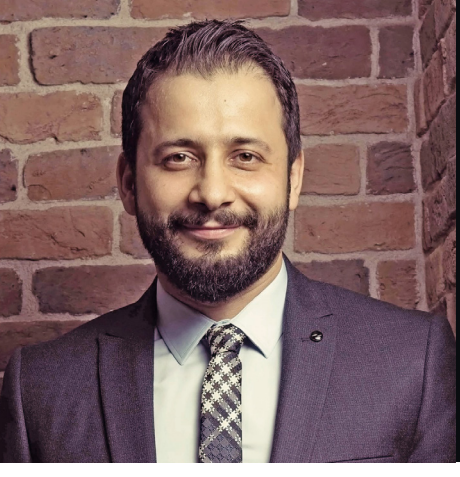


OTOPOST



FIRAT FİDAN
FDN Grubu
Yönetim Kurulu Üyesi



OTOMOTİV YETKİLİ SATIÇISI OLMANIN BÜYÜK ŞEHİRLERDEKİ KÜLFETLERİ

Türkiye’de otomobil yetkili satıcısı olmak oldukça zevkli olmasına karşın, daha önceki yazılarımda da dile getirdiğim gibi zor ve meşakkatli bir iş modeli. Yüksek ciro elde etseniz de düşük kar marjları nedeniyle giderlerin çok sıkı ve anlık takip edilmesi gerekiyor. Bununla birlikte markaların yetkili satıcıları yükümlü tuttuğu kalemler ise şüphesiz giderlerin artmasına neden oluyor. Bu yazımda görünürlüğün artırılması hedefiyle markalar tarafından getirilen modellerin sergilenmesi zorunluluğunun, otomotiv yetkili satıcılarına ne gibi yükler getirdiğini sizlerle paylaşacağım.

Türkiye’nin hangi şehri olursa olsun markalar, modellerinin satış noktalarında sergilenmesini talep ediyor. Bu doğal bir süreç gibi gözükse de bu şartın arkasında bir çok karlılık karşıtı etken yatıyor. Dilerseniz son dönemde İstanbul ve bu gibi emlak piyasasının gözbebeği olan şehirlerde, artan emlak fiyatlarının otomotiv yetkili satıcılarına ne gibi sorunlar doğurduğu konusuna değinerek başlayalım.



Yetkili satıcılıkların kar marjını etkileyen en önemli kalemlerin başında kira giderleri geliyor ki bu sorunun üstesinden gelebilmek için çoğu sahip oldukları mülkleri kullanmayı tercih ediyor. Özellikle İstanbul, Ankara ve İzmir gibi metropollerde; arsaların metrekaresi fiyatlarının çok fazla olması ise bu şehirlerde gerçekleştirilen operasyonların daha az karlı olması anlamına gelebiliyor. Buna karşın otomotiv markaları, distribütörlerin yetkili satıcılık standartlarını her geçen yıl yükselterek, daha fazla araç modelinin sergilenmesini talep ediyor. Yetkili satıcılar ise bu talebi karşılayabilmek ve halihazırda ellerinde bulunan stokları eritmek için, kendi sahip oldukları arsalarını ya da kiralandıkları alanları artırmak zorunda kalıyor. Bu da tahmin edebileceğiniz gibi, ince elenip sık dokunan giderlerin artmasına neden oluyor.

ARTAN EMLAK DEĞERLERİ BÜYÜYEN SORUN

Konuyu rakamlarla daha iyi anlatabilmek için İstanbul’da faaliyet gösteren ve en çok satılan 4 markanın yetkili satıcısı olduğunuz örneğinden ilerleyelim. Bu senaryoda yıllık satış adedinizin 1500 ila 2000 adet civarında olması muhtemel. Yukarıda bahsettiğimiz sektör şartına göre bahsi geçen bayinin; mevcut stoğun %10’unu yani 150 ila 200 aracı toplu bir alanda barındırma zorunluluğu var. Ayrıca bu araçların 15 ila 20’sinin genellikle showroom olarak kullanılan plazalarda sergilenmesi beklenirken, deneme aracı olarak da parklarda yine 5 ila 10 adet araç bulundurulması gerekiyor. Peki ya tüm bu şartların yerine getirilmesi için yaklaşık 1000 – 1250 m²’lik ekstra bir alana ihtiyaç olduğunu söylesek?

Arsa ve kira fiyatlarının giderek arttığı günümüzde genellikle E5 ve E6 üzerinde bulunan yetkili satıcılar bu kadar büyük plazaları araç sergileme alanları için tutmak zorunda kalıyor ve büyük bir yükümlülük altına giriyor. Bununla birlikte tüketici profilleri ve bu profillerin değişen satın alma alışkanlıkları ise bir başka gerçeği gözler önüne seriyor. Artık internette harcanan zaman, bir “Point of Sales - POS”de harcanan zamandan oldukça fazla. Yapılan çalışmalar araç almayı planlayan müşterilerin %90’ının plaza ve showroom’lara gelmeden önce akıllı telefonlar ve internet aracılığıyla beğendikleri modellerin detaylarına ulaştığını, satın alma kararlarını ise yetkili bayiye gelmeden belirlediğini gösteriyor. Bugün itibarıyla ise gelinen durum maalesef çok iç açıcı değil. Mülkünü kullanan ve artan emlak değerleri nedeniyle mülkleri değerlenen yetkili satıcıların çoğu ya bulunduğu yeri devrediyor ya kir alıyor ya da lokasyonunu koruyup daha fazla getirisi olan farklı bir iş modelini tercih ederek sektörden çıkıyor. Faaliyetlerine devam etmek isteyenler ise şehir merkezinde ve kira getirisi yüksek lokasyonlardan uzaklaşarak yeni yerlerde işlerine devam etmeyi tercih ediyorlar.

BÖLGESEL STOK ANALİZLERİ ÇÖZÜM OLABİLİR

Türkiye’ye kıyasla daha önce doyuma ulaşan Amerika ve Avrupa emlak piyasalarını inceleyince, bu durumun önümüzdeki 15 - 20 yıl içerisinde çok da fazla bir değişim göstermeyeceği düşüncesindeyim. İstanbul ve büyük şehirlerdeki artan emlak değerleri yetkili satıcıların yani bizlerin sahip oldukları ya da kiralayacakları arsaların daha da değerlendirilmesine neden olurken; bu durum sektörümüzü oldukça zora sokacak. Bununla birlikte Amerika ve Avrupa pazarlarını incelediğimizde distribütörlerin, bahsettiğimiz bu araç sergileme ve stok bulundurma standartlarını en azından büyük şehirler için değiştirerek, yetkili satıcıları koruyucu bir politika belirlediğini görüyoruz. Maalesef Türkiye’de henüz böyle bir uygulama bulunmuyor. Fakat bir an önce başlatılmalı, lokal stratejiler oluşturulmalı, nasıl mı? Örneğin bölgelere göre en çok satan araçların belirlenip, bölgesel stok analizlerinin yapılmasıyla sürece başlanabilir. Elde edilen veriler doğrultusunda yetkili satıcılar stoğu oluşturabilir.



Bunun dışında yetkili satıcıların stokları fiilen üzerinde bulundurması yerine, araçlar sadece stoklanmak üzere bir alanda tutularak, müşteriye gösterilen satış noktaları ve plazaların metrekaresi küçültülebilir. Böylelikle her yetkili satıcı her an envantere yetişerek ve aracı sattığı an ortak stoktan satın alabilir ve karlılığını en çok etkileyen bu stok giderini yöneterek, daha verimli bir modelde iş yapmayı sürdürebilir. Her ne kadar gelişmeler yaşansa da ülkemizde otomotiv yetkili satıcıları oldukça yalnız bırakılmış durumda. Distribütörlük üstlenen markaların sektörü bir de sıcak satışı gerçekleştiren yetkili satıcı gözünden değerlendirerek en kısa zamanda çözümler yaratması gerekiyor.