



Basın toplantısı:

BMD Başkanı Yılmaz yükselen döviz kurları nedeniyle artan kira maliyetlerine dikkat çekti

Birleşmiş Markalar Derneği Başkanı (BMD) Yılmaz Yılmaz, 28 Temmuz 2011 tarihinde düzenlediği basın toplantısında, Euro ve Dolar kurundaki artışın dövizle kiralama yapan perakende sektörüne 1.7 milyar TL'lik ek maliyet yarattığını vurgulayarak, "Ülkemiz ekonomik olgunluk döneminin gereği olarak sağlam Türk Lirası'na güvenmelidir. Ticaret ve kiralara TL olmalıdır. Milli paramıza sahip çıkmalıyız" dedi.

Kurun yükselmesine değil, temelde dövizle ticarete karşı olduklarını ifade eden Yılmaz Yılmaz Türkiye'deki dövizle dayalı ticaret ve kiralama sisteminin piyasaların dengesini bozacak bir etkiye sahip olduğunu söyledi.

Maliyetlerin ve kiralaların döviz cinsinden olmasının Türkiye'de enflasyon riskini arttırarak tüketiciye de zarar verdiğine işaret eden Yılmaz Yılmaz, sözlerini şöyle sürdürdü:

"Borçların ve kiralaların döviz cinsinden gelirlerin ise TL cinsinden olması perakende sektörü için açık pozisyon yaratmaktadır. Türkiye ekonomisi içine kırılma riskini arttırmaktadır. Dövizle ticaret ve kiralama sistemi Türkiye'yi dış etkilere açık hale getirmektedir. Kredi derecelendirme kuruluşlarının yorumlarına bağlı olarak dövizde meydana gelen değişim anında kiralalarımıza yansımaktadır. Türkiye'nin cari açık dışında ekonomik problemi yoktur. Dövizli ticaret ortamı cari açığa katalizör etkisi yaparak Türkiye'yi dış etkiye ve dışarıdan kaynaklı risklere daha duyarlı hale getirmektedir."

Yılmaz Yılmaz, sektörün AVM yatırımcısı, AVM işletmecileri ve perakendecileri ile bir bütün olduğunu, sorunlarına kendi içinde geçici çözümler üretebildiğini ve bundan sonrada üreteceğini ifade ettiği konuşmasında, ancak kalıcı çözümün dövizle ticari anlayışın değiştirilmesi ve dövizle ticarete ilişkin hukuki düzenlemelerin hayata geçirilmesiyle mümkün olabileceğini bildirdi.

BMD'nin Ankara temasları

BMD Başkanı Yılmaz YILMAZ ve BMD Başkan Yardımcıları, 16 Ağustos 2011 Salı günü Başbakan Yardımcısı Ali BABACAN'ı, 7 Eylül 2011 Çarşamba günü Maliye Bakanı Mehmet ŞİMŞEK ve Merkez Bankası Başkanı Erdem BAŞÇI'yı ziyaret ettiler.

Ziyaretlerde, öncelikle BMD markalarının güncel mağaza sayıları ve ciro büyüklüklerindeki değişim aktarıldı, BMD sosyal sorumluluk projesi hakkında bilgi verildi ve İstanbul Shopping Fest'e sağlanan destek için teşekkür edildi.

BMD heyeti ziyaretlerde özellikle şu ana başlıklar üzerinde durdu:

Türkiye'nin 2023 vizyonu çerçevesinde markalı ekonomi büyük önem taşımaktadır.

Hazır giyim ve tekstil, en çok dış ticaret fazlası veren sektördür ve bu sektörü teşvik politikaları geliştirilmelidir

22 Temmuz 2011'den bu yana uygulanmakta olan ek vergi, enflasyon, dış ticaret ve markalarımız üzerinde olumsuz etkiler yaratmaktadır.

Başbakan Yardımcısı Ali BABACAN, BMD'nin markalarının, görmeyi arzu ettiğimiz düzeydeki Türkiye'yi temsil ettiklerini belirterek, Türk markalarının dünyanın birçok ülkesinde ve bölgesinde bilinmesinin ve Türk markalarına karşı bir talep olmasının önemine değindi.

Maliye Bakanı Mehmet ŞİMŞEK, uluslararası arenada marka algısını oluşturanın önemine vurgu yaparak, yurtdışında sıfırdan marka yaratmak veya Türk markasının tanınırlığını ve bilinirliğini sağlamaya çalışmanın yanında marka satın alma yolunun da uygulanabileceğini belirtti.

Merkez Bankası Başkanı Erdem BAŞÇI, Türk Lirası'nın tarihindeki en düşük seviyesinde bulunduğu dikkat çekerek, Merkez Bankası'na göre döviz kurunun %5-6 oranında yüksek olduğunu belirtti.



İSTANBUL SHOPPING FEST 9-29 Haziran 2012'de

Birleşmiş Markalar Derneği'nin de proje ortakları arasında yer aldığı ve 18 Mart – 26 Nisan 2011 tarihleri arasında ilkini gerçekleştirdiğimiz İstanbul Shopping Fest (İSF), 2012 yılında 9-29 Haziran tarihleri arasında yapılacak.

Alışveriş ve eğlence festivali kimliğiyle, 40 gün boyunca İstanbullular'ın günlük yaşamlarında kendisine önemli bir yer bulan İSF, caddelerde ve AVM'lerde gerçekleşen ilgi çekici etkinlikler, markalarımızın promosyonları, kampanyaları ve indirimleri, sponsorlarımızın ve paydaşlarımızın destekleriyle kamuoyunda büyük bir bilinirlik sağladı.

En önemli hedeflerinden biri İstanbul'a gelen yabancı turist sayısını arttırmak ve yabancı turisti alışverişe yönlendirmek olan İSF'nin, etkinlik sonrasında yapılan araştırmalar ve kurumlardan sağlanan verilere göre bu alanda önemli başarı elde ettiği görüldü:

BKM verilerine göre 18 Mart – 26 Nisan 2011 döneminde, yabancı kredi kartları ve banka kartlarıyla yapılan harcamalarda 2010 yılının aynı dönemine göre % 66 artış sağlanmış ve 252 milyon TL ciro gerçekleşmiştir.

Global Blue verilerine göre söz konusu dönemde işlem adedinde %67, ciro hacminde %71 artış sağlanmıştır.

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın verilerine göre 40 günlük dönemde İstanbul'a gelen yabancı ziyaretçi sayısı %18 artmıştır.

İşte bu umut verici tablonun ışığında, markalarımızla, alışveriş merkezlerimizle ve tüm paydaşlarımızla yapılan değerlendirme sonucunda İSF 2012'yi 9-29 Haziran tarihleri arasında düzenleyeceğiz.

Hiç kuşkusuz kısa süre içinde tanınmış bir marka olan İstanbul Shopping Fest, gelecek on yıllarda markalarımızın, sektörümüzün ve İstanbul'un yüzünü daha da güldürecektir.



BMD Başkanı Yılmaz "Günümüz tüketicileri için marka yaratmak" panelinde konuştu

Türk markalarının başarı hikayesi Dünya Perakende Kongresi'nde

25-28 Eylül 2011 tarihleri arasında Berlin'de gerçekleşen Dünya Perakende Kongresi'nde bir konuşma yapan BMD Başkanı Yılmaz YILMAZ, marka yaratmak ve yaratılan markanın sürekliliğini sağlamak için önemli olan hususlara değinerek Türk markalarının bugün dünyada ulaştığı aşamayı katılımcılara değerlendirdi.

BMD'nin de destekçileri arasında yer aldığı ve dünyadan binlerce perakendecinin, marka temsilcisinin ve uluslararası kurum ve kuruluşlardan yöneticilerin katıldığı Dünya Perakende Kongresi kapsamında düzenlenen panelde konuşmacı olarak yer alan Yılmaz YILMAZ, katılımcılara kişisel deneyimlerini ve bilgi birikimini aktardı.

Kısa sürede tüm dünyaya yayılan ayakkabı/sandalet markası Crocs, Fransa'da ve Belçika'da yüzlerce mağazası olan bahçe ürünleri markası Jardiland ve birçok markayı bünyesinde barındıran Collective Brands'in CEO'la marka yaratmayı ve pazar koşullarına uygun stratejilerin neler olduğunu tartışan BMD Başkanı, Türkiye örneğinden hareketle dünya markası olma yolunda yapılabilecekleri değerlendirdi. BMD Başkanı, müşteri beklentilerinin nasıl karşılanabileceğini, marka yaratırken ortaya çıkabilecek zorlukları ve bunları aşma yollarını, geleceğe yönelik stratejilerin nasıl oluşturulabileceğini katılımcılarla paylaştı.

Dünya Perakende Kongresi 2012'de Londra'da düzenlenecek. Türk markalarına ve Türkiye'ye olan ilginin bir kanıtı olarak daha şimdiden BMD'ye 2012 için konuşmacı daveti de yapıldı.

BMD 2011 Ücret Araştırması sonuçlandı:

Ücretlerde %6-%10 arasında artış...

30 üye firmamızın katılımıyla gerçekleştirilen ücret araştırmasında I. Firma Bilgileri (faaliyet alanı, mağaza sayısı, merkez ve mağaza çalışan sayısı...) II. Ücret Artış Uygulamaları (yıllık artış dönemleri, net-brüt maaş, artış oranı), III. Merkez-Ücretler (marka yönetimi, mali işler, insan kaynakları...), IV. Merkez-Primler-Fazla Mesai, V. Mağazalar-Ücretler&Primler (mağaza bölge müdürü, mağaza müdürü, satış temsilcisi...), VI. Ek Menfaatler (sağlık sigortası, araba tahsis, cep telefon tahsis...) kategorilerinde veri toplanmıştır.

Raporlama sonucunda ortaya çıkan bazı sonuçlar şu şekildedir:

Araştırmaya katılan firmaların %87'si yılda 1 kez maaş artışı yapmaktadır.

Katılımcı firmaların %90'ının, 2011 yılında yaptığı veya yıl sonuna kadar yapmayı planladığı maaş artış oranı %6 ila %10 arasındadır.

Araştırmaya katılan firmaların %28'inin merkez çalışan sayısı 1-50 kişi arasında, %24'ünün merkez çalışan sayısı ise 300 ve üstündedir.

Araştırmaya katılan firmaların %59'u hiç part-time eleman çalıştırmazken, %26'sı 1-50 kişi arasında part-time eleman çalıştırmaktadır.

Hazırlanan rapor, sadece araştırmaya katılan üye firmalarımıza iletilmiştir. 2012 içinde İK yöneticilerince uygun bulunacak bir dönemde ve tıpkı 2009 yılında HEWITT tarafından yapılan ücret araştırması gibi, bağımsız bir araştırma kuruluşunca yeni bir ücret araştırması daha yapılacaktır.

Perakende sektöründeki ihtiyacı karşılamaya yönelik önemli çalışmalar: **BMD'den sektörel eğitimler**

Perakende Matematiği

4 ve 11 Ekim 2011 tarihlerinde Sabancı EDU işbirliğinde BMD'de Perakende Matematiği eğitimleri düzenlendi. 60 kişilik başvurunun olduğu eğitimlerde etkin bir çalışma için gruplar en fazla 24 kişi olarak belirlendi.

Bu eğitimlerle yöneticilerin, mağazalarını ve personellerini yönetirken ihtiyaç duyacakları ve satışların durumunu, trendleri anlamalarını kolaylaştıracak, analiz yapmalarını sağlayacak perakende göstergelerinin neler olduğu ve nasıl kullanılacağına katılımcılara aktarılması amaçlanmaktadır. Bu bağlamda da perakende matematiği olarak adlandırılan metriklerin hesaplama yöntemleri ve yorumlama şekilleri üzerinde durulmaktadır.

Eğitim sırasında "perakende satış piramidi, perakende satış yönetiminin anahtarları, perakende matematiği ile temel performans göstergeleri ve hesaplama yöntemleri, perakende satış performansı metrikleri-temel performans" göstergeleri gibi konular işlendi. Eğitimin ücreti 7 saatlik program için kişi başı 250 TL + KDV olarak belirlendi. Başvuruda bulunan diğer katılımcılar için de en kısa sürede eğitim yinlenecektir.

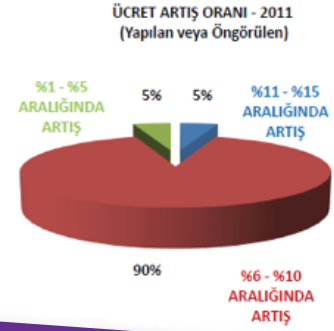
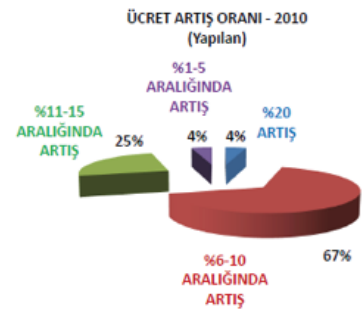
Perakende Satış Okulum

Perakende sektöründe faaliyet gösteren markalarımızın nitelikli işgücü ihtiyacına yanıt verebilmek, tecrübeli insan kaynağını firmaların kullanımına sunmak ve mevcut mağaza ve merkez çalışanlarını yetkinleştirmek amacıyla BMD ve ASEMBLE Eğitim Danışmanlık işbirliğinde düzenlenen eğitimler, 18-27 Temmuz 2011 tarihleri arasında gerçekleştirildi.

Söz konusu eğitimler, 22 Kasım - 07 Aralık 2011 tarihleri arasında bir kez daha düzenlenecek.

Eğitimler, 7 ildeki 9 alışveriş merkezinin sinema salonunda ve 2 ek mekanda aynı anda gerçekleşiyor ve mağazaların çalışma programlarını etkilemeyecek şekilde sabahları 08:30-10:30 saatleri arasında yapılıyor.

Satış danışmanlarına temel satış ve pazarlama eğitimi verilmesini hedefleyen 12 saatlik programın kişi başı ücreti 85 TL + KDV olup, eğitim sonunda yapılacak sınavı geçen tüm katılımcılara katılım sertifikası verilecektir.



Anadolu Üniversitesi - BMD işbirliği daha da güçleniyor

2005 yılında BMD'nin girişimleriyle Açıköğretim Fakültesi bünyesinde PERAKENDE SATIŞ VE MAĞAZA YÖNETİMİ ÖNLİSANS PROGRAMI'nın açılmasından bu yana ortak çalışmalar yürüten Anadolu Üniversitesi ile BMD arasındaki işbirliği daha da güçleniyor.

7 Temmuz 2011'de BMD başkan yardımcısı Burak ÇELET, BMD YK Üyesi Ahmet DALYANCIGİL ve BMD Genel Sekreteri Ekrem UTKU'nun Eskişehir Anadolu Üniversitesi ziyaretlerinde Rektör Prof. Davut AYDIN ve Rektör Yardımcısı Prof. Aydın Ziya ÖZGÜR ile yaptıkları görüşmede, iki kurum arasındaki işbirliğinin bir protokolle daha sıkı hale getirilmesi kararlaştırıldı.

Protokol kapsamında

BMD, derslerin ve ders içeriklerinin belirlenmesi çalışmalarında konu ve alan uzmanlığı desteği verecek; Anadolu Üniversitesi'ne sektörde tanıtım desteği verilecek;

Mezunların sektörde isteğe bağlı staj çalışmaları desteklenecek;

Anadolu Üniversitesi, öğrencilerini ve mezunlarını staj konusunda Birleşmiş Markalar Derneği'ne veya derneğin gözetiminde kurulan veya kurulacak olan veri tabanına yönlendirecek;

BMD, sektörle ve iş olanaklarıyla ilgili güncel bilgiler sağlayacak;

BMD, televizyon programlarının çekiminde uzmanların ve toplumca tanınmış isimlerin yer almasında destek verecek. Bu destekleri 2005 yılından bu yana vermekte olan BMD'nin Anadolu Üniversitesi ile olan işbirliği böylece daha yoğun olarak sürecek; Üniversite de perakende sektörüne ve markalara yönelik daha etkin bir program yürütebilecek.

İnsan Kaynakları Yöneticileri BMD'de toplandı

Periyodik olarak yapılmakta olan BMD İnsan Kaynakları Yöneticileri toplantısı 30 Eylül 2011 Cuma günü gerçekleştirildi.

BMD Başkan Yardımcısı Burak ÇELET'in başkanlığında yapılan toplantıda Perakende Matematiği eğitimleri ve Perakende Satış Okulum hakkında bilgi aktarıldı. Perakende eğitimi verilen meslek liselerinde sektörel tanıtım verilmesi konusu görüşüldü, Anadolu üniversitesi -BMD protokolu hakkında bili paylaşıldı. Son olarak da Ücret Araştırması'nın sonuçlarından bazıları İK yöneticilerine aktarıldı.

Bir sonraki İK yöneticileri toplantısının Kasım ayında yapılması planlanıyor.



Türkiye'nin markaları 250 bin çocuğun giysilerini dağıtmaya başladı

Derneğimiz tarafından ikincisi 2011 yılında düzenlenen "Türkiye'nin Markaları Türkiye'nin Çocuklarını Giydirmiyor" sosyal sorumluluk projesi kapsamında, ilköğretim çağındaki ihtiyaç sahibi 250 bin çocuğumuz için hazırlanan giysi ve ayakkabı yardımlarının dağıtımı 18 Ekim 2011 günü düzenlenen basın toplantısıyla başladı.

Yardımlar, 60 kadar il ve ilçede Kurban Bayramı öncesinde tamamlanacak.

Piyasa değeri 50 milyon TL'yi bulan ürünler, özel baskılı kolilerle yardım merkezlerine aktarılacak, üzerinde yardım alacak çocuğun adının yazılı olduğu özel poşetlerde öğrencilere teslim edilecek.

Derneğimiz, ayağı ve sırtı üşüyen çocuğumuz kalmayıncaya kadar bu yardım kampanyasını sürdürecektir. .



Perakende sektörü iftar yemeğinde buluştu

AMPD, AYD, BMD ve TMD tarafından düzenlenen iftar yemeği 2 Ağustos 2011 Salı akşamı Çırağan Sarayı'nda gerçekleşti.

Sektör temsilcisi dört derneğin ortak organizasyonu olarak gerçekleşen iftar yemeğinde perakende sektörü mensupları bir araya geldiler. Sektörel bir birlikteliğin sağlandığı bu güzel geceye çok sayıda davetli katıldı.

Gecede, dernek başkanları da birer konuşma yaparak sektörün birlikteliğinden duydukları memnuniyeti dile getirdiler.