

2016

FAALİYET RAPORU



İÇİNDEKİLER

01

KISACA DOĞUŞ OTOMOTİV

- DOĞUŞ OTOMOTİV HAKKINDA
- 04 YÖNETİM KURULU BAŞKANI'NIN MESAJI
- 06 İCRA KURULU BAŞKANI'NIN MESAJI
- 08 KURUMSAL PROFİL
- 10 FİNANSAL GÖSTERGELER
- 11 HİSSE PERFORMANSI
- 12 KILOMETRE TAŞLARI
- 14 YÖNETİM KURULU
- 17 İCRA KURULU
- 18 TÜRKİYE EKONOMİSİ VE OTOMOTİV SEKTÖRÜ
- 19 DOĞUŞ OTOMOTİV'DE 2016 YILI
- 28 TRAFİK HAYATTIR!
- 32 KOŞULSUZ MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ
- 34 MÜŞTERİ TEMAS NOKTALARI
- 36 DOĞUŞ GRUBU HAKKINDA

02

37 MARKALARIMIZ

- 38 VOLKSWAGEN BİNEK ARAÇ
- 40 AUDI
- 42 SEAT
- 44 ŠKODA
- 46 BENTLEY&LAMBORGHINI
- 48 PORSCHE
- 50 VOLKSWAGEN TİCARİ ARAÇ
- 52 SCANIA
- 54 SCANIA ENGINES
- 56 THERMO KING
- 58 DOĞUŞ OTO
- 60 D-AUTO SUISSE
- 62 D-AUTO LLC
- 64 DOD
- 66 vdf
- 68 TÜVTÜRK
- 70 YEDEK PARÇA VE LOJİSTİK
- 72 DOĞUŞ SİGORTA

03

73 KURUMSAL YÖNETİŞİM

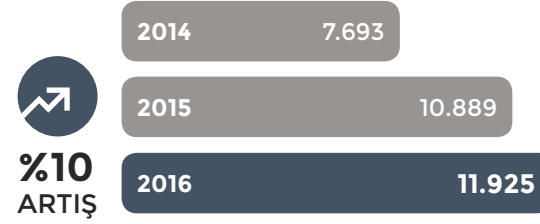
- 74 KURUMSAL YÖNETİŞİM İLKELERİNE UYUM RAPORU
- 92 GENEL BİLGİLER
- 114 EK 1. KÂR DAĞITIM ÖNERİSİ VE TABLOSU
- 115 EK 2 . FİNANSAL RAPORLARDA SORUMLULUK BEYANI
- 116 EK 3 . YILLIK FAALİYET RAPORUNA DAİR BAĞIMSIZ DENETÇİ RAPORU

DOĞUŞ OTOMOTİV HAKKINDA

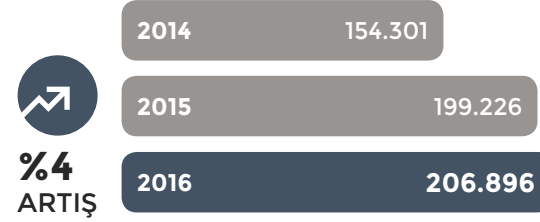
DOĞUŞ OTOMOTİV, TÜRKİYE OTOMOTİV SEKTÖRÜNÜN EN GENİŞ MARKA VE HİZMET AĞINA SAHİP ŞİRKETİDİR.

Doğuş Otomotiv, 22. faaliyet yılı olan 2016'da da Türkiye'nin lider otomotiv ithalatçısı ve en büyük otomotiv distribütörlerinden biri olmayı sürdürmüştür. İş planlarını "beklentilerin üzerinde yaratıcı hizmet" vizyonu ile oluşturan Doğuş Otomotiv, kurumsal stratejisini "müşteri memnuniyeti odaklı çalışma" hedefi üzerine inşa etmektedir. Doğuş Otomotiv, Türkiye otomotiv sektörünün en geniş marka ve hizmet ağına sahip şirkettir.

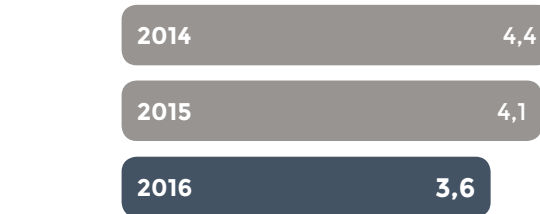
Net Satışlar (Milyon TL)



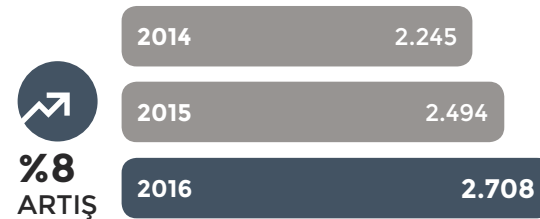
Satış (Adet) (Ağır ticari hariç)



EBIT Marjı (%)



Çalışan Sayısı (Kişi)



11.925

MİLYON TL

DOĞUŞ OTOMOTİV 2016 YILINDA
**TOPLAM 11.925 MİLYON TL SATIŞ
GELİRİ ELDE ETMİŞTİR.**

DOĞUŞ OTOMOTİV, 2016 YILI İÇİNDE ÜST ÜSTE 5. YILINDA DA TÜRKİYE OTOMOTİV PAZARINDA LİDER KONUMDA KALMA BAŞARISINI GÖSTERMİŞTİR.

PERAKENDE SATIŞ (ADET)	PERAKENDE SATIŞ (ADET)	PERAKENDE SATIŞ (ADET)	PERAKENDE SATIŞ (ADET)	PERAKENDE SATIŞ (ADET)
208.946	101.763	22.005	20.637	28.876
PAZAR PAYI (%)	PAZAR PAYI (%)	PAZAR PAYI (%)	PAZAR PAYI (%)	PAZAR PAYI (%)
%21	%13,44*	%24,09*	%2,73*	%3,81*
	*Binek Araç Segmentinde	*Lüks Araç Segmentinde	*Binek Araç Segmentinde	*Binek Araç Segmentinde

%21

PAZAR PAYI

DOĞUŞ OTOMOTİV, 2016 YILI
PAZAR PAYI %21 OLARAK
GERÇEKLEŞMİŞTİR.

4.852

MİLYON TL

2016 YILINDA **AKTİF BÜYÜKLÜK**
4.852 MİLYON TL OLARAK
GERÇEKLEŞMİŞTİR.

PERAKENDE SATIŞ (ADET)	PERAKENDE SATIŞ (ADET)	PERAKENDE SATIŞ (ADET)	PERAKENDE SATIŞ (ADET)	PERAKENDE SATIŞ (ADET)
14	7	32.772	827	2.050
PAZAR PAYI (%)	PAZAR PAYI (%)	PAZAR PAYI (%)	PAZAR PAYI (%)	PAZAR PAYI (%)
%0,01*	%0,01*	%14,45*	%0,91*	%11,18*
*Lüks Araç Segmentinde	*Lüks Araç Segmentinde	*Hafif Ticari Araç Segmentinde	*Lüks Araç Segmentinde	*Ağır Ticari Segmentinde

A mechanic in a blue shirt and cap is working on the undercarriage of a car. The car is elevated on a lift. The mechanic is using a tool to work on the suspension or steering components. The background shows a typical garage setting with various tools and equipment.

KISACA DOĞUŞ OTOMOTİV

Doğuş Otomotiv, 22. faaliyet yılı olan 2016'da da Türkiye'nin lider otomotiv ithalatçısı ve en büyük otomotiv distribütörlerinden biri olmayı sürdürmüştür. İş planlarını "beklentilerin üzerinde yaratıcı hizmet" vizyonu ile oluşturan Doğuş Otomotiv, kurumsal stratejisini "müşteri memnuniyeti odaklı çalışma" hedefi üzerine inşa etmektedir. Doğuş Otomotiv, Türkiye otomotiv sektörünün en geniş marka ve hizmet ağına sahip şirkettir.

YÖNETİM KURULU BAŞKANI'NIN MESAJI

TÜRKİYE ÇAPINDA 1,7
MİLYON ADETLİK ARAÇ
SATIŞI GERÇEKLEŞTİRMİŞ
VERİMLİLİK ODAKLI VE
ÖĞRENEN BİR YAPIYA
SAHİP ŞİRKETİZ.

Değerli Doğuş Otomotiv Paydaşları,

2016 faaliyet dönemi, küresel ekonomide zorlu koşulların test edildiği bir yıl olarak kayda geçti. Uzun bir süredir etkisini hissettiren kırılmalıkların sonucunda küresel ekonomi, potansiyelinin altında kalarak %3,1 düzeyinde büyüme yakaladı. Tüm sermaye piyasalarında merakla beklenen Amerikan Merkez Bankası'nın (Fed) faiz artırımı kararı yılın son ayında gerçekleşti.

Fed'in 2017 yılında da faiz artırımına devam edeceğini açıklaması uluslararası sermaye çevrelerinde ABD dolarının yerel para birimleri karşısındaki güçlü konumunun önümüzdeki dönemde de süreceğini gösterdi. Donald Trump'ın ABD Başkanı seçilmesi ve İngiltere'nin referandum ile AB'den çıkış kararı alması, gelişmiş ekonomiler için yeni bir dönemin başlangıcı oldu. OPEC üyesi ülkelerin ve Rusya'nın petrol arzını kısımaya yönelik kararı ise petrol fiyatlarının önümüzdeki dönemde de artış eğiliminde olacağına işaret ediyor.

Küresel otomotiv sektörü canlılığını korudu

Küresel ölçekte canlılığını koruyan ender sektörler arasında yer alan otomotiv sektörü, 2016 yılsonu itibarıyla 90 milyon adetlik üretim rakamını geçti. Sektörün tüm büyük markaları için Çin pazarı çekim merkezi olmayı sürdürürken, Amerikan ve Avrupa pazarlarındaki toparlanma sektörlerdeki Ar-Ge ve lansman faaliyetleri için önemli bir motivasyon kaynağı oldu. Büyük otomotiv markaları arasındaki küresel rekabet 2016 yılında da teknoloji ve tasarım odaklı ürünler üzerinden devam ederken, gelişmiş ülkelerdeki korumacı ekonomi politikalarının yaygınlaşması bu rekabeti daha keskin bir hale getirdi.

Türkiye, makro-ekonomik disiplinden ödün vermedi

Küresel ekonomide yükselen ekonomiler aleyhine yaşanan ekonomik gelişmelerin yanı sıra kırılmalık bir politik konjonktürle karşılaşan Türkiye için 2016 yılı zorlu bir yıl oldu. Standard & Poor's ve Moody's'in ülkemizin kredi notunu düşürmesine karşın, Türkiye bütçe disiplinden ödün vermemekle yılın ilk 9 aylık verilerine göre %2,4 seviyesinde büyüme sağladı.

Türkiye otomotiv pazarından 1 milyon araçlık satış performansı

Türkiye otomotiv pazarı, 2016 yılsonu itibarıyla ağır vasıta da dahil olmak üzere 1 milyon araç satış rakamına ulaşarak güçlü satış performansı ile öne çıktı. Türkiye'de Avrupa pazarına kıyasla araç sahiplik oranı açısından güçlü bir tüketim ivmesinin bulunması ve otomotivin kamuoyunda bir yatırım aracı olarak görülmeyle devam etmesi pazardaki talebin sürmesinde belirleyici oldu. Türkiye otomotiv pazarının en deneyimli oyuncularından biri olarak bu dinamikleri yakından takip ederek iş süreçlerimizi geliştirmeye önümüzdeki dönemde de kararlılıkla devam edeceğiz.

Doğuş Otomotiv, rekabet üstünlükleriyle ön plana çıkacak

Doğuş Otomotiv olarak 2016 yılının son çeyreğinde başlayan döviz kurlarındaki hareketlenmenin otomotiv pazarının temel dinamiklerini etkileyeceğini düşünüyoruz. İşletme giderlerinden yakıt ve yedek parça fiyatlarına kadar sektörü çok boyutlu bir biçimde etkileyecek kur hareketinin yanı sıra vergi yükünün artmasıyla 2017 yılında sektördeki daralma beklentisini doğal karşılamak gerek. Doğuş Otomotiv olarak temel rekabet üstünlüklerimizi etkin bir şekilde kullanarak bu süreçte de başarıyı koruma kararlığında olacağız.

Verimli ve öğrenen bir şirket yapısı: Doğuş Otomotiv

Volkswagen Gruba ait 12 prestijli markanın distribütörü Doğuş Otomotiv olarak, Türkiye genelinde satış, satış sonrası hizmetler, ikinci el araç ve araç finansmanı süreçlerini yöneterek 2016 yılında da sektörde referans gösterilen başarıya ulaştık.

Bugüne kadar Türkiye çapında 1,7 milyon adetlik araç satışı gerçekleştirmiş verimlilik odaklı ve öğrenen bir yapıya sahip şirketiz.

Sadece satış adetlerimiz ile değil, hizmet verdiğimiz her alanda yakaladığımız yüksek standartlar sayesinde müşteri bağlılığında da sektörde öncü olmayı başardık.

Deneyimli insan kaynağımız en önemli güvencemiz

Yetkin ve deneyimli insan kaynağımız; 2016'da da iş süreçlerimizin üç temel dayanak noktası olan üretici firmalarla ilişkiler, yetkili satıcı organizasyonumuz ve teknolojik hizmet altyapımızın ortak hedefler doğrultusunda faaliyet yürütmesinde kilit görevler üstlenmeye devam etti. Doğuş Otomotiv olarak dayanağını bu sağlam temellere oturtan güçlü yapımız ile önümüzdeki dönemde de verimlilik odaklı iş süreçlerine imza atacağız.

Başarı yolculuğumuz devam edecek...

Doğuş Otomotiv'in 2016 yılındaki faaliyetlerine desteklerini esirgemeyen tüm paydaşlarımıza teşekkürlerimizi sunuyoruz.

Türkiye otomotiv sektörünün gelişiminde önemli görevler üstlenen ve kalite standartlarını yükselten bir şirket olarak önümüzdeki dönemde de kesintisiz başarı çizgimizi sürdüreceğiz.

Saygılarımla,

Yönetim Kurulu Başkanı
Aclan Acar

İCRA KURULU BAŞKANI'NIN MESAJI

DOĞUŞ OTOMOTİV, 2016 YILINDA PAZAR PAYINI ARTIRARAK TÜRKİYE OTOMOTİV PAZARINDAKİ LİDER KONUMUNU BEŞİNCİ YILA TAŞIMIŞTIR.



Değerli Paydaşlarımız;

Türkiye ekonomisi, küresel ekonomideki zorlu koşulların etkisiyle 2016 yılının ilk 9 ayını %2,4 seviyesinde büyüme ile kapatmıştır. Türk otomotiv sektörü, tüm bu zorlu koşullara karşın üretim, ihracat ve toplam pazar göstergeleri açısından pozitif sonuçlara ulaşmayı başarmıştır. Türkiye'de otomobil pazarı göstergelerine baktığımız zaman, perakende otomobil ve hafif ticari araç toplam pazarı 2015 yılında 968.017 adet iken, 2016 yılında bir önceki yıla göre %1,6 oranında artışla 983.720 adet olarak gerçekleşmiştir. 2015 yılında 725.596 adet olan otomobil satışları 2016 yılında %4,3 artarak 756.938 adede; 2015 yılında 242.421 olarak gerçekleşen hafif ticari araç satışları ise 2016 yılında %6,5 oranda azalışla 226.782 adet olarak gerçekleşmiştir. 22 yıllık deneyim ve uzmanlık ile beklentilerin üzerinde hizmet sunma hedefi doğrultusunda iş süreçlerini yürüten Doğuş Otomotiv için 2016 faaliyet dönemi olumlu finansal ve operasyonel sonuçlara ulaştığımız bir yıl olmuştur. Doğuş Otomotiv, ağır ticari hariç toplam perakende satışlarını 199.226'dan 206.896'ya yükselterek perakende pazar payını %20,6'dan %21'e çıkarmıştır.

Kendi segmentinde lider 12 marka ve 80'e yakın model...

Doğuş Otomotiv, temsilcisi olduğu markalarda 2016 yılında olumlu sonuçlara ulaşmıştır. Volkswagen Ticari Araç, 2016 yılında tüm zamanların en yüksek satış adedi ve tarihindeki en yüksek pazar payına ulaşırken; SEAT, 20.637 adet ile tarihindeki en yüksek satış performansına ulaşmıştır. ŠKODA markamız her yıl düzenlenen "En İyi Distribütör Ödülü" organizasyonunda Satış Sonrası Hizmetler kategorisinde 103 ülke arasından en başarılı distribütör seçilmiştir.

Volkswagen Binek Araç, 2016 yılsonu itibarıyla 100.000'in üzerinde perakende araç satışı gerçekleştirerek dördüncü kez Türkiye'nin en çok tercih edilen markası olmuştur. Audi ise 2016 yılında bir önceki yıla göre satışlarını perakende binek araç pazarında %8,51 oranında artırmış ve 22.005 adetle tarihindeki en yüksek satış rakamına ulaşmıştır. Global dijitalleşme stratejisine paralel bir biçimde tasarladığı satış, pazarlama ve satış sonrası hizmetler aksiyonları ile 827 adetlik satış rakamına ulaşan Porsche, ilk kez, ODD Satış ve İletişim Ödülleri etkinliğinde "Yılın Outdoor Uygulaması" kategorisinde 2016 Gladatörleri arasında yer almıştır.

%99 parça bulunurluk oranı ile fark yaratan Yedek Parça ve Lojistik Departmanı...

Doğuş Otomotiv çatısı altında yer alan tüm markaların yedek parçalarının ithalatı, depolanması ve yetkili servislere sevk edilmesi faaliyetlerini yürüten Yedek Parça ve Lojistik Departmanımız, 2016 yılsonu itibarıyla %99 parça bulunurluk oranı ile sektörde liderliğini korumuştur. Departmanımız yıl içerisinde 186.300 adetlik araç ithalatı ve Yetkili Satıcılara yönelik 211.000 adetlik araç sevkiyatı gerçekleştirmiştir.

Koşulsuz müşteri memnuniyeti doğrultusunda güçlü bir adım: Değer ve İlgili Merkezi

Sürdürülebilir başarı çizgisile Doğuş Otomotiv; 2016 yılında da yol yardımı, çağrı merkezi, anket, rezervasyon ve diyalog gibi operasyon hizmetlerini Doğuş Otomotiv Değer ve İlgili Merkezi (DİM) çatısı altında etkin bir biçimde yöneterek eşsiz müşteri deneyimi sunmayı sürdürmüştür. Doğuş Otomotiv Değer ve İlgili Merkezi (DİM), kısa sürede yakaladığı yüksek kalite standartlarıyla uluslararası alanda müşteri ilişkileri sektörünün en prestijli ödülü olarak kabul edilen Contactcenterworld.com Ödülleri'nde iki büyük ödüle layık görülmüştür.

Bilgi teknolojileri alt yapımız en büyük destekçimiz...

Bayilerle ilişkilerini güçlü bir network altyapısı üzerinden yürüten şirketimiz, müşterileriyle temasını showroomla sınırlı tutmayarak teknolojinin gerekliliği doğrultusunda oluşturduğu iletişim kanallarıyla müşterin beklentilerini eksiksiz bir biçimde karşılamaktadır.

Ödüllerle taçlanan insan kaynakları projeleri

Yetkin ve deneyimli insan kaynağını sürdürülebilir başarı performansının en önemli bileşenleri arasında gören Doğuş Otomotiv, 2014 yılından bu yana uygulamakta olduğu Drive Projesi aracılığıyla yetkili servis çalışanlarına yönelik eğitim faaliyetlerini 2016'ta da başarıyla sürdürmüştür. Oyunlaştırma yaklaşımı çerçevesinde çalışanlarımıza yönelik oluşturduğumuz online sosyal eğitim ağı GO (Gelişim Okulu) Platformu da 2016 yılında uluslararası alanda prestijli Stevie ve Brandon Hall Excellence Ödülleri'nde toplam dört ödüle layık görülmüştür.

"Trafik Hayattır" 12 yaşında...

Türkiye'de güvenli trafik kültürü konusunda farkındalık yaratmak amacıyla başlattığımız Trafik Hayattır! Platformu, 2016 yılında da fark yaratan projelerle paydaş gruplarımıza seslenmiştir.

Türkiye otomotiv sektörünün en deneyimli oyuncular arasında yer alan Doğuş Otomotiv'in 2016 faaliyet dönemindeki başarılarına desteklerini esirgemeyen tüm paydaşlarımıza teşekkürlerimi sunarım.

Faaliyetlerini uzun dönemli hedefler doğrultusunda yürüten şirketimiz, önümüzdeki dönemde de otomotiv ve teknolojilerindeki gelişmelerin yakın takipçisi olacaktır. Doğuş Otomotiv olarak yenilikçi ürün ve hizmetleri müşterilerimizle buluşturmaya devam edeceğiz.

Saygılarımla,

Emir Ali Bilaloğlu
İcra Kurulu Başkanı

KURUMSAL PROFİL

Doğuş Otomotiv, 22. faaliyet yılı olan 2016'da da Türkiye'nin lider otomotiv ithalatçısı ve en büyük otomotiv distribütörlerinden biri olmayı sürdürmüştür. İş planlarını "beklentilerin üzerinde yaratıcı hizmet" vizyonu ile oluşturan Doğuş Otomotiv, kurumsal stratejisini "müşteri memnuniyeti odaklı çalışma" hedefi üzerine inşa etmektedir. Doğuş Otomotiv, Türkiye otomotiv sektörünün en geniş marka ve hizmet ağına sahip şirkettir.

Binek araç, hafif ticari araç, ağır vasıta, endüstriyel ve deniz motorları, soğutma sistemleri alanlarında, her biri kendi sektörünün lideri konumundaki 12 uluslararası markanın temsilcisi olan Doğuş Otomotiv, bireysel ve kurumsal müşterilerine Volkswagen Binek Araç, Audi, SEAT, ŠKODA, Bentley, Lamborghini, Bugatti, Porsche, Volkswagen Ticari Araç ve Scania markalarından ve bu markaların 80'e yakın modelinden oluşan geniş bir ürün portföyü sunmaktadır. Şirket ayrıca, endüstriyel ve deniz motorları pazarında Scania Engines markasıyla, soğutma sistemleri pazarında ise Thermo King markasıyla rekabet etmektedir.

Sunduğu hizmetlerde koşulsuz müşteri memnuniyetini bir numaralı öncelik olarak ele alan Doğuş Otomotiv, Türkiye'nin en geniş yetkili satıcı ve servis ağlarından birine sahiptir. Tüm ülkeye yayılmış olan 500'ü aşkın buluşma noktası, Doğuş Otomotiv'in müşterilerine satış, servis ve yedek parça hizmetlerini yaygın ve kesintisiz bir şekilde sunmaktadır.

Şirket, Volkswagen Grubu'yla güvene dayalı yakın iş birliğinin bir sonucu olarak 2009 yılından itibaren Lozan'da D-Auto Suisse SA adıyla Porsche Yetkili Satıcı ve Servis hizmeti vermeye başlamıştır. Bentley markası ve ikinci el lüks araç satış operasyonu D-Occasion ile büyüyerek yoluna devam etmektedir. Doğuş Otomotiv, yine yurt dışı faaliyetleri kapsamında, Kuzey Irak'ta Volkswagen ve Audi markaları distribütörlüğü için Erbil merkezli D-Auto LLC şirketini 2014 yılında hizmete açmıştır. Doğuş Otomotiv yeni yatırımlarıyla sektörün öncü firması olarak büyümeye devam etmektedir.

Doğuş Otomotiv, 2.500'e yakın çalışanıyla Türkiye'deki otomotiv sektörünün en önemli oyuncularından biridir. Kurulduğu günden bu yana ödün vermeden sürdürdüğü müşteri memnuniyetine odaklı dinamik hizmet anlayışı sayesinde Doğuş Otomotiv, kurumsal itibar araştırmalarında Türkiye'nin en beğenilen ve en çok güven duyulan markaları arasında üst sıralarda yer almaktadır. 2004 yılında halka arz edilen Doğuş Otomotiv hisseleri, Borsa İstanbul'da (BİST) "DOAS.IS" kodu ile işlem görmektedir.

Doğuş Otomotiv, tüm iş süreçlerini çevresel ve sosyal sorumluluk anlayışı paralelinde şekillendirmektedir. Bu bakış açısı doğrultusunda Doğuş Otomotiv, 2009 yılında Türkiye'de sektörünün ilk Kurumsal Sorumluluk Raporu'nu yayınlamış ve 2010 yılında Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi'ni (Global Compact) imzalamıştır. Şirket, toplumdaki trafik konusundaki genel sorumluluk, bilinç ve algıyı pozitif yönde artırmak amacıyla 2004 yılında "Trafik Hayattır!" sloganıyla başlattığı sosyal sorumluluk faaliyetlerini 12 yıldır kesintisiz sürdürmektedir. Eğitim odaklı tüm yaş grupları için ayrı planlanan ve kamu iş birliğinde yürütülen "Trafik Hayattır!" kurumsal sorumluluk platformu kapsamında gerçekleştirilen projeler, bugüne kadar birçok ödüle layık görülmüştür.

Doğuş Otomotiv, BİST Sürdürülebilirlik Endeksi'nde Kasım 2016-Ekim 2017 dönemi için ikinci kez yer almaktadır.

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

Satış Adetleri (Perakende)	2016	2015	2014
Binek	174.124	167.584	130.300
Volkswagen	101.763	107.401	84.646
Audi	22.005	20.279	17.809
SEAT	20.637	16.911	12.697
ŠKODA	28.876	22.107	14.537
Bentley	9	19	21
Lamborghini	7	6	2
Porsche	827	861	588
Hafif Ticari	32.772	31.642	24.001
Volkswagen	32.772	31.642	24.001
Ağır Ticari	2.060	3.856	3.039
Scania	2.050	3.291	2.014
Krone	2	158	716
Meiller	8	407	309
TOPLAM	208.956	203.082	157.340
Doğuş Otomotiv Pazar Payı (Perakende)	%21,0	%20,6	%20,1
İkinci El Satış Adedi (DOD)	22.534	23.125	21.120

Finansal Göstergeler	2016	2015	2014
Net Satışlar (mn TL)	11.925	10.889	7.693
Faaliyet Giderleri (mn TL)	727	662	537
Faaliyet Giderleri/Satışlar (%)	%6,1	%6,1	%7,0
EBIT (mn TL)	426	447	336
EBIT Marjı (%)	%3,6	%4,1	%4,4
Brüt Kâr (mn TL)	1.153	1.109	873
Brüt Kâr Marjı (%)	%9,7	%10,2	%11,3
Net Kâr (mn TL)	238	302	253
Net Kâr Marjı (%)	%2,0	%2,8	%3,3
ROA	%4,9	%7,6	%9,0
ROE	%21,3	%22,2	%20,5
Net Finansal Borç/ Özkaynaklar*	2,39	1,37	0,84
Yatırım Tutarı (CapEx) (mn TL)**	208	169	115

* Kısa Vadeli Borçlanmalar, Uzun Vadeli Borçlanmaların Kısa Vadeli Kısımları, Uzun Vadeli Borçlanmalar ve Nakit ve Nakit Benzerleri dikkate alınmıştır.

** Maddi duran varlık girişleri dikkate alınmıştır.

FİNANSAL GÖSTERGELER

Net Satışlar (milyon TL)

2014	7.693
2015	10.889
2016	11.925

Brüt Kâr Marjı (%)

2014	11,3
2015	10,2
2016	9,7

Faaliyet Gideri/Satışlar (%)

2014	7,0
2015	6,1
2016	6,1

EBIT Marjı (%)

2014	4,4
2015	4,1
2016	3,6

Net Kâr (milyon TL)

2014	253
2015	302
2016	238

Net Kâr Marjı (%)

2014	3,3
2015	2,8
2016	2,0

Toplam Varlıklar (milyon TL)

2014	2.827
2015	3.980
2016	4.852

Toplam Özkaynaklar (milyon TL)

2014	1.236
2015	1.363
2016	1.119

Net Finansal Borç/Özkaynak*

2014	0,84
2015	1,37
2016	2,39

* Kısa Vadeli Borçlanmalar, Uzun Vadeli Borçlanmaların Kısa Vadeli Kısımları, Uzun Vadeli Borçlanmalar ve Nakit ve Nakit Benzerleri dikkate alınmıştır.

ROA (%)

2014	9,0
2015	7,6
2016	4,9

ROE (%)

2014	20,5
2015	22,2
2016	21,3

CapEx (milyon TL)**

2014	115
2015	169
2016	208

** Maddi duran varlık girişleri dikkate alınmıştır.

HİSSE PERFORMANSI

BIST Kodu: DOAS.IS

Reuters Kodu: DOAS.IS

Bloomberg Kodu: DOAS.TI

Hisse Sayısı: 220.000.000

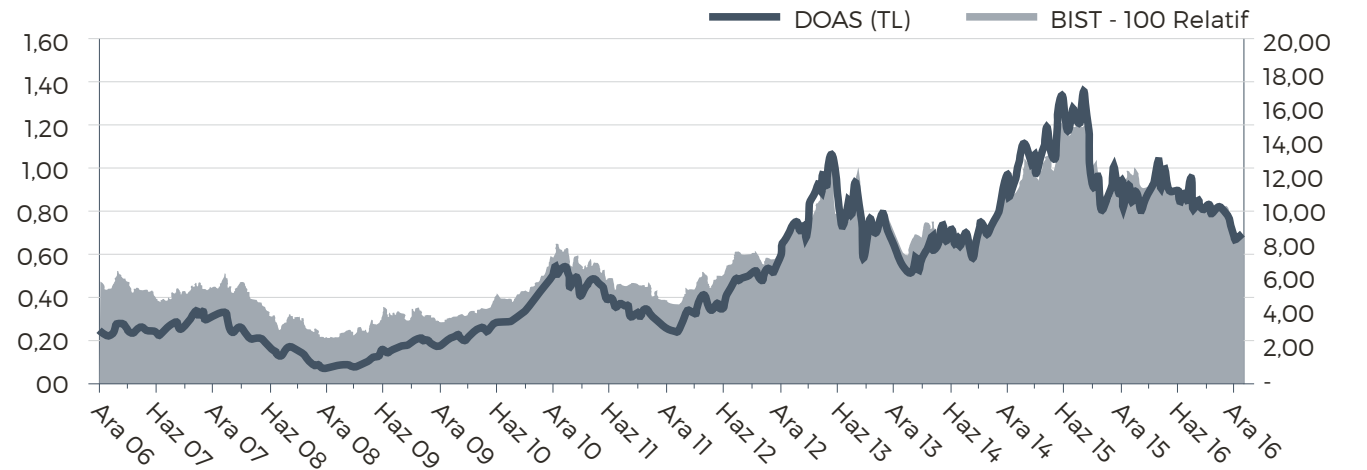
Halka arz tarihi: 17.06.2004

Halka arz oranı: %34,5

2016'da Hisse Performansı

	TL	USD
Hisse Fiyatı (31.12.2016):	8,78 TL	2,49 \$
En düşük (01.12.2016):	8,27 TL	2,40 \$
En yüksek (04.04.2016):	13,29 TL	4,71 \$
Piyasa Değeri (31.12.2016):	1.932 mn TL	549 mio \$
Günlük Ortalama İşlem Hacmi:	13,4 mn TL	4,5 mn \$

2016 yılında Doğu Otomotiv hissesi Endeks bazında yıllık %10,9 negatif getiri ile işlem görmüştür.



31.12.2016 tarihi itibarıyla verilmiştir. (Kaynak: Reuters)

YABANCI YATIRIMCI ORANI (%)

2014	%61	2015	%52	2016	%24
	%64		%63		%63

DOAS*

BIST 100

*Yönetim Kurulu kararı ile başlatılan Şirket Paylarının Geri Alım Programı kapsamında, Doğu Otomotiv, 2016 yılı içerisinde SPK mevzuatına uygun olarak Borsa'da işlem gören paylarından 22.000.000 adedini toplam 220.274.251,16 TL ödeme karşılığında geri almıştır.

2016 yılında DOAS yabancı yatırımcı oranı %24 olarak gerçekleşmiştir.

HİSSE BAŞINA KAZANÇ

2014	1,14
2015	1,38
2016	1,11

FİYAT/KAZANÇ ORANI

2014	10,45
2015	8,00
2016	7,91

2016 yılında hisse başına kazanç 1,11 olarak gerçekleşmiştir.

2016 yılında fiyat/kazanç oranı 7,91 olarak gerçekleşmiştir.

KİLOMETRE TAŞLARI

1994

- » Volkswagen AG ile distribütörlük anlaşması
- » Scania distribütörlük anlaşması



- » Volkswagen ve Audi distribütörlük anlaşması



1995

- » Scania Endüstriyel ve Deniz Motorları distribütörlük anlaşması



1996

- » Porsche distribütörlük anlaşması
- » AB'den araç ithalatındaki gümrük vergisinin kaldırılması



1997

- » ŠKODA distribütörlük anlaşması Yüce Auto Ortaklığı
- » SEAT distribütörlük anlaşması Yüce Auto ortaklığı



1998

- » İkinci el araç faaliyetlerinin başlaması



2000

- » Volkswagen Financial Services AG ile tüketici finansman ortaklığı



2003

- » Krone distribütörlük anlaşması
- » Operasyonların birleştirilmesi
- » Otomotiv şirketlerinin Doğuş Otomotiv çatısı altında birleştirilmesi



2004

- » Doğuş Otomotiv halka arz edildi
- » Doğuş Otomotiv kurumsal sosyal sorumluluk projesi



2005

- » İlk temettü ödemesi

2009

- » Doğuş Otomotiv 15. yıl
- » Tüm markaların tek çatı altında Şekerpınar'da toplanması
- » Porsche Lozan Bayisi açılışı
- » Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporu'nun yayımlanması



2008

- » 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



2007

- » %11,4 pazar payı
- » Bugatti ile iyi niyet mektubu
- » Lozan'da Porsche bayiliği anlaşması
- » Krone - Doğuş ortak üretim anlaşması
- » OtoMotion açılışı
- » Oto-Fix Ekspres Servis
- » AKFEN ve TÜV SÜD ortaklığı ile TÜVTÜRK kuruldu



- » Lamborghini distribütörlük anlaşması
- » Meiller distribütörlük ve ortak üretim anlaşması
- » LeasePlan ile filo kiralamada ortaklık



2006

- » 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



2010

- » BM Küresel İlkeler Sözleşmesi'nin imzalanması

2011

- » %12,6 pazar payı
- » Kurumsal Derecelendirme Puanı (7,80 Puan)
- » Doğuş Bilgi İşlem ve Teknoloji Hizmetleri A.Ş.'nin kuruluşu

2012

- » %15,4 pazar payı
- » Kurumsal Derecelendirme Puanını en çok yükselten şirket unvanı (8,63 Puan)

2013

- » %17,8 pazar payı
- » Kurumsal Derecelendirme Puanının 9,05'e yükselmesi
- » Krone Doğuş Treyler Fabrikası'nın hizmete girişi
- » Erbil D-Auto LLC, Irak şirket kuruluşu

2014

- » %20,1 pazar payı
- » Volkswagen Doğuş Finans A.Ş.'nin, ağır ticari araç sektöründe finansal hizmetler sunan Scania Finansman'ı bünyesine dâhil etmesi
- » Kurumsal Derecelendirme Puanı'nın 9,25'e yükselmesi
- » Toplam otomotiv pazarında tüm yıl liderliğin korunması

2015

- » %20,6 pazar payı
- » Volkswagen Doğuş Finans A.Ş.'nin, MAN Finansman'ı bünyesine dahil etmesi
- » Kurumsal Derecelendirme Puanı'nın 9,42'ye yükseltilmesi
- » Krone ile olan üretim ortaklığımızın ve distribütörlük anlaşmamızın sonlandırılması
- » Meiller üretimimizi durdurma kararı (Meiller distribütörlüğü devam etmekte)

2016

- » Kurumsal Derecelendirme Puanı'nın 9,51'e yükselmesi
- » İsviçre'de; Lausanne Bentley Showroom'unu ve ikinci el lüks araç satış operasyonu D-Occasion'u bünyesine dahil etmesi
- » Meiller ile distribütörlük anlaşmasının sonlandırılması

2016 YILINDA DOĞUŞ OTOMOTİV'İN
KURUMSAL DERECELENDİRME PUANI'NIN
9,51'E YÜKSELMİŞTİR.

YÖNETİM 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. Ayrıca Vanderbilt Üniversitesi, ABD'de ekonomi dalında lisansüstü eğitimi yapmıştır. Çalışma hayatına 1974 yılında Halk Bankası'nda başlayan Sayın Aclan Acar, bankacılık kariyerini 1978-1990 yılları arasında T.C. Merkez Bankası'nda sürdürmüştür. 1990 yılında Doğuş Grubu'na katılan Sayın Aclan Acar'ın Grup'taki ilk görevi Garanti Bankası Hazine ve Finansal Kurumlardan Sorumlu Genel Müdür Yardımcılığı olmuştur. 1994-1996 yılları arasında Bank Ekspres Genel Müdürü, 1996-2000 yılları arasında Osmanlı Bankası Genel Müdürü, 2001-2005 yılları arasında Tansaş Yönetim Kurulu Başkanı, 2002-2006 yılları arasında Garanti Sigorta A.Ş. ve Garanti Emeklilik A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı olarak görev yapmıştır. Nisan 2000 tarihinden bu yana Doğuş Holding Yönetim Kurulu Üyeliği görevini sürdürmekte olup, Şubat 2006'dan bu yana Doğuş Otomotiv Servis ve Ticaret A.Ş. ve Doğuş Oto Pazarlama A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı olarak görev yapmaktadır. Sayın Aclan Acar, aynı zamanda Doğuş Otomotiv Kurumsal Yönetişim ve Sürdürülebilirlik Komitesi, Riskin Erken Saptanması Komitesi ve Ücret ve Aday Gösterme Komitesi'nin Üyesi'dir.



Osman Nezihi Alptürk

Yönetim Kurulu Başkan Vekili

Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi İktisat Bölümü mezunu olduktan sonra, Azot Sanayi A.Ş.'de analist olarak çalışmaya başlayan Sayın Osman Nezihi Alptürk, 1976 yılından 1988 yılına kadar T.C. Merkez Bankası'nda araştırmacılık, müdürlük ve başkan danışmanlığı görevlerinde bulunmuştur. 1988 yılında Yönetim Danışmanı olarak şirket yönetimlerine danışmanlık yapmıştır. 1991 yılından itibaren 1995 yılına kadar Garanti Menkul Kıymetler şirketinde Genel Müdür Yardımcısı olarak, kurumsal finansman, araştırma, yurt dışı pazarlama görevlerini yürütmüştür. 1996-2000 yılları arasında Doğuş Holding Bütçe Plan ve İş Geliştirme Başkanı olarak görev yapmıştır. Yine aynı dönem içerisinde Körfez Yatırım A.Ş. Yönetim Kurulu Başkan Vekili ve Genel Müdür görevini yapmıştır. 1999 yılından bu yana Doğuş Holding A.Ş. bünyesinde İcra Kurulu Üyesi daha sonra danışman olarak çalışmaktadır. Sayın Osman Nezihi Alptürk, Mart 2016 tarihinden itibaren Doğuş Otomotiv ve Doğuş Oto'da Yönetim Kurulu Başkan Vekili olarak görevine devam etmekte olup, aynı zamanda Doğuş Otomotiv'de Ücret ve Aday Gösterme Komitesi'nin Üyesi'dir.



Hayrullah Murat Aka

Yönetim Kurulu Üyesi

Murat Aka, ODTÜ İşletme Bölümü'nde lisans (1984) ve Boğaziçi Üniversitesi'nde İş İdaresi Bölümü'nde yüksek lisans - MBA (1987) yapmıştır. 2007 yılında Harvard Business School'da 172. Dönem İleri Yöneticilik Programı'nı (AMP172) tamamlamıştır. 1987 yılında Doğuş Grubu'na katılmış olup, halen Doğuş Otomotiv Yönetim Kurulu Üyeliği ve Riskin Erken Saptanması Komitesi Üyeliği'nin yanı sıra Doğuş Oto Pazarlama, vdf Finansman, Faktoring, Sigorta ve Filo Kiralama şirketlerinde Yönetim Kurulu Üyeliği ve Denetim/Risk Komitesi Başkanlığını yürütmektedir. Sayın Hayrullah Murat Aka, aynı zamanda Doğuş Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı, Doğuş Spor Yatırımları ve Doğuş Sigorta Aracılık Hizmetleri A.Ş. Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı, DGS Koruma ve Özel Güvenlik Hizmetleri şirketlerinde Yönetim Kurulu Üyesi'dir.



Emir Ali Bilaloğlu

Yönetim Kurulu Üyesi

Die Technische Universität Berlin Mühendislik Fakültesi'nden mezun olan Sayın Emir Ali Bilaloğlu, yüksek lisans eğitimi de aynı fakültede tamamlamıştır. Sayın Emir Ali Bilaloğlu, Doğuş Otomotiv İcra Kurulu Başkanlığı'nı, Doğuş Otomotiv Servis ve Ticaret A.Ş., Doğuş Oto Pazarlama A.Ş., Yüce Auto, DMS (Doğuş Müşteri Sistemleri) ve D-Auto Suisse SA Yönetim Kurulu Üyelikleri'ni yürütmektedir. Sayın Emir Ali Bilaloğlu, Otomotiv Distribütörleri Derneği'nin (ODD) Yönetim Kurulu'nda ve aynı zamanda 2008 yılından bu yana dış ekonomik ilişkiler konusunda danışmanlık yapan DEİK'de aktif bir şekilde rol almaktadır.



Gür Çağdaş

Yönetim Kurulu Üyesi

Sayın Gür Çağdaş, 1983 senesinde İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi'nden mezun olmuştur. 1985 yılında İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü'nde yüksek lisansını tamamlamıştır. 1986 yılında Eczacıbaşı Menkul Değerler'de Yatırım Uzmanı olarak çalışmaya başlamış, 1988 yılında Vakıflar Bankası İstanbul Menkul Kıymetler Merkezi'ni kurarak 1990 yılına kadar bu kurumun yöneticiliğini yapmıştır. Mayıs 1990'da Doğuş Grubu bünyesine katılmış, Birleşik Türk Körfez Bankası'nda Sermaye Piyasası Grubu Müdürü, Garanti Menkul Kıymetler A.Ş.'de ve Garanti Yatırım ve Ticaret Bankası'nda Genel Müdür Yardımcısı, Haziran 1997'den itibaren Garanti Portföy Yönetimi A.Ş.'nin Genel Müdürlüğü, Yönetim Kurulu Başkan Vekilliği ve sonrasında Yönetim Kurulu Başkanı görevlerine getirilmiştir. 1 Ocak 2016 itibarıyla Doğuş Holding bünyesinde Başkan Danışmanlığı, Doğuş Enerji Tiptan Elektrik Tic. A.Ş. ve Doğuş Sigorta Tic. A.Ş. Yönetim Kurulu Üyeliği görevlerini sürdürmektedir. Şubat 2007-2014 tarihleri arasında Türkiye Kurumsal Yatırımcı Yöneticileri Derneği'nin (TKYD) Başkanlığı'nı yürütmüş olup aynı zamanda European Fund and Asset Management Association'da (EFAMA) Türkiye'yi temsilen bulunmuştur. Halen Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği'nde (TKYD) Başkan Yardımcısı olarak görev yapmaktadır.



Özlem Denizmen Kocatepe

Yönetim Kurulu Üyesi

Lisans eğitimini Cornell Üniversitesi Endüstri İşletmeciliği Bölümü'nde tamamlayan Sayın Özlem Denizmen Kocatepe, MIT Sloan School of Management'ta MBA yüksek lisansı yapmıştır. Stanford'da Etkileme Teknikleri, GE Crotonville Merkezi'nde Liderlik, Harvard Business School'da İleri Seviye Yönetim programlarını tamamlamıştır. 2000 yılından bu yana Doğuş Grubu'nda Strateji, Planlama, Bütçe, İş Geliştirme ve Yatırımcı İlişkileri üzerine çeşitli görevler üstlenmiş olan Sayın Özlem Denizmen Kocatepe, Doğuş Otomotiv Yönetim Kurulu Üyesi'dir. Topluma hizmet alanında ise Sayın Özlem Denizmen Kocatepe, Para Durumu Kişisel Finans Sosyal Girişimi ve FODER Finansal Okuryazarlık Derneği'nin kurucusudur. Sayın Özlem Denizmen Kocatepe, 2014 yılında Global Reporting Initiative'in (GRI) Yönetim Kurulu'nda görev almaya başlamıştır.

YÖNETİM KURULU

**Recep Yılmaz Argüden****Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi**

Boğaziçi Üniversitesi Endüstri Mühendisliği'ni birincilikle ve öğrenci liderliği için Rektör Ödülü olarak tamamlayan Sayın Yılmaz Argüden, Stratejik Analizler alanındaki doktorasını RAND Graduate School'da Üstün Başarı Ödülü'yle almıştır. 2012 yılından bu yana Doğuş Otomotiv Servis ve Ticaret A.Ş.'de Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi, Kurumsal Yönetişim ve Sürdürülebilirlik ile Riskin Erken Saptanması Komiteleri Başkanı ve Denetimden Sorumlu Komite Üyesi olarak görev almaktadır. Dr. Argüden, ARGE Danışmanlık'ın ve Rothschild-Türkiye'nin Yönetim Kurulu Başkanlığı görevlerini de yürütmektedir. Kâr amacı gütmeyen Argüden Yönetişim Akademisi'nin kurucusudur. IFC Kurumsal Yönetişim Grubu Danışma Kurulu'nda ve OECD ülkeleri iş dünyasını temsilen BIAC Yönetişim Komitesi'nde uluslararası görevler üstlenmiştir. UN Global Compact Ulusal Ağlar Dünya Başkanı seçilerek dünyanın en yaygın sürdürülebilirlik platformu olan UN Global Compact Yönetim Kurulu'nda görev almıştır. Yaşam kalitesini geliştirme çalışmaları nedeniyle Dünya Ekonomik Forumu tarafından Geleceğin 100 Global Lideri arasına seçilmiştir.

**Ferruh Eker****Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi**

Adana Ticari İlimler Akademisi mezunu olan Sayın Ferruh Eker, Harvard Business School'da 156. Dönem İleri Yöneticilik Programı'nı tamamlamıştır. 1979 yılında Garanti Bankası Teftiş Kurulu'nda göreve başlamış olup, banka bünyesinde çeşitli görevler yapmıştır. Garanti Leasing ve Garanti Faktoring Genel Müdürlüğü görevlerinden 2004 yılı sonunda ayrılıp, daha sonra kendi kurduğu Turde Gayrimenkul Yatırım İnş. Dan. ve Madencilik A.Ş.'de Yönetim Kurulu Başkanı olmuştur. Mart 2012'den itibaren Doğuş Otomotiv Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi olup, aynı zamanda Denetimden Sorumlu Komite Başkanlığı'nı sürdürmektedir.

**Emine Gülden Özgül****Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi**

ODTÜ İdari İlimler Fakültesi Ekonomi Bölümü mezunu olan Sayın Emine Gülden Özgül, Osmanlı Bankası'nda Merkezi Operasyonlardan Sorumlu Koordinatör olarak görev yapmıştır. 2001 yılında Oyakbank Operasyon, Proje Yönetimi ve Kalite Genel Müdür Yardımcısı olarak görev yapan Sayın Emine Gülden Özgül, bankanın 2008 yılında ING Bank'a satışından sonra bu bankada aynı görevini sürdürmüştür. Operasyonel süreçlerin iyileştirilmesiyle verimliliğin bu yönde artırılması ve yeniden yapılandırma konularında deneyim sahibi olan Sayın Gülden Özgül, Mart 2013'ten itibaren Doğuş Otomotiv Servis ve Ticaret A.Ş.'de Bağımsız Yönetim Kurulu Üyeliği ve Ücret ve Aday Gösterme Komitesi Başkanlığı görevlerini yürütmektedir.

İCRA KURULU



Emir Ali Bilaloğlu
İcra Kurulu Başkanı



Giovanni Gino Bottaro
İcra Kurulu Üyesi



İlhami Eksin
İcra Kurulu Üyesi



Anıl Gürsoy
İcra Kurulu Üyesi



Kerem Galip Güven
İcra Kurulu Üyesi



Mustafa Karabayır
İcra Kurulu Üyesi



Ela Kulunyar
İcra Kurulu Üyesi



Tolga Senyücel
İcra Kurulu Üyesi



Kerem Talih
İcra Kurulu Üyesi



Vedat Uygun
İcra Kurulu Üyesi

TÜRKİYE EKONOMİSİ VE OTOMOTİV SEKTÖRÜ

“Üretilen Her 100 Araçtan 77’si Yurt Dışına”

Üretilen her 100 aracın 77’sini yurt dışına gönderen Türk otomotiv sanayi, ilk kez 2016’da ihracatta 1 milyon eşiğini aşmış ve 2015’e oranla %15 artış göstermiştir.

Dünyada politik ve ekonomik dalgalanmaların devam ettiği, toplumsal olayların gündeme yön vermeye ara vermediği 2016 yılında, Türkiye ilk 9 ayda %2,4 büyüyerek potansiyel büyüme olarak kabul edilen %4,5’lik hedef oranın altında kalmıştır. Büyümeye en büyük destek iç talep kaynaklı olurken, Türkiye’nin ihracatı 2016 yılında %0,84 azalışla 142,6 milyar ABD doları, ithalatı ise %4,17 azalışla 198,6 milyar ABD doları olmuştur. Petrol fiyatlarındaki düşüşün de etkisiyle dış ticaret açığı 2016 yılında %11,10 oranında azalmıştır.

Türkiye’de perakende otomobil ve hafif ticari araç satışları 2016’da bir önceki yıla kıyasla %1,6 artışla 983.720’ye ulaşarak yeni bir rekor kırmıştır. Geçen yıl 2015’e göre otomobil satışları %4,3 artarak 756.938’e çıkarken, hafif ticari araç satışları %6,4 azalarak 226.782’ye gerilemiştir.

Otomotiv Pazarı Satış Adetleri (Toptan Veriler)

	2016	2015	2014
Binek	765.467	726.477	582.117
Hafif Ticari	228.446	245.027	179.919
Ağır Ticari	18.343	33.652	31.061
TOPLAM	1.012.256	1.005.156	793.097

Türkiye otomobil ve hafif ticari araç toplam pazarının en yüksek seviyeyi gördüğü 2016 yılında otomotiv sanayisi de 1.486 bin üretim ve 1.141 bin ihracat ile yeni bir rekora imza atmıştır.

Sektör böylelikle 2016 yılında üretimdeki büyümesini 2015’e kıyasla adet bazında %9 artırarak 2015 yılında kaydettiği tarihi rekorun üzerinde bir performans göstermiştir.

Üretilen her 100 aracın 77’sini yurt dışına gönderen Türk otomotiv sanayi, ilk kez 2016’da ihracatta 1 milyon eşiğini aşmış ve 2015’e oranla %15 artış göstermiştir.

Ağır ticari araç satışları ise bir önceki yıla göre %45 küçülerek 18.343 adede düşmüştür.

983.720

TÜRKİYE’DE PERAKENDE
OTOMOBİL VE HAFİF TİCARİ
ARAÇ SATIŞLARI

DOĞUŞ OTOMOTİV’DE 2016 YILI

DOĞUŞ OTOMOTİV, 2016 YILI İÇİNDE PAZAR PAYINI ARTIRARAK, ÜST ÜSTE 5. YILINDA DA TÜRKİYE OTOMOTİV PAZARINDA LİDER KONUMDA KALMA BAŞARISINI GÖSTERMİŞTİR.

“Lider Otomotiv Distribütörü”

Türkiye’nin lider otomotiv distribütörü Doğu Otomotiv, dünyanın en değerli markalarının Türkiye’de başarılı performans gerçekleştirebilmesine olanak sağlamaya ve markaların kattığı değer ve rekabet avantajıyla 2016 yılında da büyümeye devam etmiştir.

2016 yılında 22. yılını tamamlayan Doğu Otomotiv, 12 uluslararası markası ve 80’e yakın modeli, satış, servis ve yedek parça hizmetleri, 2.500’e yakın çalışanı, 500’den fazla servis noktasıyla müşterilerine değer sunan Türkiye’nin lider otomotiv ithalatçısı ve distribütörüdür. Doğu Otomotiv, 2016 yılı içinde pazar payını artırarak, üst üste 5. yılında da Türkiye otomotiv pazarında lider konumda kalma başarısını göstermiştir.

2016 yılı, küresel olarak gerçekleşen çeşitli siyasi ve ekonomik değişimlerin devam ettiği, ülkemizde ise jeopolitik nedenlerle zorlu zamanların yaşandığı bir yıl olarak tamamlanmıştır. 2016 yılı, otomotiv sektörünün, son aylarda ÖTV ve kur değişimleri gibi zorlu süreçlerine rağmen, ivme kazandığı bir yıl olmuştur.

Türkiye perakende otomobil ve hafif ticari araç toplam pazarı 2015 yılında 968.017 adet iken, 2016 yılında bir önceki yıla göre %1,6 artışla 983.720 adet olarak gerçekleşmiştir. 2015 yılında 725.596 adet düzeyinde olan otomobil satışları 2016 yılında %4 artarak 756.938 adet; 2015 yılında 242.421 adet olarak gerçekleşen hafif ticari araç satışları ise 2016 yılında %6,5 oranda azalışla 226.782 adet olarak gerçekleşmiştir.

2016 yılında Doğu Otomotiv, ağır ticari hariç toplam perakende satışlarını 199.226 adetten 206.896 adede yükseltmiş ve perakende pazar payını %20,6’dan %21,0’e çıkarmıştır.

Türkiye’nin lider otomotiv distribütörü Doğu Otomotiv, dünyanın en değerli markalarının Türkiye’de başarılı performans gerçekleştirebilmesine olanak sağlamaya ve markaların kattığı değer ve rekabet avantajıyla 2016 yılında da büyümeye devam etmiş, “Beklentilerin üzerinde yaratıcı hizmet” vizyonu ve “Müşteri memnuniyeti odaklı çalışma” prensibiyle istikrarlı bir şekilde güçlenmiştir.

Doğu Otomotiv’de İnsan Kaynakları vizyonu çalışanlarına değerli olduklarını hissettiren, ortak bir kültür oluşturan, yenilikçi ve sürdürülebilir insan kaynakları uygulamaları ile Türkiye’nin en çok tercih edilen şirketi olmuştur. Bu vizyonla şekillendirilen İnsan Kaynakları politikası ise yüksek performansı uzun dönem sürdürebilen, sistem odaklı, verimliliği esas alan, öğrenmeye ve gelişmeye istekli, müşterinin önemini bilen, şirket dinamizminin gerektirdiği yetkinliklere sahip, Doğu Grubu değerlerini

%21

DOĞUŞ OTOMOTİV’İN
PARAKENDE PAZAR PAYI

DOĞUŞ OTOMOTİV’DE 2016 YILI

benimseyen çalışanları şirkete kazandırmak ve potansiyellerini en verimli şekilde kullanmalarına olanak tanımak, mesleki ve kişisel gelişimlerine katkı sağlamaktır.

Çalışanlarının kişisel ve mesleki gelişimlerine önem veren şirket, bu amaçla son yıllarda kurum içi iletişimde önemli bir araç haline gelen oyunlaştırma yaklaşımını eğitim sürecine dâhil etmiştir. Bu kapsamda oluşturulan GO (Gelişim Okulu) Platformu fikri, klasik eğitim yaklaşımından farklı olarak, çalışanların eğitim öncesi ve sonrasındaki faaliyetlere katılımını artırmayı hedeflemiştir. Proje çalışmalarına 2014 yılının ilk aylarında başlayarak, yaklaşık 1,5 senelik bir emeğin sonunda, platformu Nisan 2015’de şirket içinde büyük bir lansmanla çalışanlarının kullanımına açılmış ve çok kısa zaman içinde; 2016 yılında uluslararası arenada 4 ödüle layık görülmüştür.

Yetkili Satıcıların İnsan Kaynakları alanında kurumsal yapılarının etkinleştirilmesi amacıyla 2013 yılında hayata geçirilen DRIVE “Doğuş Otomotiv’in Rotası İnsan ve Eğitim” projesi ile Yetkili Satıcı’ların beyaz yaka işe alımları merkez İnsan Kaynakları departmanı tarafından yapılmakta ve aynı zamanda terfi, performans yönetimi sistemi gibi süreçler geliştirilmektedir. 2016 yılı boyunca da bu kapsamda pek çok çalışma gerçekleştirilmiştir.

Doğuş Otomotiv;
» Dünyanın en güçlü otomotiv markalarını kapsayan 12 temsilciliği,
» 1.700.000’i aşan toplam araç parkı,
» 500’ü aşkın müşteri kontak noktası,
» 2.500’e yakın çalışanı,
» Çok geniş bir ürün yelpazesinde müşterilerine sunduğu 80’e yakın farklı model seçeneği,

» 208.956 adet perakende araç satışı (ağır vasıta dahil)
» 22.534 adet ikinci el araç satışı ile Türk otomotiv sektöründeki güçlü konumunu 2016 yılında daha da pekiştirmiştir.

SATIŞ BAŞARILARI

Doğuş Otomotiv’in bünyesinde barındırdığı markalar, 2016 yılında da satış rekorlarına imza atarak yılı tamamlamıştır.

Volkswagen Binek Araç, 4 kez üst üste Türkiye’nin en sevilen otomobil markası seçilmiş olup, hedefleri doğrultusunda 100.000’in üzerinde perakende araç satışını gerçekleştirerek ödüllerle dolu bir yılı geride bırakmıştır.

Volkswagen Binek Araç, bir önceki yıla göre %4,3 oranında adetsel büyüme yaşanan perakende binek araç pazarında yeni modellerin desteği ile 2016 yılında izlenen başarılı ürün ve iletişim stratejileri sayesinde, 101.763 perakende satış adediyle %13,4 pazar payına ulaşarak yılı binek araç pazarında ikinci olarak tamamlamıştır.

Ana model lansmanı olarak Mayıs ayında pazara sunulan Yeni Tiguan’ın dışında, aksiyon modeli olan Allstar serisi; Polo, Golf, Beetle ve Scirocco modellerinde sunulmuştur.

Doğuş Otomotiv tarafından Türkiye’ye 1994 yılında ithal edilmeye başlayan Audi markası, 2016 yılında önemli bir başarıya imza atarak 22.005 adetle tarihindeki en yüksek satış rakamına ulaşmıştır.

SEAT markası, son 4 yıldır istikrarlı büyümesine devam ederek, 2016 yılında perakende binek araç pazarında 20.637 adet ile tarihindeki en yüksek satış adedine ulaşarak, bir önceki yıla göre

%22 oranında artan satış adedi ile pazarın oldukça üzerinde bir performans göstermiştir. Leon, Ibiza, Ateca, Alhambra ve Toledo modelleriyle 2016 yılında izlenen başarılı ürün, iletişim, satış ve filo stratejileri sayesinde SEAT, pazar payını %2,73 seviyesine çıkarmıştır.

SEAT markası Leon ve Ibiza modellerinde de tarihindeki en yüksek satış adedine ulaşarak segmentlerindeki pazar payını artırmıştır. Leon, AHB segmentinde 2. sıraya gelerek, %13,11 segment payı elde ederken; Ibiza ise AO-HB segmentindeki payını %4,72’ye çıkarmıştır. Kasım ayında model gamına eklenen SEAT’ın ilk SUV’si Ateca ise seneyi 188 adetlik satışla kapatmıştır.

SEAT markası, binek otomobil pazarındaki satış adedini bir önceki yıla göre %22 artırarak pazarın üzerinde büyümüş ve yeni bir satış rekoru kırmıştır. Bu zamana kadarki en yüksek satış adedine ve pazar payına ulaşarak son yıllardaki sürdürülebilir büyüme hedefine devam etmiştir.

ŠKODA geçtiğimiz yıl binek araç satışlarını bir kez daha rekor kırarak tamamlamış ve büyümesini sürdürmüştür. 2015 yılını 22.107 adetle kapatan ŠKODA, 2016’da ise satışlarını %30,62 artırarak 28.876 seviyesine ulaşmıştır. Bu sayede pazar payını %3,81’e yükseltmiş ve bu satış adedi ile Türkiye perakende otomobil pazarında 13. sıradan 11. sıraya yükselmiştir.

Bentley markası toplam 9 satışın 2 adedini yeni SUV’si Bentayga ile gerçekleştirmiştir. Yıl boyunca Bentley 2 GT Speed, 2 GT Convertible, 2 GT V8 ve 1 adet Flying Spur satış ve teslimatı gerçekleştirmiştir.

2016 yılında Lamborghini’de ise 4 Huracan ve 3 Aventador satışı yapılarak toplamda 7 adet araç satışı gerçekleştirilmiştir. Bu satışların 2’si Huracan Spyder ve Aventador Roadster olmak üzere performans ve lüksü bir arada sunan üzeri açılabilir modellerden oluşmaktadır.

Porsche Türkiye, global dijitalleşme stratejisine paralel tasarladığı satış, pazarlama ve satış sonrası hizmetler aksiyonları, ürün gamındaki modellere adapte edilen yenilikçi destek sistemleri ile 2016 yılında müşteri memnuniyetini artırmış ve 827 adetlik satış gerçekleştirmiştir.

2016 yılında Porsche’nin en çok satılan modeli, 514 adet ile Macan olmuştur. Macan modeli kompakt SUV segmentindeki pazar payını 2015 yılına göre %19 oranında artırmıştır. Macan modelini 232 satış adedi ile Cayenne modeli takip etmiştir. Cayenne modelinden sonra en yüksek satış adedi 28 adetle 911 modeline aittir. 911 modeli premium spor otomobil segmentindeki pazar payını %35 oranında artırmıştır. 2016 yılında spor otomobil segmentinde 2.0 litre motor seçeneği ile önemli rol oynayan 718 Boxster/Cayman modellerinden 27 adet satış gerçekleştirilmiştir. Panamera modeli 2016 yılındaki satışların 26 adedini oluşturmuştur.

2016 yılında perakende hafif ticari araç pazarında bir önceki yıla göre %6,5 daralma yaşanmış ve 226.782 adet araç satışı gerçekleşmiştir. Volkswagen Ticari Araç, 32.772 adet satışla hafif ticari araç pazarında %14,5 pay almış, ithal ticari araç pazarında ise %30,4 pazar payı ile liderliğini korumuştur. Volkswagen markası bu yıl üst üste 4’üncü kez, binek ve ticari araç toplam satışıyla, en çok satılan marka unvanını kazanmıştır.

Volkswagen Ticari Araç’ın Transporter modeli 2016 yılında %48,2 pazar payı ile tarihindeki en yüksek pazar payına ulaşmış, 13.393 adet satış rakamına ulaşmıştır. Amarok modeli 3.643 satış adedi ile %17,6 pazar payına, Crafter modeli 3.605 adet satış ile %6,3 pazar payına, Caddy modeli ise 12.131 adet satış ile %14,5 pazar payına ulaşmıştır.

2016 yılı Volkswagen Ticari Araç’ın güçlü modeli Amarok’un yeni kasasının lansmanını gerçekleştirdiği bir yıl olmuştur. Sınıfının en güçlü motoru olan 3 litre V6 motoru, teknoloji ve konfor üstünlükleri ile satışa sunulan Yeni Amarok’un tanıtımı, 360° iletişim stratejisiyle geniş çaplı gerçekleşmiştir.

Bir önceki nesilde kullanıcılarının beğenisini kazanan Comfortline donanımı, Transporter ile Şubat ayında pazara sunulmuştur. Transporter Comfortline, sunduğu üst düzey konfor ve standart ekipman özellikleriyle sınıfında fark yaratmıştır.

Volkswagen Ticari Araç’ın en çok sahip olunmak istenen modeli Caddy’nin, sunduğu zengin donanımıyla iddiasını daha da güçlendiren Caddy Exclusive versiyonu, 2016 yılında Türkiye pazarına sunulmuştur. Türkiye’ye özel olarak sunulan Caddy Exclusive modelinin lansmanı etkin bir iletişim planı ile desteklenmiş, bunun da Caddy segment payının artışına olumlu etkisi olmuştur.

İlk defa 66 yıl önce üretilen ve kendi sınıfının yaratıcısı olan efsane Volkswagen T1 modelinin çift renkli tasarımından ilham alınarak yaratılan Caravelle Team modeli de 2016 yılının Ağustos ayında pazara sunulmuştur.

Teknolojik, kaliteli, her projeye uygun ürün gamı ile Scania, her yıl olduğu gibi 2016 yılında da pazar payını artırarak başarısını kanıtlamıştır. Scania Engines,

2016 yılında; Scania CV’de dünya genelinde 4’üncü sıraya yükselmiştir. Türkiye pazarında ise 2016 yılında deniz motor satışlarını bir önceki yıla göre %260 artırmıştır.

Soğutucu ünite sektöründe yıllardır pazar lideri olmaya devam eden Thermo King, 2016 yılında gerçekleştirdiği satışlar sayesinde pazar liderliğini korumuştur.

Her projeye özel soğutma ve ısıtma çözümleri ile müşterilerinin ihtiyaçlarına uygun ünite seçenekleri sunan Thermo King, Türkiye’nin önde gelen soğuk zincir ve ilaç taşımacılığı firmaları ile iş birliğini güçlendirerek sektördeki güvenilirliğini artırmıştır.

SATIŞ SONRASI HİZMETLER

Temel iş felsefesini müşteri memnuniyeti üzerine inşa ederek, tüm faaliyetlerini kalite odaklı hizmet anlayışı çerçevesinde sürdüren Doğuş Otomotiv, benzersiz müşteri deneyimi oluşturmak adına hizmet kalitesini en üst noktaya taşıyarak, “tarafatar müşteriler yaratmak” hedefi doğrultusunda 2016 yılında, satış sonrası hizmetler alanında da yenilikçi adımlar atmıştır.

Doğuş Otomotiv’in, Türkiye’de distribütörlüğünü yaptığı markaların kullanıcılarına yönelik satış ve satış sonrası hizmetleri için hayata geçirdiği Değer ve İlgili Merkezi (DİM), 2016 yılı içerisinde toplam 1,35 milyon adet müşteri kontağı kurarak, Türkiye otomotiv sektöründe konusuyula ilgili en aktif birim olmuştur.

2016 yılında Avek Çanakkale Yetkili Servisi’ni açarak müşterilerine sunduğu hizmet ağını daha da genişleten Volkswagen Binek Satış Sonrası Hizmetler, Türkiye çapındaki Yetkili Servis noktasını 76’ya ulaştırmıştır. Volkswagen Satış Sonrası Hizmetler 2016 yılında, her yıl dünya genelinde Volkswagen AG tarafından ülke bazında bağımsız bir araştırma firmasına yaptırılan ve ülkedeki tüm otomotiv firmalarının satış

DOĞUŞ OTOMOTİV'DE 2016 YILI

sonrası hizmetlerinin kıyaslandığı IACS (International After Sales Customer Satisfaction - Uluslararası Satış Sonrası Müşteri Memnuniyeti) araştırmasında başarısını 4. sıradan 2. sıraya taşımıştır. Yetkili Servisler ile yılda 625.000 araç girişiyle ayda ortalama 52.100 müşteriye hizmet verilmektedir. 2016 yılında parça cirosu %17, işçilik cirosu ise %10 artış göstermiştir. Volkswagen Ticari Araç Yetkili Servisleri'nde yılda 209.000 araç girişiyle ayda yaklaşık 17.500 müşteriye hizmet verilmektedir. 2016 yılında parça cirosu %7, işçilik cirosu ise %5 artış göstermiştir.

Audi Satış Sonrası Hizmetler, odağı olarak belirlediği müşteri memnuniyeti paralelinde birçok dijital proje gerçekleştirerek daha hızlı hizmet vermeyi hedeflemiştir. 2016 yılında akıllı kalem projesi devreye alınmış ve tüm yetkili servisler tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Akıllı kalem ile yazılan tüm bilgilerin dijital ortamda anlık olarak servis danışmanına aktarılması sağlanmış ve müşteri geri dönüşleri hızlandırılmıştır. 2016 yılında servis personelinin eğitim seviye ve kalitesini artırmak amacı ile uzaktan videolu eğitim projesi de devreye alınmıştır.

Audi'de, 2015 yılına göre %17 artan araç parkı ve Avrupa'da örnek gösterilen %75 müşteri sadakat oranı ile 2016 yılında satış sonrası hizmetler cirosunda %14'lük artış sağlanmıştır.

Porsche markasının, 2016 yılsonunda %6 oranında artan araç parkına yönelik olarak gerçekleştirilen servis kampanyaları ve Porsche Aksesuar-Butik pazarlama çalışmaları sayesinde, aksesuar satışlarında %10'luk, butik satışlarında %15'lik, iş emri adedinde ise 2015 yılına göre %10,5'lik artış sağlanmıştır. Müşterilerin Yetkili Servis bağlılık oranı %79, satış sonrası hizmetlerde

müşteri odaklı hizmet anlayışı sayesinde müşteri memnuniyet anketi puanı ise 110,8 olmuştur.

Teknolojik, kaliteli, her projeye uygun ürün gamı ile Scania, 2016 yılında da pazar payını artırarak başarısını sürdürmüştür.

SEAT Yetkili Servisleri'ne araç girişi, 2016 yılında artan araç parkı ve servis pazarlama faaliyetlerinin etkisi ile 74.000 adede yükselmiş ve bir önceki seneye göre %19 artmıştır. Yıl boyunca düzenli olarak devam eden aksiyonlar sayesinde müşterilerin Yetkili Servis bağlılık oranı %64 seviyesinde gerçekleşmiş, müşteri odaklı hizmet anlayışı sayesinde de satış sonrası hizmetlerdeki müşteri memnuniyet anket puanı 101,5'e yükselmiştir.

2016 yılı içerisinde SEAT S.A.'nın dünya genelinde, yetkili satıcıları arasında düzenlediği Top SEAT People yarışmasında, tüm kategoriler arasında en büyük ödül olan "Absolute Winner" ödülü kazanılırken, Servis Danışmanı kategorisinde de dünya ikinciliği elde edilmiştir.

YEDEK PARÇA VE LOJİSTİK

Yedek Parça ve Lojistik, dünyanın en prestijli markalarından olan Volkswagen, Audi, SEAT, ŠKODA, Porsche, Bentley, Lamborghini ve Scania 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.

Yedek Parça ve Lojistik, 2016 yılında 186.300 adet aracın ithalatını ve 211.000 adet aracın Yetkili Satıcılara sevkiyatını gerçekleştirerek, yılı yedek parça ve aksesuar satışından elde edilen 832,4 milyon TL ciro ile kapatmıştır.

ÖDÜLLER

2016, Doğuş Otomotiv ve markaları için ödüllerle dolu bir yıl olarak tamamlanmıştır.

Doğuş Otomotiv GO Platformu ile 2016 yılında, dünyanın konusunda en prestijli kurumlarından 4 büyük ödül ile ödüllendirilmiştir. Kendi alanında dünyadaki ilk oyunlaştırma temelli dijital eğitim platformlarından biri olma özelliği taşıyan GO Gelişim Okulu, "En iyi eğitim sitesi" dalında 1 altın, "En iyi kurumsal eğitim yazılımı" ve Doğuş Otomotiv'in gelecek stratejileri paralelinde "Yaratıcı takım" kategorisinde de bronz Stevie Ödülü kazandı. Ayrıca uluslararası insan kaynakları yönetimi ödül platformu Brandon Hall Excellence Awards'da da "En iyi öğrenim teknolojileri uygulamaları" kategorisinde Altın ödüle layık görülmüştür.

Şirket, uygulamalarının "Sermaye Piyasası Kurulu Kurumsal Yönetim İlkeleri"ne uyum düzeyini tespit etmek amacıyla, Kobirate Uluslararası Kredi Derecelendirme ve Kurumsal Yönetim Hizmetleri A.Ş.'ye yaptırdığı çalışma sonucunda geçen yıl 9,42 olan "Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum Derecelendirme Notu"nu bu sene 9,51'e yükseltmiştir. Böylece "Yönetim Kurulu Kategorisinde En Yüksek Derecelendirme Notuna Sahip Şirket" ödülünü almaya hak kazanmıştır.

Müşteriye verilen önemi ve hizmet kalitesini vurgulamak için "Değer ve İlgili Merkezi" (DİM), 2016 Yılında Telephone Doctor Türkiye tarafından 2016 yılında beşincisi düzenlenen; Çağrı Merkezi Müşteri Deneyimi Zirvesi ve Kalite Ligi Ödül Töreni'nde, 33 firma arasında 'En İyi Yaklaşım' ödülüne layık görülmüştür.

İthalat ve Distribütörlü



Yedek
Parça ve
Lojistik

Perakende



Doğuş
Otomotiv
Bağımsız Yetkili
Satıcılar

Yedek Parça ve Satış Sonrası Hizmetler



İkinci El



Finans



Diğer Yatırımlar



*İştirakler
**Temsilcilik

DOĞUŞ OTOMOTİV’DE 2016 YILI

DİM ayrıca, bu yıl 11.'si düzenlenen ve 34 kategoride 45 firmanın finale kaldığı, dünyada müşteri ilişkileri yönetimi sektörünün en prestijli ödülü olarak kabul edilen Contactcenterworld.com Ödülleri'nde, 'En İyi Müşteri Deneyimi' kategorisinde birincilik, 'En İyi Çağrı Merkezi Tasarımı' kategorisinde de ikincilik ödülüne layık görülmüştür.

Volkswagen Binek Araç, satış alanındaki başarısını iletişim alanında da sergilemiş ve Mediacat Ipsos bağımsız araştırma şirketi tarafından 4'üncü kez üst üste yılın en sevilen otomobil markası seçilmiştir. Volkswagen Binek Araç, "Benzersiz özelliklerle dolu bir aile" iletişim kampanyası ile Otomotiv Distribütörleri Derneği'nin düzenlediği ODD Satış ve İletişim Ödülleri'nde "Yılın TV uygulaması" kategorisinde 1'incilik ödülüne layık görülmüştür. Ayrıca marka, Lovemark televizyon kampanyası ile Effie ve Kristal Elma Ödülleri'nde otomotiv kategorisinde gümüş ödül alırken, Türkiye Müşterinin Sesi araştırmasında otomotiv kategorisinde 1'incilik, yenilenen web sitesi ile Altın Örümcek ve Gold Stevie, Instagram ve Facebook hesaplarının yönetimi ile de Gold Stevie ödüllerine layık görülmüştür.

Audi, Kırmızı Reklam ödüllerinde hava yastığı çalışmasıyla büyük ödül olan Kıpırmızı ve basında en iyi sanat yönetimi, basında en iyi illüstrasyon, basında en iyi otomobil reklamı ödüllerine layık görülmüştür.

İlan çalışmaları içinde en özel proje olan Macan 2.0 hologram dergi ilanı çalışması, en prestijli pazarlama ödülllerinden biri olan Kristal Elma'da "En İyi Basın Uygulaması" kategorisinde Bronz Elma ödülünü almıştır.

Yazlık mekân sponsorluğu kapsamında gerçekleştirilen yeni 718 Cayman modeli lansman etkinliği ile Porsche Türkiye tarihinde ilk kez, ODD Satış ve İletişim Ödülleri etkinliğinde Yılın Outdoor Uygulaması kategorisinde 2016 Gladıyatörleri'nden biri olmuştur.

39 Yetkili Satıcı ve 36 Yetkili Servis'le hizmet veren ŠKODA Türkiye, her yıl düzenlenen "En İyi Distribütör Ödülü" organizasyonunda Satış Sonrası Hizmetler kategorisinde 103 ülke arasından en başarılı distribütör seçilmiştir. Yeni Superb ise OGD tarafından "Türkiye'de Yılın Otomobili" ödülünü kazanmıştır.

Thermo King, Almanya'da yayınlanan ve ticari araç sektörünün en önemli yayınları arasında yer alan Lastauto Omnibus, Trans Aktuell ve Fernfahrer dergileri tarafından okur oyları ile düzenlenen "En İyi Marka" yarışmasının "Soğutucu Üniteler" kategorisinde 12'nci kez en iyi marka seçilmiştir.

D-AUTO SUISSE SA

Doğuş Otomotiv'in bağlı ortaklığı D-Auto Suisse SA, 2009 yılının Eylül ayından bu yana faaliyetlerini İsviçre'nin 750.000 nüfuslu Vaud Kantonu'nda yer alan Lozan şehrinde, Porsche, Bentley ve D-Occasion markalarıyla sürdürmektedir. Müşterilerine yeni ve ikinci el araç, yedek parça satışı yapan ve satış sonrası tüm hizmetleri sunan şirket, hizmet kalitesini ve güvenilirliğini her yıl artırarak geliştirmektedir. D-Auto Suisse SA, 2016 yılında 306 yeni ve 126 ikinci el araç satışı gerçekleştirmeyi başarmıştır.

2016 yılında yapılan 4,5 milyon CHF yatırımla, D-Auto Suisse SA, yeni araç showroom kapasitesini %40, ikinci el showroom kapasitesini %300 ve servis kapasitesini %55 oranında artırmıştır.

D-AUTO LLC

%100 Doğuş Otomotiv sermayeli D-Auto LLC, 2013 yılında, Volkswagen ve Audi markalarıyla Irak distribütörlüğü anlaşmasını imzalayarak 2014 yılı Temmuz ayında Erbil şehrinde faaliyetlerine başlamıştır. 2015 Aralık ayında Volkswagen Ticari Araç ile de Irak distribütörlüğü anlaşmasını imzalayan şirket, temsil edilen markalara bir yenisini daha ilave etmiştir.

D-Auto LLC, bilgi ve tecrübesiyle harmanladığı kaliteli hizmetini, toplam 7.500 m2'lik alanda 17 çalışanı ile müşterilerine sunmaktadır.

D-Auto LLC, satış sonrası hizmetler alanında sunduğu kaliteli ve müşteri memnuniyeti odaklı hizmet anlayışı ile Volkswagen ve Audi kullanıcılarının beğenisini kazanmıştır. Yaşattığı kaliteli servis deneyimi ve eğitimli teknik personeli ile müşterilerinin tercih ettiği hizmet noktası olmayı başaran D-Auto LLC, 2016 yılında 2.128 araca servis hizmeti sunmuştur.

DOĞUŞ OTO

Doğuş Oto, temsil ettiği 7 marka için (VW Binek Araç, VW Ticari Araç, Audi, Porsche, SEAT, ŠKODA ve DOD) İstanbul, Ankara ve Bursa illerinde 6 noktada, yeni ve ikinci el araç, yedek parça ve aksesuar satışı yapmakta ve müşterilerine sigorta, finans ve satış sonrası destek hizmetleri vermektedir. Doğuş Oto, hizmet kalitesini her yıl artırarak ilerleyişini sürdürmektedir. Doğuş Oto için 2016 yılı, 62.405 adet araç satışı ve 251.295 servis girişi ile belirlenen hedeflerin üzerine çıkılan bir yıl olmuştur. Bu paralelde, Doğuş Oto'nun iş hacmi ve iletişim kurulan müşteri sayısı da önemli ölçüde artmıştır.

DOD

İlklerin markası olan DOD, müşteri deneyimini artıran ve Türkiye ikinci el otomobil sektöründe ilk defa hayata geçirilen dijital mecralardaki yeni projeleriyle, sektördeki öncülüğünü 2016 yılında da sürdürmüştür. Artan tedarik adetleri ile desteklenen Yetkili Satıcı teşkilatı ve çeşitlenen stok yapısı sayesinde ikinci el otomobil sektöründeki yerini güçlendirmiştir.

İş birliği yapılan filo firması adedi 2016 yılında da artmaya devam etmiş, yapılan yeni anlaşmalar ile marka ve model çeşitliliği artırılarak, Yetkili Satıcılara geniş bir yelpazede daha fazla adet araç tedarik edilmiştir. Araç tedarik adedi 2015 yılına oranla %31 artmıştır. DOD nakit araç satışları ise 2015 yılına göre %9'luk büyümeye 928 adete ulaşırken, toplam Yetkili Satıcı satışları 22.534 adet olarak gerçekleşmiştir.

TÜVTÜRK

Türkiye'de periyodik araç muayenesinde yetkili ve görevli tek kuruluş olarak uluslararası standartlarda gerçekleştirdiği hizmetiyle trafik ve araç güvenliğine katkı sağlayan TÜVTÜRK için 2016 yılı başarılarla dolu geçmiştir. Olumlu müşteri deneyimini her zaman önceliğinde tutan TÜVTÜRK, 2016 yılında periyodik araç muayene hizmetleri başta olmak üzere tüm faaliyet alanlarında büyüme sağlarken, cirosunu %9,5 artışla 1.327 milyon TL'den 1.452 milyon TL'ye çıkarmayı başarmıştır. Bu cironun 242 milyon TL'si TÜVTÜRK İstanbul'un operasyonlarından temin edilmiştir.

Türkiye'nin en etkili Kamu Özel Sektör İş Birlikleri projesi olan TÜVTÜRK, kurulduğu günden bugüne kadar kamuya yaklaşık 5,2 milyar TL'lik katkı sağlamıştır. 2016 yılında bu rakam 900 milyon TL olarak gerçekleşmiştir.

2016 yılında, bir önceki yıla göre %1,3'lük artışla 8.194 aracın periyodik araç muayenesi gerçekleştirilmiştir.

vdf OTOMOTİV FİNANSMANI

vdf, 2016 yılında müşteri memnuniyeti odaklı ürün ve hizmet anlayışı ile hedeflerinin çok üzerinde bir performans gerçekleştirmeyi başarmıştır.

Volkswagen Grup markaları içerisinde ortalama %37 penetrasyon oranına sahip olan vdf, 2016 yılında bireysel taşıt kredilerinde "yaşayan kredi miktarı" bazında tüketici finansmanı şirketleri ve bankalar arasında pazar liderliğini sürdürmüştür.

vdf, 2016 sonu itibarıyla 86.500 adet yeni kredi vererek yaşayan kredi sayısını toplam 160.800 adede çıkarmış, bu rekor yükseliş sayesinde hedeflerini rahatlıkla aşmıştır. vdf, toplam yaşayan kredi hacmini bir önceki yıla göre %19 artırarak 5,9 milyar TL'den 7 milyar TL'ye yükseltmeyi başarmıştır.

Volkswagen grup markalarının Yetkili Satıcıları bünyesinde faaliyet gösteren vdf Sigorta, 2016 yılında bayilerdeki şube sayısını 10 adet daha artırarak 60 şubeye çıkarmıştır. vdf Sigorta Hizmetleri, Volkswagen Kasko ile başlayan ve SEAT, ŠKODA, DOD, Audi Kasko ve Scania Kasko ile devam eden markalı kasko ürünlerine bu yıl MAN Kasko'yu da ekleyerek, markalara özel teminatlarla sektöründe fark yaratmıştır.

Toplam net prim üretimi ve yaşayan poliçe adedi bakımından 2016 yılında da en büyük acente unvanını koruyan vdf Sigorta, 2015 yılına göre toplam net prim üretimini %25 oranında artırarak 300 milyon TL'den 374 milyon TL'ye yükseltmiştir. vdf Sigorta 2016 poliçe adedi 311.500'e ulaşmıştır.

DOĞUŞ OTOMOTİV’DE 2016 YILI

Yenilikçi ürün ve hizmetleriyle müşteri memnuniyetini her zaman ön planda tutan vdf, 2016’da da kredi ve sigorta adetlerinde rekor rakamlara ulaşarak hedeflerin üzerinde bir performans göstermiş, vdf filo’yu da bünyesine katarak otomotiv sektörünün tüm segmentlerinde hizmet vermeye başlamıştır.

STRATEJİK BİR İLETİŞİM KANALI: SOSYAL MEDYA

Doğuş Otomotiv’in tüm markaları sosyal medyayı etkin şekilde kullanmaktadır. Dijital dünyayı yakından takip eden Volkswagen, yeni Binek Araç web sitesi ile 23 milyon kez kullanıcılar tarafından ziyaret edilmiştir. Volkswagen severlerin her daim yanında olmak adına yayınlanan Volkswagenim uygulaması ise 80 bin kullanıcının akıllı telefonlarında yerini almıştır.

Güçlü stratejisi ve özel içerikleri kullanıcıyla buluşturulan sosyal medya kanalları ise bu yıl da en çok takip edilen hesaplar olmuştur. Takipçi sayılarında liderliği elinde bulunduran Türkiye’nin en büyük otomotiv Facebook sayfasına sahip Volkswagen Binek Araç, 4 milyon yerel takipçi sayısını geçmiştir. Volkswagen Binek Araç, 260.000’i aşan takipçi sayısı ile Instagram’da da en çok takip edilen otomotiv markası olmuştur. Volkswagen Binek Araç, Volkswagenseverlere her kanalda en doğru içeriği sunmak adına Youtube, LinkedIn ve Google Plus hesaplarında da aktifliğini koruyarak, “Sosyal CRM” uygulamaları aracılığıyla birebir ve anlık iletişim kurmuştur.

Volkswagen Ticari Araç, hedef kitle odaklı pazarlama stratejisi doğrultusunda müşterilerinin bulunduğu mecraları ve müşteri profilini derinlemesine analiz ederek, iletişimini etkin bir şekilde sürdürmüştür. Klasik mecralardan yeni medyaya kadar tüm iletişim kanallarında Volkswagen Ticari Araç markasının tanıtılması, müşterilerin bilgilendirilmesi ve ürünlerle tanıştırılması amacıyla yıl boyunca farklı projelere imza atılmıştır.

Volkswagen Ticari Araç, 1 milyonu geçen üye sayısı ile Facebook’un yanı sıra, Instagram ve YouTube gibi diğer sosyal medya platformlarında sunduğu müşteri odaklı yenilikçi ve dikkat çekici uygulamalar ve online mecralara taşıdığı müşteri memnuniyetini artırıcı hizmetlerle, sektöründe öncü çalışmalara imza atmaktadır.

Audi markasının iletişimine yönelik olarak Facebook, Twitter, Instagram, YouTube ve LinkedIn gibi sosyal medya kanalları başarıyla kullanılmıştır. Audi markası, premium segmentte Facebook ortalama etkileşim sonuçlarında ilk sıralarda yer almıştır.

Bugüne kadar sosyal medyadaki yenilikçi yaklaşımlarıyla dikkat çeken DOD, aktif ve vizyoner sosyal mecra kullanımına 2016’da da devam etmiştir. Markanın ulusal ve yerel iletişiminde dijital mecralara yönelim artmıştır.

ŠKODA’nın Türkiye’nin başarısı, satış performansının yanı sıra internet dünyasında da devam etmiştir. Facebook’ta ŠKODA Türkiye sayfası 564.254 takipçisiyle hızlı yükselişini, www.skoda.com.tr internet sitesi de 8.344.796 ziyaret sayısı ile istikrarlı büyümesini sürdürmüştür.

SEAT’ın 2016 yılında uygulamaya aldığı yeni web sitesi, tasarımı, işlevselliği ve fark yaratan altyapısı ile müşteri faydasını artırmayı hedeflemektedir. Yeni web sitesi ile ziyaretçi sayısı bir önceki seneye göre %56 artmıştır.

Sene boyunca, Ibiza ve Leon modellerinin satışlarının desteklenmesi amacıyla televizyon, gazete, dergi, radyo ve dijital mecralar kullanılmıştır. SEAT’ın ilk ürettiği SUV olan, Ateca’nın iletişimi 2016’nın ikinci yarısında etkin bir şekilde devam etmiştir.

2015 yılında açmış olduğu Facebook hesabında kullanıcı sayısı 180.000 olarak rakiplerine açık ara fark atan Scania, 2016 yılında da Instagram, LinkedIn, Google Plus platformunda iş ortaklarıyla buluşmuştur. 2016 yılında bir diğer yenilemede web sitesi üzerinde gerçekleştirilmiştir. Yenilenen site, kullanımı daha kolay bir platforma dönüştürülmüştür.

KURUMSAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Doğuş Otomotiv, faaliyetlerinden kaynaklanan etkilerini yönetmek ve geliştirdiği çözümleri tüm paydaşlarına ulaştırmak amacıyla yürüttüğü kurumsal sürdürülebilirlik çalışmalarında 2016 yılında da hız kesmemiş, kurumsal sürdürülebilirliğin en temel ilkelerinden biri olan şeffaflık ve hesap verebilirlik alanında çalışmalarına aralıksız olarak devam etmiştir.

Şirketin stratejik kararlarını şekillendiren çevresel, ekonomik, sosyal ve etik faktörlerle ilgili taahhütleri, Doğuş Otomotiv’in sürdürülebilirlik vizyonunu desteklemektedir.

Doğuş Otomotiv, kendini geleceğe taşımak için finansal başarıların yanı sıra faaliyette bulunduğu bölgelerde yaşayan topluma sosyal fayda üretmenin önemine de inanmaktadır.

Doğuş Otomotiv’in sektörüne öncülük yaparak ilk kez 2009 yılında GRI (Global Reporting Initiative) Küresel Raporlama Çerçevesi’ne uygun olarak hazırladığı Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporu, o tarihten bu yana beri düzenli olarak yayımlanmaya devam etmektedir.

Şirket, toplumdaki trafik konusundaki genel sorumluluk, bilinç ve algıyı pozitif yönde artırmak amacıyla 2004 yılında “Trafik Hayattır” sloganıyla başlattığı sosyal sorumluluk faaliyetlerini 12 yıldır kesintisiz sürdürmektedir.

Geleceğin beklenti ve ihtiyaçlarını doğru tanımlayıp, uygun ürün ve hizmetlerle otomotiv değer zinciri içerisinde finansal ve operasyonel başarılarına her gün yenisini ekleyen Doğuş Otomotiv, tüm iş süreçlerinde sürdürülebilir, ortak değer yaratma odaklı iş modelleri ve yenilikçi çözümler geliştirmeyi en önemli önceliği olarak görmektedir.

2004 yılından beri toplumun tüm kesimlerine ulaşacak şekilde, binlerce proje geliştiren, toplumsal birliğe değer katan Trafik Hayattır Platformu ile şirketimiz, geçmişte olduğu gibi gelecekte de başarımızı artırmaya, paydaşlarımız, çalışanlarımız, toplumumuz için değer üretmeye devam edecektir.

Trafikteki olumlu kültür dönüşümünün yaşamın her alanına pozitif katkı yapacağına, yaşanabilir şehirler ve yarımlar bırakacağına inanan Trafik Hayattır platformu, trafik güvenliği konusunda her yaş grubundan bireylerin trafikteki davranış ve alışkanlıklarını değiştirecek, toplumun bilinçlenmesini sağlayacak, farklı hedef kitlelere yönelik bilinçlendirme çalışmaları yürütmektedir.

Trafik Hayattır Platformu çalışmalarının ışığında 2016 yılında CSR Europe ve Kurumsal İletişim Derneği’nin düzenlediği İşletme Zirvesi’nde ‘ Toplumsal Farkındalık Ödülü’ne layık görülmüş, ayrıca reklam sektörünün prestijli ödülllerinden Açık hava Reklamcılığı Ödülleri’nde En İyi Ambient ve Kentsel Katkı ödülleri almıştır.

Gelecek nesillere yaşanabilir yarımlar bırakmak ve trafikte saygı kültürünün olduğu bir dünya sunabilmek amacıyla tüm iş modelini insan odaklı yaklaşım üzerine inşa eden Trafik Hayattır platformu, çalışmalarını sürdürülebilir kılmak için topluma yatırım yapmaya devam edecektir. Bugün olduğu gibi gelecekte de içinde bulunduğu çevreye katkı sağlarken toplumun sesine kulak verecek, trafik güvenliği olgusuna beraber çözüm arayacak ve geleceğe iz bırakacaktır.

TRAFİK HAYATTIR!

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ANLAYIŞI İLE GELECEĞE YÖN VEREN DOĞUŞ OTOMOTİV, PAYDAŞLARINA VE TOPLUMA KARŞI SORUMLULUK BİLİNCİYLE ÇALIŞMALARINI GERÇEKLEŞTİRMEKTEDİR.

Sürdürülebilirlik anlayışı ile geleceğe yön veren Doğuş Otomotiv, paydaşlarına ve topluma karşı sorumluluk bilinciyle çalışmalarını gerçekleştirmektedir. Toplumda trafik güvenliği konusunda uzun soluklu pozitif bir kültür dönüşümü yaratmak hedefiyle yola çıkan Şirket, Trafik Hayattır! platformu ile toplumsal kalkınmaya değer katarak, geleceğe iz bırakmaktadır.

Geleceğin beklenti ve ihtiyaçlarını doğru tanımlayıp, uygun ürün ve hizmetlerle otomotiv değer zinciri içerisinde finansal ve operasyonel başarılarına her gün yenisini ekleyen Doğuş Otomotiv, tüm iş süreçlerinde sürdürülebilir, ortak değer yaratma odaklı iş modelleri ve yenilikçi çözümler geliştirmeyi en önemli önceliği olarak görmektedir.

2004 yılından beri toplumun tüm kesimlerine ulaşacak şekilde, binlerce proje geliştiren, toplumsal birliğe değer katan Trafik Hayattır! Platformu ile Şirket, geçmişte olduğu gibi gelecekte de başarısını artırmaya, paydaşları, çalışanları ve toplum için değer üretmeye devam edecektir.

Trafikteki olumlu kültür dönüşümünün yaşamın her alanına pozitif katkı yapacağına, yaşanabilir şehirler ve yarınlar bırakacağına inanan Trafik Hayattır! platformu, trafik güvenliği konusunda her yaş grubundan bireylerin trafikteki davranış ve alışkanlıklarını değiştirecek, toplumun bilinçlenmesini sağlayacak, farklı hedef kitlelere yönelik bilinçlendirme çalışmaları yürütmektedir.

Toplumun yarınlarnı oluşturan ve trafik kültürünün olumlu yönde değişmesini sağlayacak en önemli güç olan gençlerin trafik kazalarından korunmasını ve trafik güvenliği konusunda bilgilendirilmesini sağlamak amacıyla başlatılan Trafik Güvenliği Uzaktan Eğitimi, bugüne kadar 18 üniversitede 20.000'den fazla öğrenciye ulaşmıştır. Yükseköğretim Kurulu'nun (YÖK) tavsiye ettiği "sosyal seçmeli ders" kategorisine alınan uzaktan eğitim, trafik güvenliği içeriğiyle üniversite SCORM sistemine giren ilk kurumsal sorumluluk projesidir.

Geleceğe gençlerle beraber iz bırakmak, onları trafik güvenliği konusuna dahil etmek, konuyla ilgili düşüncelerini ve üretmelerini sağlamak amacıyla başlatılan 'Kamu Spotu Yarışması' ile ilk kez trafik güvenliği ile ilgili interaktif ve geniş kapsamlı bir yarışmaya imza atan Trafik Hayattır! Platformu trafik güvenliği konusuna kamuoyunun dikkatini çekmiştir. Ulusal ve yerel basında sıklıkla yer alan yarışmada katılımcılardan Trafik Hayattır!'ın iletişim çalışmalarında ana mesajlar olarak belirlenen, "Aşırı Hız Yapma", "Cep Telefonu Kullanma" ve "Emniyet Kemerini Tak" mesajlarından birini içeren senaryolarını kısa film haline getirerek en fazla 45 saniyelik bir filmle anlatmaları istenmiş, kazanan proje sahibinin filmi, G.O.R.A., Vizontele, 8 Saniye gibi filmlerin ünlü yönetmeni Ömer Faruk Sorak ile yeniden çekeceği duyurulmuştur.

Yoğun ilgi gören, 422 geçerli başvuru arasından finale kalarak "Kamu Spotu Yarışması"nda başarı gösteren 5 genç yetenek, yönetmen Ömer Faruk Sorak, Hürriyet Gazetesi Yazarı Elif Ergü, Yapımcı Oğuz Peri, Doğuş Otomotiv Kurumsal İletişim Direktörü Koray Bebekoğlu'ndan oluşan jüriye projelerini sunarak, birinci olmak için yarışmıştır. Jüri değerlendirmesi sonucu, ana fikri net ve direkt olarak hedef kitleyle buluşturma becerisi nedeniyle Korhan Topçu'nun 5 kişilik bir ailenin yolcuğunu anlattığı "Emniyet Gelecektir" adlı film birinci olarak belirlenmiştir.

Filmini ünlü yönetmen Ömer Faruk Sorak'la tekrar çekerek, ekranlara taşıyan, böylece profesyonel bir filmin yapım sürecine katılma, konunun uzmanlarından fikir alma ve deneyimleme fırsatını yakalayan Korhan Topçu'nun dışında, jüri özel ödülüyle ikinci seçilen Zeynep Dilara Aksoy'un filmi de tekrar çekilmeye karar verilmiştir.

Çekimleri Şarköy ve Hadımköy'de gerçekleşen, Erdem Akakçe, Güven Hokna, Deniz Özerman'ın başrollerini paylaştığı "Emniyet Gelecektir" kamu spotu 88 kanalda 10.000'den fazla yayınlanmış, tüm kamu spotları arasında en çok yayınlanan kamu spotları arasına girmiştir.

Trafik Güvenliği Uzaktan Eğitimi ve Kamu Spotu Yarışması'nın yanı sıra, düzenlenen saha aktiviteleriyle öğrencilerin bilgi birikimleri ve deneyimleri desteklenmektedir. Trafik Hayattır! platformu, Türkiye'nin farklı şehirlerinde üniversitede eğitim panelleri, sanal gerçeklik sürüş simülasyonu ve sosyal medya aktivite stantlarıyla gençlere ulaşmaktadır. 2016 Şubat ayında Bilkent Üniversitesi'nde gerçekleştirdiği etkinlikle 160 öğrenciye defansif sürüş teknikleri eğitimi vermiş, yüzlerce öğrenciye güvenli sürüş simülasyonu uygulamıştır.

Trafikte çocuk güvenliği konusunda farkındalık yaratmak ve araç içi çocuk güvenliği konusunda aileleri bilgilendirmek için 2016 yılında yeni bir projeye imza atan platform, 5-14 yaş grubunun trafik kazalarından en çok etkilenen 2. grup olması ve



ülkemizde de kazalardan etkilenen çocuk sayısının giderek artması sebebiyle "Trafikte Çocuk Güvenliği" isimli bir inisiyatif başlatmıştır.

"Trafikte Çocuk Güvenliği" projesi kapsamında, bir yol haritası hazırlamak ve alınacak aksiyonları belirlemek üzere, Ankara, İzmir ve İstanbul'da 2015 yılı sonlarında Türkiye'nin "Araçta Çocuk Güvenliği" araştırması gerçekleştirilmiştir. Emniyet Genel Müdürlüğü iş birliği ile 3.000 kişiyle görüşülerek gerçekleştirilen araştırma, trafikte çocuk güvenliği konusunun aslında ülkemiz için hayati öneme sahip olduğu bir kez daha ortaya çıkmıştır.. Araştırmaya göre ülkemizin üç büyük ilinde, çocuklu ailelerin sadece %23'ünün koltuk kullandığı belirlenmiş, koltuk kullanmama gerekçelerinin psikolojik etmenler olduğu gözlenerek projeye danışman ekip oluşturulmuştur. Bu kapsamda, İngiltere Loughborough Üniversitesi'nden araçta hamile kadın ve çocuk güvenliği ile ilgili önemli araştırmalar yapan Prof. Dr. Serpil Acar ve Prof. Dr. Memiş Acar ile psikolojik danışma ve rehberlik alanındaki çalışmalarıyla tanınan Prof. Dr. Üstün Dökmen, Trafik Hayattır! projesine danışman olarak katılmıştır.

TRAFİK HAYATTIR!

TÜM İŞ MODELİNİ İNSAN ODAKLI YAKLAŞIM ÜZERİNE İNŞA EDEN TRAFİK HAYATTIR PLATFORMU, ÇALIŞMALARINI SÜRDÜRÜLEBİLİR KILMAK İÇİN TOPLUMA YATIRIM YAPMAYA DEVAM EDECEKTİR.

Çocuk koltuğunun önce çocuklar tarafından benimsenmesi ve içselleştirilmesi için, oto koltuğunu bir süper kahraman olarak gösteren mini animasyon çocuk sinemalarında bütün bir sene boyunca gösterilmiştir. 584.995 çocuğa ulaşan animasyon aynı zamanda sosyal ve dijital medyada da yer almıştır.

Prof. Dr. Üstün Dökmen'in trafikte çocuk psikolojisini anlattığı viral film serisi 1,5 milyon üzerinde izlenimle sosyal medya üzerinden ebeveynlere ulaşmıştır. Son yıllarda etkinliği gittikçe artan sosyal medya kanaat önderleri de "Trafikte Çocuk Güvenliği" projesinin iletişim çalışmalarına dahil edilmiş, Prof. Dr. Üstün Dökmen moderatörlüğünde yapılan eğitimde anne bloggerların yayınladığı görüntüler 8 milyon üzerinde izlenme almıştır.

Kamu ve özel sektör iş birliğinin anlamlı bir örneği olan "Trafikte Çocuk Güvenliği" projesinde yerel yönetim eğitimleri için Kadıköy Belediyesi ile çalışmaya başlanmış, araç içi anne-bebek güvenliği içerikleri "Gebe Okulu" eğitimlerinin içine entegre edilmiştir.

Özel sektörde İtamex firması ve Central Rent a Car ile İzmir Havaalanı'nda araç kiralayan ailelere çocuk koltuğunu ücretsiz kiralayan bir iş birliği gerçekleştiren platform, insana dokunan her alanda çocuk güvenliğinin önemini vurgulamıştır.

13-15 Aralık tarihlerinde İstanbul Kongre Merkezi'nde gerçekleşen Anne Bebek Çocuk Fuarı'nda stand açan Trafik Hayattır, stant alanındaki güvenli sürüş simülasyonu ve trafik güvenliği eğitimleriyle fuara katılan 8.713 anne-babaya ulaşma imkanı yakalamıştır.

Gençlere, çocuklara ve yetişkinlere sürdürülebilir projelerle ulaşmaya devam eden Doğuş Otomotiv, 2017'nin Trafik Hayattır radyo spotunu yine gençleri trafik güvenliği konusuna dahil edecek bir şekilde seçmeye karar vermiştir. Trafik Hayattır Jingle Yarışması'na gelecek bestelerden, jüri tarafından yapılacak değerlendirmede, birinci seçilecek jingle önerisi Türkiye'nin ünlü şarkıcılardan Nil Karaibrahimgil tarafından kazanan ile birlikte düzenlenecek ve seslendirilecektir.

Trafik Hayattır Platformu tüm bu çalışmalarının ışığında 2016 yılında CSR Europe ve Kurumsal İletişim Derneği'nin düzenlediği İşletme Zirvesi'nde "Toplumsal Farkındalık Ödülü"ne layık görülmüş, ayrıca reklam sektörünün prestijli ödülleri Açık hava Reklamcılığı Ödülleri'nde En İyi Ambient ve Kentsel Katkı ödülleri almıştır.

Gelecek nesillere yaşanabilir yarınlar bırakmak ve trafikte saygı kültürünün olduğu bir dünya sunabilmek amacıyla tüm iş modelini insan odaklı yaklaşım üzerine inşa eden Trafik Hayattır platformu, çalışmalarını sürdürülebilir kılmak için topluma yatırım yapmaya devam edecektir. Bugün olduğu gibi gelecekte de içinde bulunduğu çevreye katkı sağlarken toplumun sesine kulak verecek, trafik güvenliği olgusuna beraber çözüm arayacak ve geleceğe iz bırakacaktır.

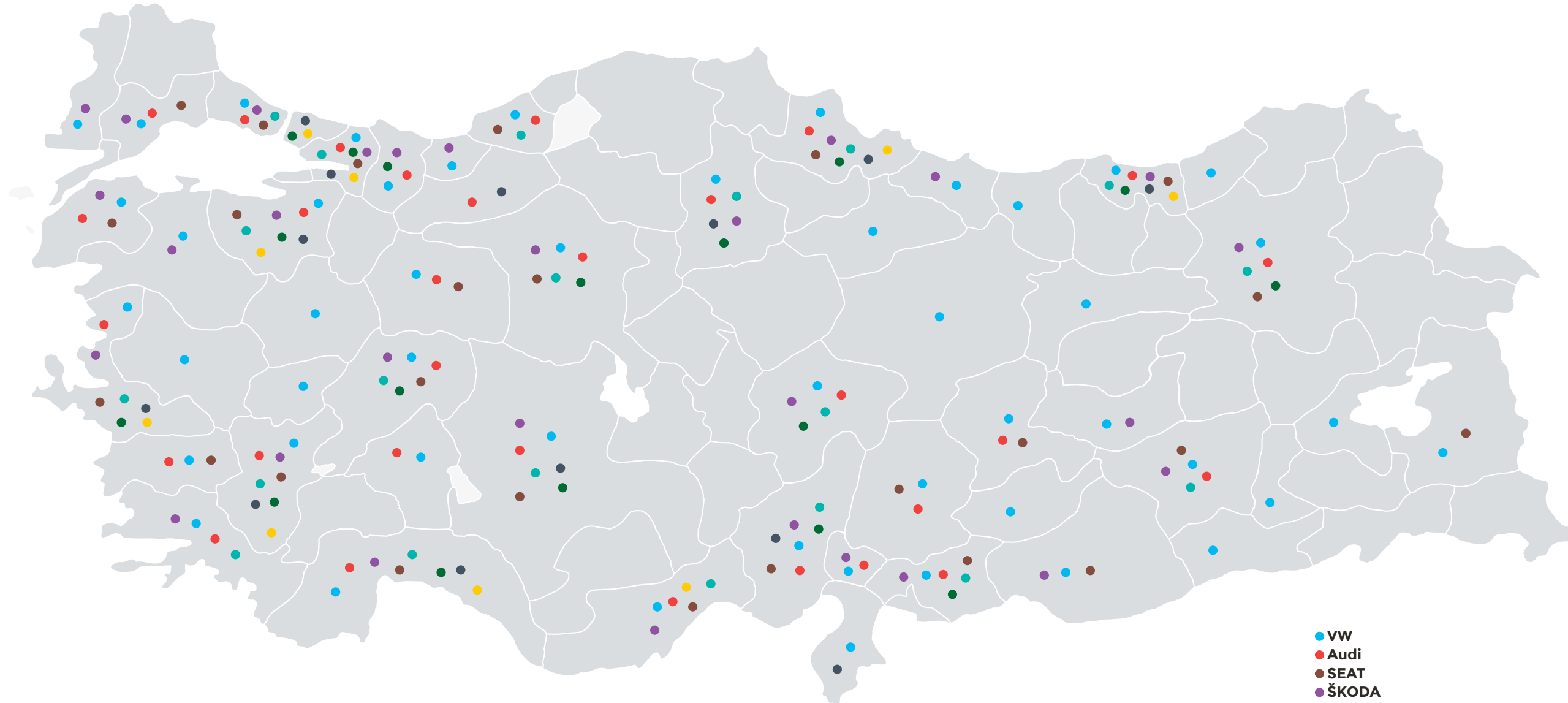


KOŞULSUZ MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ

SUNDUĞU HİZMETLERDE KOŞULSUZ MÜŞTERİ MEMNUNİYETİNİ BİR NUMARALI ÖNCELİK OLARAK ELE ALAN DOĞUŞ OTOMOTİV, TÜRKİYE’NİN EN GENİŞ YETKİLİ SATICI VE SERVİS AĞLARINDAN BİRİNE SAHIPTIR.

2016 Bayi-Satış Kanalları Gelişmeleri

- » Yetkili Servisler ile yılda 625.000 araç girişiyle ayda ortalama 52.100 müşteriye hizmet verilmektedir.
- » 2016 yılında parça cirosu %17, işçilik cirosu ise %10 artış göstermiştir
- » SEAT Yetkili Servisleri’ne araç girişi, 2016 yılında artan araç parkı ve servis pazarlama faaliyetlerinin etkisi ile 74.000 adede yükselmiş ve bir önceki seneye göre %19 artmıştır.
- » 39 Yetkili Satıcı ve 36 Yetkili Servis’le hizmet veren ŠKODA Türkiye, her yıl düzenlenen “En İyi Distribütör Ödülü” organizasyonunda Satış Sonrası Hizmetler kategorisinde 103 ülke arasından en başarılı distribütör seçilmiştir.
- » Doğu Oto için 2016 yılı, 62.405 adet araç satışı ve 251.295 servis girişi ile belirlenen hedeflerin üzerine çıkılan bir yıl olmuştur.



- VW
- Audi
- SEAT
- ŠKODA
- Porsche
- Scania
- Thermo King
- Scania Den. ve End. Motorları

MÜŞTERİ TEMAS NOKTALARI

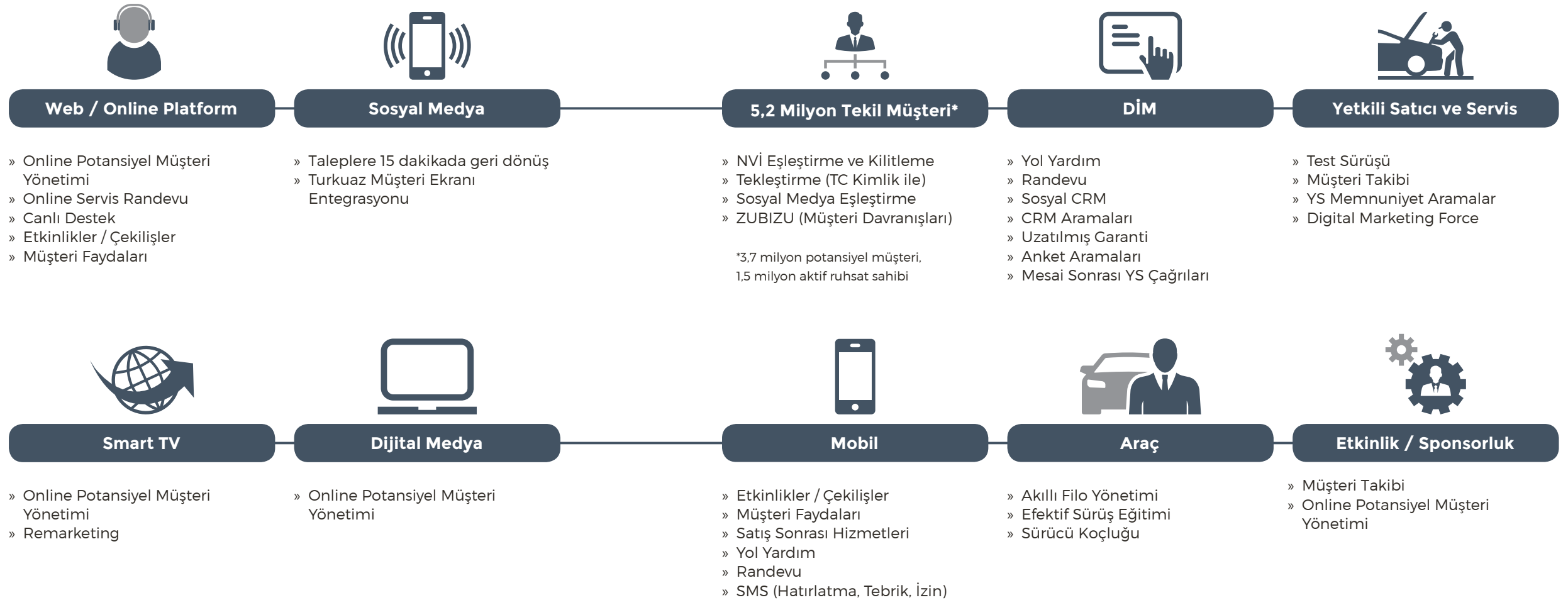
DOĞUŞ OTOMOTİV'İN BÜNYESİNDE BARINDIRDIĞI MARKALAR, 2016 YILINDA DA SATIŞ REKORLARINA İMZA ATARAK YILI TAMAMLAMIŞTIR.

Dijital İletişimde Yenilikçi Çözümler

Dijital dünyayı yakından takip eden Volkswagen, yeni Binek Araç web sitesi ile 23 milyon kez kullanıcılar tarafından ziyaret edilmiştir.

"Doğuş Otomotiv'in Tüm Markaları Sosyal Medyayı Etkin Şekilde Kullanmaktadır."

Dünyadaki dijitalleşme sürecini ve çağın gereksinimlerini yakalamak adına 2016 yılı içinde büyük bir özveri ile pilot çalışmaları sürdürülen "Digital Retail" projesi Doğuş Oto Etimesgut'ta devreye alınmıştır.



DOĞUŞ GRUBU HAKKINDA

DOĞUŞ GRUBU, 330'UN ÜZERİNDEKİ ŞİRKETİ VE 55 BİNİ AŞKIN ÇALIŞANIYLA MÜŞTERİLERİNE ÜSTÜN TEKNOLOJİ, YÜKSEK MARKA KALİTESİ VE DİNAMİK BİR İNSAN KAYNAĞI İLE HİZMET VERMEKTEDİR.

Modern hayatı şekillendiren yeni keşiflerin öncülüğünü üstlenerek daha iyi bir yaşamın standartlarını oluşturmak için çalışan Doğuş Grubu, 1951 yılında kurulmuştur. Müşterilerinin yanı sıra çalışanları, iş ortakları ve hatta rakipleri için bir tutkuya dönüşecek, sınıfının en iyisi yaşam tarzı markalarını bünyesinde barındıran Doğuş, çalıştığı alanlarda küresel bir oyuncu olma hedefiyle çalışmalarına devam etmektedir.

Finans, otomotiv, inşaat, medya, turizm ve hizmetler, gayrimenkul, enerji ve yeme-içme olmak üzere sekiz sektörde faaliyet gösteren Doğuş Grubu ayrıca, mevcut hizmet verdiği sektörlerin yanı sıra teknoloji, spor ve eğlence alanındaki yeni yatırımlarıyla da büyümesini sürdürmektedir. Grup 330'un üzerindeki şirketi ve 55 bini aşkın çalışanıyla müşterilerine üstün teknoloji, yüksek marka kalitesi ve dinamik bir insan kaynağı ile hizmet vermektedir.

Doğuş Grubu'nun ulaştığı başarının arkasında, müşteri odaklı ve verimliliği merkez alan bir yönetim yaklaşımı yer almaktadır. Bu yaklaşımın bir sonucu olarak, Grup dünya ölçeğinde saygın markalarla yaptığı iş birlikleriyle, Türkiye'yi bütün dünyada temsil etmektedir. Doğuş Grubu'nun, Finansta BBVA (Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, S.A.), otomotivde Volkswagen AG ve TÜVSÜD, medyada Condé Nast (Vogue, GQ, Traveller), turizmde Hyatt International Ltd. ve HMS International Hotel GmbH (Maritim), marinacılıkta Latsis Grubu, Kiriacoulis Grubu ve Adriatic Croatia International (ACI) Grubu'nun yanı sıra yeme-içme ve eğlence sektöründe de bünyesinde Coya, Roka, Zuma ve Oblix gibi markaları bulunduran uluslararası Azumi Grubu ve e-ticaret alanında Güney Koreli SK Group gibi büyük küresel oyuncularla iş birlikleri ve ortaklıkları bulunmaktadır.

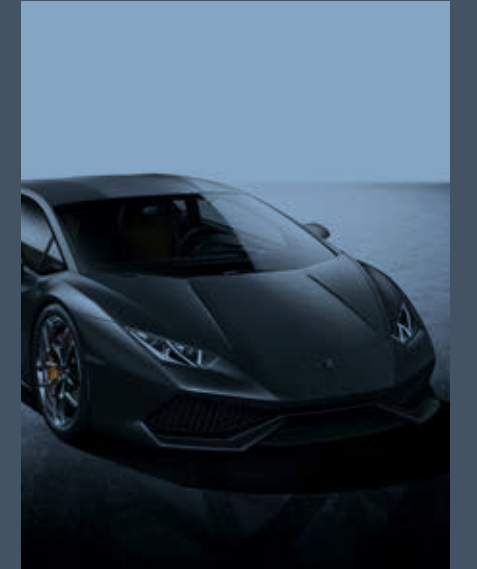
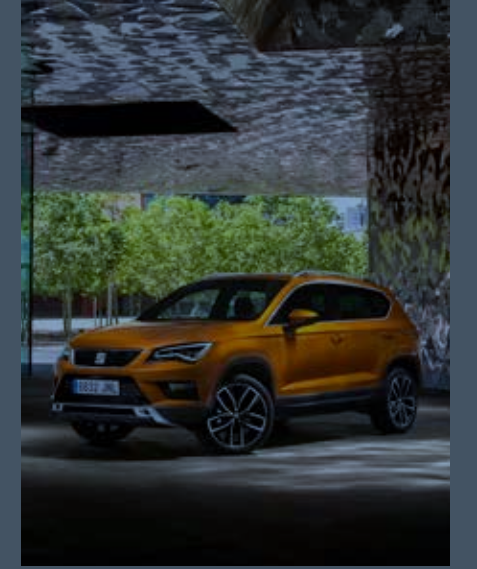
Doğuş Grubu'nun yönetim yaklaşımı, bütün toplumun yararlandığı ve yararlanacağı kurumsal yurttaşlık bilincini de yansıtmaktadır. Doğuş Grubu, sosyal sorumluluk çalışmalarını yürütürken

insanların hayatlarında bir iz bırakmayı ve günlük yaşamı daha iyi bir hale getirmeyi amaçlamaktadır. Grubun sosyal sorumluluk projeleri toplumun sürekli ileriye giden ve gelişen bir gelecek yaratmasına katkıda bulunmak hedefiyle yönetilmektedir.

Grup, özellikle kültür-sanat, eğitim ve spor alanlarına odaklanan çeşitli kurumsal sosyal sorumluluk ve sponsorluk projelerini hayata geçirmektedir. Destek verdiği tüm alanlarda, sorumluluklarının bilincinde olan Doğuş Grubu, topluma öncü ve örnek olma amacıyla hareket ederken, yatırımlarıyla ülke ekonomisine ve istihdama katkı sağlamaktadır.

Türkiye'de değişimin öncüleri arasında yer alan Doğuş Grubu, sahip olduğu geniş hizmet, bilgi ve iş birliği ağını hedeflerine ulaşmada en iyi şekilde değerlendirmektedir. Doğuş Grubu standartları belirleyen, keşfederek ilerleyen küresel bir oyuncu olma vizyonuyla, ülke ekonomisine faydalı olacağına inandığı iş birliği ve yatırım fırsatlarını incelemeye devam etmektedir.

MARKALARIMIZ



VOLKSWAGEN BİNEK ARAÇ, BİR ÖNCEKİ YILA GÖRE %4,3 ORANINDA ADETSSEL BÜYÜME YAŞANAN BİNEK ARAÇ PAZARINDA %13,4 PAZAR PAYI ELDE ETMİŞTİR.



VOLKSWAGEN BİNEK ARAÇ



Dijital dünyayı yakından takip eden Volkswagen, yeni Binek Araç web sitesi ile 23milyon kez kullanıcılar tarafından ziyaret edilmiştir. Ana model lansmanı olarak Mayıs ayında pazara sunulan Yeni Tiguan'ın dışında, aksiyon modeli olan Allstar serisi; Polo, Golf, Beetle ve Scirocco modellerinde sunulmuştur. Yeni modellerin desteği ile 2016 yılında izlenen başarılı ürün ve iletişim stratejileri sayesinde Volkswagen Binek Araç, 101.763 perakende satış adetiyle, %13,4 pazar payına ulaşarak yılı binek araç pazarında ikinci olarak tamamlamıştır.

2016: Ödüllerle Dolu Bir Yıl

Volkswagen Binek Araç, satış alanındaki başarısını iletişim alanında da sergilemiş ve Mediacat Ipsos bağımsız araştırma şirketi tarafından dördüncü kez üst üste yılın en sevilen otomobil markası seçilmiştir. Volkswagen Binek Araç, "Benzersiz özelliklerle dolu bir aile" iletişim kampanyası ile Otomotiv Distribütörleri Derneği'nin düzenlediği ODD Satış ve İletişim Ödülleri'nde "Yılın TV uygulaması" kategorisinde birincilik ödülüne layık görülmüştür. Ayrıca marka, Lovemark televizyon kampanyası ile Effie ve Kristal Elma Ödülleri'nde otomotiv kategorisinde gümüş ödül alırken, Türkiye Müşterinin

Sesi araştırmasında otomotiv kategorisinde birincilik, yenilenen web sitesi ile Altın Örümcek ve Gold Stevie, Instagram ve Facebook hesaplarının yönetimi ile de Gold Stevie ödüllerine layık görülmüştür.

Modellerin performansları

2016 yılsonunda Polo, Golf, Passat ve The Beetle modelleri kendi segmentlerinde yılı lider tamamlamışlardır. AO/ HB segmentinde yer alan Polo modelinin satışları 2015 yılına kıyasla %27,4 oranında artmış ve segment payı %19,4 olarak gerçekleşmiştir. A/HB segmentinde yer alan Golf modeli segment payı %25,5 olarak gerçekleşmiştir. Passat modeli ise %35,0 segment payı ile liderliğini 2016 yılında da devam ettirmiştir. A Coupe segmentinde yer alan The Beetle modeli %44,6'lık segment payı ile lider konumdadır. Piyasaya ilk çıktığı günden beri yoğun talep gören Yeni Tiguan modeli, 2016 yılında satışlarını %75,0 artırarak yılsonunda %13,2 segment payına ulaşmıştır. Dizel motorların ağırlıklı olarak tercih edildiği A/NB segmentinde yer alan Jetta modeli, sadece benzinli motor satış hacmiyle 2016 yılını %4,8 segment payı ile tamamlamıştır.

Dijital iletişimde yenilikçi çözümler

Dijital dünyayı yakından takip eden Volkswagen, yeni Binek Araç web sitesi ile 23 milyon kez kullanıcılar tarafından ziyaret edilmiştir. Volkswagen severlerin her daim yanında olmak adına yayınlanan Volkswagenim uygulaması ise 80 bin kullanıcının akıllı telefonlarında yerini almıştır.

Güçlü stratejisi ve özel içerikleri kullanıcıyla buluşturan sosyal medya kanalları ise bu yıl da en çok takip edilen hesaplar olmuştur. Takipçi sayılarında liderliği elinde bulunduran Türkiye'nin en büyük otomotiv Facebook sayfasına sahip Volkswagen, 4 milyon lokal takipçi sayısını geçmiştir. Volkswagen Binek Araç, 260 bini aşan takipçi sayısı ile Instagram'da da en çok takip edilen otomotiv markası olmuştur. Volkswagen Binek Araç, Volkswagen severlere her kanalda en doğru içeriği sunmak adına Youtube, LinkedIn ve Google Plus hesaplarında da aktifliğini koruyarak, "Sosyal CRM" uygulamaları aracılığıyla birebir ve anlık iletişim kurmuştur.

Dünyadaki dijitalleşme sürecini ve çağın gereksinimlerini yakalamak adına 2016 yılı içinde büyük bir özveri ile pilot çalışmaları sürdürülen "Digital Retail" projesi, Doğuş Oto Etimesgut'ta devreye alınmıştır.

Satış sonrası hizmetler

2016 yılında Avek Çanakkale Yetkili Servisi'ni açarak müşterilerine sunduğu hizmet ağını daha da genişleten Volkswagen Binek Satış Sonrası Hizmetler, Türkiye çapındaki Yetkili Servis nokta sayısını 76'ya ulaştırmıştır. Volkswagen Satış Sonrası Hizmetler 2016 yılında, her yıl dünya genelinde Volkswagen AG tarafından ülke bazında bağımsız bir araştırma firmasına yaptırılan ve ülkedeki tüm otomotiv firmalarının satış sonrası hizmetlerinin kıyaslandığı IACS (International After Sales Customer Satisfaction - Uluslararası Satış Sonrası Müşteri Memnuniyeti) araştırmasında başarısını 4. sıradan 2. sıraya taşımıştır. Yetkili Servisler'de yılda 625.000 araç girişiyle ayda ortalama 52.100 müşteriye hizmet verilmektedir. 2016 yılında parça cirosu %17, işçilik cirosu ise %10 artış göstermiştir.

Doğuş Otomotiv Volkswagen Binek Araç, Volkswagen'in "dünyanın en çok satan, en yenilikçi otomotiv markası" global vizyonu doğrultusunda belirlediği stratejileriyle, 2016 yılında 100.000 araç barajını bir kez daha aşarak 101.763 adet perakende araç satışı ve %13,4 pazar payı ile, Türk otomotiv sektörüne yön veren markalardan biri olmaya devam etmektedir.

"Benzersiz Özelliklerle Dolu Bir Aile"

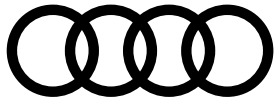
Volkswagen Binek Araç, "Benzersiz özelliklerle dolu bir aile" iletişim kampanyası ile Otomotiv Distribütörleri Derneği'nin düzenlediği ODD Satış ve İletişim Ödülleri'nde "Yılın TV uygulaması" kategorisinde birincilik ödülüne layık görülmüştür.

101.763

VOLKSWAGEN BİNEK ARAÇ,
100.000'İN ÜZERİNDE
PERAKENDE ARAÇ SATIŞINI
GERÇEKLEŞTİRMİŞTİR.

AUDI TÜRKİYE, BİR ÖNCEKİ YILA GÖRE SATIŞLARINI %8,5 ARTIRDI. DİJİTALLEŞMEYİ İŞ SÜREÇLERİNİN ODAĞI HALİNE GETİREN AUDI TÜRKİYE, BENCHMARK PROJELERİYLE AUDI AG TARAFAINDAN DİĞER ÜLKELERE ÖRNEK GÖSTERİLDİ.

AUDI



Rekor satış adedi

Doğuş Otomotiv tarafından Türkiye'ye 1994 yılında ithal edilmeye başlayan Audi markası, 2016 yılında önemli bir başarıya imza atarak 22.005 adetle tarihindeki en yüksek satış rakamına ulaşmıştır. Kendi sınıfında lider olan A3 Sedan, A3 Sportback ve A3 Cabriolet'nin 2016 yılı toplam satış adedi 11.500 olarak gerçekleşmiştir. A4, A4 Avant ve A4 allroad satışları 5.000 adedi aşarken, A5 ailesinin toplam satışı 600 adet ve A6 ailesinin toplam satışı 2.200 adet olmuştur. Q3 modeli yılı 1.000 adetle kapatırken, Q5 modeli 750 adetlik satış rakamına ulaşmıştır. S/RS, A4 allroad, A3 Cabriolet, TT gibi özel modellerin satışları bir önceki yılın üstünde bir performans sergileyerek şimdiye kadarki en yüksek satış adedine ulaşmıştır.

Audi City

Ziyaretçilerin, Audi dünyasıyla ilgili her konuda bilgi alabildiği, tüm Audi modellerinin birebir boyutlarındaki sanal versiyonlarını inceleyebildiği Audi City İstanbul, İstinyepark'ta açılmıştır. Londra, Pekin ve Berlin'in ardından İstanbul'da açılan Audi City'de ziyaretçiler, Audi uzmanlarından milyonlarca renk, donanım ve model seçeneği ile ilgili daha kişiselleştirilmiş danışmanlık

hizmeti alabilmeye başlamıştır. Audi A.G. tarafından geleceğin "showroom konsepti" olarak açıklanan Audi City, tasarım ve işleyiş modeli mevcut ve geleceğin satış yöntemleri ile sanal-dijital dünyanın en iyi yönlerini birleştirmektedir. Audi City, markaya sadece sanal showroom olarak teknolojik bir altyapı değil daha kişiselleştirilmiş bir müşteri danışmanlığının da verilmesine olarak sağlamaktadır.

İş Süreçlerinde Dijitalleşme

Dijitalleşmeyi iş süreçlerinin odağı haline getiren Audi Türkiye, benchmark projeleriyle Audi AG tarafından diğer ülkelere örnek gösterildi. 2016 yılında akıllı kalem projesi devreye alınmış ve tüm Yetkili Servisler tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Akıllı kalem ile yazılan tüm bilgilerin dijital ortamda anlık olarak servis danışmanına aktarılması sağlanmış ve müşteri geri dönüşleri hızlandırılmıştır. Audi sahiplerinin servis işlemlerini daha hızlı ve kolay yürütebilmesi için, self reception teknolojisi hizmeti sunulmuştur. Yetkili Servis girişlerine konulan kiosklerle Audi sahiplerine almak istedikleri hizmetleri seçebilme, servis iş emirlerini açabilme ve ödemelerini yapabilme imkanı sağlanmıştır.

Pazarlama ve lansman faaliyetleri

Audi marka bilinirliğinin artırılmasına yönelik reklam ve iletişim çalışmalarına yıl boyunca devam edilmiştir. Satış hedefleri paralelinde taktik iletişimi kampanyaları gerçekleştirilmiştir. Yılın son çeyreği gerçekleştirilen Q2 lansmanı için 360° iletişim hedeflenmiştir. Reklam kampanyası ve geniş katılımlı test sürüşü organizasyonlarına ek olarak kullanıcıların birbirlerini 'tag'ledikleri ve kendi kişisel videolarını oluşturarak eğlenceli paylaşımlarda bulundukları benitagle.com mikro sitesi hazırlanarak Q2'nin farkındalığı daha da üst seviyelere taşınmıştır. Audi, Kırmızı Reklam ödülleriyle hava yastığı çalışmasıyla büyük ödül olan Kıpkırmızı ve basında en iyi sanat yönetimi, basında en iyi illüstrasyon, basında en iyi otomobil reklamı ödüllerine layık görülmüştür. Diğer öncelikli konulardan biri de sosyal medya iletişimi olmuştur. Audi markasının iletişimine yönelik olarak Facebook, Twitter, Instagram, YouTube ve LinkedIn gibi sosyal medya kanalları başarıyla kullanılmıştır. Audi markası, premium segmentte Facebook ortalama etkileşim sonuçlarında ilk sıralarda yer almıştır.

Audi markası, 2016 yılında 22.005 satış adedine ulaşmıştır. 2015 yılına göre %17 artan araç parkı ve Avrupa'da örnek gösterilen %75 müşteri sadakat oranı ile 2016 yılında satış sonrası hizmetler cirosunda %14'lük artış sağlanmıştır.

Satış sonrası hizmetler

Audi Satış Sonrası Hizmetler, her yıl Audi AG tarafından Servis

Müdürleri ve şirket sahiplerinin katılımıyla gerçekleştirilen Yetkili Servis Memnuniyet Araştırması'nda da (DSS Servis) diğer markaların önünde ilk sırada yer alarak önemli bir başarıya imza atmıştır. Bu başarılı sonuç, iş ortaklarıyla iletişim ve iş birliğinin en üst düzeye çıktığını göstermektedir.



22.005

AUDİ 2016 YILINDA 22.005 ADETLE TARİHİNDEKİ **EN YÜKSEK SATIŞ RAKAMINA** ULAŞMIŞTIR.

SEAT MARKASI, BİNEK OTOMOBİL PAZARINDAKİ SATIŞ ADEDİNİ BİR ÖNCEKİ YILA GÖRE %22 ARTIRARAK PAZARIN ÜZERİNDE BÜYÜMÜŞ VE YENİ BİR SATIŞ REKORU KIRMIŞTIR.

SEAT



Marka tarihinin en yüksek satış adedi ve pazar payı
SEAT markası, son dört senedir istikrarlı büyümesine devam ederek, 2016 yılında 20.637 adet ile tarihindeki en yüksek satış adedine ulaşmıştır. Bir önceki yıla göre %22 oranında artan satış adedi ile pazarın oldukça üzerinde bir performans göstermiştir. Leon, Ibiza, Ateca, Alhambra ve Toledo modelleriyle 2016 yılında izlenen başarılı ürün, iletişim, satış ve filo stratejileri sayesinde SEAT, pazar payını %2,73 seviyesine çıkarmıştır.

SEAT markası Leon ve Ibiza modellerinde de tarihindeki en yüksek satış adedine ulaşarak segmentlerindeki pazar payını artırmıştır. Leon, AHB segmentinde 2. sıraya gelerek, %13,11 segment payı elde ederken; Ibiza ise AO-HB segmentindeki payını %4,72'ye çıkarmıştır. Kasım ayında model gamına eklenen SEAT'ın ilk SUV'si Ateca ise seneyi 188 adetlik satış ile kapatmıştır.

Euroleague Basketball sponsorluğu

2016 yılında devam eden Turkish Airlines Euroleague ve Eurocup sponsorluğu kapsamında klasik mecralardan yeni medyaya kadar tüm iletişim kanallarında yer alarak basketbol hedef kitlesine en etkin şekilde ulaşmıştır. Bunun yanı sıra, Darüşşafaka Doğuş Basketbol Takımı'nın sponsorluğuna da sene boyunca devam edilmiştir.

2016 yılı süresince yapılan iletişim çalışmaları ve sponsorluk iletişimlerinin de katkısıyla SEAT'ın marka bilinirliği 2015 yılına göre %12 artarak 28 puana yükselmiştir.

Dijitalleşme

SEAT'ın 2016 yılında uygulamaya aldığı yeni web sitesi, tasarımı, işlevselliği ve fark yaratan altyapısı ile müşteri faydasını artırmayı hedeflemektedir. Yeni web sitesi ile ziyaretçi sayısı önceki yıla göre %56 artmıştır.

Sene boyunca, Ibiza ve Leon modellerinin satışlarının desteklenmesi amacıyla televizyon, gazete, dergi, radyo ve dijital mecralar kullanılmıştır. SEAT'ın ilk ürettiği SUV olan, Ateca'nın iletişimi 2016'nın ikinci yarısında etkin bir şekilde devam etmiştir.

Satış sonrası hizmetler

SEAT Yetkili Servisleri'ne araç girişi, 2016 yılında artan araç parkı ve servis pazarlama faaliyetlerinin etkisi ile 74.000 bin adede yükselmiş ve bir önceki yıla göre %19 artmıştır. Yıl boyunca düzenli olarak devam eden aksiyonlar sayesinde müşterilerin Yetkili Servis bağlılık oranı %64 seviyesinde gerçekleşmiş, müşteri odaklı hizmet anlayışı sayesinde de satış sonrası hizmetlerdeki müşteri memnuniyet anket puanı 101,5'e yükselmiştir.

2016 yılı içerisinde SEAT S.A.'nın dünya genelinde, Yetkili Satıcıları

arasında düzenlediği Top SEAT People yarışmasında, tüm kategoriler arasında en büyük ödül olan "absolute winner" ödülü kazanılırken, servis danışmanı kategorisinde de dünya ikinciliği elde edilmiştir.

SEAT markası, binek otomobil pazarındaki satış adedini bir önceki yıla göre %22 artırarak pazarın üzerinde büyümüş ve yeni bir satış rekoru kırmıştır. Bu zamana kadarki en yüksek satış adedine ve pazar payına ulaşarak son yıllardaki sürdürülebilir büyüme hedefine devam etmiştir.

"Marka Bilinirliğinde Artış"

2016 yılı süresince yapılan iletişim çalışmaları ve sponsorluk iletişimlerinin de katkısıyla SEAT'ın marka bilinirliği 2015 yılına göre %12 artarak 28 puana yükselmiştir.

20.637

SEAT, 2016 YILINDA PERAKENDE BİNEK ARAÇ PAZARINDA **20.637 SATIŞ ADEDİNE ULAŞMIŞTIR.**



ŠKODA TÜRKİYE, ÜRETİCİ TARAFINDAN HER YIL DÜZENLENEN “EN İYİ DİSTRİBÜTÖR ÖDÜLÜ” ORGANİZASYONUNDA, SATIŞ SONRASI HİZMETLER KATEGORİSİNDE 103 ÜLKE ARASINDAN EN BAŞARILI DİSTRİBÜTÖR SEÇİLMİŞTİR.

ŠKODA



ŠKODA 2016'yı ödüllerle taçlandırmıştır

ŠKODA geçtiğimiz yıl binek araç satışlarını bir kez daha rekor kırarak tamamlayarak büyümesini sürdürmüştür. 2015 yılını 22.107 adetle kapatan ŠKODA, 2016'da ise satışlarını %30,62 artırarak 28.876 seviyesine ulaşmıştır. Bu sayede pazar payı %3,81'e yükselmiş ve bu satış adedi ile, Türkiye otomobil pazarında 13. sıradan 11. sıraya çıkmıştır.

2016

ŠKODA, Türkiye'deki satışlarını 2016 yılında bir önceki yıla göre yaklaşık %30,6 artırarak 28.876 adede yükseltmiştir. %4,3 oranında büyüyen pazarın üzerinde bir gelişme kaydeden ŠKODA, bir önceki yıl 22.107 adetlik satış gerçekleştirmiştir. ŠKODA markasının global satışları da %6,8 artış kaydederek toplamda 1.127.000 adet olarak gerçekleşmiştir. ŠKODA Türkiye ise, elde ettiği satışlarla, Almanya, İtalya, Fransa, İspanya, Avusturya ve Belçika gibi önemli pazarları geride bırakarak ŠKODA küresel pazarları arasında 7. sıradaki yerini korumuştur.

Modellerin performansı

ŠKODA Türkiye, 2016 yılında 28.876 adet binek araç satışı gerçekleştirmiştir. 2015 yılında markanın en çok satılan modeli olan Octavia, 2016 yılında da toplam 12.854 teslimatla satışlarda %45 pay alarak en çok satılan model olmaya devam etmiştir. Octavia geçen yıla göre satış oranını %27 artırmıştır. İkinci sıradaki Superb ise, satışlarını 7.872 adede yükseltmiş ve toplam satışlardan %27,6 pay almıştır.

ŠKODA Türkiye'nin başarısı, satış performansının yanı sıra internet dünyasında da devam etmiştir. Facebook'ta ŠKODA Türkiye sayfası 564.254 takipçisiyle hızlı yükselişini, www.skoda.com.tr internet sitesi de 8.344.796 ziyaret sayısı ile istikrarlı büyümesini sürdürmüştür.

2016 ve 2017 yenilikleri

2016 yılında ŠKODA'nın 4x4 imajına yönelik ürün gamı tanıtılmıştır. Markanın imajına katkı sağlayan 4x4 modellerinden Octavia, Octavia Combi ve Superb'e ek olarak, Octavia RS ve Octavia Combi RS modellerinin 4x4 seçenekleri Türkiye'de satışa sunulmuştur.



ŠKODA markasını D segmentinde başarıyla temsil eden Superb modeli, tamamen yenilenmiş 3. jenerasyonu ile Türk tüketicisinin beğenisini kazanmıştır. 2016 yılı Yeni Superb'in satıldığı ilk tam yıl olduğu için satışlarını ve marka içindeki payını artırmayı başarmıştır. Bununla birlikte geçtiğimiz yıl Superb'in başarısı, Türkiye Otomotiv Gazetecileri Derneği (OGD) tarafından düzenlenen organizasyonda “Türkiye'de Yılın Otomobili” ödülüyle desteklenmiştir. 64 otomotiv gazetecisinin oy kullandığı final aşamasında ŠKODA Superb, 7 aday arasında gerçekleştirilen oylamada birinci sırayı elde etmeyi başarmıştır.

ŠKODA Türkiye, üretici tarafından her yıl düzenlenen “En İyi Distribütör Ödülü” organizasyonunda, Satış Sonrası Hizmetler kategorisinde 103 ülke arasından en başarılı distribütör seçilmiştir.

ŠKODA markası için bir diğer önemli yenilik ise, 2016 yılının Eylül ayında gerçekleştirilen Kodiah lansmanı olmuştur. VW Grubu'nun

MQB platformu üzerine yapılan Kodiah, markanın ilk büyük SUV modeli olarak dikkat çekmiştir. Markanın Superb ile başlayan değişiminin devamı olan Kodiah Türkiye satışlarının ise Mart ayında başlaması hedeflenmektedir. Hem 5 kişilik hem de 7 kişilik versiyonlarla satışa sunulacak Kodiah, ŠKODA markasına küresel anlamda ve Türkiye'de yeni müşteriler de getirmesi beklenmektedir.

2017 yılının başka bir önemli yeniliği, dünya çapında en çok satan modeli Octavia'nın makyajlı modelinin satışa sunulması olacaktır. Sedan, Combi ve RS versiyonları kapsamlı bir makyajla yenilenerek satışa sunulacaktır. Türkiye'de de önemli satış adetleri elde eden Yeni Octavia'nın Türkiye'deki satışlarının da Mart ayı itibarıyla başlaması planlanmaktadır. Temmuz ayında ise Rapid ve Rapid Spaceback modellerinin makyajlı versiyonları ülkemizde satışa sunulacaktır.

2017 pazar payı hedefi

Yeni ürünlerle birlikte global alanda ve Türkiye'de büyük bir gelişim kaydetmeye devam eden ŠKODA, 2017 yılında markanın ilk gerçek SUV modelini satışa sunarak daha

önce bu markayı tercih etmemiş müşterileri de hedeflemektedir. Büyük ailelerden, SUV araçları tercih eden kullanıcılara kadar geniş bir kitleye hitap eden Kodiah, markanın değişen yüzünün de bir parçası olarak satışlara olumlu oranda katkı sağlayacaktır.

Türkiye, ŠKODA'nın 2013 yılında başlattığı Kurumsal Kimlik Geçişi'ni tamamlayan en hızlı ülkelerden biri olmayı başarmıştır. Marka algısını artırmaya yönelik kalitesel çalışmaları da içeren bu yeni konsept, müşterilerin showroom ziyaretlerinden, satın alma ve satış sonrası hizmetlerine kadar tamamen müşteri memnuniyetini artırmaya yönelik düzenlenmiştir. Türkiye'de her geçen yıl satış adetlerini artırmayı başaran ŠKODA, 2017'de showroamlara girecek yeni SUV modeliyle en geniş ürün yelpazesini sunacaktır.

39 Yetkili Satıcı ve 36 Yetkili Servis'le hizmet veren ŠKODA Türkiye, her yıl düzenlenen “En İyi Distribütör Ödülü” organizasyonunda Satış Sonrası Hizmetler kategorisinde 103 ülke arasından en başarılı distribütör seçilmiştir. Yeni Superb ise OGD tarafından “Türkiye'de Yılın Otomobili” ödülünü kazanmıştır.

28.876

ŠKODA, TÜRKİYE'DEKİ SATIŞLARINI 2016 YILINDA BİR ÖNCEKİ YILA GÖRE YAKLAŞIK **%30,6 ARTIRARAK 28.876 ADEDE YÜKSELTMİŞTİR.**

2015 YILINDA GLOBAL LANSMANI GERÇEKLEŞTİRİLEN “DÜNYANIN EN HIZLI VE EN GÜÇLÜ” SUV’U BENTAYGA 2016 YILINDA TÜRKİYE’DE SATIŞA SUNULDU.



BENTLEY&LAMBORGHINI



BENTLEY



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 modeller sunarak hızlı bir yükselişe geçmiştir.

2016: Sürdürülebilir başarı

2016 yılında Bentley markası sürdürülebilir başarısını korurken, Lamborghini markası da Huracan modeliyle birlikte rekabetteki yerini sağlamlaştırmıştır.

Geride bıraktığımız zorlu yıla rağmen Bentley markası toplam 14 satışın 4 adedini yeni SUV’si Bentayga ile gerçekleştirmiştir. Yıl boyunca Bentley, 2 GT Speed, 2 GT V8, 2 GT V8S, 2 GT Convertible ve 2 adet Flying Spur satış ve teslimatı gerçekleştirmiştir.

2016 yılında Lamborghini’de ise 4 Huracan ve 3 Aventador satışı yapılarak toplamda 7 adet araç satışı gerçekleştirilmiştir. Bu satışların 2 si Huracan Spyder ve Aventador Roadster olmak üzere performans ve lüksü bir arada sunan üzeri açılabilir modellerden oluşmaktadır.

Marka iletişimine devam

2016 yılında Bentley ve Lamborghini markalarına yönelik pazarlama iletişimi yatırımlarına devam edilmiştir. Yıl içinde gerçekleştirilen çalışmalardan satır başları şu şekildedir:

» Dünyanın en hızlı ve güçlü SUV’si Bentayga’nın lansmanı kapsamında 18-20 Nisan tarihlerinde basın test sürüşü gerçekleştirilmiştir. Toplam 500 km sürüş içeren organizasyon, Almanya Munich Havalimanı’ndan başlayarak Avusturya Kitzbühel’de

sonlanmıştır. Günlük gazetelerin katılımıyla gerçekleşen sürüşün geniş ve etkili yansımaları alınmıştır. 7-8 Aralık tarihlerinde de Marbella’da gerçekleştirilen Bentayga Diesel global medya organizasyonuna katılım sağlanmıştır.

» Automobili Lamborghini tarafından, 14-15 Aralık tarihlerinde Türk medya grubu

özelinde test sürüşü ve fabrika ziyareti organize edilmiştir. Otomotiv ve lifestyle basın katılımı olan organizasyonda Huracan ve Aventador modelleri test edilmiş, geniş kapsamlı yansımalar alınmıştır.

» Yıl boyunca Bentley Motors ve Automobili Lamborghini global pazarlama planları doğrultusunda sürdürülebilir iletişim çalışmaları gerçekleştirilmiştir.



PORSCHE TÜRKİYE, GLOBAL DİJİTALLEŞME STRATEJİSİNE PARALEL TASARLADIĞI SATIŞ, PAZARLAMA, SATIŞ SONRASI HİZMETLER VE YENİLİKÇİ DESTEK SİSTEMLERİ İLE 2016 YILINDA MÜŞTERİ MEMNUNİYETİNİ ARTIRMIŞTIR.

PORSCHE



PORSCHE

Yatırımlar

İstanbul Anadolu yakasında bulunan yeni showroom Doğuş Oto Kartal, 15 Ağustos tarihinde açılmış ve Türkiye genelindeki Porsche satış noktası sayısı 8'e yükselmiştir.

Modellerin performansı

2016 yılında Porsche'nin en çok satılan modeli, 514 adet ile Macan olmuştur. Macan modeli kompakt SUV segmentindeki pazar payını 2015 yılına göre %19 oranında artırmıştır. Macan modelini 232 satış adedi ile Cayenne modeli takip etmiştir. Cayenne modelinden sonra en yüksek satış adedi 28 adetle 911 modeline aittir. 911 modeli premium spor otomobil segmentindeki pazar payını %35 oranında artırmıştır. 2016 yılında spor otomobil segmentinde 2.0 litre motor seçeneği ile önemli rol oynayan 718 Boxster/Cayman modellerinden 27 adet satış gerçekleştirilmiştir. Panamera modeli 2016 yılındaki satışların 26 adedini oluşturmuştur.

İletişim faaliyetleri

Reklam ve PR etkinliklerinin öne çıktığı 2016 yılı boyunca, 45 dergide ilan çalışması, 34 kişinin katılımı ile 12 adet basın aktivitesi gerçekleştirilmiştir. Reklam alanında iletişim kurarken dijital

dünyanın dilinden faydalanılmış ve Macan 2.0 modeli hologram teknolojisi ile, yeni 911 Carrera 4S modeli ise blippar uygulaması ile hazırlanarak okurlara farklı bir deneyim yaşatılmıştır.

Basın lansmanları ile dolu bir yıl

Porsche 2016 yılına, 26-27 Ocak tarihlerinde Güney Afrika'nın Johannesburg şehrinde gerçekleştirilen Uluslararası Porsche 911 Carrera 4/4S, Targa 4/4S ve Turbo/S basın lansman etkinliği ile başlamış, 31 Ocak-2 Şubat tarihlerinde toplam 4 basın mensubunun katılımıyla Finlandiya Levi'de gerçekleştirilen Porsche Ice Force 2016 basın kış sürüş etkinliği ile devam etmiştir. 23-24 Şubat tarihlerinde Marsilya'da yeni 2.0 litre motorlu 718 Boxster Teknoloji Workshop basın etkinliği gerçekleştirilmiştir. Porsche Sürüş Merkezi'nde 14-15 Mart tarihlerinde yeni 911 basın lansmanı, 16-17 Mart tarihlerinde kadınlara özel basın sürüş etkinliği, 7-9 Haziran tarihinde ise basın mensuplarının katılımı ile sürüş etkinliği düzenlenmiş bu sayede tüm Porsche modelleri ile pistte sürüş deneyimi yaşatılmıştır. 28 Haziran tarihinde Berlin'de yeni Panamera dünya lansmanı yapılmıştır.

PR etkinlikleri ikinci yarıyılı da hız kesmeden devam etmiştir. 10-13 Temmuz tarihlerinde Cayenne & Macan GTS Romanya basın turu, 14-15 Temmuz tarihlerinde İsveç'te 718 Cayman Uluslararası basın günü, 28-30 Ağustos tarihlerinde Münih'te yeni Panamera TV basın turu, 23-25 Ekim tarihlerinde Polonya'da yeni Panamera basın lansmanı gerçekleştirilmiştir.

Deneyimsel pazarlama stratejisi

Porsche Sürüş Merkezi'nde 26-27 Mart, 12 Haziran ve 4-5-6 Kasım tarihlerinde toplam 241 kişinin katılımıyla gerçekleştirilen "Porsche on Track" sürüş etkinliklerinde, tüm Porsche modelleri davetliler tarafından test edilmiştir.

Sponsorluk projeleri

Porsche Driver's Selection butik ürünlerinin tanıtımı yıl boyunca farklı sponsorluk etkinliklerde yapılmıştır. 17 Mayıs tarihinde Four Seasons Otel'de The Palm ve 7 Haziran tarihinde Les Ottomans Otel'de düzenlenen Zubizu Yaz Alışverişi etkinlikleri bunlar arasında yer almıştır.

18 Haziran-28 Ağustos tarihleri arasında gerçekleştirilen yazlık mekan sponsorluğu kapsamında yeni 718 Cayman modeli lansman etkinliği gerçekleştirilmiştir.

02-03 Eylül tarihlerinde Bodrum Palmarina'da bulunan Anjelique'te gerçekleşen Antonis Remos konseri kapsamında sponsorluk çalışmaları yapılmış ve Porsche 911 Carrera 4S araç sergilenmiştir.

25 Eylül Pazar günü Porsche Club ve Genç İş Adamları Derneği üyelerinin katılımı ile Kemer Country'de brunch eşliğinde Porsche test sürüşü etkinliği düzenlenmiştir.

2015 yılı Porsche Golf Turnuvası birincilerinin katılımı ile Porsche Golf Cup World Final 9-12 Mayıs tarihlerinde Mallorca'da düzenlenmiş, ayrıca 8-9 Ekim tarihlerinde 2016 yılı Porsche Golf Turnuvası gerçekleştirilmiştir.

2016 yılı pazarlama etkinlikleri, 23 Aralık tarihinde gerçekleştirilen Porsche Club yılbaşı partisi ile son bulmuştur.

İletişim ödülleri

İlan çalışmaları içinde en özel proje olan Macan 2.0 hologram dergi ilanı çalışması, en prestijli pazarlama ödülllerinden biri olan Kristal Elma'da "En İyi Basın Uygulaması" kategorisinde Bronz Elma ödülünü almıştır.

Yazlık mekan sponsorluğu kapsamında gerçekleştirilen yeni 718 Cayman modeli lansman etkinliği ile Porsche Türkiye tarihinde ilk kez, ODD Satış ve İletişim Ödülleri etkinliğinde Yılın Outdoor Uygulaması kategorisinde 2016 Gadyatörleri'nden biri olmuştur.

Dijital dünya ile iç içe

Porsche online satış sistemi üzerinden Porsche Driver's Selection butik ürünlerinin satışına ilave olarak Porsche orijinal aksesuarlarının da satış entegrasyonu yapılmış ve online aksesuar satışına başlanmıştır.

2016 yılında dijitalleşen dünyada başrolü çeken akıllı telefonlara yönelik Porsche IOS uygulaması hem Porsche kullanıcılarına hem de Porsche tutkunlarının kullanımına sunulmuştur. Doğuş Teknoloji ile hazırlanan Porsche IOS uygulaması ile Porsche müşterilerinin kendi araçları hakkında bilgi sahibi olması, araçlarına uygun aksesuarlar hakkında bilgi edinebilmesi gibi özelliklerin yanı sıra Porsche sahibi olmayanların da Porsche markası hakkında detaylı bilgi edinebilmesi sağlanmıştır.

Satış sonrası hizmetlerde rekor

Porsche markasının, 2016 yılı sonunda %6 oranında artan araç parkına yönelik olarak gerçekleştirilen servis kampanyaları ve Porsche Aksesuar-Butik pazarlama çalışmaları sayesinde, aksesuar satışlarında %10'luk, butik satışlarında %15'lik, iş emri adedinde ise 2015 yılına göre %10,5'lik artış sağlanmıştır. Müşterilerin Yetkili Servis bağlılık oranı %79, satış sonrası hizmetlerde müşteri odaklı hizmet anlayışı sayesinde müşteri memnuniyet anketi puanı ise 110,8 olmuştur.

Porsche Türkiye, global dijitalleşme stratejisine paralel tasarladığı satış, pazarlama ve satış sonrası hizmetler aksiyonları, ürün gamındaki modellere adapte edilen yenilikçi destek sistemleri ile 2016 yılında müşteri memnuniyetini artırmış ve 827 adetlik satış gerçekleştirmiştir.

514

2016 YILINDA PORSCHE'NİN EN ÇOK SATILAN MODELİ, **514 ADET İLE MACAN OLMUŞTUR.**



VOLKSWAGEN TİCARİ ARAÇ, 2016 YILINDA TÜM ZAMANLARIN EN YÜKSEK SATIŞ ADEDİ VE TARİHİNDEKİ EN YÜKSEK PAZAR PAYINA ULAŞARAK, İTHAL TİCARİ ARAÇ SATIŞLARINDA LİDER OLMUŞTUR.

VOLKSWAGEN TİCARİ ARAÇ



Ticari Araç

2016

2016 yılında hafif ticari araç pazarında bir önceki yıla göre %6,5 daralma yaşanmış ve 226.782 adet araç satışı gerçekleşmiştir. Volkswagen Ticari Araç, 32.773 adet satışla hafif ticari araç pazarında %14,5 pay almış, ithal ticari araç pazarında ise %30,4 pazar payı ile liderliğini korumuştur. Volkswagen markası bu yıl üst üste 4. kez, binek ve ticari araç toplam satışıyla, en çok satılan marka unvanını kazanmıştır.

Volkswagen Ticari Araç'ın Transporter modeli 2016 yılında %48,2 pazar payı ile tarihindeki en yüksek pazar payına ulaşmış, 13.393 adet satış gerçekleşmiştir. Amarok modeli 3.643 satış adedi ile %18,6 pazar payına, Crafter modeli 3.605 adet satış ile %6,3 pazar payına, Caddy modeli ise 12.131 adet satış ile %17,6 pazar payına ulaşmıştır.

Yeni ürün lansmanları

2016 yılı Volkswagen Ticari Araç'ın güçlü modeli Amarok'un yeni kasasının lansmanını gerçekleştirdiği bir yıl olmuştur. Sınıfının en güçlü motoru olan 3 litre V6 motoru, teknoloji ve konfor üstünlükleri ile satışa sunulan Yeni Amarok'un tanıtımı, 360° iletişim stratejisiyle geniş çaplı gerçekleşmiştir.

Bir önceki nesilde kullanıcılarının beğenisini kazanan Comfortline donanımı, Transporter ile Şubat ayında pazara sunulmuştur. Transporter Comfortline, sunduğu üst düzey konfor ve standart ekipman özellikleriyle sınıfında fark yaratmıştır.

Volkswagen Ticari Araç'ın en çok sahip olunmak istenen modeli Caddy'nin, sunduğu zengin donanımıyla iddiasını daha da güçlendiren Caddy Exclusive versiyonu 2016 yılında Türkiye pazarına sunulmuştur. Türkiye'ye özel olarak sunulan Caddy Exclusive modelinin lansmanı etkin bir iletişim planı ile desteklenmiş, bunun da Caddy segment payının artışına olumlu etkisi olmuştur.

İlk defa 66 yıl önce üretilen ve kendi sınıfının yaratıcısı olan efsane Volkswagen T1 modelinin çift renkli tasarımından ilham alınarak yaratılan Caravelle Team modeli de 2016 yılının Ağustos ayında pazara sunulmuştur.

Marka iletişimi

Volkswagen Ticari Araç, hedef kitle odaklı pazarlama stratejisi doğrultusunda müşterilerinin bulunduğu mecraları ve müşteri profilini derinlemesine analiz ederek, iletişimini etkin bir şekilde

sürdürmüştür. Klasik mecralardan yeni medyaya kadar tüm iletişim kanallarında Volkswagen Ticari Araç markasının tanıtılması, müşterilerin bilgilendirilmesi ve ürünlerle tanıştırılması amacıyla yıl boyunca farklı projelere imza atılmıştır.

Volkswagen Ticari Araç, 1 milyonu geçen üye sayısı ile Facebook'un yanı sıra, Instagram ve YouTube gibi diğer sosyal medya platformlarında sunduğu müşteri odaklı yenilikçi ve dikkat çekici uygulamalar ve online mecralara taşıdığı müşteri memnuniyetini artırıcı hizmetlerle, sektöründe öncü çalışmalara imza atmaktadır.

Sosyal ve dijital kanallarda paylaşmak üzere, tüm modellerine ait "İleri Sürüş Keyfi" videoları hazırlanmıştır. Bu videolarda, araçlarda bulunan teknolojik ve elektronik sistemler "Nasıl Çalışır?" formatında anlatılmakta ve ürün özelliklerinin kullanıcılara doğru biçimde aktarılması amaçlanmaktadır. Bu sayede Volkswagen Ticari Araç modellerinden alınan faydanın ve müşteri memnuniyetinin artırılması hedeflenmiştir.

2016 yılında yayına alınan bir diğer sistem ise, Volkswagen Yetkili Satıcı ve Servislerinin kullandığı "Akıllı Turkuaz Ekranı" uygulamasıdır. Bu uygulama ile birlikte Volkswagen Ticari Araç kullanıcılarının online ve offline mecralarda kendi izinleri doğrultusunda bıraktıkları bilgiler analiz edilerek, kendilerine en uygun hizmetin sunulması hedeflenmektedir. Akıllı Turkuaz Ekranları, birçok bilgiyi sistem içinde belirli algoritmalarla göre hesaplayarak, satış veya servis danışmanının önüne işlenmiş olarak sunmakta, bu sayede müşteri ile iletişimin kalitesini artırmaktadır. Aynı zamanda ekrandaki veriler görselleştirilerek müşteriye daha hızlı dönüş yapılmakta ve showroom'daki zaman verimliliğinin artırılması hedeflenmektedir.

Müşteri ilişkileri yönetimi ve yetkili satıcı saha faaliyetleri

Volkswagen Ticari Araç, müşteri beklentilerinin her zaman bir adım önünde olma yaklaşımını 2016'da da sürdürmüştür. 2011'de başlatılan potansiyel müşteri ve dış ziyaret projesi sayesinde, potansiyel müşteri kaydı sayısı 2016'da 272.000'e ulaşmıştır. Yıl içinde 75.000 müşteri aktif olarak birebir ziyaret edilmiştir.

Satış sonrası hizmetler

2016 yılında Avek Çanakkale Yetkili Servisi'ni açarak müşterilerine sunduğu hizmet ağını daha da genişleten Volkswagen Satış Sonrası Hizmetler, Türkiye çapındaki Yetkili Servis noktasını 76'ya ulaştırmıştır. Yetkili Servislerde yılda 209.000 araç girişiyle ayda yaklaşık 17.500 müşteriye hizmet verilmektedir. 2016 yılında parça cirosu %7, işçilik cirosu ise %5 artış göstermiştir.

2017...

Volkswagen Ticari Araç, 2017'de de hafif ticari araç pazarındaki payını ve güçlü marka imajını koruma faaliyetlerini, ürün, Yetkili Satıcı saha faaliyetleri, satış sonrası hizmetler gibi tüm müşteri odaklı alanlarda aralıksız sürdürmeyi planlamaktadır. Geniş ve yenilenen ürün gamı, Doğu Otomotiv ve Volkswagen markalarının yarattığı güven, Türkiye geneline yayılmış Yetkili Satıcı ağı ve güçlü müşteri iletişimi, 2017 satış hedeflerine ulaşmakta Volkswagen Ticari Araç'ın en önemli araçları olacaktır.

13.393

VOLKSWAGEN TİCARİ ARAÇ'IN
TRANSPORTER MODELİNİN
2016 YILINDA 13.393 ADET SATIŞI
GERÇEKLEŞMİŞTİR.



SCANIA, 2016 YILINDA HER PROJEYE UYGUN ÇÖZÜMLERİ VE MÜŞTERİ ODAKLI ÇALIŞMALARIYLA PAZAR PAYINI %11,2'YE ÇIKARAK BUGÜNE KADARKİ EN İYİ SONUCU ELDE ETMİŞTİR.

SCANIA



İhtiyaç odaklı çözümler

2016 yılında Scania, iş ortaklarına her proje ve ihtiyaç anında marka olarak yanlarında olduğunu hissettirmiştir. "İşiniz, İşimiz" bakış açısıyla her zaman müşterilerin ve satış ve satış sonrasındaki tüm çalışan kadrosu ve yetkili servis teşkilatı ile iş ortaklarının yanında yer almıştır. Scania'nın, düşük yakıt tüketimi işletme maliyetlerini azaltırken, üstün konforu kullanıcı için büyük rahatlık sağlamaktadır. Bu sayede ağır vasıta pazarında yenilikçi ve güvenilir marka olmanın gururunu artan pazar payı ile kanıtlamıştır.

Başarılar

2016 yılında SESS (Scania Entegre Sürüş Sistemleri) projesi sayesinde, Scania araç sahiplerine, çalıştığı iş koluna özel kişiselleştirilmiş eğitim ve koçluk hizmetleriyle birlikte, akıllı filo yönetimi sistemi sunulmuştur. Scania araç sahipleri Doğuş Otomotiv Şekerpınar genel merkezdeki SESS Odası ve 5 Yetkili Satıcısında kurulu mSESS Laboratuvarı'na davet edilerek, araçlarında en yüksek seviyede operasyonel verimlilik ve yakıt tasarrufu sağlamak için gerekli bilgileri kolayca edinmektedir. Bu proje, dünya çapında tüm Scania genelinde örnek olarak kabul edilmiş ve diğer pazarlara sunulmuştur.

Scania'nın her yıl distribütörlerde gerçekleştirdiği global garanti denetleminde 2016 yılında Scania Türkiye en düşük hata oranını yakalayarak şampiyon olmuştur.

Scania artık daha dijital

2015 yılında açmış olduğu facebook hesabında 180.000 kullanıcı sayısına ulaşan Scania, 2016 yılında da Instagram, LinkedIn, Google Plus platformunda iş ortaklarıyla buluşmuştur.

2016 yılında bir diğer yenilemede web sitesi üzerinde gerçekleştirilmiştir. Yenilenen site, kullanımı daha kolay bir platforma dönüştürülmüştür.

2017 yılı

Scania, 2017 yılında dijitalleşmeye devam ediyor. Scania'm Sapasağlam, Scania'm Cepte, GeoVabis, Sürücü Ligi gibi yeni uygulamalarını 2017 yılında hayata geçirecektir. Bunun yanı sıra satış ve servis eğitimlerini de dijital ortamda vermeye başlayacaktır.

Scania teknolojik yenilikleri, ihtiyaca uygun çözümleri ve müşteri odaklı çalışmaları sayesinde iş ortaklarıyla olan ilişkilerini daha da güçlendirmeyi hedeflemektedir

180.000

SCANIA FACEBOOK HESABINDA
180.000 KULLANICI SAYISINA
ULAŞMIŞTIR.



SCANIA ENGINES, 2016 YILINDA, SCANIA CV'DE DÜNYA GENELİNDE 4. SIRAYA YÜKSELMİŞTİR. TÜRKİYE PAZARINDA İSE 2016 YILINDA DENİZ MOTOR SATIŞLARINI BİR ÖNCEKİ YILA GÖRE %260 ARTIRMİŞTİR.

SCANIA ENGINES



Scania Engines'den başarılı bir yıl daha

Scania Engines, 2016 yılında, Scania CV'de dünya genelinde 4. sıraya yükselmiştir. Türkiye pazarında ise 2016 yılında deniz motor satışlarını bir önceki yıla göre %260 artırmıştır.

2016 yılı sipariş performansı

Scania Engines, Türkiye'de 2016 yılında gerçekleştirilen 231 adet motor satışıyla pazar payını artırmış ve Scania'nın en çok ihracat yaptığı ülkeler arasında ilk 4 arasında yer almıştır.

Scania Engines, Türkiye'nin önde gelen jeneratör firmalarıyla hayata geçirilen iş birliği projeleri ile jeneratör motoru satışlarını ile pazar payını üst seviyelere taşımış ve bu alandaki başarısını kanıtlamıştır.

Deniz motorları ve deniz jeneratörleri müşteri çeşitliliğini genişleten Scania Engines, Bir önceki seneye göre Deniz motorları ve deniz jeneratör satışlarını %260 oranında artırmıştır.

Zengin ürün gamı

Doğuş Otomotiv, Scania Engines markası ile müşterilerine kara jeneratör motorları, deniz motorları, deniz jeneratör motorları ve endüstriyel motorlarını sunmaktadır.

Deniz motorları ürün yelpazesini yeni V8 motorlarla zenginleştiren Scania, müşterilerinin ihtiyaçları doğrultusunda 16,4 litrelik V8 kamyon motorlarını baz alarak yeni motor gamına ulaşmıştır. Kullanılan XPI yakıt enjeksiyonu teknolojisiyle silindirlere daha kısa zamanda yüksek basınçlı yakıt gönderilerek daha fazla güç elde edilen bu yeni motor gamında performans, kullanılan filtre teknolojisi sayesinde Scania'nın istediği seviyelere ulaşmıştır.

2017 yılı içerisinde Scania Engines doğalgaz ile çalışan motorları ve emisyon sınıfında IMO Tier 3 regülasyonlarına sahip motorları ile ürün yelpazesini zenginleştirmeye devam edecektir.

2017 hedefleri

Scania Engines, güvenilir bir çözüm ortağı olarak ürün yelpazesini genişletmek ve bu işkolundaki sürdürülebilir kalite ve pazar payını artırmak üzere faaliyetlerini sürdürmektedir. 2013 yılında kara jeneratörleri pazarında öncü jeneratör üreticileriyle başlayan iş ortaklığı, 2016 yılında olduğu gibi 2017 yılında da devam edecektir. Pazara olan hakimiyeti ve kaliteli ürün grubuyla Scania Engines, satış adetlerini 2017 yılında da artırarak pazar lideri olmayı hedeflemektedir.

Pazarlama faaliyetleri satışı desteklemektedir

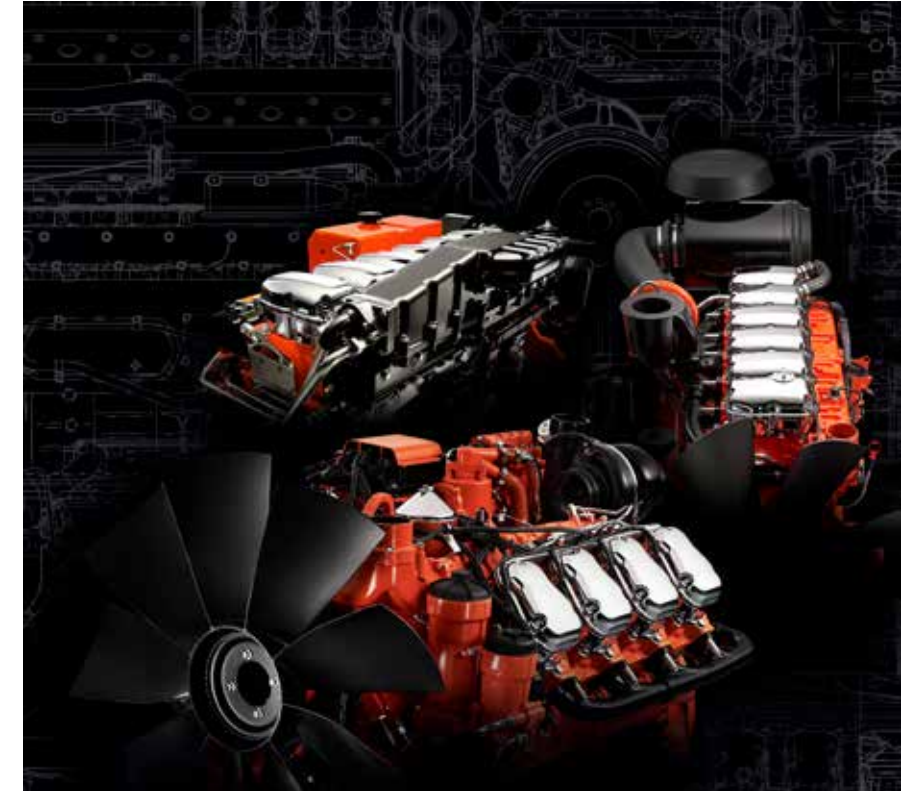
Scania Engines, pazara sunduğu yüksek teknoloji ürünlerinin yanı sıra basın haberleriyle de dikkatleri çeken bir markadır. Bu doğrultuda Scania Engines, 2014 yılında büyük filolarla yapılan satışlarını takiben, müşterileriyle birebir görüşebilme imkânı da sağlayan, basın eşliğinde teslimat töreni etkinlikleri düzenlemiştir.

Scania Engines, 2016 yılında; Scania CV tarafından açıklanan sonuçlar doğrultusunda dünya 4.'lüğe yükselmiştir.

Scania Engines; 2016 yılında deniz motor satışlarını bir önceki yıla göre %260 artırmıştır.

"Geniş Ürün Çeşitliliği"

Doğuş Otomotiv, Scania Engines markası ile müşterilerine kara jeneratör motorları, deniz motorları, deniz jeneratör motorları ve endüstriyel motorlarını sunmaktadır.



231

SCANIA ENGINES, TÜRKİYE'DE 2016 YILINDA GERÇEKLEŞTİRİLEN
231 ADET MOTOR SATIŞIYLA PAZAR PAYINI ARTIRMİŞTİR.

THERMO KING, TÜRKİYE’NİN ÖNDE GELEN GIDA VE İLAÇ TAŞIMACILIĞINDA ÜRÜNLERİN, SON TÜKETİCİYE ULAŞANA KADARKİ KALİTESİNİ VE GÜVENİRLİLİĞİNİ KORUYARAK TAŞIMA STANDARTLARINI BELİRLEMEKTEDİR.

THERMO KING



2016 yılı satış performansı

Soğutucu ünite sektöründe yıllardır pazar lideri olmaya devam eden Thermo King, 2016 yılında gerçekleştirdiği satışlar sayesinde pazar liderliğini korumuştur.

Her projeye özel soğutma ve ısıtma çözümleri ile müşterilerinin ihtiyaçlarına uygun ünite seçenekleri sunan Thermo King, Türkiye’nin önde gelen gıda ve ilaç taşımacılığında ürünlerin, son tüketiciye ulaşana kadarki kalitesini ve güvenirliliğini koruyarak taşıma standartlarını belirlemektedir.

Thermo King, 2016 yılında Avrupa’da en çok GDP ilaç sertifikasına sahip treyler satışı gerçekleştiren ilk 5 distribütör arasında yer almıştır. 2016 yılının Nisan ayında ise Türkiye’de ilk kez frigo dorsellerle ATP sertifikası vermeye başlamıştır.

Thermo King’ten Yenilikler

Thermo King, soğutucu pazarında teknoloji lideri olmaya devam etmektedir. Tracking hizmetini almış olduğu CelTrack firmasını

satın alarak bünyesine katan Thermo King, 2017 yılı içerisinde pazara sunacağı Treyler ünitelerinde uzaktan takip sistemini standart hale getirmeyi planlamaktadır.

Thermo King’i rakiplerinden farklılaştırarak bir adım öteye taşıyan TrackKing donanımı, GPS teknolojisini kullanarak 80’in üzerinde ülkede anlık veri takibi olanağı sağlamaktadır. Ek olarak Tracking, çift yönlü iletişim özelliği ile üniteye uzaktan erişim ile müdahale imkanı sunmaktadır.

2017 yılında ayrıca Bluebox teknoloji sayesinde şoför seyir halindeyken akıllı telefonu aracılığı ile üniteyi kontrol edebilecektir.

Güçlü yetkili satıcı ve servis teşkilatı

Thermo King bünyesinde hizmet veren Yetkili Satıcı ve Servis ekiplerine daha iyi hizmet vermek için çalışmalarını sürdürmektedir. 2016 yılında da verilen servis ve satış eğitimleri yoluyla gelişen teknolojiler hakkında bilgilendirme yapılarak, Yetkili Satıcı ve Servis ağına etkinliği artırılmıştır.

12. kez en iyi marka

Thermo King, Almanya’da yayımlanan ve ticari araç sektörünün en önemli yayınları arasında yer alan Lastauto Omnibus, Trans Aktuell ve Fernfahrer dergileri tarafından okur oyları ile düzenlenen “En İyi Marka” yarışmasının “Soğutucu Üniteler” kategorisinde 12. kez en iyi marka seçilmiştir.

Pazarlama ve iletişim faaliyetleri

2016 yılında gerçekleştirilen pazarlama faaliyetleri arasında, sektörel basın için hazırlanan reklam çalışmaları ve bülten çalışmalarının yanı sıra Yetkili Satıcı ve Servisleri destekleyen iletişim aktiviteleri ve müşterilerle iletişim kurma imkanı olan teslimat törenleri önemli yer tutmuştur.

Soğuk zincir taşımacılığı sektöründe pazar payını koruyan Thermo King, 2016 yılında her projeye uygun çözümleriyle başarısını sürdürmüştür.

“En İyi Marka”

Thermo King, Almanya’da yayımlanan ve ticari araç sektörünün en önemli yayınları arasında yer alan Lastauto Omnibus, Trans Aktuell ve Fernfahrer dergileri tarafından okur oyları ile düzenlenen “En İyi Marka” yarışmasının “Soğutucu Üniteler” kategorisinde 12. kez en iyi marka seçilmiştir.



THERMO KING, 2016 YILINDA AVRUPA’DA EN ÇOK GDP İLAÇ SERTİFİKASINA SAHİP TREYLER SATIŞI GERÇEKLEŞTİREN İLK 5 DİSTRİBÜTÖR ARASINDA YER ALMIŞTIR.

2016, HIZLI DEĞİŞEN KOŞULLARA AYNI HIZDA ADAPTE OLDUĞUMUZ BİR YIL OLDU. DOĞUŞ OTO, ÖLÇÜLEBİLİR, HESAP VEREBİLİR YÖNETİM MODELİYLE TÜM BAYİ TEŞKİLATINA ÖRNEK OLMAYA DEVAM ETMEKTEDİR.

DOĞUŞ OTO

**Doğuş Oto hakkında**

Doğuş Oto, temsil ettiği 7 marka için (VW Binek Araç, VW Ticari Araç, Audi, Porsche, SEAT, ŠKODA ve DOD) İstanbul, Ankara ve Bursa illerinde 6 noktada, yeni ve ikinci el araç, yedek parça ve aksesuar satışı yapmakta, müşterilerine sigorta, finans ve satış sonrası destek hizmetleri vermektedir. Doğuş Oto, hizmet kalitesini her yıl artırarak ilerleyişini sürdürmektedir.

Hedeflerini aşıyor

2016 yılı, başarılı satış ve servis rakamlarına ulaşılan bir yıl olmuştur. Doğuş Oto için 2016 yılında 62.394 yeni araç ve 2.407 adet ikinci el satışı yapılmıştır. Toplam 251.295 servis girişi ile belirlenen hedeflerin üzerine çıkılan bir yıl olmuştur.

Yeni yatırımlarla müşteriye daha yakın

2016 yılında, Volkswagen, Audi ve Porsche markalarının temsil edildiği Kartal tesisi hizmete açılmıştır. Maslak Bölgesi'nde Audi showroom ve servisi baştan aşağıya yenilenmiştir. Yine Maslak Bölgesi'nde ŠKODA markasının satışına başlandı. Esenyurt ve Etimesgut Bölgeleri'nde,

Volkswagen showroom ve servis alanları tamamen yeni konseptte uygun olarak yenilenmiştir. Etimesgut Bölgesi'nde VW showroomunun dijital showroom konseptiyle yenilenmesi çalışmalarına başlanmıştır. Bunların yanı sıra, ziyaretçilerin Audi dünyasıyla ilgili her konuda bilgi alabildiği, tüm Audi modellerinin birebir boyutlarındaki sanal versiyonlarını inceleyebildiği Audi City İstanbul müşterilerin beğenisine sunulmuştur.

Grup şirketleriyle ortak projeler

Doğuş Grubu'nun üniversite öğrencilerine destek vermek için geliştirdiği Sanata Bi Yer projesinde, showroamlar eserlerin sergilenmesi için kullanılmıştır. N11'in satış rekoru kırdığı Yılın En Uğurlu Kampanyası 11.11'de yalnızca birkaç dakika içinde 10 araç satılmıştır.

Zubizu ile ortak projeler geliştirerek daha fazla müşteriye ulaşılmıştır. Audi Twincup yarışmasında %74'lük başarı oranı ile Doğuş Oto Bursa birinciliği yakalamıştır. ŠKODA Türkiye'nin En İyi Yetkili Satıcı Ödülü'nü Doğuş Oto kazanmıştır.

Pazarlama faaliyetleri

Doğuş Oto'nun müşterileriyle sürdürdüğü dinamik ve karşılıklı ilişkinin yanı sıra mükemmel hizmeti sunma ve verimli çalışma anlayışı, sorumluluklarını en iyi şekilde yerine getirme heyecanını canlı tutmaktadır. 2016 yılı boyunca yapılan tüm pazarlama faaliyetlerinde Doğuş Oto'nun marka bilinirliğinin yükseltilmesi ve servis araç girişlerinin ve satışların desteklenmesinin yanı sıra, müşteri odaklı iletişim yoluyla müşteri sadakat ve memnuniyetinin artırılması da hedeflenmiştir.

Müşterileri tanımak amacıyla yapılan marka konumlandırma, pazarlama stratejileri belirleme ve

müşteri ilişkileri yönetimine yönelik etkinliklerin yanı sıra, müşterilerin Doğuş Oto'yu ne ölçüde tavsiye ettiğini, tavsiye etme ve etmeme nedenlerinin neler olduğunu derinlemesine analiz etmek amacıyla 2016 yılında bir NPS araştırması yapılmıştır. Bu araştırma, şirket içinde iyileştirilmesi ve güçlendirilmesi gereken alanların tespit edilmesine ve müşteri bağlılığının ölçülmesine yardımcı olmuştur.

Doğuş Oto, yaptığı her tür çalışmanın insanı anlamak temeline dayandığına inanmaktadır. Şirketin, 2017 yılında da müşterilerini tanımaya yönelik faaliyetleri artarak devam edecektir.

“Verimli Çalışma Anlayışı”

Doğuş Oto'nun müşterileriyle sürdürdüğü dinamik ve karşılıklı ilişkinin yanı sıra mükemmel hizmeti sunma ve verimli çalışma anlayışı, sorumluluklarını en iyi şekilde yerine getirme heyecanını canlı tutmaktadır.



62.394

DOĞUŞ OTO 2016 YILINDA
62.394 ADET ARAÇ SATIŞI
GERÇEKLEŞTİRMİŞTİR.

2016 YILINDA D-AUTO SUISSE SA, YENİ ARAÇ SHOWROOM KAPASİTESİNİ %40, İKİNCİ EL SHOWROOM KAPASİTESİNİ %300 VE SERVİS KAPASİTESİNİ %55 ORANINDA ARTIRMİŞTIR.

D-AUTO SUISSE



D-AUTO SUISSE SA

Portföye eklenen iki yeni marka ile lüks segmentte büyümeye devam

2016 yılında markalara katılan, Bentley ve D-Occasion markaları ile pazar payının artırılması hedeflenmektedir. Artan iş hacmine rağmen sürekli olarak süreç ve hizmet kalitesine yatırım yaparak müşterilere mükemmel bir perakende deneyimi sunmaya devam etmek planlanmaktadır.

DASSA hakkında

Doğuş Otomotiv'in bağlı ortaklığı D-Auto Suisse SA, 2009 yılının Eylül ayından bu yana faaliyetlerini İsviçre'nin 750.000 nüfuslu Vaud Kantonu'nda yer alan Lozan şehrinde, Porsche, Bentley ve D-Occasion markaları ile sürdürmektedir. Müşterilerine yeni ve ikinci el araç, yedek parça satışı yapan ve satış sonrası tüm hizmetleri sunan şirket, hizmet kalitesini ve güvenilirliğini her yıl artırarak gelişmektedir.

Başarılar

D-Auto Suisse SA, 2016 yılında 306 yeni ve 126 ikinci el araç satışı gerçekleştirmeyi başarmıştır. Yapılan 157 adetlik Macan satışı ile daha önce Porsche sahibi olmayan müşteri segmentlerindeki penetrasyonunu artırmaya devam etmektedir.

D-Auto Suisse SA, 4,5 milyon CHF yatırımla Lozan'da 6.300 m² alanda yeni bir showroom açılışı gerçekleştirmiştir. Bu yatırımla, yeni araç sergileme kapasitesi 12'den 17'ye, ikinci el araç sergileme kapasitesi 10'dan 40'a ve lift sayısı da 9'dan 14'e yükselmiştir. Yeni showroom'da faaliyetlerine başlayan Bentley ve yeni yaratılan lüks ikinci el bayi D-Occasion ile 2017 yılında 13 milyon CHF ek ciro elde edilmesi beklenmektedir.

Yeni yatırım ile birlikte kadroya alınan 10 yeni çalışan ile 2016 yılında da mümkün olan en iyi müşteri deneyimini sunmaya odaklanılmıştır.

Pazarlama faaliyetleri

Marka bilinirliğini artırmak, kampanyaları duyurmak ve yeni müşteri bulma hedefleri doğrultusunda yıl içinde birçok pazarlama aktivitesi düzenlenmiştir. Bu aktivitelerde Macan müşterileri, Porsche'nin spor araba modelleri ile tanıştirma hedefine de ulaşılmıştır.

Aralık ayı içerisinde, Bentley showroom'un resmi açılışı yapılmıştır. 150 davetlinin katıldığı açılışta mevcut ve potansiyel Bentley müşterilerine şirketin tanıtılması hedeflenmiştir.

2016 yılı itibarıyla kayıtlı müşteri adedi 7.700'e yükselmiştir. Bugüne kadar olduğu gibi bundan sonra da, lüks segmentte pazar payını n artırılması planlanmaktadır.

2016 yılında yapılan 4,5 milyon CHF yatırımla, D-auto Suisse SA, yeni araç showroom kapasitesini %40, ikinci el showroom kapasitesini %300 ve servis kapasitesini %55 oranında artırmıştır. Süreç kalitesi ve müşteri sadakatine odaklanarak, lüks segment penetrasyon oranının artırılması hedeflenmektedir.

“Lozan'da Showroom Açılışı”

D-Auto Suisse SA, 4,5 milyon CHF yatırımla Lozan'da 6.300 m² alanda yeni bir showroom açılışı gerçekleştirmiştir. Bu yatırımla, yeni araç sergileme kapasitesi 12'den 17'ye, ikinci el araç sergileme kapasitesi 10'dan 40'a ve lift sayısı da 9'dan 14'e yükselmiştir.



306

D-AUTO SUISSE SA, 2016 YILINDA 306 YENİ VE 126 İKİNCİ EL ARAÇ SATIŞI GERÇEKLEŞTİRMEYİ BAŞARMIŞTIR.

D-AUTO LLC, BİLGİ VE TECRÜBESİYLE
HARMANLADIĞI KALİTELİ HİZMETİNİ,
TOPLAM 7.500M²'LİK ALANDA 17 ÇALIŞANI İLE
MÜŞTERİLERİNE SUNMAKTADIR.

D-AUTO LLC



D-Auto LLC hakkında

%100 Doğuş Otomotiv sermayeli D-Auto LLC, 2013 yılında, Volkswagen ve Audi markalarıyla Irak distribütörlüğü anlaşmasını imzalayarak 2014 Temmuz ayında Erbil şehrinde faaliyetlerine başlamıştır. 2015 Aralık ayında Volkswagen Ticari Araç ile de Irak distribütörlüğü anlaşmasını imzalayan şirket, temsil edilen markalara bir yenisini daha ilave etmiştir.

D-Auto LLC, bilgi ve tecrübesiyle harmanladığı kaliteli hizmetini, toplam 7.500m²'lik alanda 17 çalışanı ile müşterilerine sunmaktadır.

2016 yılı faaliyetleri

2016 yılı, ekonomik durgunluğun artış gösterdiği, otomotiv sektörünün olumsuz yönde etkilendiği ve pazarın önemli ölçüde daraldığı bir yıl olmuştur.

D-Auto LLC, 2016 yılında 55 adet yeni araç satışı gerçekleştirirken, Audi markasında Q7 modeli

en beğenilen ürün olarak öne çıkmış, Volkswagen markasında ise CC modeli sportif yapısı ile müşterilerimizin en fazla ilgi gösterdiği ürün olmuştur.

D-Auto LLC, satış sonrası hizmetler alanında sunduğu kaliteli ve müşteri memnuniyeti odaklı hizmet anlayışı ile Volkswagen ve Audi kullanıcılarının beğenisini kazanmıştır. Yaşattığı kaliteli servis deneyimi ve eğitimli teknik personeli ile müşterilerinin tercih ettiği hizmet noktası olmayı başaran D-Auto LLC, 2016 yılında 2.128 araca servis hizmeti sunmuştur.

2017 hedefi

Ekonomik daralmanın devam edeceğine dair beklentilerin hakim olduğu pazar şartlarında, minimum maliyet yapısı korunarak, pazar payı gelişimi için marka tanıtım çalışmalarına ağırlık verilecektir. D-Auto LLC, üstün hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti anlayışı ile rakiplerinden ayrılmaya 2017 yılında da devam etmeyi planlamaktadır.



2.128

D-AUTO LLC, 2016 YILINDA
**2.128 ARACA SERVİS HİZMETİ
SUNMUŞTUR.**

MÜŞTERİ İHTİYAÇLARI VE YENİ EĞİLİMLERE UYGUN OLARAK YENİLENEN DOD YETKİLİ SATICI KONSEPTİ 2016 YILINDA AÇILAN YENİ SATIŞ NOKTALARINDA UYGULAMAYA BAŞLANMIŞTIR.

DOD



DOD'da yeni dönem

İlklerin markası olan DOD, müşteri deneyimini artıran ve Türkiye ikinci el otomobil sektöründe ilk defa hayata geçirilen dijital mecralardaki yeni projeleriyle sektördeki öncülüğünü 2016 yılında da sürdürmüştür. Artan tedarik adetleri ile desteklenen Yetkili Satıcı teşkilatı ve çeşitlenen stok yapısı sayesinde ikinci el otomobil sektöründeki yerini güçlendirmiştir.

2016'da DOD

İş birliği yapılan filo firması adedi 2016 yılında da artmaya devam etmiş, yapılan yeni anlaşmalar ile marka ve model çeşitliliği artırılarak, Yetkili Satıcılar'a geniş bir yelpazede daha fazla adet araç tedarik edilmiştir. Araç tedarik adedi 2015 yılına oranla %31 artmıştır. DOD nakit araç satışları ise 2015 yılına göre %9'luk büyümeye 928 adete ulaşırken, toplam Yetkili Satıcı satışları 22.534 adet olarak gerçekleşmiştir.

DOD perakende noktaları olan DOD City Esenyurt ve DOD Şekerpınar'da nakit alım süreçleri ve premium araç satışlarında yapılan iş modeli değişikliğine 2016 yılında da devam edilmiştir. Perakende noktalarında faaliyete başlanan tarihten itibaren en yüksek ciro, katma değer ve perakende satış adedine 2016 yılında ulaşılmıştır.

Satış noktaları ve hizmetlerde müşteri odaklı iyileştirmeler

Müşteri ihtiyaçları ve yeni eğilimlere uygun olarak yenilenen DOD Yetkili Satıcı konsepti 2016 yılında açılan yeni satış noktalarında uygulamaya başlanmıştır. Müşterilere daha hızlı ve kaliteli hizmet vermek amacıyla, sistem ve prosedür iyileştirmeleri gerçekleştirilmiş, tüm bu iyileştirmeler sonucunda araç alım-satım süreçleri kısaltılmış ve müşteri memnuniyeti hedeflenenin üzerinde gerçekleşmiştir.

Müşteri ilişkileri konusunda Yetkili Satıcılar tarafında yapılan organizasyon değişikliği ve DİM bünyesindeki DOD destek ekibine yapılan takviyelerle beraber, müşteri irtibatlarının sonlandırılma süresi 19 günden 4 güne indirilmiştir.

2016 yılında da devam eden DOD Garanti Eğitimleri sayesinde DOD Garanti penetrasyonu %8 seviyesine ulaşmıştır.

Geliştirmelerine 2016 yılında başlanan Tramer Sistemi Turkuaz Entegrasyonu ile DOD stoklarında bulunan tüm araçlar için hasar kaydının otomatik olarak ekspertiz formuna eklenmesi sağlanacaktır. 2017 ilk çeyreğinde tamamlanacak bu projenin, hem iş süreçlerine hem de müşteri memnuniyetine pozitif katkı sağlaması beklenmektedir.

Dijital yatırımlar

DOD stoklarında satışa sunulan ikinci el araçlar, seçilen pilot Yetkili Satıcılar'da 360 derece fotoğraflanmış ve DOD dijital platformlarına yüklenerek, kullanıcılara daha önce yaşamadıkları bir ikinci el araç inceleme deneyimi sunulmuş ve ikinci elde yeni bir döneme geçilmiştir.

Türkiye ikinci el otomobil pazarında bir ilk olan bu hizmetle beraber, dijital platformlardaki kullanıcı deneyimi artırılmış ve kullanıcılara araç içini fiilen görmeden detaylı inceleme imkanı sunulmuştur. Pilot lokasyonlarda başlayan DOD 360 projesine 2017 yılının ilk çeyreğinde tüm DOD Yetkili Satıcıları dahil edilerek, DOD stoklarındaki tüm araçların içlerinin 360 derece fotoğraflanması sağlanacaktır.

Müşterilere sunulan hizmet kalitesini ve tüm platformlarda erişilebilirliği artırmak amacıyla DOD mobil uygulaması iOS ve Android platformlarında yayına alınmıştır. DOD mobil uygulaması ile müşteriler, satışta olan tüm araçlara cep telefonlarından ulaşabilmekte; diğer ikinci el araç uygulamalarından farklı olarak araç kredi bilgileri ve ekspertiz raporunu da inceleyebilmektedirler.

Aktif ve vizyoner sosyal mecra kullanımına 2016 yılında da devam edilmiş, markanın ulusal ve yerel iletişiminde dijital mecralara yönelim artmıştır.

"DOD Mobil Uygulaması"

Müşterilere sunulan hizmet kalitesini ve tüm platformlarda erişilebilirliği artırmak amacıyla DOD mobil uygulaması iOS ve Android platformlarında yayına alınmıştır.



928

DOD NAKİT ARAÇ SATIŞLARI
928 ADEDE ULAŞMIŞTIR.

VDF, 2016 YILINDA MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ ODAKLI ÜRÜN VE HİZMET ANLAYIŞI İLE HEDEFLERİNİN ÇOK ÜZERİNDE BİR PERFORMANS GERÇEKLEŞTİRMİYİ BAŞARMIŞTIR.



vdf



vdf OTOMOTİV FİNANSMANI (VOLKSWAGEN DOĞUŞ FİNANSMANI A.Ş.)

Yenilikçi ürün ve hizmetleriyle müşteri memnuniyetini her zaman ön planda tutan vdf, 2016'da kredi ve sigorta adetlerinde rekor rakamlara ulaşarak hedeflerin üzerinde bir performans göstermiş, vdf Filo'yu da bünyesine katarak otomotiv sektörünün tüm segmentlerinde hizmet vermeye başlamıştır.

Volkswagen Grup markaları içerisinde ortalama %37 penetrasyon oranına sahip olan vdf, 2016 yılında bireysel taşıt kredilerinde "yaşayan kredi miktarı" bazında tüketici finansmanı şirketleri ve bankalar arasında pazar liderliğini sürdürmüştür.

vdf, 2016 sonu itibarıyla 86.500 adet yeni kredi vererek yaşayan kredi sayısını toplam 160.800 adede çıkarmış, bu rekor yükseliş sayesinde hedeflerini rahatlıkla aşmıştır. vdf, toplam yaşayan kredi hacmini bir önceki yıla göre %19 artırarak 5,9 milyar TL'den 7 milyar TL'ye yükseltmeyi başarmıştır.

vdf Otomotiv Finansmanı, 2016 yılında markalarla ortak düzenlediği satış, pazarlama ve müşteri sadakati kampanyalarıyla müşteri memnuniyetini ve bağlılığını artırmayı hedeflemiştir. 2016 yılında yaptığı anket sonuçlarına göre vdf, bir önceki yıla göre müşteri memnuniyeti puanını artırmayı başarmıştır.

vdf, 2016 yılında müşterilerinin ihtiyaçlarına özel sunduğu kredi, sigorta ve servis paketlerini genişleterek, otomotiv değer zincirinin her alanında müşterilerine hizmet vermeyi amaçlamaktadır.

vdf SİGORTA VE ARACILIK HİZMETLERİ A.Ş.

vdf Sigorta Hizmetleri, geniş deneyimi ve müşteri ihtiyaçlarının tespit edilerek karşılanması için geliştirilen özel ürün yelpazesi ile 2016 yılında da müşteri memnuniyetini en üst düzeyde gerçekleştirmiştir. Toplam 11 sigorta şirketinin acentesi olarak faaliyet gösteren vdf Sigorta Hizmetleri, markalı kasko, trafik, uzatılmış garanti ve kredi koruma sigortaları gibi birçok branşta bireysel ve grup müşterilerine hizmet vermektedir.

VW grup markalarının Yetkili Satıcıları bünyesinde faaliyet gösteren vdf Sigorta, 2016 yılında bayilerdeki şube sayısını 10 adet daha artırarak 60 şubeye ulaşmıştır. vdf Sigorta Hizmetleri, Volkswagen Kasko ile başlayan ve SEAT, ŠKODA, DOD, Audi Kasko ve Scania Kasko ile devam eden markalı kasko ürünlerine bu yılda MAN Kasko'yu da ekleyerek, markalara özel teminatlarla sektöründe fark yaratmıştır.

Toplam net prim üretimi ve yaşayan poliçe adedi bakımından 2016 yılında da en büyük acente unvanını koruyan vdf Sigorta,

2015 yılına göre toplam net prim üretimini % 25 oranında artırarak 300 milyon TL'den 374 milyon TL'ye yükseltmiştir. vdf Sigorta, 2016'te poliçe adedini de 311.500 poliçeye ulaşmıştır.

vdf FAKTORİNG HİZMETLERİ A.Ş.

2010 yılı Mayıs ayında aktif olarak faaliyete başlayan vdf Faktoring A.Ş., Türkiye genelinde 125 adet müşteriye faktoring ve finansman konusunda hizmet sunmaktadır. vdf Faktoring, 2016 yılında toplam 13 milyar TL işlem hacmine ve toplam 378 milyon TL aktif büyüklüğe ulaşmıştır. vdf Faktoring, sürekli ve istikrarlı büyüme ilkesiyle iş hacmini 2017 yılında da artırmayı hedeflemektedir.

Yenilikçi ürün ve hizmetleriyle müşteri memnuniyetini her zaman ön planda tutan vdf, 2016'da da kredi ve sigorta adetlerinde rekor rakamlara ulaşarak hedeflerin üzerinde bir performans göstermiş, vdf filo'yu da bünyesine katarak otomotiv sektörünün tüm segmentlerinde hizmet vermeye başlamıştır.

"378 Milyon TL Aktif Büyüklük"

2010 yılı Mayıs ayında aktif olarak faaliyete başlayan vdf Faktoring A.Ş., Türkiye genelinde 125 adet müşteriye faktoring ve finansman konusunda hizmet sunmaktadır. vdf Faktoring, 2016 yılında toplam 13 milyar TL işlem hacmine ve toplam 378 milyon TL aktif büyüklüğe ulaşmıştır.

160.800

VDF, 2016 SONU İTİBARIYLA
86.500 ADET YENİ KREDİ VEREREK
YAŞAYAN KREDİ SAYISINI **TOPLAM**
160.800 ADEDE ÇIKARMIŞTIR.

2016, HIZLI DEĞİŞEN KOŞULLARA AYNI HIZDA ADAPTE OLDUĞUMUZ BİR YIL OLDU. DOĞUŞ OTO, ÖLÇÜLEBİLİR, HESAP VEREBİLİR YÖNETİM MODELİYLE TÜM BAYİ TEŞKİLATINA ÖRNEK OLMAYA DEVAM ETMEKTEDİR.

TÜVTÜRK



TÜVTÜRK, 2016 yılında periyodik araç muayene hizmetleri başta olmak üzere tüm faaliyet alanlarında büyüme sağlarken, cirosunu %9,5 artışla 1 milyar 327 milyon TL'den 1 milyar 452 milyon TL'ye çıkarmayı başarmıştır. Bu cironun 242 milyon TL'si TÜVTÜRK İstanbul'un operasyonlarından temin edilmiştir.

Türkiye'nin en etkili Kamu Özel Sektör İşbirlikleri projesi olan TÜVTÜRK kurulduğu günden bugüne kadar kamuya yaklaşık 5,2 milyar TL'lik bir katkı sağlamıştır. 2016'da bu rakam 900 milyon TL olarak gerçekleşmiştir.

Müşterilerin daha kolay, daha konforlu ve daha iyi hizmet alması için geçmiş deneyimler ve talepler doğrultusunda yeni yatırımlar 2016 yılında da hız kesmeden devam etmiştir. Yıl içerisinde 2 yeni sabit istasyon, 3 ek kanal ve 8 adet idari bina genişletmesi tamamlanarak hizmete sunulmuştur. 2016 yılında operasyona başlayan Antalya Korkuteli, Gaziantep Şehitkamil istasyonları ile birlikte 204 sabit, 77 gezici, 5 motosiklet ve 13 gezici traktör istasyonla Türkiye'nin 81 ilinde hizmet verilmektedir.

İstanbul Dudullu istasyonu ile başlayan yeni konsept muayene istasyonu çalışmaları 2016'da devam etmiştir ve 2 istasyon daha bu

konseptte geçiş yapmıştır. Müşteri kabul ve bekleme alanları, cafe ve mescit gibi alanların iyileştirme ve geliştirme çalışmaları ile müşteri memnuniyeti ve beklentileri odağındaki hizmet anlayışı 2016'da da TÜVTÜRK'ün öncelikli hedefleri arasında yerini almıştır.

Trafik Güvenliğine Büyük Katkı

2016 yılında, bir önceki yıla göre %1,3'lük artışla 8 milyon 194 bin aracın periyodik araç muayenesi gerçekleştirilmiştir. Yapılan muayenelerde araçların %33,5'inin ağır kusurlu ya da emniyetsiz olduğu tespit edilmiştir. Tekrar muayeneye gelen 2 milyon 703 bin aracın %98'inin eksiklik ve kusurlarının giderildiği görülmüş, muayene tekrarında başarılı olan bu araçların trafiğe güvenli bir şekilde çıkması sağlanmıştır.

Egzoz Gazı Emisyon Ölçümü

2016 yılında 3 milyon 182 bin aracın egzoz gazı emisyon ölçümleri yapılmıştır. Adet olarak geçen yıla göre bu alanda %12,8'lik artış sağlanırken, bu hizmetin periyodik muayenelere oranı geçen yıla göre %4'lük bir artış göstermiş ve %39 seviyelerine ulaşmıştır.

Yola Elverişlilik Muayenesi

30 istasyonda verilen yola elverişlilik muayene hizmeti 2016 yılında 31 bin adet olarak gerçekleşmiştir.

Müşteri Deneyimi Ön Planda

Geçmiş yıllarda olduğu gibi, 2016 yılında da araç kullanıcılarının muayene hizmetini daha kolay ve hızlı almasına yönelik çalışmalar TÜVTÜRK'ün öncelikli hedefleri arasında yer almıştır. 2015 yılında kullanıcı ihtiyaçları ve dijital trendlere göre yenilenen online randevu sistemi, 2016 yılında da yapılan ek iyileştirmeler ve güncellemelerle müşterilerimize en iyi kullanıcı deneyimini yaşatmaya devam etmiştir. Bununla beraber toplamda 202 istasyonda tam randevulu olarak hizmet verilmeye başlanmıştır.

Sektörel Bilgi ve Tecrübenin Merkezi: TÜVTÜRK Akademi

TÜVTÜRK'ün, muayene süreci ve kalitesini artırmak amacıyla, Türkiye genelindeki 204 sabit, 5 motosiklet, 77 gezici istasyon ve 13 gezici traktör istasyonunda görev yapan 3 bin 500'ü aşkın çalışanına teknik ve yetkinlik eğitimleri verdiği TÜVTÜRK Akademi, 2013 yılında hizmet vermeye başlamıştır. İstanbul, Şile'de bulunan TÜVTÜRK Akademi'de, Mesleki Yeterlilik Eğitimleri, Teknik Eğitimler ve Yetkinlik Bazlı Eğitim & Gelişim Programları olmak üzere 3 ana başlıkta eğitimler verilmektedir.

TÜVTÜRK Akademi, Kurum'un teknik bilgi ve deneyimini, taşıma, lojistik ve otomotiv sektörüne açan bir eğitim merkezi olma yolunda ilerlemektedir. Trafik ve yolcu güvenliği bilincini artırmak amacıyla, TÜVTÜRK'ün araç muayenesi konusundaki uluslararası uzmanlık, bilgi, birikim ve tecrübelerini "Araç Bakımında Muayeneci Bakış Açısı" eğitim programı ile sivil toplum kuruluşları, meslek odaları ve ilgili sektör kuruluşları ile paylaşmaktadır.

TÜVTÜRK Akademi, Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı tarafından yetkilendirilmiş bir kurum olup 2015 senesi itibarıyla kendi bünyesinde bulunan teknik laboratuvarında en son güncellemelere uygun ekipmanları ve teknik eğitmenleri ile SRC 5 Tehlikeli Madde Taşımacılığı Sürücü Mesleki Yeterlilik Belgesi ve Tehlikeli Madde Güvenlik Danışmanlığı sertifikası vermeye devam etmektedir.

Bununla birlikte, T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı Çevre Yönetimi Genel Müdürlüğü tarafından verilen yetki ile egzoz emisyon ölçümünü gerçekleştirmeye yetkili "Egzoz Emisyon Ölçüm Personeli" de yetiştirmektedir. TÜVTÜRK

Akademi, 2017 yılında bu eğitim programlarının sayısını çoğaltarak trafik ve araç güvenliğine katkısını artırmayı hedeflemektedir.

Trafikte Sorumluluk Hareketi

Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı'nın koordinasyonunda, trafik güvenliği ve bireysel sorumluluklar konusunda toplumda farkındalık yaratmayı amaçlayan Trafikte Sorumluluk Hareketi 2010 yılında hayata geçirilmiştir. Farklı hedef gruplara özgü geliştirilen "Can Dostları Hareketi", "Trafikte Gençlik Hareketi" ve "İyi Dersler Şoför Amca" adlı alt projeler devam etmektedir. 2010-2013 yılları arasında yürütülen iki alt proje ("Güvenli Taşıt Hareketi" ve "Sorumlu Vatandaş Hareketi") tamamlanmıştır. 6 yılı geride bırakan proje kapsamında eğitim saha etkinlikleriyle 1 milyondan fazla kişiye doğrudan, iletişim faaliyetleriyle de 4,5 milyona yakın kişiye dolaylı erişim sağlanmıştır. Ayrıca Trafikte Sorumluluk Hareketi kapsamında bugüne kadar toplamda 11 adet ödül kazanılmıştır.

2016 yılı TÜVTÜRK için müşteri deneyimi ve operasyonel büyüme açısından verimli geçmiştir. Her yıl olduğu gibi 2016 yılında da hizmet kalitesi ve trafik güvenliğine katkı TÜVTÜRK'ün en önemli hedefleri arasında yer almıştır.

5,2 MİLYAR TL

TÜVTÜRK KURULDUĞU GÜNDEN BUGÜNE KADAR KAMUYA YAKLAŞIK 5,2 MİLYAR TL'LİK BİR KATKI SAĞLAMISTIR.



YEDEK PARÇA VE LOJİSTİK, SİNERJİNİN MODERN VE EN İYİ UYGULAMALARIYLA GELECEĞİN TEKNOLOJİSİNİ BİRLEŞTİRMENDE VE DOĞUŞ OTOMOTİV'İN TEMSİL ETTİĞİ DÜNYA MARKALARI İÇİN EŞSİZ BİR HİZMET ORTAYA ÇIKARMAKTADIR.



YEDEK PARÇA VE LOJİSTİK

Yedek parça ve lojistik hakkında

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

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

Her şey müşteriye hızlı ve doğru hizmet için

Yedek Parça ve Lojistik, operasyonun sorunsuz bir şekilde yürütülebilmesi amacıyla ileri bilgisayar teknolojileri ve değişen müşteri taleplerine hızlı uyum sağlayan stok yönetim sistemleri kullanmaktadır. Bu sayede yedek parça bulunabilirliği %99 seviyelerine ulaşmıştır. İzlenen etkin

fiyatlama ve fiyat konumlandırma politikalarının yanı sıra %50'ye yaklaşan ortak parça kullanım oranı, Yedek Parça ve Lojistik bünyesinde önemli bir sinerji oluşturmaktadır.

Yedek Parça ve Lojistik, verdiği hizmet kalitesini artırmak ve gelecek 10 yıl için artan iş hacmine bağlı sürekliliği sağlamak için, 2013 yılında mevcut kurulu kapasitesini iki katına çıkararak yeni bir tesisleşme hamlesi yapmıştır. 2014 yılında başlanan otomasyon sistemleri yatırımları ile yedek parça stoklama, depolama ve dağıtımında hız kazanarak hata oranını minimize etmiştir. 2016 yılında araç stok ve sevkiyat sahalarına UL-FM hidrant modeli ile dünya standartlarında bir yangın önleme sistemi kurulmuştur.

Yedek Parça ve Lojistik, araç lojistiği konusunda öncü vizyonu ile hayata geçirdiği "limandan sevkiyat" projesine limanda araç stoklama ve ithal etme kapasitesini artırarak devam etmiş, birden fazla taşıma firması ile limandan Yetkili Satıcılara araç dağıtımını yaparak müşteri teslim süresinde önemli iyileştirmeler sağlamıştır.

Yedek Parça ve Lojistik, atık yönetimi konusunda 2014 yılından itibaren Yetkili Servisleri de kapsayacak şekilde merkezi bir yapılanmaya gitmiş ve atıkların yönetimi ve toplanmasıyla ilgili başarılı hamleler yapmıştır. Bu kapsamda 2016 yılında yasal yükümlülüğünün üzerinde atık akünün toplanmasını sağlamıştır.

Sunulan ürün ve hizmetler

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

- » Tüm grup markası araçların ithalat ve homologasyon operasyonlarının yürütülmesi,
- » VW, Audi, SEAT, ŠKODA, Porsche, Bentley, Lamborghini ve Scania marka araçların antrepo ve stok sahalarında korunması ve Yetkili Satıcılara ulaştırılması,
- » VW, Audi, SEAT, ŠKODA, Porsche, Bentley, Lamborghini, Scania ve Thermo King markalarının yedek parça ve aksesuarlarının yurtdışına sipariş edilmesi, ithalatı, depolanması, stok yönetiminin yapılması ve Yetkili Servisler'e siparişlerine istinaden dağıtılması,

- » Yetkili Servisler'in kalitatif ve kantitatif parça bonus kriterleri ile ilgili hedef ve gerçekleştirmelerin takibi,
- » DOAŞ ve Yetkili Servisleri'in çevre mevzuatından kaynaklı yükümlülüklerinin eksiksiz yerine getirilmesi ve bu sayede kurumsal sorumluluğumuzun önemli bir parçası olan çevresel etkilerimizin azaltılması.

KALİTEYE ODAKLI İŞ YAKLAŞIMINI GELİŞTİRMENİN İÇİN

- » Yedek parça faaliyetlerinde strateji belirleyici olarak rol almak, vizyon yaratarak marka temsilcileriyle paylaşmak ve bu yolla grup markalarının pazar paylarının artmasında katma değer yaratmak,
- » Çalışan katılımı ile hız/kalite/maliyet eksenlerinde operasyonel mükemmellik sağlamak,
- » Etkin e-tedarik zinciri yönetimi (Endüstri 4.0) oluşturmak amacıyla dijitalleşme yatırımlarında öncü olmak, 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.

Yedek Parça ve Lojistik, 2016 yılında 186.300 adet aracın ithalatını ve 211.000 adet aracın Yetkili Satıcılar'a sevkiyatını gerçekleştirerek, yılı yedek parça ve aksesuar satışından elde edilen 837,8 milyon TL ciro ile kapatmıştır.

186.300

YEDEK PARÇA VE LOJİSTİK, 2016 YILINDA **186.300 ADET ARACIN İTHALATINI GERÇEKLEŞTİRMİŞTİR.**

DOĞUŞ SİGORTA, 30 YILI AŞKIN DENEYİMİYLE MÜŞTERİLERİNE SİGORTACILIK ALANINDA FARK YARATAN, GÜVENİLİR HİZMETLER SUNMAKTADIR.

KURUMSAL YÖNETİŞİM

DOĞUŞ SİGORTA



Deneyimli Bir Aracı Kurum

Bir Doğuş Holding ve Doğuş Otomotiv iştiraki olan Doğuş Sigorta Aracılık Hizmetleri A.Ş., 26 Mart 1984 tarihinde kurulmuş bir aracı kurumdur. Sigorta piyasasındaki yoğun rekabet de göz önüne alınarak, Doğuş Holding bünyesindeki iştiraklerin varlık ve taahhütlerinin operasyonel ve maliyet açısından en uygun şekilde teminat altına alınması amacıyla faaliyetlerini sürdürmektedir. Gerek Doğuş Grubu şirketlerine ve çalışanlarına, gerekse diğer müşterilerine her zaman en iyi sigortacılık hizmetlerini sunmayı ilke edinen Doğuş Sigorta Aracılık Hizmetleri, 2016 yılında da çalışmalarını bu doğrultuda sürdürmüştür.

» Finans, otomotiv, inşaat, medya, turizm ve hizmetler, gayrimenkul, enerji ve yeme-içme olmak üzere 8 sektörde faaliyet gösteren Grup şirketlerinin tüm sigorta işlemleri, Doğuş Sigorta tarafından takip edilmektedir.

- » Doğuş Kombine Sigorta programı çerçevesinde 2016 yılında yapılan poliçelerde tüm risklerin değerlendirilmesi ve fiyatlandırılmasında Doğuş Grubu şirketlerine önemli kapsam ve fiyat avantajı sağlanmıştır.
- » Doğuş Grubu şirketlerinin farklı sektörlerde faaliyet göstermesine paralel olarak sigorta ürün yelpazesi çeşitlendirilmiş ve yıl boyunca yapılan tüm çalışmalarda risk değerlendirme güncellemeleri yapılmıştır.
- » Doğuş Sigorta, 5 kişilik ekibi ile 2016 yılı prim üretimini bir önceki yıla göre %80 artış ile 59 milyon TL'ye, poliçe üretimini %15 artış ile 25.000 adede yükseltmiştir.

2017 Yılında da Büyümeye Devam

Türkiye'nin önde gelen sigorta şirketleriyle çalışarak müşterilerine en hızlı ve kaliteli hizmeti sağlayan Doğuş Sigorta, Doğuş Grubu'nun sigortacılık faaliyetlerini deneyim, birikim ve geniş kapsamlı ürün yelpazesiyle 2017 yılında da sürdürmeye devam edecektir.

25.000

DOĞUŞ SİGORTA, POLİÇE ÜRETİMİNİ
**%15 ARTIŞ İLE 25.000 ADEDE
YÜKSELTMİŞTİR.**



KURUMSAL YÖNETİŞİM İLKELERİNE UYUM RAPORU

Doğuş Otomotiv Servis ve Ticaret Anonim Şirketi'nde 31 Aralık 2016 tarihinde sona eren faaliyet döneminde aşağıdaki açıklamalar paralelinde Sermaye Piyasası Kurulu tarafından yayımlanan Kurumsal Yönetişim İlkeleri uygulanmıştır.

1. KURUMSAL YÖNETİŞİM İLKELERİNE UYUM BEYANI

Şirketimiz, 31.12.2016 tarihinde sona eren faaliyet döneminde Sermaye Piyasası Kurulu'nun 03.01.2014 tarih ve 28871 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan II-17.1 sayılı Kurumsal Yönetim Tebliği (kısaca Tebliğ) kapsamında eşitlik, şeffaflık, hesap verebilirlik ve sorumluluk kavramlarını benimsemiştir. Sermaye Piyasası Kurulu'nun 08.01.2016 tarih 2016/1 sayılı Bülteni'ndeki açıklamasına göre Şirketimiz, BİST 2. Grup Şirketler listesinde yer almaktadır. Kobirate Uluslararası Kredi Derecelendirme ve Kurumsal Yönetim Hizmetleri A.Ş.'nin hazırladığı metodolojide tanımlanan 401 kriter incelemesi sonrası, Şirketimizin Tebliğ'e büyük oranda uyum sağladığı görülmüştür. 15.12.2015 tarihi itibarıyla 94,21 (10 üzerinden 9,42) olan Kurumsal Yönetişim Derecelendirme notu, Şirketimizin bu alanda yaptığı sürekli iyileştirme çalışmaları neticesinde 15.12.2016 tarihi itibarıyla 95,06'ya (10 üzerinden 9,51) yükselmiştir. Notumuzdaki artışa en büyük katkı Yönetim Kurulu kategorisinden gelmiş olup, bu kategoride en yüksek nota sahip Şirket ödülüne Türkiye Kurumsal Yönetişim Derneği'nce Doğuş Otomotiv layık görülmüştür.

Bu sonuç, Şirketimiz için oluşabilecek risklerin önemli ölçüde tespit edildiğinin ve bu risklerin kontrol altına alınabildiğinin, pay sahipleri ile menfaat sahiplerinin haklarının adil şekilde gözetildiğinin bir göstergesidir. Aynı zamanda, kamuyu aydınlatma faaliyetleri ve şeffaflık alanlarında üst düzeye ulaşılmıştır. Bu kapsamda, Yönetim Kurulu'nun yapısı ve çalışma koşulları, Kurumsal Yönetişim İlkeleri ile uyum arz etmektedir.

ALT KATEGORİLER	AĞIRLIK	ALINAN NOT
Pay Sahipleri	0,25	94,76
Kamuyu Aydınlatma ve Şeffaflık	0,25	96,67
Menfaat Sahipleri	0,15	93,95
Yönetim Kurulu	0,35	94,61
TOPLAM	1,00	9,51

Kurumsal Yönetişim Derecelendirme Raporu'na, Şirketimizin web sayfasından ve <http://www.dogusotomotiv.com.tr/tr/yatirimci-iliskileri/yatirimci-iliskileri-1/kurumsal-yonetisim/raporlar/kobirate-kurumsal-yonetim-derecelendirme-raporu> linkinden ulaşılabilir.

Genel olarak; Şirketimiz Tebliğ kapsamında zorunlu olan ilkelere tam uyum sağlamakla beraber, zorunlu olmayan ilkelerin çoğunluğuna da uyum göstermekte olup, Kurumsal Yönetişim uygulamalarını geliştirmeye yönelik çalışmalarına devam etmektedir. Hâlihazırda uygulanmakta olan ilkeler dışında kalan ve aşağıda özetlenmiş olan henüz uygulanmayan hususlardan kaynaklanan herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Aşağıdaki hususlara ilişkin olarak, Esas Sözleşme'de bir hüküm veya uygulama bulunmamasına karşın, Türk Ticaret Kanunu, Sermaye Piyasası Kanunu ve ilgili mevzuat hükümleri uygulanmaktadır.

- » Genel Kurul Toplantıları, Genel Kurul Toplantı çağrılarında belirtildiği şekilde kamuya açık olarak yapılmaktadır.
- » Azlık haklarının kullanılmasına özen gösterilmektedir. Bununla beraber, hakların kapsamının genişletilmesi ve sermayenin yirmide birinden daha düşük miktara sahip olanlara da bu hakların tanınması, Esas Sözleşme'de yer almamıştır.
- » Çalışanların ve menfaat sahiplerinin Şirket yönetimine katılımı için destekleyici mekanizma ve modeller oluşturulmuştur. Madde 4.2. (Menfaat Sahiplerinin Yönetime Katılımı) konuya ilişkin detayları içermektedir.

Şirketimizin Yönetim Kurulu'nda hâlihazırda iki (2) kadın üye görev yapmaktadır. Şirketimiz Yönetim Kurulu'nca Sermaye Piyasası Kurulu Kurumsal Yönetişim İlkelerine göre oluşturulmuş Ücret ve Aday Gösterme Komitesi'nin önerisi doğrultusunda alınan 09/12/2016 tarih ve 2016/69 sayılı karar ile Yönetim Kurulu Seçme Kriterlerine "Doğuş Otomotiv Servis ve Ticaret A.Ş.'de Yönetim Kurulu üye adayları belirlenirken gözetilen en önemli faktör üyenin şirkete, ortaklara, kamuya ve tüm paydaşlara sağlayacağı katkısıdır. Diğer yandan Şirket, Yönetim Kurulu Üyeliği'nde kadınlara öncelik vermeyi kolaylaştırmayı ve kadınların karar mekanizmalarındaki konumunu güçlendirmeyi hedefler. Bu bakış açısıyla; Şirket, Yönetim Kurulu Üyesi seçimi yapılırken bilgi, deneyim ve yetkinlik açısından aynı özelliklere sahip adaylar içerisinde kadın üye seçimine öncelik verir. Ücret ve Aday Gösterme Komitesi bu konuyla ilgili gerek süre gerekse oran olarak Sermaye Piyasası Kurulu tarafından yayımlanan Kurumsal Yönetişim İlkelerine uyumun gözetimini sağlar." maddesi eklenmiştir.

Yönetim Kurulu'nda özeleştirici ve performans değerlendirilmesi yapılmakla birlikte, üyelerin bu değerlendirmeler çerçevesinde ödüllendirilme ve azledilme uygulaması bulunmamaktadır. Ancak Yönetim Kurulu Üyelerimizin Yönetim Kurulu ve Komite toplantılarına katılım, verilen katkı, bilgi, birikim ve deneyim paylaşımları göz önünde bulundurularak, Yönetim Kurulu'nun faaliyetlerine ilişkin performansı bir bütün olarak yıllık bazda değerlendirilmektedir.

Kurumsal Yönetişim İlkeleri'nin 4.6.5 nolu maddesi uyarınca Yönetim Kurulu Üyeleri'ne ve idari sorumluluğu bulunan yöneticilere verilen ücretler ile sağlanan diğer tüm menfaatler, yıllık Faaliyet Raporu vasıtasıyla kamuya toplu olarak açıklanmaktadır.

Şirketimizin mevcut yönetim uygulamaları Kurumsal Yönetişim İlkeleri ile uyumlu olmakla birlikte, Kurumsal Yönetişim İlkeleri çerçevesinde gelecekte bir değişiklik yapma planımız olduğu takdirde paydaşlarımız ayrıca bilgilendirilecektir.

2016 yılında olduğu gibi, önümüzdeki dönemde de Kurumsal Yönetişim İlkeleri içselleştirilerek, mevzuattaki gereklilik ve gelişmeler dikkate alınarak, uyum ve iyileştirme gerektiren alanlara çözüm üretme konusundaki istekli ve kararlı yaklaşımlarımız sürdürülecektir.

2. PAY SAHİPLERİ

2.1. Yatırımcı İlişkileri Bölümü

Şirketimizde pay sahipleri ile ilişkiler, Yatırımcı İlişkileri Bölümü tarafından yürütülmektedir. Yatırımcı İlişkileri Bölümü sorumluları:

Yatırımcı İlişkileri Bölüm Yöneticisi ve Kurumsal Yönetişim ve Sürdürülebilirlik Komite Üyesi
Halide Müge Yücel
Sermaye Piyasası Faaliyetleri Düzey 3 Lisansı (207941)
Kurumsal Yönetim Derecelendirme Uzmanlığı Lisansı (701487)

Yatırımcı İlişkileri Uzmanı
Bahar Efeoğlu Açar
Sermaye Piyasası Faaliyetleri Düzey 3 Lisansı (211136)
Kurumsal Yönetim Derecelendirme Uzmanlığı Lisansı (702008)

Yatırımcı İlişkileri İletişim:
Telefon: (0262) 676 90 58-59
Faks: (0262) 676 90 96
E-mail: yatirimciiliskileri@dogusotomotiv.com.tr

25 Mart 2016'da Şirketimizde, "Yatırımcı İlişkileri Bölümü Yöneticisi" olarak Sn. Halide Müge Yücel atanmış olup, konuya ilişkin bilgi, yapılan Özel Durum Açıklaması ile kamu ile paylaşılmıştır.

Yatırımcı İlişkileri Bölümü, pay sahiplerine ve potansiyel yatırımcılara yönelik olarak, kamuya açıklanmamış, gizli ve ticari sır niteliğindeki bilgiler hariç olmak üzere ve bilgi eşitsizliğine yol açmayacak şekilde, Şirket ile ilgili faaliyetler, finansal durum ve stratejiler hakkında düzenli bilgilendirme yapmanın yanı sıra gelen bilgi taleplerini yanıtlamakla sorumludur. Yatırımcı İlişkileri, Şirket ile mevcut ve potansiyel yatırımcıları arasında çift yönlü iletişim ve güvene dayanan bir köprü kurar.

KURUMSAL YÖNETİŞİM İLKELERİNE UYUM RAPORU

2016 yılı içinde, pay sahiplerinin başvuru ve sorularına herhangi bir ayırım yapılmaksızın telefon, e-posta veya bire bir görüşmeler yoluyla Yatırımcı İlişkileri Bölümü tarafından zamanında cevap verilmiştir. 2016 yılında 152'si ile bire bir, 82'si ile grup ve 10'u ile telekonferans yoluyla olmak üzere, toplam 244 yatırımcı kurum ile toplantı yapılmıştır. Yurt içi ve yurt dışında toplam 15 yatırımcı konferansına ve 3 roadshow'a katılım sağlanmıştır. Dönem içerisinde 1 analist grup toplantısı ve 3 çoklu katılımlı telekonferans kapsamında 101 analist çeyrekse finansallarımız ile ilgili konularda bilgilendirilmiştir. Kurumsal yatırımcılara bilgi vermek amacıyla Austin, Boston, Chicago, Dubai, Frankfurt, İstanbul, Londra, New York, Prag, Singapur, Stegersbach, Stockholm, Varşova ve Zürih'te gerçekleştirilen toplantılara katılım gösterilmiştir.

Yatırımcı İlişkileri Bölümü, 2016 yılında CFO/Mali İşler Genel Müdürü'nün yeni ataması sonrası, Mali İşler Direktörlüğü'ne bağlanmıştır. Bundan böyle, bölümün uygulayacağı Yatırımcı İlişkileri faaliyetleri proaktif olarak sürdürülecektir. Bölüm tarafından o yıla ilişkin düzenlenen "Yatırımcı İlişkileri Faaliyetleri ile Stratejik Planı" Kurumsal Yönetişim ve Sürdürülebilirlik Komitesi'nin onayına ve yıl içindeki tüm faaliyetlerini kapsayan dönemsel "Yatırımcı İlişkileri Faaliyetleri Bilgilendirme Dokümanı" hazırlanarak Komite'nin değerlendirmesine sunulmaktadır. Oldukça kapsamlı hazırlanan "Yatırımcı İlişkileri Faaliyet Raporu" ise yılda bir kez Yönetim Kurulu ile paylaşılmaktadır. Günlük ve haftalık raporlar konsolide edilerek, CFO/Mali İşler Genel Müdürü tarafından dönemsel olarak Yönetim Kurulu'na aktarılmaktadır.

2.2. Pay Sahiplerinin Bilgi Edinme Haklarının Kullanımı

Pay sahipliği haklarının kullanımını etkileyebilecek nitelikteki geçmişe dönük ve sürekli güncellenen bilgi ve açıklamalar, kapsamlı olarak Doğuş Otomotiv internet sitesi olan www.dogusotomotiv.com.tr adresinde Türkçe ve İngilizce dillerinde yatırımcıların kullanımına sunulmaktadır.

Özel Denetçi atanması talebi hakkı Esas Sözleşme'de ayrıca düzenlenmemiş olsa da, TTK'nın 438. maddesi uyarınca "Her pay sahibi, pay sahipliği haklarının kullanılabilmesi için gerekli olduğu takdirde ve bilgi alma veya inceleme hakkı daha önce kullanılmışsa, belirli olayların özel bir denetimle açıklığa kavuşturulmasını, gündemde yer almasa bile Genel Kurul'dan isteyebilir ve Genel Kurul istemi onaylarsa, Şirket veya her bir pay sahibi otuz gün içinde, Şirket merkezinin bulunduğu yerdeki Asliye Ticaret Mahkemesi'nden bir özel denetçi atanmasını isteyebilir." Ancak dönem içerisinde özel denetçi atanmasına ilişkin bir talep olmamıştır. Şirket faaliyetleri, Genel Kurul'da tespit edilen Bağımsız Denetim Kuruluşu tarafından periyodik olarak denetlenmektedir.

2.3. Genel Kurul Toplantıları

2015 yılı faaliyetlerine ilişkin Olağan Genel Kurul Toplantısı, 25 Mart 2016 tarihinde saat 10:00'da "Muallim Naci Caddesi, No: 26, Bentley İstanbul Showroom, Ortaköy-Beşiktaş / İstanbul" adresinde yapılmıştır.

Pay sahiplerinin toplantıya katılımını artırmak amacıyla, pay sahipleri arasında eşitsizliğe yol açmayacak ve pay sahiplerinin mümkün olan en az maliyetle katılımını sağlayacak şekilde, toplantı hem Şirket genel merkezinin bulunduğu mahalde hem de Elektronik Genel Kurul Sistemi üzerinden yapılmıştır.

Menfaat sahipleri ile medyaya açık olarak yapılan Olağan Genel Kurul Toplantısı'na ilişkin davet, kanun ve Esas Sözleşme'de öngörüldüğü gibi ve gündemi ihtiva edecek şekilde Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi'nin 2 Mart 2016 ve 9023 sayılı nüshasında ilan edilmek suretiyle, süresi içinde yapılmıştır. Aynı şekilde Şirketimiz; 6102 sayılı TTK 437'nci maddesi çerçevesinde pay sahiplerinin incelemesi için hazır bulundurulması gereken finansal tablolar, yıllık faaliyet raporu, denetleme raporları ve Yönetim Kurulu'nun kâr dağıtım önerisi ile ortaklığın ilgili mevzuat ve Kurumsal Yönetişim İlkeleri gereği yapması gereken bildirim ve açıklamaları da yine aynı tarihte pay sahiplerinin bilgisine sunulmuştur.

Olağan Genel Kurul Toplantısı'nda; 220.000.000 TL'lik sermayeye tekabül eden 220.000.000 adet hisseden 15.148 adet hisse asaleten, 188.214.300 adet hisse vekâleten olmak üzere, toplam 188.229.448 adet hisse temsil edilmiştir.

Şirket'in kurumsal internet sitesinde Genel Kurul Toplantı ilanı ile birlikte, Genel Kurul gündem maddelerini açıklayan bilgilendirme dokümanları da yayımlanmıştır. Bu kapsamda, açıklamanın yapıldığı tarih itibarıyla Şirket'in ortaklık yapısını yansıtan toplam pay sayısı ve oy hakkı ile Şirket sermayesinde imtiyazlı pay bulunup bulunmadığı hakkında bilgiler, pay sahipleri ile paylaşılmıştır. Şirket ve bağlı ortaklıklarının yönetim ve faaliyetleri hakkında bilgiler ile çıkar çatışmasına neden olabilecek işlemler, ilişkili taraflarla işlemler, teminat, rehin ve ipotekler konusunda bilgilere de yer verilmiştir. Genel Kurul gündemi hazırlanırken, gündem başlıkları açık ve farklı yorumlara yol açmayacak şekilde ifade edilmiş, "diğer" "çeşitli" gibi ibarelerin yer almamasına özen gösterilmiştir.

25 Mart 2016 tarihinde yapılan Olağan Genel Kurul Toplantısı'nda pay sahiplerinin soru sorma hakları ilgili mevzuat gereğince kullanılmış olup, gelen sorulara anında cevap verilmiştir. Gündem maddeleri ayrı ayrı oylanmış, oylar sayılıp pay sahiplerine toplantı bitmeden duyurulmuştur. Toplantı Başkanı, gündemde yer alan konuların tarafsız ve ayrıntılı bir şekilde, açık ve anlaşılabilir bir yöntemle aktarılmasına özen göstermiş, pay sahiplerine eşit şartlar altında düşüncelerini açıklama ve soru sorma imkânı vermiştir. Toplantı Başkanı, Genel Kurul Toplantısı sırasında pay sahiplerince sorulan ve ticari sır kapsamına girmeyen her sorunun doğrudan Genel Kurul Toplantısı'nda cevaplandırılmasını sağlamıştır. Toplantı sırasındaki sorular ile bu sorulara verilen cevaplara toplantı tutanaklarında yer verilmiş ve Şirket'in kurumsal internet sitesinde kamuya açıklanmıştır. Pay sahipleri, söz konusu toplantıya herhangi bir gündem maddesi konulmasına ilişkin olarak Yatırımcı İlişkileri Bölümü'ne yazılı talepte bulunmamıştır. Genel Kurul tutanakları internet sitemizde sürekli olarak pay sahiplerine açık tutulduğu gibi, Şirket merkezimizde de incelenebilmektedir.

Yönetim hâkimiyetini elinde bulunduran pay sahiplerinin, Yönetim Kurulu Üyeleri'nin, idari sorumluluğu bulunan yöneticilerin ve bunların eş ve ikinci dereceye kadar kan ve sıhrı hısımlarının, Şirket veya bağlı ortaklıkları ile çıkar çatışmasına neden olabilecek önemli bir işlem yapması ve/veya Şirket'in veya bağlı ortaklıklarının işletme konusuna giren ticari iş türünden bir işlemi kendi veya başkası adına yapması veya aynı tür ticari işlemlerle uğraşan bir başka şirkete sorumluluğu sınırsız ortak sıfatıyla girmesi ile ilgili olarak izin verilmesi hususuna da Genel Kurul gündeminde yer verilmiştir. 2015 faaliyet yılında anılan nitelikte işlem gerçekleşmemiş ve imtiyazlı bir şekilde ortaklık bilgilerine ulaşma imkânı olan kimseler hakkında ortaklığın faaliyet konusu kapsamında yaptıkları işlemlere ilişkin Yönetim Kurulu'na bilgi ulaşmamıştır.

SPK'nın II-17.1 sayılı tebliği hükümleri uyarınca, Şirket'in ilişkili taraflarla olan yaygın ve süreklilik arz eden varlık, hizmet ve yükümlülük transferleri işlemleri ve üçüncü kişiler lehine verilmiş olan teminat, rehin, ipotek ve kefaletler hakkında Genel Kurul'a bilgi verilmiş ve detaylar Faaliyet Raporu ve Konsolide Finansal Tabloları ile ilgili tamamlayıcı notlarında yer almıştır. Ayrıca bu bilgilere <http://www.dogusotomotiv.com.tr/tr/yatirimci-iliskileri/yatirimci-iliskileri-1/kurumsal-yonetisim/istirakler-ve-bagli-ortakliklar/iliskili-taraf-islemleri> adresinden ulaşılması mümkündür. Aynı şekilde, dönem içinde yapılan tüm bağış ve yardımların tutarı ve kullanıcıları hakkında da ayrı bir gündem maddesi ile ortaklara bilgi verilmiştir. Dönem içinde Şirketimiz Esas Sözleşmesi'nde bir değişiklik yapılmamıştır.

2.4. Oy ve Azlık Hakları

Şirketimizin tüm hisse senetleri hamiline yazılıdır ve Şirket kârına katılım içermemektedir. Oy haklarının kullanımına yönelik olarak Esas Sözleşmemizde imtiyaz bulunmamaktadır. Genel Kurul'da temsil ve oy kullanma şekline ilişkin düzenlemeler doğrultusunda oy hakları kullanılır. Sermaye Piyasası Kurulu'nun vekâleten oy kullanmaya ilişkin düzenlemelerine uyulur. Tüm pay sahiplerine eşit, kolay ve uygun şekilde oy kullanımı imkânı sağlanmaktadır. Genel Kurul bilgilendirme dokümanlarında; Şirket paylarının dağılımı, payların verdiği oy hakkı ve oy hakkında imtiyaz konusunda bilgi verilmektedir. Bir hissenin bir oy hakkı verdiği ve oy hakkında herhangi bir pay grubuna imtiyaz tanınmadığı açıkça ifade edilmektedir. Şirket'in beraberinde hâkimiyet ilişkisi getiren karşılıklı iştiraki bulunmamaktadır.

Azlık pay sahiplerinin Genel Kurul'a katılma, vekâletle temsil, oy hakkının kullanımında üst sınır uygulanmaması gibi temel pay sahipliği haklarının kullandırılmasında herhangi bir hak ihlali bulunmamaktadır. Bu anlamda azlık haklarının kullanılmasına özen gösterilmektedir. Şirketimiz Esas Sözleşmesi'nde, azlık paylarının yönetimde temsili ile birikimli oy kullanma yöntemine yönelik düzenlemeler yer almamaktadır.

KURUMSAL YÖNETİŞİM İLKELERİNE UYUM RAPORU

2.5. Kâr Dağıtım Politikası, Zamanı ve Şekli

Şirketimizin kâr dağıtım politikası; Türk Ticaret Kanunu, Sermaye Piyasası Kanunu ve sair ilgili mevzuat ile Esas Sözleşme'nin "Kârın Tespiti ve Dağıtımı" başlıklı 24. maddesi, "Kârın Dağıtım Zamanı ve Şekli, Temettü Avansı" başlıklı 25. maddesi ve "Yedek Akçe" başlıklı 26. maddelerinde açıklanan usul ve esaslar çerçevesinde, ülke ekonomisinin ve sektörün durumu da göz önünde bulundurulmak ve pay sahiplerimizin beklentileri ile Şirketimizin ihtiyaçları arasındaki denge gözetilmek suretiyle belirlenmiştir. Şirketimiz kârına katılım konusunda Esas Sözleşme'de imtiyaz bulunmamaktadır. Kâr dağıtımı; Yönetim Kurulu'nun aşağıda yer alan ilkeleri dikkate alınarak hazırlanan teklifi üzerine Genel Kurul tarafından kararlaştırılır. Buna göre pay sahiplerine yapılacak olan;

a) Kâr Payı Dağıtım Oranı:

Sermaye Piyasası Kurulu'nca belirlenen oran ve miktar saklı kalmak kaydıyla, sektörel ve ülke ekonomik şartlarında şirket faaliyetlerini etkileyebilecek nitelikte herhangi bir olumsuzluk bulunmaması halinde, Sermaye Piyasası mevzuatına göre hesap edilmiş dağıtılabilir kârın asgari %50'si dağıtılır. Yönetim Kurulu değerlendirmesi sonrası farklı bir oran veya tutar Genel Kurul'a sunulabilir.

b) Kâr Payının Ödeme Şekli:

Dağıtılmasına karar verilen kar payı ödemesi; nakit ve/veya bedelsiz hisse senedi olarak yapılır.

c) Kâr Payının Ödeme Zamanı:

Dağıtım tarihi; Genel Kurul sonrasında, mevzuatla düzenlenen tarih esas alınarak Yönetim Kurulu'nca belirlenir.

d) Kâr Payı Avansı:

Genel Kurul tarafından, Yönetim Kurulu'na kâr payı avansı dağıtım yetkisi verilebilir. Yönetim Kurulu'nca, verildiği yılla ve aldığı yetkiyle sınırlı olarak, fakat ülke ekonomisinin ve sektörün durumu dikkate alınarak kar payı avansı dağıtılması olanaklıdır.

25 Mart 2016 tarihinde yapılan Olağan Genel Kurul Toplantısı'nda 2015 yılı kârından, brüt 300.000.00-TL nakit temettü dağıtımı yapılmasına karar verilmiştir.

2.6. Payların Devri

Şirketimiz Esas Sözleşmesi'nde, pay sahiplerinin paylarını serbestçe devretmesini zorlaştıracı uygulamalar ve pay devrini kısıtlayan hükümler bulunmamakta olup, Şirketimizce payların serbestçe devredilebilmesini zorlaştıracı uygulamalardan kaçınılır. Payların devri konusunda Sermaye Piyasası Kanunu, Sermaye Piyasası Mevzuatı ve Türk Ticaret Kanunu'nun ilgili hükümlerine uyulur. Şirketimiz hisse senetleri yurt dışı borsalara kote değildir.

3. KAMUYU AYDINLATMA VE ŞEFFAFLIK

Şirket'in geçmiş performans ile gelecek beklentilerine ilişkin, ticari sır niteliği dışındaki bilgi ve gelişmelerin nasıl açıklanacağı Şirketimizin Bilgilendirme Politikası'nda belirtilmiştir. Bu doğrultuda Şirketimiz kamuya adil, zamanında, doğru, eksiksiz, kolay erişilebilir, anlaşılabilir, yorumlanabilir ve eşit şekilde bilgi aktarımında bulunmuştur. Bilgilendirme Politikası, mevzuat ile belirlenenler dışında kamuya hangi bilgilerin açıklanacağına, bu bilgilerin ne şekilde, hangi sıklıkla ve hangi yollardan kamuya duyurulacağına ve Şirket'e yöneltilen soruların yanıtlanmasında nasıl bir yöntem izleneceğine ilişkin bilgileri içermektedir.

Geleceğe yönelik bilgilerin kamuya açıklanmasına ilişkin esaslar da Bilgilendirme Politikası'nda yer almaktadır. Kamuya yapılacak açıklamalarda yer alan geleceğe yönelik bilgiler, tahminlerin dayandığı gerekçeler ve istatistiki veriler ile birlikte açıklanır. Bilgiler, dayanağı olmayan abartılı öngörüler içermez, yanıltıcı olmaz ve Şirket'in finansal durumu ve faaliyet sonuçları ile ilişkilendirilebilir nitelikte hazırlanır.

Şirket'te kamunun aydınlatılmasında yapılacak bildirimlerden sorumlu ve imza yetkisini haiz kişiler; Kerem Talih (Mali İşler Genel Müdürü - CFO); Yeşim Yalçın Maleri (Mali İşler Direktörü) ve Engin Kaya (Genel Muhasebe Müdürü)'dir. Adı geçen kişiler, kamuyu aydınlatma ile ilgili her türlü hususu gözetmek ve izlemek üzere görevlendirilmiştir.

Yatırımcıların yatırım kararlarını etkileyebilecek nitelikteki içsel veya sürekli bilgiler, olay ve gelişmeleri içeren özel durum açıklamaları, Sermaye Piyasası Kurulu'nun II-15.1 sayılı tebliği ve düzenlemelerine uygun olarak zamanında, tam, doğru, anlaşılabilir, yeterli ve yanıltıcı ifadelerden uzak olacak şekilde düzenlenerek, kamuya açıklanmıştır.

Özel durum açıklamaları, BİST ve SPK'nın konuyla ilgili düzenlemeleri çerçevesinde elektronik imzayla KAP sistemine gönderilmekte ve Şirketimizin kurumsal internet sitesinde ayrı bir başlık altında yayınlanmaktadır. Şirketimizce 2016 yılı içerisinde 72 adet özel durum açıklaması yapılmıştır.

Faaliyet Dönemi Sonrası Önemli Gelişmeler

31 Aralık 2016 - 28 Şubat 2017 tarihleri arasında gerçekleşen Duyuru ve Özel Durum Açıklamaları:

Yukarda belirtilen tarih aralığında gerçekleşen duyuru ve özel durum açıklamalarına ilişkin son durum detayları aşağıdadır:

5 Ocak 2017 - BIST Sürdürülebilirlik Endeksi Değerlemeye Tabi Tutulacak Şirketler Listesi

BİST Sürdürülebilirlik Endeksi Temel Kurallarının 5. maddesi gereğince, 2017 yılında değerlemeye alınacak şirketlerin belirlenmesi çalışması tamamlanmış olup, BİST 50 Endeksi kapsamında yer alan şirketlere ek olarak BİST 100 Endeksi'nde yer alan ve değerlemeye alınmak üzere bildirimde bulunan gönüllü şirketlerle birlikte toplam 63 şirketten oluşan liste yayınlanmıştır.

Vigeo EIRIS tarafından yapılacak değerlendirme çalışmasında şirketlerin 30/06/2017 tarihi itibarıyla kamuya açık olan bilgileri dikkate alınacak, bu değerlendirme çalışması sonucunda endeks seçim kriterlerindeki eşik değerleri geçen şirketler Kasım 2017 - Ekim 2018 döneminde BİST Sürdürülebilirlik Endeksi kapsamında yer alacaktır.

30 Ocak 2017 - Maddi Duran Varlık Alımı

Şirketimizin, otomotiv showroom ve servisi olarak kiracısı bulunduğu "İstanbul İli, Büyükçekmece İlçesi, 1761 Ada, 7 Parselde kayıtlı Esenyurt /İstanbul" da yer alan 37.361,72 m² yüzölçümlü taşınmaz, Terra Gayrimenkul Değerleme Şirketi'nce hazırlanan değerlendirme raporunda belirlenen bedele uygun olarak Doğuş Holding A.Ş.'den 186.500.000 TL'ye satın alınmıştır.

20 Şubat 2017- Meiller Doğuş Damper Sanayi Ve Ticaret Limited Şirketi - Sermaye Azaltımı hakkında

Şirketimizin % 49 oranında paya sahip olduğu ve faaliyetleri durdurulmuş olan Meiller Doğuş Damper Sanayi Ve Ticaret Limited Şirketi'nin 56.400.000,-TL olan sermayesinin, 44.165.380,90-TL'si geçmiş yıl zararlarından mahsup edilmek ve 12.000.619,10-TL'si nakit azaltım yapılmak suretiyle toplam 56.166.000,-TL azaltılarak 234.000,-TL'ye indirilmesine ilişkin başlatıldığı yasal süreç devam etmektedir.

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 bu bilgiler güncellenmektedir.

3.1. Kurumsal İnternet Sitesi

Kamunun aydınlatılmasında, Şirket'in kurumsal internet sitesi (www.dogusotomotiv.com.tr) aktif ve etkin bir platform olarak kullanılmakta ve burada yer alan bilgiler sürekli güncellenmektedir. Şirket'in internet sitesindeki bilgiler, ilgili mevzuat hükümleri gereğince yapılmış olan açıklamalar ile tutarlı olup, Şirketimizin kullanıcı dostu web sitesi 1 Kasım 2016 tarihi itibarıyla daha kolay kullanılabilir yeni bir görünüme kavuşturulmuştur.

Şirket'in internet sitesinde, mevzuat uyarınca açıklanması zorunlu bilgilerin yanı sıra ticaret sicili bilgileri, son durum itibarıyla ortaklık ve yönetim yapısı, Yönetim Kurulu, imtiyazlı payların olmadığına ilişkin bilgi, değişikliklerin yayımlandığı Ticaret Sicili Gazetelerinin tarih ve sayısı ile birlikte Şirket Esas Sözleşmesi'nin son hali, özel durum açıklamaları, yatırımcı bilgilendirme sunumları, finansal raporlar, faaliyet raporları, izahname, Genel Kurul Toplantıları'nın gündemleri, katılanlar cetvelleri ve toplantı tutanakları, vekâleten oy kullanma formu, iç yönerge, Kâr Dağıtım Politikası, Bilgilendirme Politikası, Ücretlendirme ve Tazminat Politikası, Şirket'in Kendi Paylarını Geri Alma Politikası, Bağış ve Yardım Politikası, Kurumsal Sürdürülebilirlik Politikaları, İnsan Kaynakları Politikası, Şirket tarafından oluşturulan Etik Kod ile Sıkça Sorulan Sorular başlığı altında Şirket'e ulaşan bilgi talepleri, soru ve ihbarlar ile bunlara verilen cevaplar yer almaktadır.

Şirket'in ortaklık yapısı, dolaylı ve karşılıklı iştirak ilişkilerinden arındırılmak suretiyle %5'ten yüksek paya sahip olan gerçek kişi pay sahiplerinin isimleri, pay miktarı ve oranları ile hangi imtiyaza sahip oldukları gösterilecek şekilde kamuya açıklanmıştır. İnternet sitesinde yer alan bu bilgiler, uluslararası yatırımcıların yararlanması açısından ayrıca İngilizce olarak da yayımlanmaktadır.

KURUMSAL YÖNETİŞİM İLKELERİNE UYUM RAPORU

Sermaye Piyasası Mevzuatı uyarınca kamuya açıklanması gereken finansal tablo bildirimleri, Türkçe'nin yanı sıra eşanlı şekilde İngilizce olarak da Kamuyu Aydınlatma Platformu'nda açıklanmaktadır. İngilizce açıklamalar, açıklamadan yararlanacak kişilerin karar vermelerine yardımcı olacak ölçüde doğru, tam, dolaysız, anlaşılabilir, yeterli ve açıklamanın Türkçesi ile tutarlı şekilde özet olarak sunulmaktadır.

3.2. Faaliyet Raporu

Yönetim Kurulu, Faaliyet Raporu'nu Sermaye Piyasası Mevzuatı'na ve SPK Kurumsal Yönetişim İlkeleri'ne uygun ve kamuoyunun Şirket'in faaliyetleri hakkında tam ve doğru bilgiye ulaşmasını sağlayacak ayrıntıda hazırlamıştır. Faaliyet Raporu, finansal tablolarla birlikte Kamuyu Aydınlatma Platformu (KAP) üzerinden kamuoyuna duyurulur. Yıllık Faaliyet Raporu, Türkçe ve İngilizce olarak hazırlanır ve kurumsal internet sitemizde kamuya açıklanır. Son beş yıllık faaliyet raporları internet sitemizde kamuoyu ile paylaşılmaktadır.

Faaliyet raporlarının içeriğinde;

- » Yönetim Kurulu Üyeleri ile üst düzey yöneticilerin özgeçmişleri, göreve başlama tarihleri ve sürelerine,
- » İşletmenin faaliyet gösterdiği sektör ve bu sektör içerisindeki yeri hakkında bilgiye,
- » İşletmenin finansman kaynakları ve çıkarılmış bulunan sermaye piyasası araçlarının niteliği ve tutarı hakkında bilgiye,
- » Dönem içinde Esas Sözleşme'de yapılan değişiklikler ve nedenlerine,
- » Finansal Raporlarda Sorumluluk Beyanı'na,
- » Kurumsal Yönetişim İlkelerine Uyum Raporu'na ve
- » Yıllık Faaliyet Raporu'na dair Bağımsız Denetçi Raporu'na ulaşmak mümkündür.

Ayrıca; mevzuatta ve Kurumsal Yönetişim İlkeleri'nin diğer bölümlerinde belirtilen hususlara ek olarak yıllık Faaliyet Raporları'nda;

- » Yönetim Kurulu Üyeleri ve yöneticilerin Şirket dışında yürüttükleri görevler hakkında bilgiye,
- » Bağımsız Yönetim Kurulu Üyeleri'nin bağımsızlığına ilişkin beyanlarına,
- » Yönetim Kurulu bünyesinde oluşturulan komitelerin üyeleri ve bu komitelerin toplanma sıklığı, yürütülen faaliyetleri de içerecek şekilde çalışma esaslarına ve komitelerin etkinliğine ilişkin Yönetim Kurulu'nun değerlendirmesine,
- » Yönetim Kurulu'nun yıl içerisindeki toplantı sayısına ve Yönetim Kurulu Üyeleri'nin söz konusu toplantılara katılım durumuna,
- » Şirket faaliyetlerini önemli derecede etkileyebilecek mevzuat değişikliklerinin bazıları hakkında bilgiye,
- » Şirket aleyhine açılan önemli davalar ve olası sonuçları hakkında bilgiye,
- » Çalışanların sosyal hakları, mesleki eğitimi ile diğer toplumsal ve çevresel sonuç doğuran Şirket faaliyetlerine ilişkin kurumsal sürdürülebilirlik faaliyetleri hakkında bilgiye,
- » Şirket'in Kurumsal Sürdürülebilirlik İlkeleri kapsamında hayata geçirdiği performansları içeren Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporları'nın bağlantılı linklerine,
- » Yönetim hâkimiyetini elinde bulunduran pay sahiplerinin, Yönetim Kurulu Üyeleri'nin, idari sorumluluğu bulunan yöneticilerin ve bunların eş ve ikinci dereceye kadar kan ve sıhrî yakınlarının, Şirket veya bağlı ortaklıkları ile çıkar çatışmasına neden olabilecek nitelikte işlem yapabilmesi ve rekabet edebilmesi için Genel Kurul tarafından önceden onay verilmesi gerekliliği hususları dâhil birçok bilgiye yer verilmiştir.

4. MENFAAT SAHİPLERİ

4.1. Menfaat Sahiplerinin Bilgilendirilmesi

Doğuş Otomotiv Grubu'nun menfaat sahipleri olan müşteriler, pay sahipleri, çalışanlar, iştirakler ve bağlı ortaklıklar, Yetkili Satıcı ve Servisler, tedarikçiler, OEM, devlet ve sosyal çevre, kendilerini ilgilendiren konularda bilgilendirilmektedir. Bilgilendirmeler; Kamuyu Aydınlatma Platformu'nda yapılan özel durum açıklamalarının, gerçekleştirilen Genel Kurul Toplantı tutanaklarının, Bağımsız Denetçi Raporları'nın ve finansal tabloların, bireysel ve kurumsal yatırımcılara yapılan sunumların ve Şirket hakkında üçüncü şahıslar tarafından hazırlanmış raporlar ve

Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporları'nın yazılı ve görsel medya kanallarında ve internet sitemizde yayımlanması suretiyle gerçekleştirilmektedir. Ayrıca her yıl yayınlanan Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporu kapsamında, her bir paydaş grubuyla gerçekleştirilen paydaş katılımı platformları ayrıntılı olarak açıklanmaktadır. Şirketimiz, faaliyetlerini doğrudan etkileyen ve kendilerini doğrudan etkilediği paydaş grubuyla tüm taraflara fayda sağlanan diyalog platformları oluşturmak, açık ve şeffaf bir iletişim stratejisiyle beklentilerini anlamak ve bu beklentilere yanıt verebilmek amacıyla paydaş katılımı çalışmalarını yürütmektedir.

Şirket stratejisine uygun olarak ve ilgili tüm 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, Şirket'le ilgili konular hakkında bilgilendirilmektedir. Dönemsel olarak düzenlenen yönetim bilgilendirme toplantılarıyla da başarılarla, stratejilere ve hedeflere yönelik unsurlar vurgulanarak, Şirket'in yol haritası çalışanlarla şeffaf bir şekilde paylaşılmaktadır. Ayrıca, telefon ile alınan sorular veya talepler hızla değerlendirilerek ilgili bildirimler yapılmaktadır.

Şirket'in kamuya açık tüm finansal raporları ve bilgileri, Doğuş Otomotiv Yatırımcı İlişkileri Bölümü tarafından doğru, eksiksiz, adil, geçerli ve anlaşılır bir biçimde kamu ile paylaşılmaktadır.

Varlıkların korunması/kullanımı, Şirket güvenliğinin sağlanması ve suiistimallerin önlenmesi/tespiti söz konusu olduğunda, menfaat sahiplerinin bu gibi durumları Riskin Erken Saptanması Komitesi'ne veya Denetimden Sorumlu Komite'ye iletebilecekleri mekanizmalar mevcuttur.

4.2. Menfaat Sahiplerinin Yönetime Katılımı

Kurumsal Yönetişim 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 Sürdürülebilirlik Raporu'nda yayınlanmakta, aynı zamanda üst yönetimin görüşlerine düzenli olarak sunulmaktadır. Şirket birimlerinin kritik çoğunluğunun temsilinden oluşan Kurumsal Sürdürülebilirlik Çalışma Grubu'nun faaliyetleri, düzenli olarak Yönetim Kurulu'na bağlı Kurumsal Yönetişim ve Sürdürülebilirlik Komitesi ile paylaşılmaktadır.

Müşteriler: Düzenli olarak bağımsız bir şirket tarafından müşteri memnuniyet anketleri yapılmaktadır. Müşteri ilişkileri'ne 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.

KURUMSAL YÖNETİŞİM İLKELERİNE UYUM RAPORU

4.3. İnsan Kaynakları Politikası

Bir hizmet şirketi olarak Doğuş Otomotiv, gücünü kurumsal değer olarak kabul ettiği insan kaynağından almaktadır. Bu çerçevede İnsan Kaynakları Politikamız;

- » Doğuş Grubu'nun değerlerini benimseyen (Biz samimiyetle çözer, uygular, geliştiririz),
- » Şirket dinamizminin 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 kazandırmayı, onların mesleki ve kişisel gelişimlerine katkı sağlamayı ve potansiyellerini en verimli şekilde kullanmalarına olanak tanımayı vurgulamaktadır. İnsan Kaynakları Politikası'na 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.

4.4. Etik Kod ve Kurumsal Sorumluluk

Doğuş Otomotiv Etik Kodu/Sürdürülebilirlik

Şirketimiz bünyesinde bir Etik Çalışma Grubu kurularak, yapılan düzenli ve titiz çalışmalar sonucunda Etik Kod hazırlama süreci tamamlanmış ve 2012 yılında hayata geçirilmiştir.

Doğuş Otomotiv Etik Kodu, sadece Şirketimiz yönetici ve çalışanlarını değil, tedarikçilerimiz de dahil olmak üzere birlikte iş yaptığımız tüm paydaşlarımızı işaret ederek, etik iş yapma anlayışımızı detaylı ve kapsamlı bir biçimde açıklamaktadır. Doğuş Otomotiv Etik Kodu şeklinde hem Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporumuz kapsamında hem de internet sitemiz üzerinden tüm paydaşlarımızla paylaşılmaktadır.

Etik Kod'un çalışanlarımız tarafından tam olarak anlaşılabilmesi amacıyla düzenlenen eğitimler, yüz yüze seanslar halinde ve soru-yanıt yöntemi kullanılarak oluşturulmuştur. Raporlama dönemi boyunca, 188 Doğuş Otomotiv çalışanına 376 adam/saat yüz yüze Etik Kod eğitimi sağlanmıştır. Böylece 2016 yılsonu itibarıyla Doğuş Otomotiv çalışanlarının %81'ine yüz yüze Etik Kod eğitimleri verilmiştir. Aynı dönemde işe başlayan 127 çalışana sağlanan 317,5 adam/saat e-oryantasyon eğitimi kapsamında Etik Kod ile ilgili bilgiler de yer almıştır. Doğuş Otomotiv Etik Kodu hakkında Yetkili Satıcı ve Servislerimiz düzeyinde de bilgilendirme çalışmaları devam etmiştir. Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporu kapsamına dahil edilen 20 Yetkili Satıcımız ve 3 tedarikçimizle gerçekleştirilen bilgilendirme toplantılarında Etik Kod ile ilgili ayrıntılı açıklamalar yapılmıştır.

Kurumsal Sorumluluk/Sürdürülebilirlik

Kurumsal Sorumluluk/Sürdürülebilirlik, sektörümüzün sosyal, ekonomik ve çevresel sorunlarıyla ilgili geliştirdiğimiz çözümleri belirlerken kullandığımız yöntemler ve tüm operasyonlarımızı kapsayan kurumsal davranış biçimimizdir.

- » Otomotiv değer zinciri aşamalarında güçlü ve güvenilir bir kurum olarak varlığımızı sürdürmek için çalışanlarımızın katkısına inanırız.
- » Yönettiğimiz markaların paydaşlarımız gözünde itibarını önemser, bu itibarın tüm sorumluluk alanlarımızdaki performansımızla paralel ilerlemesini sağlarız.
- » Daha güvenli, sağlıklı, çevreye duyarlı, konforlu ulaşım hakkının sosyal refahın bir parçası olduğunun bilincindeyiz.
- » Çalışanlarımız, müşterilerimiz, Yetkili Satıcı ve Servislerimiz ve tüm diğer kilit paydaşlarımızla açık iletişim, saygı ve hoşgörülü hizmet anlayışına dayalı diyalog platformlarıyla kendimizi sürekli geliştiririz.
- » Kilit paydaşlarımızın beklentilerini düzenli olarak sorgular, bu beklentilere en iyi yanıtı vermek için paydaşlarımızla iş birliği yaparız.
- » Uluslararası güven ve kalite anlayışının ülkemizdeki en önemli temsilcilerinden biri olarak, paydaşlarımızın bu konudaki farkındalığının ve performansının her geçen gün daha da artması için çaba harcarız.

- » Genç nesillerin benimseyeceği ve davranış değişikliği sağlayacak faaliyetlerle, trafikte güvenliğin yaşamsal değerine dikkat çekeriz.
- » Faaliyetlerimizin çevreye olan, muhtemel olumsuz etkilerini en aza indirmek için planlama yapar, politikalar belirler ve uygularız.
- » Çalışanlarımızın sosyal, ruhsal ve mesleki katkılarının Doğuş Otomotiv Grubu için yaşamsal değerini bilerek hareket eder, onların sağlık ve güvenliğini en üst düzeyde öncelikli kabul ederiz.

Sürdürülebilirlik ve Kurumsal Sorumluluk performanslarımızın detayları, Genel Bilgiler bölümü altında 4.13.4 Sürdürülebilirlik ve Kurumsal Sorumluluk Çalışmaları başlığı altında daha kapsamlı anlatılmıştır.

5. YÖNETİM KURULU

5.1. Yönetim Kurulu İşlevi

Yönetim Kurulu, aldığı stratejik kararlarla, Şirket'in risk, büyüme ve getiri dengesini en uygun düzeyde tutarak, akılcı ve tedbirli risk yönetimi anlayışıyla Şirket'in öncelikle uzun vadeli çıkarlarını gözeterek, Şirket'i idare ve temsil etmiştir. Yönetim Kurulu, Şirket'in vizyon ve misyonu doğrultusunda Şirket'in icra organları tarafından yapılan çalışmaları koordine etmiş, aynı zamanda Şirket faaliyetlerinin mevzuata, Esas Sözleşme'ye, iç düzenlemelere ve oluşturulan politikalara uygunluğunu gözeterek, Şirket yönetiminin performansını denetlemiştir. Kurul, Şirket'in en üst düzeyde karar alma, strateji tayin etme ve temsil yetkisine sahiptir.

Şirket'in Vizyon ve Misyonu ile Stratejik Hedefleri

Önceki yıllarda olduğu gibi 2016 yılında da, zor pazar koşullarına rağmen, Doğuş Otomotiv mevcut iş kollarında stratejisini gözeterek başarılı iş sonuçlarına imza atmıştır. Böylelikle, önümüzdeki dönemde de Şirket'in vizyon ve misyonu doğrultusunda maliyet yönetimimizi sürekli iyileştirmek, "tarafar müşteri" yaratmak ve tüm çalışanlarımız, iş ortaklarımız, müşterilerimiz ve hissedarlarımız için sürdürülebilir bir şekilde büyüyen verimli bir Şirket olmak hedefimizdir.

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 zinciri alanlarında verimli ve kârlı hizmet sunmayı hedefleyen bir otomotiv şirkettir.

Stratejimiz:

Şirketimizin genel ve uzun, orta ve kısa vade stratejileri, aşağıdaki hedefler üzerine kurulmuştur:

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,
- » Doğuş 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 hesaplı" yapacak önlem ve yöntemleri geliştirmeyi temel kurumsal stratejilerimiz olarak belirlemiş bulunmaktayız.

KURUMSAL YÖNETİŞİM İLKELERİNE UYUM RAPORU

Doğuş Otomotiv, stratejik planları doğrultusunda, kurulduğu günden bu yana sektördeki konumunu güçlendirmeye, Yetkili Satıcı ve Servis ağıının oluşturulup genişletilmesine ve temsilcisi olduğu markaların yurt içinde bilinirliğini ve imajını artırmaya önem vermektedir. Şirket, 2004 yılındaki halka açılma sonrası, bünyesindeki markaların ithalatçısı ve distribütörü olmasının yanı sıra, iş modelinde yer alan diğer ana ve yardımcı faaliyetlerin gelişimine ve performansına hem yerel hem global bakış açısıyla odaklanarak stratejisini geliştirmiştir.

Şirketimizin sürdürülebilir ve istikrarlı büyüme stratejisine dayanarak, çalışanlarımızla ve diğer paydaşlarımızla sinerji içerisinde, inovasyon ve teknolojiyi kullanarak geliştireceğimiz yeni uygulamaları sektörde ilk hayata geçiren kurum olmayı hedefliyoruz. Buna istinaden, ana ve yardımcı faaliyet kollarımızla ve hizmetlerimizle kaliteyi sürekli artırmak için yeni projeler üzerinde çalışmayı önceliğimiz olarak görüyoruz. Ayrıca, 20 yılı aşkın sürede kazanılan birikim ve deneyimlerimizle, yeni fırsatları değerlendirerek elde ettiğimiz başarılardan güç alarak ilerlemeyi arzu ediyoruz.

Doğuş Otomotiv'in uzun vadeli başarısının, ancak paydaşlarımızın yüksek memnuniyeti ile sürdürülmesinin mümkün olacağına bilincinde olarak, stratejimizi dört alan üzerine inşa ettik:

Müşteri Memnuniyetinin Bir Adım Ötesi: Taraftar Müşteri Yaratmak!

Ödün vermediğimiz müşteri memnuniyeti odaklı dinamik ve yakın hizmet anlayışımızla stratejimiz, müşterilerimize değerli olduklarını hissettirip, her türlü istek ve ihtiyaçlarına en üst düzeyde ilgi göstererek, kaliteli ve yaratıcı hizmet sunmaktır.

- » Müşteri yaşam evresinin her noktasında markalarımıza destek veren Değer ve İlgi Merkezi (DİM) birimi Kasım 2014'te faaliyete geçmiştir.
- » Önümüzdeki dönemde, "Connectivity" ile müşterilerimiz için her noktada bağlı ve ulaşılabilir olmak ve iletişim kurduğumuz her durumda taleplerine hızlı ve yaratıcı çözümler üretmek üzerine çalışılacaktır.
- » Dijital deneyimi müşteriler ile buluşturan sanal showroom konseptiyle, süregelen "mağaza" kültürünün geleceğini temsil eden "Audi City"lerde, araçları birebir boyutlarında görüntüleyebilen dev LED ekranlar ile tüm Audi modellerinin sanal versiyonları sergilenabilmektedir.

Verimlilik Artırarak Operasyonel Mükemmelliğe Ulaşmak!

Doğuş Otomotiv, 12 uluslararası markanın satış, servis ve yedek parça hizmetleri konusunda, 510'un üzerinde müşteri buluşma noktasıyla, Türkiye'nin lider otomotiv ithalatçısı ve distribütörü olarak faaliyetlerini optimum kârlılıkla sürdürmeyi hedeflemektedir.

- » Doğuş Otomotiv ve tüm Yetkili Satıcı/Servisleri tarafından kullanılan, üretici firma ve tedarikçileri de dahil ederek otomotiv süreçlerine değer katan internet tabanlı ve mobil cihazlarda kullanılan "Turkuaz" yazılımımız sürekli yenilenerek, dijitalleşme konusundaki hedeflerimize önemli ölçüde hizmet etmektedir.
- » Limandan sevkiyatta verimlilik çalışmalarının sürdürülmesi ve Şirketimizin satış adetlerine uygun olarak stok saha geliştirme projesinin hayata geçirilmesi planlanmaktadır.
- » Tüm hizmet noktalarımızdaki kalite standartlarının sürekli ölçümlenip gelişim alanlarının belirlenmesi ve Yetkili Satıcılarımızdaki kapasitelerin gözden geçirilip daha verimli çalışmaya imkân sağlayacak ortam ve işgücü düzenlemelerinin yapılması hedeflenmektedir.
- » İş hacmi ve yeni teknolojilerin hizmetlerimizde daha etkili kullanımı için personel altyapısı desteklenecektir.
- » Yeni iş kolları için sürekli yatırım değerlendirmeleri yapılarak, Şirket'in gelişim planları üzerinde çalışılacaktır.
- » Yalın Yönetim uygulamaları kapsamında çalışanlarımızın iş süreçlerinin verimliliğine katkı sağlamaları için gerekli programlar uygulanacak ve tasarruf odaklı süreç iyileştirme programları hayata geçirilecektir.

Otomotiv Pazarındaki Gücünü Korumak!

Şirketimiz, otomotiv sektöründeki pazar gücünü ve faaliyetlerindeki optimum kârlılığı korumayı hedeflemektedir.

- » Şirketimiz, temsilcisi olduğu uluslararası markaların Türkiye'de başarılı performans gerçekleştirebilmesine olanak sağlamaya ve markaların kattığı değer ve rekabet avantajıyla "beklentilerin üzerinde yaratıcı hizmet" vizyonu ve "müşteri memnuniyeti odaklı çalışma" prensibiyle istikrarlı bir şekilde büyümeye devam etmeyi amaçlamaktadır.

Mutlu Müşteri Yaratmanın İlk Şartı Mutlu Çalışanlardır!

İki bini aşkın değerli çalışanımıza ortak bir kültür sunan Şirketimiz, yenilikçi ve sürdürülebilir insan kaynakları uygulamalarına paralel olarak, çalışan memnuniyetini artırıcı projeler hayata geçirmektedir.

- » Şirketimiz, "Bir'iz" işveren markasıyla "birlikte hareket ediyor, bir iz bırakıyoruz" mesajı vermektedir.
- » "Gelişim Okulu-GO" platformu ile çalışanlar Şirket içi sosyal iletişimlerini kuvvetlendirirken, kişisel ve mesleki gelişim ve eğitim süreçlerinin takibini kendileri yapabilmektedir.
- » Yetenek Yönetimi kapsamında Şirketimizde koçluk ve mentorlük programları uygulanmaktadır.
- » "İşte Eşitlik" platformunun çalışmaları doğrultusunda, Şirketimizde kadınlara özel koçluk ve mentorlük eğitimleri sağlanmakta, bir üst yönetim seviyesine hazırlanmaları için fırsatlar sunulmaktadır
- » "Doğuş Otomotiv'in Rotası İnsan ve Eğitim" (DRIVE) projesi ile 7.500 çalışanın görev aldığı 510'un üzerinde Yetkili Satış ve Servis noktasında, insan kaynakları süreçlerinin geliştirilmesi amacıyla danışmanlık desteği sağlanmaktadır.

5.2. Yönetim Kurulu'nun Faaliyet Esasları

Yönetim Kurulu, faaliyetlerini şeffaf, hesap verebilir, adil ve sorumlu bir şekilde yürütmektedir. Yönetim Kurulu Başkanı ve Genel Müdür görevlerini farklı kişiler üstlenmişlerdir.

Yönetim Kurulu, Şirket ile pay sahipleri arasında etkin iletişimin korunmasında, yaşanabilecek anlaşmazlıkların giderilmesinde ve çözüme ulaştırılmasında öncü rol oynamaktadır. Yönetim Kurulu, bu amaca yönelik olarak Yatırımcı İlişkileri Bölümü ile yakın iş birliği içerisinde bulunmaktadır.

Yönetim Kurulu, görev ve sorumluluklarını yerine getirirken, yöneticiler ile de sürekli ve etkin iş birliği içerisinde. Gerekli görülen durumlarda yöneticiler Yönetim Kurulu toplantılarına katılmaktadır. Şirket'in Yönetim Kurulu Üyeleri ve yöneticilerinin yetki ve sorumluluklarına, Şirket Esas Sözleşmesi'nin 9., 10., 11., 12. ve 13. maddelerinde yer verilmektedir.

Şirketimiz Yönetim Kurulu Üyeleri, görevleri esnasındaki kusurları ile Şirket'te sebep olabilecekleri zarara karşılık, Doğuş Holding A.Ş. tarafından yapılan yıllık 25 milyon ABD doları tutarındaki şemsiye sigorta ile "Yönetici Sorumluluk Sigorta Poliçesi" kapsamına alınmışlardır.

Yönetim Kurulu çalışma usul ve esaslarına bakıldığında;

- » Yönetim Kurulu'nun idari yapısı, görev ve sorumlulukları,
- » Yönetim Kurulu Üyeleri'nin toplantıya çağırılmasına ve toplantıya hazırlanmasına ilişkin süreçler,
- » Yıllık toplantı sayısı ve toplantı planlaması hakkında bilgiler,
- » Toplantı gündeminin oluşturulma yöntemi,
- » Gündemde yer alan konularla ilgili bilgi ve belgelerin üyelere akış süreçleri,
- » Her üyenin bir oy hakkı olduğu,
- » Yönetim Kurulu Üyeleri'nin birbirlerine ve yöneticilerin Yönetim Kurulu'na bilgi verme yükümlülüğü,
- » Yönetim Kurulu'nun görev dağılımı ve komiteler,
- » Yönetim Kurulu'nun performansının değerlendirilmesi ve ilkelere sayılan daha birçok konu hükme bağlanmıştır. Uygulamada da bu yönetmeliğe uygun hareket edilmektedir.

KURUMSAL YÖNETİŞİM İLKELERİNE UYUM RAPORU

5.3. Yönetim Kurulu'nun Yapısı

Şirket Yönetim Kurulu bir (1) başkan ve sekiz (8) üye olmak üzere toplam dokuz (9) kişiden oluşmaktadır. Bu haliyle Yönetim Kurulu'nun oluşturulmasında en az beş (5) üyenin bulunması koşuluna uyulmuştur. Yönetim Kurulu Üyeleri'nin verimli ve yapıcı çalışmalar yapmaları, ayrıca komitelerin oluşum ve çalışmalarını etkin bir şekilde organize etmeleri bakımından yeterli üye sayısı sağlanmıştır. Yönetim Kurulu'nda bir (1) icrada görevli olan ve sekiz (8) olmayan üye bulunmaktadır. Üyelerin çoğunluğu, icracı olmayan üyelerden oluşmaktadır. Diğer yandan Yönetim Kurulu'nda icracı olmayan üyelerden üçü (3) Kurumsal Yönetişim İlkeleri'ndeki tanımlara uygun olarak bağımsız üye niteliğini haizdir. Bağımsız üyelerin mevzuat, Esas Sözleşme ve ilkelerde yer alan kriter çerçevesinde bağımsız olduğuna ilişkin yazılı beyanları Yönetim Kurulu'na sunulmuştur. Yönetim Kurulu'nda iki (2) kadın üye görev yapmaktadır. Şirketimiz Yönetim Kurulu'nca Sermaye Piyasası Kurulu Kurumsal Yönetişim İlkeleri'ne göre oluşturulmuş Ücret ve Aday Gösterme Komitesi'nin önerisi doğrultusunda Yönetim Kurulu'nda kadın üyeliğine ilişkin politikasını geliştirmiştir.

Şirketimiz Yönetim Kurulu Üyeleri'nin seçimi, SPK Kurumsal Yönetişim İlkeleri'nin IV. Bölümü'nde yer alan niteliklerle örtüşüp, Türk Ticaret Kanunu'nun ilgili maddelerine istinaden yapılmaktadır.

Yönetim Kurulu Üyeleri Aclan Acar, Osman Nezihi Alptürk, Hayrullah Murat Aka, Emir Ali Bilaloğlu, Gür Çağdaş, Özlem Denizmen Kocatepe, Recep Yılmaz Argüden, Ferruh Eker ve Emine Gülten Özgül'dür. Yönetim Kurulu Başkanı Aclan Acar'dır. Şirketimiz Yönetim Kurulu'nda üç bağımsız üye bulunmakta olup, Recep Yılmaz Argüden, Ferruh Eker ve Emine Gülten Özgül bağımsız üye olarak görev yapmaktadır. Üyeler, Yönetim Kurulu'nda iki (2) yıl süreyle görev yapmak üzere 25 Mart 2016 tarihli Genel Kurul'da seçilmiştir.

Yönetim Kurulu Üyelerimizin özgeçmişlerine sayfa 14'ten ulaşabilirsiniz.

Bağımsız Yönetim Kurulu Üyeleri Beyanları:

26 Şubat 2016

BAĞIMSIZLIK BEYANI

Doğuş Otomotiv Servis ve Ticaret A.Ş. (Şirket) Yönetim Kurulu'nda, mevzuat, esas sözleşme ve Sermaye Piyasası Kurulunun Kurumsal Yönetim Tebliğinde belirlenen kriterler kapsamında "bağımsız üye" olarak görev yapmaya aday olduğumu, bu kapsamda;

a) Şirket, şirketin ilişkili taraflarından biri veya şirket sermayesinde doğrudan ve dolaylı olarak %5 veya daha fazla paya sahip hissedarların yönetim ve sermaye bakımından ilişkili olduğu tüzel kişiler ile kendim, eşim ve ikinci dereceye kadar kan ve sıhrî hısımlarım arasında; son beş yıl içinde önemli görev ve sorumluluklar üstlenecek yönetici pozisyonunda istihdam, sermaye veya önemli nitelikte ticari ilişki kurulmadığını,

b) Son beş yıl içerisinde, başta şirketin denetimi, (vergî denetimi, kanunî denetim, iç denetimde dahil), derecelendirilmesi ve danışmanlığı olmak üzere, yapılan anlaşmalar çerçevesinde şirketin önemli ölçüde hizmet veya ürün satın aldığı veya sattığı şirketlerde, hizmet veya ürün satın alındığı veya satıldığı dönemlerde, ortak (%5 ve üzeri), önemli görev ve sorumluluklar üstlenecek yönetici pozisyonunda çalışmadığımı veya yönetim kurulu üyesi olarak görev almadığımı,

c) Bağımsız yönetim kurulu üyesi olmam sebebiyle üstleneceğim görevleri gereği gibi yerine getirecek mesleki eğitim, bilgi ve tecrübeye sahip olduğumu,

d) Mevzuata uygun olarak üniversite öğretim üyeliği haric, kamu kurum ve kuruluşlarında üye olarak seçildikten sonra tam zamanlı çalışmayacağımı,

e) Gelir Vergisi Kanunu'na göre Türkiye'de yerleşik sayıldığımı,

f) Şirket faaliyetlerine olumlu katkılarda bulunabilecek, şirket ile pay sahipleri arasındaki çıkar çatışmalarında tarafsızlığımı koruyabilecek, menfaat sahiplerinin haklarını dikkate alarak özgürce karar verebilecek güçlü etik standartlara, mesleki itibara ve tecrübeye sahip olduğumu,

g) Şirket faaliyetlerinin işleyişini takip edebilecek ve üstlendiğim görevlerin gereklerini tam olarak yerine getirebilecek ölçüde şirket işlerine zaman ayırabileceğimi,

h) Şirketin yönetim kurulunda son on yıl içerisinde altı yıldan fazla yönetim kurulu üyeliği yapmadığımı,

ı) Şirketin veya şirketin yönetim kontrolünü elinde bulunduran ortakların yönetim kontrolüne sahip olduğu şirketlerin üçten fazlasında ve toplamda borsada işlem gören şirketlerin beşten fazlasında bağımsız yönetim kurulu üyesi olarak görev almıyor olduğumu,

h) Yönetim kurulu üyesi olarak seçilen tüzel kişi adına tescil ve ilan edilmemiş olduğumu,

beyan ederim.

Saygılarımla,

Recep YILMAZ ARGÜDEN

26 Şubat 2016

BAĞIMSIZLIK BEYANI

Doğuş Otomotiv Servis ve Ticaret A.Ş. (Şirket) Yönetim Kurulu'nda, mevzuat, esas sözleşme ve Sermaye Piyasası Kurulunun Kurumsal Yönetim Tebliğinde belirlenen kriterler kapsamında "bağımsız üye" olarak görev yapmaya aday olduğumu, bu kapsamda;

a) Şirket, şirketin ilişkili taraflarından biri veya şirket sermayesinde doğrudan ve dolaylı olarak %5 veya daha fazla paya sahip hissedarların yönetim ve sermaye bakımından ilişkili olduğu tüzel kişiler ile kendim, eşim ve ikinci dereceye kadar kan ve sıhrî hısımlarım arasında; son beş yıl içinde önemli görev ve sorumluluklar üstlenecek yönetici pozisyonunda istihdam, sermaye veya önemli nitelikte ticari ilişki kurulmadığını,

b) Son beş yıl içerisinde, başta şirketin denetimi, (vergî denetimi, kanunî denetim, iç denetimde dahil), derecelendirilmesi ve danışmanlığı olmak üzere, yapılan anlaşmalar çerçevesinde şirketin önemli ölçüde hizmet veya ürün satın aldığı veya sattığı şirketlerde, hizmet veya ürün satın alındığı veya satıldığı dönemlerde, ortak (%5 ve üzeri), önemli görev ve sorumluluklar üstlenecek yönetici pozisyonunda çalışmadığımı veya yönetim kurulu üyesi olarak görev almadığımı,

c) Bağımsız yönetim kurulu üyesi olmam sebebiyle üstleneceğim görevleri gereği gibi yerine getirecek mesleki eğitim, bilgi ve tecrübeye sahip olduğumu,

d) Mevzuata uygun olarak üniversite öğretim üyeliği haric, kamu kurum ve kuruluşlarında üye olarak seçildikten sonra tam zamanlı çalışmayacağımı,

e) Gelir Vergisi Kanunu'na göre Türkiye'de yerleşik sayıldığımı,

f) Şirket faaliyetlerine olumlu katkılarda bulunabilecek, şirket ile pay sahipleri arasındaki çıkar çatışmalarında tarafsızlığımı koruyabilecek, menfaat sahiplerinin haklarını dikkate alarak özgürce karar verebilecek güçlü etik standartlara, mesleki itibara ve tecrübeye sahip olduğumu,

g) Şirket faaliyetlerinin işleyişini takip edebilecek ve üstlendiğim görevlerin gereklerini tam olarak yerine getirebilecek ölçüde şirket işlerine zaman ayırabileceğimi,

h) Şirketin yönetim kurulunda son on yıl içerisinde altı yıldan fazla yönetim kurulu üyeliği yapmadığımı,

ı) Şirketin veya şirketin yönetim kontrolünü elinde bulunduran ortakların yönetim kontrolüne sahip olduğu şirketlerin üçten fazlasında ve toplamda borsada işlem gören şirketlerin beşten fazlasında bağımsız yönetim kurulu üyesi olarak görev almıyor olduğumu,

h) Yönetim kurulu üyesi olarak seçilen tüzel kişi adına tescil ve ilan edilmemiş olduğumu,

beyan ederim.

Saygılarımla,

Ferruh EKER

26 Şubat 2016

BAĞIMSIZLIK BEYANI

Doğuş Otomotiv Servis ve Ticaret A.Ş. (Şirket) Yönetim Kurulu'nda, mevzuat, esas sözleşme ve Sermaye Piyasası Kurulunun Kurumsal Yönetim Tebliğinde belirlenen kriterler kapsamında "bağımsız üye" olarak görev yapmaya aday olduğumu, bu kapsamda;

a) Şirket, şirketin ilişkili taraflarından biri veya şirket sermayesinde doğrudan ve dolaylı olarak %5 veya daha fazla paya sahip hissedarların yönetim ve sermaye bakımından ilişkili olduğu tüzel kişiler ile kendim, eşim ve ikinci dereceye kadar kan ve sıhrî hısımlarım arasında; son beş yıl içinde önemli görev ve sorumluluklar üstlenecek yönetici pozisyonunda istihdam, sermaye veya önemli nitelikte ticari ilişki kurulmadığını,

b) Son beş yıl içerisinde, başta şirketin denetimi, (vergî denetimi, kanunî denetim, iç denetimde dahil), derecelendirilmesi ve danışmanlığı olmak üzere, yapılan anlaşmalar çerçevesinde şirketin önemli ölçüde hizmet veya ürün satın aldığı veya sattığı şirketlerde, hizmet veya ürün satın alındığı veya satıldığı dönemlerde, ortak (%5 ve üzeri), önemli görev ve sorumluluklar üstlenecek yönetici pozisyonunda çalışmadığımı veya yönetim kurulu üyesi olarak görev almadığımı,

c) Bağımsız yönetim kurulu üyesi olmam sebebiyle üstleneceğim görevleri gereği gibi yerine getirecek mesleki eğitim, bilgi ve tecrübeye sahip olduğumu,

d) Mevzuata uygun olarak üniversite öğretim üyeliği haric, kamu kurum ve kuruluşlarında üye olarak seçildikten sonra tam zamanlı çalışmayacağımı,

e) Gelir Vergisi Kanunu'na göre Türkiye'de yerleşik sayıldığımı,

f) Şirket faaliyetlerine olumlu katkılarda bulunabilecek, şirket ile pay sahipleri arasındaki çıkar çatışmalarında tarafsızlığımı koruyabilecek, menfaat sahiplerinin haklarını dikkate alarak özgürce karar verebilecek güçlü etik standartlara, mesleki itibara ve tecrübeye sahip olduğumu,

g) Şirket faaliyetlerinin işleyişini takip edebilecek ve üstlendiğim görevlerin gereklerini tam olarak yerine getirebilecek ölçüde şirket işlerine zaman ayırabileceğimi,

h) Şirketin yönetim kurulunda son on yıl içerisinde altı yıldan fazla yönetim kurulu üyeliği yapmadığımı,

ı) Şirketin veya şirketin yönetim kontrolünü elinde bulunduran ortakların yönetim kontrolüne sahip olduğu şirketlerin üçten fazlasında ve toplamda borsada işlem gören şirketlerin beşten fazlasında bağımsız yönetim kurulu üyesi olarak görev almıyor olduğumu,

h) Yönetim kurulu üyesi olarak seçilen tüzel kişi adına tescil ve ilan edilmemiş olduğumu,

beyan ederim.

Saygılarımla,

Emine Gülten ÖZGÜL

KURUMSAL YÖNETİŞİM İLKELERİNE UYUM RAPORU

5.4. Yönetim Kurulu Toplantılarının Şekli

Yönetim Kurulu, görevlerini etkin olarak yerine getirebileceği sıklıkta toplanmaktadır. Şirket Esas Sözleşmesi'nde Yönetim Kurulu toplantı sayısı, Yönetim Kurulu toplantı ve karar nisabına yer verilmiştir. Yönetim Kurulu toplantıları her yılın başında belirlenmekte ve katılımcılara duyurulmaktadır. Yönetim Kurulu'nun toplantı günleri önceden bütün üyelere sirküle edilmektedir. Yönetim Kurulu, 2016 yılında 11 kez toplanmış ve tüm toplantılara katılım sağlanmıştır. Katılımın olmadığı durumlarda ise genel usul çerçevesinde üyeler bilgilendirilmiş ve görüşleri alınmıştır. Yönetim Kurulu'nda görüşülen konular ayrıca toplantı notları haline getirilir ve saklanır. Yönetim Kurulu Üyeleri'nin her konuda farklı görüş açıklama ve bu konuda kararlara şerh düşme imkânı bulunmaktadır. Şirket'in stratejik hedefleri, faaliyet sonuçları ve performans göstergeleri Yönetim Kurulu tarafından düzenli aylık toplantılar aracılığıyla izlenmektedir.

Yönetim Kurulu'nda her üyenin bir oy hakkı bulunmakta olup herhangi bir üyeye veto hakkı tanınmamıştır. Yönetim Kurulu toplantıları, mevzuat ve Esas Sözleşme'nin Yönetim Kurulu toplantılarına ilişkin düzenlemelerine uygun yapılmaktadır.

Aşağıdaki tabloda Yönetim Kurulu Üyelerimizin 2016 yılında yapılan Yönetim Kurulu toplantılarına katılım durumları bilgisi verilmektedir:

	Katılım Oranı*
Aclan Acar	%100
Osman Nezihi Alptürk	%89
Hayrullah Murat Aka	%82
Emir Ali Bilaloğlu	%91
Gür Çağdaş	%89
Özlem Denizmen Kocatepe	%82
Recep Yılmaz Argüden	%82
Ferruh Eker	%100
Emine Gülden Özgül	%100

* 25 Mart 2016 tarihli Genel Kurul sonrası toplantı katılımları dikkate alınmıştır.

5.5. Yönetim Kurulu Bünyesinde Oluşturulan Komiteler

Yönetim Kurulu'nun görev ve sorumluluklarının sağlıklı bir biçimde yerine getirilebilmesi için Denetimden Sorumlu Komite, Kurumsal Yönetişim ve Sürdürülebilirlik Komitesi, Riskin Erken Saptanması Komitesi ve Ücret ve Aday Gösterme Komitesi mevcuttur. Yönetim Kurulu yapılanması gereği ayrı ayrı Ücret ve Aday Gösterme Komiteleri oluşturulmamış olup, bu komitelerin görevleri de Ücret ve Aday Gösterme Komitesi adıyla tek bir komite tarafından yerine getirilmektedir.

Komitelerin görev alanları, çalışma esasları ve hangi üyelerden oluşacağı Yönetim Kurulu tarafından belirlenmiş, yazılı dokümanlar olarak Yönetim Kurulu tarafından onaylanarak kamuya duyurulmuş ve Şirketin internet sitesinde yayınlanmıştır. Denetimden Sorumlu Komite üyelerinin tamamı Bağımsız Yönetim Kurulu Üyeleri'nden oluşmaktadır. Kurumsal Yönetişim ve Sürdürülebilirlik, Riskin Erken Saptanması ve Ücret ve Aday Gösterme Komiteleri'nin ise en az başkanları Bağımsız Yönetim Kurulu Üyeleri olup, bu Komitelerde İcra Kurulu Başkanı/ Genel Müdür görev almamıştır.

Komitelerin görevlerini yerine getirmeleri için gereken her türlü kaynak ve destek Yönetim Kurulu tarafından sağlanmıştır. Komiteler, gerekli gördükleri yöneticileri toplantılarına davet etmekte ve görüşlerinden faydalanmaktadır. Komiteler tarafından sunulmuş raporlar Yönetim Kurulu'nda değerlendirilerek Şirketimizce ilgili aksiyonlar alınmıştır.

Ayrıca Ücret ve Aday Gösterme Komitesi 2 farklı konuda danışmanlık firması ile çalışmaktadır.

1. Yönetim Kurulu'nun değerlendirilmesi ve etkinliğinin geliştirilmesi konusunda ARGE Danışmanlık A.Ş.'den danışmanlık hizmeti alınmaktadır. Anılan firmanın, Şirketimizle danışmanlık hizmeti dışında sermaye konusunda herhangi bir bağlantısı bulunmamaktadır. Yalnız Şirketimiz Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi Recep Yılmaz Argüden, ARGE Danışmanlık A.Ş.'de Yönetim Kurulu Üyesi'dir. Aldığımız danışmanlık kapsamında ise firma yetkililerinden Dr. Erkin Erimez ile çalışılmıştır.

2. İcra Kurulu Dinamikleri Değerlendirme ve Liderlik Gelişim Projesi konusunda RB Yönetim Danışmanlığı A.Ş.'den (Odgers Berndtson) danışmanlık hizmeti alınmaktadır. Anılan firmanın Şirketimizle danışmanlık hizmeti dışında sermaye, yönetim gibi konularda herhangi bir bağlantısı bulunmamaktadır.

DENETİMDEN SORUMLU KOMİTE

Ferruh Eker (Başkan - Bağımsız YKÜ)
Recep Yılmaz Argüden

SPK Kurumsal Yönetişim İlkeleri çerçevesinde tanımlanmış Bağımsız Yönetim Kurulu Üyeleri'nden oluşan Denetimden Sorumlu Komite, faaliyetlerini Komite Yönetmeliği çerçevesinde gerçekleştirmektedir. Denetimden Sorumlu Komite, muhasebe, denetim, iç kontrol sistemi ve finansal raporlama uygulamaları ile ilgili olarak Yönetim Kurulu'na gözetim görevinde yardımcı olmaktadır.

Bu kapsamda Denetimden Sorumlu Komite; Yönetim Kurulu adına, Şirket'in iç denetim, iç kontrol ve risk yönetiminin etkinliğine ve yeterliliğine, bu sistemler ile muhasebe ve raporlama sistemlerinin Sermaye Piyasası Mevzuatı'na ve bu düzenlemede yer alan esaslara uygun olarak işleyişine, üretilen bilgilerin bütünlüğüne, iç kontrol sistemi ve bağımsız denetimle ilgili olarak Şirket'e ulaşan şikâyetlerin incelenmesi ve sonuca bağlanmasına, muhasebe ve bağımsız denetim konularındaki bildirim ve ihbarların gizlilik içinde değerlendirilmesine yönelik yöntem ve kriterlerin belirlenmesini sağlar.

Komite, finansal bilgilerin kamuya açıklanması, bağımsız denetim faaliyetlerinin düzenli olarak izlenmesinin yanı sıra, görev ve sorumluluk alanı ile ilgili tespit ve değerlendirmeleri çerçevesindeki hususlar hakkında Yönetim Kurulu'na bilgi vermektedir.

Denetimden Sorumlu Komite, kamuya açıklanacak yıllık ve ara dönem finansal tabloların, Şirketin izlediği muhasebe ilkeleri ile gerçeğe uygunluğuna ve doğruluğuna ilişkin değerlendirmelerini, Şirket'in sorumlu yöneticileri ve bağımsız denetçilerinin görüşlerini de alarak kendi değerlendirmeleriyle birlikte yazılı olarak bildirir. Konuyla ilgili olarak, 2016 yılında Yönetim Kurulu'na toplam dört (4) defa yazılı bildirim sunulmuştur.

Komite tarafından 2016 yılında altı (6) toplantı gerçekleştirilmiş, bunun yanı sıra bir (1) defa da Riskin Erken Saptanması Komitesi ile ortak toplantı yapılmıştır. İç Denetim Departmanı tarafından Komite'ye yapılan sunumlarda denetim faaliyetleri neticesinde iç kontrol, risk yönetimi ve yönetim süreçlerine ilişkin tespitler hakkında bilgilendirme yapılmış ve alınan kararlar Komite toplantı tutanaklarına işlenmiştir. Komite üyeleri tarafından, Yönetim Kurulu ile paylaşılması karara bağlanan yüksek risk seviyesine sahip denetim bulguları hakkında 2016 yılı içerisinde Yönetim Kurulu'na 4 defa bilgilendirme yapılmıştır.

KURUMSAL YÖNETİŞİM İLKELERİNE UYUM RAPORU

KURUMSAL YÖNETİŞİM VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KOMİTESİ

Recep Yılmaz Argüden (Başkan - Bağımsız YKÜ)

Aclan Acar

Gür Çağdaş

Hasan Hüsnü Güzelöz

Halide Müge Yücel

Kurumsal Yönetişim ve Sürdürülebilirlik Komitesi; Şirket'te Kurumsal Yönetişim İlkeleri'nin uygulanıp uygulanmadığını, uygulanmıyor ise gerekçesini ve bu prensiplere tam olarak uymama dolayısıyla meydana gelen çıkar çatışmalarını tespit edip, Kurumsal Yönetişim Uyum Raporu ile kamuya açıklama görevini yerine getirmektedir. Bununla beraber, sürdürülebilirlik ilkelerinin uygulanmasını sağlamaya yönelik önleyici/iyileştirici tedbirler, fırsat yaratabilecek alanlar ve faaliyet sonuçları hakkında Yönetim Kurulu'nu bilgilendirmektedir. Söz konusu Komite beş (5) üyeden müteşekkil olup, Komite Başkanı Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi, iki (2) üye de icracı olmayan Yönetim Kurulu Üyesi'dir. Diğer bir üye ise Yatırımcı İlişkileri Bölüm Yöneticisi olarak görev yapmakta olup, Sermaye Piyasası Kurulu'nun II.17-1 Tebliği uyarınca Kurumsal Yönetişim ve Sürdürülebilirlik Komitesi Üyesi olarak atanmıştır.

Kurumsal Yönetişim ve Sürdürülebilirlik Komitesi'nin iki üyeden oluşması halinde her ikisi, ikiden fazla üyesinin bulunması halinde ise çoğunluğu, icrada görevli olmayan üyelerden oluşur ve bu haliyle Komite yapısının Kurumsal Yönetim Tebliği'ne uygunluğu sağlanmıştır. Komite, 2016 yılında dört (4) kez toplanmış, tespitlerini ve alınan kararlarını Yönetim Kurulu'na düzenli raporlamıştır.

RİSKİN ERKEN SAPTANMASI KOMİTESİ

Recep Yılmaz Argüden (Başkan - Bağımsız YKÜ)

Aclan Acar

Hayrullah Murat Aka

Hasan Hüsnü Güzelöz

Riskin Erken Saptanması Komitesi dört (4) üyeden müteşekkil olup, Komite Başkanı bağımsız üye statüsündedir. Komite, 2013 Nisan ayı itibarıyla Kurumsal Yönetişim ve Sürdürülebilirlik Komitesi'nden ayrı bir yapıya kavuşturulmuş ve Komite'nin çalışma ilkeleri oluşturulmuştur. Riskin Erken Saptanması Komitesi'nin görev ve sorumlulukları mevzuata uygun olarak yerine getirilmektedir. Şirket'in varlığını, gelişmesini ve devamını tehlikeye düşüren sebeplerin erken teşhisi, bunun için gerekli önlemler ile çarelerin uygulanması ve riskin yönetilmesi amacıyla kurulmuş olan komite, sistemi çalıştırmak ve geliştirmekle yükümlüdür. Komite, 2016 yılında biri Denetimden Sorumlu Komite ile birlikte olmak üzere toplam beş (5) toplantı gerçekleştirmiştir. Komite, Yönetim Kurulu'na düzenli rapor sunarak durum değerlendirmeleri yapmış, ilgili raporları denetçiyle de paylaşmıştır.

RİSK YÖNETİMİ VE İÇ KONTROL MEKANİZMASI

Belirsizlikleri zamanında tanımlamak, doğru yöntemlerle değerlendirmek ve hedeflere uygun önlem alma formlarını Şirketimiz genelinde iş yapış şekli haline getirebilmek amacıyla oluşturduğumuz Kurumsal Risk Yönetimi, yönetim organlarımızdan en alt kademedeki çalışanlarımıza kadar uzanan bir kurum kültürü olarak geliştirilmektedir.

Şirketimizde riske verilen önemin gereği olarak Mali İşlerden Sorumlu Genel Müdürlük bünyesinde faaliyet gösteren Finansal Kontrol Departmanı, Mayıs 2015 tarihi itibarıyla Finansal Kontrol ve Risk Yönetimi Departmanı olarak yeniden yapılandırılmıştır. Birbirini tamamlayan risk ve kontrol kavramlarını aynı çatı altında birlikte ele alarak, tek bir sorumluluk merkezi ve ortak dil yaratma hedefimizi sürdürmekteyiz. Bu hedefe paralel olarak, riskin etkin yönetimi konusunda komuta merkezi olan Riskin Erken Saptanması Komitesi'ne doğrudan, kapsamlı ve bütünleşik hizmet sunulmakta ve Komite'nin gözetim görevine tam destek sağlanmaktadır.

Olasılık ve muhtemel etki kapsamında süreç ve senaryo bazlı olarak dikkate alınan risk kompozisyonumuz, son yıllardaki sağlık, güvenlik, çevre, iş sürekliliği ve sürdürülebilirlik hassasiyetlerimizi de içerecek şekilde genişletilmiştir. Risk ölçüm ve değerlendirme parametreleri, ortak terminoloji kullanımı, acil eylem ve kriz yönetimi yaklaşımı, ilgili raporlama ve paydaş bilgilendirme çalışmaları da bu yönde güçlendirilmektedir.

Değişen organizasyonumuza ve faaliyette bulunduğumuz ortama uygun olarak gerçekleştirdiğimiz revizyonlar, iç kontrol sistemimizin amacı doğrultusundaki risk analizlerini takiben kontrol altında tutma ve yönetme anlayışına yöneliktir. Yönetim organları başta olmak üzere, ilgili komiteler ve üst yönetim, güvence sağlanabilmesi için gerekli tedbirleri Şirketimizin hedeflerine uygun olarak planlamakta, yetkili kanallara yönlendirmekte ve izlemektedir.

ÜCRET VE ADAY GÖSTERME KOMİTESİ

Emine Gülden Özgül (Başkan - Bağımsız YKÜ)

Aclan Acar

Osman Nezihi Alptürk

Konu içeriğine göre ihtiyaç duyulan durumlarda ilgili yöneticiler toplantıya davet edilerek görüş ve değerlendirmeleri alınmaktadır.

Üç (3) üyeden oluşan Ücret ve Aday Gösterme Komitesi'nin başkanı bağımsız üyedir. Ücret ve Aday Gösterme Komitesi, 2016 yılında üç (3) kez bir araya gelmiştir. Toplantıda belirlenen konular, bunlarla ilgili yapılan çalışmalar ve elde edilen çıktılar Yönetim Kurulu'na sunulmuştur.

2016 yılında Komite'nin yönlendirmeleri ve yaptığı çalışmalar paralelinde, Yönetim Kurulu üyelerinin aday seçim kriterlerinde yer alan Yönetim Kurulu Kadın Üye politikasına paralel olarak Yönetim Kurulu Üyesi seçimi yapılırken bilgi, deneyim ve yetkinlik açısından aynı özelliklere sahip adaylar içerisinde kadın üye seçimine öncelik verilmektedir. Ayrıca Yönetim Kurulu'nun yapısı ve verimliliği hakkında değerlendirmeler yapmak ve bu konularda uygulanabilecek değişikliklere ilişkin tavsiyeleri Yönetim Kurulu'na sunmak amacı ile bağımsız bir firmanın koordinasyonunda Yönetim Kurulu'nun yapısı, işleyişi, güçlü ve gelişmeye açık alanları hakkında bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda firma tarafından hazırlanan e-anket ve üyelerle yapılan yüz yüze görüşmeler ile süreç tamamlanmıştır. Değerlendirme sonuçları Yönetim Kurulu'na sunularak değerlendirilmiştir.

Bu çalışmalara ek olarak, bağımsız bir firmanın koordinasyonunda 2016 yılında İcra Kurulu'nun işleyişi, güçlü ve gelişmeye açık alanlarının belirlenmesi ve bu konularda değerlendirme ve tavsiyeleri içeren İcra Kurulu Dinamikleri Değerlendirme ve Liderlik Gelişim Projesi gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda firma tarafından anketler, yüz yüze görüşmeler ve ilgili çalıştay yapılmış olup, değerlendirme sonuçları Yönetim Kurulu'na sunulacaktır.

Yönetim Kurulu'nca belirlenmiş diğer komiteler ve komite üyeleri ile sorumluları şöyledir:

- » Bayi Komitesi: Osman Cem Yurtbay, Emir Ali Bilaloğlu
- » Stratejik Planlama ve İş Geliştirme Komitesi: Özlem Denizmen Kocatepe, Emir Ali Bilaloğlu,
- » Disiplin Komitesi: Osman Nezihi Alptürk, Hasan Hüsnü Güzelöz, Emir Ali Bilaloğlu
- » Uyum Komitesi: Hasan Hüsnü Güzelöz, Hayrullah Murat Aka
- » İnsan Kaynakları Komitesi: Aclan Acar, Emir Ali Bilaloğlu, Hasan Hüsnü Güzelöz

5.6. Yönetim Kurulu Üyeleri'ne ve İdari Sorumluluğu Bulunan Yöneticilere Sağlanan Mali Haklar

Yönetim Kurulu Üyeleri'nin ve idari sorumluluğu bulunan yöneticilerin ücretlendirilme esasları yazılı hale getirilmiş, Genel Kurul'un onayına sunulmuş ve elektronik ortamda kamuoyu ile paylaşılmıştır. Bağımsız Yönetim Kurulu Üyeleri'nin ücretlendirmesinde hisse senedi opsiyonları veya Şirket'in performansına dayalı ödeme planları kullanılmamıştır ve bu üyelerin ücretleri, bağımsızlıklarını koruyacak ölçüde belirlenmiştir.

Şirketimiz, herhangi bir Yönetim Kurulu Üyesi'ne veya idari sorumluluğu bulunan yöneticiye borç ve kredi vermemiş, üçüncü bir kişi aracılığıyla şahsi kredi adı altında kredi kullandırmamış veya lehine kefalet gibi teminatlar vermemiştir. Yönetim Kurulu Üyeleri'nin performans ölçümlmeleri profesyonel bir kuruluşun da desteği ile ve objektif kriterler uygulanarak değerlendirilmiştir.

2016 yılında Şirketimiz yönetim organı üyeleri ile idari sorumluluğu bulunan yöneticilere sağlanan ücret ve benzeri ödemeler ile sağlık sigortası ve SSK işveren paylarını da içerecek şekilde mali haklar toplamı 56.709 bin TL tutarındadır.

GENEL BİLGİLER

1. GENEL BİLGİLER

Faaliyet Raporu, 01.01.2016 - 31.12.2016 tarihleri arasındaki dönemi kapsamaktadır.

1.1. Şirket Hakkında Genel Bilgiler

Şirket Unvanı :	Doğuş Otomotiv Servis ve Ticaret Anonim Şirketi
Şirket Adresi :	Maslak Mahallesi, Ahi Evran Cad. No: 4 İç Kapı No:13 (Doğuş Center Maslak) Sarıyer/İSTANBUL
Yönetim Merkezi :	Şekerpınar Mahallesi, Anadolu Caddesi, No: 22 41420 Çayırova / KOCAELİ
Şirket Telefonu :	(0262) 676 9090
Şirket Faksı :	(0262) 676 9096
Şirket Web Adresi :	www.dogusotomotiv.com.tr
Şirketin Kuruluş Tarihi :	19.11.1999
Şirket Ticaret Sicil No :	429183 / 376765

1.2. Sermaye Yapısı ve Ortaklık Hakkında Bilgiler

31 Aralık 2016 tarihi itibarıyla Şirketimizin çıkarılmış sermayesinde bir değişiklik olmamıştır. Dönem içinde Şirketimiz tarafından sermaye artışı ve herhangi bir sermaye piyasası aracı ihracı yapılmamıştır. Doğuş Nakliyat A.Ş. 'nin Doğuş Holding A.Ş. ile birleşmesi sonucu ortaklık yapısı kendi içerisinde değişmiştir.

Ortağın Ticaret Unvanı	Sermayedeki Pay (TL)	Sermayedeki Pay (%)
Doğuş Holding A.Ş.	77.461.622	35,21
Doğuş Araştırma Geliştirme ve Müşavirlik Hizmetleri A.Ş.	66.638.086	30,29
Doğuş Sigorta Aracılık Hizmetleri A.Ş.	292	0,00
Halka Açık Kısım	75.900.000	34,50
Toplam	220.000.000	100

1.3. İmtiyazlı Paylar

Şirketimizin 31 Aralık 2016 tarihi itibarıyla ortaklık yapısı yukarıda belirtilmiş olup, Şirketimize ait imtiyazlı pay bulunmamaktadır.

1.4. Yönetim Organı, Üst Düzey Yöneticiler ve Personel

2016 yılında çalışan ortalama personel sayısı mavi yakalılar için 906 beyaz yakalıları için ise 1.802 kişidir.

1.4.1. 2016 Yılı Üst Düzey Yönetici Bilgileri ve Yönetim Kurulu Üyeleri'nin Görevleri

Adı Soyadı	Görevi	Başlama Tarihi	Süresi
Aclan Acar	Yönetim Kurulu Başkanı, İnsan Kaynakları Komitesi Başkanı, Kurumsal Yönetişim ve Sürdürülebilirlik Komitesi Üyesi, Riskin Erken Saptanması Komitesi Üyesi, Ücret ve Aday Gösterme Komitesi Üyesi	25 Mart 2016	2 yıl
Osman Nezihi Alptürk	Yönetim Kurulu Başkan Vekili, Ücret ve Aday Gösterme Komitesi Üyesi	25 Mart 2016	2 yıl
Hayrullah Murat Aka	Yönetim Kurulu Üyesi, Uyum Komitesi Üyesi, Riskin Erken Saptanması Komitesi Üyesi	25 Mart 2016	2 yıl
Emir Ali Bilaloğlu	Yönetim Kurulu Üyesi, Bayi Komitesi Üyesi, Stratejik Planlama ve İş Geliştirme Komitesi Üyesi, Disiplin Komitesi Üyesi, İnsan Kaynakları Komitesi Üyesi	25 Mart 2016	2 yıl
Cür Çağdaş	Yönetim Kurulu Üyesi, Kurumsal Yönetişim ve Sürdürülebilirlik Komitesi Üyesi	25 Mart 2016	2 yıl
Özlem Denizmen Kocatepe	Yönetim Kurulu Üyesi, Stratejik Planlama ve İş Geliştirme Komitesi Üyesi	25 Mart 2016	2 yıl
Recep Yılmaz Argüden	Yönetim Kurulu Üyesi, Denetimden Sorumlu Komite Üyesi, Kurumsal Yönetişim ve Sürdürülebilirlik Komitesi Başkanı, Riskin Erken Saptanması Komitesi Başkanı	25 Mart 2016	2 yıl
Ferruh Eker	Yönetim Kurulu Üyesi, Denetimden Sorumlu Komite Başkanı	25 Mart 2016	2 yıl
Emine Gülden Özgül	Yönetim Kurulu Üyesi, Ücret ve Aday Gösterme Komitesi Başkanı	25 Mart 2016	2 yıl

* Ayrıca Sn. Cem Yurtbay Bayi Komitesi'nde; Sn. Hasan Hüsnü Güzelöz Kurumsal Yönetişim ve Sürdürülebilirlik Komitesi, Disiplin Komitesi, Uyum Komitesi ve İnsan Kaynakları Komitesi'nde; Sn. Halide Müge Yücel Kurumsal Yönetişim ve Sürdürülebilirlik Komitesi'nde görev almaktadır.

1.4.2. Yönetimde Söz Sahibi Olan Personel

Adı Soyadı	Görevi	Öğrenim Durumu
Emir Ali Bilaloğlu	İcra Kurulu Başkanı	Yüksek Mühendis
Kerem Talih	Mali İşler Genel Müdürü	İktisat
Giovanni Atilla Gino Bottaro	Audi, Bentley, Lamborghini ve Bugatti Marka Genel Müdürü	Makine Mühendisliği
İlhami Eksin	Scania, Thermo King, DOD Ağır Vasıta, Scania Endüstriyel ve Deniz Motorları Marka Genel Müdürü	İktisat
Anıl Gürsoy	DOD, SEAT ve Porsche Marka Genel Müdürü	İşletme
Kerem Güven	VW Ticari Araç Marka Genel Müdürü	Turizm ve Otel İşletmeciliği
Mustafa Karabayır	Yedek Parça ve Lojistik Genel Müdürü	Jeoloji Mühendisliği / İnşaat Mühendisliği Yüksek Lisansı
Tolga Senyücel	ŠKODA Yüce Auto Genel Müdürü	İşletme / MBA
Vedat Uygun	VW Binek Araç Marka Genel Müdürü	Makine Mühendisliği / MBA
Ela Kulunyar	Vekaleten İnsan Kaynakları ve Süreç Yönetimi Genel Müdürü	İşletme
Koray Bebekoğlu	Stratejik Pazarlama ve Kurumsal İletişim Direktörü	Maden Mühendisliği / MBA
Yeşim Yalçın Maleri	Mali İşler Direktörü	İktisat

GENEL BİLGİLER

2. YÖNETİM ORGANI ÜYELERİ VE ÜST DÜZEY YÖNETİCİLERE SAĞLANAN MALİ HAKLAR

2016 yılında Şirketimiz yönetim organı üyeleri ile üst düzey yöneticilere sağlanan ücret ve benzeri ödemeler ile sağlık sigortası ve SSK işveren paylarını da içerecek şekilde mali haklar toplamı 56.709 bin TL tutarındadır.

3. ARAŞTIRMA GELİŞTİRME ÇALIŞMALARI

2016 yılında Şirketimizin araştırma ve geliştirme çalışması bulunmamaktadır.

4. ŞİRKET FAALİYETLERİ VE FAALİYETLERE İLİŞKİN ÖNEMLİ GELİŞMELER

4.1. Yatırımlar

Şirketimiz 2016 yılı içerisinde toplam 208.200 bin TL tutarında maddi duran varlık yatırımı gerçekleştirmiştir. Bu yatırım tutarı, taşıt alımlarından, showroom renovasyonları, servis ekipmanları alımı, Kartal'da inşa edilen ve edilmekte olan showroom, otopark ve kule maliyetlerinden oluşmaktadır.

4.2. İç Kontrol ve İç Denetim Faaliyetleri

İç kontrol sistemi ve iç denetim faaliyetleri ile Şirketimizdeki hizmetlerin ve varlıkların etkin, güvenilir ve kesintisiz bir şekilde yönetilmesi esas alınırken; sağlanan bilgilerin bütünlüğü, tutarlılığı, zamanında elde edilebilir olması ve korunması için de güvence ortamı yaratılmaktadır.

Politika ve prosedürlerimizle bir bütün olarak yer alan iç kontrol uygulamalarıyla; pay ve menfaat sahiplerinin haklarının korunması, Şirket ile ilgili finansal ve finansal olmayan bilgilerin gerçekçi ve erişilebilir olması, mevzuata ve esas sözleşmeye uygunluk ve operasyonların etkin ve verimli bir şekilde gerçekleştirilmesi amaçlanmıştır. İç kontrolün yaşayan bir faaliyet olması ve değerlendirmelerin sistem hakkında anlık fikir vermesi nedeniyle, mevcut yapımız üçlü savunma hattıyla takviye edilmiştir. Yönetici ve çalışanların yürüttüğü iç kontrol sistemi ilk savunma hattını oluştururken; Mali İşlerden Sorumlu Genel Müdürlük bünyesinde yeniden yapılandırılan Finansal Kontrol ve Risk Yönetimi faaliyetleri ikinci savunma hattı olarak yer almaktadır. Doğrudan operasyonel kademedede bulunan Finansal Kontrol ve Risk Yönetimi, İç Denetim, Hukuk gibi diğer kontrol birimleriyle koordineli olarak görev yapmaktadır. Üçüncü ve son savunma hattımız ise iç denetim çalışmalarıdır.

Şirketimizde, uluslararası standartlar doğrultusunda hazırlanmış yönetmelik çerçevesinde Denetimden Sorumlu Komite'ye bağlı olarak faaliyetlerini sürdüren bir İç Denetim Departmanı mevcuttur. Departman, risk esaslı hazırlanmış olan ve Yönetim Kurulu tarafından onaylanan yıllık denetim planı çerçevesinde, süreçleri ve iç kontrol faaliyetlerini belirlenen amaçlar doğrultusunda düzenli ve sistematik olarak denetlemekte ve gözden geçirmektedir. Bağimsız denetim sonuçları ve İç Denetim Departmanı tarafından gerçekleştirilen olağan denetim, inceleme ve soruşturma çalışmalarına ilişkin olarak 2016 yılında, Denetimden Sorumlu Komite ile 6 (altı) ve Riskin Erken Saptanması Komitesi ile 1 (bir) ortak toplantı yapılmıştır.

İç denetim faaliyetlerinin uluslararası standartlara uygunluğuna özen gösteren İç Denetim Departmanı, 2014 yılında başlatılan iç denetim çalışmalarının kalite güvence saptamalarını takiben, 2016 yılında da üst yönetim beklentilerini ve benzer sektör uygulamalarını da gözeterak gelişim fırsatlarını değerlendirmiştir. Bu kapsamda Bilgi Teknolojileri denetimine yönelik adımlar atılarak denetim planındaki ağırlığı arttırılmıştır. Ayrıca 2016 yılında, sürekli denetim çalışmalarına başlanmış olup; sistem üzerinden günlük, haftalık ve aylık raporlamaların yapılabilmesine, örnekleme yerine tüm veri üzerinden sonuçlar üretebilen denetim metodolojisi geliştirilerek denetimlerin yerindeliğine, verimliliğine ve etkinliğine yönelik katkı sağlanmıştır. 2017 yılında olağan denetim çalışmalarında sürekli denetimin ağırlığının artarak sürdürülmesi hedeflenmektedir.

4.3. Şirket'in Doğrudan ve Dolaylı İştirakleri ve Pay Oranlarına İlişkin Bilgiler

Şirket Adı	Faaliyet Konusu	Ödenmiş /Çıkarılmış Sermayesi	Şirketin Sermayedeki Payı	Para Birimi	Şirketin Sermayedeki Payı(%)	Şirket ile Olan İlişkinin Niteliği
DOĞUŞ HOLDİNG A.Ş.	Holding Şirketi	856.027.050,000 TL	31.575.087,000 TL	TL	3,69	BAĞLI MENKUL KIYMET
VDF SİGORTA ARACILIK HİZMETLERİ A.Ş.	Sigorta ve Aracılık Hizmetleri	2.000.000,000 TL	40,000 TL	TL	0,00	BAĞLI MENKUL KIYMET
D-AUTO SUISSE SA	Oto Alım- Satımı ve SS Hizmetleri- Lozan/ İsviçre	11.788.000,000 CHF	11.782.248,000 CHF	CHF	99,95	BAĞLI ORTAKLIK
DOGUS AUTO MISR FOR TRADING AND MANUFACTURING VEHICLES JSC	Oto Alım- Satımı ve SS Hizmetleri- Mısır	72.000.000,000 EGP	71.950.000,000 EGP	EGP	99,93	BAĞLI ORTAKLIK
D-AUTO LIMITED LIABILITY COMPANY	Oto Alım- Satımı ve SS Hizmetleri- Irak	150.000.000,000 IQD	150.000.000,000 IQD	IQD	100,00	BAĞLI ORTAKLIK
DOĞUŞ OTO PAZARLAMA VE TİCARET A.Ş.	Oto Alım Satımı ve SS Hizmetleri	45.000.000,000 TL	43.288.270,000 TL	TL	96,20	BAĞLI ORTAKLIK
DOĞUŞ BİLGİ İŞLEM VE TEKNOLOJİ HİZMETLERİ A.Ş.	Bilişim Teknolojisi Altyapısı ve Yazılım	9.750.000,000 TL	4.485.000,000 TL	TL	46,00	İŞTİRAK
DOĞUŞ SİGORTA ARACILIK HİZMETLERİ A.Ş.	Sigorta ve Aracılık Hizmetleri	1.265.000,000 TL	531.232,000 TL	TL	42,00	İŞTİRAK
VDF SERVİS VE TİCARET A.Ş.	Otomotiv Ürün ve Hizmetleri	5.100.000,000 TL	1.924.230,000 TL	TL	37,73	İŞTİRAK
VOLKSWAGEN DOĞUŞ FİNANSMAN A.Ş.	Otomotiv Tüketici Finansmanı	180.000.000,000 TL	86.399.987,000 TL	TL	48,00	İŞTİRAK
YÜCE AUTO MOTORLU ARAÇLAR TİCARET A.Ş.	ŞKODA Türkiye Distribütörü	2.100.000,000 TL	1.049.999,400 TL	TL	50,00	İŞTİRAK
MEİLLER DOĞUŞ DAMPER SANAYİ VE TİCARET LTD.ŞTİ. (*)	Damper Üretimi ve Satışı	56.400.000,000 TL	27.636.000,000 TL	TL	49,00	İŞ ORTAKLIĞI
TÜVTURK GÜNEY TAŞIT MUAYENE İSTASYONLARI YAPIM VE İŞLETİM A.Ş.	Taşıt Muayene İstasyonları	25.250.000,000 TL	8.332.836,000 TL	TL	33,00	İŞ ORTAKLIĞI
TÜVTURK KUZEY TAŞIT MUAYENE İSTASYONLARI YAPIM VE İŞLETİM A.Ş.	Taşıt Muayene İstasyonları	67.100.000,000 TL	22.143.895,000 TL	TL	33,00	İŞ ORTAKLIĞI

* Şirket'in üretim ve yönetim binasının satışı tamamlanmakla birlikte Şirketimizin temsil ettiği marka distribütörlük sözleşmesi sonlandırılmıştır.

Şirket'in Doğrudan ve Dolaylı İştirakleri ile ilgili yıl içinde gerçekleştirilen işlemlerine ilişkin detaylı bilgi, 31 Aralık tarihinde sona eren ilgili yıllara ait konsolide finansal tabloları tamamlayıcı notlar "Not 28: İlişkili Taraflarla İlgili İşlemler ve Bakiyeler" altında yer verilmiştir.

4.4. Şirket'in Paylarının Geri Alım Politikası ve Programına İlişkin Bilgiler

Doğuş Otomotiv Yönetim Kurulunca şirketin kendi paylarını satın almasına veya rehin olarak kabul etmesine karar vermesi halinde; 3 Ocak 2014 tarih 28871 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren " II-22.1 Sayılı Geri Alınan Paylar Tebliği" çerçevesinde kamuya gerekli açıklama ve bilgilendirmeleri yapar.

Şirketimizin borsada işlem gören paylarının geri alımı ile ilgili Özel Durum Açıklaması 27 Temmuz 2016 tarihinde Kamuyu Aydınlatma Platformu'nda (KAP) saat 09:36'da yayınlanarak elektronik ortamda kamuoyuna duyurulmuştur.

GENEL BİLGİLER

“Şirketimiz Yönetim Kurulu’nun 27 Temmuz 2016 tarihi saat 9.00’da aldığı karar kapsamında;

1- Ülkemizde yaşanmakta olan gelişmeler nedeniyle, Borsa İstanbul’da işlem gören Halka Açık Anonim Ortaklıklar gibi Şirketimizin paylarında da kayıplar olduğu, sermaye piyasalarının olumsuz etkilendiği, bu olumsuzluğun giderilebilmesi amacıyla Kurul tarafından 21 Temmuz 2016 tarihli duyuru ve 25 Temmuz 2016 tarihli ek açıklamalar yapılması dikkate alınarak ve bunlara şirketimizce de katkı verilebilmesi amacıyla Şirketimizin borsada işlem gören paylarının geri alımının yapılmasına,

2- Geri alımı yapılacak payların toplam bedelinin, Kurul düzenlemelerine uygun olarak hazırlanan son yıllık finansal tablolarda yer alan kâr dağıtımına konu edilebilecek kaynakların toplam tutarı olan 524.000.000 TL’yi ve geri alınacak pay adedinin Şirketimizin çıkarılmış sermayesinin %10’u olan 22.000.000 adet payı aşmamasına,

Oy birliği ile karar verilmiştir.”

Yönetim Kurulu kararı ile başlatılan Şirket Paylarının Geri Alım Programı kapsamında, Şirketimiz, 2016 yılı içerisinde SPK mevzuatına uygun olarak Borsa’da işlem gören paylarından 22.000.000 adedini toplam 220.274.251,16 TL karşılığında geri almıştır.

4.5. Hesap Dönemi İçerisinde Yapılan Özel Denetime ve Kamu Denetimine İlişkin Açıklamalar

Şirketimizin ve Bağlı Ortaklıklarımızın, 2016 yılında oluşan/sonuçlanan, özel ve kamu denetimine ilişkin herhangi bir ihtilafı bulunmamaktadır.

4.6. Şirket Aleyhine Açılan ve Şirketin Mali Durumunu ve Faaliyetlerini Etkileyebilecek Nitelikteki Davalar ve Olası Sonuçları Hakkında Bilgiler

Şirket aleyhine açılan ve Şirket’in mali durumunu ve faaliyetlerini etkileyebilecek nitelikteki davalar bulunmamaktadır.

4.7. Mevzuat Hükümlerine Aykırı Uygulamalar Nedeniyle Şirket ve Yönetim Organı Üyeleri Hakkında Uygulanan İdari veya Adli Yaptırımlara İlişkin Açıklamalar

Yönetim Organı Üyeleri hakkında herhangi bir idari veya adli yaptırım bulunmamaktadır.

4458 sayılı Gümrük Kanunu’nun aşağıda belirtilen maddeleri kapsamında Şirketimize tebliğ edilen muhtelif ceza kararları mevcuttur.

- » Vergi kaybına neden olan işlemlere uygulanacak cezalar (Madde: 234-238)
- » Usulsüzlüklere ilişkin cezalar (Madde: 239-241)

2016 yılında ceza kararlarına peşin veya uzlaşma yoluna gidilerek toplam 11.810 TL ödeme yapılmış olup, idari yargıya ise herhangi bir başvuruda bulunulmamıştır.

4925 sayılı Karayolu Taşıma Kanunu kapsamında Şirketimize ait 4 adet aracın devredilmesine rağmen K2 belgelerinin iptal edilmemiş olması nedeniyle Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı tarafından toplam 1.900 TL ceza kesilmiş ve bu tutar ödenmiştir.

4.8 Önemli Miktarda Varlık Alımları ya da Satışları Hakkında Bilgilendirme

31 Aralık tarihlerinde sona eren yıllara ait konsolide finansal tabloları tamamlayıcı notlar bölümünde “Not 12- Maddi Duran Varlıklar” ve “Not 13- Maddi Olmayan Duran Varlıklar” altında varlık alımları ya da satışları hakkında bilgiye yer verilmiştir.

4.9 Hizmet Alınan Kurumlarla Çıkabilecek Çıkar Çatışması Hakkında Bilgilendirme

Şirketimizin 01.01.2016-31.12.2016 dönemi içerisinde yatırım danışmanlığı, derecelendirme ve diğer konularla ilgili olarak hizmet aldığı şirketlerle ilgili herhangi bir çıkar çatışması ve uyuşmazlığı yoktur. Şirket Etik Kodu’na da uygun olarak gerek yapılan sözleşmeler gerekse Şirket içi çalışma düzenlerimizde çıkar çatışmalarının olmaması ilkesine titizlikle uyulmaktadır.

4.10 Şirket Faaliyetlerini Önemli Derecede Etkileyebilecek Mevzuat Değişikliklerinin Bazıları Hakkında Bilgilendirme

07.04.2016 tarihinde Resmi Gazete’de yayınlanan 6698 sayılı “Kişisel Verilerin Korunması Kanunu”, Şirketimiz faaliyetlerini etkilemiştir.

21.07.2016 tarihli SPK bülteninde “Geri Alım Programına” ilişkin yapılan basın duyurusuna istinaden Şirketimizin Geri Alım Programına yönelik uygulaması belirlenmiştir.

07.09.2016 tarihinde Resmi Gazete’de yayımlandığı üzere 6745 sayı ve 20.08.2016 tarihli kanun ile “Özel Tüketim Vergisi” ile ilgili yapılan düzenleme otomotiv sektörünü etkilemiş olduğundan Şirketimiz faaliyetleri üzerinde de etkisi görülmüştür.

24.11.2016 tarihinde Resmi Gazete’de yayımlandığı üzere 6761 sayı ve 16.11.2016 tarihli kanun ile “Özel Tüketim Vergisi” ile ilgili yapılan düzenleme otomotiv sektörünü etkilemiş olduğundan Şirketimiz faaliyetleri üzerinde de etkisi görülmüştür.

4.11. Geçmiş Dönemlerde Belirlenen Hedeflere Ulaşılma ve Genel Kurul Kararlarının Yerine Getirilmesine İlişkin Bilgiler

Şirketimizin faaliyet dönemi içinde ulaşamadığı bir hedef ve yerine getirmediği bir Genel Kurul kararı bulunmamaktadır.

4.12. Olağanüstü Genel Kurula İlişkin Bilgiler

2016 yılında Şirketimizin Olağanüstü Genel Kurul Toplantısı yapılmamıştır.

4.13. Müşteri ve Tedarikçilerle İlişkiler Hakkında Bilgiler

4.13.1. CRM - Müşteri İlişkileri Yönetimi Birimi

Şirketimiz bünyesinde, müşteri memnuniyetini yönetmek, müşteri iletişim süreçlerini yalınlaştırmak, müşteri sadakatini/kârlılığını yükseltecek çalışmalar yapmak, müşterilerimize daha yakın olabilmek, müşterilerimizle ilişkilerimizi takip ve kayıt altına alabilmek amacıyla CRM (Müşteri İlişkileri Yönetimi) Birimi, Stratejik Pazarlama ve Kurumsal İletişim Direktörlüğü altında yapılandırılmıştır.

CRM Birimi’nin temel sorumlulukları arasında;

1. Müşteri verilerinin doğru, güncel ve ulaşılabilir şekilde saklanması için gerekli tüm çalışmaların yerine getirilmesi,
2. Kurum içerisinde müşteri odaklı çalışma anlayışının kurum kültürü olarak benimsenmesinin sağlanması,
3. Süreç iyileştirme amaçlı olarak iç ve dış müşteri memnuniyet araştırmalarının (CSS, CSI, DSS) yapılması, sonuçlarının ölçülmesi, değerlendirilmesi ve raporlanması,
4. Yetkili satıcı ve markalardan gelen talepler doğrultusunda direkt pazarlama faaliyetlerinin (e-posta, SMS, MMS, direkt posta ve web) izinli pazarlama dahilinde optimizasyonu sağlanmış olarak gerçekleştirilmesi, ölçülmesi ve raporlanması,
5. Markaların pazarlama ve satış faaliyetlerini hedef kitleye uygun olarak yapılandırabilmeleri için gerekli altyapının sunulması,
6. Markalar, yetkili satıcı ve servisler ile ortak projeler geliştirilmesi ve yürütülmesi,
7. Sosyal ve dijital medya dinleme ve raporlama hizmetinin alınması, sosyal medya üzerinden gelen müşteri şikâyetlerine ve satış fırsatlarına dönüş yapabilecek yazılımın geliştirilmesi,
8. Tüm marka ve YS’ler tarafından kullanılan Turkuaz sistemi üzerinde müşteri tanıma, takip ve bilgilendirme fonksiyonlarının ihtiyaçlara göre daha etkin, daha yalın ve daha kapsamlı olması amacıyla geliştirmeler yapılması,
9. Sadakat projelerinin tasarlanması, yönetilmesi ve koordine edilmesi,
10. Müşterilerden iletişim ve veri işleme izinlerinin alınmasıyla ilgili süreçlerin yönetilmesi,
11. Değer ve İlgı Merkezi tarafından markalar, iştirakler ve üçüncü parti firmalar adına yapılan projelerin koordinasyonu,
12. CRM çalışmalarının marka performansına etkisinin ölçülmesi amacı ile tasarlanan “CRM Karnesi”nin yönetimi yer almaktadır.

GENEL BİLGİLER

2016 yılında yapılan Müşteri Deneyimi çalışmalarında;

Müşteri deneyiminin takip edilebilmesi için Volkswagen, Volkswagen Ticari Araç, Audi, SEAT, DOD markalarımızda satış öncesi, satış ve satış sonrası evrelerinde müşterilerimizle temas edilen her noktadaki temas şekilleri, kanalları belirlenmiş, belirlenen her iş adımı için süreç haritaları çıkarılmıştır. Temas Haritası adı verilen bu çalışma markalarımızın iyileştirme ihtiyaçlarında başlangıç noktası olacak bir yol haritası ve farklı markalarımız arasındaki iyi uygulamaların yaygınlaştırılması amacıyla kullanılacaktır.

Müşterilerimizin memnuniyetini takip etmek amacıyla bağımsız bir araştırma firması tarafından yapılan CSS araştırmasında, toplam 77.827 müşterimizle görüşülerek, satış ve servis hizmetlerine ilişkin memnuniyetleri sorgulanmıştır. Memnuniyet araştırmaları, küresel eğilimlere bağlı olarak müşteri süreçlerini ölçümleyen bir yapıdan müşteri deneyimini ölçümleyen bir yapıya dönüştürülmüştür. Bu kapsamda anket soruları kısalmış ve anketler müşterinin yaşadığı deneyimine dair yorumlarının alındığı, gelecekte yönü bire bir hizmetlerin geliştirilmesine doğru gidecek bir sisteme evrilmiştir. Dijitalleşmenin getirdiği gereksinimlerle telefon anketlerinin azalarak online anketlerin artacağı zamanlar için altyapı hazırlıkları tamamlanmış ve online anketler için uzun süreli pilot çalışmalar yürütülmüştür. Araştırma için gerekli verilerin aktarımı için sistem entegrasyonu sağlanmış, bu şekilde veri kalitesinin denetlenmesi konusunda önemli adımlar atılmıştır.

Mobil uygulama kullanımının ve sadakat platformlarının giderek yaygınlaşması sebebiyle Doğuş Otomotiv markaları da Zubizu Mobil Uygulaması içerisinde yer almaya başlamıştır. Bu kapsamda Zubizu müşterilerine özel faydalar tanımlanırken, ortak sadakat platformunun sunduğu yeni müşterilere erişim fırsatlarından yararlanılmakta, Doğuş Otomotiv müşterilerine de farklı sektörlerdeki şirketlerde pek çok ayrıcalık sağlanmaktadır.

Müşteri bilgilerinin görüntülediği farklı ekranlardaki önemli bilgilerin tamamının “büyük veri” yönetimi anlayışıyla, görselliği geliştirilmiş tek bir ekranda toplanmıştır. Çalışmanın geliştirme aşamalarında Turkuaz sisteminde müşterilere ait tutulan tüm veriler değerlendirilmiş, kullanıcı deneyimi uzmanları ile beraber yalın bir görsellikle, satış danışmanlarının müşteriler hakkında kısa sürede kapsamlı bilgi sahibi olabileceği, renklerin ve ikonların akıllı kullanımı sayesinde görselliği ve anlaşılabilirliği artırılmış yeni bir ekran tasarlanmıştır. Bu ekranlar birkaç ay boyunca pilot kullanıcılarda denenmiş, iyileştirmeler yapılarak genele yaygınlaştırılmaya başlanmıştır. Aynı ekran üzerinden Turkuaz sisteminde ilk kez müşterilere ihtiyaçları olabilecek veya ilgilenebilecekleri konularda kişiselleştirilmiş öneri veya indirimler de sunulmaya başlanmıştır.

Müşterilerimizin markalarımıza ve/veya Doğuş Otomotiv’e bağlılıklarını arttırmak üzere başlatılan “Taraftar Müşteri” yaratma hedefi doğrultusunda belirlenen kriterlere uyan müşteriler belirlenmiş, bu müşterilerin Doğuş Otomotiv’e tüm dokunma noktaları değerlendirilerek memnuniyetlerini arttırarak bağlılıklarını pekiştirmek amacıyla hizmetlerde yapılabiləcək iyileştirmeler üzerinde çalışılmaktadır.

Müşterilerimizin servis bağlılıklarının devamlılığını arttırmak için Turkuaz sistemi üzerindeki büyük veriden faydalanarak araçlarını bakım için servise getirmeyi bırakma ihtimali daha yüksek olan müşteriler istatistiksel modelleme yöntemleriyle belirlenmiştir. Belirlenen müşterilere yapılacak özel iletişim çalışmalarıyla geliştirilen model test edilmektedir.

Sosyal medya üzerinde mevcut müşterilerimizin deneyimlerini takip etmek, araçlarımıza ilgi duyan potansiyel müşterileri görebilmek ve sosyal medya üzerinde markalarımızın itibarındaki değişimi takip etmek amacıyla alınan sosyal medya takip ve raporlama hizmetinde yeni bir altyapıya geçilmiştir. Bu sayede hem daha fazla anahtar kelime takibi sağlanmış hem de mevcut tarama kelimelerinde yakalanan yansıma sayısı artırılmıştır. Bunun yanında analiz ve raporlama kabiliyetleri iyileştirilmiştir.

Turkuaz sistemindeki 5 milyondan fazla müşterinin verilerinin kalitesinin artırılması amacıyla sisteme girilen cep telefonu bilgilerinin doğruluğunun sağlanması için SMS ile doğrulama sistemi geliştirilmiştir. Ayrıca müşteri tekleştirilmesi için kullanılan algoritma benzerlik oranını değerlendiren daha gelişmiş bir algoritma ile değiştirilmektedir. Bu sayede mükerrer müşteri kayıtları yaratılması önemli ölçüde engellenecektir.

Direkt pazarlama faaliyetlerinin daha kolay, hızlı ve güvenli yürütülebilmesi amacıyla SMS ve e-posta gönderimlerinin Turkuaz üzerinden yapılmasını sağlayacak altyapı geliştirilmiştir. Altyapı tüm markalar, yetkili satıcı ve servislerin kullanımına açılmış, önceden üç (3) güne kadar sürebilen gönderim süreleri 1 güne indirilirken, verilerin Turkuaz sistemi dışına çıkması engellenerek veri güvenliği de sağlanmıştır.

7 Nisan 2016’da yayımlanan Kişisel Verilerin Korunması kanununa uyum çerçevesinde müşterilerimizin verilerinin işlenmesi, korunması ve sözleşme kapsamında hizmet alınan üçüncü parti şirketlerle sınırlı şekilde paylaşılabilmesi amacıyla çalışmalar yapılmış ve sistemlerimizin ve raporlarımızın müşteri izinlerine uygun olarak çalışması yönünde geliştirmeler yapılmış, CRM verileri envanteri çıkarılmış, Turkuaz yetkilendirmeleri tekrar düzenlenmiş, özel nitelikli kişisel verilerin Turkuaz veri tabanından çıkarılması sağlanmıştır.

2015 Temmuz ayında BP Petrolleri A.Ş. ile başlatılan hediye akaryakıt kampanyası sayesinde 100.000’den fazla müşterinin iletişim ve araç bilgileri güncellenmiştir. 16 Kasım 2016’da, BP ile işbirliği sonlandırılarak; grup markalarımız ile aynı platformda ilerlemek adına, aynı zamanda müşterilerimize “yerinden ödeme kolaylığı” gibi katma değer sunan Zubizu-Shell kampanyasına dâhil olunmuştur.

Yetkili Satıcılarımızda artan telefon trafiğinin etkin yönetilmesi, çalışan bazında çağrı süreleri ve cevaplanma oranlarını takip etmek amacıyla Çağrı Merkezi özellikleri taşıyan ve modern bir santral sisteminin kurulumu için proje geliştirilmiştir. Projeyi hayata geçirme kapasitesi olan firmalarla farklı Yetkili Satıcılarımızda pilot uygulamalar başlatılmaktadır. Farklı tedarikçilerin ürün ve hizmet kalitesinin gözlemlenmesinden sonra ideal çözüm yöntemi belirlenerek 2017 yılı içinde proje yaygınlaştırılacaktır.

Tüm Yetkili Satıcılarımızda kullanılmakta olan Turkuaz sisteminde, müşterilerimizin takibini kolaylaştırmak, memnuniyetini artırmak veya danışmanların iş süreçlerini kısaltmak amacıyla 203 adet geliştirme gerçekleştirilmiştir.

4.13.2. Değer ve İlgi Merkezi (DİM)

Şirketimiz, “Taraftar Müşteri Yaratmak” vizyonuulla satış ve satış sonrası müşteri memnuniyetini artırmak amacıyla, üçüncü partilerden aldığı (dış kaynak, outsource) diyalog (ilgi yönetimi), yol yardım ve çağrı merkezi (anket ve randevu) operasyon hizmetlerini kendi bünyesinde yeni bir kalite anlayışı ile birleştirmiştir. Müşteriye verilen önemi ve hizmet kalitesini vurgulamak için “Değer ve İlgi Merkezi” (DİM) adı verilen birim; beklentinin üzerinde yaratıcı hizmet sunmak, müşterilerine olumlu deneyimler yaşatmak ve onlara değer ve güven sağlayarak taraftar müşteri sayısını artırmak amacıyla, Kasım 2014’te Kavacık’ta ayrı bir lokasyonda, Stratejik Pazarlama ve Kurumsal İletişim Departmanı altında yapılandırılmıştır.

Müşteri yaşam evresinin her noktasında markalarımıza destek olan DİM, gerçekleştirdiği projelerle hizmet kalitesinin yanı sıra hizmet çeşitliliğini de artırmaktadır. Müşteri temas noktalarına hizmet ve kalite standardı getirmeyi hedefleyen DİM operasyonu, marka ve Yetkili Satıcılar’daki raporlama özellikleri ile tüketici beklenti ve görüşlerinin anlık ve şeffaf olarak takip edilmesini sağlamaktadır.

DİM sadece müşterilerin değil aynı zamanda çalışanların da kendilerini değerli hissetmeleri gerekliliği üzerine kurgulanmıştır. Böylece çalışanların kendilerini değerli ve önemli hissettikleri, inisiyatif kullandıkları, karara katıldıkları bir ortam sağlanmıştır.

DİM’in sağladığı hizmetlerin kapsamı aşağıdaki gibidir:

1. İlgi Yönetimi (Diyalog): Doğuş Otomotiv tarafından ithal edilen marka araçlar ve Yetkili Satıcı ve Servislerle ilgili gelen taleplerin (istek, şikâyet, tavsiye, teşekkür, vb.) yönetilmesi, müşteri ihtiyaç ve beklentilerin karşılanması, böylece müşterilerimize hak ettikleri değer ve ilginin gösterilmesidir. Bu talepler telefon, e-posta, canlı sohbet, sosyal medya ve mektup gibi çeşitli iletişim kanallarından gelmektedir.

2016 yılında, DİM 133.041 adet diyalog telefon çağrısını başarılı ile karşılamıştır. Bu oran 2015 yılına oranla %14 artış göstermiştir. Diyalog telefonlarının ortalama yanıtlama süresi (ASA) 23 sn gibi yüksek bir seviyede yer almıştır.

Müşterilerden gelen 40.923 adet e-posta yanıtlanmıştır. E-posta yanıtlama süresi 6 dakika olarak gerçekleşmiştir. 28.403 adet canlı sohbet görüşmesi yapılmıştır. Sosyal medyaya (twitter, facebook) yansıyan 60.700 adet bildirim DİM tarafından yanıt verilmiştir.

GENEL BİLGİLER

2016 yılında, DİM ile birlikte hizmet verdiğimiz markalarımıza daha anlamlı ve daha çok veri üretmenin önemli bir ayağı olan gelen taleplerin kayıt altına alınma sürecinde %49 gibi bir oranda artış yaşanmış ve 110.514 çağrı kayıt altına alınmıştır.

2. Yol Yardım: Doğuş Otomotiv tarafından ithal edilen marka araçlara, VDF Sigorta poliçe sahiplerine ve VDF Filo Kiralama araç kullanıcılarına verilen yol yardım hizmetlerini kapsamaktadır. Yol yardım hizmetlerinin ana amacı, müşterilerin yollarına devam etmelerinin sağlanmasıdır. Müşterilerin yolda başına gelebilecek tüm olumsuzluklara karşı kendilerini güvende hissetmelerinin sağlanması ve en kısa sürede kendilerine ulaşarak her türlü yardımın verildiği bir yol yardım hizmetinin sunulması hedeflenmektedir.

2016 yılında, 315.814 adet yol yardım çağrısı karşılanmıştır. Bu oran 2015 yılı oranına kıyasla %19 artış göstermiştir. Yol yardım çağrılarının ortalama yanıtlama süresi (ASA) 20 sn. olarak gerçekleşmiştir.

2016 yılında, DİM'in müşterilerine sunduğu "acil servis hizmeti" bir önceki yıla göre %13 artış göstererek 25.065 adet olmuştur.

Yine 2016 yılında DİM'in müşterilerine sunduğu "çekici hizmeti" bir önceki yıla göre %3 düşüş göstererek 27.844 adet olarak gerçekleşmiştir.

Bu operasyonlarla birlikte DİM'in müşterilerine sunduğu diğer bir hizmet olan geçici araç tahsisi ise 4.132 adet olarak gerçekleşmiştir.

2016 yılında, yol yardım çağrıları için açılan kayıt bir önceki yıla göre %14 artış göstererek 125.382 adet olarak gerçekleşmiştir.

Müşterilerin aldıkları yol yardım hizmetine ilişkin memnuniyet seviyesi ise %93,13 olarak gerçekleşmiştir.

3. Anket: Veri ve hizmet kalitesinin denetimi için müşterilerin aranması ve belirli bir metin üzerinden hedeflenen cevapların alınmasıdır. Markalarımızın mevcut müşterilerini elinde tutması ve proaktif bir şekilde potansiyel yeni alıcılara ulaşması temel amaçtır. Yeni ve sadık müşterilerle satış fırsatlarının en yüksek düzeye çıkarılması ve potansiyel müşteri ve mevcut müşteri verilerinin doğru şekilde kullanılması amacıyla, CRM faaliyetlerinin doğru ve etkin şekilde yönetilmesi için müşterilerin aranması, verilerin kayıt altına alınması esastır. 2016 yılında, DİM'de 28 farklı proje için 412.185 adet anket yapılmıştır.

4. Randevu: Yetkili Servisler'in satış sonrasındaki müşteri ile ilk iletişimi olan bakım veya onarım konularında müşterilerine randevu verilmesi ve planlanmasının yapılmasıdır. Müşterinin ihtiyaçlarına ve beklentilerine özen göstermek, bu sürecin temelidir. Ayrıca, ilgili Yetkili Servisler'le atölye planlaması dahilinde koordinasyon kurulmasını da içermektedir. 2016 yılında Şenyıldız bayimizin de randevu hizmetleri DİM üzerinden verilmeye başlanmıştır. Bu çerçevede, 2016 yılında Randevu hattımızda (Doğuş Oto ve Şenyıldız) 269.585 adet çağrı karşılanmış ve 106.849 randevu kaydı oluşturulmuştur.

5. 2. El Satış: DOD markasının müşterilerinden web sitesi, sosyal medya ve telefonla gelen ikinci el araç alım, satım, takas hizmetleri, ikinci el araçlar ile ilgili kasko ve finans konularındaki bilgi isteklerinin araştırılması, sonuçların müşterilere sunulması ve müşterilerin yetkili satıcılarla bağlantısının kurulmasını içerir. DOD çağrıları da 2016 yılında %69 artış göstererek 37.092 adet olarak gerçekleşmiştir.

Bu veri ile birlikte genel toplamda da çağrı merkezi sektöründe değerlendirilen en önemli kriterlerin başında yer alan Telefon Servis Faktörü (Service Level) dünya ortalaması %75 iken DİM'de bu kriter 2016 yılında %80 olarak gerçekleşmiştir.

VW Binek araç için Almanya Gizli Müşteri ölçümlemesinde 2016 yılında DİM ile birlikte puanımız 88,3 olarak gerçekleşmiştir. Bu sonuç, DİM'deki kalitenin ve sağlanan hizmetin VW AG tarafından yapılan tamamen tarafsız çalışma ile de ortaya konduğu önemli bir veri olmaktadır.

Müşteri temsilcilerinin değerlendirildiği, sağlanan hizmetin kalitesinin ve müşteride uyandırdığı hissiyatın ölçümünün yapıldığı NPS sonuçları 2016 yılında 83,96 gerçekleşmiştir.

DİM müşteri temsilcilerinin kalite ölçümü sonucunda, 2016 yılında müşteri temsilcilerinin görüşme kalitesi puanı da 90,79 olarak gerçekleşmiştir.

DİM, müşterilerine sağladığı hizmetlerde her zaman için ayrıcalıklı hizmeti bir öncelik olarak görür. Bu anlamda DİM, önemli ve yoğunluklu bölgelerdeki çekiciler ile özel sözleşmeler imzalayarak, sonrasında bu çekici firmaların kalite ölçümünü yapar. 2016 yılında DİM'in anlaşmalı çekicilerinin sağladığı hizmetler için yapılan müşteri memnuniyet anket puanı 100 üzerinden 92,74 olarak gerçekleşmiştir.

DİM çalışanlarının da süreç ile ilgili katkıları olmuştur. 2016 yılında DİM çalışanları 315 öneri ile süreçlere katkı sağlamıştır. Şirket içerisinde en fazla öneriyi yaparak 1'inci olmuştur.

DİM çalışanlarının müşterilerine eşsiz bir deneyim yaşatmak için her ay birbirleri ile yarıştıkları bir platform mevcuttur. "Yol Tutkusu" adlı bu platformda müşterilere en iyi deneyimi yaşatan çalışan ödüllendirilmektedir. 2016 yılında, 72 adet eşsiz müşteri deneyimi adayı içerisinden 12 "Yol Tutkusu" ödülü verilmiştir.

6. Yeni uygulamalar:

DİM Rent A Car (RAC): 2015 yılı ile birlikte, yolda kalan müşterilerine daha iyi bir hizmet sunabilmek için DİM VW ve Audi markalarımız bayilere geçici araç kiralama hizmeti sağlamıştır. Böylece, müşterilerimiz kendi araçları yerine VW Passat veya Audi A4 gibi üst segment araçlarımızı da deneyimleme fırsatı yaşamıştır.

DİM Teknik Uzman: Operasyon içerisinde teknik donanımı yüksek bir uzman istihdam edilerek müşteri memnuniyetini artırmak ve hizmet süresini kısaltmak için Teknik Uzman Desteği süreci uygulanmaktadır. Bu uygulama ile yol yardım çağrısı alan müşteri temsilcisi Acil Servis Yetkilisi ile görüşme yapmadan, belirlenen konularda önce Teknik Destek Uzmanı ile görüşüp araca hangi aksiyonun uygulanacağı kararını almaktadır. Böylece, Acil Servis Yetkilisi ile yapılan görüşmeler kısaltılarak verimliliğin artması ve müşterinin hatta daha kısa süre beklemesi hedeflenmiştir. %19 seviyesinde bir verimlilik elde edilmiştir.

D-Pedia Sözlük: Müşteri temsilcilerinin, müşteri sorularına hızlı cevap vermelerini ve müşteri soru ve sorunlarının kolayca kurumsal hafızaya alınmasını sağlayacak web tabanlı bir sıkça sorulan sorular bölümü oluşturulmuştur.

Online Performans Sistemi: Özel bir çalışma ile DİM için tasarlanmış yeni bir yazılım ve performans sistemine entegre edilmiştir. Bu sistem sayesinde ölçümü yapılan (görüşme kalitesi, sınav vb.) sonuçlar eş zamanlı olarak müşteri temsilcilerine iletilmektedir.

Diyalog Mobil Uygulaması: Müşteri beklentilerini karşılamak ve eşsiz müşteri deneyimi sağlamak adına DİYALOG mobil uygulamasının 1. fazı hayata geçirilmiştir. Müşteriler yolda kaldığında bulundukları lokasyon uygulama üzerinden tespit edilip acil servis / çekici yetkililerine görev atanabilmektedir. Aynı zamanda hizmet veren acil servisin ve çekicinin konumları müşteriler tarafından da telefonda takip edilebilmektedir. Bu sayede müşterilerinin yolda kalmaları halinde bir tuşla yol yardımı hizmetinden faydalanabilmektedirler.

DİM geride kalan ikinci yılında Çağrı Merkezlerine yönelik sektörel gereksinimler içeren uluslararası bir standart olan ve müşteri odaklı hizmet veren kuruluşların aldıkları ISO EN 15838 Müşteri Yönetim Sistemi; müşterilerle daha faydalı ve uzun dönemli ilişkiler kurulması ve bu ilişkileri geliştirmesini sağlayan bir yönetim yaklaşımı olan ISO 9001 ile uyumlu ISO 10002 sertifikalarını da almıştır.

DİM, 2016 Yılında Telephone Doctor Türkiye tarafından 2016 yılında beşincisi düzenlenen; Çağrı Merkezi Müşteri Deneyimi Zirvesi ve Kalite Ligi Ödül Töreni'nde, 33 firma arasında 'En İyi Yaklaşım' ödülüne layık görülmüştür.

DİM ayrıca, bu yıl 11.'si düzenlenen ve 34 kategoride 45 firmanın finale kaldığı, dünyada müşteri ilişkileri yönetimi sektörünün en prestijli ödülü olarak kabul edilen Contactcenterworld.com Ödülleri'nde, 'En İyi Müşteri Deneyimi' kategorisinde birincilik, 'En İyi Çağrı Merkezi Tasarımı' kategorisinde de ikincilik ödülüne layık görülmüştür.

GENEL BİLGİLER

DİM, 2016 yılında hayata geçirdiği Pozitif Ayrımcılık Projesi ile birlikte, hizmet sunduğu müşterileri arasında yer alan engelli, kadın 60 yaş üzeri müşterilerine daha hızlı hizmet verebilmek ve bekleme sürelerini en aza indirebilmek için de yeni bir uygulamaya geçmiştir. DİM'in bağlı olduğu sisteme ve santral sistemine yapılan tanımlamalarla bu müşteriler, aradıklarında santral tarafından ön sıraya alınmakta ve müşteri temsilcilerinin ekranına da özel durumlarıyla (engelli, kadın 60 yaş üzeri) ilgili bir işaret çıkmaktadır. Bu sayede bu müşterilere karşı hem davranışsal hem de süre olarak daha farklı bir hizmet sunulmuştur.

7. Proje Bazlı Çalışmalar:

- Sahadan gelen istek, şikâyet ve talepleri analiz etmek, raporlamak ve iyileştirme projeleri gerçekleştirmek,
- SSH ekiplerine acil servis hizmetleri hakkında düzenli geri bildirimler sağlamak, eksiklerin giderilmesi ve standardın sağlanmasına katkıda bulunmak,
- Markaların müşteri ilişkileri projelerini hayata geçirmek (örnek olarak Lead sisteminin yönetimi, VW Ticari Araç Premium projesi için özel çağrı merkezi hizmeti verilmesi ve benzer projeler olan Digiturk Portal, DMF lead yönlendirmeleri, VW Shop, D-Gym, Dönemsel kampanya taleplerinin karşılanması (dost drive, vb.), Scania Kurumsal operasyonlarının sürdürülmesi),
- Proje bazlı olarak bir marka veya yetkili satıcının müşterilerini aramak suretiyle veri güncelleme çalışmaları gerçekleştirmek,
- Markaların yıllık planlama çalışmalarına dahil olarak proje geliştirmek,
- Gelişime açık yetkili satıcılarda müşteri deneyimlerini gözlemleyerek müşteri ilişkilerini geliştirmek için çalışmalar gerçekleştirmek ve çıktılarını teşkilata yaymak,
- Acil servis ve çekiciler için eğitimler ve motivasyon programları düzenleyerek sürecin ve müşteri memnuniyetinin artırılmasını sağlamak.

8. CRM çalışmalarının marka performansına etkisinin ölçümü amacı ile tasarlanan "CRM Karnesi"nin yönetimi DİM tarafında yapılmaktadır.

9. Telemarketing çalışmalarının (aksesuar, garanti satışı, vb.) gerçekleştirilmesi.

4.13.3. Tedarikçilerimiz

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

Doğuş Otomotiv'in 1994 yılında Volkswagen ve Audi markalarının distribütörlüğünü alması ile başlayan, distribütörlüğünü yaptığı uluslararası markaların üreticileriyle şeffaf ve yakın ilişkisi 20 yılı aşkın süredir gelişerek sürmektedir. Doğuş 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 Doğuş Otomotiv, bu anlayışın bir sonucu olarak uzun vadeli ve sürekli gelişen iş ortaklıklarına imza atmaktadır. Kalite yönetimi konusunda Volkswagen, Audi, SEAT markaları ve Lojistik Merkezi için Almanya TÜV'den ISO 9001:2000 Sertifikası'na sahip olan Şirket, müşteri memnuniyetini ve kaliteyi en önemli değerleri olarak görmektedir.

Doğuş Otomotiv, birlikte çalışacağı tedarikçi firmaları seçerken azami özeni gösterir. Tedarikçi seçim ana kriterlerini sağlayan firmaların yerinde denetimleri gerçekleştirilir. Denetimler sonucunda alınan puanlara göre değerlendirmeler yapılarak tedarikçilerin onaylı listedeki yerlerini koruması ya da çıkartılması sağlanır. Bu kriterler, listeye yeni girecek firmalar için de geçerlidir.

Tedarikçinin TSE, ISO 9001 Sertifikası/TSE Kalite Belgeli olması, üretici tarafından onay sertifikalı olması, sektöre göre güncel tarihli TOBB Kapasite Raporu bulunması, SGK ve vergi borcunun olmaması, seçim kriterleri arasında yer almaktadır. Temizlik hizmeti, yemek hizmeti, matbaa, basılı evrak, personel taşımacılığı, güvenlik, tekstil gibi ana hizmet alanlarında oluşturulmuş olan firma seçim ve değerlendirme kriterlerinin uygulanması güncel olarak devam etmektedir.

2011 yılında tedarikçilerimizle yapılan sözleşmelere bir ek protokol hazırlanarak ekonomik, çevresel ve sosyal risklerin öngörülmesi ve Doğuş Otomotiv'in kurumsal sürdürülebilirlik vizyonunun tedarikçilerimiz arasında da benimsenmesi sağlanmıştır. 2015 yılında başlatılan yeni bir çalışmayla 3 pilot tedarikçimiz Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporu'na dahil edilmiştir. Değer zincirimiz içinde önemli bir yere sahip olan tedarikçilerimizde sürdürülebilirlik ve kurumsal sorumluluk bilincinin gelişmesi için destek vermek, sosyal, çevresel, etik ve ekonomik sorumluluk alanlarındaki performanslarının ölçülmesi sağlanarak gelişim alanlarıyla ilgili farkındalıklarının artmasını sağlamak amacıyla genişletilerek sürdürülecek bu çalışmanın 2017 yılında değerlendirme ve denetim süreçlerine de yansıtılması planlanmaktadır. Doğuş Otomotiv, tedarik zincirini de etkili bir şekilde yönetmektedir. Şirketin tedarik zinciri yönetimi detaylı bir şekilde 2016 yılında yedincisi yayımlanan Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporu'nda ve internet sitesinde yer alan Sürdürülebilirlik Bölümü'nde (<http://www.dogusotomotiv.com.tr/tr/surdurulebilirlik/kurumsal-surdurulebilirlik/dogus-otomotivde-surdurulebilirlik/surdurulebilirlik-raporlarimiz>)

4.13.4. Sürdürülebilirlik ve Kurumsal Sorumluluk Çalışmaları

BİST SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ENDEKSİ

Şirketimiz Borsa İstanbul'da işlem gören ve kurumsal sürdürülebilirlik performansları üst seviyede olan şirketlerin paylarından oluşan BİST Sürdürülebilirlik Endeksi'nde Kasım 2016 - Ekim 2017 döneminde ikinci kez yerini almıştır.

KURUMSAL SORUMLULUK

Doğuş Otomotiv, otomotiv değer zinciri içinde sosyal ve ekolojik paydaşları için en üst düzeyde sürdürülebilir ve yenilikçi çözümler üreterek, dünyada ve Türkiye'de örnek bir kurumsal vatandaş olmayı taahhüt etmektedir.

Kurumsal Sorumluluk stratejimiz, otomotiv değer zinciri içinde sürekli büyümeye odaklanarak ve tam, zamanında ve doğru hizmet anlayışıyla üstün performans göstererek paydaşlarımız için vazgeçilmez bir iş ortağı olmaktır. Performansımızı, politikalarımıza paralel olarak belirlediğimiz önceliklere göre değerlendirerek izlemekte ve yönetmekteyiz.

Doğuş Otomotiv olarak küresel standartların gerekliliklerini, doğrudan faaliyet alanımızla ilgili önceliklerimizi ve paydaşlarımızın beklentilerini göz önüne alarak Kurumsal Sorumluluk anlayışımızı tanımladık. Kurumsal Sorumluluk, sektörümüzün sosyal, ekonomik ve çevresel sorunlarıyla ilgili geliştirdiğimiz çözümleri belirlerken, kullandığımız yöntemler ve tüm operasyonlarımızı kapsayan kurumsal davranış biçimimizdir.



Doğuş Otomotiv, 2009 yılından beri GRI (Global Reporting Initiative) Küresel Raporlama Çerçevesi'ne uygun olarak Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporu yayınlamaktadır. Söz konusu çerçeve kapsamında raporlama yapılan performans alanlarıyla ilgili kurumsal politikalar 2010 yılında Kurumsal Sorumluluk Çalışma Grubu üyeleri tarafından kurulan alt komisyonlarda çalışılmış ve hazırlanan politikalar Kurumsal Sorumluluk İzleme Komitesi'ne sunulmuş onaylanmıştır. Politikalarımız, öncelikli alanlarımız ve bu alanlar doğrultusunda izlenen performanslar Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporları kapsamında yayınlanarak internet sitesi üzerinden paylaşılmaktadır.

GENEL BİLGİLER

KURUMSAL SORUMLULUK YÖNETİMİ

Doğuş Otomotiv’de Sürdürülebilirlik/Kurumsal Sorumluluk yönetimi, tüm iş süreçlerimizde sorumluluk ve hesap verebilirlik ilkelerini hayata geçirmek, sürdürülebilirlikle ilgili alanlarda liderlik yapabilmek ve yol göstericiliği teşvik etmek amacıyla düzenlenmiştir. Yönetim Kurulu ve İcra Kurulu düzeyinde sürdürülebilirlik konusunda liderliği üstlenmenin, sürdürülebilirlik yönetiminin ve ilgili performansların Şirketimizin kültürüne, süreçlerine ve iş ilişkilerine entegre olabilmesi için çok kritik bir önemi olduğunu biliyoruz.

Faaliyetlerimizle ilgili riskleri anlamak ve proaktif biçimde yönetebilmek için sürdürülebilirlik yönetimine sistemli bir yaklaşım uyguluyoruz. İşimizle ilgili aldığımız kararların, titizlikle hesaplanmış riskler ve bu risklerin hassas bir biçimde yönetilmesini de içermesi, tüm paydaşlarımız için uzun vadeli değer sağlamaktadır.

2015 yılında Sürdürülebilirlikle ilgili alanların Yönetim Kurulu düzeyinde izlenmesi, hedeflerin belirlenmesi ve yönetilmesi amacıyla yeni adı Kurumsal Yönetişim ve Sürdürülebilirlik Komitesi olan yapı oluşturulmuştur. Komite, kurumsal yönetişim ilkelerinin uygulanmasının yanı sıra, Şirketimizin sosyal, çevresel, ekonomik ve etik sorumluluklarına paralel şekilde, ilgili kurum ve paydaşlarımızın ihtiyacı olabilecek yönetim, danışmanlık, koordinasyon çalışmalarını yerine getirmek üzere kurulmuştur. Şirketimizin tüm birimlerinden yönetici ve çalışanlardan oluşan Kurumsal Sürdürülebilirlik Çalışma Grubu, komiteye raporlama yapmaktadır. Kurumsal Sorumluluk/Sürdürülebilirlik Yönetimi ile ilgili kapsamlı açıklamalar şirketin Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporu kapsamında yapılmaktadır: <http://www.dogusotomotiv.com.tr/tr/surdurulebilirlik/kurumsal-surdurulebilirlik/dogus-otomotivde-surdurulebilirlik/surdurulebilirlik-raporlarimiz>

PAYDAŞ KATILIMI

Doğuş Otomotiv’in Türkiye’nin lider otomotiv distribütörü olarak sürdürdüğü kurumsal liderlik anlayışının temelinde, tüm karar alma süreçlerinde paydaş beklentilerini dikkate alma, bu beklentiler doğrultusunda hedefler belirleme ve paydaşlarıyla sürekli, şeffaf ve düzenli diyalog geliştirme politikası bulunmaktadır. Doğuş Otomotiv, paydaşlarıyla bir araya gelebileceği, onların beklentilerini sorgulayabileceği tüm platformları iş süreçlerinin bir parçası olarak kabul etmektedir.

Faaliyet gösterdiği alanlarda başarılı olan, kazancını toplumla paylaşan ve sorumluluklarını yerine getiren Doğuş Otomotiv, boyutu ve duruşuyla kamuoyuna güven veren, kurumsal yönetişim ilkelerini benimsemiş, etik ilkeleri gözetken bir kurumdur. Kurumsal iletişim ve ilişkilerin yönetiminde aktif rol üstlenmektedir. Bilgiyi belirli bir perspektif içinde sunan Şirketimiz, sektörle ilgili gelişmelere de yön vermektedir. Paydaşlarına yakın bir Şirket olmayı hedefleyen Doğuş Otomotiv, yüksek iş ahlakı ve dürüst çalışma ilkelerine uymaktadır.

Paydaşlarının yaptığı değerlendirmelere önem veren ve onların çıkarlarının korunmasına saygı gösteren, beklentilerini tespit ederek ve sürekli izleyerek beklentilerin üzerinde yaratıcı hizmet sunan bir şirket olarak algılanmak, Doğuş Otomotiv’in iş hedefleri, stratejik büyümesi ve sosyal çalışmaları açısından büyük önem taşımaktadır. Doğuş Otomotiv, iş dünyasıyla ilgili sivil toplum ve meslek kuruluşlarında, öncü ve lider konumuna uygun aktif roller üstlenmektedir. Doğuş Otomotiv’in kurumsal iletişim çalışmaları ve ilişkileri dürüstlük, şeffaflık ve bilgilendirme temeline dayanmaktadır. Doğuş Otomotiv’in iletişim stratejileri ve uygulamaları, Şirketin Stratejik Pazarlama ve Kurumsal İletişim Departmanı tarafından yönetilmekte ve yürütülmektedir. Doğuş Otomotiv’in paydaşları ile paylaştığı, Şirkete ve kurum sözcülerine ilişkin tüm bilgiler, Stratejik Pazarlama ve Kurumsal İletişim Departmanı tarafından dürüstlük ilkesi ön planda tutularak hesap verebilir ve şeffaf bir iletişim yöntemi kullanılarak hazırlanmaktadır.

Paydaş Katılımı Stratejisi

Doğuş Otomotiv’in sürekli ve karşılıklı iletişim odaklı Paydaş Katılımı Stratejisi, 2009 yılında gerçekleştirilen çalıştaylarla Doğuş Otomotiv Kurumsal Sürdürülebilirlik Çalışma Grubu tarafından belirlenmiştir. Kilit paydaşlarla geliştirilen her türlü diyalog platformu, geri bildirimler üzerinden değerlendirilmektedir. Doğuş Otomotiv Paydaş Katılımı Stratejisi orta ve uzun vadede sosyal, çevresel, ekonomik ve etik sorumluluk alanlarımızda farkındalık geliştirme, sürekli ve açık iletişim, geri bildirim ve iyileştirme performansları üzerine kurgulanmıştır. Doğuş Otomotiv’in paydaş katılımı süreç yönetimiyle ilgili detaylı bilgiler Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporu kapsamında detaylı olarak her yıl açıklanmaktadır: <http://www.dogusotomotiv.com.tr/tr/surdurulebilirlik/kurumsal-surdurulebilirlik/dogus-otomotivde-surdurulebilirlik/surdurulebilirlik-raporlarimiz>

SÜRDÜRÜLEBİLİR ÇEVRE

Tüketicilerin değişen beklentileri, teknolojinin büyük bir hızla gelişmesi, küreselleşme, yeni birleşme ve satın alma operasyonları ve iş birlikleri nedeniyle otomotiv sektörünün ekosistemi de büyük bir değişim geçirmektedir. Bireylerin mobilite tanımına yaklaşımlarının da hızla değişeceği yeni bir yüzyılda yaşıyoruz. Çoklu model ulaşım sistemleri giderek daha fazla yaygınlaşıyor; tüketicilerin çevresel sorumluluk, güvenlik ve bilgi isteğini karşılayacak akıllı araçlar çoğalıyor. Otomotiv şirketleri ise sorumlu büyümeyi sağlamalarına yardımcı olacak yeni iş modelleri geliştirmek için birbirleriyle yarışıyor. Bu dinamik yeniçağda, Doğuş Otomotiv bireylere özel mobilite çözümleri, perakende sektöründe yenilikçi satış teknikleri, küresel düzenleme ve uygulamalarıyla kapsamlı ortaklık ve iş birliklerinin gelecek 10 yılda başarının anahtarı olduğuna inanmaktadır.

Söz konusu değişime liderlik edecek şirketlerin, geleceğin şirketleri olmaya aday olduklarına inanan Doğuş Otomotiv, otomotiv ekosistemi içinde distribütör olarak çevresel performansını her geçen gün daha da ileriye taşıyarak:

- » Müşterilerin güvenini sağlamlaştırmayı,
- » Yetkili Satıcı ve Servis Ağı ile etki alanı içinde değişim yaratmayı,
- » Atık yönetimi ve verimlilik konusunda farkındalık yaratmayı,
- » Ekolojik çevreyi de kilit paydaşı kabul ederek, kaynakları tasarruflu kullanmayı taahhüt etmektedir.

Doğuş Otomotiv, iklim değişikliğinden kaynaklanabilecek orta ve uzun vadeli riskleri yönetebilmek ve gerekli süreç iyileştirmelerinin yapılmasını sağlamak gibi konularda taahhütte bulunmaktadır. Doğuş Otomotiv Çevresel Sorumluluk Politikası ve bu alanda belirlenen odak alanlardaki performanslarını her yıl Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporu kapsamında açıklamaktadır: <http://www.dogusotomotiv.com.tr/tr/surdurulebilirlik/kurumsal-surdurulebilirlik/dogus-otomotivde-surdurulebilirlik/surdurulebilirlik-raporlarimiz>

ŞEFFAFLIK VE HESAP VEREBİLİRLİK

Doğuş Otomotiv, faaliyet alanıyla ilgili sosyal, çevresel, ekonomik ve etik performansını 2009 yılından beri uluslararası standartlarda kamuya açık biçimde raporlamaktadır. Her yıl paydaşlarının bu performanslarla ilgili geri bildirimlerini değerlendirmekte ve bir sonraki yıl hedeflerini bu performanslara göre belirlemektedir. Mevzuat hükümlerine aykırılık nedeniyle varsa Şirketimiz hakkında verilen idari yaptırım ve cezalar hakkındaki açıklamalarımız da, Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporumuzda bulunan GRI İndeksi’nde yer almaktadır. Doğuş Otomotiv Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporlarına internet sitemiz üzerinde <http://www.dogusotomotiv.com.tr/tr/surdurulebilirlik/kurumsal-surdurulebilirlik/dogus-otomotivde-surdurulebilirlik/surdurulebilirlik-raporlarimiz> adresinden ulaşılabilir.

DOĞUŞ OTOMOTİV ETİK KODU

Ülkemizin ve dünyamızın geleceğine dair bir algı oluşturmayı, bu algıyı yaymayı ve yaygın olduğu kesimlerde derinleştirmeyi amaçlayan, sektörler üstü bir konumda tüm topluma örnek olma vizyonu ile hareket eden Doğuş Otomotiv, 2012 yılında tüm paydaşları ile iş yapış şeklini açık biçimde ortaya koyan Etik Kodu’nu da yayınlamıştır. Küresel standartlarda hazırlanan ve Türkiye’nin yurt dışından adaptasyon olmayan ilk etik kodu olan Doğuş Otomotiv Etik Kodu ile Şirketimiz; çalışanları, müşterileri, iş ortakları ve rakipleri ile ilişkilerinde dürüst ve etik davranış sergileyeceğinin sözünü bu kez taahhüt altına alarak belgelemiştir. Böylelikle, mevcut ekonomik şartlarda ve rekabet ortamında faaliyetlerimizi başarıyla yürütürken, sektörümüzdeki liderliğimizi koruyarak dürüst, güvenilir ve asla ödün vermeyeceği etik kurallarıyla tanınan, itibarı yüksek bir Şirket olmanın altı bir kez daha çizilmiştir. Doğuş Otomotiv Etik Kodu’nun tedarikçilerimiz, iş ortaklarımız ve üçüncü partilerle paylaşılması ile ilgili çalışmalarımız 2016 yılında da devam etmiştir. 2016 yılında tüm Doğuş Otomotiv, Doğuş Oto ve Doğuş Teknoloji çalışanlarını kapsayan yüz yüze Etik Kod eğitimlerinin tamamlanması için gerekli çalışmalar yürütülmüştür. Raporlama dönemi boyunca, 188 Doğuş Otomotiv çalışanına 376 adam/saat yüz yüze Etik Kod eğitimi sağlanmıştır. Böylece 2016 yıl sonu itibarıyla Doğuş Otomotiv çalışanlarının %81’ine yüz yüze Etik Kod eğitimleri verilmiştir. Aynı dönemde işe başlayan 127 çalışana sağlanan 317,5 adam/saat e-oryantasyon eğitimi kapsamında Etik Kod ile ilgili bilgiler de yer almıştır. Doğuş Otomotiv Etik Kodu, Şirketimizin tüm etik konulardaki taahhüt ve politikalarını içermektedir ve şirketin resmi internet sitesinde kamuya açık bir biçimde yayınlanmaktadır: <http://www.dogusotomotiv.com.tr/tr/surdurulebilirlik/kurumsal-surdurulebilirlik/yonetisim-risk-yonetimi-etik/etik/dogus-otomotiv-etik-kodu>

GENEL BİLGİLER

ÖNCELİKLİ PAYDAŞIMIZ: ÇALIŞANLARIMIZ

Doğuş Otomotiv, işinin sürekliliğini ve gelecekte de bugün olduğu gibi güçlü, etik ve kaliteli hizmet sunmaya devam etmesini sağlayacak en büyük gücün çalışanları olduğuna inanmaktadır.

Kilit paydaşı olarak gördüğü çalışanlarının verimli iş yapma süreçlerini sorumluluk anlayışıyla pekiştirerek hem toplumsal anlamda hem şirket değeri için vazgeçilmez bir katkı olduğunun bilincindedir. Doğuş Otomotiv, Kurumsal Sürdürülebilirlik anlayışının temelinde çalışanlarının ve onlar için sağlanacak iyi iş ortamının yer aldığını, 2010 yılında yayınladığı Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporu'nda ve internet sitesinde yer alan politikasıyla da ilan etmiştir.

Çalışan memnuniyeti ve bağlılığını iş hedeflerinin en üst sıralarına yerleştiren Şirketimiz, Kurumsal Sürdürülebilirlik performansının her geçen gün daha da artmasının temel nedenini de bu konuda çalışanlarının gösterdiği çaba ve ulaşılan farkındalığa bağlamaktadır.

Değişen iş dünyası yapısı, farklılaşan beklentiler ve koşullar, günümüzde şirketlerin çalışanlarını sadece yönetmelerini değil, onlarla iş birliği yaparak diyalog kurmalarını ve beklentilerini sorgulamalarını, iş süreçleriyle ilgili öneri ve geri bildirimlerinin üst yönetime doğrudan ulaşması sağlanarak tüm süreçlere katılımlarını da gerektirmektedir. Böylelikle çok daha verimli bir iş ortamı yaratılması, yenilikçi ve rekabet edebilir bir şirket yapısının kurulması, diğer paydaşlarla çalışanlar aracılığıyla daha sağlıklı ilişkiler kurulması da sağlanmaktadır.

Eşit Haklar

Doğuş Otomotiv Etik İlkeleri'nin 3. maddesi olan "Adalet ve Eşitlik" başlığı altında, "Tüm paydaşlarımıza ve birbirimize karşı adil davranır, ayrımcılıktan uzak dururuz," şeklinde açıklanmıştır. Doğuş Otomotiv, din, dil, ırk, renk, cinsiyet, yaş, etnik köken, engellilik, vatandaşlık hali ya da yasal düzenlemelerle korunan diğer sosyal statülerden bağımsız bir "Çalışanlar ve İyi İş Ortamı Politikası" uygulamaktadır.

Çalışanlarımıza Sağlanan Faydalar

Tümü tam zamanlı olarak çalışan Doğuş Otomotiv çalışanlarının eşit haklara sahip olduğu ve her bir çalışanın Şirketimizin kilit paydaşlarından biri olduğu, Doğuş Otomotiv Temel Hak ve Sorumluluklar Prosedürü'nde açıkça belirtilmektedir. Sağlık sigortası, hayat sigortası, yemek ve servis, tüm çalışanlarımızın yararlandığı sosyal haklardır. Doğuş Otomotiv çalışanlarına sağlanan diğer faydalar ve eğitim olanaklarımızla ilgili detaylı bilgiler, her yıl Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporumuzda kamuyla paylaşılmaktadır.

Çalışanlarımızla İletişim

Doğuş Otomotiv'in her çalışanı, ilgili yöneticisiyle dilediği zaman doğrudan iletişim kurabilmektedir. Ayrıca üç ayda bir düzenlenen Yönetim Bilgilendirme Toplantıları'nda yöneticiler ile üst yönetim, Şirketin faaliyetleri ve işleyişi konusunda bilgi paylaşımında bulunmaktadır. 2016 yılında 2 adet Yönetim Bilgilendirme Toplantısı gerçekleştirilmiştir. İnsan Kaynakları ve Süreç Yönetimi Genel Müdürlüğü tarafından her uygulama değişikliğinde ve yılsonlarında İK süreçlerinin detaylı biçimde paylaşıldığı İletişim Toplantıları'na, tüm Doğuş Otomotiv çalışanları katılabilmektedir. Ayrıca intranet ve e-posta yoluyla şirketle ilgili bilgiler çalışanlarla düzenli olarak paylaşılmaktadır. Çalışanların Şirketle ve tüm süreçlerle ilgili öneri ve görüşlerini yönetimle paylaşmalarını sağlayan Doğuş Otomotiv Öneri Sistemi ile 2016 yılında, hayata geçirilen öneri sayısında geçen seneye göre %44 oranında önemli artış yaşanmıştır. Ayrıca, Şirketimizde her yıl iş süreçlerini iyileştirmek ve Şirketin performansına olumlu katkı sağlamak amacıyla çalışanlarımızca birçok proje üretilmektedir. Bu iletişime örnek olarak, çalışanlarımızın hayata geçirdikleri projelerden en iyilerinin ödüllendirildiği tören Fikirlerin Doğuş Günü Mezuniyet adı altında üst yönetimin katılımıyla ikinci kez gerçekleştirilmiştir. Törende çalışanlarımız, gerçekleştirdikleri projeleri üst yönetime sunma şansı bulmuştur. Doğuş Otomotiv'in çalışanlarıyla geliştirdiği diyalog platformları, eğitimler ve tüm çalışan strateji ve politikaları her yıl Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporu'nda detaylı biçimde açıklanmaktadır: <http://www.dogusotomotiv.com.tr/tr/surdurulebilirlik/kurumsal-surdurulebilirlik/> dogus-otomotivde-surdurulebilirlik/surdurulebilirlik-raporlarimiz

DOĞUŞ OTOMOTİV VE TOPLUM

"Trafik Hayattır!"

Doğuş Otomotiv, sürdürülebilir ve yenilikçi çözümler üretme stratejisi doğrultusunda başarılı finansal ve operasyonel sonuçlara imza atmanın yanı sıra toplumsal değer yaratacak ve ürün/hizmet sorumluluğunu dikkate alan kurumsal sorumluluk platformlarını hayata geçirmeyi temel öncelikleri arasında görmektedir. Şirketimizin faaliyet alanında edindiği deneyimden güç alarak büyük bir kararlılıkla gerçekleştirdiği sürdürülebilir oluşumlar arasında 2004 yılında başlattığı Trafik Hayattır'ın özel bir yeri bulunmaktadır.

Şirketimiz Trafik Hayattır ile toplumun her kesimine ulaşarak trafik güvenliği bilincini artırmaya yönelik farklı projeleriyle yeniliklere öncülük etmektedir. Tüm topluma ulaşacak radyo ve televizyon iletişiminin yanı sıra, geleceğimizin teminatı olan gençler ve çocukları trafik güvenliği konusuna dahil eden Trafik Hayattır Platformu, trafik güvenliği konusunda çeşitli yarışmalar düzenlemektedir.

Bu kapsamda, gençleri trafik güvenliği konusuna dahil etmek, trafik güvenliği konusunda çözüm üretmelerini sağlamak ve yaratıcılıklarını artırmak amacıyla 2016 yılında hayata geçirilen Trafik Hayattır Kamu Spotu Yarışması'nda, katılımcılardan Trafik Hayattır'ın iletişim çalışmalarında ana mesajlar olarak belirlenen, "Aşırı Hız Yapma", 'Cep Telefonu Kullanma' ve 'Emniyet Kemerini Tak' mesajlarından birini içeren senaryolarını kısa film haline getirerek en fazla 45 saniyelik bir filmle anlatmaları istenmiştir.

Yoğun ilgi gören ve 422 filmin katıldığı yarışma sonunda, jüri tarafından Korhan Topçu'nun 5 kişilik bir ailenin yolcuğunu anlattığı filmi birinci olarak belirlenmiştir.

Birinci seçilen Korhan Topçu, filmini ünlü yönetmen Ömer Faruk Sorak'la tekrar çekerek, profesyonel bir filmin yapım sürecine katılma, konunun uzmanlarından fikir alma ve spotunu ekranlara taşıma fırsatı yakalamıştır.

Trafik kazalarından en fazla etkilenen 2. grubun çocuklar olması sebebiyle, Trafikte Çocuk Güvenliği inisiyatifini başlatan Trafik Hayattır, sosyal -dijital medya ve saha aktiviteleriyle ailelere ulaşmayı hedeflemektedir. Emniyet Genel Müdürlüğü'nün de iş birliği ile İzmir- İstanbul ve Ankara'da konuyla ilgili araştırma yapılmış, %23 olan çocuk koltuğu kullanım oranı detaylarıyla kamuoyuna aktarılmıştır. Araştırma sonuçlarında psikolojik etmenlerin de kullanımı düşürdüğü gözlenmiş, bu sebeple ünlü psikolog Prof. Dr. Üstün Dökmen projeye dahil olmuştur. Loughborough Üniversitesinden Prof. Dr. Serpil Acar ve Prof. Dr. Memiş Acar trafikte ve araçta anne-çocuk güvenliği içerikleriyle Trafik Hayattır'ın danışman kadrosuna katılmıştır.

Kamu iş birliklerine devam eden platfom, Kadıköy Belediyesi gebe okullarına içerik sağlamak üzere anlaşmaya varmıştır. Anne Bebek Çocuk Fuarı gibi etkinliklerle 3 gün boyunca 2500'den fazla katılımcıya bilgilendirme yapılmış, ayrıca stantta yapılan simülasyon yarışmasında 1.gelen kişiye çocuk koltuğu hediye edilmiştir.

Trafik Hayattır'ın üniversitelerde 2012 yılından beri sürdürdüğü istikrarlı projesi Trafik Güvenliği Uzaktan Eğitimi 18 üniversitede 20.000'den fazla öğrenciye ulaşmıştır. Trafik güvenliği konusunda verilen teorik eğitimleri pratik uygulamalarla pekiştiren platform, 2016 sonuna Kamu Spotu Yarışmasına ek olarak 'Jingle Yarışması'nı başlatmıştır.

2017 Jingle Yarışması ile trafikteki kişilere radyo yolu ile yine gençlerden gelecek beste önerileriyle ulaşılması planlanmaktadır. Jingle Yarışması jürisinde yer alan Nil Karaibrahimgil, kazanan eser sahibi ile stüdyoya girecek 'trafik güvenliği' mesajını tüm Türkiye'ye duyuracaktır.

Meslek Liseleri ve Doğuş Otomotiv İş Birliği

Doğuş Otomotiv'in eğitime ve kaliteli istihdam yetiştirilmesine katkı sağlamak amacıyla yürüttüğü Meslek Liseleri İşbirliği çalışmaları 2016 yılında da devam etmiştir. 2016 yılında destek verilen meslek lisesi sayısı 7'ye ulaşmıştır.

2016-2017 öğretim yılı için 5 okuldan 146 öğrenciye 21 Yetkili Servisimizde kış döneminde atölye stajları organize edilmiş, ayrıca yine bu okulların ikisinde bulunan 50 öğrenciye 2016 yaz dönemi için 12 Yetkili servisimizde yaz stajı organize edilmiştir. 2016 öğretim yılında 7 okulda toplam 176 öğrenci sınıflarımızda eğitime başlamıştır. Sınıflarımızdan mezun olan öğrencilere Yetkili Servislerimizde istihdam sağlanmıştır. 2016 yılında toplam 80 öğrenci mezun olmuş, bu öğrencilerden 27'si Yetkili Servislerimizde çalışmaya başlamıştır. 2016 yılında toplam mezun sayımız 434'e ve öğrenimi devam eden öğrenci sayısı ise 365'e yükselmiştir.

GENEL BİLGİLER

4.14. Bağışlar ve Yardımlar

25 Mart 2016 tarihli Olağan Genel Kurul Toplantısı'nda; internet sitemizden ulaşılabilir Doğu Otomotiv Bağış ve Yardım Politikamızda herhangi bir değişiklik yapılmamış olup, 2016 yılına özgü olmak üzere Manisa İli Soma ilçesinde yaşanan maden faciası sonrasında bölgede devam eden yardım kampanyaları ve Şirketin toplumsal katılım politikaları kapsamında ilköğretim okulu projesi inşasının üstlenilerek yaptırılmasında kullanılmak üzere 15.000.000 TL ek bağış yapılmasına karar verilmiştir. Yıl içindeki bağışların detayı aşağıdaki gibidir:

DOĞUŞ OTOMOTİV SERVİS VE TİCARET A.Ş. VE BAĞLI ORTAKLIKLARI	
2016 YILINDA YAPILAN BAĞIŞ VE YARDIMLAR	TUTAR -TL
SOMA İLKÖĞRETİM OKULU PROJESİ (AFAD)	13.812.943
KÜÇÜKYALI MESLEKİ VE TEKNİK ANADOLU LİSESİ MÜDÜRLÜĞÜ	322.118
TÜRK PETROL VAKFI	65.000
SARIYER BELEDİYE SPOR KULUBÜ DERNEĞİ	30.000
ŞİŞLİ TEKNİK VE ENDÜSTRİ MESLEK LİSESİ	25.348
TÜRKİYE KORUNMAYA MUHTAÇ ÇOCUKLAR VAKFI	23.011
AYHAN ŞAHENK VAKFI	18.204
BURHANETTİN YILDIZ TEKNİK VE ENDÜSTRİ MESLEK LİSESİ	15.415
BESNİ MESLEKİ VE TEKNİK ANADOLU LİSESİ	13.646
DİĞER DERNEK VE KURUMLAR	46.732
TOPLAM	14.372.417

4.15. Şirketler Topluluğu

Şirketimiz, 2016 yılında hâkim şirketle ve hâkim şirkete bağlı şirketlerle yaptığı işlemlerde, emsallerine aykırı olarak bu şirketler yararına bir işlem yapmamıştır. Dolayısıyla Şirketimizin, Türk Ticaret Kanunu'nun 199'uncu maddesi kapsamında hâkim şirketle ve hâkim şirkete bağlı şirketlerle yaptığı işlemlerle ilgili aldığı bir önlem veya zarar denkleştirmesi de bulunmamaktadır.

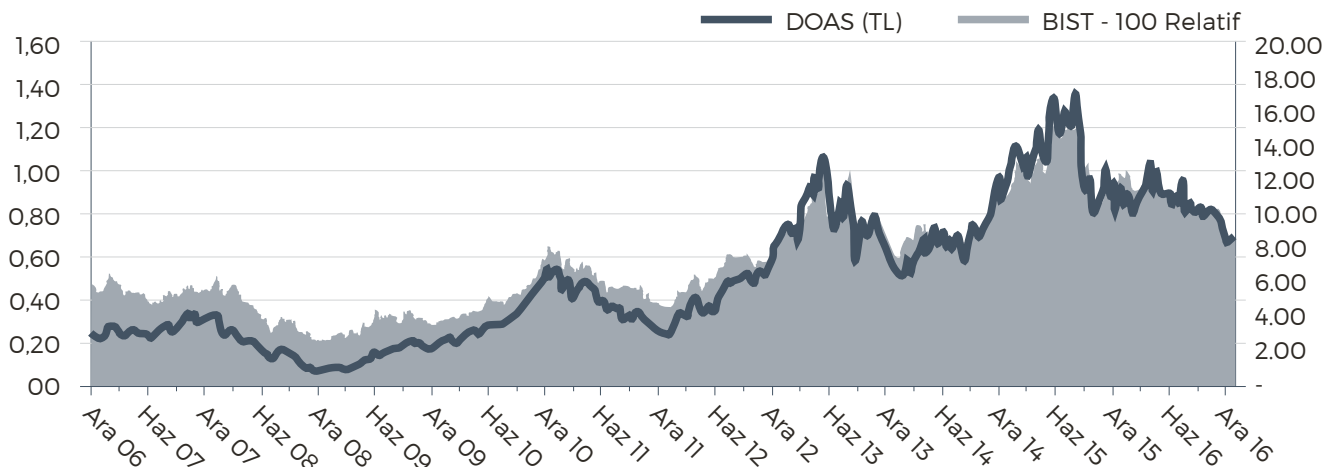
5. FİNANSAL DURUM

5.1. Doğu Otomotiv Hisse Bilgileri

Reuters kodu: DOAS.IS

Bloomberg kodu: DOAS.TI

Doğu Otomotiv'in hisseleri 17 Haziran 2004 tarihinde halka arz olmuştur ve Borsa İstanbul'da (BİST) "DOAS.IS" kodu ile işlem görmektedir.



31.12.2016 tarihi itibarıyla verilmiştir. (Kaynak: Reuters)

5.2. Operasyonel ve Finansal Göstergeler

Şirketimiz, 1.118.713 bin TL tutarında öz kaynağa sahip ve sermayesi karşılıksız kalmamış olup, borca batık değildir.

Şirketimiz, sağlam bir finansal yapıya sahip olup, şirketin finansal yapısını iyileştirmek için alınması düşünülen ek bir önlem bulunmamaktadır.

Şirketimizin bir önceki yıla göre satış adetleri %4, cirosu %10 oranda artmış ve net kârı %21 oranlarında azalmıştır. Şirketimiz ayrıca yalın yönetime ve dinamik yapısına verdiği önemin göstergesi olarak, Faaliyet Giderleri/ Ciro rasyosunda geçen yılki seviyesini korumuştur.

Aşağıda yer alan finansal verilerin; Şirket yönetiminin finansal durum ve faaliyetlerinin sonuçlarına yönelik yorum ve analizi çerçevesinde, Konsolide Finansal Tablolar ve Tamamlayıcı Notlar ile dahil edilen diğer finansal bilgilerle birlikte takip edilmesi gerekmektedir.

	2016	2015	2014
Konsolide Gelir Tabloları			
Satışlar /Adet (Toptan)	213.185	205.593	155.995
Net Satışlar (milyon TL)	11.925	10.889	7.693
Brüt Kâr (milyon TL)	1.153	1.109	873
Faaliyet Giderleri (milyon TL)	727	662	537
EBIT (milyon TL)	426	447	336
Yatırım faaliyetlerinden gelirler (milyon TL)	23	47	20
Özkaynak yöntemiyle değerlendirilen yatırımların kâr/zararlarındaki paylar (milyon TL)	99	43	83
Net Finansman Giderleri (milyon TL)	273	171	123
Net Dönem Kârı (milyon TL)	238	302	253

Hisse Başına Kazanç	1,11	1,38	1,14
Fiyat/Kazanç Oranı (%)	%7,91	%8,00	%10,45
Brüt Kar Marjı (%)	%9,7	%10,2	%11,3
Faaliyet Giderleri/Satışlar (%)	%6,1	%6,1	%7,0
EBIT Marjı (%)	%3,6	%4,1	%4,4
Net Kar Marjı (%)	%2,0	%2,8	%3,3

Konsolide Finansal Durum Tabloları

Toplam Varlıklar (milyon TL)	4.852	3.980	2.827
Net Finansal Borç* (milyon TL)	2.669	1.869	1.035
Toplam Özkaynaklar (milyon TL)	1.119	1.363	1.236
Yatırım Tutarı** (CapEx) (milyon TL)	208	169	115
ROA (%)	%4,9	%7,6	%9,0
ROE (%)	%21,3	%22,2	%20,5
Net Finansal Borç/Özkaynaklar	2,39	1,37	0,84

* Kısa Vadeli Borçlanmalar, Uzun Vadeli Borçlanmaların Kısa Vadeli Kısımları, Uzun Vadeli Borçlanmalar ve Nakit ve Nakit Benzerleri dikkate alınmıştır.

**Maddi duran varlık girişleri dikkate alınmıştır.

GENEL BİLGİLER

2017 YILI BEKLENTİLERİ

Toplam Otomotiv Pazarı (Binek+H.Ticari+A.Ticari)
835-855 bin adet

Doğu Otomotiv Satış Adetleri (ŠKODA dahil)
170-180 bin adet

Yatırım Harcamaları
325-340 mn TL

2016 yılını da %21,0 pazar payı ile otomotiv sektörünün lideri olarak tamamlayan Şirketimiz, uzun vadeli hedefleri doğrultusunda 2017 yılında,

- » Optimum karlılık seviyesini ve uzun vadeli başarı için pazar payını %20'ler seviyesinde muhafaza etmeyi;
- » Yeniden değerlendirilen tüm proje ve pazarlama planları ışığında tedbirli gider yönetim yapısını izlemeyi;
- » Temel performans göstergelerinin düzenli olarak izlenmesi suretiyle, gerekli iyileştirilmelerin gerçekleştirilmesini ve operasyonel verimliliğini güçlendirmeyi amaçlamaktadır.

2017 yılında yatırım harcama planlarımız aşağıdaki başlıklardan oluşmaktadır:

- » Genel Müdürlük, lojistik, yedek parça, eğitim alanları ve bağlı ortaklıklarımız için yapılan harcamalar,
- » Makine ve teçhizat yatırımları,
- » Bilgi teknolojileri yatırımları,
- » Kartal'da devam etmekte olan Ofis Kule inşaatı
- » Değer yaratma potansiyelini yüksek gördüğümüz yatırımlar (örnek: otomotiv showroom ve servisi olarak kiracısı olunan Esenyurt/İstanbul'da bulunan taşınmazın satın alınması)

Şirketimizin kısa vadede perakendecilik alanında büyük ölçekte olmasa da bir takım yatırımları olabileceği düşünülse de, esasen mobilite, dijitalleşme ve hizmet odaklı çalışmalarının sürdürülmesi amaçlanmaktadır. Bununla birlikte, Şirketimiz 2017 yılında distribütörlüğünü üstlendiği uluslararası markaların yeni araç modelleri ile rekabetçi konumunu korumaya devam edecektir.

2017 yılına ilişkin beklentilerimize yönelik riskler aşağıdaki gibidir:

- » Jeopolitik risklerin ülkemize olan etkileri
- » Kur dalgalanmalarının Şirket faaliyetlerine olan etkisi
- » Global piyasalardaki gelişmelere bağlı korumacı politikaların olası etkileri
- » Anayasa değişikliklerinin kısa ve orta vadede piyasalar üzerindeki olası etkileri

Risklerin yönetilmesine ilişkin esaslar, Faaliyet Raporu Genel Bilgiler bölümü altında yer alan "6.Riskler ve Yönetim Organının Değerlendirmesi" nde detaylandırılmıştır.

5.3 Kâr Dağıtım Önerisi ve Tablosu

Şirketimizin 2016 faaliyet dönemine ait kâr dağıtım önerisi ve tablosuna EK 1'de yer verilmiştir.

6. RİSKLER VE YÖNETİM ORGANININ DEĞERLENDİRMESİ

6.1 Risk Yönetimi Politikası

Şirketimizin risk yönetimi politikası, Yönetim Kurulu'ndan en alt kademeye kadar rol ve sorumlulukların belirlendiği, risk süreçlerinin planlanarak yönetildiği ve iç kontrol ve denetim faaliyetleri ile şekillenen bir çerçeve dahilinde oluşturulmuştur. Mevcut yapı dahilinde değer verdiğimiz en temel konu, riskin ortak Şirket kültürünün bir parçası olarak ilgili tüm paydaşlarımız tarafından aynı dilde ifade edilebilmesidir. Bu amaçla tasarlanan ve Şirketimizde uygulanabilir hale getirilmesi hedeflenen modellerin ve yöntemlerin aynı zamanda genel kabul görmüş referanslar doğrultusunda ele alınması esastır. Organizasyonumuza, varlıklarımıza ve paydaşlarımıza tehdit oluşturabilecek unsurların zamanında tespit edilmesi, önlem alınması ve gözetim görevinin etkinliğinin artırılması da, her zaman olduğu gibi, çalışmalarımızın istikametini belirleyen başlıca faktörlerdir.

6.2 Riskin Erken Saptanması Komitesi Faaliyetleri

Riskin Erken Saptanması Komitesi, Şirket'in varlığını gelişmesini ve devamını tehlikeye düşürebilecek sebeplerin erken teşhisi, gerekli tedbirlerin zamanında alınması ve dolayısıyla riskin etkin yönetilmesiyle ilgili çalışmaları gerçekleştirmektedir. Çoğu zaman bu çalışmaların ana teması olan geleceğin yorumu ve belirsizlikler, Komite'nin stratejik bakış açısı ve teşvikiyle sadece mutlak engel olarak algılanmayıp, Şirketimizde sistematik öz değerlendirmeye ve yeni kazanımlara zemin hazırlayabilecek bir takım fırsatlar şeklinde dikkate alınmaktadır. Nitelikli kadro yapısı ve doğru bilgi akışıyla Yönetim Kurulu'na güvence sağlayarak gözetim görevinde destek olan Komite, aynı zamanda risk yönetim sistemlerini en az yılda bir kez gözden geçirmektedir. Ayrıca, çalışma esaslarına uygun olarak belirlenen tarih aralıklarında toplantılar gerçekleştirmek suretiyle hazırladığı değerlendirme raporlarını yıl içinde Yönetim Kurulu'na sunmuş ve denetçi ile paylaşmıştır.

6.3 Risk Faktörleri ve Uygulamalar

Firmamızın faaliyet alanı, büyüklüğü ve çalışma yapısı ile şekillenen risk bakış açısı, uluslararası gelişmelerin ve iyi uygulama örneklerinin yetkinliklerle filtrelendiği bir platformda sürekli olarak olgunlaştırılmaktadır. Bu sürecin parçası olan risklerin zaman içerisinde sadece finansal, operasyonel ve doğa olayları ile sınırlı kalmayıp, çok daha geniş bir perspektifte ve sürdürülebilirlik anlayışıyla yönetilebilir olma zorunluluğu, kurumsal risk yönetimi adımlarımızı belirleyen başlıca konudur. Risklerin birbirleriyle olan ilişkilerini de katarak bütünsel bir şablonda oluşturduğumuz çalışmalarla, risk yönetimi kapsamındaki süreçlerin stratejik ve proaktif bir şirket modeline doğru uzanan seyri yönetilmektedir.

FINANSAL RİSKLER

Likidite Riski

Şirketimizin genel mali durumunun, finansal duyarlılıkların dikkate alındığı bir ortamda izlenmesi ve bunu sağlayacak çözümlerin inşa edilmesi sağlanmıştır. Özellikle ticari hareketlerin değişimine endeksli raporlama şablonu ile risk yönetimi aktif-pasif nakit akışları izlenmektedir.

Yüksek kalitedeki kredi sağlayıcılarının ve ilişkilerin sürekliliği, rekabetçi oranlara erişim, finansal enstrüman ve hizmet çeşitliliği (krediler, faktoring kapasitesi, vb.) ve likidite gücü, geçmiş yıllarda olduğu gibi üzerinde hassasiyetle durulan konular arasında yer almıştır. Sonuç olarak, borç ve alacak yönetimi, hem tutar hem de vade planlı nakit hareketi kontrolleri ile güvence altına alınmış, büyüme ve yatırım politikaları için gerekli kaynak ihtiyacının dengelenmesi sağlanmıştır.

Kur Riski

Şirket'in yine ticari hareketlerine endeksli olarak net döviz pozisyonu takibe alınmış, aylık risk yönetimi raporları ile ilgili yönetim organlarının ve Riskin Erken Saptanması Komitesi'nin düzenli olarak bilgilendirilmesi sağlanmıştır. Devalüasyon, parite ve enflasyon hareketlerinin yaratabileceği etkiler incelenmiş ve gerekli önlemler alınmıştır.

İthalat işlemleri yoğun ve kur riskine maruz kalan bir işletme olarak, ödeme dengelerinin korunması amacıyla vadeli döviz işlemi sözleşmeleri ve planlanan nakdin kısmen döviz cinsinden değerlendirilmesi gerçekleştirilmektedir. Ürün portföyüne ve hareket planına göre üretici firma ile sağlanan model bazlı mutabakatlar ve kur hareketlerinin yaratabileceği olumsuz tesirleri asgari düzeye indirecek fiyatlama seçenekleri alınan ilave tedbirler arasında yer almıştır.

GENEL BİLGİLER

Faiz Riski

Şirketimizin döviz cinslerine göre gruplandırılmış risk yönetimi aktif-pasif getiri ve maliyetleri üzerinden efektif vadeler de dikkate alınarak stratejik faiz pozisyonu tespit edilir.

Senaryo öngörülerimize göre belirlenen kredi tutarlarının ve faiz oranlarının değişeceği durumlar için ise, maliyet artışlarının getireceği yüke göre önceden önlem alınarak, uygun enstrüman/oran seçenekleri hayata geçirilmektedir.

Alacak Riski

Gerçekleştirilen ortak faktoring projeleri ve iş birliği neticesinde, Doğu Otomotiv ile yetkili satıcılarımız ve servislerimiz arasındaki alacak/borç riski asgari seviyeye indirilmiştir.

Ürün Maliyet/Fiyat Riski

Günlük döviz pozisyonu dahilinde markalar bazında takip edilen stokların fiktif, yol, yükleme ve liman kategorilerindeki adet ve tutarları ile ithalat planlama ve kaynak yönetimi bir bütün olarak değerlendirilmektedir. Döviz kurlarındaki olası ani hareketlerin hem maliyet kompozisyonuna doğrudan etkisi hem de gelir yaratma kapasitesine teması çeşitli senaryolarla incelenmektedir. İşletme sermayesi üzerinden yapılan çalışmalarda ise senaryo verilerinde yer alan gelir noksanlığı olasılığına karşı nakit akışları, kredi limit/risk öngörülleri ve bu doğrultuda işletme sermayesinin finansmanı için atılacak adımlar planlanmaktadır. Ayrıca, özetlenen faaliyetlerin tamamı aylık olarak hazırlanan risk yönetimi raporlarında yer almış ve ilgili yönetim kademelerimiz yıl içinde düzenli olarak bilgilendirilmiştir.

OPERASYONEL RİSKLER

Tedarikçilerle İlişkiler

Tedarik devamsızlığı veya kesintisi, olası teslimat, kalite problemleri ve tedarikçinin finansal ve teknik yeterliliği risklerine karşı gerekli önlemler alınmaktadır. Tedarikçi performanslarının takibi, asgari teklif ve ihale koşulları ile değerlendirme sistemi, sözleşmeler ile bağlayıcı zemin oluşturulması, gereken hallerde hukuk onayı, teminat mektubu ve benzeri enstrümanlar kanalıyla sunulan hizmetin güvence altına alınması süregelen uygulamalardan bazılarıdır. Tedarik Zinciri Yönetimi ve tedarikçilerin sosyal, çevresel, ekonomik risklerinin yönetilmesiyle ilgili alınan önlemler ve denetim konuları Sürdürülebilirlik Raporu kapsamında detaylı olarak açıklanmaktadır. (<http://www.dogusotomotiv.com.tr/tr/surdurulebilirlik/kurumsal-surdurulebilirlik/dogus-otomotivde-surdurulebilirlik/surdurulebilirlik-raporlarimiz>)

İş Sağlığı ve Güvenliği (İSG)

Şirketimizdeki İSG süreçlerinin etkin olarak icra edilebilmesi/yönetilebilmesi için İSG kurulları ve organizasyon yapısı oluşturulmuştur. İSG kapsamında, tesislerimizin ve çalışma ortamlarımızın risk analizleri, kaza araştırma çalışmaları, sivil savunma eğitimleri ve tatbikatları ile ilgili faaliyetler yürütülmektedir. Ayrıca, güncel tespitler ve kanuni sorumluluklar, İSG kurul toplantılarında her ay düzenli olarak değerlendirilip, takip altına alınmaktadır. Yıl içinde, personelin farkındalığı bakımından eğitimler ve doğrudan uzman gözetiminde bilgi ölçmeye yönelik testler de düzenlenmektedir. Doğu Otomotiv ve Doğu Oto İSG çalışmalarıyla ilgili detaylı bilgi internet sitemizin Sürdürülebilirlik bölümünde yer almaktadır. (<http://www.dogusotomotiv.com.tr/tr/surdurulebilirlik/kurumsal-surdurulebilirlik/calisanlarimiz/is-sagligi-ve-guvenligi/dogus-otomotiv-isg-calismalari>)

İş Devamlılığı (Sürekliliği) ve Kriz Yönetimi

Mevcut İş Devamlılık Planı'nın geliştirilmesi amacıyla, Şirketimizin ilgili birimlerini temsilen oluşturulan bir çalışma takımıyla başlatılan çalışma, pilot uygulama ile devam etmektedir. Literatüre daha uygun ve temel kavramları benimseyen, farkındalık yaratma esasına dayalı ve gerçek hayatta uygulanabilir olması için doğrudan iş sahipleriyle temas halinde yürütülen bu çalışmada, ilgili ISO standartları ve Uluslararası İç Denetçiler Enstitüsü'nün hazırlamış olduğu hareket planı referans alınmıştır. Bu çalışmaların önemli bir detayı olarak, iş devamlılığı ve afetle mücadele başlıklarının farklı ancak bütün bir yapı içerisinde birbirini tamamlayan iki hayati unsur olduğu gerçeği de dikkate alınmaktadır.

Şirketimizin proaktif gayretlerine karşın, yıkıcı riskler sonucunda kesintiye uğraması muhtemel süreçlerin en kısa zamanda geri kazanımı için geliştirilmiş acil eylem planı ve aşamalı kriz yönetimi senaryoları da dikkate alınmaktadır. Can, mal ve bilgi kayıplarının önlenmesi, hak sahiplerinin beklentilerinin karşılanması, hukuki adımların doğru atılabilmesi ve kurum itibarının korunması amacıyla kabul görmüş araçlardan ve danışmanlık hizmetlerinden ayrıca faydalanılmıştır.

Bilgi Teknolojileri

Şirketimizdeki faaliyetlerin gerçekleştirilmesi için entegre bir bilgi sistemi (Turkuaz) kullanılmaktadır. Satın alma, stok yönetimi, satış ve muhasebe gibi yoğun işlem gerektiren birçok konu başlığının süreçleri genel olarak bu sistem üzerinde bulunan uygulamalar aracılığı ile yerine getirilmektedir. Muhtemel risklere karşı tedbir olarak kaynak planlama, tanımlanan yetki ve erişim haklarının kullanılması, profesyonel donanımaya yönelik eğitimler ve sertifikasyonlar, referans modellerin tatbiki ve denetim sonuçlarına uygun aksiyon alma ile ilgili çalışmalar yürütülmektedir. İlave olarak yıl içinde, Deloitte liderliğinde sağlanan danışmanlık hizmeti kapsamında; Doğu Teknoloji ile ortak bir şekilde, kritik iş süreçlerine ait veri konsolide edilerek Şirketimizin bilgi güvenliğine yönelik strateji çalışması tamamlanmıştır.

Karar Alma Süreçleri ve Uygulamalar

Şirket politikalarının ihlaline karşı ve yönetim prensibimizin bir parçası olarak, küresel standartlara uygun oluşturulan ve Şirketimizin yönetim organları tarafından onaylanan Etik Kod, kurumsal faaliyetlerin her aşamasında yasa ve yönetmeliklerin de ötesinde iş yapma anlayışını ifade etmektedir. Yalın şablonu ve örnekli anlatım içeriği ile benimsenen kod, tüm paydaşların gerek duyabileceği örnek bir rehber olarak titizlikle hazırlanmıştır. Bu konudaki farkındalığın korunması amacıyla düzenli şirket içi eğitim ve bilgilendirme/hatırlatma iletişimi sağlanmakta ve Etik Kod'un çeşitli platformlarda kolayca erişilebilir olmasına özen gösterilmektedir.

7. DİĞER HUSUSLAR

Faaliyet yılının sona ermesinden sonra Şirkette ortakların, alacaklıların ve diğer ilgili kişi ve kuruluşların haklarını etkileyebilecek nitelikte özel önem taşıyan bir olay meydana gelmemiştir.

Bu rapor; Türk Ticaret Kanunu, Sermaye Piyasası Kanunu ve ilgili mevzuat hükümlerine uygun olarak hazırlanmış olup, 28 Şubat 2017 tarihli ve 2017/14 sayılı Yönetim Kurulu kararıyla Şirketin Yönetim Kurulu Üyeleri tarafından imzalanarak onaylanmıştır.

Finansal raporlamadan sorumlu Yönetim Kurulu Üyeleri ile finansal raporlamadan sorumlu yöneticinin 2016 yılı faaliyet dönemine ilişkin sorumluluk beyanına EK 2'de yer verilmiştir.

Yönetim Kurulu'nun 28 Şubat 2017 tarih ve 2017/14 sayılı kararıyla; Şirketimizin 31.12.2016 tarihinde sona eren hesap dönemine ilişkin Sermaye Piyasası Kurulu standartlarına göre hazırlanmış Konsolide Finansal Tablolarının ve Dipnotlarının onaylanmasına ve Akis Bağımsız Denetim ve Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik Anonim Şirketi tarafından hazırlanarak Şirketimize tevdi edilen Bağımsız Denetim Raporu'nun, Finansal Tablolar ve Dipnotlar ile birlikte Kamuyu Aydınlatma Platformu'nda (KAP) ilan edilmesine karar verilmiştir.

EK 1. KÂR DAĞITIM ÖNERİSİ VE TABLOSU

Yönetim Kurulu'nun 28 Şubat 2017 tarih ve 2017/15 sayılı toplantısında; Şirketimiz, Sermaye Piyasası Kurulu mevzuatına göre düzenlenerek bağımsız denetimden geçmiş konsolide finansal tablolarına göre 2016 yılı faaliyetleri sonucunda elde etmiş olduğu net dönem karının, otomotiv sektöründe faaliyetlerimizi etkileyebilecek nitelikte belirsizliklerin yaşanması ihtimali ve Şirketimizin büyüme politikaları doğrultusunda dağıtılmayarak şirket bünyesinde tutulmasının Genel Kurula teklif edilmesine karar verilmiştir.

DOĞUŞ OTOMOTİV SERVİS VE TİCARET A.Ş.

2016 YILI KAR PAYI DAĞITIM TABLOSU (TL)

1-	Ödenmiş / Çıkarılmış Sermaye	220.000.000,00
2-	Genel Kanuni Yedek Akçe (Yasal Kayıtlara Göre)	161.522.458,00
Esas Sözleşme Uyarınca Kar Dağıtımda İmtiyaz Var İse Söz Konusu İmtiyaza İlişkin Bilgi		Bulunmamaktadır
	SPK'ya Göre	Yasal Kayıtlara Göre
3-	Dönem Karı	275.132.000,00
4-	Vergiler (-)	(37.189.000,00)
5-	Net Dönem Karı (*)	237.688.000,00
6-	Geçmiş Yıl Zararları (-)	(60.557.000,00)
7-	Genel Kanuni Yedek Akçe (-)	-
8-	NET DAĞITILABİLİR DÖNEM KARI	177.131.000,00
9-	Yıl İçinde Yapılan Bağışlar (+)	14.372.417,00
10-	Bağışlar Eklenmiş Net Dağıtılabilir Dönem Karı	191.503.417,00
11-	Ortaklara Birinci Kar Payı	-
	- Nakit	-
	- Bedelsiz	-
	- Toplam	-
12-	İmtiyazlı Hisse Senedi Sahiplerine Dağıtılan Kar Payı	-
13-	Dağıtılan Diğer Kar Payı	-
	- Yönetim Kurulu Üyelerine	-
	- Çalışanlara	-
	- Pay Sahibi Dışındaki Kişilere	-
14-	İntifa Senedi Sahiplerine Dağıtılan Kar Payı	-
15-	Ortaklara İkinci Kar Payı	-
16-	Genel Kanuni Yedek Akçe	-
17-	Statü Yedekleri	-
18-	Özel Yedekler	-
19-	OLAĞANÜSTÜ YEDEK	177.131.000,00
20-	Dağıtılması Öngörülen Diğer Kaynaklar	-
	- Geçmiş Yıl Karı	-
	- Olağanüstü Yedekler	-

KAR PAYI ORANLARI TABLOSU

KAR PAYI BİLGİLERİ	TOPLAM DAĞITILAN KAR PAYI		TOPLAM DAĞITILAN KAR PAYI / NET DAĞITILABİLİR DÖNEM KARI	1 TL NOMİNAL DEĞERLİ PAYA İŞABET EDEN KAR PAYI	
	NAKİT (TL)	BEDELSİZ (TL)		TUTARI (TL)	ORAN (%)
- BRÜT	-	-	0,0	-	0,000
- NET	-	-	0,0	-	0,000

(*) Kontrol gücü olmayan paylar hariç ana ortaklığın konsolide net dönem karı tutarıdır.

EK 2. FİNANSAL RAPORLARDA SORUMLULUK BEYANI



FİNANSAL TABLO VE FAALİYET RAPORLARININ KABULÜNE İLİŞKİN YÖNETİM KURULU'NUN
KARAR TARİHİ: 28 Şubat 2017
KARAR SAYISI: 2017 / 14

SERMAYE PİYASASI KURULU'NUN
"SERMAYE PİYASASINDA FİNANSAL RAPORLAMAYA İLİŞKİN ESASLAR TEBLİĞİ" NİN
9. MADDESİ GEREĞİNCE SORUMLULUK BEYANI

Şirketimiz, Denetim Komitesi ve Yönetim Kurulu tarafından onaylanmış 31.12.2016 tarihinde sona eren hesap dönemine ilişkin, Sermaye Piyasası Kurulu'nun "Sermaye Piyasasında Finansal Raporlamaya İlişkin Esaslar Tebliği" çerçevesinde hazırlanan, bağımsız denetimden geçmiş Konsolide Finansal Tablolar ve Yönetim Kurulu Faaliyet Raporunun tarafımızca incelendiğini, şirketimizdeki görev ve sorumluluk alanında sahip olduğumuz bilgiler çerçevesinde;

- Söz konusu raporların önemli konularda gerçeğe aykırı bir açıklama içermediğini ya da açıklamanın yapıldığı tarih itibarıyla yanıltıcı olması sonucunu doğurabilecek herhangi bir eksiklik içermediğini,
- Yürürlükteki finansal raporlama standartlarına göre hazırlanmış, konsolide finansal tabloların işletmenin aktifleri, pasifleri, finansal durumu ve kar ve zararı ile ilgili gerçeği dürüst bir biçimde yansıttığı ve faaliyet raporunun işin gelişimini, performansını karşı karşıya olduğu önemli riskler ve belirsizliklerle birlikte dürüstçe yansıttığını,

beyan ederiz.

Saygılarımızla,

Doğuş Otomotiv Servis Ve Ticaret A.Ş.

Kerem TALİH
Mali İşler Genel Müdürü -CFO

R. Yılmaz Argüden
Yönetim Kurulu Üyesi
Denetim Komitesi Üyesi

Emir Ali BİLALOĞLU
İcra Kurulu Başkanı -CEO
Yönetim Kurulu Üyesi

Ferruh EKER
Yönetim Kurulu Üyesi
Denetim Komitesi Başkanı

Doğuş Otomotiv Servis ve Ticaret A.Ş.

Kanuni Merkez
Maslak Mah.Ahî Evran Cad.
Nº: 4 İç Kapı Nº: 13
(Doğuş Center Maslak)
Sarıyer / İSTANBUL
T: (0212) 335 32 32
F: (0212) 335 30 90

Yönetim ve İletişim
Şekerpınar Mah. Anadolu Cad.
Nº: 22 ve 45, 41420
Çayirova - KOCASEĞİ
P: (0262) 676 90 90
F: (0262) 676 90 98
www.dogusotomotiv.com.tr
KEP Adresi: dogusotomotiv@hs01.kep.tr

Mensis No: 0-3090-1147-1300010

EK 3. YILLIK FAALİYET RAPORUNA DAİR BAĞIMSIZ DENETÇİ RAPORU



Akis Bağımsız Denetim ve
Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik A.Ş.
Kavacık Rüzgarlı Bahçe Mah. Kavak Sok.
No:29 Beykoz 34805 İstanbul
Tel +90 (216) 681 90 00
Fax +90 (216) 681 90 90
www.kpmg.com.tr

YÖNETİM KURULUNUN YILLIK FAALİYET RAPORUNA İLİŞKİN BAĞIMSIZ DENETÇİ RAPORU

Doğuş Otomotiv Servis ve Ticaret Anonim Şirketi Yönetim Kurulu'na,

Yönetim Kurulunun Yıllık Faaliyet Raporunun Bağımsız Denetim Standartları Çerçevesinde Denetimine İlişkin Rapor

Doğuş Otomotiv Servis ve Ticaret Anonim Şirketi ("Şirket") ve bağlı ortaklıklarının (birlikte "Grup" olarak anılacaktır) 31 Aralık 2016 tarihinde sona eren hesap dönemine ilişkin yıllık faaliyet raporunu, denetlemiş bulunuyoruz.

Yönetim Kurulu'nun Yıllık Faaliyet Raporuna İlişkin Sorumluluğu

Grup yönetimi, 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu'nun ("TTK") 514'üncü maddesi ve Sermaye Piyasası Kurulu'nun ("SPK") II-14.1 No'lu "Sermaye Piyasasında Finansal Raporlamaya İlişkin Esaslar Tebliği" ("Tebliğ") hükümleri uyarınca yıllık faaliyet raporunun konsolide finansal tablolarla tutarlı olacak ve gerçeği yansıtacak şekilde hazırlanmasından ve bu nitelikteki bir faaliyet raporunun hazırlanmasını sağlamak için gerekli gördüğü iç kontrolden sorumludur.

Bağımsız Denetçinin Sorumluluğu

Sorumluluğumuz, Grup'un faaliyet raporuna yönelik olarak TTK'nın 397'nci maddesi ve Tebliğ çerçevesinde yaptığımız bağımsız denetime dayanarak, bu faaliyet raporunda yer alan finansal bilgilerin Grup'un 28 Şubat 2017 tarihli bağımsız denetçi raporuna konu olan konsolide finansal tablolarıyla tutarlı olup olmadığı ve gerçeği yansıtıp yansıtmadığı hakkında görüş vermektir.



Yaptığımız bağımsız denetim, Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu tarafından yayımlanan Türkiye Denetim Standartları'nın bir parçası olan Bağımsız Denetim Standartları'na ("BDS") uygun olarak yürütülmüştür. Bu standartlar, etik hükümlere uygunluk sağlanmasını ve bağımsız denetimin, faaliyet raporunda yer alan finansal bilgilerin konsolide finansal tablolarla tutarlı olup olmadığına ve gerçeği yansıtıp yansıtmadığına dair makul güvence elde etmek üzere planlanarak yürütülmesini gerektirmektedir. Bağımsız denetim, tarihi finansal bilgiler hakkında denetim kanıtı elde etmek amacıyla denetim prosedürlerinin uygulanmasını içerir. Bu prosedürlerin seçimi, bağımsız denetçinin mesleki muhakemesine dayanır.

Bağımsız denetim sırasında elde ettiğimiz bağımsız denetim kanıtlarının, görüşümüzün oluşturulması için yeterli ve uygun bir dayanak oluşturduğuna inanıyoruz.

Görüş

Görüşümüze göre Yönetim Kurulu'nun yıllık faaliyet raporu içinde yer alan finansal bilgiler, tüm önemli yönleriyle, denetlenen konsolide finansal tablolarla tutarlıdır ve gerçeği yansıtmaktadır.

Mevzuattan Kaynaklanan Diğer Yükümlülükler

TTK'nın 402'nci maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca; BDS 570 "İşletmenin Sürekliliği" çerçevesinde, Grup'un öngörülebilir gelecekte faaliyetlerini sürdüremeyeceğine ilişkin raporlanması gereken önemli bir hususa rastlanılmamıştır.

Akis Bağımsız Denetim ve Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik A.Ş.
A member of KPMG International Cooperative



Murat Aisan, SMMM
Sorumlu Denetçi
28 Şubat 2017
İstanbul, TÜRKİYE

