

“İntermobil, 2017’de yüzde 15 büyümeyi hedefliyor”

60 yılı aşkın süredir otomotiv sektöründe hizmet veren, sektörün en köklü firmalarından biri olan İntermobil, şirket ortağı olan HELLA markasının yanı sıra, WABCO, VALX, FUWA ve Weweler gibi alanında öncü markaların Türkiye temsilciliğini ve dağıtımını yapıyor.



İntermobil Genel Müdürü
Rifat Perahya

Köklü geçmişi boyunca Türk otomotiv sektörünün gelişimine ve değişimine paralel olarak farklı ülkelerden pek çok parça üreticisinin temsilciliğini yapan İntermobil’in başarısındaki en büyük etken, aile şirketi özelliklerini kaybetmeden kurumsallaşmayı başarmış olması.

İntermobil’in 2017 yılında da başarılı grafiğini ileriye taşıyacağını ve yüzde 15-20 oranında büyüme kaydedeceğini belirten İntermobil Genel Müdürü Rifat Perahya, başarılarının sırrını şöyle açıklıyor: “Başarıımızda aile şirketi yapımızı ve değerlerimizi kaybetmememiz çok önemli bir paya sahip. Müşteri odaklı olmayı, problem çözmeyi ve her daim dürüst olmayı şirketimizin temeli olarak görüyoruz. Aile şirketi özelliklerimizi

yabancı ortaklığı olan kurumsal şirket değerleriyle birleştirmemiz de başarıımızı pekiştirmektedir.”

İntermobil Genel Müdürü Rifat Perahya ile firmanın yenilikleri, 2017 hedefleri ve kurumsallaşma çalışmaları hakkında söyleştik.

60 yılı aşan deneyimle hizmet veren bir firmasınız. İntermobil ve İntermobil’in farklılıkları hakkında bilgi verebilir misiniz?

1954 yılında kurulan bir aile şirketiyiz. 2009 yılı itibariyle de uzun süre mükemmelliğini yaptığımız HELLA firmasıyla ortaklık gerçekleştirdik. Etik değerleri ve kültürleri birbirine yakın olan iki ailenin birleşmesi daha ilk yılından itibaren olumlu sonuçlar getirdi. Alanında öncü 12 markanın temsilciliğini

ve dağıtımını 55 kişilik ekibimizle yapıyoruz. İntermobil’in farklılaştığı nokta, bünyemizde bulunan ürünlerin satış sonrası desteğini ve mühendislik hizmetlerini müşterilerimize sunmamızdır. Bu nedenle 55 kişilik ekibimiz içinde 12 kişilik mühendislik ekibi bulunuyor.

Özellikle ticari araç üreticileriyle olan çalışmalarımızda proje başlangıcından aracın kalite kontrol sürecinin yönetimine kadar olan tüm aşamalarda projenin içinde oluyoruz ve ekibimizle süreci biz yürütüyoruz. Çözüm ortağı olarak kendimizi tanımlıyoruz ve işimizi bu anlayışımız doğrultusunda yapıyoruz.

Aile şirketi geleneğini sürdürerek kurumsallaşmayı başaran şirketlerden

birisiniz. Kurumsallaşma sürecinizden ve bu alanda yaptığınız çalışmalardan söz eder misiniz?

Bizim için, kurumsallık ve aile şirketi anlayışını dengeleyebilmek çok önemli. Kurumsallık çok kolay kullanılan bir kelime ama altını doldurabilmek lazım. Biz bu süreçte, yabancı ortağımızdan tecrübe transferi yaptık. Bizden önce 70 ülkede kendi şirketleri vardı. Kurumsallaşmaya giden yolda adım adım ilerledik. Öncelikle insan kaynağı ile yola çıktık. İnsan bizim işimizin temeli, insana yaptırım yapmadan, özellikle 2. kademe yönetici kadrosunu ve organizasyon yapısını doğru kurmadan ileriye gitmek çok zor. İkinci seviyedeki yönetimi doğru kurmak çok önemli, bu konuda doğru adımları attık.

Kurumsallık yönünde yaptığımız ikinci majör değişiklik kendimizi kontrol etmek oldu. Genel olarak aile şirketlerinde günlük iş rutininde kendinizi çok fazla kontrol edemiyor, ileriye dönük çok fazla planlama yapamıyorsunuz. Bu yaklaşımda hem alışkanlıklar hem de ülke gerçekleri etkili oluyor. Uluslararası bir şirketin parçası olunca kazandığımız en önemli yetilerden biri de kendimizi kontrol etmek oldu.

3. önemli adım ise altyapıya olan yatırımdır. Özellikle bilişim teknolojilerine ve eğitimlerle insan

kaynağımıza yatırımlar yaptık. Satış sonrasında ürün ve hizmet veren şirketler arasında SAP'ye geçiş yapan öncü firmalardan biriyiz. 2017 yılının Ocak ayında SAP'ye canlı olarak geçtik. Entegrasyonu zorlu bir süreç fakat bu süreci göze aldık. Uzun vadeli planlamanız var ise bu değişimlere açık olmak zorundasınız.

İntermobil Teknoloji biriminin yapılanmasından ve çalışmalarından bahsedermisiniz?

İntermobil olarak 60 yılı arkamızda bırakmamızın en önemli nedenlerinden biri de her zaman açık ve şeffaf olmamızdır. Her markadaki satış kanalımız ne ise yeni bir ürün grubuna girdiğimizde de o kanal üzerinden ilerliyoruz. Yani bayi kanalıyla satışını yaptığımız ürünleri hiçbir zaman bir alt müşteri grubuna satmayız. Kısa vadede kazanç sağlayacak bir yaklaşımımız olmadı. Paylaşmayı ve paydaşlarımızla beraber büyümeyi seven bir şirketiz. Doğru partnerle ve doğru paylaşım modeliyle sektörde hepimize kazanç var, buna inanıyoruz. Doğru bir iş modeliye ve başarılıysa değiştirmek saflık olur.

Dijital takograf alanındaki çalışmalarınız nelerdir?

Türkiye'de bu alanda çalışmalara başlayan ilk firmayız diyebilirim. 11 yıl önce Continental markasının analog takograflarını satarak işe başladık. Bugün itibariyle 1 ana bayimizle 180 servise takograf satışı yapıyoruz.

Continental'ın dünya çapında takograf konusunda açık ara liderliği söz konusu, pazarın yüzde 85-90'ına hakim bir marka. Türkiye'de ise hem araç üreticilerinin hem de servislerin kullandığı

Fardan elektrik ürünlerine, radyatörden takografa kadar çok geniş bir ürün yelpazesi ile hizmet veriyoruz.

en önemli marka. Dijital takografa geçiş ise 2014 yılında başlangıçta araç üreticileriyle başladı. Öncelikle yurt dışına satışı yapılan araçlarda sonra yurt içi pazarına sunulan araçlarda kullanılmaya başlandı. Bu konuyla ilgili bir düzenleme de yayınlandı, fakat yasanın uygulanması 3 kere ertelendi. Bu erteleme özellikle servislerimizi çok etkiledi. Servisler bu alanla ilgili insan kaynağı ve fiziki şartlar konusunda önemli yatırımlar yaptılar. Bu yatırımları finanse etmeleri çok zor oldu. Bu konuda OYPG (Otomotiv Yenileme Pazarı Geliştirme Derneği) bünyesinde bir komite kurarak diğer markalarla beraber lobi faaliyetleri yürüttük.

Dijital takograf kullanımı kaza oranlarının ciddi oranda azalmasını sağlayacaktır. Bu konuda bilinçlendirme çalışmaları yürüttük ve bu çalışmalarımıza devam ediyoruz. Özellikle filoların bu konuda istekli olması gerekiyor. Dijital takograf alanında denetleme ve verilerin kontrolü kısmı henüz tam olarak oturmadı. İntermobil olarak bu konuya çok önem veriyoruz.

2016 yılı sektör açısından nasıl geçti, değerlendirmelerinizi alabilir miyiz?

2016 zor bir yıldır. Özellikle araç üreticileri tarafında oldukça zor bir yıl oldu,

Euro5 motorlardan Euro6'ya geçiş süreciyle 2015 yılında ön alımlar yapıldı. Ülkede yaşanan sıkıntılar nedeniyle turizm sektörünün daralması sonucunda otobüs satışları azaldı. Kısacası hepimizin hakim olduğu zorluklar nedeniyle ticari araç üreticileri için 2016 yılı oldukça zor bir yıl oldu.

Satış sonrasında baktığımızda ise iyi bir yıl olduğunu söyleyebilirim. Kimse tabiri caiz ise ağlamasın, işim kötü diyorsa kendini sorgulasın. Tabii ki kurdaki dalgalanmalar özellikle bizim gibi ithalat yapan şirketleri etkiledi. Ama her zaman ifade ettiğimiz gibi çok şanslı ve önü açık bir sektördeyiz, araç parkı çok hızlı geliyor. Otomotiv sektörü her yıl satış adetlerinde rekor kırıyor. Araçlar 3 yıl sonrasında bizim de dahil olduğumuz satış sonrası pazarda yer alıyor. Bu bizim için çok önemli bir fırsat.

2017 yılına özel projeleriniz var mı?

2017 yılında dijital takograf çalışmalarımıza ek olarak ilk defa sizin derginizde duyuracağımız bir lansmanımız mevcut. VALX dingilleriyle ilgili önemli bir büyüme bekliyoruz. Türkiye'nin lokomotif treyler üreticilerinden biriyle anlaşma yaptık, Mart ayında bir basın lansmanı yapacağız. VALX dingillerini araçlarında

kullanacaklar. Yaklaşık 3 yıldır bu konuda çalışıyorduk, Şubat itibariyle başlayacağız. Yine ticari araç grubuna yönelik Fuwa markamız ile önemli bir başarıya imza attık. Ford Otosan son 2 yıldır araçlarında Fuwa akşlarını tercih ediyor.

HELLA ve diğer ürün gruplarımızda İntermobil olarak 2017 yılında % 15-20 civarında büyüme bekliyoruz. Çok şanslı bir ülkede, çok önü açık bir sektördeyiz. Bunun değerini bilmeliyiz. Yüzde 5-10 büyümelerle yetinmemeli, daha fazlasını yapmak için çalışmalıyız. İnsan kaynağına önem veriyor ve yatırım yapıyor olmalıyız. Diğer pazarlarda da aktif olmalıyız. Teknolojiye yatırım yapacağız, bunları yapmazsak araç parkı doyuma ulaştığında çok zorlanabiliriz.

Automechanika İstanbul Fuarı farklı sektörlerden temsilcileri bir araya getirecek. Fuarların sektöre etkileri hakkındaki görüşleriniz nelerdir?

İntermobil olarak fuara katılıyoruz, her yıl olması biraz yorucu ama fuara inanıyoruz. Türkiye otomotiv pazarının gelişimi açısından çok önemli olduğunu düşünüyoruz.

OYPG olarak 8 ve 9. hollerde üyelerimizle fuaradayız. Fuarın gelişimi sektörün gelişimine fayda sağlayacak. Tüm üyelerimizle bir arada olarak fuarda cazibe yaratmayı hedefliyoruz. Bu yıl 4.500-5.000 metrekare arasında bir alanda üyelerimizle yer alacağız. Ayrıca 6 Nisan Perşembe günü Automechanika Akademi kapsamında geçtiğimiz yıl yaptığımız gibi bir panel düzenleyeceğiz. Yurtdışından konuşmacılarımız olacak.