

Değerli Basın Mensupları,

Kıymetli Konuklar,

**İstanbul, 14 Temmuz 2008**

Öncelikle Real Hipermarketleri Türkiye Genel Müdürü olarak gerçekleştirdiğimiz ilk basın toplantımıza katılımınız için çok teşekkür ederim. Bu yepyeni başlangıç aslında METRO Group bünyesindeki ilk görevim değil. Metro Grubuna ilk adımımı 1997 yılında çalışmaya başladığım Metro Cash&Carry Türkiyede attım . Ardından uzun yıllar boyunca Romanya, Macaristan ve Bulgaristan'daki Metro Cash&Carry'lerde ve daha sonra da real Hipermarketlerinin Ukrayna ve Romanya'daki organizasyonlarında görev aldım.

Aslında, benim perakende sektöründeki kariyerim bir anlamda 12 yaşında sahibi olduğumuz süpemarkette yaz tatillerinde çalışmamla başladı.

Uzun yıllar yurtdışı perakende sektörü deneyimim ,bana özellikle gelişmekte olan ve gelecek vaat eden pazarlarda, değişik kültürel ve davranışsal özelliklere sahip farklı tüketici profillerini anlama ve tüketici davranışlarında zaman içinde gerçekleşen değişimleri, artan bilinci, talep ve beklentileri yakinen gözlemleme fırsatı verdi.

Değişen tüketici profili karşısında uluslararası bir perakende şirketi olarak, iş stratejilerimizi düzenli olarak yenileme ve geliştirme zorunluluğu hissettik. Fakat şunu tecrube ettim ki, "müşteri velinimetimizdir" anlayışı ile şekillenen stratejiler her zaman, her kültürde, çok başarılı oldu.

Aslında, bizim ticari kültürümüzün yıllar öncesinde ortaya koyduğu “müşteri velinimetimizdir” anlayışı, çağdaş perakende sektörünün rotasını göstermektedir. Bütün dünya bizim anlayış olarak başladığımız yere gelmeye çalışırken başka söylemlerden önce dönüp kendi kültürümüze bakmamız gerekmektedir.

Bu anlayışı çağımızın ihtiyaçlarına göre yorumlayıp, aynı heyecanı çalışanlarımıza aşılıyarak, kaliteli ürün ve uygun fiyat politikamızla birleştirdiğimizde gördüm ki, ister Slav kültürü olsun, ister Latin kültürü olsun, ister Teutonic kültürlerden gelen tüketici profili olsun, her zaman çok başarılı olduk.

Türkiye Avrupa'nın giderek büyüyen ve dikkatleri üzerine çeken bir pazarı olarak, büyüyen pazarların geçtiği benzer süreçlerden geçmektedir. Her yeni gün yeni bir uluslararası şirketin Türkiye pazarına ilgi duymaya başladığını görüyoruz. Tabii ki yaşanan dönemsel ekonomik sıkıntılar bu süreci zaman zaman sekteye uğratabilmektedir. Ancak Türkiye büyüyen bir pazar olarak uzun vadede gelecek vaat etmektedir.

**Nitekim**, bu görüşe paralel olarak Türkiye'den önce görev aldığım Romanya Real Hipermarketleri'nde önemsemiğimiz büyüme stratejisine uygun olarak yatırımlarımızı hız kesmeden sürdürdük ve çalıştığımız son bir yıl içerisinde 8 mağazanın açılışını gerçekleştirdik. Yüksek kalite ve uygun fiyat stratejimiz sayesinde yatırımlarımızı artan müşteri memnuniyetiyle paralel olarak arttırdık.

**B**en bugün, Romanya ve Macaristan başta olmak üzere çalıştığım tüm ülkelerde elde ettiğim deneyimlerimi kendi ülkemde, Türkiye’de, değerlendirecek olmaktan büyük mutluluk ve heyecan duyuyorum.

Türkiyede de “müşteri velinimtimizdir” anlayışını çağımızın gereklerine uygun olarak yorumlayıp, aynı heyecanı çalışanlarımızla paylaşarak başarımızı arttıracacağımız inancındayım.

Amacımız, Real Türkiye olarak müşterilerimize üç ayaktan oluşan bir değer sunmaktır. Buna göre, stratejimiz, öncelikle tüketicinin fiyat konusundaki beklentilerini tam olarak karşılamak, ardından güvenerek alışveriş yapabileceği, kalite konusundaki arayışlarını ortadan kaldıran bir nokta olmak ve tüm bunların ötesinde tüketici için alışverişini eğlenceli ve keyifli bir hale getirmektir.

2006-2008 yılları arasında yapılan araştırmalar Tüketicinin ekonomik kaygılarının geçmiş yıllara göre daha fazla arttığını gösteriyor, dolayısı ile biz de fiyat konusunda müşterilerimizin bu hassasiyetini göz önünde bulunduruyoruz ve önümüzdeki dönemde de bu hassasiyetimizi arttırarak devam ettireceğiz.

Yine aynı şekilde bütün dünyada gıda güvenliği ile ilgili kaygılar giderek artıyor. Buna paralel olarak biz de tüketicilerin güvenle alışveriş yapabilecekleri bir nokta olmak için kendimizi devamlı olarak geliştiriyor ve bu konuda hiçbir yatırımdan kaçınmıyoruz. Gurur duyarak söylemeliyim ki, real Türkiye bu konuda HACCP standartlarını uygulayan ve bunu TSE onaylı hale getiren ilk perakendeci olma özelliğine sahip; buna ek olarak, ISO 22000 standartlarını uygulayarak bu konudaki gücümüzü daha da pekiştirdik. Bu konuda kendi kendimizi en ciddi

şekilde değerlendirdiğimiz gibi, tarafsız, dışarıdan kuruluşların da denetimini alıyoruz. Özellikle tüketicilerin fiyat hassasiyetinin yüksek olduğu bir ekonomik iklimde, tüketicilerin alışverişlerinde dikkatli olmaları ve “ucuz olsunda nasıl olursa olsun” dememeleri gerekiyor. Genç, dinamik ve tutkulu Türk tüketicisinin tüketim ve alışveriş konularında artan bilinci bize mutluluk veriyor ve bizi bu konuda daha da ileri adımlar atmak için yüreklendiriyor. Biz yatırımlarımızda da gerek ekipman, gerek altyapı olarak hijyen- temizlik konusunda dünyadaki gelişmeleri takip ederek, kendimizi devamlı olarak geliştiriyoruz.

Bunların yanında tüketicilerin hem kültürel, hem de alışveriş alışkanlıklarını gözönünde bulundurarak, alışverişleri için geçirdikleri zamanı eğlenceli, keyifli ve kolay bir hale getirmek de önümüzdeki dönemde odaklanacağımız noktalar arasında yer almaktadır.

Yüksek kaliteyi uygun fiyatla tüketiciyle buluşturmayı strateji olarak benimseyen Real Hipermarketleri, Türkiye’de de büyümeye ve yatırımlarını aralıksız sürdürmeye büyük önem vermektedir. Türkiye’de sahip olduğu 11 mağazanın sayısını arttırmayı hedefleyen Real Hipermarketleri, daha fazla mağaza ile daha fazla tüketiciye ulaşmayı hedeflemektedir. Real’in büyüme stratejisinin temelini mağaza açılışları yoluyla yatırımları arttırmak oluşturmaktadır.

Ekonomi de durağan bir dönemin yaşadığı Türkiye’de de yatırımlarımızı hız kesmeden sürdüreceğiz. Real Hipermarketleri Türkiye’ye uzun yıllardır hizmet vermekte, Türk ekonomisine ve tüketicisine güvenmektedir. Yaşanan ekonomik durgunluğun geçici olduğuna ve ekonominin istikrarını tekrar sağlayacağına inanıyoruz. Real

Hipermarketleri, gerçekleştireceği yatırımlar ve sektöre sunduğu yeniliklerle Türk perakende sektörünün gelişimine katkıda bulunmaya devam edecektir.

Katılımınız için tekrar teşekkürler...

Kubilay Özerkan

Real Hipermarketleri Genel Müdürü