



“Markamızın İvme Trendi Sürekliliği Sağlamıştır”

Ender Cıvata Yönetim Kurulu Başkanı Orçun KESİKBURUN gerçekleştirdiğimiz söyleşide; “Pazarlama her şeydir” misyonuna değinerek kalitemiz ile markamız doğru orantıda yukarı doğru grafik çizerken rakiplerden bizi ayıran birçok farklılığımızın olduğunu ifade etmeliyiz dedi.



Ender Cıvata Yönetim Kurulu Başkanı Orçun KESİKBURUN gerçekleştirdiğimiz söyleşide; “Pazarlama her şeydir” misyonuna değinerek kalitemiz ile markamız doğru orantıda yukarı doğru grafik çizerken rakiplerden bizi ayıran birçok farklılığımızın olduğunu ifade etmeliyiz dedi.

Bize kısaca Ender Cıvata’nın kuruluş ve gelişim hikâyesini anlatır mısınız?

Babadan oğula geçen ticaret geleneği ile temeli 1988 yılında atılan firmamız, bağlantı elemanları sektöründe faaliyet göstermektedir. Yılların verdiği iş ve piyasa tecrübesi, kalite felsefesini her daim ön planda tutarak, pazarlamasını yaptığı ürünlerin uygun fiyat, yüksek kalite, iyi hizmet mantığı ile mutlu müşteri kitlesine dönüştürmeyi ilke edinmiştir. Stoklama ve pazarlama gücünü profesyonelliği ile birleştirerek; müşteri memnuniyetini kalite ve başarıya dönüştürüp hizmet anlayışında sürekliliği sağlamıştır.

Sizce pazarlamaya ilk nerden başlamalı?

Bence; pazarlamada ilk adım bir “Pazar Araştırması” yapmaktır. Satış ile pazarlama birbirine karıştırılır, oysa bunlar birbirlerinden farklı işlerdir. Günümüzde satış olmadan pazarlama, aynı şekilde pazarlama olmadan da satışın olmayacağı kabul edilmektedir. Satışın ne olduğunu bilmeyen yoktur. Oysa “Pazarlama” dendiği zaman herkesin farklı bir fikri vardır; çoğunlukla da ne olduğu tam olarak bilinmemektedir. Girişimci ruhumuzla dünyaya örnek olan bir milletiz. Avrupalıların diline yerleşmiş bir deyim vardır, “Türk gibi başlamak...” denir, yani “Bir işe büyük bir heves, cesaretle ve dört bir elle sarılarak başlamak...” anlamında kullanılır. Her işe büyük bir hevesle, fazla da ölçmeden, biçmeden atlar, ama ne yazık ki işin devamında pürüzler ortaya çıktıkça, işi yeniden organize etmek veya düzeltmek için çok daha fazla enerji, za-



man ve para sarf etmekteyiz. Oysa gerek iç pazarda olsun, gerekse dış pazarlarda olsun, doğru adımlarla iş hayatında ilerlemek için “Pazarlama”ya gereken önemi vermek ve “Pazarlama” yapmak gerekmektedir. “Pazarlama” yapmadan girilen işlerde, bir yerlerde mutlaka bir takım sorunlar yaşanacaktır. Dünyada pazarlamacıların sıkça kullandığı ve çok sevdikleri bir söz vardır; “Marketing is everything” yani, “Pazarlama her şeydir”, ne yaparsanız yapın, pazarlayamıyorsanız, hiç bir şey yapmamışsınız demektir. Benim naçizane sektörde pazarlamacılık yapmış ve sonra kendi işletmesini açan arkadaşlara tavsiyem hesaplarını iyi yapsınlar. İçinde bulunduğumuz şartlar ağır ve çok zor. Zorda oyunu bozuyor.

Markanızın pazardaki başarı grafiğine ve rekabet noktasında sizi diğer markalardan ayıran öncü farklılıklarınıza vurgu yapar mısınız?

Biz firma olarak her işin profesyonelce yürütülmesi gerektiğine inanıyoruz. Markalaşma konusunda da temel yaklaşımımız bu doğrultuda. Partner firmamız ve iş ortağımız, vidalarımızı üreten MS VİDA ile birlikte ilk önce kaliteden yana olduğumuzu ve bu konuda kesinlikle taviz vermedi-

ğimizi ifade etmek isterim. Markalaşmanın belli bir istikrarın ürünü olduğunu hepimiz çok iyi kavradık. Marka olmanın kolay olmadığını, uzun süreli, istikrarlı bir çabanın sonucu tüketicinin güvenini, sadakatini kazanarak olduğunu tüm ekibimiz çok iyi biliyor. Aslında marka olma sürecinde profesyonel desteğin yanında tüm takımın inancını kazanarak, ortak amaç için hep birlikte yürümenin de çok önemli bir faktör olduğunu biliyoruz. Dolayısı ile kalitemiz ile markamız doğru orantıda yukarı doğru grafik çizerken rakiplerden bizi ayıran birçok fark oluşuyor.

Katılmayı planladığınız / katılım sağladığınız fuar organizasyonları söz konusu mu? Fuarların markanıza yansımaları hakkında görüş bildirir misiniz?

Firmamız fuar katılımlarını yine partner firmamız ve iş ortağımız Standart Cıvatayla beraber yapmaktadır. Fuar katılımlarımız ve müşteri ziyaretlerimiz aralıksız olarak devam etmektedir. Sürekli katıldığımız yurt içi fuarları başta Fastener Fair / Kapı-Pen-cere Fuarı / Yapı fuarlarıdır.

Sizce iş dünyası ve sektör temsilcileri kriz dönemlerini nasıl fırsata çevirebilir?

Sevdiği bir insanı kalp krizi nedeniyle kaybeden bir insanın kendi yaşam alışkanlıklarını gözden geçirip daha sağlıklı alışkanlıklara yönelmesi krizden fırsat çıkarma örneğidir. Bir insanın kendisinde veya ailesinde önemli bir sağlık sorunu ile karşılaştığında sigarayla bırakma kararı vermesi gibi. Özellikle 2017 yılının ikinci çeyreğinde ekonominin yeniden ivme kazanacağını düşünüyorum. 2017'nin 2016'dan çok daha iyi geçeceğini belirtmek isterim. 2016 yılında Türkiye'nin büyük badireleri ufak sıyrıklarla atlatmayı başardığını hepimiz gördük. Türkiye'nin yaşanan tüm olumsuzluklardan daha güçlü çıktığı konusunda hemfikiriz. Tüm sıkıntılara rağmen 2016 yılı verimli bir yıl oldu. Yatırımcılar, ekonominin dalgalanmalar yaşadığı bu dönemde, rotayı gayrimenkule, krizi ise fırsata çevirdi. İnşaat sektöründe doğru zamanda, doğru yerde, doğru proje üreten markalar, dövizdeki artışla birlikte gayrimenkule yönelen yatırımcının ilk tercihi oldu. Bu da bize bir kez daha, kriz dönemlerinde gayrimenkulün en doğru yatırım aracı olduğu gerçeğini gösterdi.

Son olarak eklemek istediğiniz farklı bir konu var mı?

Evet, son olarak eklemek istediğim piyasalarla ilgili rekabet konusu. Bildiğiniz üzere ülkemizin geçirdiği zor zamanlarda birbirimize kenetlenmek ve üretmek, çalışarak katkımızı sürdürmek çok önemli. Fakat şöyle bir durum var ki; herkes para kazanmak istiyor ama kimse çalışmak istemiyor ya da kimse kâr marjını gözetmiyor. Sadece günü geçirebilmek adına yapılan bir takım işler meydana geliyor. Bana kalırsa firmalar arası rekabet düzeyinin geliştirilmesi sağlanmalıdır. Dolayısı ile yerli üretime destek verilmeli ve önü açılmalıdır. Bu sırf bizim sektörümüzle alakalı değil, üretim adına ne yapılıyorsa destek tam verilmeli. Biz tedarikçi ve toptan üstü pazarlama firmaları olarak da onların ürettiği malı dünyaya daha çok satmalıyız diye düşünüyorum.

İlginize teşekkür ediyor, yayın hayatınızda başarılar temenni ediyorum.



“The Increasing Trend Related with our Brand has Created Sustainability”

Board Chairman of Ender Cıvata, Orçun KESİKBURUN emphasized the mission as “Marketing is everything” and he further said: “While our quality and our brand form an uptrend with direct proportion, we must state that we have got many differences which separate us from the competitors.”