

Şirket'in yukarıda bahsedilen mevzuatlar kapsamında 2021 yılından bu yana faydalandığı teşvik tutarları aşağıdaki tabloda sunulmaktadır:

Teşvik Türü		31 Aralık 2021 (Bin TL)	31 Aralık 2022 (Bin TL)	31 Aralık 2023 (Bin TL)	Teşvik Kullanım Şekli
Turquality	Onaylanan Teşvik Tutarı	24.802	14.826	3.125	Nakit
	Tahsil Edilen Teşvik Tutarı	31.090	8.264	14.182	Nakit
5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu kapsamında indirim		38.484	46.868	79.850	Mahsup
6111 sayılı Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılması ile Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu ve Diğer Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun kapsamında indirim		3.289	4.974	12.306	Mahsup
Asgari ücret desteği		3.159	2.033	18.419	Mahsup
Stajyer desteği		4.607	11.467	7.168	Mahsup
46486 sayılı Bölgesel Sigorta Primi Teşviki		2.417	-	-	Mahsup



Handwritten signature
AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş. 101

Koton Mağazacılık
Tekstil Sanayi ve Ticaret
A.Ş.

Nemo Apparel B.V.

Yılmaz Yılmaz

Şükrîye Gülde
Yılmaz

İş Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

Ak Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

KOTON

KOTON MAĞAZACILIK TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.

Ayazma Mah. Ayazma Cad. No:31 Kat:5 Beşiktaş/İstanbul

Tel: 0 (212) 331 33 00 Faks: 0 (212) 331 33 70

www.koton.com.tr

AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER
ANONİM ŞİRKETİ

Teşvik Türü	31 Aralık 2021 (Bin TL)	31 Aralık 2022 (Bin TL)	31 Aralık 2023 (Bin TL)	Teşvik Kullanım Şekli
SGK 27103 sayılı İlave İstihdam Teşviki	6.407	25.467	-	Mahsup
5746 sayılı Araştırma Geliştirme ve Tasarım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanun kapsamında SGK teşviki	2.252	1.977	2.414	Mahsup
7252 sayılı Dijital Mecralar Komisyonu Kurulması ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun kapsamında SGK teşviki	5.275	-	-	Mahsup
5746 sayılı Araştırma Geliştirme ve Tasarım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanun kapsamında damga vergisii teşviki	249	194	199	Mahsup
5746 sayılı Araştırma Geliştirme ve Tasarım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanun kapsamında gelir vergisii teşviki	5.018	4.320	5.151	Mahsup
14857 sayılı Engelli Sigortalı İstihdamına Yönelik Sigorta Primi Teşviki	1.053	1.465	2.932	Mahsup



Koton Mağazacılık
Tekstil Sanayi ve Ticaret

Nemo Apparel B.V.

Yılmaz Yılmaz

Şükriye Günden
Yılmaz

İş Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

Ak Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

KOTON

KOTON MAĞAZACILIK TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.
Aranç Sok. Mağazacılar Cd. No:1 Kat:5 Beşiktaş/İstanbul
Tic. Sic. No: 271033
Tic. Sic. No: 271033
Tic. Sic. No: 271033

AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.
ANONİM ŞİRKETİ

Teşvik Türü	31 Aralık 2021 (Bin TL)	31 Aralık 2022 (Bin TL)	31 Aralık 2023 (Bin TL)	Teşvik Kullanım Şekli
6645 sayılı İş Baş Eğitim Programı İstihdam Teşviki	3	-	-	Mahsup
15510 sayılı Emeklilikte Yaşa Takılanlar Sigorta Prim Teşvik	-	-	3.337	Mahsup
3294 Sosyal Yardımlaşma Teşvik	-	-	179	Mahsup
Tasarım Merkezi İndirimi Kurumlar Vergisi Etkisi	-	53.428	12.019	Mahsup
Nakdi Sermaye İndirimi Kurumlar Vergisi Etkisi	-	37.988	51.903	Mahsup
Toplam:	97.014	205.009	199.003	



Koton Mağazacılık
Tekstil Sanayi ve Ticaret

Nemo Apparel B.V.

Yılmaz Yılmaz

Şükrîye Gülden
Yılmaz

İş Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

Ak Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

KOTON MAĞAZACILIK TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.
Ayazada Mahallesi, Ayazada Cad. No: 5 Kat: 5 Sanayi Bölgesi
Tel: 0 (212) 331 33 00 (500)
Bölge Kurumu V.D. 551 065 060 144 Sanayi Bölgesi 551 065 060 144

AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER
ANONİM ŞİRKETİ

7. FAALİYETLER HAKKINDA GENEL BİLGİLER

7.1. Ana faaliyet alanları:

7.1.1. İzahname’de yer alması gereken finansal tablo dönemleri itibarıyla ana ürün/hizmet kategorilerini de içerecek şekilde İhraççı faaliyetleri hakkında bilgi:

Genel Açıklamalar

Koton, merkezi İstanbul'da bulunan ve yurt içi ve yurt dışında yaygın kitlelere erişen önde gelen bir moda şirkettir ve 35 yıllık geçmişiyle, dört kıtada Koton markalı ürünleri tasarlayan ve satan bölgesel bir perakende hazır giyim şirketine dönüşmüştür. Şirket başarısını, 70 ülkeyi kapsayan çok kanallı bir satış ağı üzerinden, uygun fiyatla, kaliteli, stil sahibi ve her yaş ve cinsiyeti kapsayacak şekilde geniş bir ürün yelpazesi sunmak üzerine inşa etmiştir. Ağırlıklı olarak dünyada önde gelen bir tekstil merkezi olan Türkiye’den yapılan hızlı tedarik ve şirket içi ürün geliştirme kabiliyeti, Şirket’in kendine özgü değerlerini oluşturmakta ve bu değerler, Şirket’in ürünlerini, rekabetçi teslim süreleri içinde satışa hazır hale getirebilmesini sağlamaktadır. Bu durum ayrıca Koton’un, her yaştan ve cinsiyetten bireyler için kaliteli ve uygun fiyatlı moda ürünleri sunabilmesini sağlamaktadır. Tekstil endüstrisindeki uzmanlığı ve köklü geçmişi sayesinde Koton, 2012’den 2023’e kadar geçen on bir yılın onunda⁷ "En Beğenilen Kadın Markası" seçilmiş; 2022’de "Anchor Mağaza" (alışveriş merkezlerinde en çok aranan marka) ödülleri dâhil olmak üzere birden fazla ödül kategorisinde birçok kez ödül kazanmış ve uzun süredir bir aşk markası (love brand) olarak değerlendirilmiştir.⁸

Hem doğrudan hem de Franchise olarak işletilen mağazaları dâhil olmak üzere monobrand mağazaları, e-ticaret, çevrimiçi (online) pazaryerleri ve toptan satış ile çok kanallı yürüttüğü operasyonları sayesinde Koton, 2023’te 300 milyondan fazla ziyaretçiye⁹ ulaşmış ve 60 milyon adedin üzerinde ürün satmıştır. 31 Aralık 2023 itibarıyla, Koton Grubu’nun çok kanallı satış ağı (i) dünya çapında toplam alanı 507.351 metrekare¹⁰ olan 437 mağaza (perakende satış), (ii) koton.com ve Koton mobil uygulamasının yanı sıra 57 ülkede 29 çevrimiçi (online) pazaryeri ve (iii) satış kanalları yapısını tamamlayıcı bir kol olarak değerlendirilen toptan satış kanallarını içermektedir.

Koton, Türkiye’deki perakende satış alanını 2012 yılında yaklaşık 117 bin metrekareden 2023 yılında yaklaşık 225 bin metrekareye artırırken, yurt dışındaki perakende alanını aynı dönemde yaklaşık 47 bin metrekareden yaklaşık 166 bin metrekareye artırmıştır.

Şirket’in faaliyet gösterdiği pazarlara dair geliştirdiği yerel bilgi birikimi, Grup’un yurt dışındaki mağaza sayısını 2012’de 96’dan 31 Aralık 2023 itibarıyla 196’ya yükseltmesini

⁷ 2021 yılında araştırma yapılmamıştır. 2024 yılında araştırma henüz yapılmamıştır.

⁸ Kaynak: Alışveriş Merkezleri ve Alışveriş Merkezi Yatırımcıları Derneği.

⁹ Mağaza (perakende satış) ve e-ticaret kanalı toplamıdır.

¹⁰ Satış ve mağazaların depolama alanı dâhil olmak üzere.

Koton Mağazacılık
Tekstil Sanayi ve Ticaret

Nemo Apparel B.V.

Yılmaz Yılmaz

Şükriye Gülden
Yılmaz

İş Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

Ak Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

ancak, daha uygun fiyatlı moda ürünlerine yönelik değişen beklentilerinin karşılamasına olanak tanımaktadır.

Koton, sürekli olarak kaliteli ve uygun fiyatlı ürünler sunmaya devam ederken, kâr marjlarını korumaktadır. Şirket, 2023, 2022 ve 2021 yıllarında sırasıyla %52, %52,5 ve %43,3 oranlarında brüt kâr marjı, %26,6, %25,6 ve %22,8 oranlarında FAVÖK marjı kaydetmiştir. Yatırım harcamalarının düşük olduğu (*capex light*) iş modeli ve verimli işletme sermayesi yönetimi sayesinde Şirket, 2022 ve 2021'deki faaliyetlerden, FAVÖK'ün %90,8 ve %92,5'ini nakit akışlarına dönüştürerek güçlü bir nakit dönüşümü elde etmiştir. Nakit dönüşüm oranı 31 Aralık 2023 ve 31 Aralık 2022 tarihlerinde sona eren yıllar için sırasıyla %88,6 ve %90,8 olarak kaydedilmiştir. 2021'den bu yana her yıl Şirket'in gelirinin ortalama %2,4'ü düzeyinde yatırım harcaması ve yaklaşık %13 ila %20'si düzeyinde net işletme sermayesi olmuştur.

Şirket, çevresel, sosyal, yönetim konularına odaklanmakta olup, faaliyetlerini Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları doğrultusunda yürütmek konusunda kararlıdır. 2020 yılında, Türkiye'de "Daha İyi Pamuk Girişimi"ne (*Better Cotton Initiative*) üye olan ilk perakende şirketi olan Koton'un sürdürülebilirlik hedefleri arasında 2040 yılına kadar karbon nötr olma, 2030 yılına kadar %100 yenilenebilir enerji tüketimine erişme ve 2023 yılına kıyasla, 2026 yılına kadar geri dönüştürülmüş ambalaj kullanımı oranında %50 artış elde etme yer almaktadır. Öte yandan, 31 Aralık 2023 itibarıyla Koton satışlarının yaklaşık %30'u sürdürülebilir ürünlerden oluşmaktadır.

Koton Grubu'nun hem cinsiyet hem de yaş aralığı bakımından çeşitlilik gösteren çalışanlardan oluşan bir iş gücü bulunmaktadır. 31 Aralık 2023 itibarıyla, Grup'un iş gücünün %71'i kadın olup bu oranın %53'ü yönetici pozisyonlarında görev almaktadır. Şirket'in çalışanları, yaş grupları bakımından da çeşitlilik barındırmakta olup, 31 Aralık 2023 itibarıyla, toplam iş gücünün %36'sı Y kuşağı üyeleri oluştururken, X kuşağı ve Z kuşağı üyeleri sırasıyla %10 ve %54'ünü oluşturmaktadır.

Ürünler

Koton, moda için uygun stiller, kaliteli ve uygun fiyatlı geniş bir ürün yelpazesi sunmaktadır. Koton, kadın, erkek ve çocuk kategorilerinde yılda 30 binden fazla SKU ile giyim ve aksesuar ürünleri tasarlamakta, geliştirmekte ve satmaktadır. Bu kapsamda Koton müşterilerine, üst giyim, alt giyim, elbise, denim, dış giyim ve triko ürünleri sunmaktadır. Şirket'in ürün yelpazesi aynı zamanda iç giyim, plaj giysileri ve mayolar, abiye ve davet giysileri ve spor giyimini yanı sıra tekstil aksesuarları, deri görünümlü ürünler, takılar ve kozmetik gibi aksesuarları da içermektedir. Koton'un tüm yaş ve cinsiyetler için her ihtiyaca yönelik ürün seçenekleri bulunmaktadır. Sunulan ürünler arasında Fahriye Evcen, Bensus Soral, Aslıhan Malbora, Rachel Araz, Ayşegül Afacan Köksal, Tuba Ünsal ve Melis Ağazat gibi önde gelen Türk ünlüler ve sosyal medya fenomenleriyle ortaklaşa geliştirilen özel koleksiyonlar da yer almaktadır.

Koton, ürünlerini farklı vücut tipleri ve yaşam tarzlarına uygun şekilde, farklı ortamlar (okazyonlar) için çeşitli renk, desen ve dizaynlarla tasarlamakta ve geliştirmektedir. Şirket; müşterilerine, ödedikleri bedelin karşılığında yüksek değer sunarak, müşterilerinin yaşam tarzlarına uygun giyim ve aksesuar ürünleri geliştirmeyi hedeflemektedir. OC&C Raporu'na göre Koton'un fiyatları yerli rakipleri ile yaklaşık olarak aynı seviyedeysen global rakiplerinin



Koton Mağazacılık
Tekstil Sanayi ve Ticaret

Nemo Apparel B.V.

Yılmaz Yılmaz

Şükriye Gülden
Yılmaz

İş Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

Ak Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

yaklaşık yarısı kadardır. Örneğin, sonbahar/kış 2023 sezonuna ait kadın kategorisinde elbiselerin yaklaşık ortalama fiyatı 650 ile 700 TL, gömlek ve bluzların yaklaşık ortalama fiyatı 550 ile 600 TL, ceket ve paltoların yaklaşık ortalama fiyatı 1.500 ile 1.700 TL ve sweatshirtlerin yaklaşık ortalama fiyatı 500 ile 550 TL aralığındadır. Koton'un erkek kategorisi giysilerinin ortalama fiyat aralığı yaklaşık 550 ile 600 TL, çocuk giysilerinin ortalama fiyat aralığı ise yaklaşık 250 ile 300 TL arasında değişmektedir. Aksesuarlar için ise ortalama fiyat aralığı yaklaşık 130 ile 150 TL arasında değişmektedir.

Koton'un ürün yelpazesi, Türkiye'deki güncel giyim tarzını benimseyen kadın müşteri profilinden faydalanan ve farklı ülkelerde benzer performans gösteren bir yapıya sahiptir. Koton'un ürün yelpazesinin yaklaşık %80'i Grup'un ürünlerini sunduğu ülke ve bölgelerde benzerlik göstermektedir. Bununla birlikte, Şirket, yerel kültür ve iklimleri göz önünde bulundurarak belirli yerel demografik özelliklere uygun ürünler de geliştirmektedir. Şirket, ülkeye özgü ürün sunabilmek için tasarımlarını MENA bölgesindeki pazarlara cazip gelecek şekilde değiştirmektedir. Bu kapsamda, bir yandan ilgili pazardaki yerel unsurlara adapte olmak için esnekliği ve uyarlanabilirliği korurken bir yandan da tüm pazarlarda tutarlı ürünler sunmayı hedeflemektedir.

Kadın

Şirket ağırlıklı olarak kadın ürünlerine odaklanmakta olup, toplam ürün gamının yarısından fazlasını her ihtiyacı karşılamaya yönelik tasarlanan kadın ürünleri oluşturmaktadır. İlkbahar/yaz 2023 sezonu kadın kategorisinde üst giyim, alt giyim, elbise, aksesuarlar, denim ve plaj giyimi kadın kategorisi toplam gelirlerinin sırasıyla %33, %19, %13, %11, %6 ve %4'ünü oluşturmuştur. Sonbahar/kış 2023 sezonu kadın kategorisinde, dış giyim, üst giyim, triko, alt giyim, aksesuarlar ve iş kıyafetleri kadın kategorisi toplam gelirlerinin %22, %18, %13, %11, %11 ve %9'luk payına sahiptir. İlkbahar/yaz 2023 sezonunda geriye kalan kategoriler arasında dış giyim, iç giyim, triko ve uyku kıyafetleri yer almıştır. Sonbahar/kış 2023 sezonunda ise diğer kategoriler arasında denim, spor giyim, elbise, pijama ve iç çamaşır yer almaktadır.

Koton'un kadın ürün yelpazesinden örnekler aşağıda yer almaktadır:



AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş. 107

Koton Mağazacılık
Tekstil Sanayi ve Ticaret

Nemo Apparel B.V.

Yılmaz Yılmaz

Şükriye Gülden
Yılmaz

İş Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

Ak Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

KOTON MAĞAZACILIK TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.
Ayazaga Mahallesi, Ayazaga Parkı, Nispetiye Mahallesi, Sarıyer İlçesi, İstanbul
Tel: 0 212 332 33 00
Bölgesel Kurumlar V.D. 581 059 4511

AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER
ANONİM ŞİRKETİ

Erkek

OC&C Raporu'na göre, Koton, bulunduğu her kategoride ilk üç firma arasında yer almakta olup, erkek giyiminde de geniş bir ürün yelpazesine sahiptir.¹³ İlkbahar/yaz 2023 sezonu erkek kategorisinde üst giyim, denim, alt giyim, aksesuarlar, spor giyim ve plaj giyimi erkek kategorisi toplam gelirlerinin sırasıyla %47, %20, %17, %7, %5 ve %1'ini oluşturmuştur. Sonbahar/kış 2023 sezonu erkek kategorisinde, denim, üst giyim, dış giyim, alt giyim, aksesuarlar ve triko erkek kategorisi toplam gelirlerinin sırasıyla %28, %24, %18, %7, %7 ve %6'lık payına sahiptir. İlkbahar/yaz 2023 sezonu için dış giyim ve pijama diğer kategoriler arasındadır. Sonbahar/kış 2023 sezonunda ise diğer kategoriler arasında iş kıyafetleri, spor kıyafetleri ve iç giyim bulunmaktadır.

Koton'un erkek ürün yelpazesinden örnekler aşağıda yer almaktadır:



Çocuk

İlkbahar/yaz 2023 sezonu çocuk kategorisinde üst giyim, alt giyim, elbise, denim, aksesuarlar ve spor giyim toplam çocuk kategorisi toplam gelirlerinin sırasıyla %42, %29, %13, %9, %4 ve %1'ini oluşturmuştur. Sonbahar/kış 2023 sezonu çocuk kategorisinde, üst giyim, alt giyim, dış giyim, aksesuarlar, denim ve triko çocuk kategorisi toplam gelirlerinin sırasıyla %39, %25, %18, %5, %4 ve %4'ünü oluşturmuştur. İlkbahar/yaz 2023 sezonunda kalan kategoriler arasında plaj kıyafetleri ve ceketler yer almıştır. Sonbahar/kış 2023 sezonunda ise elbiseler kalan kategoriye oluşturmuştur.

26.04.2024

¹³ Yerli Marka 3 ve Yerli Marka 6 gibi belirli alt kategori oyuncuları hariçtir.

Koton Mağazacılık
Tekstil Sanayi ve Ticaret
A.Ş.

Nemo Apparel B.V.

Yılmaz Yılmaz

Şükriye Gülden
Yılmaz

İş Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

Ak Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

KOTON MAĞAZACILIK TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.
Ayazlar Mahallesi, Yazılar Çarşısı, Kat: No:5, Sarıyer, İstanbul
Teli: 0212 331 33 00, Faks: 0212 331 33 01
E-posta: koton@koton.com.tr, koton.com.tr

AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER
ANONİM ŞİRKETİ

Koton'un çocuk ürün yelpazesinden örnekler aşağıda yer almaktadır:



Aşağıdaki tablo, 31 Aralık 2023, 2022 ve 2021 tarihlerinde sona eren finansal yıllara ait gelirlerin kadın, erkek ve çocuk kategorileri (aksesuarlar dâhil) bazında dağılımını göstermektedir:

31 Aralık'ta sona eren yıl mali yıl

	2021		2022		2023	
	(milyon TL cinsinden)	(%)	(milyon TL cinsinden)	(%)	(milyon TL cinsinden)	(%)
Kadın.....	6.617	46	7.528	47	8.597	50
Erkek.....	4.171	29	4.485	28	4.299	25
Çocuk.....	2.301	16	2.723	17	2.751	16
Aksesuar.....	1.295	9	1.281	8	1.547	9
Toplam.....	14.384	100	16.017	100	17.194	100

Tasarım ve Geliştirme

Şirket'in tasarım ve geliştirme süreci çevik, veriye dayalı ve yapay zeka tabanlı araçlarla desteklenmekte ve bu Şirket'in moda trendlerini etkin bir şekilde takip edebilmesi ile ürünleri pazara hızlı bir şekilde sunabilmesine olanak tanımaktadır. Şirket, kendi ürünleri ve pazardaki diğer ürünlerden elde edilen verileri, aşağıda "Trend Analizi" başlığı altında detaylı bir şekilde açıklandığı üzere, trend belirleme araçları ile analiz etmektedir. Ayrıca ürünlerini, çevrimiçi (online) ve çevrimdışı dâhil olmak üzere müşteri odak gruplarının değerlendirmesine tabi tutmakta ve bu sayede, müşterilerin olumsuz tepki verdiği tasarımların elenmesine olanak sağlanmaktadır. Şirket, bu süreci hızlı numune geliştirmeleriyle desteklemektedir. Bu süreç sayesinde Koton, Türkiye koleksiyonlarını belirli bir tema veya trendin belirlenmesinden itibaren dört ila sekiz hafta içinde pazara sunabilmektedir.

Şirket'in tasarım ekibi, yeni tasarım geliştirme sürecinin yanı sıra mevcut ürünlerde güncellemeler üzerinde çalışan yaklaşık 150 kişiden oluşmaktadır. Tasarım ekibi; kadın, erkek



109

Koton Mağazacılık
Tekstil Sanayi ve Ticaret

Nemo Apparel B.V.

Yılmaz Yılmaz

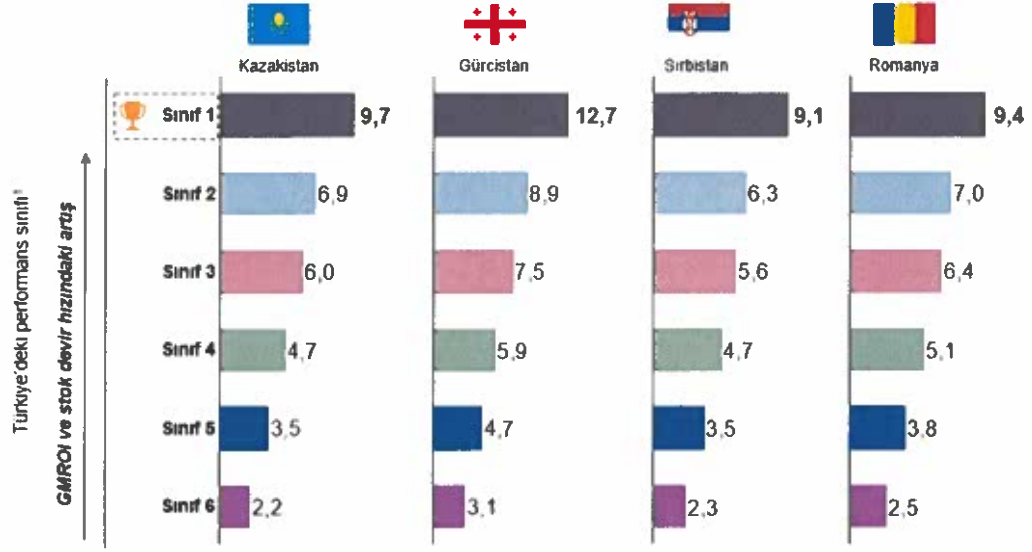
Şükriye Gülden
Yılmaz

İş Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

Ak Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

110

Aşağıdaki grafikte Türkiye'den yurt dışı pazarlara gönderilen ürünlerin Türkiye'deki ürün sınıfları ve yurt dışı pazarlardaki GMROI performansları yer almaktadır:



Kaynak: Şirket bilgileri.

Dipnot:

(1) Ürün performansının altı ölçekli derecelendirmesi.

Envanter Yönetimi

Koton envanter yönetiminde veriye dayalı sipariş ve ürün yönetimi sağlayan kendi araçlarını kullanmaktadır. Ayrıca, çok kanallı envanter yönetimi olarak anılan, tüm kanallarda aynı ürün yelpazesinin sunulması yöntemini uygulamaktadır. Böylece etkin envanter kullanımı sağlanması ve envanter maliyetlerinin en aza indirilmesi hedeflenmektedir. Ayrıca, bu sayede müşteri taleplerine de hızlı yanıt verilmesi ile müşterilere, tercih ettikleri kanallardan alışveriş yapma esnekliği sağlanmaktadır.

Şirket, satış ve satın alma bütçelerini, bütçe sistemleri aracılığıyla oluşturup yönetmektedir. Ayrıca Şirket'in bütçenin verimliliğini özel algoritmalar aracılığıyla artıracak bir kontrol öneri sistemi bulunmaktadır. Şirket'in kullandığı sipariş sisteminde, tedarikçilere siparişler verilmenden önce ürünlerin çevrimiçi (online) ve çevrimdışı (fiziki) müşterilere sunulması her ürün için puan elde edildiği bir değerlendirme sistemi ile müşteri tercihleri ve gereksinimleri değerlendirilmektedir. Müşteri değerlendirmesi, sipariş sistemi için en önemli katkı noktalarından biridir. Değerlendirme, SKU'lar açısından sipariş boyutunu da belirlemektedir. Aynı zamanda Şirket'i rakiplerinden ayırması amacıyla bir ürün çeşitliliği sistemi de kullanılmaktadır. Yaygın müşteri grubunu hedefleyen moda alanında genel olarak belirli bir ürün tek bir çeşitte üretilirken, Şirket, ürünün satış kanallarındaki performansını dikkate alarak çoklu ürün çeşidi sistemi uygulamaktadır. Bu sayede, Şirket faaliyet gösterdiği çeşitli ülkelerdeki pazarların farklı ihtiyaçlarını daha iyi karşılama fırsatı yakalamakta ve çok kanallı stok yönetimi kolaylaştırılmaktadır.

Koton Mağazacılık
Tekstil Sanayi ve Ticaret

Nemo Apparel B.V.

Yılmaz Yılmaz

Şükriye Gülden
Yılmaz

Ak Yatırım Menkul Değerler A.Ş.

Ak Yatırım Menkul Değerler A.Ş.

KOTON MAĞAZACILIK TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.
Ayazapa Mağazacılık A.Ş. No:2/4, Kat: No:5, Sahne, Hürpazı
Tel: +90 312 301 33 00 (Pbx) +90 312 301 33 00
Rakıro Mağazacılık V.D. 381 V.D. 381 Mağazacılık V.D. 381

AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER
ANONİM ŞİRKETİ

geçmiş veri analizleri ile eğilim raporlarına dayanmaktadır. OTB yönetimi ayrıca, Koton'un dönem içerisinde hızla satılan tasarımlara odaklanmasını ve talep daralması veya bütçelerin karşılanamaması gibi riskler karşısında bütçeyi daha kolay revize etmesini sağlamak gibi birçok ek avantaj sağlamaktadır. Şirket, çevrimiçi (*online*) rekabet ve trend analizlerini, tedarikçi ziyaretlerini ve mağaza raporlarını kullanarak sezon içinde ortaya çıkan trendlere odaklanmaktadır.

Tekrarlanan siparişler de sezonlar çerçevesinde OTB yönetiminin önemli bir parçasıdır. Bu kapsamda tekrarlanan siparişler, kârlılığın artırılmasında çok önemli bir rol oynamaktadır. Şirket'in, alıma açık miktar yönetiminde katkı sağlayan ve Şirket'e özel olan bir tekrarlanan sipariş sistemi bulunmaktadır.

Şirket, OTB yönetimi yaklaşımının, bu sistemlerin daha etkin kullanılmaya başlandığı COVID-19 pandemi döneminin başlangıcından bu yana giderek artan brüt kâr marjı üzerinde olumlu bir etki yarattığını düşünmektedir. Bu iş modeli Koton'un, %90'a yakın bir satış hızı oranına, verimli envanter ve düşük işletme sermayesine ve stok sürekliliğine sahip olmasını sağlamaktadır.

Satış Kanalları

Koton Grubu, ürünlerini;

- i) doğrudan işlettiği mağazalar, Franchise mağazaları dâhil olmak üzere, yurt içi ve yurt dışı markalı mağazaları,
- ii) internet sitesi olan koton.com ile Şirket mobil uygulamasını kapsayan e-ticaret kanalı ve Namshi, Myntra, Amazon, Trendyol, Fashion Days, Hepsiburada, Dante, Zalora, Zalando ile Jumia gibi çevrimiçi (*online*) pazaryerleri aracılığıyla ve
- iii) yurt içinde Boyner, Özdilek, Gencallar ve Çetinkaya gibi zincir mağazalara sahip müşterileri dâhil 300'ün üzerinde müşterisine ve yurt dışındaki müşterilerine toptan satış yoluyla satmaktadır.

31 Aralık 2023 tarihinde sona eren yılda, Türkiye'deki mağazalar, yurt dışı mağazaları, e-ticaret (internet sitesi, mobil uygulama ve pazaryerleri dâhil) ve toptan satışlar gelirleri sırasıyla %52,9, %31,5, %10,7 ve %4,9'unu; 31 Aralık 2022'de sona eren yılda ise, bu kanallar geliri sırasıyla %49,2, %35,9, %9,4 ve %5,5'ini oluşturmuştur.

Mağaza ağı

31 Aralık 2023 itibarıyla, Grup'un monobrand mağaza ağı 437 mağazaya ulaşmıştır. Bunlar, 212'si Türkiye'de, 115'i yurt dışında olmak üzere 327 adet doğrudan işletilen mağazayı ve 29'u Türkiye'de, 81'i yurt dışında olmak üzere 110 Franchise mağazasını içermektedir. Monobrand mağazalar, Koton adını taşımakta ve bu mağazalarda sadece Koton ürünleri satılmaktadır. 31 Aralık 2023 tarihi itibarıyla, mağazaların toplam satış alanı (mağaza ve mağazaların depolama alanları dâhil) 507.351 metrekaredir. Doğrudan işletilen mağazalar, 2023 yılında gelirin %78'ini (%51'i Türkiye'deki, %27'si yurt dışındaki doğrudan işletilen mağazalara aittir) oluşturmuştur. Franchise mağazaları 2023 yılında gelirin %7'sini oluşturmuştur (%2'si Türkiye'deki Franchise mağazalarına ve %5'i yurt dışındaki Franchise mağazalara aittir).

Koton Mağazacılık
Tekstil Sanayi ve Ticaret

Nemo Apparel B.V.

Yılmaz Yılmaz

Şükriye Gülde
Yılmaz

İş Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

Ak Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

KOTON

KOTON MAĞAZACILIK TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.
Ayezaga Mahallesi, Ayezaga Cad. No: 5, Kat: 5, Sarıyer, İstanbul
Tel: 0 (212) 331 33 69
Rakı ve Kurumlar M.D. 504 059 0324 Merkezi: 0 (212) 331 33 69

AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER
ANONİM ŞİRKETİ

Mağazaların ortalama net satış alanı yaklaşık 1.000 metrekaredir. Büyüyen ürün portföyü, artan müşteri trafiği ve müşteri trafiğinin satışa dönüşüm oranlarına uyum sağlayabilmek için Şirket; mevcut ve küçük alanlı olmasına rağmen yüksek performanslı mağazalarını genişletmeye veya bu mağazaları daha büyük alanlara taşımaya odaklanmıştır.

Global olarak, 31 Aralık 2023 itibarıyla mağazaların yaklaşık %81'i alışveriş merkezlerinde, geri kalanı ise ana caddeler üzerinde lokasyonlarda bulunmaktadır. Şirket yönetimi, alışveriş merkezlerini mağazalar için avantajlı bir konum olarak görmektedir. Bunun sebebi alışveriş merkezlerinin, perakende satış noktaları arasında düzenli olarak en yüksek müşteri trafiğine sahip, genellikle potansiyel müşteriler için uygun ve erişilebilir olan merkezi bölgelerde bulunmasıdır. Bununla birlikte, belirli kültürlerde alışveriş merkezleri popülerken, bazı kültürlerde hala ana caddeler popüler olduğundan, Koton bir ülkede faaliyet göstermeye başladığında, mağaza konumları, yerel olarak önemli kriterler dikkate alınarak belirlenmektedir.

Koton, COVID-19 pandemisi sırasında, düşük performans gösteren mağazaları kapatmak ve yatırımın geri dönüşü kısa süreli olan mağazalar açmak için mağaza ağını yeniden değerlendirmiştir. Bu durum, 31 Aralık 2020 itibarıyla 472 olan mağaza sayısının 31 Aralık 2023 itibarıyla 437'ye düşmesine neden olmuştur. Bu süreç, İzahname'nin 10.2.3. kısmı altında yer alan "Mağaza Ağı Optimizasyonu" başlığı altında daha ayrıntılı olarak açıklandığı üzere, Şirket'in kârlılığı üzerinde olumlu bir etki yaratmıştır.

Aşağıdaki tabloda 31 Aralık 2023, 2022 ve 2021 tarihleri itibarıyla Grup ve Franchise Alanlar tarafından işletilen mağazaların sayısı gösterilmektedir:

	31 Aralık itibarıyla		
	2021	2022	2023
Doğrudan işletilen mağazalar	346	329	327
Türkiye'deki mağazalar	236	218	212
Yurt dışındaki mağazalar	110	111	115
Franchise mağazaları	105	111	110
Türkiye'deki mağazalar	33	30	29
Yurt dışındaki mağazalar	72	81	81
Toplam	451	440	437

Şirket'in yeni mağaza açma konusunda disiplinli bir yaklaşımı bulunmakta olup, ortalama mağaza büyüklüğünün yaklaşık 1.000 metrekare, yatırımın geri dönüş süresinin iki buçuk yıldan az ve satışların altı ila dokuz ay arasında ivmelenmesi hedeflenmektedir. Bir mağazanın açılması için metrekare başına yapılan ortalama sermaye harcaması, 500 ABD doları ile 700 ABD doları arasında olup, bu tutarın bir kısmı, belirli projelerde varılan mutabakata istinaden ilgili mağazanın kiraya vereni tarafından karşılanmaktadır. Mağaza açma süreci, Şirket'in iş geliştirme ile mimari ekiplerinin dâhil olduğu beş ila on haftalık bir dönemi kapsamaktadır.

Türkiye'deki mağazalar

26.06.2024

31 Aralık 2023 itibarıyla, Türkiye'de, 212'si doğrudan işletilen, 29'u ise Franchise Alanlar tarafından işletilen olmak üzere, 241 tane monobrand mağaza bulunmaktadır. Franchise mağazalarının tamamı yazılı Franchise sözleşmeleri çerçevesinde işletilmektedir. Koton'un Türkiye'deki mağaza ağı 66 ili kapsamaktadır. Türkiye'deki mağaza ağı, hem doğrudan işletilen mağazalar hem de Franchise mağazaları dâhil olmak üzere, 31 Aralık 2023 itibarıyla İstanbul,

Koton Mağazacılık
Tekstil Sanayi ve Ticaret

Nemo Apparel B.V.

Yılmaz Yılmaz

Şükriye Gülden

İş Yatırım Menkul

Ak Yatırım Menkul

Yılmaz

Değerler A.Ş.

Değerler A.Ş.

KOTON

KOTON MAĞAZACILIK TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.
Ayrancılar Mahallesi, Karşıyaka Cad. No:33 Kat:5 Sarıyer / İstanbul
Tel: +90 212 331 33 00 Faks: +90 212 331 33 00
Pazarlama Koordinatörü V.D. 581 053 0606 İletişim Hattı: +90 505 550 540 0637

AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER
ANONİM ŞİRKETİ

Yurt dışı mağazaları aşağıdaki şekilde dört ana bölge bazında yönetilmektedir:

- **Balkanlar ve Avrupa:** Grup'un faaliyet gösterdiği Avrupa ve Balkanlar bölgesi; Sırbistan, Romanya, Makedonya ve Bosna'daki doğrudan işletilen mağazalardan oluşmaktadır. Koton Grubu'nun bu bölgeye girişi 2006 yılında, Makedonya, Üsküp'te yapılan ilk mağaza açılışıyla başlamıştır. Bu tarihten itibaren Sırbistan başta olmak üzere olmak üzere Koton Grubu Balkanlar bölgesindeki büyümesini sürdürmektedir. Sırbistan, Makedonya ve Bosna'da bulunan toplam 22 mağaza, Sırbistan'daki genel merkezden yönetilmektedir.

Grup'un Balkanlar ve Avrupa'da; Arnavutluk ve Kosova'da Franchise operasyonları bulunmaktadır. Bu ülkelerde sekiz tane Franchise mağazası bulunmakta ve bu mağazalar, ziyaretçi sayısı açısından en cazip alışveriş merkezlerinde stratejik olarak konumlandırılmıştır.

Balkanlar ve Avrupa'daki mağazalar 31 Aralık 2023'te sona eren yılda ve 31 Aralık 2022'de sona eren yılda gelire sırasıyla %5,4 ve %6,3 oranında katkıda bulunmuştur. Sırbistan, 31 Aralık 2023'te sona eren yılda toplam gelirin %1,8'ine katkıda bulunmuştur. OC&C Raporu'na göre Şirket Sırbistan'da yaklaşık %2'lik bir pazar payına sahiptir.

- **BDT bölgesi:** Grup; Rusya, Kazakistan, Gürcistan, Ukrayna ve Belarus'ta doğrudan işletilen mağazalar ve Moldova'da Franchise mağazalar aracılığıyla faaliyet göstermektedir.

Rusya'da 43 mağaza, Kazakistan'ın 16 şehrinde 25 mağaza bulunmakta olup Kazakistan'daki merkez ofisi Almatı'dadır. Gürcistan'da ise üç şehirde sekiz mağaza bulunmaktadır. Ukrayna'da iki, Belarus'ta bir mağaza bulunmaktadır. Ayrıca BDT bölgesindeki dört ülkede; Azerbaycan, Kırgızistan, Moldova ve Türkmenistan'da da Franchise operasyonları bulunmaktadır.

BDT'deki mağazalar 31 Aralık 2023'te sona eren yılda ve 31 Aralık 2022'de sona eren yılda gelire sırasıyla %18,3 ve %21,9 oranında katkıda bulunmuştur. Rusya, Kazakistan ve Gürcistan'daki mağazalar ise 31 Aralık 2023'te sona eren yılda gelirin sırasıyla %9,2, %5,6 ve %2,3'üne katkıda bulunmuştur. OC&C Raporu'na göre Şirket, Rusya ve Gürcistan'da %0,5'in altında, Kazakistan'da ise yaklaşık %2'lik bir pazar payına sahiptir.¹⁴

- **KİK bölgesi:** Grup KİK bölgesinde tamamı Franchise bazlı bir iş modeli uygulamaktadır. İlk mağazanın 2004 yılında açıldığı bu bölgede, Suudi Arabistan, BAE ve Bahreyn'de toplam 28 mağaza bulunmaktadır.



¹⁴ Gürcistan için pazar büyüklüğü, Oxford Economics ve Statista tahminlerine göre kişi başına düşen hazır giyim harcamasına göre hesaplanmıştır.

Koton Mağazacılık
Tekstil Sanayi ve Ticaret
A.Ş.

Nemo Apparel B.V.

Yılmaz Yılmaz

Şükriye Gülden
Yılmaz

İş Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

Ak Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

KOTON MAĞAZACILIK TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.
Ayazada Mahallesi Ayazada Cad. No:5 Kat:5 Sarıyer / İstanbul
Tel: 0 212 331 30 00 (10 Hattı) Faks: 0 212 331 33 70
Bulvarı Kurumlar V.N. 593 059 0304 Mersis No: 34710933054126401

AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER
ANONİM ŞİRKETİ

AK YATIRIM MENKUL DEĞERLİ
ANONİM ŞİRKETİ

Şirket, ilave Pazarlara giriş yapmak üzere genişleme konusunda; demografik özellikler, ekonomik ve politik ortam, alışveriş merkezlerinin sayısı, gümrük mevzuatı ve tarifeleri, rekabet ortamı ve tüketici davranışı gibi bir dizi faktörü göz önünde bulundurmaktadır. Şirket, 2024 yılında hem halihazırda faaliyet gösterilen ülkelerde hem de ilk defa faaliyete başlanması planlanan ülkelerde, doğrudan işletilen ve Franchise Alanlar tarafından işletilen mağazalar açarak uluslararası mağaza ağını genişletmeyi planlamaktadır.

Mağaza Operasyonları

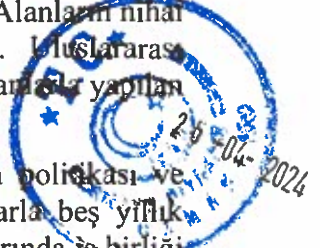
Şirket, hem doğrudan işletilen hem de Franchise Alanlar tarafından işletilen mağazalar dâhil olmak üzere tüm mağazaların ürün çeşitliliği ile pazarlama ve tanıtım faaliyetlerini koordineli bir şekilde yönetmekte ve bu sayede, Grup'un faaliyetlerinin tutarlılığını ve ölçeklenebilirliğini sağlamanın yanı sıra, farklı mağaza formatlarını işletmeye ilişkin maliyetlere kıyasla, lojistik ve pazarlama maliyetleri ile idari maliyetlerin azalmasını sağlamaktadır. Mağazalara yönelik ürün çeşitleri, yerel iklim ve belirli bölgelerdeki müşteri profili dikkate alınarak, merkezi olarak belirlenmektedir.

Franchise Operasyonları

Grup'un uluslararası Franchise operasyonları, 31 Aralık 2012 itibarıyla 13 ülkede 11 iş ortağı aracılığıyla yürütülmekteyken, 31 Aralık 2023 itibarıyla bu sayılar, 15 Franchise Alan aracılığıyla 19 ülkeye ulaşmıştır. Koton, yeni bölgelere girerken güçlü yerel taraflarla iş birliği yapma fırsatlarını tespit ettiğinde Franchise mağazaları açmaktadır. Franchise seçim kriterleri arasında perakende deneyimi, bölgesel olarak büyüme potansiyeli de dâhil olmak üzere operasyonel know-how ve güçlü nakit akışı yaratma kabiliyeti gibi finansal ölçütler bulunmaktadır. Şirket, Franchise Alanın iş geliştirme ekibiyle görüşmeler yapmakta, ardından bu kişilere üç günlük Koton oryantasyonu ve bir aylık eğitim süreci uygulanmaktadır. Koton, Franchise Alanlar ile uzun süreli ilişkilere sahiptir ve Franchise Alanlar ile sözleşme yenileme oranı yaklaşık %90'dır.

Şirket, Franchise Alanlardan franchising ücreti veya benzeri ücretler talep etmemekle birlikte, Franchise faaliyetlerinden elde edilen gelir, her bir Franchise Alanla mutabık kalınan iskonto oranları üzerinden yapılan ürün satışlarına dayanmaktadır. Yurt dışı Franchise Alanların nihai müşterilere satışları, Şirket konsolide sonuçlarına dâhil edilememektedir. Uluslararası Franchise Alanlarla yapılan satışlar kesin satış iken, Türkiye'deki Franchise Alanlarla yapılan satışlar konsinye esasına dayanmaktadır.

Uluslararası Franchise operasyonlarında ürün seçimi, önerilen fiyatlandırma politikası ve görsel mağazacılıktan ilgili Franchise Alanlar sorumludur. Franchise Alanlarla beş yıllık mağaza işletme planı, mağaza yeri seçimi ve bütçeleme ile ürün seçimi konularında iş birliği yapılmaktadır. Franchise Alan, yatırım harcamaları, işletme harcamaları ve stok yönetimi ile lojistikten tek başına sorumludur. Bu mağazalarda çalışan yöneticiler ve diğer çalışanlar Franchise Alanın bordrosunda kayıtlı olmakla birlikte Şirket, Franchise Alanları personel eğitimi konusunda desteklemektedir. Ayrıca Şirket, Türkiye ve yurt dışındaki perakende operasyonlarında başarılı uygulamalardan öğrenilenleri Franchise Alanları ile paylaşmakta ve önerilerde bulunmaktadır. Ek olarak Şirket, Franchise Alanlara bilgi teknolojileri ve pazarlama konularında da gerekli desteği sağlamakta, ürün seçiminde ve ürün yönetiminde stratejik planlama desteği ve görsel sunum ile ilgili yönlendirmelerde bulunmaktadır.



Koton Mağazacılık
Tekstil Sanayi ve Ticaret

Nemo Apparel B.V.

Yılmaz Yılmaz

Şükriye Gülden
Yılmaz

İş Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

Ak Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

KOTON MAĞAZACILIK TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.
Ak Yatırım Menkul Değerler A.Ş. / Nemo Apparel B.V. / Yılmaz Yılmaz / Şükriye Gülden Yılmaz / İş Yatırım Menkul Değerler A.Ş. / Ak Yatırım Menkul Değerler A.Ş.
Tic. Sic. No: 272133 / Şirket Sic. No: 272133 / Şirket Sic. No: 272133 / Şirket Sic. No: 272133 / Şirket Sic. No: 272133
Etiler, Beşiktaş / İstanbul / Türkiye / 34398
Tic. Sic. No: 272133 / Şirket Sic. No: 272133 / Şirket Sic. No: 272133 / Şirket Sic. No: 272133 / Şirket Sic. No: 272133

AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER
ANONİM ŞİRKETİ

Şirket, özellikle yeni bölgelere girerken güçlü yerel ortaklık kurma fırsatlarını tespit ettiğinde franchise mağaza açmaktadır. Franchise seçim kriterleri arasında perakende deneyimi ve güçlü bölgesel kapsayıcılık dâhil olmak üzere operasyonel yetenekler ve nakit yaratma ile güvenilirlik gibi finansal ölçütler bulunmaktadır.

Koton'un Türkiye'de yürüttüğü Franchise modelinin yurt dışında yürüttüğü Franchise modelinden temel farkı stok yönetimi alanındadır. Türkiye'deki Franchise mağazalarında bütçeleme ve ürün seçimi Şirket tarafından yapılmaktadır ve stok yönetimi Şirket'in sorumluluğundadır. Uluslararası Franchise mağazalarında ise bu görev ve sorumluluklar Franchise Alana aittir. Türkiye'deki Franchise mağazalarında sezon sonunda satılmayan ürünler, Şirket'in doğrudan işlettiği mağazalarda olduğu gibi iade deposuna alınmaktadır. Koton'un Türkiye'deki Franchise mağazaları da Şirket'in CRM uygulamalarından yararlanmaktadır.

Şirket'in Türkiye'deki operasyonları kapsamında Franchise Alanlardan temel beklentisi, Şirket'e mağaza için uygun lokasyon önerileri sunmalarıdır. Yabancı Franchise Alanlardan ise buna ek olarak, sektör deneyimi ve finansal güvenilirlik gibi diğer bazı kriterlerin de karşılanması beklenmektedir.

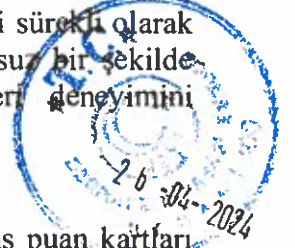
Satış - Operasyonel Mükemmelliyet

Satış destek - operasyonel mükemmelliyet departmanının öncelikli odak noktası, en iyi müşteri deneyimini sağlamak amacıyla global olarak tüm mağazalarda operasyonel standartları oluşturmak, koordine etmek, bunları denetlemek ve çalışanları da bu çerçevede eğitmektir.

Bu departman, yeni prosedürler ve verimlilik standartları belirleyerek, müşterilere hitap eden mağaza ortamları yaratmayı amaçlamaktadır. Buna paralel olarak, operasyonel mükemmelliyet departmanına bağlı çalışan eğitim ekibi de çalışanların eğitim ihtiyaçlarını tespit ederek, çalışanların bilgi ve becerilerini geliştirmeye yönelik programlar tasarlamaktadır. Şirket, tüm mağazalardaki her bir çalışana ulaşmak için dijital e-öğrenim araçlarını kullanmaktadır. Her bir mağaza çalışanı, kendi sorumluluk seviyesine göre özel olarak hazırlanmış e-öğrenim modüllerine erişebilmektedir. Satış destek - operasyonel mükemmelliyet departmanı ve söz konusu departmana bağlı olan eğitim ekibi de bu programların uygulanmasını denetlemekte, bunların mağazalardaki işlevselliğini izlemekte ve mevcut eğitim girişimlerini sürekli olarak geliştirmektedir. Süreçlerin Koton Grubu mağazaları ve çalışanlarına sorunsuz bir şekilde aktarılmasının ardından, operasyonel mükemmelliği artırmak ve müşteri deneyimini geliştirmek için mağazalar denetimden geçirilmektedir.

Performans Raporlaması

Operasyonel verimliliği en üst düzeye çıkarmak için mağazalarda performans puan kartları kullanılmaktadır. Performans puan kartları objektif kriterlere dayanmakta olup hem mağazalar hem de merkezi departmanlar için temel performans göstergeleri çerçevesinde değerlendirme yapılmasını sağlamaktadır. Performans puan kartları aynı zamanda çalışan ikramiyelerinin hesaplanması ve terfi tespitlerinin yapılması amacıyla da kullanılmaktadır. Mevcut müdür ve direktörlerin yaklaşık %73'ü kurum içinde terfi eden kişilerden oluşmaktadır.



[Signature]
AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.

Koton Mağazacılık
Tekstil Sanayi ve Ticaret
A.Ş.

Nemo Apparel B.V.

Yılmaz Yılmaz

Şükriye Gülden
Yılmaz

İş Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

Ak Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

KOTON MAĞAZACILIK TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.
Akademi Bulvarı, Maslak Köyü, 34721 Kat: 5, Şişli / Beşiktaş / İstanbul
Tic. Sic. No: 274873, Mersis No: 34720135000000000001, Tic. Sic. No: 274873
Kurumlar Kanunu V.D. No: 274873, Kurumlar Kanunu V.D. No: 274873

AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER
ANONİM ŞİRKETİ

Yeni mağaza operasyonları

Hem Türkiye'de hem de yurt dışında yeni mağaza açma süreci, ilgili il veya ilçenin nüfusu; gelir seviyeleri; işsizlik oranları; rekabet ortamı; yaz ve kış aylarının sayısı dâhil olmak üzere iklim; ilgili bölgedeki temel ekonomik faaliyet; kadınların iş gücündeki payı; erkek ve kadınların ortalama yaşı ve nüfusun yaş grupları bazında dağılımı ile lojistik amaçlı ulaşım altyapısının mevcudiyeti gibi demografik, ekonomik ve coğrafi verilerin analizi ile başlamaktadır. Yurt dışı mağaza açma süreci bakımından, ilgili ülkenin hukuki alt yapısı, gümrük vergi ve harçları ile lojistik maliyetleri de göz önünde bulundurulmaktadır. Toplanan veriler belirli bir potansiyelin mevcudiyetine işaret ediyorsa, Şirket saha ziyaretleri gerçekleştirerek perakende satışların yapıldığı, farklı gelir düzeyindeki tüketicilerin yoğunlaştığı caddeler ve alışveriş merkezlerini tespit eder ve ek olarak söz konusu cadde ve alışveriş merkezlerindeki rekabet ortamını değerlendirir. Şirket, müşteri trafiğinin yoğun olduğu ve gelir düzeyi daha yüksek, güncel giyim tarzına sahip tüketicilerin uğrak yeri olan caddeler ve alışveriş merkezlerini seçmeyi hedeflemektedir. Mağaza açma sürecinin ilerleyen aşamalarında, yönetimin onayına tabi olacak olan fizibilite raporları hazırlanmaktadır.

Bir mağazanın açılması için iç onaylar alındıktan sonra aşağıdaki aşamalar izlenmektedir:

- Alışveriş merkezi planı ve mağaza planının ve fotoğrafların incelenmesini ve ilgili konumun ziyaretlerini de içeren, konum teyidi.
- Mimari planın geliştirilmesi ve aydınlatma, kat planları ile mobilyalara ilişkin kararları içeren bir mağaza planının geliştirilmesi.
- Kapasitenin hesaplanmasını ve ilgili mağazada satılacak ürün opsiyonlarının değerlendirmesini içeren bir mağazacılık planının geliştirilmesi.
- Ürün kategorilerinin belirlenmesi ve vitrinler ve mağaza içi mobilyalar için görsel teşhir hazırlığı da dâhil olmak üzere hazırlıklarını içeren açılış düzenlemesi.

Bu süreç genellikle beş ila on hafta sürmektedir. Şirket, cazip lokasyonlara yatırım yapmak için disiplinli bir yaklaşım izlemekte ve mağazalar açılışı için yapılan yatırım harcamasının geri ödeme süresinin iki yıldan az olmasını hedeflemektedir. Yeni mağazalar için satışın ivmelenmesi dönemi ise altı ila dokuz ay arasında değişmektedir.

E-ticaret

Şirket, koton.com adresli internet sitesini Türkiye'de kullanıma açtığı 2015 yılı itibarıyla e-ticaret alanında faaliyet göstermektedir. Koton'un kendi internet sitesinin yanı sıra Grup yurt içi ve yurt dışında 29 çevrimiçi (online) pazaryerinde de faaliyet göstermektedir. Grup'un e-ticaret faaliyetleri 57 ülkeyi kapsamaktadır. 31 Aralık 2023'te sona eren finansal dönemde ve 31 Aralık 2022'de sona eren yılda, e-ticaretten elde edilen gelirlerin sırasıyla %71,8'i ve %65,4'ü Türkiye'den kaynaklanmakta olup, kalan %28,2'si ve %34,6'sı ise yurt dışındaki operasyonlardan elde edilmiştir. E-ticaret, 2022 yılında Grup'un konsolide toplam gelirinin %9,4'ünü; 2023 yılında ise %10,7'sini oluşturmuştur (2023 ve 2022 yılı e-ticaret geliri oranının sırasıyla %7,7'si ve %6,1'i Türkiye'deki e-ticaretten, %3,0'ı ve %3,3'ü ise çevrimiçi (online) pazaryerleri aracılığıyla yapılan uluslararası e-ticaretten kaynaklanmaktadır).



[Signature]
AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.
122

Koton Mağazacılık
Tekstil Sanayi ve Ticaret

Nemo Apparel B.V.

Yılmaz Yılmaz

Şükriye Gülden
Yılmaz

İş Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

Ak Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

KOTON MAĞAZACILIK TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.
Akmerkez Kat: 3. Kat, Akmerkez Bina No:3 İç Kısımlar, Sarıyer / İstanbul
Tic. Sic. No: 273331 / Mersis No: 34070100000000000000
Bölge Kurumlar Müdürlüğü Sicil No: 273331 / Sicil No: 273331

AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER
ANONİM ŞİRKETİ

Şirket'in pazarlama ve satın alma ekiplerinin çabaları, sosyal medya etkileşimleri ve müşterilerin artan çevrimiçi (online) alışveriş eğilimi sayesinde, e-ticaret son birkaç yıldır önemli ölçüde gelişmiştir. Şirket, müşteri davranış ve ihtiyaçlarını anlayıp analiz etmek, mobil uygulama kullanımını artırmak ve satışa dönüşüm oranlarını artırmak amacıyla CRM programı da dâhil olmak üzere çeşitli araçlar kullanmaktadır. Koton.com'un 2022 yılının ikinci yarısında yenilenmesi ve yakın zamanda hayata geçirilen Koton Club sadakat programı e-ticaretin benimsenmesindeki önemli faktörlerdendir. Bu gelişmeler aynı zamanda müşteriler için daha kişiselleştirilmiş bir deneyim sağlamak amacıyla müşteri verilerinin analiz edilmesini ve değerlendirilmesini de kolaylaştırmıştır. Müşteri memnuniyetini artırma amacı doğrultusunda, Koton'un dijital alandaki çeşitlilik ve zenginleştirme çalışmaları da sürmektedir.

E-ticaret, Koton'un büyüme stratejisinde kritik bir noktada konumlanmıştır. Pazaryerleri de dâhil olmak üzere e-ticareten elde edilen gelir, 31 Aralık 2023'te sona eren finansal dönemde, 31 Aralık 2022'de sona eren finansal döneme kıyasla %23,2 artış göstermiştir. Türkiye'de, koton.com üzerinden gerçekleştirilen satışlar da aynı dönemde %63,3 oranında artmıştır. Şirket'in hedefi, beş yıl içinde e-ticaretin toplam gelir içerisindeki payının %20'yi geçmesidir.

Dijital Pazarlama, Arama Motoru Optimizasyonu (SEO) ve CRM Programı

Şirket'in internet sitesi 2022 yılında yaklaşık 9 milyon kullanıcı tarafından yaklaşık 77 milyon kez ziyaret edilmiştir. 2023 yılında, Koton, satışa dönüşüm oranını ve yatırım getirisini artırmaya odaklanarak, dijital pazarlama faaliyetlerini önemli ölçüde genişletmiştir. Bu çerçevede Koton, satın alma eğilimleri yüksek bir müşteri kitlesini hedef almakta ve bu müşterileri cezbetmek için ürün odaklı iletişimler tasarlamaktadır. 31 Aralık 2023'te sona eren finansal dönemde satışa dönüşüm oranı %1,14 olarak gerçekleşmiş olup 31 Aralık 2022'de sona eren finansal dönemde bu oran %0,61 idi. Ayrıca 31 Aralık 2023 tarihinde sona eren finansal dönemde mobil uygulama satışa dönüşüm oranı %1,74 iken, satışların yoğun olduğu süper cuma (black friday) gibi kampanya dönemlerinde bu oran %3'e yükselmiştir. Şirket'in internet sitesi ve mobil uygulaması aracılığıyla gerçekleştirdiği satışlarda mobil uygulamanın payı, 31 Aralık 2023 tarihinde sona eren finansal dönemde %58'e yükselirken, 31 Aralık 2022 tarihinde sona eren finansal dönemde ise bu oran %45 olmuştur. Satışların yoğun olduğu dönemlerde ise söz konusu oran %80'e ulaşmıştır. Şirket, sosyal medya fenomenleri aracılığıyla yürütülen pazarlama faaliyetleri ve potansiyel yeni sosyal kanallar aracılığıyla bu rakamları artırmayı planlamaktadır.

Aşağıdaki tabloda e-ticaret operasyonları için 2023, 2022 ve 2021 yıl sonu verileri sunulmaktadır:

	31 Aralık'ta sona eren yıl		
	2023	2022	2021
Ortalama sepet büyüklüğü – koton.com (TL) ⁽¹⁾ ...	877	575	466
Ortalama sepet büyüklüğü – Türkiye Pazar yerleri (TL).....	358	234	214
Ortalama sepet büyüklüğü – yurt dışı Pazar yerleri (TL).....	525	442	398

Dipnot:

(1) Mobil uygulama dâhildir.

Koton Mağazacılık
Tekstil Sanayi ve Ticaret
A.Ş.

Nemo Apparel B.V.

Yılmaz Yılmaz

Şükriye Gülden
Yılmaz

İş Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

Ak Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

	31 Aralık'ta sona eren finansal dönem	
	2023	2022
Toplam dönüşüm oranı (%)	1,14	0,61
Dönüşüm oranı – mobil uygulama (%)	1,74	0,69
Yatırım Getirisi (ROI) ⁽¹⁾ (%).....	23,43	16,31
Ödenen Yatırım Getirisi (ROI) ⁽¹⁾ (%)	11,06	6,04
Gelir payı – mobil uygulama ⁽³⁾ (%).....	58	45

AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER
ANONİM ŞİRKETİ

görünüm seçenekleri, 350'den fazla seçenek sunan yeni ve geliştirilmiş filtreleme ve kampanyalar ile koleksiyonları müşterilere daha iyi açıklamaya yönelik videolu tanıtım alanları da yer almaktadır.

Çoklu kanal yaklaşımında müşteri deneyiminin tek noktadan yönetilmesi amacıyla, kampanya ve sadakat programları mağaza kasalarında, koton.com'da ve mobil uygulama üzerinde entegre ve birbirleriyle koordineli bir biçimde ilerleyecek şekilde yeniden yapılandırılmıştır. [Koton.com](http://koton.com)'da, iade ve değişim süreçleri çevrimiçi (*online*) ortama taşınarak, kullanıcıların taleplerini daha kolay bir şekilde oluşturmaya ve takip etmesine olanak sağlanmıştır. Ayrıca müşteriler internetten satın aldıkları ürünlerin değişim ve iadesini mağazalarda yapabilmektedir.

Şirket, yeni teknolojileri takip etmeye ve uygulamaya devam etmektedir. Bu çerçevede, yapay zeka tabanlı "Koton Dijital Asistan" (Chatbot) uygulaması, koton.com ve Koton mobil uygulamasında müşterilerin sorularına en doğru yanıt verebilmek için özenle geliştirilmektedir. [Koton.com](http://koton.com) internet sitesi ve Koton mobil uygulaması için yeni dijital ödeme teknolojileri hayata geçirilmiş olup ilerleyen süreçte de görüntü tanıma teknolojisi kullanılarak müşterilere kıyafet önerileri sunulmasının yanında dijital asistan desteği ile stil danışmanlığı sunulması hedeflenmektedir.

Koton, trend odaklı moda markası kimliğini çevrimiçi (*online*) ortamda da yansıtarak, sezon trendlerini, gerçekleştirdiği özel çekimler aracılığıyla müşterilerine sunmaktadır. Bunu sağlamak için stüdyodaki çekim kalite standartları iyileştirilmiş ve bir video çekim seti kurulmuştur. Ürün gereksinimlerinin ve müşteri ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla özel koleksiyon çekimleri de gerçekleştirilmeye başlanmıştır.

Sürdürülebilirlik Koton için büyük önem taşıdığından e-ticaret kanalına yönelik kargo paketleri sürdürülebilir malzemelere dönüştürülmüştür. Şirket'in sürdürülebilirlik politikası ve bu politika çerçevesinde üretilen ürünler Koton'un internet sitesinde müşterilerin bilgisine sunulmaktadır.

Tıkla-Al ve İade Et

Şirket, Nisan 2023'te Tıkla-Al hizmetini başlatmıştır. Müşterilerin %13'ü 31 Aralık 2023'te sona eren finansal dönemde çevrimiçi (*online*) siparişlerinde bu seçeneği tercih etmiştir.

Çevrimiçi (*online*) alışveriş yapan müşterileri fiziksel mağazaları ziyaret etmeye teşvik etmek için çevrimiçi (*online*) satın alınan ürünler için kullanışlı bir iade seçeneği sunulmuştur. Ayrıca koton.com.tr üzerinden müşterilere belirli mağazalardaki ürün bulunabilirliği hakkında bilgi sunulmaktadır.

Pazaryerleri

Grup; Namshi, Myntra, Amazon, Trendyol, Fashion Days, Hepsiburada, Dante, Zalora, Zalando ve Jumia dâhil, dünya çapında 29 farklı pazaryerinde faaliyet göstermektedir. Grup ayrıca ilerleyen dönemlerde Walmart, Amazon (Fransa, Birleşik Krallık, İspanya ve Polonya), AboutYou, Limango, VanGraff, Azadea ve Noon ile ilişkileri ve entegrasyonları daha da geliştirmeyi amaçlamaktadır. Ülkeler genelinde stoksuz satış (*drop shipping*), çapraz sevkiyat (*cross-dock*), konsinye modeli (*consignee*) ve hibrit model dâhil olmak üzere birden fazla model kullanılmakta olup Koton'un pazaryerlerine ilişkin yaklaşımı hem B2B hem de B2C



Signature
AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş. 125

Koton Mağazacılık
Tekstil Sanayi ve Ticaret

Nemo Apparel B.V.

Yılmaz Yılmaz

Şükriye Gülden
Yılmaz

İş Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

Ak Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

modellerini kapsamaktadır. Bu kapsamda 31 Aralık 2023 tarihinde sona eren finansal dönemde pazaryeri satışlarının yaklaşık %64'ü B2C modeli çerçevesindeki satışlardan gerçekleşmiş olup geri kalan %36'sı ise B2B modeli çerçevesindeki satışlarından oluşmuştur. Şirket, ilerleyen dönemlerde B2C modeli çerçevesinde gerçekleşen satış oranının artması beklemektedir. Grup'un Trendyol'da yaklaşık 2,7 milyon mağaza takipçisi olup kadın kategorisinde bu alanda öncü konumdadır. Ayrıca Grup iş ortaklarıyla birlikte CRM programı ve reklam faaliyetleri yürütmektedir. Segmentasyon ve hedef kitle çalışmalarıyla yeni müşteri kazanımı, aktif müşteri sayısının yüksek tutulması ve satın alma sıklığının artırılması amaçlarına yönelik adımlar atılmaktadır. Bu operasyonlarda hızlı kargo ve aynı gün kargo gönderimi seçeneklerinin yanı sıra ürün ve müşteri yönetimi de önemli rol oynamaktadır.

Uluslararası e-ticaret

Şirket, 2024 yılı içerisinde koton.com'u Kazakistan, Romanya, Suudi Arabistan ve Sırbistan'ı kapsayacak şekilde genişletmeyi ve sonrasında bölgedeki diğer ülkelere yönelik olarak da internet siteleri açmayı hedeflemektedir. Ek olarak Koton Grubu, faaliyet gösterdiği uluslararası pazarlarda pazaryeri faaliyetlerini genişletmeye odaklanmaktadır. Uluslararası pazarlara yönelik ileriye dönük e-ticaret operasyonları ve stratejiler aşağıda yer alan paragraflarda ayrıntılı olarak açıklanmaktadır.

Körfez Arap Ülkeleri İşbirliği Konseyi

Grup, Körfez Arap Ülkeleri İşbirliği Konseyi bölgesindeki e-ticaret faaliyetlerine Nisan 2021'de Namshi.com ile başlamıştır. Bu iş birliği, ürünlerin Bahreyn, Dubai, Katar, Umman ve Suudi Arabistan'daki müşterilere tanıtılmasına olanak sağlamıştır. Ayrıca bu iş birliği sayesinde Namshi.com'da yaklaşık 20.000 ürün satışa sunulmaktadır. Operasyonel olarak, Körfez İşbirliği Konseyi bölgesinden gelen siparişler günlük bazda Türkiye deposundan sevk edilerek müşterilere ulaştırılmaktadır. 2022 yılında Körfez İşbirliği Konseyi bölgesindeki e-ticaret satışlarında, 2021 yılına kıyasla %100 büyüme kaydedilmiştir. 31 Aralık 2023'te sona eren finansal dönemde, 31 Aralık 2022'de sona eren finansal döneme kıyasla %64 büyüme kaydedilmiştir.

Grup, bölgede pazar büyüklüğünü ve satışlarını artırmak amacıyla BAE'den başlamak üzere, kendi internet sitesini devreye almayı planlamaktadır. Ayrıca, Noon gibi halihazırda faaliyet göstermediği pazaryerlerinde de ürünlerini müşteriler ile buluşturmayı hedeflemektedir.

Avrupa

Grup, Romanya'da emag.ro ve fashiondays.ro aracılığıyla Nisan 2021'de satışa başlamıştır. Bu iş birlikleri Koton ürünlerinin Bulgaristan, Macaristan ve Romanya'daki müşterilere satılmasına olanak sağlamaktadır.

Avrupa'daki büyüme stratejisi doğrultusunda, Almanya merkezli Zalando.com üzerinden Nisan 2022'de satış yapılmaya başlanmıştır. Koton, geniş ürün yelpazeyle değişen müşteri taleplerine yanıt veren ürünler sunarak Avrupa'da Avusturya, Belçika, Danimarka, Finlandiya, Fransa, Almanya, İtalya, Hollanda, Polonya, İspanya ve İsveç'te yeni müşterilere ulaşmaya devam etmektedir. 31 Aralık 2023'te sona eren finansal dönemde, 31 Aralık 2022'de sona eren finansal döneme kıyasla %228 büyüme kaydedilmiştir.



Koton Mağazacılık
Tekstil Sanayi ve Ticaret
A.Ş.

Nemo Apparel B.V.

Yılmaz Yılmaz

Şükriye Gülden
Yılmaz

İş Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

Ak Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER
ANONİM ŞİRKETİ

Şirket, Avrupa'daki büyüme stratejisini desteklemek, ülke ağını genişletmek ve daha fazla pazaryeriyle entegrasyonu sürdürmek için Ağustos 2023'te Romanya'da üçüncü kişi hizmet sağlayıcı aracılığıyla bir lojistik merkezi kurmuştur. Ayrıca halihazırda mağazaların bulunduğu Sırbistan'da *online* faaliyetler başlatmak üzere 2024 yılı içerisinde yine üçüncü kişi hizmet sağlayıcı aracılığıyla yeni bir lojistik merkezi kurulması planlanmaktadır.

2024 yılında Romanya ve Sırbistan için Koton'un kendi internet sitelerinin açılması ve Koton ürünlerinin Amazon Europe, Aboutyou, Limango, VanGraff, Elefant ve Zappatos kanalları üzerinden satılmaya başlanması hedeflenmektedir. Ek olarak, pazaryeri iş birlikleri Avrupa'nın büyük bir bölümünü kapsayacak olup, Romanya lojistik merkezinin açılmasıyla Avrupa'nın e-ticaret büyüme stratejisinin en önemli parçası haline geleceği düşünülmektedir.

BDT Bölgesi

2020 yılında Kazakistan'da kaspi.com üzerinden Koton ürünlerinin satışına başlanmıştır. Müşterilerin hem fiziksel mağazalarda hem de internet sitesinde entegre ve tutarlı bir deneyime sahip olmaları için Kazakistan'da çok kanallı bir yaklaşım izlenmektedir. Bu yaklaşım, hem mağazalarda hem de kaspi.com internet sitesinde benzer ürünlerin bulunması sağlanarak izlenmekte ve bu da ürünlerin çevrimiçi (*online*) olarak müşterilere tanıtılmasına olanak sağlamaktadır. Kazakistan'da e-ticaret satışlarında 2022 yılında, 2021 yılına göre %110, 31 Aralık 2023'te sona eren finansal dönemde ise 31 Aralık 2022'de sona eren finansal döneme kıyasla %144 büyüme kaydedilmiştir.

Şirket, büyüme stratejisini desteklemek, ülke ağını genişletmek ve daha fazla pazaryeriyle entegrasyonlarını sürdürmek amacıyla 2023 yılında üçüncü kişi hizmet sağlayıcı aracılığıyla Kazakistan'da bir lojistik deposu kurmuştur.

Ukrayna'da satışlar 2020 yılında kasta.com üzerinden yapılmaya başlanmış olup müşterilerin hem mağazalarda hem de internet sitesinde entegre ve tutarlı bir deneyime sahip olmaları için Ukrayna'da çok kanallı bir yaklaşım izlenmektedir. Bu yaklaşım, Kazakistan'da takip edilen modele benzer olarak, hem mağazalarda hem de kaspi.com internet sitesinde benzer ürünlerin bulunması sağlanarak izlenmekte ve bu da ürünlerin çevrimiçi (*online*) olarak müşterilere tanıtılmasına olanak sağlamaktadır.

Koton, daha kapsamlı bir mağaza ağına yayılarak hizmet vermek için koton.kz adresli internet sitesini açıp Azadea ve Myshop platformlarında da satışlara başlamayı planlamaktadır.

Diğer Ülkeler

Fas'ta satışlar 2020 yılında jumia.ma üzerinden yapılmaya başlanmış olup Fas'ta da hem mağazalar hem de jumia.ma adresli internet sitesini kapsayan benzer bir çok kanallı yaklaşım izlenmektedir. Bu yaklaşımlar, Koton ürünlerinin Faslı müşterilere çevrimiçi (*online*) olarak tanıtılmasına olanak sağlamıştır.

Şirket, 2024 yılında Amerika merkezli Walmart ile çalışmaya başlayıp ürünlerini Amerika Birleşik Devletleri'ndeki müşterilerine ulaştırmayı hedeflemektedir.

Ödeme Hizmetleri

Şirket, internet sitesi ve mobil uygulaması için, Visa ve MasterCard gibi kredi kartı şemaları aracılığıyla kendi platformunda kredi kartı tahsilatlarını kolaylaştırmaktadır. Çevrimiçi kredi



Koton Mağazacılık
Tekstil Sanayi ve Ticaret
A.Ş.

Nemo Apparel B.V.

Yılmaz Yılmaz

Şükriye Gülden
Yılmaz

İş Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

Ak Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

KOTON

KOTON MAĞAZACILIK TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.

Ayazaga Mh. Akademi Ayazaga Çarşısı No:10 Kat:1 / Beşiktaş / İstanbul

Tel: 0 (212) 331 33 33 / Faks: 0 (212) 331 33 33

Ruhsatlı Ürünler Ü.D. 531 033 0304 / Menkul Değerler Kurumu Sicil No: 33007501

AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER
ANONİM ŞİRKETİ

kartı tahsilatları Türkiye İş Bankası A.Ş., Akbank T.A.Ş. ve Türkiye Garanti Bankası A.Ş. dâhil olmak üzere çeşitli bankaların çevrimiçi satış noktası (*online POS*) hizmetleri üzerinden gerçekleştirilmektedir. Ayrıca Şirket; Papara, Tosla ve Garanti Pay gibi dijital ön ödemeli kartların tahsilatları için Teqpay ile iş birliği yapmaktadır. Şirket, MasterCard'ın çevrimiçi ödeme çözümü "Masterpass"i kullanarak kullanıcıların internete bağlı tüm cihazlardan her alışverişte kart bilgilerini girmeden kolay ve güvenli alışveriş yapmalarını sağlamaktadır. Koton ek olarak, müşterilerinin tercihlerine göre 2.000 TL ve altındaki siparişler için kapıda nakit ödeme kolaylığı sağlamaktadır.

Koton'un çevrimiçi alışveriş platformu müşterilere kredi kartıyla taksitli satış ve "Şimdi Al Sonra Öde" opsiyonu dâhil olmak üzere çeşitli finansman seçenekleri sunmaktadır. Şirket, müşterilerine kredi kartıyla yapılan alışverişlerde altı taksite kadar taksitlendirme seçeneği sunmakta ve "Şimdi Al Sonra Öde" opsiyonunu sunmak için Hopi ile iş birliği yapmaktadır.

Toptan Satış

Grup, toptan satış operasyonları aracılığıyla ürünlerin; köşe mağazaları, kurumsal kanal, B2B ve uluslararası toptan satış gibi, çok markalı satış noktaları dâhil satış noktalarına ulaştırmaktadır. Türkiye'deki toptan satış geliri 2021'den 2023'e kadar %12,0'lık bir YBBO ile büyümüş ve aynı dönemde toptan satış için katkı marjı %33,3'lük bir YBBO ile büyüyerek 2021'deki %22,2'lik katkı marjına kıyasla 2023'te %31,5'lik bir katkı marjına ulaşmıştır. 31 Aralık 2023'te sona eren yılda ve 31 Aralık 2022'de sona eren yılda, toptan satış, Grup'un konsolide toplam gelirinin sırasıyla %4,9 ve %5,5'ini oluşturmuştur. 2023 yılında toplam gelirin %4,8'i Türkiye'deki toptan satış faaliyetlerinden, kalan %0,1'i ise uluslararası toptan satış faaliyetlerinden kaynaklanmıştır. Toptan satışların tamamı kesin satış niteliği taşımakta olup, konsinye satış yöntemi uygulanmamaktadır.

Köşe mağazası kanalı

Köşe mağazası kanalı, yurt içi çok markalı satış noktası operasyonunu temsil etmektedir. 31 Aralık 2023 tarihi itibarıyla Şirket'in Türkiye'de 59 ilde toplam 193 müşterisi bulunmaktadır. Bu kanal, 31 Aralık 2023'te sona eren yılda ve 31 Aralık 2022'de sona eren yılda, toplam toptan satış gelirinin sırasıyla %37,3'ünü ve %33,7'sini oluşturmuştur.

Kurumsal kanal

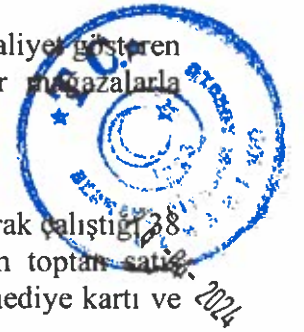
31 Aralık 2023 tarihi itibarıyla Şirket, Türkiye genelinde 40'tan fazla şehirde faaliyet gösteren Boyner, Özdilek, Gencallar ve Çetinkaya dâhil olmak üzere büyük zincir mağazalarla çalışmaktadır.

B2B satış kanalı

İşletmeden işletmeye satış kanalında 31 Aralık 2023 itibarıyla Şirket'in aktif olarak çalıştığı 38 müşteri bulunmaktadır. B2B satış kanalı, son dönemlerde en hızlı büyüyen toptan satış kanalıdır. Şirket'in bu kapsamdaki operasyonları arasında ürün satışı, fiziksel hediye kartı ve dijital hediye sertifikası uygulamaları yer almaktadır.

Uluslararası toptan satışlar

Şirket, uluslararası toptan satış yoluyla yurt dışına toptan satış ürünleri göndermektedir. İstanbul Merter'de, Şirket'in bu kanala hizmet veren bir mağazası bulunmaktadır. 31 Aralık



128

Koton Mağazacılık
Tekstil Sanayi ve Ticaret

Nemo Apparel B.V.

Yılmaz Yılmaz

Şükriye Gülden
Yılmaz

İş Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

Ak Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

A.Ş.
KOTON

KOTON MAĞAZACILIK TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.
Ayatlar Mahallesi Mağazacılar Cad. No: 10 Kat: No: 5 Sancaktepe / İstanbul
Tel: (212) 331 33 00
E-posta: koton@koton.com.tr

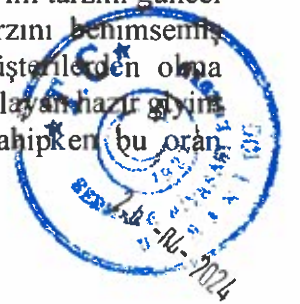
AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER
ANONİM ŞİRKETİ

2023 tarihi itibarıyla bu kanal üzerinden, Avrupa, BDT bölgesi ve MENA bölgesi de dâhil olmak üzere, 30 civarında ülkede 200'den fazla satış noktasında tüketicilere ürün teslimi yapılmaktadır.

Müşteri Kategorizasyonu

Şirket, aşağıda detaylı bir şekilde açıklandığı üzere "genç", "alım gücü nispeten yüksek", "kadın" ve "güncel" kategorileri ile tanımladığı bir müşteri kitlesini hedeflemektedir:

- **Genç:** Yeni neslin giderek artan önemi nedeniyle Şirket, genç müşterileri hedeflemektedir. OC&C Raporu'na göre Koton'un Türk müşterilerinin %59'u 25-44 yaş aralığında, %25'i 25-34 yaş aralığında ve %34'ü 35-44 yaş aralığındadır. Türkiye'deki müşterilerin geri kalanı 45-54 yaş aralığında (%23) ve 18-24 yaş aralığındaki (%18) müşterilerden oluşmaktadır. Bununla birlikte, 2022 yılında Koton müşterisi olmayanların %49'u 25 ile 44 yaş arasındadır.
- **Alım gücü nispeten yüksek:** Şirket, hazır giyim harcamalarına diğer sınıflara göre en yüksek bütçeyi ayırdıkları için alım gücü nispeten yüksek müşterileri hedeflemektedir. OC&C Raporu'na göre, 2022 yılında Koton'un Türk müşterilerinin %37'sinin aylık hane geliri 35.000 TL'nin üzerindedir. 2022 yılında müşterilerin %16'sı 50.000 TL aylık hane gelirinin üzerinde, %20'si 35.000 TL ile 50.000 TL aylık hane geliri arasında, %24'ü 25.000 TL ile 35.000 TL aylık hane geliri arasında, %19'u 15.000 TL ile 25.000 TL aylık hane geliri arasında ve %20'si 15.000 TL aylık hane gelirinin altındadır.
- **Kadın:** Koton, moda ya yatkın olmaları nedeniyle, ağırlıklı olarak kadın müşterileri hedeflemektedir. OC&C Raporu'na göre kadınlar, hazır giyim pazarındaki en büyük müşteri grubunu oluşturmaktadır. 2022'de kadın giyimi pazarın %37'sini oluştururken, bu oran erkek giyimi, çocuk giyimi ve aksesuar için sırasıyla %31, %26 ve %5 olmuştur. OC&C Raporu'na göre 2022'de Koton müşterisi olmayanların %46'sının kadın olmasına karşılık Koton müşterilerinin %57'sini kadınlar oluşturmuştur.
- **Güncel:** Şirket, en son trendlere ayak uydurmak için gardıroplarını sürekli yenileyen güncel giyim tarzına sahip müşterileri hedeflemektedir. OC&C Raporu'na göre, 2022 yılında hazır giyim müşterilerinin %74'ü giyim tarzını güncel olarak tanımlamaktayken, aynı yıl, Koton müşterisi olmayanların %67'si giyim tarzını güncel olarak tanımlamaktadır. OC&C Raporu'na göre, güncel giyim tarzını benimsemiş müşteriler aynı zamanda nispeten yüksek alım gücüne sahip müşterilerden olma eğilimindedir. 2022 verilerine göre, giyim tarzını güncel olarak tanımlayan hazır giyim müşterilerinin %46'sı 35.000 TL'den fazla aylık hane gelirine sahipken, bu oran geleneksel giyim tarzına sahip müşteriler için %35'tir.



[Signature]
AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.
129

Koton Mağazacılık
Tekstil Sanayi ve Ticaret

Nemo Apparel B.V.

Yılmaz Yılmaz

Şükriye Gülden
Yılmaz

İş Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

Ak Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

KOTON MAĞAZACILIK TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.
Anadoluhisari, Marmara Ayazma Caddesi No:3 Kat:3 Sanayi / İstanbul
Tel: +90 (212) 331 33 11 Faks: +90 (212) 331 23 10
Büyükdere Kurumlar Y.D. 581 026 000 000 000 000 000 000 000 000 000

**AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER
KOTONİM ŞİRKETİ**

Türkiye hazır giyim pazarı

Kategori	Oran (%)
Aksesuar	5%
Çocuk	26%
Erkek	31%
Kadın Giyim	37%

Giyim tarzına göre kategoriler

Kategori	Oran (%)
Geleneksel	26%
Güncel	74%

Alın gücü ve giyim tarzına göre kategoriler

Alın Gücü	Güncel (%)	Geleneksel (%)
<35 bin TL aylık hane halkı geliri	54%	46%
>35 bin TL aylık hane halkı geliri	65%	35%

AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER
A.Ş. MENKUL SİRKETİ

AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER
ANONİM ŞİRKETİ

Kullanımı, Yaratıcı Etkileşim İçeriği ve Dijital Platformların En Yaratıcı Kullanımı kategorilerinde "Kristal Elma" ödülünü kazanmıştır. Ayrıca 2018 yılında Şirket, Mediat Felis Ödülleri'nde Koton Jeans - Kara Sevdâ ve Price Tag by Koton kampanyalarıyla ödüle layık görülmüştür. 2019 yılında, "Koton Tam Benim Tarzım" kampanyası En İyi Jingle kategorisinde "Kristal Elma" ödülünü kazanmıştır. 2019 yılında, marka elçisi Bensu Soral ile gerçekleştirilen "Koton'a Sor Al" kampanyası ise Koton'un tüm ihtiyaçları karşılayan uzman moda markası olarak konumlanmasını sağlamıştır.

2020 yılında Şirket, iletişim stratejilerini tasarlarken gençlerin giyim tercihlerine ciddi bir şekilde ağırlık vermeye başlamış ve pazar araştırmaları yapmıştır. Pazar araştırmaları gençlerin etiketlere ve ayrımcı, ötekileştirici dil kullanımına karşı olduğunu göstermekte olup, Şirket de kampanyalarını bu çerçevede tasarlamıştır. Bu kapsamda Şirket, giyim tercihlerinin yarattığı ön yargılara dikkat çekmek amacıyla "#EtiketleriÇıkar" kampanyasını başlatmıştır. Bu kampanya birlik olmak, anlaşılacak ve saygı duyulmak fikirleri üzerine kurularak yürütülmüştür. "#EtiketleriÇıkar" kampanyasından sonra Şirket, "Şimdi herkese saygı moda" kampanyasını başlatmıştır. Bu kampanya aynı zamanda Şirket'in sürdürülebilirlik yaklaşımı olan "Yaşama Saygı" çerçevesinde başlatılan bir iletişim kampanyasıdır.

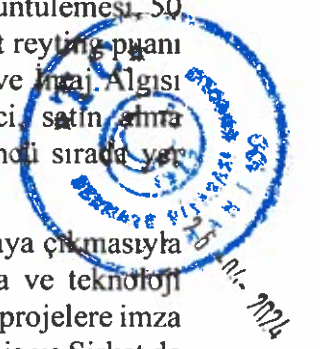
Şirket, 2020 ve 2021 yıllarında "Etiketleri Çıkar" televizyon reklam kampanyası ve 2021 yılında "Tam Benim Tarzım" reklamıyla "Altın Effie" ödülüne layık görüşmüştür. "Etiketleri Çıkar" kampanyasıyla aynı zamanda 2021 yılında Mixx Awards Avrupa Ödülleri'nde "Gümüş" ödül kazanmıştır.

2021 yılında Şirket, "trendlerin adresi Koton" pazarlama konumlamasıyla, "Sezonun Hitleri Koton'da" kampanyasını başlatmıştır. Kampanya; televizyon, dijital platformlar ve sosyal medya üzerinden başlatılarak trendleri takip eden moda tutkunlarına ulaşmayı hedeflemiştir. Şirket "#SezonunHitleriKotonda" etiketiyle de sosyal medyada önemli bir yer tutmuştur. Ayrıca Koton 2021 yılında, Türkiye'nin ilk TikTok koleksiyonu olan "Pelin & Berk" koleksiyonunun lansmanını yapmıştır.

Ekim ila Kasım 2021 döneminde Koton'un kampanyaları 3,6 milyon video görüntülemesi, 50 milyon çevrimiçi (online) etkileşim ve 25-44 yaş arası kadın grubu için 746 brüt reyting puanı elde etmiştir. Kampanya sonrası Kasım 2021'de NielsenIQ Marka Bilinirliği ve İmajı Algısı Araştırması'nda Koton, emsalleri arasında olumlu izlenim yaratmada birinci, satın alma olasılığını artırmada birinci, beğenilirlikte ikinci ve hatırlanma oranında üçüncü sırada yer almıştır.

COVID-19 pandemisi sırasında yeni paradigmalara ve yeni alışkanlıkların ortaya çıkmasıyla birlikte Şirket operasyonlarını yeniden düzenlemiştir. Bu süre zarfında moda ve teknoloji odaklı iş birliklerini artırmış ve çok kanallı bir yaklaşıma geçiş için daha entegre projelere imza atmıştır. Pandemi bağlamında çevrimiçi (online) pazarlama potansiyeli genişlemiş ve Şirket de bu kapsamda bütünleşik, çok yönlü ve çok kanallı bir pazarlama türü olan 360 derece pazarlama yaklaşımını benimsemiştir. Şirket aynı zamanda sürdürülebilirlik ve kadın odaklı pazarlama çalışmalarını da yoğunlaştırmıştır.

Şirket, Şahika Ercümen x Koton 'Suya Saygı' plaj giyim koleksiyonunun lansmanını, rekortmen sporcu Şahika Ercümen iş birliğiyle gerçekleştirmiştir. Koleksiyon, hem müşteriler nezdinde ilgi görmüş hem de Şirket'in prestijli bir halkla ilişkiler ödülü olan Altın Pusula



Koton Mağazacılık
Tekstil Sanayi ve Ticaret

Nemo Apparel B.V.

Yılmaz Yılmaz

Şükriye Gülden
Yılmaz

İş Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

Ak Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

KOTON MAĞAZACILIK TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.

KOTON MAĞAZACILIK TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.
Akademi Bulvarı Maslak Ayaçık Çarşı No: 10/5 Kat: 11 İstanbul
Tic. Sic. No: (212) 331 33 10 Mersis No: 0810000000000000000000000000000000
R. No: 0810000000000000000000000000000000

AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER
ANONİM ŞİRKETİ

ödülllerinde "En İyi Uygulama Ödülünü" kazanmasını sağlamıştır. Suya Saygı Koleksiyonu ayrıca 2023 yılında Elle Green Awards "Yılın İklim Dostu Koleksiyonu" ödülünü kazanmıştır.

El Emeği Projesi 2016 yılında GAP İdaresi Başkanlığı ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı ile birlikte başlamış olup bugüne kadar altı bin kadının hayatına dokunmayı başarmıştır. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde kırılgan grupta yer alan kadınların üretime el emekleriyle katılmasını sağlayan proje; kadınların el becerilerini gelire dönüştürmesini sağlarken, evden çıkma, sosyal hayata katılım, mesleki gelişim gibi farklı alanlarda pozitif katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

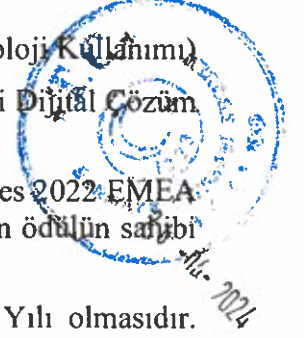
Şirket, 2022 yılından itibaren teknolojiye ve dijitalleşmeye daha fazla odaklanmaya başlamıştır. Şirket Web 3.0'ın sunduğu fırsatlardan yararlanarak, dijital varlığını güçlendirmiş ve tüketici deneyimini önemli ölçüde iyileştirmiştir. Kotonverse adlı bu projenin ilk adımı olarak, içerik üreticisi Rachel Araz, projenin yüzü olarak seçilmiş ve Rachel Araz X Koton koleksiyonunun lansmanı yapılmıştır. Kampanya kapsamında, Rachel Araz'ın tüm Metaverse platformlarıyla uyumlu, optimize edilmiş gerçekçi bir avatarı yaratılmıştır. Avatar daha sonra Rachel Araz ve Koton tasarımcılarının ortaklaşa oluşturduğu koleksiyondaki parçaları sergileyen sanal bir podyum modeline dönüştürülmüştür. Bu yapay zeka kapsül koleksiyonu, Türkiye'nin ilk Metaverse odaklı moda yaratımıdır.

Rachel Araz X Koton koleksiyonu ve Kotonverse projesi, aşağıdakiler de dâhil olmak üzere çeşitli dijital pazarlama ödüllerine layık görülmüştür:

- 2022 Muse Yaratıcılık Ödülleri / üç ödül (Markalı İçerik, Sosyal Medya – Influencer, Video ve Animasyon)
- 2022 Felis Ödülleri / bir ödül (En İyi Influencer Kullanımı)
- 2022 Smarties EMEA Ödülleri / bir ödül (Web 3.0 – Metaverse)
- 2023 Brandverse Ödülleri / üç ödül (Yenilikçi Teknoloji Kullanımı, Deneyim Tasarımı Grand Prix ve 360 Entegre Marka Deneyimi)
- 2023 Smarties / bir ödül (Deneysel/İnovasyon Teknolojisi Kategorisi)
- 2023 Kristal Elma Ödülleri / bir ödül (Medya Ana Kategorisinde Teknoloji Kullanımı)
- 2023 TEGEP Eğitim ve Geliştirme Platformu Derneği (Eğitimde En iyi Dijital Çözüm Bronz Ödül)

Pelin & Berk x Koton iş birliği, Influencer ve Pazarlama kategorisinde Smarties 2022 EMEA Gümüş ödülünü alırken; Sosyal Medya/Influencer Ticareti kategorisinde Altın ödülün sahibi olmuştur.

2023 yılının Şirket için en önemli özelliği, Türkiye Cumhuriyeti'nin 100. Yılı olmasıdır. Cumhuriyetin 100. Yılı'nın anısına bir yüzüncü yıl komitesi oluşturulmuş ve Türkiye'de Cumhuriyetin kuruluşunda önem taşıyan bölgelere yıl boyunca her ay ziyaretler düzenlenmiştir. Koton ayrıca Marketing Türkiye tarafından yapılan halk oylamalarına dayanan bir ödül olan "Cumhuriyet Değerlerini Taşıyan Marka" ödülüne layık görülmüştür.



11-2024

133

Koton Mağazacılık
Tekstil Sanayi ve Ticaret

Nemo Apparel B.V.

Yılmaz Yılmaz

Şükriye Gülden
Yılmaz

İş Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

Ak Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

KOTON MAĞAZACILIK TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.
Ayazlar Mahallesi Maslak Ayalı Cad. No: 34 Kat: 5. Katman / İstanbul
Tel: 0 (212) 331 33 33
Rakipin Korumacı'ID: 5510390581 Nispet No: 0-5510-5909-8402637

AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER
ANONİM ŞİRKETİ

2023 yılında Koton'un güncel modaaya uygun trend parçalarını müşterilerine duyurmak amacıyla "Koton'la Çık Ortaya" kampanyası başlatılmıştır. Kampanyanın stratejik iletişim hedefi trend kıyafetlerin yarattığı en temel duyguyu sahiplenen marka olmaktır. Kampanya Fahriye Evcen ile birlikte 360 derece uçtan uca bir iletişim kampanyası olarak tasarlanmıştır. Yapılan iletişimle Instagram ve Tiktok mecralarında 10 farklı sosyal medya fenomeni (*influencer*) iletişimi ile iki milyon izlenme elde edilmiştir. Yapay zeka destekli ve sosyal medya odaklı yarışma konseptleri ile de kampanyanın görünümü genişletilmiştir. Bu sosyal medya yarışmaları ile dokuz milyon erişim ve 1,2 milyon etkileşim elde edilmiştir.

Şirket'in CEO'su Dr. Ahmet Bülent Sabuncu, 2022 ve 2023 yılında, Türkiye'nin en prestijli liderlik ödülllerinden biri olan Altın Lider Ödülleri'nde En Başarılı 50 CEO'dan biri olarak ödüllendirilmiştir. Aynı yıl, yönetim kurulu başkanı Yılmaz Yılmaz ve yönetim kurulu üyesi Gülden Yılmaz "Perakende Güneşi" ödülüne ödüle layık görülmüş ve Gülden Yılmaz, Fortune Magazine dergisinin yayımladığı En Güçlü 50 İş Kadını listesinde yer almıştır.

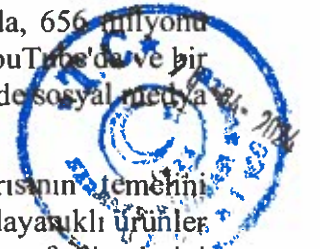
Şirket Pazarlama ve Görsel İletişim Direktörü Büşra Miray Müftüoğlu Diren, Fortune Türkiye ve Data Expert iş birliğiyle yürütülen araştırma sonucunda CMO Summit 2020'de "Türkiye'nin En Etkili 50 CMO'su" arasında gösterilmiştir. Kendisi ayrıca Capital Dergisi'nin 2020 yılında 20. kez hazırlanan ankette "En Başarılı 30 Pazarlama Lideri" ve beş seçkin lider arasında yer almıştır. Ayrıca 2021, 2022 ve 2023 yıllarında Altın Lider Ödülleri'nde "Türkiye'nin En Başarılı 50 CMO'su" arasında gösterilmiştir.

2023 yılında Altın Lider ödülleri arasında İnsan Kaynakları Direktörü Aylin Gemici Altın Lider-CHRO ödülünü, aynı ödül programında şirket CFO'su Mert Güneş Sönmezsoy Altın Lider – CFO ödülünü almıştır. Böylelikle, Koton CEO, CMO, CFO ve CHRO ile dört kategoride birden aldığı Altın Lider Ödülleri ile Türkiye'nin Altın Liderleri Büyük Ödülü'nü de kazanmıştır.

Sosyal Medya

Koton markası, geniş bir sosyal medya topluluğuyla olan güçlü müşteri etkileşiminden yararlanmaktadır. 31 Aralık 2023 itibarıyla, Koton'un yaklaşık 1,5 milyon Facebook ve yaklaşık 2,8 milyon Instagram takipçisi mevcuttur. Şirket 2023 yılı sonunda, 656 milyonu Instagram'da, 39 milyonu Facebook'ta, 43 milyonu TikTok'ta, 32 milyonu YouTube'da ve bir milyonu X'te (eski adıyla Twitter) olmak üzere yaklaşık 771 milyonun üzerinde sosyal medya görüntülenmesi elde etmiştir.

Şirket'in sosyal medya konusundaki yaklaşımı da bu alandaki başarısının temeli oluşturmaktadır. Şirket, sosyal medya kanalları aracılığıyla kaliteli, trend ve dayanıklı ürünler mesajını vermeyi hedeflemektedir. Şirket, tüketicilerle bağını güçlendirmek ve faaliyetlerini onlarla paylaşmak için dijital medyayı ve sosyal medya kanallarını aktif olarak kullanmaktadır. Instagram, TikTok ve YouTube bu çerçevede kullanılan esas kanallardır. Şirket marka kimliğini güçlendirmeyi, faaliyet ve değerlerine ilişkin farkındalığı artırmayı ve tüketicilerle daha yakın bir bağ kurmayı hedeflemektedir. Her koleksiyon için sosyal medya kanallarına yönelik olarak videoların da dâhil olduğu içerikler üretmektedir. Şirket, tüketicileri interaktif özelliklerle alışveriş sürecine dâhil etmeyi hedeflemektedir. Şirket ayrıca koleksiyonları farklı hedef kitlelere göstermek için çalışmakta ve bu çerçevede ses tonu ile görsel düzenlemelerden faydalanmaktadır. Şirket doğru hedef kitleye ulaşmak için düzenli medya yatırımları yapmakta



Koton Mağazacılık
Tekstil Sanayi ve Ticaret

Nemo Apparel B.V.

Yılmaz Yılmaz

Şükriye Gülden
Yılmaz

İş Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

Ak Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

KOTON MAĞAZACILIK TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.
Akmerkez Maslak Kat: 33. Kat No: 33/33 Sanayi / Beşiktaş / İstanbul
Tic. Sic. No: 272123 / Mersis No: 34010000000000000000000000000000
Rakazlı Kurumlar V.D. 3010590504 / Vergi No: 34010000000000000000000000000000

**AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER
ANONİM ŞİRKETİ**

ve bu sayede profil erişimini genişletip Instagram ve Twitter'da gönderi başına aldığı etkileşimi artırmaktadır.

Şirket, rakiplerinden farklı olarak, Koton ürünleri için daha yaratıcı ve trend bir tasarım dili kullanarak ve görsellerinde son tasarım trendlerini yansıtmayı hedefleyerek içerik ürettiğini düşünmektedir. Ek olarak, videoların çok daha etkili olmasının değerlendirilmesinin sonucunda her koleksiyona yönelik fotoğraf çekimine ek olarak birden fazla video seti de oluşturulmaktadır. YouTube ve TikTok gibi video odaklı platformlarda etkileşimi sürdürmek için Şirket'in bu kapsamdaki içerik üretimini tutarlı bir şekilde sürdürmesi gerekmektedir.

Sosyal medyada güçlü şekilde varlık göstermek ise uzun vadeli ve gelişmeye devan eden bir stratejiyle mümkündür. Şirket de sosyal medya stratejisini hedef kitleleri ve müşterileri nezdinde ilgi uyandıran unsurlara göre daha da geliştirmeyi hedeflemektedir.

Lisans Sözleşmeleri

Şirket'in Disney, Warner Bros, Paramount, Marvel Studios, Harry Potter, Batman ve Superman, WildBrain, Pixar ve Smiley gibi markalarla lisans sözleşmeleri bulunmaktadır. Lisanslı ürünler 2023 yılında toplam gelirin %3'ten fazlasını oluşturmuştur. Yıl boyunca, lisanslı ürünlerin satışındaki performans diğer ürün kategorilerine kıyasla %3 oranında daha iyi gerçekleşmiştir. 2023 yılında yaklaşık bir buçuk milyon lisanslı ürün satılmıştır. Lisanslı ürünler 2023 yılında toplam çocuk giyim gelirin %6'sından fazlasını oluşturduğu için lisanslı ürünler ile ilgili olarak çocuk giyimine özel olarak odaklanmakta olan Şirket, lisansörlerle sıklıkla gerçekleştirdiği görüşmeler sayesinde sezon boyunca meydana gelen gelişmelere uyum sağlayabilmektedir.

Dijital Pazarlama / Performans Pazarlaması

Dijital pazarlama alanında Şirket'in öncelikli odak noktası, Koton'un marka kimliğiyle uyum sağlayan içerikler oluşturmak ve bunları doğrudan müşterilerine sunmaktır. Şirket, interaktif girişimlerle tüketicileri alışveriş süreçleri boyunca aktif bir şekilde etkileşime geçirmek ve böylece müşteriler ile Koton arasında bağ kurmayı hedeflemektedir. Şirket'in performans pazarlaması alanında temel hedefi ise stratejik eylemlerle günlük satışları ve internet sitesi ziyaret sayısını tutarlı bir şekilde artırırken Şirket bütçesini de etkin bir şekilde yönetmektir.

Şirket, markalaşma ve e-ticaret için farklı pazarlama hedeflerini ve ölçümlerini takip etmektedir. Ayrıca, markalaşma kapsamında Şirket kullanıcılarla bağını güçlendirmek için etkileşim parametrelerini gözlemlemektedir. Bu kapsamda detaylı açıklamalar Şirket Kanalları — E-ticaret — Dijital Pazarlama, Arama Motoru Optimizasyonu (SEO) ve CRM başlıkları altında yer almaktadır.

Şirket her bir pazarlama iletişimi için entegre bir pazarlama planı oluşturmakta ve stratejisini kanalların dinamiklerine özel olarak tasarlamaktadır. Örneğin Ece Sükan koleksiyonunun lansmanı ile görsel ve çevrimiçi (online) basın kanallarında 9,7 milyon, sosyal medyadaki fenomen paylaşımlarıyla ise ilave olarak 2,3 milyon düzeyinde kitleye ulaşılmıştır. Şirket, sosyal medya kanallarına özel üretilen içeriklerle yaklaşık 83,3 milyon görüntülenme, 13,4 milyon video görüntülenmesi ve 221.000 tıklama sayısı elde etmiştir.

COVID-19 pandemisi döneminde de Şirket etkileşim faaliyetlerini sürdürmüş ve müşterilerine özelleştirilmiş bir marka deneyimi sunmuştur. Ayrıca, dijitalleşme süreci kapsamında, Arzu

76-02-2023

Koton Mağazacılık
Tekstil Sanayi ve Ticaret

Nemo Apparel B.V.

Yılmaz Yılmaz

Şükriye Gülden
Yılmaz

İş Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

Ak Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

135

KOTON
KOTON MAĞAZACILIK TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.
Ayarlar Caddesi, İstanbul, Türkiye
Tel: +90 212 331 33 33
Bilgi: +90 212 331 33 33

AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER
ANONİM ŞİRKETİ

Sabancı koleksiyonuna özel olarak hayata geçirilen ve Türk moda sektöründe bir ilk olan artırılmış gerçeklik teknolojisi cep telefonlarından erişime açılmıştır.

Koton'un benimsediği yenilikçi ve öncü yaklaşım, sosyal medya dâhil tüm pazarlama kanallarında belirgin bir şekilde kendini göstermektedir. Şirket, genç kitesinin değerleri doğrultusunda, yukarıda "Pazarlama ve Reklamcılık" başlığı altında detaylı olarak açıklandığı üzere, "#EtiketleriÇıkar" kampanyasını başlatmıştır. Kampanya, milli tekvando sporcusu Kübra Dağlı, TikTok fenomenleri Özgür Deniz Cellat ve Ceren Yıldız gibi, giyim ve yaşam tercihleri nedeniyle çeşitli ön yargılara ve etiketlemelere maruz kalan kişilerle iş birliği yapılmak suretiyle başlatılmıştır. Bu kampanya, Şirket'in ilk imaj kampanyasıdır ve hem sektör içinde hem de sektör dışında birçok alanda pazarlama ve reklamcılık alanında alışılmış örneklerden farklılaşma yolunda önemli bir adım atılmasını sağlamıştır. Bu kampanya sonucunda e-ticaret trafiği 2020 üçüncü çeyreğinden 2020 dördüncü çeyreğine kadar %44 artarken, pazarlama iletişim faaliyetlerinde öne çıkan ürün gruplarının satışları da aynı dönemde %146 artmıştır. Bu kampanyaya bağlı olarak 14 Kasım 2020'de başlatılan TikTok kampanyası, altı günlük sürede 1,5 milyar video görüntülenmesi, 6,1 milyon sayfa görüntülenmesi ve 1,7 milyon video elde etmiştir. Ek olarak söz konusu kampanya, Şirket'in TikTok hesabının tüketicilerle olan ilk iletişimidir.

Şirket'in dijital etkileşimi, yukarıda "Pazarlama ve Reklamcılık" başlığı altında açıklanan, Rachel Araz ile olan iş birliği de dâhil olmak üzere, Kotonverse projesi kapsamında gerçekleştirilen faaliyetleri de içermektedir.

Müşteri Etkileşimi

Müşteri odaklı olma, Koton'un marka stratejisinin en önemli bileşenlerinden biridir. Müşterilerin Şirket; mağazalarda veya çevrimiçi (online) olarak sunulan ürün ve hizmetler hakkındaki görüşleri, geri bildirimleri ve şikâyetleri, daha iyi bir müşteri deneyimi sunmak için iyileştirmeler yapılmasını sağlamaktadır.

Şirket müşterilerine, görüşleri ve şikâyetleri için çok kanallı destek sağlamaktadır. Müşteriler Şirket'e tercih ettikleri destek kanalından ulaşabilmektedir. Müşteri ilişkileri departmanındaki temsilciler, telefon, e-posta, WhatsApp, sosyal medya ve diğer kanallar aracılığıyla soruları yanıtlayabilmektedir. Ayrıca Koton ürünlerini pazaryerlerinden satın alan müşterilerle iletişim için yeni özellikler kullanıma sunulmuştur. Örneğin Trendyol, müşterilerle gerçek zamanlı iletişim kurmayı sağlayan "Satıcıya Sor" özelliğini sunmaktadır. Çağrı merkezi, alışveriş merkezleri, sosyal medya, WhatsApp, Chatbot ve pazaryerleri aracılığıyla 31 Aralık 2023 itibarıyla yaklaşık 310.000 müşteri girdisi elde edilmiştir. Çağrı merkezine gelen çağrılar yaklaşık %90'ı 20 saniye içinde yanıtlanmaktadır.

Bunun yanı sıra Koton, "ŞikayetVar" platformundan markasıyla ilgili geri bildirimleri cevaplamaktadır. 2023 yılında Koton müşteri hizmetleri ekibi, "ŞikayetVar" platformuna gelen müşteri bildirimlerindeki yönetim başarısı sayesinde, "ŞikayetVar" platformu tarafından düzenlenen A.C.E (Achievement in Customer Experience) Awards ödül töreninde "Kusursuz Müşteri Deneyimini Yaşatan Markalar, Giyim Kategorisi"nde Gold ödülün sahibi olmuştur.

Şirket'in entegre bir müşteri geri bildirim yönetim sistemi mevcuttur. Birçok farklı dijital ve fiziksel irtibat noktası aracılığıyla Şirket müşterilerinden geri bildirimler toplamaktadır.



136

Koton Mağazacılık
Tekstil Sanayi ve Ticaret

Nemo Apparel B.V.

Yılmaz Yılmaz

Şükriye Gülden
Yılmaz

İş Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

Ak Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

A.Ş.

KOTON MAĞAZACILIK TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.

Yatırım Menkul Değerler A.Ş. İstanbul

Tic. Sic. No: 273333, Şişli, İstanbul

Yatırım Menkul Değerler A.Ş. İstanbul

AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER
ANONİM ŞİRKETİ

Mağazalardan, çevrimiçi (*online*) platformlardan ve müşteri çağrılarından gelen geri bildirimleri toplamak için geniş bir kategori yelpazesi üzerinden net tavsiye skorları kullanılmaktadır. Şirket hakkında negatif görüş bildirenlere Koton'u neden tavsiye etmedikleri sorulmaktadır. Net tavsiye skorları, şirketin genel performansını izlemek ve bazı müşterilerin neden Koton'u tavsiye etmediğini anlamak için önemli bir temel performans göstergesidir. Entegre müşteri geri bildirim yönetim sistemi aracılığıyla mağazalardan, internet sitesinden ve çağrı merkezinden veri elde edilmektedir. Bu kapsamda yılda yaklaşık 387.000 adet müşteri geri bildirimi toplanmaktadır.

Şirket, siparişlerden sonra çevrimiçi (*online*) müşterilerden e-posta yoluyla geri bildirimler almaktadır. Mağazaları ziyaret eden müşteriler için ise geri bildirim sağlayabilmeleri adına mağazaların farklı bölümlerinde QR kodlar bulunmaktadır. Müşteriler ayrıca geri bildirimde bulunmak için müşteri ilişkileri departmanını arayabilmektedir. Toplanan geri bildirimleri özetleyen ayrıntılı raporlar ve analizler sayesinde, farklı kanallardaki müşterilerin memnuniyetsizlik alanları tespit edebilmekte ve tüm irtibat noktalarında ve kanallarda müşteri-marka etkileşimleri için müşteri deneyimi haritaları oluşturulabilmektedir.

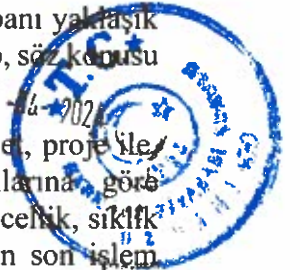
Şirket, müşterileriyle iyi bir bağ kurabilmek ve müşteri deneyimini kişiselleştirmek amacıyla verileri kullanmaktadır. Mevcut durumda birçok müşteri son derece özelleştirilmiş bir deneyim beklentisindedir. CRM tasarlamasının amacı da müşterilerin özelliklerini, geçmişte ne satın aldıklarını ve tercihlerinin neler olduğunu tespit edebilmektir.

Eylül 2020'de Şirket, çeşitli satış kanallarındaki müşteri verilerini birleştirmek için 360 derecelik bir müşteri yolculuğu projesini hayata geçirmiştir. Söz konusu tarihten önce yalnızca çevrimiçi (*online*) müşteri verileri takip edilmekteydi. Anlamlı bir müşteri veri seti toplamak amacıyla, müşteri yolculuğu projesinin lansmanından önce çevrimiçi (*online*) satın alma işlemi gerçekleştiren müşterilerin verileri kopyalanmamıştır. Mağazalardaki veri sistemleri, koton.com üyeleri dâhil tüm müşteri tiplerini tanıyacak şekilde tasarlanmıştır. Çevrimiçi (*online*) ve mağaza müşterilerinden elde edilen verileri entegre ettikten sonra tüm müşterilerin kapsamlı bir görünümünü elde edilebilmiştir. 2020 sonu itibarıyla, mağazalardan yaklaşık 2,4 milyon müşterinin verisine ulaşılmıştır. 2021 yılında ise mağaza veritabanına yaklaşık 3,6 milyon yeni müşteri eklenmiştir. Nisan 2023 itibarıyla, mağaza müşterisi veri tabanı yaklaşık 8,6 milyona, çok kanallı müşteri veri tabanı ise yaklaşık 10,4 milyona ulaşmış olup, söz konusu sayı 31 Aralık 2023 itibarıyla yaklaşık 12 milyona ulaşmıştır.

Ayrıca Microsoft Dynamics iş birliğiyle yeni bir CRM projesine imza atan Şirket, proje ile müşterilerin hareketlerine, sipariş geçmişlerine ve satın alma alışkanlıklarına göre kişiselleştirilmiş bir arayüz sağlamaktadır. Müşteri gruplarını belirlemek için güncellik, sıklık ve parasal değer modeli kullanılmaktadır. Güncellik, Koton markasıyla yapılan son işlem faaliyetini; sıklık, bir müşterinin markayla ne sıklıkta işlem yaptığını veya etkileşimde bulunduğunu, parasal değer ise müşterinin marka için ne kadar harcama yaptığını ifade etmektedir. Şirket segmentasyonunu aylık olarak güncellemektedir. 11 müşteri segmenti bulunmakta olup Şirket müşterilerinin segmentler arasındaki hareketlerini takip edebilmektedir.

Proje kapsamında, müşterilerin aradıkları ürünü daha kolay bulabilmeleri amacıyla internet sitesinde ve mobil uygulamada arama çubuğu da kişiselleştirilmiştir. Müşterileri sepetlerindeki ürünleri daha üstün nitelikli benzer ürünlerle değiştirmeye teşvik etmek için ürün önerileri de

76-14-2024



Koton Mağazacılık
Tekstil Sanayi ve Ticaret

Nemo Apparel B.V.

Yılmaz Yılmaz

Şükriye Gülden
Yılmaz

İş Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

Ak Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

KOTON MAĞAZACILIK TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.
Ayazkent, Maslak Ayağı, C-10, Kat: 10, No: 10, Kat: 10 / İstanbul
Tel: +90 (212) 331 33 99 / Pbx: 331 33 99
E-posta: info@koton.com.tr, koton@koton.com.tr

AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER
ANONİM ŞİRKETİ

sunulmaktadır. Proje aynı zamanda müşteri deneyimlerine dayalı olarak internet sitesinde ve mobil uygulamada kullanıcı deneyimi iyileştirmeleri yapılmasını kapsamaktadır. Genel müşteri deneyimini iyileştirebilmek için müşterilerin en çok hangi konuda memnun olduklarını analiz etmek amacıyla müşteri hizmetleri operasyonlarında da yapay zeka teknolojisi kullanılmaktadır.

İş ve Müşteri İçgörüler

İş ve müşteri içgörüler; müşterilerin davranışları, tercihleri ve ihtiyaçlarının yanı sıra rakipler ve trendler hakkında da derinlemesine bir anlayışa sahip olmayı ifade etmektedir. İş ve müşteri içgörüler departmanının ana sorumlulukları arasında hem Türkiye'de hem de uluslararası arenada pazar araştırması yapmak, moda trend takibi ve analizi yapmak, stratejiler oluşturmak, koleksiyonları ve süreçleri etkileyen veri analizleri yapmak yer almaktadır.

Müşteri içgörülerimiz, müşterilerin güncellik (bir müşterinin Koton'dan en son ne zaman alışveriş yaptığı), sıklık (bir yılda Koton'dan yapılan alışveriş sayısı) ve parasal (müşteriler tarafından yapılan alışveriş tutarları) parametreler dâhil olmak üzere alışveriş alışkanlıklarına odaklanmaktadır. Bu kriterlere dayanarak Şirket, müşterileri beş segmente ve 11 alt segmente ayırmıştır. Yerleşik perakende varlığı ve kendi çevrimiçi (online) kapasitesi aracılığıyla müşteri verilerine doğrudan erişimi bulunan Şirket, yaklaşık 12 milyon müşteri verisi toplamıştır.

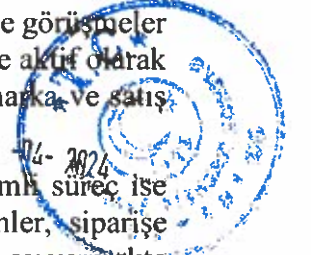
Örneğin Şirket, 15 aydan uzun süredir alışveriş yapmayan yaklaşık 400.000 müşteriye belirlediği ve daha sonra onları bir kampanyayla yeniden kazandırmayı hedeflediği Babalar Günü kampanyası başlatmıştır. Müşteriler, Koton'un erkek giyim kategorisinde %20 indirim yapılacağını duyuran kişiselleştirilmiş bir SMS almıştır. Bunun sonucunda yaklaşık 4.000 müşteri yeniden kazanılmış ve kampanyadan sonraki üç gün içinde yaklaşık 3 milyon TL gelir elde edilmiştir.

Koton'da tüm Pazar araştırmaları, iş ve müşteri içgörüler departmanı tarafından yürütülmektedir. Bu araştırmalar, marka sağlığına, marka bilinirliğine, mağaza çıkış anketlerine, hane halkı tüketim panellerine ve özel amaçlı araştırmalara ilişkin nicel analizleri ve odak grupları, nöro pazarlama tekniğine dayanan reklam ön testleri ve yüz yüze görüşmeler gibi nitel analizleri içermektedir. İş ve müşteri içgörüler departmanı, müşterilerle aktif olarak iletişim halindedir ve müşteri içgörülerini düzenli olarak yönetim, pazarlama, marka ve satış ekipleriyle paylaşmaktadır.

Müşterilerin bir sonraki sezona yönelik tercihlerini anlamak için bir diğer önemli süreç ise değerlendirme sistemidir. Temel ürünler ve çok satanlar dışındaki tüm ürünler, sipariş dönüşmeden önce hedef kitle odak gruplarına sunulmaktadır. Bu gruplar, ürünlere oy vermekte ve bir değerlendirme puanı hesaplanarak planlama sistemine aktarılmaktadır Puanı düşük olan ürünler koleksiyon listelerinden çıkarılmakta, puanı yüksek olanlar ise koleksiyonlara daha büyük miktarlarda eklenmektedir. Şirket için değerlendirme sistemi, satılmayan bir koleksiyona sahip olma riskini azaltmaktadır. Ayrıca, trend ürünlerin de müşteriler nezdinde talep görmesini sağlamaktadır. Müşterilerin bir önceki sezonda puanladığı tüm ürünlerin yaklaşık %85'inde puanlar ile gerçek satışlar arasında doğru orantılı bir ilişki bulunmaktadır.

İş ve müşteri içgörüler departmanı, sezonun moda trendlerini düzenli olarak takip etmekte, gelecek ve yeni trendlere yönelik sunumlar hazırlamakta, yeni trend olan ve halihazırda satışta

26-04-2024



Koton Mağazacılık
Tekstil Sanayi ve Ticaret

Nemo Apparel B.V.

Yılmaz Yılmaz

Şükriye Gülden
Yılmaz

İş Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

Ak Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

KOTON
KOTON MAĞAZACILIK TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.
Ave: 101, Maslak, Akmerkezi, Kat: 10, No: 3, Beşiktaş / İstanbul
Tel: 0 (212) 331 83 83
E-posta: koton@koton.com.tr

AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER
ANONİM ŞİRKETİ

olan ürünler için kataloglar hazırlamakta ve rakiplerin bu trendlere yaklaşımlarını değerlendirmektedir. Bu departman ayrıca pazarda yer alan mağazaları ve e-ticaret sitelerini de ziyaret etmektedir. Sosyal medya moda fenomenleri ve ünlüler de trend analizleri için veri kaynaklarını temsil etmektedir. Bu gözlemler, Şirket'in belirli eğilimlerin etkisini ölçmesine olanak tanıyan, Şirket'in kullandığı trend belirleme aracından elde edilen verilerle birlikte derlenmektedir. İş ve müşteri içgörülerini departmanı, güncel verilerle hızlandırılmış toplantılarına aktif bir şekilde katılım göstermektedir. Bu girdilerin tümünün, "Envanter Yönetimi" başlığı altında daha ayrıntılı olarak açıklandığı üzere, bütçe kararları üzerinde etkisi bulunmaktadır.

Departmanın bir diğer önemli rolü De pazar fiyat analizlerini yapmaktır. Departman bu kapsamda üç farklı kaynak kullanmaktadır: E-ticaret verileri, sezonluk mağaza sayımları ve Şirket'in kullandığı trend belirleme aracından elde edilen veriler. Analizlerde fiyat ortalamaları, minimum ve maksimum fiyat düzeyleri, fiyat endeksleri ve indirim yüzdelerine yer verilmektedir. Trend belirleme aracından, fiyat aralıklarının kapsamı analiz edilmektedir. Toplamda, iş ve müşteri içgörülerini departmanı, Grup'un faaliyet gösterdiği 15 farklı ülke için fiyat raporları sunmaktadır. Bu raporlar belirli bir ülkedeki fiyat artışları veya düşüşleri gibi kararları etkilemektedir.

Çeşitli satış kanallarındaki (mağazalar, e-ticaret ve pazaryerleri) müşteri iadelerine ilişkin raporlar, kalite kontrol süreçlerine, tedarikçi seçimine ve ürün teslimat süreçlerine ilişkin bilgi sağlamaktadır.

Sadakat Programı

Şirket Nisan 2023'te, çok kanallı bir müşteri değerlendirmesine daha fazla ağırlık verme yönündeki kararlılığının bir etkisi olarak, sadakat programı 'Koton Club'ın ön lansmanını gerçekleştirmiştir. Sadakat programı ile Şirket, çok daha yüksek yanıt oranları ve yaya trafiği oluşturmayı, müşteri sadakatini artırmayı ve müşteriye verilen değeri artırmayı hedeflemektedir. Koton Club hem mağazalarda ve hem de çevrimiçi (online) platformda geçerlidir. Puanlar tüm ürün gruplarında (örneğin kadın, erkek, çocuk) yapılan alışverişlerden kazanılarak yıl boyunca herhangi bir satış kanalında kullanılabilir. Her bir sadakat puanı dokuz kat daha fazla getiri sağlamaktadır.

Sadakat programının başlangıcından itibaren aktif Koton Club üye sayısı 3,2 milyonu aşmıştır. Şirket yönetimi, 2024 sonuna kadar Koton Club üye sayısının altı milyona ulaşmasını hedeflemektedir. Ön lansmandan sonra 31 Aralık 2023 tarihi itibarıyla Koton Club üyelerinin ortalama sepet büyüklüğü ve sıklığının üye olmayan müşterilerden sırasıyla %6 ve %26 daha yüksek ve fatura başına ürün sayısının Koton Club üyeleri için yaklaşık olarak %26 daha yüksek olduğunu göstermektedir. Koton Club, Türk perakende müşterilerinin %44'ünü temsil etmektedir ve aynı zamanda mağaza ve çevrimiçi (online) satışlar içerisindeki payı %44'tür. Ayrıca 2022 yılında müşterilerin %56'sı kadın iken, sadakat programının devreye alınmasıyla 31 Aralık 2023 tarihi itibarıyla bu oran %66'ya yükselmiştir.

Sadakat programının bir sonraki adımında ise Şirket kişiselleştirme unsuruna odaklanmayı amaçlamaktadır. Müşteri satın alma alışkanlıklarını ve tercihlerini analiz ederek müşteriler stratejik olarak hedeflenecek ve kişiselleştirilmiş öneriler oluşturulacaktır. Şirket, satış kanallarındaki müşteri hareketlerini takip edebildiği için, siteyi hiç ziyaret etmemiş sadık

76 -04- 2024

Koton Mağazacılık
Tekstil Sanayi ve Ticaret

Nemo Apparel B.V.

Yılmaz Yılmaz

Şükriye Gülden
Yılmaz

İş Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

Ak Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

KOTON

KOTON MAĞAZACILIK TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.
Ayazmaç Sok. No: 1, Ayazmaç Çiğ. Üst. 3. Kat, No: 5, Sarıyer / İstanbul
Tel: +90 (212) 431 33 00 / 0212 431 33 00
Pazarlama Kurumları V.D. 581 059 0984 Mersis No: 0501053090002500

AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER
ANONİM ŞİRKETİ

mağaza müşterilerine yönelik olarak çevrimiçi (online) ortamda kişiselleştirilmiş kampanyalar da sunabilmektedir.

Tedarikçiler

Şirket, giyim pazarının yaygın tüketici grubuna hitap eden kitle moda (mass fashion) segmentinde faaliyet göstermekte ve bu segment, hızlı yanıt süresi ve Koton için ayrılmış mevcut kapasiteye sahip esnek bir tedarik zinciri gerektirmektedir. 31 Aralık 2023'te sona eren finansal dönemde Şirket'in adet bazında tedarığının %88'i, maliyet bazında ise %80'i yurt içinden temin edilerek, ağırlıklı olarak Türkiye'de üretilen ürünlerle geniş bir kaynak tabanı oluşturulmuştur. Aynı dönemlerde Çin, kaynak kullanımının %2,2'sini oluştururken, diğer ülkeler %9,9'unu oluşturmuştur. Koton'un yerli kaynak kullanımı, Türkiye sezon koleksiyonları için kıyafet özelinde yaklaşık dört ila sekiz haftalık kısa teslimat sürelerini mümkün kılmaktadır. Grup'un halihazırda Bangladeş'te bir tedarik ofisi mevcuttur. İlerleyen dönemlerde Şirket, Hindistan ve Endonezya bölgelerinden tedarik edilmeye uygun ürün gruplarında, bölgedeki müşterilerine daha verimli hizmet verebilmek amacıyla, Hindistan'da tedarik üssü kurmayı planlamaktadır.

Koton'un 300 civarında faal tedarikçisi (geçen yılda iş birliği yapılan tedarikçiler) bulunmakta ve hiçbir tedarikçi, tek başına, toplam tedarik maliyetinin %4'ten fazlasından sorumlu değildir. 2023 yılında ilk on tedarikçinin toplam tedarik içerisindeki payı yaklaşık %22'dir. Tedarikçilerle uzun süreli ilişkiler kurma eğiliminde olan Koton'un tedarikçileri ile ortalama iş birliği süresi 7,5 yılı aşmakta olup her on tedarikçiden sekizi Koton ile en az beş yıldır çalışmaktadır. Koton, ürünlerinin kalite beklentilerini karşılaması ve üretim süreçlerinin sürdürülebilirlik, insan hakları, istihdam uygulamaları, iş sağlığı ve güvenliği, çevre ve yolsuzlukla mücadele gibi alanlarda asgari standartlar belirlediği tedarikçi davranış kurallarındaki ilkelere göre yürütülmesini sağlamak amacıyla tedarikçilerini farklı alanlarda denetlemektedir. Potansiyel tedarikçilerin tamamı, kendileriyle çalışmaya başlamadan önce bir ön değerlendirmeye tabi tutulmaktadır. Ön değerlendirmenin ardından, dâhili kalite denetim ekibi ilgili tedarikçiye ziyaret ederek kalite ve sosyal uyum açısından genel bir değerlendirme yaptıktan sonra ilgili tedarikçi ancak geçer puan alırsa Şirket o tedarikçiye sipariş vermeye başlamaktadır. Kalite denetim ekibinin gerçekleştirdiği denetimler arasında, hem üreticinin teknik yeterliliği hem de çocuk işçiliği, yangın güvenliği ve kişisel koruyucu ekipman kullanımı gibi alanları da kapsayan, davranış kurallarına uyum konusu yer almaktadır. Tedarikçi Değerlendirme Formunun bir parçası olarak Koton, 12'den fazla temel performans göstergesini takip ederek tedarikçilerinin performansını izlemektedir. Tedarikçilerinin diğer özelliklerini yaklaşık 134 adet sorudan oluşan bir anket aracılığıyla da değerlendirmektedir. Sonrasında, tedarikçiler beş farklı sıralamaya göre derecelendirilmektedir. Kalite denetim ekipleri, tedarikçileri diledikleri zaman haberli veya habersiz ziyaretlerle denetleyebilmekte ve davranış kurallarına uyumu değerlendirmek amacıyla denetimleri yürütmek üzere bağımsız bir üçüncü tarafı görevlendirebilmektedir. Ayrıca Şirket ana tedarikçilerinden de akredite bir denetim raporu sunmalarını talep etmektedir. Tedarikçilerin alt yüklenicilerle çalışması durumunda, Şirket alt yüklenicilere denetim ziyaretleri gerçekleştirerek gerekli olabilecek düzeltici önlemlerin alınmasını talep etmektedir. Şirket, düşük performans gösteren tedarikçilerle çalışmamakta ve değerlendirmelerine dayanarak yüksek performans öncelik vermektedir.

Koton Mağazacılık
Tekstil Sanayi ve Ticaret

Nemo Apparel B.V.

Yılmaz Yılmaz

Şükriye Gülden

İş Yatırım Menkul

Ak Yatırım Menkul

Değerler A.Ş.

Değerler A.Ş.

KOTON

KOTON MAĞAZACILIK TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.

Ayazmağdan, Meslek Ayazmağdan, No:31, Karşıyaka, Şişli / İstanbul

Tel: (0 212) 331 32 00 - 331 32 01

Bilgi İşlem Kurumu: K.D. 581 Üssü Üssü - Mersis: 08050050000000000000

AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER
ANONİM ŞİRKETİ

Koton, yurt içi ürün alımlarının yaklaşık %35'inde tedarikçilerine kumaş tedarikçisini kendisi sağlamaktadır. Bu tür toplu kumaş alımlarındaki ana amaç, tedarikçilerinin ihtiyacı olan aynı kalitedeki kumaşı konsolide edip büyük montanlı alım yaparak piyasa fiyatlarında avantaj sağlamaktır. Bir ürün maliyetinin yaklaşık %45 ila %60'ını kapsayan kumaştaki bu avantajlı alım, ürün maliyetlerine olumlu olarak yansımaktadır.

Lojistik ve Depolama

İhracat ve ithalat operasyonları, uluslararası taşımacılık, depolama, katma değerli hizmetler, mağazalara ve müşterilere yurt içi dağıtım ve iade lojistiği dâhil olmak üzere, tüm global lojistik operasyonları deneyimli ve güçlü Koton ekibi tarafından organize edilip yönetilmektedir.

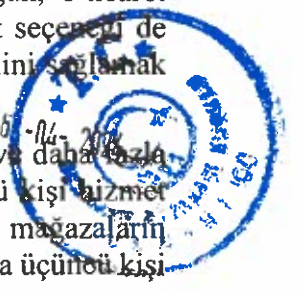
Ana depo operasyonlarının yürütüldüğü Kocaeli'nin Gebze ilçesindeki dağıtım merkezi de dâhil olmak üzere, toplam 80.000 metrekare alana sahip üç operasyon merkezi bulunmaktadır. Dağıtım merkezi yaklaşık 49.000 metrekare alana sahip olup, 6.500.000 parça depolama ve günlük 500.000 parça elleçleme kapasitesine sahiptir. Ayrıca, bir sonraki sezona hazırlık amacıyla iade edilen ürünlerin elleçlendiği tersine lojistik merkezi, yaklaşık 21.000 metrekare alana, 4.000.000 parça depolama kapasitesine ve günlük 60.000 ürün elleçleme kapasitesine sahiptir. Ek olarak, koton.com ve pazaryerlerinin B2C ve B2B operasyonlarının yürütüldüğü e-ticaret operasyon merkezi, yaklaşık 10.000 metrekare alana, 1.300.000 parça depolama kapasitesine ve günlük 50.000 ürün elleçleme kapasitesine sahiptir. 31 Aralık 2023 itibarıyla geriye dönük 12 aylık dönem için Koton'un Türkiye'de en iyi performans gösteren (toplam mağazaların %25'i) mağazalarına teslimat süresi 1,4 gündür.

Yurt içi depoların tamamı Şirket tarafından kiralanmakta ve işletilmekte olup, mağazalara ve müşterilere yurt içi ve yurt dışı teslimatlar üçüncü taraf lojistik hizmeti sağlayıcıları tarafından gerçekleştirilmektedir. Uluslararası depolama faaliyetleri de aynı altyapı ile hizmet veren lokal lojistik firmaları tarafından yürütülmektedir. Şirket'in Türkiye'deki depo operasyonları üzerindeki kontrolünü korumasının sebebi, yönetimin hızla değişen yaygın tüketici grubuna hitap eden kitle moda pazarında anında aksiyon alınabilecek kadar esnek olması gerektiği yönündeki görüşüdür. Şirket, lojistik maliyetlerinin rekabetçi kalmasını sağlamak için depo yönetimi performansını Pazar geneliyle düzenli olarak karşılaştırmaktadır.

Ürünlerin nakliye süresi genellikle Türkiye'deki mağazalar için bir ila üç gün, e-ticaret teslimatları için ise bir ila iki gündür. E-ticaret siparişlerinde aynı gün teslimat seçeneği de mevcuttur. Daha hızlı bir lojistik operasyonunu ve daha iyi bir müşteri deneyimini sağlamak için alternatif teslimat yöntemleri sürekli olarak değerlendirilmektedir.

Şirket'in Avrupa'daki büyüme stratejisini desteklemek, ülke ağını genişletmek ve daha fazla pazaryeriyle entegrasyonu sürdürmek için Ağustos 2023'te Romanya'da üçüncü kişi hizmet sağlayıcı aracılığıyla bir lojistik merkezi kurulmuştur. Ayrıca halihazırda mağazaların bulunduğu Sırbistan'da çevrimiçi (online) faaliyetler başlatmak üzere 2024 yılında üçüncü kişi hizmet sağlayıcı aracılığıyla yeni bir lojistik merkezi kurulacaktır.

Tek bir sağlayıcıya bağımlılığı azaltmak için birden fazla üçüncü taraf lojistik hizmeti sağlayıcısıyla çalışmaktadır. Türkiye'deki lojistik sağlayıcıları arasında DHL, Ceva Lojistik, Sendeo ve hepsiJET; uluslararası tedarikçileri arasında ise MSC, Gebrüder Weiss, KLG ve



AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER
ANONİM ŞİRKETİ

Veri Merkezleri ve Depolar

Şirket'in 600'ün üzerinde sanal sunucu ve 50'nin üzerinde fiziksel sunucunun bulunduğu İstanbul ve İzmir'deki iki veri merkezini kapsayan geniş ve güvenli bir ağı bulunmaktadır. İletişim altyapısı ve veri merkezleri, Tier 3+ veri merkezi sertifikalarıyla Türkiye'nin en büyük iletişim altyapısına sahip olan Turkcell Superonline altyapısını kullanmaktadır. Veri merkezleri aktif-aktif çalışma prensibine göre kullanılmakta olup uygulamalar aynı anda iki veri merkezinde çalışabilmektedir. İstanbul veri merkezinin anasistemi Superonline'in Gebze veri merkezinde, İzmir veri merkezininki ise İzmir Torbalı veri merkezindedir. Her iki veri merkezi de yeni nesil veri merkezleri olup gerekli tüm Tier sertifikalarına sahiptir.

İstanbul veri merkezindeki üretim ortamı sunucuları İzmir veri merkezine eş zamanlı olarak kopyalanmaktadır. Veri tabanı sunucularının eş zamanlı ikincil kopyanın İzmir veri merkezinde barındırılması için her zaman küme topolojileri kullanılmaktadır. Tüm üretim sunucuları, IBM'in yazılımı kullanılarak yedeklenirken, sunucular diğer veri merkezlerine eş zamanlı olarak kopyalanmaktadır.

Koton'un yurt içi mağazaları ve depoları birbirine, Turkcell'in Superonline altyapısını kullanan çoklu protokol etiket anahtarlama sistemi (*multi-protocol label switching closed cloud*) ile bağlanmaktadır. Tüm yerleşkelerin, her iki veri merkezine bağlantısı vardır. Genel merkezin her iki veri merkezi ile bağlantısı, farklı bulunma (*pop*) noktalarından çıkan yedekli fiber hatlar ile sağlanmaktadır. İstanbul ve İzmir veri merkezleri atanmış veri hatlarıyla birbirine bağlıdır.

Ayrıca, Şirket'in iki ana deposu, depo yönetim sistemi uygulamalarını barındıracak minimum kaynaklarla kendi lokasyonlarında kendi veri merkezlerini içermektedir. Gebze deposunda, yurt içi ve yurt dışı stok yönetimi ve sevkiyat için LA depo yönetimi sistemi (bulut tabanlı bir WMS yazılımı) kullanılmaktadır. E-ticaret deposu ise, ana veri merkezlerinde barındırılan uygulamaları kullanmaktadır. Çeşitli ülkelerdeki 437 mağazada 5.000'den fazla bağlantılı cihaz bulunmakta ve tüm yurt dışı mağazaları, ülke ofisleri ve depoları internet üzerinden VPN bağlantıları ile birbirine bağlıdır. Yurt dışı mağazalar ve ülke ofisleri, kendi şehirlerindeki uygun sağlayıcılar aracılığıyla internete bağlanmaktadır.

Aralık 2022'de, Koton depo operasyonlarında ve mağazalarında el terminallerini kullanmaya başlamıştır. Tüm mağazalar için uygulanmakta olan ve Şirket'in kendi yazılım ekipleri tarafından hayata geçirilmiş olan Android tabanlı işletim sistemleri üzerinde çalışan 12 adet modül bulunmaktadır. Bu projenin avantajlarından bazıları; kullanıcı dostu ekranlar, kusursuz ve hızlı operasyonlar, daha yüksek stok doğruluğu ve ilgili verilerin mağazalar ile merkez arasında aktarımıdır.

Mağaza İçi Operasyonlar

Şirket, mağaza içi operasyonlar için, mal kabulü, etiket basımı, fiyat etiketleme, adresleme, stok sayımı ve transferler gibi tüm mağaza içi operasyonların yürütüldüğü, Android terminalleri üzerinde çalışan bir mobil uygulama geliştirmiştir. Uygulama, global olarak kullanılacak olup mağaza operasyonlarını standart hale getirecektir.

Bilgi teknolojileri ekibi, ürün planlama ve mağaza tahsisleri için bir planlama aracı geliştirmiş olup bu araç, gelişen koşullara göre sürekli olarak geliştirilmektedir. Ayrıca Türkiye mağazalarındaki yazar kasalarda perakende yazılımı Genius POS'u kullanılmakta, yurt dışı

76 - 11 - 2022



[Signature]
AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.
143

Koton Mağazacılık
Tekstil Sanayi ve Ticaret

Nemo Apparel B.V.

Yılmaz Yılmaz

Şükriye Gülden
Yılmaz

İş Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

Ak Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

KOTON
KOTON MAĞAZACILIK TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.
Akmerkez Mh. Akmerkez A Blok Kat:5 Beşiktaş / İstanbul
Tic. Sic. No: 273133 / Şirket Sic. No: 273133 / Mersis No: 34030100000000000000
E-posta: koton@koton.com.tr / Telefon: 0212 331 33 33

AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER
ANONİM ŞİRKETİ

mağazalardaki yazar kasalarda ise 1C yazılımı kullanılmaktadır. Sunucular da veri merkezlerinde barındırılmaktadır.

"E-ticaret— Dijital Pazarlama, Arama Motoru Optimizasyonu (SEO) ve CRM" başlığı altında detaylarına yer verildiği üzere, CRM için, veri merkezlerinde barındırılan CRM platformu Microsoft Dynamis CRM kullanılmaktadır.

Ek olarak Şirket, kendi bünyesinde geliştirdiği perakende destek uygulamalarını içeren Koton Web Portal'ı kullanmaktadır.

E-ticaret

Şirket, e-ticaret kapsamında, yönetilen hizmetlerden kurum içi yönetilen operasyonlara önemli bir geçiş yapmıştır. Entegre pazaryerlerinin sayısı hızla artarken, Şirket (bulut tabanlı bir e-ticaret ve OMS (sipariş yönetim sistemi) platformu olan) Akinon altyapısında yeni bir e-ticaret platformunu hayata geçirerek yurt içi ve yurt dışı pazaryerleri ile birçok entegrasyonu tamamlamıştır. Koton tüm sipariş karşılama süreçlerini, kendi gereksinimlerine özel olarak tasarlanıp geliştirilmiş olan, internet tabanlı Hamurlabs uygulamasının kullanıldığı kendi e-ticaret sipariş karşılama merkezinde gerçekleştirmektedir.

Siber Güvenlik ve Veri Kaybının Önlenmesi

Koton'un bilgi teknolojileri güvenliği ve veri kaybı önleme ürünü ISO27001 sertifikası almış olup tüm standart güvenlik platformlarını içermektedir. Şirket, piyasada kendini kanıtlamış olan çözümleri kullanarak, çeşitli türdeki saldırılar veya kimlik avı teşebbüsleri (phishing), hizmet reddi saldırıları ve diğer siber saldırıların yanı sıra solucanlar, virüsler, kötü amaçlı yazılımlar ve diğer pasif veya dolaylı sistem istilalarıyla ilgili katmanlı bir siber güvenlik yapısı ve önlemleri oluşturmuştur. Politika ve prosedürler her yıl gözden geçirilmekte ve güvenlik yapısı güncel tehditlere göre güncellenmektedir. PaloAlto güvenlik duvarları, PAM platformları, Siber Güvenlik Tehdidi İstihbaratı, DNS Güvenliği, gerçek zamanlı saldırı simülasyon platformları, DDOS Önleme, XDR platformları gibi modern güvenlik ürünleri ve platformları kullanılırken aynı zamanda 7/24 Güvenlik Operasyonları Merkezi hizmeti alınmaktadır. Tüm güvenlik altyapısı yılda en az bir kez, harici ve kalifiye bir şirket tarafından detaylı penetrasyon (sızma) testleri ile değerlendirilmektedir.

Şirket genelinde veri yönetiminin sağlandığı, veri sahipliğinin ve sınıflandırmasının belirlendiği, verilere erişimin takip edildiği, yetkisiz erişimin engellendiği ve yetkisiz veri paylaşımının engellendiği bir sistem işletilmektedir. Koton, veri korumanın yanı sıra uygulama, son kullanıcı, ağ ve iletişim güvenliği katmanlarını da birleştirmektedir. Fiziksel kontroller kartlı geçiş sistemleri, parmak izi sistemleri, şifreler ve koruma hizmetleriyle sağlanmakta, ayrıca erişim kontrolleri ve bütünlük kontrolleri sağlanmaktadır. Güvenlik operasyonları merkezinin yanı sıra, yönetilen tespit ve müdahale (managed detection and response) hizmetleri gibi modern bir güvenlik mimarisinde tipik olarak kullanılan her çözümü kullanılmaktadır. Sızma testleri, veri gizliliğine ilişkin uluslararası ve ulusal teknik standartlara uygun olarak periyodik bazda yapılmaktadır. Risk analizleri de yapılarak risklerin azaltılmasına yönelik aksiyonlar alınmaktadır.

26-06-2024


AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.

144

Koton Mağazacılık
Tekstil Sanayi ve Ticaret
A.Ş.

Nemo Apparel B.V.

Yılmaz Yılmaz

Şükriye Gülden
Yılmaz

İş Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

Ak Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

KOTON MAĞAZACILIK TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.
Akın Çimen Mahallesi Ayazmaç Sok. No: 33 Kat: 3. Kat Beşiktaş / İstanbul
Tel: 0 212 331 33 33
Etiler Kurumlar A.Ş. Sicil No: 266600 Mersis No: 08510090000000000000

AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER
ANONİM ŞİRKETİ

AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER
ANONİM ŞİRKETİ

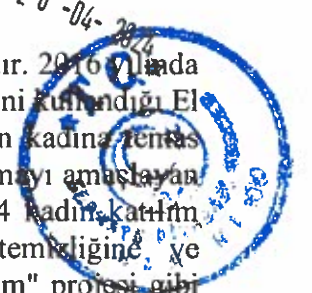
Girişimi"ne, 2025 yılına kadar pamuklu ürünlerinin %50'sinden fazlasının sürdürülebilir şekilde tedarik edilmiş pamuktan üretileceğini taahhüt etmiştir.

Şirket, Şahika Ercümen ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı iş birliğiyle Suya Saygı isimli özel bir koleksiyon üretmiş ve bu koleksiyonla, çevre dostu üretim teknikleri kullanarak su tasarrufuna destek olmuştur. Bu sayede iki sezon boyunca 11,9 milyon litre su tasarrufu ve karbon emisyonunun yaklaşık 101.755 kg azalmasını sağlamıştır. Dünyamıza Saygı çerçevesinde Şirket, 2026 yılına kadar geri dönüştürülmüş ambalaj kullanımı oranını %50 artırmayı hedeflemektedir.

Ayrıca Koton genel merkezi, depolar ve cadde mağazaları için de sıfır atık sertifikası alınmıştır. Tedarik zincirinde kullanılan kimyasallar da yalnızca ulusal ve uluslararası mevzuata uyumlu bir şekilde kullanılmaktadır.

Ayrıca Koton, Türkiye genelinde 65.000 fidanın dikilmesine vesile olan ağaçlandırma girişimlerini de desteklemektedir.

- **İnsana Saygı:** Şirket, insan sağlığı, güvenliği ve mutluluğunu ön planda tutmaktadır. Eşitliği, çeşitliliği ve kapsayıcılığı iş yapış şeklinin temeline oturtarak, çalışanlarına daha adil ve şeffaf bir çalışma ortamı sunmaktadır. Bu alanda, Koton Start, Koton Connect, Koton Social ve Koton Stars gibi programlar sayesinde çalışan memnuniyetini ve bağlılığını artırmayı amaçlamaktadır. Bu kapsamda, çalışan memnuniyeti ve bağlılığı, 2023 yılında Great Place To Work tarafından sertifikalandırılmıştır. Koton, Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi çerçevesindeki Kadının Güçlenmesi Prensipleri'nin imzacı taraflarındandır. Ayrıca Şirket, kadınların iş gücündeki konumuna da önem vermekte olup kendi iş gücünün %71'lik orandaki payını kadın iş gücü oluşturmaktadır. Genel merkez ve lojistik merkezlerinde, iş sağlığı ve güvenliği konularının takibinden sorumlu olan dört iş sağlığı ve güvenliği uzmanı bulunmaktadır. Risk değerlendirmeleri kapsamında iş sağlığı ve güvenliği uzmanları düzenli olarak mağaza ziyaretleri gerçekleştirerek risk denetim ekipleriyle birlikte raporlama yapmaktadır. Tüm bu çalışmalar sonucunda Şirket, 2020 ve 2021 yıllarında British Council Güvenlik Ödüllerinde ödüle layık görülmüştür.
- **Topluma Saygı:** Bu alan topluma yapılacak yatırımlara odaklanmaktadır. 2016 yılında Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde kadınların el becerilerini ve el işçiliğini kullandığı El Emegi Projesi hayata geçirilmiştir ve proje ile bugüne kadar altı bin kadına zents edilmiştir. Ayrıca, kadınların ekonomik sisteme aktif katılımını sağlamayı amaçlayan Koton Ev Kadınları projesine 34 farklı ilde, 90 farklı mağazada 174 kadın katılım göstermektedir. Bu alan aynı zamanda, Marmara Denizi'nin temizliğine ve korunmasına katkı sağlamayı amaçlayan "Marmara Denizini Yaşatalım" projesi gibi girişimleri de kapsamaktadır. Koton aynı zamanda Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı'nın Küçük Destek Programı tarafından desteklenen, Etki Çemberleri Vakfı'nın "Plastiksiz Kaş Projesi"nin de proje ortağıdır. Şirket, yerli iş gücüne ve tedarikçilere öncelik verilerek Türk ekonomisine de destek sağlamaktadır. Tedarik malzemelerinin önemli bir kısmı Marmara bölgesinden temin edildiğinden, Marmara bölgesi Şirket için büyük önem taşımaktadır. Mağazalarda ilgili mevzuata uyumlu



Koton Mağazacılık
Tekstil Sanayi ve Ticaret

Nemo Apparel B.V.

Yılmaz Yılmaz

Şükriye Gülden
Yılmaz

İş Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

Ak Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

KOTON

KOTON MAĞAZACILIK TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.
Ayaşlıyolu, Akşehir Ayazgölü Cad. No:51, Konya, 46100, Türkiye
Tel: 0332 331 3313
E-posta: koton@koton.com.tr

AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.
ANONİM ŞİRKETİ

- İşimize Saygı: Bu alan kapsamında Şirket, ürün kalitesini artırmayı, dijitalleşme yoluyla daha geniş bir nüfus kesimine ulaşmayı ve koton.com internet sitesinin ve mobil uygulamanın kapsamının genişletilmesini amaçlamaktadır. Şirket, ürünlerinin, üretim sürecinde sağlık ve güvenlik etkilerine ilişkin düzenlemelere kati surette uymakta olup, üretim aşamasından müşterilerin son kullanımına kadar her süreçte kalite beklentilerini karşılamaktadır. 2030 yılına kadar, Koton'un tedarik zinciri tamamen şeffaf ve izlenebilir olacaktır. Şirket, her yıl sürdürülebilir ürünlerinin toplam ürünleri içerisindeki payını artırmayı hedeflemektedir. Koton tasarım merkezi, 2021 yılından itibaren T.C. Ekonomi Bakanlığı'nın Ar-Ge ve yenilikçi tasarımlar için olan markalaşma programı, Turquality Projesi tarafından desteklenmektedir.

AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER
ANONİM ŞİRKETİ

belirlenebileceğini düzenlemektedir. İlgili hüküm uyarınca mahkeme, kira bedellerini enflasyon, ilgili mülkün durumu ve benzeri diğer mülklerin kira bedellerini dikkate alarak düzeltecektir. Kiraya verenler, ilgili kira sözleşmesinin beş yıldan daha uzun bir süreyle uzatılmış olması durumunda, 2020 itibarıyla, kira bedellerinin artırılması için mahkemelere başvurabilmektedir. Döviz cinsinden yapılan kiralamalarda mevzuat, mahkemelerin sözleşmeleri incelerken ilgili yabancı para birimindeki değerlenmeyi dikkate almasını zorunlu kılmaktadır.

Strateji

Şirket'in misyonu, hızla büyüyen kitle moda segmentini hedefleyerek, bu segmentteki tüm kişilere her kategoride uygun fiyatlı trend ürünler sunmaktır. Bunu başarmak için Şirket; güncel, dinamik ve çok yönlü markasından yararlanarak, en son trendlerle desteklenen geniş ürün yelpazesiyle müşterileri için tek alışveriş durak noktası olması hedefiyle hareket etmektedir.

Şirket'in stratejisi e-ticaret, yeni mağaza açılışı, mevcut mağaza operasyonlarında verimlilik artışı ve toptan satış kanalı yönetimi bakımından aşağıdaki unsurlardan oluşmaktadır:

- E-ticaret: Şirket, koton.com'un uluslararası erişimini daha da genişletirken koton.com ve Koton mobil uygulaması aracılığıyla yurt içi çevrimiçi (*online*) alışverişini artırmayı amaçlamaktadır. Aynı zamanda, Şirket, mevcut çevrimiçi (*online*) pazaryerlerini büyütecek ve hem mevcut hem de yeni coğrafyalarda yeni pazaryerlerine girecektir.
- Yeni mağaza açılışı: Şirket, Körfez Arap Ülkeleri İşbirliği Konseyi bölgesinde ve Asya'da Franchise mağazalar aracılığıyla yüksek potansiyel görülen bölgelerdeki fırsatları değerlendirmeyi ve CEE ve BDT bölgelerinde doğrudan işletilen mağaza ağını genişletmeyi hedeflemektedir.
- Mevcut mağaza operasyonlarında verimlilik artışı: Şirket, optimize edilmiş pazarlama çalışmaları ve düzenli operasyonel iyileştirmeler yoluyla satış hacmini artırırken, müşteri grubuna özel ürün sunumundan ve çok kanallı yaklaşımından yararlanarak verimliliğini artırmayı hedeflemektedir.
- Toptan satış: Şirket hem mevcut müşterileriyle operasyonunu geliştirmeyi hem de Türkiye'deki ve yurt dışındaki toptancılarla yeni ortaklık anlaşmaları gerçekleştirmeyi amaçlamaktadır.

Şirket'in farklı satış kanallarında katkı marjları benzer olduğundan, Şirket belirli bir kanaldaki daha yüksek büyümenin Şirket'in kârlılığında önemli bir değişiklik yaratmayacağını düşünmektedir.

Şirket, özellikle aşağıdaki stratejik girişimleri hayata geçirmeyi planlamaktadır.

Yeni ve mevcut ortaklıklarla uluslararası pazarlardaki varlığını genişletirken koton.com'u Türkiye'de ve Birincil Pazarlarda büyütmek

Şirket, e-ticaret faaliyetlerini hem koton.com'daki büyüme hem de uluslararası pazarlarla olan ilişkileri yoluyla genişletmeyi planlamaktadır. Şirket, Türkiye'de koton.com'u büyütmeyle devam etmeyi planlamaktadır ve OC&C Raporu'na göre, Şirket, gelişmiş pazarlardaki çevrimiçi (*online*) alışverişle karşılaştırıldığında Türkiye'deki nispeten düşük çevrimiçi



Koton Mağazacılık
Tekstil Sanayi ve Ticaret

Nemo Apparel B.V.

Yılmaz Yılmaz

Şükrüye Gülden
Yılmaz

İş Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

Ak Yatırım Menkul
Değerler A.Ş.

KOTON

KOTON MAĞAZACILIK TEKSTİL SAN. VE TİC. A.Ş.

Koton A.Ş. Maslak Ayağına Cad. No:3 Levent Neşi Sanayi / İstanbul

Tel: 0 (212) 331 33 33 Faks: 0 (212) 331 33 33

Elektronik Kurumlar V.D. 501055004 Nemo A.Ş. 0113305-00001

AK YATIRIM MENKUL DEĞERLER
ANONİM ŞİRKETİ