapid modellerinin tanıtımını gerçekleştirecek ve ürün gamını daha da genişletecektir.

Skoda'nın kompakt sedan segmentindeki temsilcisi, 5 yolcu kapasitesine, geniş iç hacim ve bagaja sahip olan yeni modeli Rapid, sedan bir araçtan beklentilere fazlasıyla karşılık verecektir.

Küçük araç segmentinde yılın son çeyreğinde piyasaya sunulmaya hazırlanan Citigo ise maksimum güvenlik özellikleri, çekici tasarımı, ekonomik motorları, çevikliği ve etkileyici kullanım performansı ile şehir trafiğini eğlenceli bir hale dönüştürecektir.

2012 pazar payı hedefi

Skoda markasının global hedefleri içerisinde önemli bir pazar olan Türkiye'de, 2012 yılında pazar payının %40 oranında artışla %1,75'e çıkarılması amaçlanmaktadır. Bu hedef Skoda Auto'nun dünya genelinde öngörülen 1 milyon adetlik satış hedefine katkı sağlayacaktır. Logo su ile başlayan değişimi showroomları ile destekleyen Skoda, 2012 yılında Türkiye genelindeki yetkili satıcılarında gerçekleştireceği konsept değişikliği ile de dikkat çekecektir.





Scania'dan yeni bir tarihi satış rekoru

Scania, 2011 yılında toplam 2.929 adet 16 ton ve üzeri Ağır Ticari Araç satışı gerçekleştirmiştir. Böylece 2010 yılındaki 2.500 adetlik rekor araç satışını %17 artırarak ve yeni bir tarihi satış rekoru kırmıştır.

2011 yılı satış performansı

Türkiye'de 2011 Aralık ayı sonu itibarıyla 2.929 adet Scania Ağır Ticari Araç satılmıştır. Satılan araçların 2.749 adedi (%94) çekici, 180 adedi on-road kamyon ve off-road kamyonudur. Araç parkının 2011 yılında 20.000 adede ulaştığı Scania, geniş ürün seçenekleriyle fark yaratmayı ve gerek on-road, gerek off-road alanında tercih edilen bir marka olmayı sürdürmüştür.

Satış Sonrası Hizmetler performansı

2011 yılında 24 saat müşteri danışma hattı sayesinde Türkiye ve Avrupa'daki müşterilerimize kendi dillerinde konuşan operatörlerce yanıt verilmiş ve 24 adet acil yol yardım aracı ile bulundukları noktalara acil yardım hizmeti ulaştırılmıştır. Türkiye genelindeki 21 adet Scania Yetkili Servisi'nde 201 teknisyen ve 285 personel ile 296 adet araç onarım alanı mevcuttur. Scania Yetkili Servislerinde 2011 yılında 83.117 iş emri açılmıştır. Ülke genelindeki 21 adet Yetkili Servis noktamız, "Scania Bayi İşletim Standartları" belgesine sahiptir.

2011 yılında ulaştığı 2.929 adetlik satışla Doğu Otomotiv'in distribütörlüğü altındaki en başarılı yılını yaşayan Scania, Türkiye pazarında en çok satan markalar arasında yer alarak lojistik sektörüne önemli bir artı değer kazandırmıştır.

Tolga Senyücel
Scania, Krone, Meiller Marka Genel Müdürü



Comvex Fuarı'nda Scania Black Amber rüzgârı

Efsanevi İsveçli tasarım ve modifikasyon şirketi "Svempas" işbirliği ile geliştirilen ve ismini benzersiz renk uyumundan alan Scania Black Amber, Doğu Otomotiv'in desteğiyle Comvex İstanbul Fuarı'nda hayranlarıyla buluşmuştur. Yeni V8 serisi motor ile Highline ya da Topline kabin seçeneklerine sahip olan bu araç, pratik bir DVD ve navigasyon monitörü, 22" ekran LCD TV, ses sistemi, parlak paslanmaz çelik egzoz çıkışı ve deri direksiyon simidi gibi özellikleriyle çok özel bir zevki ve kaliteyi temsil etmektedir. Doğu Otomotiv Scania'nın katkılarıyla Comvex İstanbul için Türkiye'ye getirilen Black Amber tüm ziyaretçilerden tam puan almıştır. Sürüş deneyiminde zirve yapan bu özel araç için İstanbul Park'ta ulusal ve sektörel basın mensuplarının katılımıyla test sürüş aktivitesi gerçekleştirilmiş, ulusal gazete ve otomotiv dergileri ile TV programları ve web portallarında birçok haber yayını yapılmıştır.

Adanmış Yönetici Eğitimi ile Scania bir başarıya imza attı

Scania, 2011 yılında Yetkili Satıcı sahiplerine yönelik bir eğitim programı başlatmış ve "Adanmış Yönetici" eğitim programı adı altında ağır vasıta sektöründe bir ilk gerçekleştirmiştir. Yetkili Satıcı sahiplerine yönelik olarak düzenlenen eğitim programının ilk modülünde "Dünya ve Türkiye Otomotiv Trendleri", "İnsan Davranışlarını Anlamak" ve "Aile Şirketlerinden Kurumsallığa Geçiş" gibi başlıklar ele alınarak katılımcıların profesyonel iş yönetimi becerilerinin geliştirilmesi ve kişisel gelişimlerine katkıda bulunulması hedeflenmiştir.

Pazarlama faaliyetleriyle dolu bir yıl daha

2011 yılında gerçekleştirilen pazarlama faaliyetleri arasında, 2012 model G-serisi Scania araçların ulusal basın için hazırlanan reklam çalışmaları ve Yetkili Satıcı ve servisleri destekleyen iletişim aktiviteleri önemli yer tutmuştur. Ayrıca 2012 yılında Türkiye'de de tanıtımı yapılacak olan Scania yeni in-

şaat araçları lansmanı basın gezisi; müşterilerimizle interaktif olarak görüşebilme imkânı bulduğumuz teslimat törenleri; sektörel ve ulusal basına yönelik düzenlediğimiz test sürüşü aktiviteleri; Yetkili Satıcılarımız ve Servislerimiz için düzenlediğimiz yurtdışı fabrika ziyaretleri ve fuarlar, 2012 etkinlik takvimi içinde yer almıştır. Bu tanıtım aktivitelerinin yanı sıra "Türkiye'nin Tansiyonunu Ölçüyoruz" projesi ve TÜVTURK ile yapılan "Trafikte Sorumluluk Hareketi" projesi ile sosyal sorumluluk alanında birçok etkinlik hayata geçirilmiştir.





Krone için rekor yılı

Avrupa'nın lider treyler markası Krone, 2011 yılında toplamda ulaştığı 817 adetlik satışla bir önceki yıla göre %47 oranında büyümüş ve Türkiye'de temsil edilmeye başlandığı 2003 yılından beri elde ettiği en yüksek satış adedine ulaşmıştır.

1906 yılında Almanya'da kurulan ve 2003 yılından bu yana Türkiye'de Doğu Otomotiv tarafından pazara sunulan Krone, yenilikçi ve rekabetçi olma felsefesinin bir örneği olan "fuel saver" yeniliğini 2011 yılında müşterilerinin dikkatine sunmuştur. Hava direncini azaltan "fuel saver" özelliği ile Krone, yakıt sarfiyatını azaltarak müşterilerin maliyetlerine olumlu katkıda bulunmayı ve düşük emisyon oranı ile çevreyi korumayı amaçlamaktadır. Her zaman piyasa koşullarını gözeterek müşterilerine uygun taşıma çözümleri sunma felsefesiyle hareket eden Krone, çözüm odaklı yenilikler sunmayı sürdürmektedir.

Krone, ithal frigorifik treyler pazarında tercih sebebi

2011 yılında 217 adetlik frigorifik treyler satışı ile Krone, pazardaki büyük filo müşterilerinin öncelikli tercihi olmaya devam etmiştir. Alüminyum tabanlı Duoplex Steel frigorifik araçların, özellikle Rusya'ya narenciye taşımacılığı yapan ve Türkiye'nin yaşı sebze ve meyve ihracatında ilk beş

Yüksek ürün teknolojisine sahip modelleriyle taşımacılar için referans marka haline gelen Krone, özellikle frigorifik modelleri ile ülke ihracatına önemli katma değer sağlamaktadır.

Tolga Senyücel
Scania, Krone, Meiller Marka Genel Müdürü





arasında yer alan tüm firmaları portföyüne katmış olması, altı çizilecek önemli bir başarıdır.

2011 yılı performansı

Türkiye geneline yayılmış 16 adet Yetkili Satıcı ve Servis noktasına sahip olan Krone, pazardaki en geniş bayi ağı ile rakiplerinden bir adım önde olmayı 2011 yılında da sürdürmüştür. Krone, 7/24 müşteri destek hattı ile hizmetlerini zaman sınırlaması olmadan desteklemekte ve maksimum müşteri memnuniyetini hedeflemektedir. 2011 yılı, 2010 yılı içerisinde pazara sunulan yeni nesil Krone Profi Liner treylerin standart olarak sahip olduğu XL-CODE yük güvenlik sertifikası, yükleme hacim esnekliği ve ağır şartlara uygun dingil yapısıyla Krone'nin marka imajını ve kalitesini tenteli treyler pazarında daha da perçinlediği bir yıl olmuştur. Krone markası, 2011 yılında top-

lam 817 adetlik satış performansı ile treyler pazarında yaklaşık %10'luk bir pay elde etmiştir. Müşterilerinin istek ve ihtiyaçlarını tam olarak anlayıp onlara özel taşımacılık çözümleri sunan Krone için 2011 yılı, araç parkını 4.500 adedin üzerine çıkardığı bir yıl olmuştur.

2011 yılının “En İyi Treyler Markası” Krone

Stuttgarter Verlags EuroTransport-Media (ETM) tarafından düzenli olarak her yıl gerçekleştirilen ve yaklaşık 8 bin lojistik sektörü temsilcisinin katıldığı anket sonucunda Krone, “2011 Yılının En İyi Treyler Markası” seçilmiştir. Ar-Ge çalışmalarını müşteri ihtiyaç ve beklentilerine odaklanarak sürdüren Krone, lojistik sektöründe karayolu taşımacılığının en önemli kriteri olan yük güvenliğini, XL-CODE sertifikası ile belgelemektedir.

Pazarlama faaliyetlerimiz satışı destekliyor

Krone, treyler pazarına sunduğu üstün nitelikli ürünlerin yanı sıra müşterileriyle birebir iletişim kurmasını sağlayan pazarlama aktiviteleri ve basın haberleriyle de dikkatleri çeken bir markadır. Bu doğrultuda Krone, 2011 yılında büyük filolara yapılan araç satışlarını takiben müşterilerimizle birebir görüşebilme imkânı bulduğumuz teslimat törenleri, sektörel basınla yönelik basın gezisi ve fuar etkinlikleri düzenlemiştir. Krone web sayfası, müşterilerin ürünler ve verilen hizmetlerle ilgili en kapsamlı şekilde bilgi alabilmesi için global web sitesine uyumlu olacak biçimde yenilenmiştir. Bunun yanında Krone, Doğu Otomotiv'in topluma fayda sağlamayı görev bilen yaklaşımına paralel olarak, 2011 yılında “Türkiye'nin Tansiyonunu Ölçüyoruz” organizasyonuna sponsor olmuştur.





Lider damper markasından lider ürünler

Meiller, 2011 yılında Yetkili Satıcı ve Servis noktası sayısını artırıp 572 adet satışla %28 oranında büyümüş ve genel ağır ticari araç pazarının büyüme hızına paralel bir performans ortaya koymuştur.

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 uyum sağlayan damper ürünleri geliştiren Meiller, en son teknikleri ve mühendislik bilgilerini müşterilerinin hizmetine sunarak farklı ihtiyaçlara kısa sürede çözüm üretebilmekte ve yarattığı hizmet farkıyla sektördeki lider konumunu güçlendirmektedir.

Türkiye pazarında Meiller

2011 yılında 572 adet satış gerçekleştiren Meiller, yükselen inşaat sektörüne paralel satış performansı ile olumlu bir satış grafiği çizmiştir. Meiller, 2007 yılında Doğu Otomotiv distribütörlüğünde Türkiye pazarına girmiş ve 2008'de Sakarya'da bulunan Meiller Doğu Damper fabrikasının açılışından sonra Türkiye'deki varlığını daha da güçlendirmiştir. 2010 yılında 10 olan Yetkili Satıcı ve Servis noktalarının sayısı, müşterilere daha yakın olmak amacıyla 2011 yılında 11 adete yükseltilmiş ve mar-



Meiller, 162 yıla ulaşan tecrübesi ile gerek Türkiye pazarına sunduğu ürünler, gerekse Sakarya Fabrikası'nda üretilen modelleriyle damper pazarındaki kalitenin yükselmesine öncülük etmiştir.

Tolga Senyücel
Scania, Krone, Meiller Marka Genel Müdürü





kanın büyümesine paralel bir şekilde hizmet ağı da genişletilmiştir. Yarı römork damper çeşitlerinin damper pazarı tarafından kabul gördüğü Meiller markası, 2009 yılında ürün gamına eklenen yüksek hacimli kamyon üzeri damperleri de 2010 yılı içinde müşterilerin kullanımına sunmuştur. Bu ürün gamı, 2011 yılında toplam 198 adetlik satışla bir önceki yıla göre %224'lük bir artış kaydetmiş ve başarılı bir büyüme göstermiştir.

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 kanca ve çift kollu taşıyıcılarla güvenli ürün alternatifleri sunmaktadır. Yeni tasarımlarıyla hafiflemiş, yüksek kaliteli, sağlam ve esnek çelikten üretilmiş, her şasiye uygulanabilen, eğilme ve burulma mukavemeti yüksek,

uzun ömürlü, kullanımı ve bakımı kolay kontrol üniteleriyle Meiller ürünleri, sağladığı ekonomiyle müşterilerine daha fazla kazanç elde etmenin anahtarını sunmaktadır.

İletişim çalışmalarıyla Meiller

Dayanıklılığı ve kullanım kolaylığı ile şantiyelerin vazgeçilmez damper markası haline gelen Meiller, müşterileriyle birebir etkileşim halinde olacağı faaliyetlere ağırlık vererek ürünlerini en doğru ve detaylı şekilde tanıtmayı hedeflemektedir. Bu amaçla Meiller, Beton 2011 ve Comvex fuarlarında sektördeki yerini sağlamlaştıran modellerini ziyaretçilerle buluşturmuş ve müşterilere ürünleri inceleme fırsatı sunmuştur.

1.000'inci Meiller Türkiye yollarında

Kalitesiyle sektöründe kendisini kabul ettiren Meiller, ülkemizde kullanıcılarına sağladığı avantajlarla 2011 yılında yükselen bir satış grafiği elde etmiştir. Türkiye pazarına girmesinin hemen ardından üretime başlayan Meiller, bu yılın ilk 6 ayında geçtiğimiz yılın

aynı dönemine göre satışlarını %102 artırarak 293 adet damper satışı gerçekleştirmiştir. Aynı dönemde Meiller, Türkiye'deki 1.000'inci damperini satmanın gururunu yaşamıştır.

“En İyi Damper”

Almanya'nın ticari araç sektöründeki uzman dergileri tarafından düzenlenen ve bu yıl 15'incisi gerçekleştirilen geleneksel “En İyi Ticari Araçlar ve Markaları” yarışmasında Meiller, 2011 yılında da “En İyi Damper” markası seçilerek art arda 7. kez aldığı bu ödülle gücünü bir kez daha kanıtlamış ve müşterilerine sunduğu üstün kalitesini ortaya koymuştur.





Endüstriyel ve Deniz Motorları pazarında yüksek kalite standartları

Scania Endüstriyel ve Deniz Motorları markası için 2011 yılı, pazar payını koruyarak satışlarını devam ettirme yılı olmuştur. Doğu Otomotiv'in endüstriyel ve deniz motorları işkolundaki toplam satışları 2011 yılında 84 adede ulaşmıştır.

2011 yılı satış performansı

Scania Endüstriyel ve Deniz Motorları, Türkiye'de 2011 yılında gerçekleştirilen 84 adet motor satışıyla pazar payını korumuştur. Deniz motorları pazarına ek olarak, satış hacminin geliştirilmesi amacıyla faaliyet gösterilmeye başlanan kara jeneratörleri pazarında da önemli ilerlemeler kaydedilmiş ve 2011 yılında bu pazara yönelik satışlar devam etmiştir.

Yetkili Satıcı eğitimleri sürüyor

Scania Endüstriyel ve Deniz Motorları bünyesinde hizmet verecek olan personelin satış, satış sonrası hizmetler ve pazarlama alanlarında başlanan eğitimlerine, yeni atanan Yetkili Satıcıların da katılımıyla 2011 yılında devam edilmiştir.

Pazarlama faaliyetleri

2011 yılında Yetkili Satıcı ve Servislerle birlikte yerel bazda gerçekleştirilen etkinlikler yoluyla ülke genelinde müşterilere doğrudan erişim sağlanmıştır. Avrasya Boat Show fuarı, 2011 yılında gerçekleştirilen pazarlama faaliyetleri içinde önemli bir yer tutmuştur. Motorları tanıtmak amacıyla yat imalatçıların ve son kullanıcıların

Scania Endüstriyel ve Deniz Motorları işkolu, 2011 yılında başta kara jeneratörleri pazarı olmak üzere alternatif satış kanallarında pazar payını koruyarak, Türkiye pazarında en çok satış yapan markalar sıralamasında ilk üç içindeki yerini almıştır.

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

rın yerinde ziyaret edildiği bu etkinliklerde, ürünler mevcut ve potansiyel müşterilere detaylı bir şekilde sunulmuştur. Ayrıca yıl içinde taşımacılık dernekleri ve üyelerine yönelik etkinliklerin yanı sıra üniversitelerde de çeşitli tanıtım organizasyonları gerçekleştirilmiştir. 2011 yılında Avrasya Boat Show fuarında elde edilen başarının ardından 2012 yılında da bu etkinliklere ağırlık verilmesi planlanmaktadır.

Zengin ürün gamı

Doğuş Otomotiv, endüstriyel ve deniz motorları işkolunda müşterilerine,

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

Çevreci motorlar

Scania Endüstriyel ve Deniz Motorları, 2012 yılı içerisinde lansmanını yapacağı yeni 9, 13 ve 16 lt motorlar yoluyla, ilgili sektörlerde Avrupa ve ABD’de 2020 yılına kadar geçerli olacak tüm egzoz emisyon yeterliliklerini sağlamış olacaktır. Scania, çevreye saygıda öncü bir marka olmaya devam etmektedir.

2012 hedefleri

Scania Endüstriyel ve Deniz Motorları, Türkiye’de aranılan bir marka haline gelmek, ürün yelpazesini genişletmek ve bu işkolundaki konum ve pazar payını korumak üzere faaliyetlerini sürdürmektedir. 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.





Thermo King liderliğini perçinledi

2008'den bu yana Türkiye'de Doğu Otomotiv distribütörlüğünde hizmet veren, dünyanın önde gelen soğutma sistemi markası Thermo King için 2011 yılı, tanıtım ve bayi yapılanmasında sağlanan ilerlemelerin yanı sıra soğutma sektöründe pazar liderliğinin perçinlediği önemli bir yıl olmuştur. Doğu Otomotiv'in soğutma sistemleri işkolundaki toplam satışları 2011 yılında 388 adede ulaşmıştır.

2011 yılı satış performansı

Thermo King, Türkiye'de 2010 yılında 300 adetlik ünite satışının ardından 2011 yılında da yaklaşık %30 oranında bir artışla toplam 388 adetlik bir satış başarısına ulaşmıştır. Filo satışlarının önemli pay aldığı toplam satışlar içerisinde, ülke genelinde önemli pazarlarda yapılandırılan güçlü Yetkili Satıcı ve Servis teşkilatı kilit rol üstlenmiştir. 2011 yılında sektörde yer alan tüm kasa firmalarıyla "her firmaya eşit mesafe" ilkesi çerçevesinde başarılı işbirliği projeleri hayata geçirilmiştir. Ayrıca OEM ile gerçekleştirilen ortak projeler sayesinde, Türkiye'nin önde gelen otobüs üreticilerinden Temsa firması ile ortak bir proje üzerinde çalışma başlatılmıştır. 2012 yılında yapılacak çalışmalar yoluyla, otobüs üreticileri ile yeni proje imkânlarının yaratılması hedeflenmektedir.

Yetkili Satıcı eğitimleri sürüyor

Thermo King bünyesinde hizmet verecek olan personelin satış, satış sonrası hizmetler ve pazarlama alan-

Ülkemizde kurumsal ve organizasyonel yapılanmasını tamamladığımız Thermo King markası, satış ve pazarlama alanında elde ettiğimiz başarılar nedeniyle 2010'un ardından 2011 yılında da OEM tarafından dünyanın en iyi "Treyler Soğutusu Distribütörü" ödülü ile onurlandırılmıştır.

İlhami Eksin

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



larında başlanan eğitimlerine, 2011 yılında yeni atanan Yetkili Satıcıların da katılımıyla devam edilmiştir.

Pazarlama faaliyetleri

2011 yılının Haziran ve Temmuz aylarında İstanbul, Antalya ve Hatay illerinde düzenlenen roadshow organizasyonları ile yeni kamyon soğutucu ürün olan "T Serisi"nin lansmanı gerçekleştirilmiştir. Thermo King'in tüm ürün gruplarının sergilendiği etkinliklere 800'den fazla sektör mensubu katılmıştır.

Ayrıca Doğu Grubu'nun müşteri odaklı bakış açısı doğrultusunda 2011 boyunca müşteri memnuniyeti ölçümlerine (CSI) devam edilmiştir.

2011 yılında Thermo King Türkiye, elde ettiği başarılarla istinaden OEM tarafından dünyanın en iyi "Treyler Distribütörü Ödülü" ile onurlandırılmıştır. Ülke genelinde Thermo King Yetkili Satış ve Servis noktalarının kurumsal ve mimari yapılanmaları da 2011 yılı iş planları çerçevesinde OEM kurumsalına uygun olarak tamamlanmıştır.

2012 hedefleri

Yetkili Satıcı eğitimlerinin kesintisiz olarak süreceği 2012 yılında, dizel ünitelerdeki lider konumun sürdürülmesi, klima ve motordan tahrikli pazar paylarının artırılması ve yeni T Serisi'nin pazardan önemli bir pay alması hedeflenmektedir.

Güçlü sonuçlar

Doğu Otomotiv'in soğutma sistemleri işkolundaki toplam satışları 2011 yılında 388 adede ulaşmıştır. 2012 yılında uygulanması planlanan stratejilerle satışların daha da artırılması hedeflenmektedir.

Thermo King, ürün yelpazesini genişletip hizmet kalitesini artırarak soğutma sistemleri sektöründe güvenilir bir çözüm ortağı konumuna gelmiştir. Thermo King Türkiye, kurumsal bir yapıya sahip, her konuda sektörün ihtiyaçlarına cevap verebilen, satış ve satış sonrası hizmetlerde müşteri memnuniyetini ön planda tutan bir anlayışla liderliğine emin adımlarla devam edecektir.





Hizmet kalitemizi her yıl artırarak ilerliyoruz

Bir Doğuş Otomotiv iştiraki olan Doğuş Oto Pazarlama ve Ticaret A.Ş., bünyesinde bulunan 7 marka için toplam 6 bölgede, 31 Yetkili Satıcı ve 29 Servis noktası ile 185 bin metrekarelik alan üzerinde 1.339 çalışanıyla hizmet sunmaktadır.

Doğuş Oto

1963'ten bu yana otomotiv sektöründe hizmet veren Genoto, 2004 yılından bu yana faaliyetlerini Doğuş Oto adı altında sürdürmektedir. Doğuş Oto, temsil ettiği 7 marka için (VW Binek Araç, VW Ticari Araç, Audi, Porsche, SEAT, Skoda ve DOD) İstanbul, Ankara ve Bursa illerinde, toplam 29 Yetkili Satış ve Servis noktasında yeni ve ikinci el araç, yedek parça ve aksesuar satışı yapmakta, müşterilerine sigorta, finans ve satış sonrası destek hizmetleri vermektedir. Müşteri memnuniyetinde her zaman mükemmelliği hedefleyen Doğuş Oto, 2011 yılında Bursa Bölge servis ve showroomları ile Maslak Bölge showroomlarını yenileyerek hizmet kalitesini artırmıştır. Doğuş Otomotion Bursa, 2011 yılında açılan 37.500 m² büyüklüğündeki yeni yerinde, eğitimli kadrosu ve müşteri odaklı hizmet anlayışı ile Volkswagen Binek, Volkswagen Ticari, Audi, Seat ve DOD markalarına Porsche'yi de katarak hizmet vermeye devam etmektedir.

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

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





Doğuş Otomotiv satışları içinde %31,2 pazar payı

Faaliyetlerini toplam 185.000 m² alan üzerinde ve 1.339 çalışanıyla sürdüren Doğuş Oto, 2011 yılında 31.372 adet yeni, 2.756 adet ikinci el araç satışı gerçekleştirmiştir. Doğuş Oto'nun 2011 yılında Türkiye toplam binek ve hafif ticari araç pazarındaki payı %3,63, Doğuş Otomotiv perakende satışları içinden aldığı pay ise %31,2 olmuştur. Öte yandan, 2011 yılında servis hizmeti verilen müşteri sayısı 177.645'e ulaşmıştır.

Yalın Yönetim

Müşterilerinin ihtiyaç duyabileceği her türlü hizmeti tek bir çatı altında

toplamayı ve her gün biraz daha mükemmelleştirmeyi amaçlayan Doğuş Oto, bu hedef doğrultusunda başlattığı Yalın Yönetim uygulamalarını 2007 yılından bu yana geliştirerek sürdürmektedir. Doğuş Oto'larda 2011 yılında toplamda 504 adet öneri geliştirilmiş, 192 adeti uygulanarak hayata geçirilmiş, 14 yalın lideri yetiştirilmiştir. Öneri sistemi ve yalın lideri Kaizen projeleri ile 531.526 TL tasarruf gerçekleştirilmiştir.

İş süreçlerinin her adımının bilimsel açıdan yeniden değerlendirilerek bütün israf ve gereksiz bekleme noktalarının ortadan kaldırılması amacıyla 2011 yılı boyunca de-

vam eden çalışmaların 2012 yılında daha da hız kazanması hedeflenmektedir.

Oto-Fix ile kaliteli hizmet

Doğuş Oto güvencesiyle düşük maliyetli, hızlı ve kaliteli servis hizmeti vermek üzere 2008'de Doğuş Oto bünyesine katılan Oto-Fix, 2011 yılında toplam 6.106 araç kabul etmiştir. Faaliyetlerini Esenyurt, Bursa ve Ankara-Etimesgut olmak üzere 3 bölgede sürdüren Oto-Fix, kaporta-boya, mekanik bakım-onarım ve ekspertiz hizmetlerini, Doğuş Oto uzmanlığı ve kalitesiyle VW Grubu dışındaki markalara da yaymayı hedeflemektedir.





İsviçre’de bir başarı öyküsü

D-Auto Suisse SA, etkinliklerle dolu ikinci tam yılında İsviçre pazarındaki yoğun rekabet ortamında edindiği sağlam yerini korumuştur.

D-Auto Suisse SA, gelişen ekonomi çerçevesinde 2011 yılında başarılı bir tablo ortaya koymuş ve gerçekleştirdiği 146 adet yeni araç satışının yanı sıra satış sonrası hizmetlerde de üstün bir performans sergilemiştir.

Modellere göre performans

2011 yılı genelinde güçlü İsviçre Frangı, Euro bölgesinden yapılan serbest ithalatlar nedeniyle satışlar üzerinde baskı oluşturmuş, buna rağmen model bazında yüksek satış rakamlarına ulaşılmıştır. 2011 yılında teslim edilen araçların dağılımı şu şekildedir:

Model	Satış Adedi	Satış Payı (%)
Boxster	5	3
Cayman	2	1
Cayenne	74	51
911	36	25
Panamera	29	20



Etkinlikler

Lozan'daki D-Auto Suisse SA'da showroom trafiğini oluşturan ana etmen yapılan etkinliklerdir. 2011'de gerçekleştirilen yeni 911 lansmanının yanı sıra yapılan çeşitli etkinlikler teşhir salonumuzun yaklaşık 1.500 kişi tarafından ziyaret edilmesini ve potansiyel müşterilerle iletişim kurmamızı sağlamış, bir yandan da yeni kanallar açmamıza yardımcı olmuştur. D-Auto Suisse SA, satış sonrası hizmetler ve satış odaklı olarak müşteri sayısını artırmak ve müşteri ilişkilerini güçlendirmek için aylık etkinlikler gerçekleştirmeyi amaçlamaktadır. D-Auto Suisse SA, çapraz pazarlama etkinlikleri sayesinde UBS, Nespresso ve Hublot gibi sektör dışındaki diğer markalarla işbirliği yaparak bu firmaların müşteri portföylerini de kullanmaktadır.

2012 yılı satış hedefi: 209 yeni araç

2012, tam kadro ile çalışacağımız ikinci yıl olacaktır. Şirketimiz bunun avantajını kullanarak 2012 yılında yükselen bir performans sergilemeyi ve güçlü bir büyüme stratejisi izleyerek kârlı bir finansal sonuca erişmeyi hedeflemektedir. D-Auto Suisse SA, 2012 yılında yeni araç satışlarını 209 adede yükseltmeyi planlamaktadır.

Çalışanlar

D-Auto Suisse SA, 2011 yılında elde ettiği başarıdan güç alarak, 2012 yılında da hedeflerine erişebilmek amacıyla çalışan sayısını ve çalışanların bireysel üretkenliklerini artıracaktır.

Model	Satış Adedi	Satış Payı (%)
Boxster / Cayman	18	9
Cayenne	86	41
911	71	34
Panamera	34	16





Yeniliklerle öncü, sektöründe lider

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

DOD açık artırmaları bir gelenek haline geldi, ProDOD lansmanı yapıldı

DOD, 2011 yılında açık artırma organizasyonlarını sıklaştırarak hemen hemen her hafta sonu düzenlenen geleneksel bir etkinlik haline dönüştürmüş ve toplamda 45 açık artırma organizasyonu ile 1.500 adet araç satışı gerçekleştirmiştir. 2011 yılı içerisinde DOD'un araç alım satımını profesyonel iş olarak benimseyen üyelerine özel ProDOD üyelik sistemi tanımlanarak lansmanı yapılmıştır. Söz konusu lansmanda 2 saat gibi kısa bir sürede 100 adet araç satılarak, DOD'un kuruluşundan bu yana tek bir açık artırmada yapılan en yüksek satış adedine ulaşılmıştır.

Yeni tedarik kaynakları

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

İkinci el araç alım satımında sanal ve fiziksel anlamda en büyük kurumsal şirket olma misyonu ile hareket eden DOD, 2011 yılında kendi satış rekorunu kırarak 15.659 adet araç satışı ile kurumsal ikinci el sektöründeki liderliğini sürdürmüş, geliştirdiği yeni proje ve altyapı çalışmalarıyla sektöre damgasını vurmuştur.

İlhami Eksin

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



nüştürülmesinde 10 yılı aşkın deneyimi, güçlü altyapısı, yaygın Yetkili Satıcı teşkilatı, perakende ve açık artırma satış sistemleri ve kurumsal güvenceyle en önemli kanal olmayı sürdürmektedir.

Çapraz satış kanalları büyümeye devam ediyor

DOD, müşteri ihtiyaçları çerçevesinde şekillendirdiği ParkDOD ve PrimeDOD satış kanallarının yanı sıra DOD Garanti ve KaskoDOD ürünleriyle 2011 yılında da müşterilerinin beklentilerine cevap vererek hedeflerini aşmıştır. Uygulamaya alındığı ilk yıldan beri önemli bir başarı elde eden ParkDOD sisteminde 2011 yılında bir önceki yıla göre önemli bir artış sağlanmış ve 2.000 adet araç satışı gerçekleştirilmiştir. İkinci elde lüks segmentte fark yaratan PrimeDOD sisteminde ise 2010 yılında 300 adet olan lüks segment araç satışı %75 artarak 523 adede yükselmiştir. İkinci elde önemli bir avantaj sağlayan DOD Garanti ürününde, bir önceki yıla göre %22'lik bir artış başarısı sağlanmıştır. DOD'un çapraz satış kanallarının 2012 yılında geliştirilerek başarısının sürdürülmesi planlanmaktadır.

DOD Outlet Şekerpınar faaliyete geçti

DOD, ABD'de uzun yıllardır uygulamakta olan "outlet" sistemini müşterilerine sunarak 2011 yılında Türkiye'de bir ilke daha imza atmıştır. Farklı marka, model ve yaşta 100'den fazla aracın aynı anda sergilenebileceği toplam 3 bin metrekaarelik açık alana sahip olan Şekerpınar Outlet, ayrıca müşteri bekleme alanı, ekspertiz ve araç görünüm yenileme tesislerinin yer aldığı 350 metrekaarelik bir kapalı alanı da bünyesinde bulundurmaktadır. DOD, "outlet" konseptine uygun fi-



yatlarla ikinci el araç satın almak isteyen müşteriler için yatırım, arazi, personel ve lojistik gibi sabit ve değişken giderleri asgari düzeyde tutarak, elde ettiği tasarrufu doğrudan müşterilerine yansıtmaktadır.

www.dod.com.tr yenilendi

İkinci el araç almak veya satmak isteyenlerin referans sitesi haline gelen DOD'un sanal ortamdaki yüzü www.dod.com.tr, ziyaretçilerinin isteklerine daha hızlı yanıt verebilecek şekilde altyapı, görsellik ve içerik bakımından tümüyle yenilenmiştir. Siteye eklenen yeniliklerin bazıları şu şekildedir:

- "KeyDOD ile aracınızın değerini öğrenin" Online ekspertiz hizmeti (Kendi Ekspertizini Yap)
- "DOD hızlı ve zahmetsizce satar" Aracını hemen nakde dönüştürmek veya aracını talep ettiği fiyattan DOD satış uzmanlarına emanet etmek isteyenler için online çözüm.
- "Sitede yoksa DOD sizin için bulur" Talep edilen aracı DOD'un uzman ekiplerinin bulmasını isteyenler için.

DOD, sosyal ağlara katıldı

DOD, müşterilerine verdiği hizmeti farklı bir boyuta taşıyarak Aralık 2011'de sosyal ağlarda DOD Facebook sayfasıyla yer almıştır (www.facebook.com/dodcomtr). DOD Facebook sayfasında kullanıcıların işlemlerini kolaylaştıran birçok fonksiyonun bulunması, hizmetlere Facebook platformundan tek bir sayfa üzerinden ulaşılması ve ikinci el araç alım satımını farklı bir boyuta taşıması, DOD Facebook sayfalarının ziyaretçiler tarafından hemen benimsenmesini sağlamıştır.

DOD, güvenle büyümeye devam ediyor

DOD, 2011 yılı boyunca gerçekleştirilen çeşitli etkinlik ve faaliyetlerle müşterilerine ulaşmış ve iletişimini bu strateji üzerinden gerçekleştirmiştir. 10 yılı aşkın süredir sektörde yarattığı ilklerle adından sıkça söz ettiren ve güvenle büyüyen DOD, müşterileriyle olan yakın iletişimini dijital ortama daha çok yoğunlaşarak 2012'de de kesintisiz bir şekilde sürdürecektir.





Hedeflerimizi aşıyoruz!

Türkiye'nin öncü otomotiv finansman şirketi vdf, 2011 yılında Markalı Kasko ürün portföyüne eklediği Volkswagen Kasko, SEAT Kasko, Skoda Kasko ve Kasko DOD'un yanı sıra yenilikçi sigorta ürünleri FullDeğer (Araç Değer Koruma Sigortası) ve FullDestek (Kredi Koruma Sigortası) lansmanlarıyla pazarda liderliğini sürdürmeye devam etmiştir.

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

vdf, 2011 yılında hayata geçirdiği yeni ürün ve hizmetleriyle hedeflerinin üzerinde bir performans gerçekleştirmiştir. Volkswagen Grup markaları içerisinde %34 penetrasyon oranına sahip olan vdf, 2011 yılında bireysel taşıt kredilerinde yaşayan kredi miktarı ile tüketici finansmanı şirketleri ve bankalar arasında pazar liderliğini sürdürmüştür.

vdf, 2011 sonu itibarıyla 41.562 adet yeni kredi vererek kredi adedini bir önceki yıla göre %53 oranında artırarak toplam 68.000 adet yaşayan kredi adedine ulaşmıştır. Bunun yanı sıra vdf, toplam yaşayan kredi hacmini bir önceki yıla göre %57 artırarak 1.112 milyar TL'den 1.750 milyar TL'ye yükseltmeyi başarmıştır.

vdf Otomotiv Finansmanı, marka ve modele özel kredi ürünleri oluşturarak müşterilerine ayrıcalıklı hizmetler sunmayı hedeflemektedir. Bu bağ-



Hedeflerimizi aşan bir başarı grafiği gösterdiğimiz 2011 yılının ardından, 2012 yılında müşteri bağlılığı ve memnuniyeti odaklı geliştireceğimiz pazarlama aktiviteleri ve markalarımızla sinerji kurmak amacıyla yeniden yapılandırdığımız markalı ürün stratejimizle, pazardaki liderliğimizi devam ettirmeyi hedefliyoruz.

Tijen Akdoğan Ünver
vdf Genel Müdürü

lamda, ilk olarak Audi A1 müşterilerine özel geliştirilen VarioCredit ürünü piyasaya sunulmuştur. 2012 yılında hedefimiz, markaya özel sunduğumuz kredi ürünlerimizi genişleterek otomotiv değer zincirinin her alanına yaygınlaştırmaktır.

vdf, 2011 yılının son çeyreğinde başlamış olduğu “kurumsal şirketlere özel araç kredisi” kampanyaları ile hem marka bilinirliğini, hem de kredi ve sigorta satışlarını artırmayı hedeflemektedir.

vdf Sigorta ve Aracılık Hizmetleri A.Ş.

Yenilikçi ürünleriyle sigorta sektöründe fark yaratan vdf Sigorta Hizmetleri, 2011 yılında müşterilerine farklı sigorta ürünleri sunmayı sürdürmüştür. 2010 yılında Volkswagen Kasko ile başlatılan Markalı Kasko uygulamasına 2011 yılında SEAT Kasko, Skoda Kasko ve Kasko DOD ürünleri de eklenerek, markalara özel teminatların sunulduğu ürün portföyü genişletilmiştir. 2012 yılında Audi Kasko ve DOD Garanti ürünlerinin de piyasaya sunulması planlanmaktadır.

vdf Sigorta, VW Grup araçların pert ve çalınma durumunda fatura değerlerini koruyan FullDeğer sigorta ürünü ile müşterilerinin kredi geri ödemelerini güvence altına alan FullDestek kredi koruma sigortası ürününü 2011 yılında piyasaya sunarak Türkiye sigorta sektöründe bir ilke imza atmış ve müşterilerine sunduğu yenilikçi ürünlerini artırmıştır.

Toplam net prim üretiminde bir önceki yıla göre %44 artışla 52 milyon TL'den 75 milyon TL'ye yükselten vdf Sigorta ve Aracılık Hizmetleri,



2011'de yaşayan poliçe adedini %49 oranında artırarak 105.000 yaşayan poliçe adedine ulaşmıştır.

vdf Faktoring Hizmetleri A.Ş.

2010 yılı Mayıs ayında aktif olarak faaliyete başlayan vdf Faktoring Hizmetleri A.Ş., Türkiye genelinde 78 adet Yetkili Satıcısına faktoring ve finansman konusunda hiz-

met sunmaktadır. 2011 yılında toplam 3.356.497.713 TL işlem hacmi ile faktoring şirketleri sıralamasında 8. sırada yer almayı başaran vdf Faktoring, 2010 yılında 12.631.741 TL olan toplam aktif büyüklüğünü 2011 yılında 80.678.354 TL'ye yükseltmiştir. vdf Faktoring, 2012 yılında sürekli ve istikrarlı büyüme ilkesiyle kârlılığını ve iş hacmini artırmayı hedeflemektedir.





Trafik güvenliğine sürekli artan katkı

Bağımsız, tarafsız ve dürüst hizmet yaklaşımıyla başta müşterileri olmak üzere ülkemiz kamuoyunun güvenini kazanan TÜVTURK, 2011 yılında tüm hizmet alanlarında büyüme sağlamıştır.

TÜVTURK, 2011 yılında başta egzoz gazı emisyon ölçüm hizmetleri olmak üzere tüm faaliyet alanlarında büyüme sağlarken, cirosunu %22 artışla 605 milyon TL'den 739 milyon TL'ye çıkararak önemli bir başarıya imza atmıştır.

Periyodik araç muayenelerinde %12 artış

2011 yılında bir önceki yıla göre %12'lik artışla 6,1 milyon aracın periyodik araç muayenesi gerçekleştirilmiştir. Bu muayenelerde araçların %36,56'sının ağır kusurlu ya da emniyetsiz olduğu tespit edilmiştir. Ağır kusurlu ya da emniyetsiz olduğu tespit edilen bu araçlardan tekrar muayeneye gelen 2,1 milyon aracın %97,5'inin eksiklik ve kusurlarını gidermiş oldukları görülmüştür. Muayene tekrarında başarılı olan bu araçların böylece trafiğe güvenli bir şekilde çıkmaları sağlanmıştır.

Egzoz gazı emisyon ölçümünde büyük artış

2011 yılında egzoz gazı emisyon ölçümü yapılan istasyon sayısı 176'dan

TÜVTURK, Türkiye'de trafik ve taşıt güvenliğine sağladığı katkı ile hem bireysel hem de toplumsal anlamda ülkemize değer katmaya devam edecektir.

Kemal Ören
TÜVTURK Genel Müdürü





193'e çıkmış ve 1,5 milyon aracın egzoz gazı emisyon ölçümleri yapılmıştır. Adetisel olarak geçen yıla göre %66'lık bir artış sağlanırken, bu hizmetin periyodik muayenelere oranı %16'dan %24'e çıkmıştır. 11 gezici istasyonda da verilmeye başlanan bu hizmet, 2012'de tüm gezici istasyonlardan alınabilecektir.

Yola elverişlilik muayenesi

28 istasyonda verilen yola elverişlilik muayene hizmeti 2011 yılında %17'lik bir artışla 33 bin olarak gerçekleşmiştir.

Cironun en büyük bölümü İstanbul'dan

2011 yılında tüm hizmetlerin cirosu 739 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Faiz, vergi ve amortisman öncesi kâr ise TÜVTURK Kuzey ve Güney için konsolide 32,7 milyon TL, TÜVTURK İstanbul için ise 36,4 milyon TL olmak üzere, toplam 69 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Konsolide cironun 128,8 milyon TL'sini TÜVTURK İstanbul'un operasyonları kapsamaktadır.

Trafikte Sorumluluk Hareketi paydaş katkıları ile büyüyor

2010 yılında başlatılan Trafikte Sorumluluk Hareketi (TSH) 2011 yılında etki alanını daha da genişletmiştir. Hareketin 3 alt projesinden biri olan Güvenli Taşıt Hareketi kapsamında 36 ilde gerçekleştirilen saha etkinliklerinde yaklaşık 170 bin kişiye ulaşılmış, eğitim toplantılarına 3 bin ticari vasıta sürücüsü katılmıştır. Sorumlu Vatandaş Hareketi bugüne kadar 2.500 öğretmene ve 50 bini aşkın kursiyere, Can Dostları Hareketi ise 36 ilde yaklaşık 2.500 öğretmen, 100 bin öğrenci, 100 bin veli ve 6 bin servis şoförüne ulaşmıştır.

TSH kapsamında düzenlenen platform toplantısında iş dünyası, Türkiye'de trafik güvenliğinin artırılmasına katkıda bulunmak ve bu çalışmalara yön verecek ortak bir deklarasyon metni oluşturmak üzere bir araya gelmiştir.

TSH, 2011 Kristal Elma Ödülleri'nde Toplumsal Sorumluluk Kategorisi TV

Alanı'nda En İyi Reklam Filmi ödülünü alırken, harekete ait iki internet sitesi de Interactive Media Awards tarafından ödüllendirilmiştir.

Bağımsız, tarafsız, dürüst

2008 yılında başlayan 4 yıllık ilk akreditasyon dönemi 2011 yılında başarıyla tamamlanmıştır. Bu dönemde TÜVTURK Genel Müdürlüğü ve 193 istasyon fiilen denetlenmiş olup, 2012 yılı itibarıyla ikinci akreditasyon süreci başlayacaktır.

Müşterimize söz verdik

TÜVTURK'un müşteriye olan yaklaşımını düzenleyen "Müşteriye Sözümüz" içeriğini katılımcı bir yolla çalışanlara aktarmayı hedefleyen kampanyamız 10 aylık bir süreç sonunda tamamlanmıştır.





Operasyonel kiralamada yeni boyutlar

Sektörünün standartlarını yükselterek gelişimine katkıda bulunan LeasePlan Türkiye, dünya lideri LeasePlan'ın global deneyimi ile Doğu Otomotiv'in yerel gücünü birleştirerek, filo yönetimini geliştirmeye yönelik hizmet ve projeler sunmaktadır.

2003 yılında kurulduktan sonra 2007 yılında %51 LeasePlan ve %49 Doğu Otomotiv ortaklık yapısına kavuşan LeasePlan Türkiye, LeasePlan'ın global deneyimi ile Doğu Otomotiv'in dinamizmini birleştirerek sektördeki güçlü konumuna ulaşmıştır.

Operasyonel kiralamada dünya lideri olan LeasePlan, 6.000'den fazla çalışanı ile 5 kıtada ve 30 ülkede 1,3 milyonluk dev bir araç filosunu yönetmektedir. Tüm dünyada geliştirdiği öncü uygulamalarla bilinen ve hizmet verdiği birçok ülkede pazar lideri olan LeasePlan, Türkiye'de de operasyonel filo yönetimini müşterilerinin beklenti ve ihtiyaçlarını en doğru şekilde analiz ederek yönetmekte ve en uygun çözümleri üretmektedir.

LeasePlan Türkiye, yabancı, yerli, büyük ve küçük ölçekli operasyonel kiralama ve filo yönetimi hizmetini yaymayı amaçlamaktadır. Operasyonel kiralama çözümlerini uluslararası deneyim ve yerel bilgi birikimine dayanarak sunan LeasePlan Tür-

2011 yılında, yarattığımız sürdürülebilir müşteri memnuniyeti ve sektörümüzün standartlarını yükselten hizmet ve projelerimizle, pazarın üzerinde bir büyüme gerçekleştirdik. 2012 yılında da aynı başarılarla ulaşarak, KOBİ'ler için sunacağımız yeni projelerimizle hedeflerimizi gerçekleştirmeyi istiyoruz.

F. Türkay Oktay
LeasePlan Genel Müdürü



kiye, müşterilerinin ihtiyaçlarına proaktif yaklaşım, uzmanlık ve dürüstlük ilkesiyle eğilmektedir.

2011'de operasyonel kiralama pazarı

2010 yılında ticari araçlar için yapılan yasal değişiklik sonrasında sektörün büyüme temposunda yaşanan düşüş, 2011 yılında da devam etmiştir. Ancak, 2011 yılında operasyonel kiralama sektörü %8-10 civarında bir büyüme göstererek 140.000 araç seviyesine ulaşmıştır.

Pazarın üzerinde büyüme

LeasePlan Türkiye, 2011 yılı sonu itibariyle filosunu %9 büyütürerek toplam araç portföyünü 8.061 adede yükseltmiştir. Şirket, 691 farklı müşteriye hizmet vermektedir. Operasyonel kiralama alanında çok markalı araç portföyü stratejisi ile hareket eden LeasePlan'ın portföyünde Volkswagen, SEAT, Audi, Skoda, Renault, Ford, Fiat ve Toyota gibi, filo pazarında önemli paya sahip araçlar yer almaktadır. LeasePlan Türkiye, 2011 yılında DOD Yetkili Satıcıları kanalıyla 2.768 adet ikinci el araç satışı gerçekleştirmiştir.

Sürdürülebilir müşteri memnuniyeti

LeasePlan Türkiye, kaliteli hizmet ve sürekli müşteri memnuniyeti anlayışı doğrultusunda geliştirdiği öncü profesyonel çözümlerle, %96 olan müşteri memnuniyeti oranını %98'e çıkarmayı başarmıştır.

Müşteri etkinlikleri

Mayıs ayında, Operasyonel IFRS Leasing Muhasebesiyle ilgili müşterilere bilgilendirme sunumu yapılmıştır. Ayrıca ekim ayında Renault Bursa fabrika-



sında gerçekleştirilen elektrikli araç test sürüşü günü ile LeasePlan müşterileri Renault elektrikli araçların çeşitli modellerini test etme fırsatı bulmuşlardır.

Yılın filo yöneticisi seçiliyor

Toplam sahip olma bilincine sahip olan, filosunu başarılı bir şekilde yöneten ve sürdürülebilirlik alanındaki uygulamalar ve sosyal sorumluluk projeleri ile fark yaratan firma ve filo yöneticilerinin ödüllendirileceği "Yılın Filo Yöneticisi Ödülleri" için başvurular aralık ayı itibariyle alınmaya başlanmıştır. LeasePlan, *Ekonomist* dergisi ile birlikte bu projenin ana sponsorudur. Söz konusu projede LeasePlan-Ekonomist Yılın Filo Yöneticisi, Doğuş Otomotiv Yeşil Filo ve BP Güvenli Filo Ödülleri sahiplerini bulacaktır. Ocak ayı sonuna kadar başvuruların alınacağı ve 25 araç ve üzeri hafif ticari araç ve binek araç filolarının yöneticilerinin katılacağı yarışmada, sektör önderlerinden oluşan jüri üyeleri ödül sahiplerini belirleyecek ve ödüller şubat ayında sahiplerine verilecektir.

Hedefler

LeasePlan Türkiye, 2012 yılında pazara sunacağı yeni ürünler, hizmetler ve öncü uygulamalar sayesinde sağlıklı büyümesini sürdürerek, yine pazarın üzerinde %14 büyümeyi hedeflemektedir. Bununla birlikte pazar payını ve marka bilinirliğini 2012 yılında da artırmayı ve müşteri memnuniyetinde elde ettiği başarıyı daha da geliştirmeyi amaçlayan LeasePlan Türkiye, KOBİ'ler için geliştirdiği yeni hizmetlerle küçük ve orta boy işletmeleri de operasyonel kiralamanın avantajlarından yararlandırmayı ve bu yöndeki projelerini 2012 yılının ilk çeyreğinde pazara sunmayı planlamaktadır.



Yedek Parça ve Lojistik



Dünyanın en prestijli markalarına değer yaratan hizmet

Yedek Parça ve Lojistik, 2011 yılında 105.996 adet aracın ithalatını ve 109.914 adet aracın Yetkili Satıcılara sevkıyatını gerçekleştirerek yılı yedek parça ve aksesuar satışından elde edilen 361,9 milyon TL ciro 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 Scania Endüstriyel ve Deniz Motorları, Thermo King Mobil Isı Kontrol Sistemleri ve yedek parçalarının ithalatı, depolanması ve Yetkili Servislere sevk edilmesi faaliyetlerini yürütmektedir.

Üstün bir sinerji uygulaması

Yedek Parça ve Lojistik, sinerjinin modern ve en iyi uygulamalarıyla geleceğin teknolojisini birleştirmekte ve 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 kullanılmaktadır. İzlenen etkin fiyatlandırma ve fiyat konumlandırma politikalarının yanında %60'a yaklaşan ortak parça

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

Mustafa Karabayır
Yedek Parça ve Lojistik Genel Müdürü





kullanım oranı, Yedek Parça ve Lojistik bünyesinde önemli bir sinerji oluşturmaktadır.

Sunulan ürün ve hizmetler

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

- Tüm grup markası araçların ithalat ve homologasyon operasyonlarının marka temsilcileri adına yürütülmesi.
- VW, Audi, SEAT, Porsche, Bentley, Lamborghini, Scania, Krone, Meiller ve Skoda marka araçların antrepo ve stok sahalarında korunması ve Yetkili Satıcılara ulaştırılması.

- VW, Audi, SEAT, Porsche, Bentley, Lamborghini, Scania ve Thermo King markalarının yedek parça ve aksesuarlarının yurtdışına sipariş edilmesi, ithalatı, depolanması, stok yönetiminin yapılması ve Yetkili Servislere siparişlerine istinaden dağıtılması.

- 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 pay-

laşmak 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.



Üstün sigortacılık hizmetleri ile Doğuş Holding güvencesi bir arada

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

Deneyimli bir aracı kurum

Bir Doğuş Holding iştiraki olan Doğuş Sigorta Aracılık Hizmetleri A.Ş., 26 Mart 1984 tarihinde kurulmuş bir aracı kurumdur. Gerek Doğuş Grubu şirketlerine ve çalışanlarına, gerekse diğer müşterilerine her zaman en iyi sigortacılık hizmetlerini sunmayı ilke edinen Doğuş Sigorta Aracılık Hizmetleri, 2011 yılında da çalışmalarını bu doğrultuda sürdürmüştür.

- Finans, otomotiv, inşaat, medya, turizm ve hizmetler, gayrimenkul ve enerji olmak üzere 7 sektörde faaliyet gösteren grup şirketlerinin tüm sigorta işlemleri, Doğuş Sigorta tarafından takip edilmektedir.
- Doğuş Kombine Sigorta programı çerçevesinde 2011 yılında yapılan poliçelerde tüm risklerin değerlendirilmesi ve fiyatlandırılmasında Doğuş

Grubu şirketlerine önemli kapsam ve fiyat avantajı sağlanmıştır.

- Doğuş şirketlerinin farklı sektörlerde faaliyet göstermesine paralel olarak sigorta hizmet yelpazesi çeşitlendirilmiş ve yıl boyunca yapılan tüm çalışmalarda risk değerlendirme güncellemeleri yapılmıştır.
- Doğuş Sigorta, 2011 yılı prim üretiminde bir önceki yıla göre %40 büyümeye gerçekleştirmiştir.

2012 yılında da büyümeye devam

Doğuş Sigorta'nın Eureka Sigorta, Anadolu Sigorta, Ergo Sigorta, Axa Sigorta ve Allianz Sigorta ile "yetkili acente" bağlantısı devam etmektedir.

Doğuş Sigorta, Doğuş Holding'in sigortacılık faaliyetlerini deneyim, birikim ve yüksek hizmet anlayışı ile 2012 yılında da sürdürmeye devam edecektir.

- 
- › Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum Raporu
 - › Sermaye Yapısı ve Ortaklık Hakkında Bilgiler
 - › Yönetim Kurulu Kararı
 - › Kâr Dağıtım Önerisi
 - › Kâr Dağıtım Tablosu
 - › Denetleme Kurulu Raporu

Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum Raporu

Doğuş Otomotiv Servis ve Ticaret Anonim Şirketi'nde 31 Aralık 2010 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/Mali ve İdari İşler Genel Müdürü

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 birebir görüşmeler yolu ile cevap verilmiştir. Dönem içerisinde 4.500'ün üzerinde farklı kişidentelefon alınmış, farklı zamanlarda aynı kişilere talep üzerine tekrar bilgi verilmiştir. Ayrıca 200'ün üzerinde yazılı (e-posta ve faks aracılığı ile) başvuru olmuş, talep edilen bilgiler taraflara sağlanmıştır. Dönem içerisinde 153 adet birebir toplantı, 1 adet çoklu katılımlı telekonferans ve 2 adet analist toplantısı gerçekleştirilerek 72 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. 2011 yılında pay sahiplerinden bu konuda bir talep alınmamıştır.

1.3. Genel Kurul Bilgileri

2010 yılı faaliyetlerine ilişkin Olağan Genel Kurul Toplantısı 27 Nisan 2011 tarihinde saat 11:00'de "Muallim Naci Caddesi, No 26, Bentley İstanbul Showroom, Ortaköy-Beşiktaş/İstanbul" adresinde yapılmış; toplam 220.000.000 TL'lik sermayeye tekabül eden 220.000.000 adet hisseden asaleten katılan olmamış, 162.311.188 TL'lik sermayeye karşılık gelen 162.311.188 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 31 Mart 2011 tarih ve 7784 sayılı nüshasında ve Genel Kurul'a katılımı kolaylaştırmak için ayrıca İstanbul'da çıkan 31 Mart 2011 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.

Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum Raporu

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 hâle gelmemek üzere dağıtılabılır kârın %4'üne kadar bir meblağı Yönetim Kurulu başkanı ve üyelerine dağıtabilir.

Personele Dağıtılacak Temettü

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

İkinci Temettü

Safi kârdan yukarıdaki meblağlar düşüldükten sonra kalan kısım Genel Kurul tarafından kısmen veya tamamen ikinci temettü olarak dağıtılabileceği 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.

iv. Yıllar itibarıyla 1,00 TL'lik hisse başına dağıtılan temettü tutarları (brüt ve gerçek kişiler için gelir vergisi kesintisi sonrası net olarak) şu şekildedir: 2005 yılında 0,4113 TL brüt/0,3702 TL net; 2006 yılında 0,0617 TL brüt/0,0555 TL net; 2007 yılında 0,2048 TL brüt/0,1741 TL net. 2008 , 2009 ve 2010 yılında kâr dağıtımı yapılmamıştır.

1.6. Payların Devri

Şirketimiz Esas Sözleşmesinde pay devrini kısıtlayan hükümler bulunmamaktadır.

2. KAMUYU AYDINLATMA VE ŞEFFAFLIK

1) AMAÇ

Doğuş Otomotiv Servis ve Ticaret A.Ş. Yönetim Kurulu'nun oluşturduğu Bilgilendirme Politikası'nın amacı pay ve menfaat sahiplerine, şirketin geçmiş performansı ile gelecek beklentilerine ilişkin, ticari sır niteliği dışındaki bilgi ve gelişmeler hakkında adil, zamanında, doğru, eksiksiz, anlaşılabilir, yorumlanabilir ve kolay erişilebilir bir biçimde bilgi sunmaktır.

2) YETKİ VE SORUMLULUK

Bilgilendirme Politikası, Yönetim Kurulu tarafından Türk Ticaret Kanunu (TTK), Sermaye Piyasası Mevzuat'ı; Sermaye Piyasası Kurulu (SPK) ile İstanbul Menkul Kıymetler Borsası (İMKB) düzenlemeleri çerçevesinde ve SPK Kurumsal Yönetim İlkeleri esas alınarak oluşturulmuştur. Bu düzenleme; şirket çalışanları, Kamu Otoriteleri, müşterileri, tedarikçileri, kredi verenleri, yatırımcıları, çeşitli sivil toplum kuruluşları, şirkete yatırım yapmayı düşünen tasarruf sahipleri ve pay sahipleri ile yazılı ve sözlü iletişiminin esaslarını belirler.

Şirketimizde kamunun aydınlatılmasında yapılacak bildirimlerden sorumlu ve imza yetkisini haiz dört personel mevcut olup kamuyu aydınlatma ile ilgili her türlü hususu gözetmek ve izlemek üzere görevlendirilmiştir. Gizli ve ticari sır niteliğindeki bilgiler hariç olmak üzere, pay sahiplerinin veya ilgililerin yazılı bilgi talepleri "Yatırımcı İlişkileri Birimi" tarafından yanıtlanır.

3) KAMUYU AYDINLATMA YÖNTEM VE ARAÇLARI

Sermaye Piyasası Mevzuatı ve TTK hükümleri uyarınca Şirketimizce kullanılan kamuyu aydınlatma yöntem ve araçları aşağıda belirtilmiştir;

- Kamuyu Aydınlatma Platformu'na (KAP) iletilen özel durum açıklamaları,
- Finansal tablo ve dipnotları, bağımsız denetim raporu ve faaliyet raporu, T. Ticaret Sicili Gazetesi ve Günlük Gazeteler vasıtasıyla yapılan izahname, sirküler, genel kurul çağrısı, SPK tarafından onaylanan duyuru metinleri gibi ilan ve duyurular,
- Pay sahipleri, yatırımcılar, analistler ve sermaye piyasası uzmanları ile yapılan toplantı, tele-konferans veya birebir görüşmeler ve hazırlanan bilgilendirme ve tanıtım dokümanları,
- Veri dağıtım kuruluşlarına yapılan açıklamalar,
- Yazılı ve görsel medya vasıtasıyla yapılan basın açıklamaları,
- Telefon, elektronik posta (e-posta), fax ve diğer iletişim araçları,
- Kurumsal internet sitesi (www.dogusotomotiv.com.tr)

4) ÖZEL DURUMLARIN KAMUYA AÇIKLANMASINA İLİŞKİN UYGULAMALAR

A. ÖZEL DURUMLAR

Sürekli ve içsel bilgilerden oluşan özel durum açıklamaları SPK'nın ilgili tebliğleri ve düzenlemelerine uygun olarak kamuya açıklanır. Özel durum açıklamaları, açıklamadan yararlanacak kişi ve kuruluşların karar vermelerine yardımcı olmak amacıyla, zamanında, doğru, anlaşılabilir, yeterli ve yanıltıcı ifadelerden uzak olacak şekilde düzenlenir. Söz konusu açıklamalar reklam, halkla ilişkiler, ortaklık faaliyetlerinin veya sermaye piyasası aracının pazarlanması amacıyla kullanılamaz.

Özel durum açıklamaları, İMKB ve SPK'nın konuyla ilgili düzenlemeleri çerçevesinde elektronik imzayla KAP sistemine gönderilir ve şirketimizin kurumsal internet sitesinde ayrı bir başlık altında yayınlanır.

B. ÖZEL DURUMLARI KAMUYA AÇIKLAMAYA YETKİLİ KİŞİLER

Şirketimizde pay sahipleri ile ilişkiler, Mali ve İdari İşler Genel Müdürlüğü bünyesinde bulunan "Yatırımcı İlişkileri Birimi" tarafından yürütülmektedir. Özel durum açıklamaları Mali ve İdari İşler Genel Müdürlüğü bünyesinde yer alan Mali İşler Direktörlüğü'nce hazırlanmakta ve imzaya yetkili olarak kılınmış dört sorumlu personelden en az ikisinin müşterek onayıyla özel durumlar kamuya açıklanmaktadır.

C. İÇSEL BİLGİNİN KAMUYA AÇIKLANMASININ ERTELENMESİ

Doğuş Otomotiv Servis ve Ticaret A.Ş., yasal hak ve meşru menfaatlerin zarar görmesini önlemek amacıyla içsel bilgilerin kamuya açıklanmasını, bunun kamunun yanıltılmasına yol açmaması ve bu bilgilerin gizli tutulmasını sağlayabilecek olması kaydıyla, erteleyebilir. İçsel bilgilerin kamuya açıklanmasının ertelenme sebepleri ortadan kalkar kalkmaz, sözü edilen içsel bilgiler SPK'nın ilgili düzenlemelerine uygun şekilde ve erteleme kararının nedenleri de belirtilerek kamuya açıklar.

Şirket içsel bilginin kamuya açıklanmasını ertelemeye karar vermesi halinde ertelenen bilgi, ertelemenin ortaklığın yasal haklarını korumasına etkisi, yatırımcıları yanıltma riskini oluşturmadığı ve erteleme sürecinde bu bilginin gizliliğinin korunması için ne gibi tedbirler aldığı Yönetim Kurulu kararına veya Yönetim Kurulu tarafından yetki verilmiş ise yetki verilen kişinin onayına bağlar.

D. İÇSEL BİLGİNİN GİZLİLİĞİNİN SAĞLANMASINA İLİŞKİN ALINAN ÖNLEMLER

Şirket nam veya hesabına hareket eden gerçek veya tüzel kişilerin, iş akdi ile veya başka şekilde kendisine bağlı çalışan ve içsel bilgilere düzenli erişimi olan kişilerin bir listesi hazırlanır ve bu liste değişiklik olduğunda güncellenir. Bu listede yer alan kişilerin bu bilgilerle ilgili olarak kanun ve ilgili mevzuatta yer alan yükümlülükleri kabul etmesi ve bu bilgilerin kötüye kullanımı veya uygunsuz dağıtımı ile ilgili yaptırımlardan haberdar olması sağlanır. İçsel bilginin, içsel bilgilere erişimi olanlarca, Şirketimize ilişkin görevlerin ifa edilmesi veya Şirket adına iş ve işlemlerin yürütülmesi sırasında, bilgiyi gizli tutma yükümlülüğü altındaki kişiler haricinde, Şirket içinden ya da dışından kişilere açıklanması içsel bilginin yetkisiz olarak açıklanması olarak kabul edilir. Bu durumda, yetkisiz olarak yapılan açıklamanın içerdiği bilgiler, Şirketimizin yetkili kıldığı kişiler tarafından özel durum açıklaması yoluyla kamuya duyurulur.

Bilginin gizlilik kurallarına tabi olan avukatlara, bağımsız denetçilere, vergi danışmanlarına, kredi kuruluşlarına, finansal hizmet sunanlara, derecelendirme kuruluşlarına vb. açıklanması, bu kişilerin görevlerini yerine getirirken bu bilgiye ihtiyaç duyuyor olmaları şartıyla içsel bilginin yetkisiz olarak açıklanması olarak nitelendirilmez. Bunun için, bilginin açıklanacağı kişinin yasal bir düzenleme, ana sözleşme veya özel bir sözleşme gereğince, söz konusu bilgileri gizli tutma yükümlülüğü altında olması gerekmektedir.

Basın toplantıları, tanıtım toplantıları, yatırımcı bilgilendirme toplantıları gibi sınırlı sayıda kişilere yapılan açıklamalarda, açıklama bilinçli olarak yapılıyorsa aynı anda, diğer durumlarda ise gecikmeksizin kamuya duyurulur.

İçsel bilginin kasıt olmaksızın duyurulması durumunda ise gecikmeksizin bir açıklama yapılır.

Şirket çalışanları içsel bilgilerin üçüncü kişilerle paylaşılmaması hususunda SPK düzenlemelerine uygun olarak bilgilendirilirler ve tüm çalışanlar gizliliğin sağlanması için çaba göstererek sorumluluk içinde hareket ederler. Diğer yandan çalışanların sadece görev tanımlarıyla sınırlı bilgilere ulaşabilmesi için gerekli tedbirler alınır.

E. HABER VE SÖYLENTİLER HAKKINDAKİ AÇIKLAMALAR

Şirket hakkında yatırımcıların yatırım kararlarını ve sermaye piyasası araçlarının değerini etkileyebilecek öneme sahip, basın yayın organlarında çıkan, Şirketi temsile yetkili kişiler kaynaklı olmayan ve daha önce kamuya duyurulmuş bilgilerden farklı içerikteki haber ve söylentilerin varlığı halinde, bunların doğru ve yeterli olup olmadığı konusunda SPK'nın ilgili tebliğleri uyarınca özel durum açıklaması yapılır. Yapılan basın açıklamasının, çeşitli basın yayın organlarına ve Reuters gibi veri dağıtım kanallarına ulaştırılması, kurumsal web sitesinde de yayımı sağlanır. Basın yayın organlarında çıkan ve SPK mevzuatı uyarınca özel durum açıklaması yükümlülüğü doğurmayan, ancak şirket üst yönetimi tarafından söz konusu haber ve söylentilere ilişkin açıklama yapılması uygun bulunan durumlarda da aynı yöntem izlenir.

F. ORTAKLIK HAKLARININ KULLANIMI

Ortaklık haklarının kullanımına ilişkin aşağıda yer alan hususların kesinleşmesi Şirket Yönetim Kurulu'nun kararına bağlıdır. Yönetim Kurulu'nun aşağıdaki konulara ilişkin karar alması halinde bu konular, özel durum açıklaması yapmak ve kurumsal internet sitesi, T. Ticaret Sicil Gazetesi ile günlük ulusal gazetede ilan edilmek suretiyle kamuya açıklanır.

- Genel kurul toplantı tarihi, saati, yeri, gündem maddeleri, genel kurula katılım prosedürü, genel kurula katılmak veya vekaleten oy kullanmak isteyenlerin yerine getirmeleri gereken yükümlülükler ile gündem dışı konuların genel kurulda görüşülerek karara bağlanması, genel kurulun toplanamaması, toplam pay sayısı ve toplam oy haklarına ilişkin bilgi ile genel kurula katılma hakkının ne şekilde kullanılabileceği,
- Kâr dağıtımına ilişkin duyuru, yeni pay ihracı, sermaye artırımlarında tahsis, yeni pay alma hakkının kullanımı, artırılan payların iptali, birleşme, bölünme.

G. FİNANSAL TABLOLARIN KAMUYA AÇIKLANMASI

Şirketimizin finansal tabloları SPK Finansal Raporlama Standartları'na uygun konsolide olarak hazırlanmaktadır. Finansal tablolar ve dipnotlar, SPK tarafından belirlenen formatlara uygun olarak ve zorunlu kılınan bilgiler dahil edilerek sunulur.

Finansal tablolar, Denetimden Sorumlu Komite'nin de görüşü alınarak Yönetim Kurulu tarafından onaylanır; finansal tabloların hazırlanmasından sorumlu Yönetim Kurulu üyelerinden biri ve sorumlu yöneticilerden birisinin veya görevlendirilmiş iki sorumlu yöneticinin ortak imzasıyla SPK düzenlemelerine uygun olarak hazırlanan sorumluluk beyanı ile birlikte Kamuyu Aydınlatma Platformu (KAP) üzerinden kamuoyuna duyurulur. Finansal tablolar SPK'ca belirlenen süreler içinde kamuya açıklanır.

Finansal tablolar kamuya duyurulduktan en geç bir iş günü sonra şirketimizin kurumsal internet sitesinde, kullanıcıların kolayca ulaşabilecekleri şekilde ilan edilir. Şirketin yasal mevzuat gereği herhangi bir otoriteye verilmek üzere hazırladığı diğer mali tablolar ilgili kurumlarla birlikte eş zamanlı olarak Kamuyu Aydınlatma Platformu (KAP) üzerinden kamuoyuna duyurulur. Yıllık finansal tablolar her yıl olağan genel kurul toplantılarının ardından T. Ticaret Sicil Gazetesi'nde ilan edilir. Finansal tabloların hazırlanması sürecinde, bu tabloların hazırlanmasında ve kontrolü sırasında kullanılan bilgilerin ve taslak finansal tabloların gizliliğinin korunması konusunda azami dikkat gösterilir.

H. FAALİYET RAPORUNUN KAMUYA AÇIKLANMASI

Şirketimizin Faaliyet Raporu, Sermaye Piyasası Mevzuat'ına ve SPK Kurumsal Yönetim İlkeleri'ne uygun olarak hazırlanır, Yönetim Kurulu'nun onayından geçirilir ve finansal tablolarla birlikte Kamuyu Aydınlatma Platformu (KAP) üzerinden kamuoyuna duyurulur.

Yıllık faaliyet raporu Türkçe ve İngilizce olarak hazırlanır ve kurumsal internet sitemizde kamuya açıklanır. Dileyen sermaye piyasası katılımcıları faaliyet raporlarının Türkçe ve/veya İngilizce basılı halini pay sahipleriyle ilişkiler biriminden temin edebilirler.

I. BEKLENTİLERİN AÇIKLANMASI

Doğuş Otomotiv Servis ve Ticaret A.Ş., kamuya açıkladığı bilgilendirme politikasına uygun olarak, zaman zaman beklentilerini açıklayabilir. Şirketimizin beklentilerini açıkladığı yazılı dokümanlarda, olası risklerin, belirsizliklerin ve diğer faktörlerin, gerçek sonuçlarının beklentilerden bir kısmı veya tamamından önemli ölçüde veya kısmen farklılaşabileceği açık bir şekilde ifade edilir.

Kamuya yapılacak açıklamalarda yer alan geleceğe yönelik bilgiler, tahminlerin dayandığı gerekçeler ve istatistikî

Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum Raporu

veriler ile birlikte açıklanır. Bilgiler, dayanağı olmayan abartılı öngörüler içermez, yanıltıcı olmaz ve şirketin finansal durumu ve faaliyet sonuçları ile ilişkilendirilebilir nitelikte hazırlanır.

Kamuya açıklanan bilgilerde, periyodik mali tablo ve raporlarda yer alan tahminlerin ve dayanakların gerçekleşmemesi veya gerçekleşmeyeceğinin anlaşılması halinde derhal gerekçeleri ile birlikte revize edilen bilgiler tablo ve raporlar kamuya açıklanır.

J. PAY SAHİPLERİ ve MENFAAT SAHİPLERİ İLE İLETİŞİM

Pay sahipleri ile ilişkilerin düzenli bir şekilde yürütülmesi Yatırımcı İlişkileri Birimi'nin sorumluluğundadır. Yatırımcı İlişkileri Birimi, Şirketin daha önce kamuya açıklanmış olan her türlü bilgisini tüm pay sahiplerine eşit muamele ederek paylaşır.

Pay sahipleri ve menfaat sahipleri ile bilgilendirme politikası kapsamında yetkilendirilmiş kişiler iletişim kurabilir. Bu kişiler dışında yer alan çalışanlarımız, Şirket dışından gelen soru ve bilgi taleplerine cevap veremezler.

Yatırımcı İlişkileri Birimi çalışanları, pay sahipleri ve menfaat sahipleri ile yapacağı görüşme ve bilgilendirmelerde, ara dönem ve yıllık faaliyet sonuçları hakkında yönlendirme yapmaz. Ancak, faaliyet sonuçlarını etkileyen kritik konuları, stratejik yaklaşımlarını ve sektör ile faaliyet gösterilen çevrenin daha iyi anlaşılmasını sağlayan önemli unsurları sermaye piyasası katılımcılarına aktarabilir.

Yapılacak sunumlar, bilgilendirme toplantıları, basın toplantıları, telekonferanslar ve birebir görüşmeler mümkün olabildiği ölçüde önceden kamuya duyurulur. Bu toplantılara yönelik hazırlanan sunumlar ve/veya açıklayıcı bilgi notları, tüm pay sahiplerinin ilgili dokümanlara aynı anda ulaşmasını teminen bu toplantılarla eş zamanlı olarak Şirketin internet sitesinde yayınlanır.

Yapılacak basın toplantıları ve açıklamaları, Şirket adına açıklama yapmaya yetkilendirilmiş yöneticiler tarafından yapılır.

Şirketimiz kendisi hakkında hazırlanan analist raporlarını veya gelir modellerini doğrulamaz, onaylamaz, sorumluluğunu almaz. Buna karşılık bazı belirli ve sınırlı durumlarda ve talep halinde, kamunun yanlış bilgilendirilmesini önlemek amacıyla, sadece kamuya açıklanmış ve geçmişe yönelik tarihsel bilgileri kullanmak ve spesifik bir konuyla sınırlı olmak kaydıyla, analist raporları gözden geçirilebilir. Şirketimiz kendisi hakkında rapor hazırlayan analistleri ve bağlı oldukları kuruluşları kurumsal internet sitesinde kamuya açıklayabilir.

K. KURUMSAL İNTERNET SİTESİ VE İÇERİĞİ

Şirketimizin internet sitesi Kurumsal Yönetim İlkeleri kapsamında Türkçe ve İngilizce olarak düzenlenmiş olup, adresi www.dogusotomotiv.com.tr'dir. Aşağıda Internet sitemizde yer alan bilgilerin bir kısmı verilmektedir. Kurumsal internet sitemizin geliştirilmesi yönündeki çalışmalara sürekli olarak yer verilir.

HAKKIMIZDA

Doğuş Grubu Hakkında

Doğuş Otomotiv Hakkında

Kilometre Taşları (tarihçe)

Markalar

İştirakler ve Kuruluşlar

Yönetim

Yönetim Kurulu Başkanı'nın Mesajı

İcra Kurulu Başkanı'nın Mesajı

Yönetim Kurulu

İcra Kurulu

Değerler ve İlkeler

Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum Raporu

Vizyon-Misyon-Strateji
Kurumsal Değerler
Kurumsal İtibar
Kurumsal İtibar Araştırması
Çalışma İlkelerimiz
BM Küresel İlkeler Sözleşmesi
Etik İlkeler

YATIRIMCI İLİŞKİLERİ

Kurumsal
İlkeler
Bilgilendirme Politikası
Strateji
Denetim Komitesi
Bağımsız Denetim
Kâr Dağıtımı
Ortaklık Yapısı
SPK'ya Uygunluk
Genel Kurul Toplantıları
Özel Durum Açıklamaları
Gerekli Belgeler
Yatırımcı Paketi
Finansal Göstergeler
Analist Bilgileri
Stockwatch
Şirket Profili
Finansal Tablolar
“Hisse download opsiyonlu, calculator
Holdings calculator”
Teknik Analiz
Yabancı Yatırımcı Payları
Geçmiş Hisse Değerleri
Takvim
Faaliyet Raporları
2004-2009 Dokümanlar
Faydalı Linkler
İletişim

KURUMSAL SORUMLULUK

Kurumsal Sorumluluk
Kurumsal Sorumluluk Anlayışı
Trafik Hayattır
Kültür-Sanat-Spor
Çevre Politikamız
Eğitim Laboratuvarı/Yaşasın Okulumuz Projesi
Kamuyu Aydınlatma ve Şeffaflık
Bilgilendirme Politikası
Sosyal Paydaşlarla İlişkiler
Kurumsal Sorumluluk Raporlarımız

BASIN ODASI

Basın Bültenleri
2010 Yılı Basın Bültenleri

Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum Raporu

Bülten Arşivi
2009
2008
2007
Görsel Arşivi
Logolar
İletişim

İNSAN KAYNAKLARI

Genel Başvuru
Açık Pozisyonlar
İnsan Kaynakları Vizyonumuz
İnsan Kaynakları Politikamız
Çalışan Profili
Çalışma Hayatımız
Çalışma Saatleri
İzin Hakları
Yan Haklar
İnsan Kaynakları Uygulamaları
İşe Alma ve Yerleştirme
D-Staj Programı
Ücret Politikası
Performans Sistemi
Potansiyel Belirleme ve Yedekleme
İç Eğitim Programı
E-Oryantasyon Programı
Eğitim Programları

İLETİŞİM

İletişim Bilgileri
Adres- Telefon
Kroki
Marka İletişim Bilgileri
Şikayet-Öneri-Memnuniyet
Sponsorluk Başvuru
Sponsorluk Başvuru Kriterlerimiz
Yatırımcı İlişkileri İletişim
DOAŞ Yatırımcı İlişkileri
Adres-Telefon
Fax - E-mail
YS Başvuru Formu

Şirketimiz internet sitesinde yayımlanan bilgilerin dışarıdan değiştirilmesini önleyecek yeterli güvenlik tedbirleri alınmıştır.

L. İDARİ SORUMLULUĞU BULUNAN KİŞİLER

Sermaye Piyasası Mevzuat'ında idari sorumluluğu olan kişiler;

- Ortaklığın, yönetim veya denetim organlarının üyeleri,
- Bu organların üyesi olmadığı halde, doğrudan ya da dolaylı olarak ortaklık ile ilişkili içsel bilgilere düzenli olarak erişen ve bu ortaklığın gelecekteki gelişimini ve ticari hedeflerini etkileyen idari kararlar verme yetkisi olan kişiler, olarak tanımlanmıştır.

Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum Raporu

Şirket sermayesini temsil eden paylar ve bu paylara dayalı diğer sermaye piyasası araçlarına ilişkin ortaklık içinde idari sorumluluğu bulunan kişiler ve bunlarla yakından ilişkili kişiler tarafından gerçekleştirilen tüm işlemler işlemi yapan tarafından ilgili borsaya bildirilir.

M. YÜRÜRLÜK

Bu bilgilendirme politikası Yönetim Kurulunun onayı ile yürürlüğe girer. Bilgilendirme politikasında bir değişiklik gerektiğinde değişiklik yapılan hususlar ve gerekçeleri Yönetim Kurulunun onayından geçtikten sonra, Genel Kurulun bilgisine sunulur ve kamuya açıklanır.

2.2. Özel Durum Açıklamaları

Şirketimizce 2011 yılı içerisinde 16 adet özel durum açıklaması yapılmıştır. Şirket hisse senetleri yurtdışı borsalara kote değildir.

2.3. Şirket İnternet Sitesi ve İçeriği

Şirketimiz kamuyu aydınlatma kapsamında; ticaret sicil bilgilerini, son durum itibarıyla 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 iştiraktan arındırılmış gerçek kişi pay sahipleri kamuoyuna 2004 yılında yayımlanan halka arz izahnamesinde açıklanmış olup, Kamuyu Aydınlatma Platformu (KAP) üzerindeki "Şirket Genel Bilgi Formu"nda da bilgiler güncellenmektedir.

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 üçüncü şahıslar tarafından hazırlanmış raporlar ve Kurumsal Sorumluluk raporlarının 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. Çalışan memnuniyeti anketlerine eklenen sosyal, çevresel ve ekonomik konularla ilgili çalışan beklentilerinin sorgulandığı anket sorularının yanıtları konsolide edilerek Kurumsal Sorumluluk raporunda yayınlanmakta, aynı zamanda üst yönetimin görüşlerine düzenli olarak sunulmaktadır. Şirket birimlerinin tümünün temsilinden oluşan Kurumsal Sorumluluk Çalışma Grubu, çalışmalarını düzenli olarak İcra Kurulu üyelerinden oluşan Kurumsal Sorumluluk İzleme Konseyi'ne sunmaktadır.

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 dinamızının 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.

İnsan Kaynakları politikasına ek olarak “Çalışanlar ve İyi İş Ortamı Politikamız” ile birlikte çalışan memnuniyeti, çalışan sağlığı ve güvenliği, sürdürülebilir istihdam, çalışanların eşit haklara sahip olması ve çalışanlarla açık ve şeffaf iletişim, üst yönetimle doğrudan diyalog platformları hedeflerimiz kamuya açıklanmıştır.

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 iç ve dış müşteri memnuniyet araştırmaları (CSS, CSI, DSS) ile gizli müşteri araştırmalarının yapılması ve markalardan gelen araştırma taleplerinin karşılanması, sonuçlarının ölçülmesi, 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, ölçülmesi ve raporlanması,

Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum Raporu

- 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 ölçülmesi amacı 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 üst düzeyde tutularak müşterilere beklentilerinin üzerinde hizmet sunulması amaçlanmaktadır. Buna ek olarak çağrı merkezimizde bütün bu hizmetlerin yanında e-mailing, telemarketing ve lansman hizmetleri de verilmektedir. Diğer yandan müşteri şikâyetlerinin 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.

Tedarikçilerimiz

Öncelikli paydaşlarımız arasında yer alan tedarikçi firmalarımız ile çalışmalarımız açık ve verimli ilişkiler kurma anlayışıyla yürütülmektedir. Bu şekilde, Doğu Otomotiv tüm tedarikçi firmaları ile uzun soluklu işbirlikleri geliştirmektedir.

Doğu Otomotiv’in 1994 yılında Volkswagen ve Audi markalarının distribütörlüğünü alması ile başlayan, distribütörlüğünü yaptığı uluslararası markaların üreticileriyle şeffaf ve yakın ilişkisi 17 yıldır gelişerek sürmektedir. Doğu Otomotiv, Volkswagen Grubu’na bağlı markaları çatısı altında toplayan dünyadaki tek şirkettir. Tüm sosyal paydaşları ile ilişkilerinde “beklentilerin üzerinde yaratıcı hizmet” vizyonu doğrultusunda hareket eden Doğu 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 TÜV’den ISO 9001:2000 sertifikasına sahip olan Şirket, müşteri memnuniyetini ve kaliteyi en önemli değerleri olarak görmektedir.

Doğu Otomotiv birlikte çalışacağı tedarikçi firmaları seçerken azami özeni gösterir. Tedarikçiler Listesi, “Tedarikçi Kalite Sistem Denetimi Soru Listesi”ne göre ve aşağıda yer alan kriterler baz alınarak yılda en az Onaylı Tedarikçi ve Değerlendirme Listesi’ndeki yerlerini korurlar. Bu kriterler listeye yeni girecek firmalar için de geçerlidir.

Tedarikçinin; TSE, ISO 9001 Sertifikası/TSE kalite belgeli olması, üretici tarafından onay sertifikalı olması, tarafımızdan denetimli olması, tavsiye edilmesi, uzun süreli çalışma deneyiminin olması ve grup şirketleri tarafından seçilmiş olması seçim kriterlerimiz arasında yer almaktadır. 2011 yılında tedarikçilerimizle yapılan sözleşmelere bir ek protokol hazırlanarak ekonomik, çevresel ve sosyal risklerin öngörülmesi ve Doğu Otomotiv’in kurumsal sorumluluk vizyonunun tedarikçilerimiz arasında da benimsenmesi sağlanmıştır. Doğu Otomotiv, tedarik zincirini de etkili bir şekilde yönetmektedir. Tedarik zinciri yönetimimiz detaylı bir şekilde bu yıl ikincisini yayınladığımız Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporu’nda (<http://www.dogusotomotiv.com.tr/c/kurumsal-sorumluluk.aspx>) yer almaktadır.

3.5. Sürdürülebilirlik ve Sosyal Sorumluluk Çalışmaları

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

Doğu Otomotiv, Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi’ni (United Nations Global Compact) 2009 Mart ayında imzalamış, ardından sektöründe bir ilki gerçekleştirerek 2010 yılında ilk kurumsal sorumluluk raporunu yayınlamıştır. Uluslararası raporlama çerçevesi Global Reporting Initiative (GRI)’in G3 ilkelerine uygun olarak

B düzeyinde hazırlanan ikinci raporumuz ise 2010 yılı performansımızı içermektedir ve sektörümüzde sadece Türkiye’de değil, dünyada da B düzeyinde yayınlanan ilk rapor olmuştur. Rapor kapsamında Doğu Otomotiv’in kurumsal, yönetsel ve çalışanları açısından sosyal, çevresel, etik ve ekonomik performansları değerlendirilmiş ve açıklanmıştır. Bunun yanında B tipi raporun bir gerekliliği olarak ekonomik ve çevresel sorumluluk politikalarımız dışında ürün ve hizmet politikamız, çalışanlar ve iyi iş ortamı politikamız, insan hakları politikamız ve toplumsal katılım politikalarımız da hazırlanmış ve bu rapor içeriğinde kamuya açıklanmıştır. Tüm politikalar İcra Kurulu ve Yönetim Kurulu’na sunulmuş ve onaylarının ardından kamuya açıklanmıştır. Geleceğin dünyasını biçimlendirmek, daha sağlıklı ve yaşanabilir kılmak, sosyal refahı yüksek, insan haklarına saygılı, eğitilmiş ve bilinçli toplumlar yaratmak amacıyla etki alanı çerçevesinde Doğu Otomotiv’in üzerine düşen sorumlulukları yerine getirmek isteğinin bir taahhüdü olarak yayınlanan Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) raporunda, aynı zamanda etik ve hesap verebilir kurumsal yönetim anlayışımız da yer almaktadır.

2011 yılında aynı zamanda uluslararası standartlarda Etik Kod çalışmasına başlanmış ve konuyla ilgili bir komite kurulmuştur. Şirketimizin etik davranış kurallarını örnek vakalarla birlikte daha açık ve şeffaf biçimde açıklayarak yön verecek bu el kitabı, çalışmalar tamamlandıktan sonra tüm çalışanlarımızın ve üst yönetimin onayına sunulacak hayata geçirilecektir. Etik Kod kapsamında öncelikle çalışanlarımız olmak üzere tüm paydaşlarımızın karşılaşabileceği ve şirketimiz için risk teşkil edebilecek unsurlar çok daha açık biçimde ortaya konacak ve bu konudaki riskler minimize edilecektir.

Doğu Otomotiv, paydaşlarının görüş ve kaygılarını dikkate alarak hareket eder, fırsat ve riskleri bu şekilde çok daha önceden görebilir ve sürdürülebilir kurum olma hedefiyle yoluna devam etmektedir. Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi’nin ilkeleri doğrultusunda faaliyetlerini sürdüren Doğu Otomotiv, İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi’nde belirtilen çerçevede insan hakları konusundaki hassasiyetini de Kurumsal Etik İlkeleri’nde açık biçimde beyan etmiştir.

DOĞU OTOMOTİV VE TOPLUM

Trafik Hayattır

Doğu Otomotiv’in 2005 yılından bu yana sürdürdüğü “Trafik Hayattır” toplumsal katılım uygulaması, trafikte daha güvenli araç kullanma, yayaların bilinçlenmesi, trafik kurallarının etkin kullanımı ve benimsenmesi gibi çeşitli güvenlik konularında toplumu ve müşterilerimizi bilinçlendirmeyi amaçlamaktadır. Satış ve satış sonrası hizmetlerini sağladığımız araçların trafikte güvenli kullanımı, toplumsal katılım hedeflerimiz arasında öncelikli bir başlığımız olmaya 2010 yılında da devam etmiştir. Bu hedefe yönelik olarak, araçların Doğu Otomotiv sorumluluk alanına girmesinin ardından, sadece satış sürecinde değil, satış sonrasında da bu sorumluluk paylaşılmaktadır. Trafik Hayattır toplumsal katılım uygulamamız, içinde bulunduğumuz topluma maksimum katkıyı sağlamak amacı ile bundan sonraki dönemlerde de geliştirilerek devam ettirilecektir.

Gösterge Odaları

Doğu Otomotiv, 2009 yılında, müşterilerinin bekleme salonlarını daha verimli ve etkili kullanmasını sağlamak ve aynı zamanda müşterilerimiz arasında trafik ve araç güvenliği arasındaki bağlantıyı daha anlaşılabilir kılmak için Trafik Hayattır kilit taşlarından biri olarak Gösterge Odaları uygulamasını başlatmıştır. 2010 yılında devam eden bu uygulamamızda; müşterilerimizin araçların güvenli kullanımı, bakımı ve yaşam döngüsü ile ilgili görsel, etkili ve kolay bir şekilde bilgi ihtiyacının karşılanması için müşterilerimizin pozitif bilgilendirilmesine yönelik bulgular seçilmiştir. Müşterilerimizin en çok karşılaştığı konularla ilgili kolay ve doğrudan bilgilendirmenin hedeflendiği Gösterge Odaları’nda dileyen müşterilerimizin eleştiri ve isteklerini yazabilecekleri bir defter de hazırlanmıştır.

Meslek Liseleri ve Doğu Otomotiv İşbirliği

Doğu Otomotiv, meslek liseleri ile işbirliği geliştirerek, eğitime ve istihdama katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Bu amaçla, Şişli Endüstri Meslek Lisesi ve Samandıra Meslek Lisesi ile yürütülen çalışmalarla Meslek Liseleri’nde laboratuvar ve sınıflar kurulmuş, ders programları oluşturulmuştur. Meslek Liseleri’nin uluslararası yarışmalara katılımlarına ve Milli Eğitim Bakanlığı’nın bu yarışmaları düzenlemesine destek verilmektedir. Her yıl Volkswagen sınıflarından mezun olan 50 öğrencinin %50’si Yetkili Satıcı ve Yetkili Servis organizasyonumuzda (%60’ı Doğu Oto’larda olmak üzere) istihdam edilmektedir. Ayrıca her yıl bu Meslek Liseleri’nde okuyan yaklaşık 100 öğrenciye staj olanağı sağlanmaktadır.

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 E. 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 İlkelerinin IV. Bölümünde 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 yılından bu yana uygulamaya geçirilmiş olup, marka ve iştiraklerin yıllık iş planları da belirlenen stratejiler doğrultusunda hazırlanmıştır.

2010 yılında ise değişen pazar şartlarına ve çevre koşullarına uygun bir şekilde Doğuş Otomotiv'in önümüzdeki 3-5 yıllık süreçteki stratejisini belirlemek üzere, yönetici seviyesindeki 14 kişilik bir ekip belirli bir metodoloji çerçevesinde ve Strateji Yönlendirme Komitesi'nin yönergesi ile çalışmalarını tamamlamış olup, yeni strateji haritası Yönetim Kurulu tarafından onaylanmıştır.

2010 strateji çalışması sonunda Doğuş Otomotiv'in vizyon ve misyonunda bir değişiklik yapılmamıştır. Strateji çalışmasının sonucunda, mevcut işkollarında, öncelikli olarak iç pazarda, ama dış fırsatları da gözeterek büyümek ve insan kaynağı ile bilgi teknolojilerinde gelişimi ön planda tutmak, öne çıkan noktalar olmuştur.

Vizyonumuz:

Beklentilerin üzerinde yaratıcı hizmet sunmaktır.

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;

- Doğuş 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.

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, 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.

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. Ayrıca Doğuş Otomotiv Etik İlkeleri tüm paydaşlarımızın bilgisine hem Kurumsal Sorumluluk Raporumuz kapsamında, hem de internet sitemiz üzerinden kamuya açıklanmaktadır.

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, E. Ali Bilaloğlu
- İnsan Kaynakları ve Ücretlendirme ("Remuneration") Komitesi: Aclan Acar, Hasan Güzelöz, E. Ali Bilaloğlu
- Stratejik Planlama ve İş Geliştirme Komitesi: Özlem Denizmen, E. Ali Bilaloğlu, Süleyman Tuğtekin
- Etik ve Kurumsal Yönetim Komitesi: Nevzat Öztangut, Özlem Denizmen
- Disiplin Komitesi: Hasan Güzelöz, E. Ali Bilaloğlu

Yönetim Kurulu diğer görev dağılımı aşağıdaki gibidir;

- Endüstriyel Yatırımlar ve İnşaat İşleri: Süleyman Tuğtekin

Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum Raporu

- Finansal İştirakler: Murat Aka
- Hukuk Konuları: Hasan Güzelöz
- Pay Sahipleri ile İlişkiler: Hasan Güzelöz (IMKB)

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

Ortağın Ticaret Unvanı/Adı Soyadı	Sermayedeki Payı (TL)	Sermayedeki Payı (%)
Doğuş Holding A.Ş.	77.461.218,00	35,21
Halka Ortaklığı	75.900.000,00	34,50
Doğuş Araştırma Geliştirme ve Müşavirlik Hizmetleri A.Ş.	66.638.086,00	30,29
Diğer Doğuş Grubu şirketleri	696,00	0,00
TOPLAM	220.000.000,00	100,00

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)	2,95
52 hafta - En yüksek (TL) (13 Ocak 2011)	6,92
52 hafta - En düşük (TL) (30 Aralık 2011)	2,95
1 aylık % değişim	-11,72
3 aylık % değişim	-30,50
6 aylık % değişim	-37,58
1 yıllık % değişim	-55,45

* 30.12.2011 itibarıyla verilmiştir.

Kaynak: Reuters



Genel ve İdari Faaliyetler

1. OPERASYONEL GÖSTERGELER

	2008	2009	2010	2011	2010/2011 değişim (%)
Satış adedi	55.307	50.979	88.850	112.399	%27
Satış gelirleri (bin TL)	2.144.139	2.129.485	3.428.300	4.808.253	%40
Personel sayısı	2.005	1.769	1.817	1980	%9

2. 2011 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
Zafer Başar	Doğuş Oto Pazarlama ve Ticaret A.Ş. Genel Müdürü	İşletme
Giovanni Atilla Gino Bottaro	Audi & Bentley & Lamborghini & Bugatti Marka Genel Müdürü	Makine Mühendisliği
İzzet Berk Çağdaş	Mali ve İdari İşler Genel Müdürü	İşletme Mühendisliği / İşletme Mühendisliği Yüksek Lisansı, Doktora
İlhami Eksin	DOD & VW & Scania Endüstriyel ve Deniz Motorları Marka & Thermo King Genel Müdürü	İktisat
Anıl Gürsoy	Porsche & SEAT Marka Genel Müdürü	İşletme
Kerem 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
Koray Bebekoğlu	Doğuş Otomotiv Stratejik Pazarlama ve Kurumsal İletişim Direktörü	Petrol ve Maden Mühendisliği / MBA
Ela Kulunyar	Doğuş Otomotiv İnsan Kaynakları ve Süreç Yönetimi Direktörü	İşletme
Kerem Talih	Finans ve İdari İşler Direktörü	İngilizce İktisat
Yeşim Yalçın	Doğuş Otomotiv Mali İşler Direktörü	İngilizce İktisat

Dönem İçinde Esas Sözleşmedeki Değişiklikler

Dönem içinde Esas Sözleşme değişikliği bulunmamaktadır.

Doğuş Otomotiv Servis ve Ticaret A.Ş. ve Bağlı Ortaklıkları

2011 Yılında Yapılan Bağışlar (TL)	
Darüşşafaka Cemiyeti	867.400
Acil Durum (İnsani) Yardımları	1.000.000
Van Depremi	600.000
Somali	400.000
Eğitim Kurumları	95.055
Engelliler Spor Yardım ve Eğitim Vakfı	65.000
Okullar	17.064
Eğitim Vakıfları ve Diğer	12.991
Diğer	95.953
Ayhan Şahenk Vakfı	31.226
Korunmaya Muhtaç Çocuklar Vakfı	18.864
Çankaya Yardımlaşma ve Dayanışma Derneği	15.396
Kızılay	8.560
Diğer Dernek ve Kurumlar	16.907
TOPLAM	2.053.408

DOĞUŞ OTOMOTİV SERVİS VE TİCARET ANONİM ŞİRKETİ
YÖNETİM KURULU KARARI

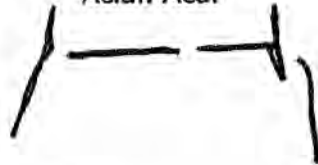
Toplantı No : 2012/ 12
Toplantı Tarihi : 08/03/2012

Yönetim Kurulu aşağıda yazılı kararı almıştır.

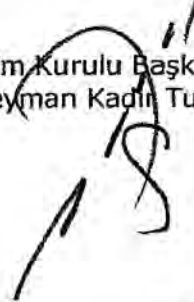
Şirketimizin 31.12.2011 tarihinde sona eren hesap dönemine ilişkin Sermaye Piyasası Kurulu standartlarına göre hazırlanmış Yönetim Kurulu Faaliyet Raporu ile Konsolide Finansal Tablolarının ve Dipnotlarının onaylanmasına ve Akis Bağımsız Denetim ve Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik Anonim Şirketi tarafından hazırlanarak şirketimize tevdi edilen Bağımsız Denetim Raporunun, Finansal Tablolar ve Dipnotlar ile birlikte Kamuyu Aydınlatma Platformu'nda (KAP) ilan edilmesine,

oybirliği ile karar vermişlerdir.

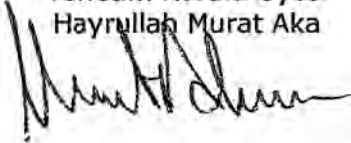
Yönetim Kurulu Başkanı
Aclan Acar



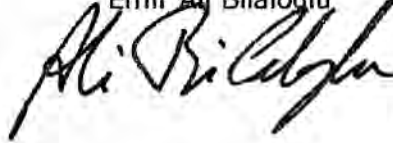
Yönetim Kurulu Başkan Vekili
Süleyman Kadın Tuğtekin



Yönetim Kurulu Üyesi
Hayrullah Murat Aka



Yönetim Kurulu Üyesi
Emir Ali Bilaloğlu



Yönetim Kurulu Üyesi
Hasan Hüsnü Güzelöz



Yönetim Kurulu Üyesi
Özlem Denizmen Kocatepe
(Mazereti nedeniyle
katılamamıştır)

Yönetim Kurulu Üyesi
Ekrem Nevzat Öztangut



Yönetim Kurulu Üyesi
Osman Cem Yurtbay



Kâr Dağıtım Önerisi

DOĞUŞ OTOMOTİV SERVİS VE TİCARET ANONİM ŞİRKETİ YÖNETİM KURULU KARARI

Toplantı No : 2012/ 13
Toplantı Tarihi : 08/03/2012

Yönetim Kurulu aşağıda yazılı kararı almıştır.

Şirketimiz, Sermaye Piyasası Kurulu (SPK) mevzuatına göre düzenlenerek bağımsız denetimden geçmiş konsolide finansal tablolarına göre 2011 yılı faaliyetleri sonucunda 141.753.000,-TL vergi sonrası net kar elde etmiştir.

SPK mevzuatı, TTK hükümleri ve ana sözleşmemiz gereği kar dağıtım tablosuna uygun olarak aşağıdaki gibi,

Dönem Net Karı (Vergi Sonrası)	141.753.000,-
I. Tertip Yedek Akçe (-)	6.690.577,-
Yıl İçinde Yapılan Bağışlar (+)	2.053.408,-
Dağıtılabilir Net Dönem Karı	137.115.831,-
Ortaklara Toplam Temettü (Nakit) (1,00 TL'lik hisse başına 0,4546 TL Brüt / 0,3864 TL Net)	100.012.000,-
II. Tertip Yedek Akçe	8.901.200,-

tahsisinin, kalan karın olağanüstü yedekler hesabına aktarılacak şirket bünyesinde tutulmasının, kar dağıtım tarihinin 31 Mayıs 2012 tarihini geçmemek kaydı ve şartı ile Yönetim Kurulu'nca belirlenmesinin Genel Kurula teklif edilmesine,

oybirliği ile karar verilmiştir.

Yönetim Kurulu Başkanı
Aclan Acar



Yönetim Kurulu Başkan Vekili
Süleyman Kadir Tuğtekin



Yönetim Kurulu Üyesi
Hayrullah Murat Aka



Yönetim Kurulu Üyesi
Emir Ali Bilaloğlu



Yönetim Kurulu Üyesi
Hasan Hüsnü Güzelöz



Yönetim Kurulu Üyesi
Özlem Denizmen Kocatepe
(Mazereti nedeniyle
katılamamıştır)

Yönetim Kurulu Üyesi
Ekrem Nevzat Öztangut



Yönetim Kurulu Üyesi
Osman Cem Yurtbay



2011 YILINA AİT KÂR DAĞITIM TABLOSU (TL)

1-	Ödenmiş / Çıkarılmış Sermaye	220,000,000.00
2-	Toplam Yasal Yedek Akçe (Yasal Kayıtlara Göre)	44,781,208.00

Esas Sözleşme Uyarınca Kâr Dağıtımında İmtiyaz Var İse Söz Konusu İmtiyaza İlişkin Bilgi

	SPK'ya Göre	Yasal Kayıtlara Göre
3- Dönem Kârı (Ana Ortaklık)	179.533.000,00	176.628.687,44
4- Ödenecek Vergiler (-)	(37.780.000,00)	(42.817.143,61)
5- Net Dönem Kârı (Ana Ortaklık)	141.753.000,00	133.811.543,83
6- Geçmiş Yıl Zararları (-)	-	-
7- Birinci Tertip Yasal Yedekler (-)	(6.690.577,00)	(6.690.577,00)
8- NET DAĞITILABİLİR DÖNEM KÂRI	135.062.423,00	127.120.966,83
9- Yıl içinde Yapılan Bağışlar	2.053.408,00	-
10- Birinci Temettünün Hesaplanacağı Bağışlar Eklenmiş Net Dağıtılabilir Dönem Kârı	137.115.831,00	-
11- Ortaklara Birinci Temettü	-	-
- Nakit	27.423.166,00	-
- Bedelsiz	-	-
- Toplam	27.423.166,00	-
12- İmtiyazlı Hisse Senedi Sahiplerine Dağıtılan Temettü	-	-
13- Yönetim Kurulu Üyelerine, Çalışanlara vb'ne Temettü	-	-
14- İntifa Senedi Sahiplerine Dağıtılan Temettü	-	-
15- Ortaklara İkinci Temettü	72.588.834,00	-
16- İkinci Tertip Yasal Yedek Akçe	8.901.200,00	-
17- Statü Yedekleri	-	-
18- Özel Yedekler	-	-
19- OLAĞANÜSTÜ YEDEK	26.149.223,00	18.207.766,83
20- Dağıtılması Öngörülen Diğer Kaynaklar	-	-
- Geçmiş Yıl Karı	-	-
- Olağanüstü Yedekler	-	-
- Kanun ve Esas Sözleşme Uyarınca Dağıtılabilir Diğer Yedekler	-	-

DAĞITILAN KÂR PAYI ORANI HAKKINDA BİLGİ

PAY BAŞINA TEMETTÜ BİLGİLERİ	TOPLAM TEMETTÜ TUTARI (TL)	1 TL NOMİNAL DEĞERLİ HİSSEYE İSABET EDEN TEMETTÜ	
		TUTARI (TL)	ORAN (%)
- BRÜT	100.012.000,00	0,4546	45,46
- NET	85.010.200,00	0,3864	38,64

DAĞITILAN KÂR PAYININ BAĞIŞLAR EKLENMİŞ NET DAĞITILABİLİR DÖNEM KÂRINA ORANI

ORTAKLARA DAĞITILAN KÂR PAYI TUTARI (TL)	ORTAKLARA DAĞITILAN KÂR PAYININ BAĞIŞLAR EKLENMİŞ NET DAĞITILABİLİR DÖNEM KÂRINA ORANI (%)
100.012.000,00	72,9

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	:	220.000.000,-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 değildirler.
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 üçer aylık dönem sonlarında olmak üzere 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 sonu itibarıyla şirket kıymetlerinin mevcudiyeti kontrol edilmiş ve kıymetlerin kayıtlarla uygunluğu görülmüştür.
İntikal 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 01.01.2011 - 31.12.2011 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 31.12.2011 tarihi itibarıyla düzenlenmiş bilanço, ortaklığın anılan tarihteki mali durumunu; 01.01.2011 - 31.12.2011 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.


Murat İNAN

DENETLEME KURULU


Alp KINAY