

GELİŞMENİN SONU OLMADIĞININ FARKINDAYIZ

**Domates
ürünlerinde...**

lider

**Ev geliştirme
perakendeciliğinde...**

lider

Turizmde...

lider

Marinada...

Türkiye'nin
en yüksek
kapasitesi

**Gemi ve
yat inşasında...**

öncü

**Bilgi teknolojisi
çözümlerinde...**

lider

**Alternatif
telekom hizmetinde...**

lider

Diğer



52
53

Tat Konserve

Toplam Ciro:
448 milyon \$

İç Piyasa Pozisyonu:
Salça, domates ürünleri ve premium makarnada piyasa lideri, ketçap ve mayonezde piyasa 2'ncisi, şarküteride piyasa 3'üncüsü

Uluslararası Pozisyon:
30 ülkeye ihracat

Yurt Dışı Gelirlerinin Payı:
%5,5

FAVÖK:
45 milyon \$

Brüt Kâr Marjı:
%20,2

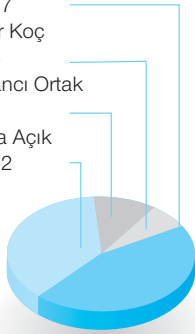
Faaliyet Kâr Marjı:
%9,1

Ortaklık Yapısı:
Koç Holding
%43,7

Diğer Koç
%9,8

Yabancı Ortak
%5,3

Halka Açık
%41,2



www.tat.com.tr

Türkiye'nin en büyük gıda şirketlerinden biri

1967 yılında kurulan Tat Konserve, 2003 yılından bu yana Tat, Sek, Maret ve Pastavilla markalarını çatısı altında bulunduran Türkiye'nin en büyük gıda şirketlerinden biridir.

Dünyada hasat ve üretimdeki artışa paralel olarak Gıda Fiyat Endeksi'nde 2008 yılında görülen ciddi gerileme, 2009 yılı başından itibaren yükselişe geçmiştir. Ülkemizde, 2009 yılı sebze ve meyve hasatının yüksek olması, fiyatlarının dengeli olmasını sağlarken, özellikle son çeyrekte, taze süt ve ette görülen önemli fiyat artışı işlenmiş ürünlere de yansımış, son aylarda gıdanın enflasyon üzerindeki etkisini artırmıştır.

2009 yılı boyunca etkin işletme sermayesi yönetimine odaklanan Tat, faizlerdeki gerileme ve döviz kur riski yönetimi ile finansman giderlerini de 2008 yılına göre önemli ölçüde azaltmıştır. Şirket ayrıca portföyüne yeni ve büyük müşteriler eklemiştir.

Harranova Projesi - dünyanın en büyük salça fabrikalarından biri

Domates işinde dikey entegrasyon ile maliyetleri kontrol altına alma ve yakın coğrafya odaklı ihraç pazarlarında büyüme stratejilerinin ışığında Tat Konserve; Harranova Projesi ile GAP bölgesinde Türkiye'nin ve bölgenin en büyük zirai ve sınıai yatırımını hayata geçirmiştir. Böylece Tat, önümüzdeki üç yıl içinde Avrupa'nın en büyük; dünyanın ise ilk beş salça üreticisinden biri olmayı hedeflemektedir. 2009 yılında Harranova Salça İşletmesi'nde bir önceki yıla göre önemli bir ilerleme kaydedilerek 141 bin ton domates işlenmiş ve 21 bin ton salça üretimi yapılmıştır. 2009 yılında Harranova'da yıl boyunca gerçekleştirilen yatırım miktarı ise 13,3 milyon TL'ye ulaşmıştır. Ayrıca Harranova'da toprak, bitki, gübre ve sulama suyu analizleri yapmak üzere kurulan tarımsal laboratuvar için yetki belgesi alınmıştır.



Kuvvetli pazar payları

Tat, 2009 yılında yurt içi salça pazarındaki liderliğini arttırarak sürdürmüştür.

Pastavilla markasıyla, premium makarna pazarındaki farklı liderliğini 2009 yılında da sürdüren Tat, yurt içinde gösterdiği başarıyı, ihraç pazarına da taşımayı hedeflemektedir.

Et şarküteri pazarında Maret markalı ürünlerle pazar payını arttırmaya devam eden Tat, 2010 yılında da pazarın güçlü oyuncularından biri olacaktır.

Süt grubu ürünlerinde katma değeri yüksek ürünlere odaklanan Tat, köklü markası SEK ile yeni ambalajında günlük sütü raflara yerleştirmiştir. Özellikle günlük süt, ayran, yoğurt gibi ürünlerde hızlı büyümesine 2009 yılında devam eden Tat, bu iş kolunda 2010 yılında da ciro ve kârlılığını arttırmayı hedeflemektedir.

2010 yılı ve sonrası

2010 yılında Harranova'da 200 bin tondan fazla domates işlenmesi planlanmaktadır. Harranova'da tarım, hayvancılık ve sanayi operasyonlarının yanı sıra hayvansal atıklardan enerji üretme projesi ile farklılaşılması hedeflenmektedir.

Düzyey

Tat Konserve'nin yurt içi satış ve dağıtım faaliyetleri Düzyey Tüketim Malları tarafından yürütülmektedir. Şirket, 35 bin aktif müşteri ve 50 adet distribütörle çalışmaktadır.

FARKLIYIZ FARKINDAYIZ

- Lider piyasa paylarıyla Türkiye'nin en büyük gıda şirketlerinden biri
- Harranova Projesi - Türkiye'nin ve bölgenin en büyük zirai ve sınıai yatırım projesi
- 3 yıl içinde Avrupa'nın en büyük; dünyanın ilk beş salça üreticisinden biri olma hedefi



Koçtaş

Ev geliştirme perakendeciliğinin lideri

16 ilde 26 mağazası ve 135 bin m²'lik satış alanı ile piyasa lideri olan Koçtaş, 1.600 adet yerli ve yabancı tedarikçiden sağlanan ürünleri tüketicinin beğenisine sunmaktadır. Koçtaş sektördeki açılımını yapı marketten “ev güzelleştirme/ev yenileme” olarak tekrar kurgulamış, tüketicilerin evleriyle ilgili tüm ihtiyaçlarını tek bir noktadan çözebiliyor hale gelmelerini sağlamıştır.

2009 yılından satış başları

Alişveriş merkezi projelerinin Anadolu'da yaygınlaşması ile Koçtaş Anadolu şehirlerinde yeni mağaza açılışları ile bölgede ilk olma avantajını kullanmış ve piyasa lideri konumunu güçlendirmiştir. 2009 yılında İstanbul, Antalya, Kayseri, Malatya ve Denizli'de toplam 5 yeni mağaza açılmıştır. Bu mağazalarla büyüme trendini sürdüren Koçtaş'ın toplam satış alanı 27 bin m² artarak 2009 yılı sonunda 135 bin m²'ye ulaşmıştır. Toplam müşteri sayısı %14 artışla 2009 yılında toplam 7,7 milyonu aşmıştır.

2009 yılı boyunca finansal krizin etkileri ile tüketici talebinin daralması ve varolan talebin zorunlu ihtiyaç mallarına yönelmesi dikkat çekmiştir. Buna karşın geniş bir coğrafi yaygınlık ve geniş ürün yelpazesine sahip olan Koçtaş uygun fiyat, kalite, güçlü ve yerleşmiş marka bilinirliği ile öne çıkmıştır. Koçtaş, uygun fiyatlarla tüketiciye sunduğu geniş ürün yelpazesinin yanı sıra verdiği “Az harcayarak çok güzelleşen evler Koçtaş'ta”, “Fiyat küçük, değişim büyük” gibi mesajlarla tüketiciyi satın almaya teşvik etmiştir. Yapılan reklam çalışmaları çeşitli kampanyalarla desteklenerek satışların artırılması hedeflenmiştir. Buna ek olarak güçlü finansal yapı ve bu yapının sağladığı kredibilite ile sektördeki daraldan en az etkilenecek şekilde faaliyetler sürdürülmüştür.

2009 yılında “Anahtar Teslim Ev Yenileme Hizmeti” ile ilgili yoğun pazarlama faaliyetleri yürütülerek tüketicinin bu ayrıcalıklı hizmet ile ilgili daha detaylı bilgi sahibi olması amaçlanmıştır.

2008 yılı Ağustos ayında Gebze Organize Sanayi Bölgesi içinde kurumsal şirketlerin, fabrikaların ve tüm KOBİ'lerin endirekt malzeme ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla açılan Depofix mağazası faaliyetlerini başarıyla sürdürmüştür.

Bu sayede kurumsal müşterilerin tüm endirekt malzemeleri tek tedarikçiden temin etmelerine olanak sağlanmaktadır. Ürün kalitesinde de Koçtaş güvencesinin yanında fiyat ve zaman tasarrufu ile yüksek müşteri memnuniyeti yaratılması amaçlanmaktadır.

2010 yılı ve sonrası

Koçtaş yabancı ortağı vasıtasıyla dünyadaki yenilikleri Türkiye pazarına sunabilmenin yanı sıra Türk tüketici alışkanlıkları konusunda sahip olduğu uzun yıllara dayalı tecrübe sayesinde söz konusu yenilikleri pazara adapte etme noktasında da rakiplerinden farklılaşmaktadır.

2010 yılında ülke çapında coğrafi yaygınlık ve marka bilinirliğinin artırılması stratejisi doğrultusunda yeni mağaza açılışlarına devam edilmesi hedeflenmektedir. Uygun fiyat ve geniş ürün yelpazesi ile yüksek müşteri memnuniyetinin devamı hedeflenmektedir. Ayrıca Türkiye'nin genç nüfusundan hareketle, üniversite öğrencileri, yeni evlenecek çiftler gibi yeni müşteri kitleleri hedeflenerek bu segmentlere yönelik pazarlama çalışmaları yürütülmektedir. 2010 yılında en az 4 yeni mağaza açılması planlanmaktadır.

Ev geliştirme perakendeciliğinin lideri Koçtaş'ın kurumsal hedefi Türkiye'de ev geliştirme pazarını büyütme ve büyüyen pazarda liderliğini sürdürmektir. Şirket bu hedefine tüketiciye farklı ve yenilikçi teklifler sunarak, her bütçeye uygun alternatif ev geliştirme önerileri sağlayarak ve Türkiye çapında yaygınlaşarak ulaşmayı hedeflemektedir.



Koçtaş, 2009 yılında büyümesini sürdürerek 135 bin m² satış alanı ve 7,7 milyonu aşkın müşteriye ulaşmıştır.

54
55

FARKLIYIZ FARKINDAYIZ

- Ev geliştirme perakendeciliğinde lider
- Tüketicinin eve ilgili tüm ihtiyaçlarına tek noktadan çözüm
- Geniş coğrafi yaygınlık
- Zengin ürün yelpazesi

Faaliyet gösterdiği birçok alanda sektör lideri olan Setur, 2009 yılını zorlu koşullara rağmen başarıyla tamamlamıştır.

Setur



FARKLIYIZ FARKINDAYIZ

- Turizm sektörünün lideri
- Güçlü iş ortaklıklar
- Yaygın acente ağı
- Kriz döneminde Avrupa'da olumlu sonuç elde eden tek gümrüksüz satış mağazası

Setur

Turizmde sektör lideri

Uçak bileti, yurt içi ve yurt dışı turlar, incoming, kongre, seminer organizasyonları, on-line seyahat, cruise, yurt dışı eğitim hizmetleri ve vize hizmetleri sunan Setur Turizm 1973 yılından beri sektörün en büyük oyuncusu konumundadır.

Setur, kurumsal bilet alanında, toplam 96 ülkede 1.300'den fazla ofise sahip olan BCD Travel'in Türkiye temsilciliği ve dünyanın lider lüks seyahat markası Abercrombie & Kent'in imtiyazlı Türkiye temsilciliğinin yanı sıra Orient Express, Uniglobal ve Costa temsilciliklerini yapmaktadır.

Setur, yurt içinde 5 acentası, 20 yetkili acentası, 150'den fazla BookinTurkey sanal acentası ve İngiltere vize servisi veren 5 ofisi ile 200'e yakın noktada; yurt dışında ise 29 ülkede, 59 iş ortağı acentası ile hizmet vermektedir.

Setur, 2009 yılında Capital dergisi "En iyi Seyahat Acentası", Skall "En iyi Seyahat Acentası" ve Altın Örümcek "En iyi Online Seyahat Portalı" ödüllerine layık görülmüştür.

Gümrüksüz satış mağazaları

2009 yılı gümrüksüz satış mağazaları sektörü açısından Uzakdoğu hariç tüm dünyada global krizin turizm ve ülke ekonomileri üzerinde yarattığı etki dolayısı ile olumsuz geçmiştir. Buna ek olarak kanunda yapılan değişikliklerle satış limitleri kısıtlanmıştır. Bütün bu olumsuz etkilere rağmen Setur yakaladığı büyüme trendi sayesinde Avrupa'da tek pozitif sonuç elde eden gümrüksüz satış mağazası şirketi olmuştur. Yapılan iyileştirmelerle Şirket'in büyümesine doğru orantılı olarak kâr marjında ve harici gelirlerin önemli artış olmuştur. Bu büyümeye bağlı olarak, toptan satışlarda lojistik avantajı kullanılarak sektörde kategorilerinde lider konumda bulunan firmaların distribütörü konumuna gelinmiştir.

Yıl boyunca 10 havalimanı, 8 uçak içi operasyon merkezi, 6 deniz limanı, 6 kara sınır kapısında olmak üzere 420 deneyimli insan kaynağı ile gümrüksüz satış faaliyetleri hizmeti verilmiştir. 6 yeni mağazanın açılışı ve mevcut mağaza tadilatları yapılarak toplam satış alanı 4.800 m²'den 11.800 m²'ye çıkmıştır.

2010 yılı ve sonrası

Setur, Uzak Batı, Kısmi Avrupa ve Yakın Asya pazarlarında Setur temsilcilikleri ile payını artırmayı; bankalar için geliştirilen çağrı merkezinin altyapısını ve teknolojisini yenileyerek büyütmeyi ve sektörde lider konuma getirmeyi; BookinTurkey'de yabancı stratejik iş ortaklıklarıyla yurt içi pazar payını artırmayı ve yurt dışına açılmayı ve yetkili acenta sayısını artırmayı hedeflemektedir. Gümrüksüz satış mağazalarında ise ürün çeşitliliğinin artırılması ve mağaza tadilatlarının tamamlanması amaçlanmaktadır.

Setur, 2010 yılında da Letonya-Riga Havalimanı, Kosova-Priştina Havalimanı ve Fransa-Lyon Havalimanı için gerçekleştirilecek olan gümrüksüz satış mağazası işletmeciliği ihalelerine girmeyi planlamaktadır.

Setur Marinaları

%28 pazar payı ile Türkiye marınacılık piyasasının lideri

Setur Marinaları; Kalamış ve Fenerbahçe, Yalova, Ayvalık, Çeşme, Kuşadası, Marmaris ve Finike'de kıyılarımızda seyreden yatçılara dünya standartlarında hizmet vermektedir. %28 pazar payıyla piyasa lideri olan Setur Marinaları'nın doluluk oranı 2009 yılında %111 olarak gerçekleşmiştir. Şirket, Türkiye'deki lider pozisyonunu pazar payını büyütürken, yurt dışında en az bir marina olarak, uluslararası bir marka haline gelmeyi hedeflemektedir.

2010 ve sonrası

Ülkemizde ve yurt dışında bazı marinalar, küçülme politikaları kapsamında ya da finansal zorluklar sebebiyle satışa çıkmıştır. Setur Marinaları güçlü finansal altyapısıyla gerek yurt içinde, gerekse yurt dışında satışa çıkan bu marinalarla yakından ilgilenmektedir.

2010 sezonu başında 260 deniz ve 80 kara kapasitesi ile Yalova Marina'yı işletmeye açmayı planlayan Setur Marinaları; yeni projelerle ilgili görüşmelerini sürdürmektedir.



Tanı

Türkiye'nin en büyük müşteri sadakat programını yöneten CRM uzmanlık merkezi

Tanı, CRM iş stratejileri geliştirilmesinden, değişim sürecinin yönetimine, CRM uygulamaları tasarlanması, geliştirilmesi ve devreye alınmasından, operasyon, pazarlama ve analitik süreçlerinin yürütülmesine kadar geniş yelpazede hizmetler sunan CRM Uzmanlık Merkezi konumundadır. Bu uygulamalar tek bir şirket için olabileceği gibi birden fazla sektörden şirketi bir araya getiren sektörler üstü müşteri programları da olabilmektedir.

Türkiye'nin en büyük müşteri veri tabanlarından birisine sahip olan Tanı, farklı sektörlerden, on milyonlarca müşteri bilgisi ile "tüketiciyi en iyi tanıyan ve çalıştığı şirketleri müşterilerine en yakın şirketler konumuna getirmeyi hedefleyen" vizyonu ile çalışmalarını sürdürmektedir.

Tanı, Türkiye'nin sektörler üstü en büyük müşteri sadakat programı ve CRM platformu olan Paro'yu da yönetmektedir.

Paro: Türkiye'nin sektörler üstü en büyük müşteri sadakat programı ve CRM platformu

Paro, esnek altyapısı ile firmalar arasında kurduğu sanal köprü sayesinde, ortak pazarlama uygulamalarını online ve gerçek zamanlı olarak hayata geçirme olanağı sunmaktadır. Sektörler üstü, barkod seviyesinde alışveriş bilgisi ve veri modellemeleri ile oluşturulmuş müşteri profilleri ile zengin bir müşteri veritabanına sahiptir. Hizmet verdiği kuruluşların müşterilerini tanımlarına ve bu bilgi ile aksiyonlarını planlayıp, karar almalarına olanak sağlamaktadır.

Paro'da müşterilerin tercihleri ve alışveriş durumu değerlendirilerek, tüketicileri farklı şekilde yönlendiren çapraz satış, üst satış, derinleme ya da koruma kampanyaları gibi pek çok uygulama yapılabilmektedir. Paro programı, üye firmaların müşteri segmentlerine özel kampanyalar, kulüpler ve programlar hayata geçirmesine de olanak sağlar.

Paro'nun 17 üye işyeri markada, 5.500 müşteri temas noktası bulunmaktadır. 2009 yılında aktif kart sayısı 7,4 milyona ulaşmıştır. Yeni markaları bünyesine katmaya devam eden Paro'da, 2009 yılında 1.500'ü aşkın kampanya hayata geçirilmiş; hizmet verilen kuruluşlara 589 milyon TL ilave ciro sağlanmıştır.

Paro'da yapısal yenilikler

2009 yılında gerek Paro'nun gerekse üye kuruluşların güncel veri toplamasını ve verinin gerçek zamanlı Paro'ya kayıt edilmesini sağlayan yeni kanallar geliştirilmiştir. Bu kanallarla tüketicilere eş zamanlı olarak internet ve çağrı merkezi üzerinden anket uygulamaları ile data toplama faaliyetleri oluşturulabilmekte ve anketlere verilen cevaplara göre tüketicilere online kampanyalar tanımlanabilmektedir.

2009 yılında üyelere farklılaşan hizmetler sunulması amacıyla, Paro'da yeni kulüpler oluşturulmaya devam edilmiştir.

Setur iş birliği ile Paro üyelerine uçak biletleri, otobüs biletleri veya tatillerinde avantajlar sunan Paro Seyahat Hattı hayata geçirilmiştir. Yine üye firmaların iş birliği ile taksicilere yönelik kulüp faaliyetleri de başlatılmıştır.

Paro'nun hayata geçirdiği yenilikçi bir uygulama ile, internetin sanal dünyasını gerçek satın alma dünyasına entegre eden, internette banner yayınlarının, alışverişlere dönüşümünü izlenebilir konuma getiren bir hizmet yaratılmıştır. Bu uygulama ile sanal dünya internetle, gerçek dünya mağazaların birleştirilip internette yüklenen bir kampanyanın sahada network içindeki her hangi bir mağazada alışverişe dönüşüp dönüşmediği takip edilebilmektedir.

2009'da gerçekleştirilen entegrasyon çalışmaları ile şirketlere Paro kanallarını ve altyapısını doğrudan kendi ofis noktalarından kullanarak, kampanyalarını tanımlama ve raporlarını alabilme olanağı sağlanmıştır. Tofaş ile başlatılan uygulama, diğer üye işyerlerine de yaygınlaştırılacaktır.

Divan Grubu

1956 yılından beri mükemmellik ve kalitenin temsilcisi

Divan markası 1956 yılından bu yana faaliyet gösterdiği alanlarda lider konumda olmuş; güçlü marka imajı, müşteri memnuniyeti, müşteri sadakati ve markaya duyulan güvenle ön plana çıkmıştır.

Palmira A.Ş. ve Mares A.Ş. şirketleri ile otelcilik, yiyecek ve içecek sektöründe faaliyet göstermekte olan Divan Grubu, 7 otel, 17 pastane, 15 market içi fırın, 11 restaurant ve 2 ziyafet birimi ile hizmet vermektedir. Odaklanma stratejisi doğrultusunda Divan markasını otel ve pastane iş kollarında kullanmakta ve marka yaygınlığını, değerini ve imajını destekleyici çalışmalar gerçekleştirmektedir.

2009 yılı Kasım ayında Divan'ın İstanbul'daki üçüncü oteli olan, İstanbul Anadolu yakasının en büyük oteli Divan İstanbul Asia açılmış, 231 odası, 9 toplantı salonu ve kolay erişilebilen merkezi konumuyla iş dünyasının tercihleri arasında yerini almıştır. İstanbul'un mihenk taşlarından olan ve Divan markasının amiral gemisi Divan İstanbul otelinin temeli atılmış ve inşaatı devam etmektedir. Şehir otelcilğinde büyüme ve iş seyahatlerinin yoğunlukla gerçekleştiği iç ve dış pazarlara odaklanma stratejisi kapsamında bir farklılık yaratacak şekilde Divan'ın ilk yurtdışı otel işletme sözleşmesi imzalanmış ve Irak Özerk Bölgesi Erbil'de Divan Erbil Oteli'nin açılması için çalışmalar başlatılmıştır.

2010 yılı başlarında ise 120 odalı Divan Çorlu ve Ankara'daki 19 odalı butik otel Divan Ankara Çukurhan hizmete girecektir.

2009'da Ataşehir'de Divan'ın tasarım konseptini yansıtan bir yeni pastane açılmıştır. Bebek'te bulunan Bebek Divan Brasserie tamamen yenilenerek, "Bebek Brasserie" adıyla faaliyete geçmiştir.

Türk lokumu ve çikolata ihracatı gerçekleştiren Palmira A.Ş., 2009'da yedi ülkeye daha ihracat yapmaya başlamış, şirketin ihracat gelirleri %36 artmıştır.

İhracat odaklı yeni ürün portföyü Londra'da Harrods ve Selfridges, Paris'te Musee du Louvre ve LaFayette, Viyana'da Haas Haas ve Julius Meinl, New York'ta Williams Sonoma gibi seçkin mağazaların yanı sıra havaalanlarında satışa sunulmuştur.



FARKLIYIZ FARKINDAYIZ

Divan Grubu

- Faaliyet alanlarında lider
- Güçlü marka imajı
- Yüksek müşteri memnuniyeti

Setur Marinaları

- Marinalık piyasasının lideri
- Yüksek doluluk oranları
- Güçlü finansal altyapı

KoçSistem

Bilgi teknolojisi sektöründe 65 yıllık tecrübe

KoçSistem, "uçtan uca hizmet verme" anlayışı doğrultusunda, ihtiyaca göre geliştirdiği özel teknolojik çözümleriyle, müşterilerine beklentilerinin ötesinde hizmet vermeyi ilke edinmiştir. Sürekli gelişimini ve kurumsal var oluşunu, "Gücümüz, hayal gücünüz" söylemiyle özetleyen KoçSistem, müşteriye özgün teknoloji çözümleri ve dış kaynak hizmetleriyle müşterilerinin sürdürülebilir büyüme hedeflerini "fark yaratma" stratejisiyle gerçekleştirmektedir. KoçSistem, farklılığını sürekli kılmak için sahip olduğu kurumsal yetkinliklerini ve yaratıcılığını, dünyanın en büyük teknoloji üreticileri ve sağlayıcıları ile kurduğu stratejik ortaklıklarla birleştirmekte, kalıcı iş birliklerine ve başarılarına imza atmaktadır. 2009 yılında KoçSistem, sektörün yaklaşık beş katı kadar büyümüştür. IDC'nin en son açıkladığı raporda, 2008 yılı verilerine göre Türkiye'de Bilgi Teknolojileri Hizmet Pazarı'nda 2'nci sırada yer alan KoçSistem, 2009 yılını, bir önceki yıla göre, TL bazında %30 büyüme ile kapatmıştır.

Ar-Ge merkezinin ilk ürünü: Pixage

KoçSistem, 2009 yılında "Türkiye'deki 5'inci yetkili Ar-Ge merkezi" iznini almış; geliştirilen ilk ürün, bir sayısal yayıncılık yazılımı olan Pixage olmuştur. "Yeni Nesil Sayısal Yayıncılık" iş birliği kapsamında, KoçSistem, Pixage ve Arçelik'in donanımları aracılığıyla yeni bir yayıncılık modelini ortaya çıkarmış; yaklaşık 500 Arçelik ve Beko bayiinde kurulumu gerçekleşen Pixage, yurt dışına da açılmıştır. Pixage ile Liverpool FC TV'nin içerikleri Beko ekranlarından yayımlanmaktadır. İngiltere Premier Lig'deki 20 kulübün stadında Pixage kurulumları tamamlanmıştır. Fida Film de tüm salonlarındaki yaklaşık 500 ekranda Pixage ile yayın yapmaktadır.

Yeni teknolojilerin test edilebileceği üretici bağımsız bir platform olan ve dünyanın en büyük üreticilerinin donanım ve yazılımlarının bulunduğu bir teknoloji merkezi olarak konumlanan "KoçSistem Sahne" ise, 2009'da iş dünyasının hizmetine sunulmuştur.

Çağrı merkezi kârında %67 artış

KoçSistem Çağrı Merkezi Dış Kaynak Hizmet Grubu, 11 Eylül 2009'da Callus Bilgi ve İletişim Hizmetleri A.Ş. adı ile şirketleşmiştir. 2009 yılında, Çağrı Merkezi cirosu %30 artış göstermiş; kârlılık oranı da, bir önceki seneye göre %67 artmıştır. Ağustos 2009 döneminde Anadolu'da bir Operasyon Merkezi yatırımı kararı alınmıştır. Bu karara istinaden yapılan fizibilite sonucunda Samsun'da 500 müşteri temsilcisi, 50 Ar-Ge ve yazılım uzmanının aynı anda hizmet verebileceği bir Operasyon Merkezi yatırımı kararı alınmıştır. Merkez'in tam kapasitede, 850'ye yakın istihdam sağlayacağı öngörülmektedir.

Savunma sanayinde yeni projeler

Türk Silahlı Kuvvetleri Komuta Kontrol Bilgi Sistemi Mesaj ve Evrak Dağıtım Sistemi - 2 projesi olan MEDAS-2, Savunma Sanayi Müsteşarlığı ile Koç Bilgi ve Savunma Teknolojileri A.Ş. arasında 2 Nisan 2009'da imzalanmıştır. 4,5 ay erken teslimat ile 29 Aralık 2009 tarihinde Türk Silahlı Kuvvetleri'nin hizmetine sunulan MEDAS-2 Projesi, sağlanan yüksek müşteri memnuniyeti ile de Savunma Sanayii Müsteşarlığı'nın ender projelerinden biri olmuştur.

Koç Bilgi ve Savunma, Havelsan tarafından geliştirilmekte olan Milli Genel Amaçlı Komuta Kontrol yazılımı içerisinde Taktik Ortam Simülasyonu geliştirme projesini, alt yüklenici KaTron'un da mevcut kabiliyetlerini azami ölçüde kullanacak şekilde, 24 Kasım 2009'da imzalayarak Havelsan için önümüzdeki büyük ölçekli projelerde güvenilir bir alt yüklenici olma adına önemli bir adım atmıştır.

Türkiye'de ilk olarak milli imkanlarla Dalgıç Tespit Sonar'ının tasarım ve geliştirmesi aktivitelerinde 2009 yılı sonu itibarı ile prototip geliştirme fazı tamamlanmıştır.

Kurumsal Risk Yönetimi Uygulamaları

KoçSistem, kurumsal risk yönetiminin en önemli uygulamalarından olan "Kara Para Aklama ile Mücadele Çözümleri ve Sahtekarlık Önleme Çözümleri"ni İş Bankası, Akbank ve Yapı Kredi Bankası'nda başarıyla devreye almıştır. Kurumsal risk yönetimi uygulamalarında, Ankara ve İstanbul'da bulunan, uluslararası akreditasyonunu tamamlamış İşletim Merkezleri (Data Center) ile pek çok sayıda müşteriye İş Sürekliliği ve Felaket Kurtarma Hizmeti sunmuştur.

2010 yılında yaklaşık 12 milyon TL tutarında yatırım yapmayı planlayan KoçSistem, Türkiye'de sektörünün önde gelen firmalarıyla iş birliği içinde çalıştığı ürünlerle, ihracat potansiyeli geliştirmeye odaklanacaktır.



FARKLIYIZ FARKINDAYIZ

- 65 yıllık tecrübe
- 2009 yılında sektörün 5 katı büyüme hızı
- Bilgi teknolojileri sektöründe 2'nci
- Müşteriye özgün teknolojik çözümler
- Güçlü stratejik ortaklıklar

Koç.net

Entegre iletişim çözümleri

Koç.net Türkiye'nin lider alternatif telekomünikasyon işletmecisi olma hedefi doğrultusunda güçlendirdiği altyapısı, teknolojideki öncülüğü, uzman kadrosu, servis kalitesi ve geniş hizmet portföyü ile tüm müşterilerinin ihtiyaçlarına uygun entegre iletişim çözümleri sunmaktadır. Koç.net müşterilerine telefon ve data hizmetlerini (erişim ve güvenlik hizmetleri, hosting ve ASP hizmetleri, kampüs çözümleri, multimedya hizmetleri ve şehirlerarası, uluslararası ve GSM telefon hizmetleri) birlikte sağlamaktadır.

Koç.net, Türkiye'deki yerleşik operatör ve tüm GSM operatörlerinin yanı sıra telefon hizmetleri kapsamında tüm dünyada 100'ün üzerinde uluslararası operatörle çalışmaktadır. Şirket, uluslararası iş fırsatlarını geliştirmek amacıyla 2006 yılından beri Frankfurt'ta bir POP (Point of Presence / Erişim Noktası) işletmekte; British Telecom, KPN (Royal Dutch Telecom), Global Crossing ve Bezeq gibi dünya devleri ile olan işbirliklerini de başarıyla sürdürmektedir.

Kuruluşundan itibaren kurumsal pazara yönelik hizmet veren Koç.net, 2008 yılının Ağustos ayında lansmanını gerçekleştirdiği BiRi markası ile birlikte bireysel pazara da odaklanmaya başlamıştır.



Türkiye'nin en büyük bağımsız operatörü

Koç.net kurumsal data pazarında ve telefon hizmetlerinde en büyük bağımsız alternatif operatör konumundadır. BiRi markası ile pazara en son giren oyuncu olmasına karşın 2009 yılında kazanmış olduğu yüksek abone adediyle ADSL pazarında ve ihracat ağırlıklı toplu satış segmentinde almış olduğu yüksek pazar payları ile başarıya ulaşmıştır.

Koç.net kurumsal ürünlerini direkt satış kanalının yanı sıra Koç.net çözüm ortakları ve Kobiline portalı vasıtasıyla pazara sunarken, BiRi markalı bireysel ürünleri Koç.net, Arçelik, Beko, Keysmart, Apple Premium, Faturavizyon, Altus, Kredixshop ve Index yetkili satıcıları (yaklaşık toplam 4.500 adet) ile pazarda yer almaktadır.



2009 yılında yeni hizmetler

Koç.net'in 2009 yılı içerisinde çıkardığı yeni hizmetler ağırlıklı olarak bireysel ve KOBİ segmentini hedeflemektedir. Bu kapsamda daha yüksek kapasiteli ve hızlı erişim imkanı sağlayan BiRi ADSL2+1'ı pazara ilk sunan operatördür. Ayrıca Aile Koruma, Güvenlik, Vitamin Lise çıkarılan yeni katma değerli hizmetler olmuştur. Yine ADSL pazarına yönelik GSM görüşmeleri dahil sabit bedelli telefon paketlerini pazara ilk sunan operatör olarak pazarın lideri konumundadır.

Uluslararası pazarda ise Türkiye'de bir ilk olan MPLS NNI (network'lerin birleştirilmesi) hizmet modeli Tata Communications ile işbirliği kapsamında devreye alınmıştır. Yine uluslararası pazara yönelik farklı ülke telekom operatörlerine ait trafiklerin başka bir ülke telekom operatörüne teslim edilmesini kapsayan transit hizmeti de, Türkiye'de ilk defa Koç.net tarafından 2009 yılında verilmeye başlanmıştır.

Koç.net, uzun vadeli stratejisi çerçevesinde mevcut kurumsal hizmetlerinin yanı sıra bireysel pazar ve büyüyen KOBİ pazarına yönelik yeni teknoloji ve trendlere paralel hizmetler sunmayı amaçlamaktadır. Bu kapsamda da telekomünikasyon hizmetlerinde yakınsama ile müşterilerine mobil ve sabit iletişim hizmetlerinin hepsini sunabilen servis sağlayıcı olmayı hedeflemektedir.



 **Koç.net**

58
59

FARKLIYIZ FARKINDAYIZ

- Türkiye'nin lider alternatif telekomünikasyon işletmecisi olma hedefi
- Kurumsal data pazarında ve telefon hizmetlerinde en büyük bağımsız alternatif operatör
- Geniş hizmet portföyü

Bilkom

Apple ürünlerinin Türkiye'deki tek yetkili distribütörü

26 senedir bilgi teknolojileri sektöründe faaliyetlerini sürdüren ve Apple ürünlerinin Türkiye'deki pazarlama ve satış faaliyetlerini tek yetkili şirket olarak yürüten Bilkom, 2009 senesinde bünyesine kattığı markalarla, dijital hayat stili sunan, mobilite odaklı ürün portföyünü genişletmiş ve güçlendirmiştir.

Bilkom, "Katma Değerli Dağıtıcı" stratejisi paralelinde, sektöründe lider markaların Türkiye'deki tüm pazarlama, satış, kanal geliştirme ve satış sonrası faaliyetlerini başarıyla yönetmektedir. Mimari çözüm yazılımlarının önde gelen markası Graphisoft, kalem tabletlerde sektör lideri Wacom ve dünyanın en gelişmiş teknolojilerine sahip masaüstü LCD monitörlerinin üreticisi Eizo'nun Türkiye'deki tek yetkili distribütörlük haklarını almıştır.



Bilgi teknolojileri perakende kanalında 700'ü aşkın satış noktası

Sistem entegratörleri, İş Ortakları ve Çözüm Ortakları kanalları ile kurumsal segmentlere ulaşan Bilkom, yetkili iş ortaklarıyla İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa ve Gaziantep'te bulunan Apple Premium Reseller (APR) konsept mağazaları ve perakende satış kanalı ile 700'den fazla noktada ürünlerini müşterisi ile buluşturmakta, ülke genelindeki yetkili servis merkezleri ile satış sonrası teknik servis hizmeti sağlamaktadır. Şirket, aynı zamanda Perakende Zincirleri, Online Mağazalar ve Bilkom eStore ile tekil son kullanıcıya ürünlerini ulaştırmaktadır.

Promena

Stratejik ve sürdürülebilir satın alma hizmetleri

Promena, satın alma sürecinin her noktasında verimlilik ve etkinliği artırmak için e-satın alma ve e-ihale olarak iki temel hizmet sunmaktadır. Promena'nın, satın alma süreçlerini sanal ortama taşıyarak geniş katılım, rekabet, tasarruf ve verimlilik sağlayan hizmetleri, özellikle 2009 yılının zorlu ortamında stratejik önemini artırmıştır. Projelerin toplam satış ve satın alma hacmi 2009'da 500 milyon \$'ın üzerinde gerçekleşmiş; müşterilere yaratılan tasarruf, satın alma projesi başına 2008 senesine kıyasla %8'den, %10,5'e yükselmiştir. Bu kapsamda Topluluk şirketlerine de büyük tasarruflar ve verimlilik sağlamaya devam etmiştir. Promena veritabanında kayıtlı "nitelikli tedarikçi" sayısı 2009'da 8 bini aşmıştır.

Internet tabanlı elektronik satın alma platformu, 2009 yılı içerisinde müşteri ihtiyaçları doğrultusunda 'talepten-faturaya' kadar bütün satın alma süreçlerini kapsayacak şekilde genişletilmiş ve tedarikçilerin, müşteri 'şirket kaynak yönetimi (ERP)' paketleri ile entegrasyonları gerçekleştirilmiştir.

Uluslararası pazarda, Promena, Suudi Arabistan'da bir şirket kurarak yeni bir coğrafyada faaliyete geçmiş ve ilk projelerini başarı ile tamamlamıştır.

Promena, 2010 yılında üyesi olduğu, uluslararası elektronik B2B pazarındaki en büyük konsorsiyum olan ONCE (Open Network for Commerce Exchange)'in yıllık konferansına ev sahipliği yapacaktır.

Zer Merkezi Hizmetler

Merkezi satın alma uzmanlık merkezi

Kurulduğu 2003 yılından bu yana merkezi satın alma misyonunu başarıyla sürdüren Zer Merkezi Hizmetler, 2009'da gerçekleştirdiği ihaleler ve merkezleştirilmiş toplu satın almaların yarattığı sinerji ve ölçek ekonomisiyle, hizmet verdiği Koç Topluluğu şirketlerinin önemli ölçüde tasarruf etmesine katkıda bulunmuştur. Şirket, yıl içinde lojistik hizmetlerini başarıyla devreye almıştır. Zer Merkezi Hizmetler, 2009'da İstanbul Ticaret Odası tarafından 2008 Yılı Başarılı Vergi Mükellefleri Geleneksel Ödülü'ne layık görülmüştür.



RMK Marine

Gemi ve yat inşaatında öncü tersane

Kuruluşu 1974 yılına dayanan ve Koç Topluluğu'na 1997 yılında katılarak RMK Marine adını alan tersane, Tuzla'da gemi ve yat inşaatı, bakım, onarımı konularında hizmet sunmaktadır. Türkiye'nin en büyük özel tersaneleri arasında yer alan, nitelikli ve katma değeri yüksek projelerde büyümeyi öngören RMK Marine; tankerler, açık deniz hizmet gemileri, römorkörler, askeri projeler ve süper yatların inşaatında, bilgi birikimi ve ürün çeşitliliği ile uluslararası sektörde rekabet etmeyi hedeflemektedir.

RMK Marine, Milli Savunma Bakanlığı Savunma Sanayii Müsteşarlığı'nın ihtiyacı olan 4 adet Sahil Güvenlik Arama Kurtarma Gemisi projesi ihalesini kazanarak, özel sektör tarihindeki en büyük muharip gemi projesini üstlenmiş ilk tersanedir. Birinci gemi olan "Dost" Mayıs 2010'da denize indirilecek, 2011 Eylül ayında teslim edilecektir. "Dost"u takiben "Güven", "Umut" ve "Yaşam"da 2012 yılı içinde teslim edilecektir.

2009 yılının önemli gelişmeleri

North Sea Invest AS için inşa edilen ve 153,6 metre boyu ile kendi türünün dünyadaki en büyük gemisi olan çok amaçlı açık deniz konstrüksiyon gemisi North Sea Giant'ın inşaatı, anlaşma süresinden 3 ay erken bitirilerek 2009'da denize indirilmiş ve teslim edilmiştir.

2009 yılında inşaatı tamamlanan, 60 metre uzunluğa, 685 ton ağırlığa kadar yatların denize indirilmesini sağlayan deniz içi raylı kızak, kendi türünün Türkiye'deki ilk örneklerinden biridir..

Sektörde öncü

RMK Marine, geliştirilen dizayn ve elektronik sistemler departmanları ile kendi bünyesinde tasarım ve çözüm sağlayan ilk özel sektör Türk tersanesi olmuştur.

RMK Marine, geliştirilen mobilya atölyesi ile inşaa edilen süper yat, ticari ve askeri gemilerin iç donanımının tasarımını ve üretimini yapabilen ilk tersanedir.

RMK Marine, Kalite Yönetim Sistemi kapsamında Türkiye'deki askeri tersaneler de dahil olmak üzere "AQAP 2110 Endüstriyel Kalite Güvence, Denetim Belgesine" sahip iki tersaneden biridir. Bu belge ile dizayn yeteneği sertifikalandırılmış Türkiye'deki ilk özel sektör tersanesidir.

Süper yat kategorisinde önemli çalışmalar

10 Temmuz 2007'de RMK Marine, Oyster Marine ile Dubois dizaynı Oyster 100 ve 125 feet teknelerin üretimi için anlaşma imzaladı. RMK Marine, iki kez İngiltere Kraliçesi Endüstri Ödülünü kazanan ve dünya üzerinde 1.200'e yakın Oyster yatı bulunan bir firma ile anlaşma imzalayan ilk Türk şirketi olmuştur. Bu anlaşmayla Oyster Marine, ilk kez seri olarak süperyat üretimine, RMK Marine ile başlamıştır. Oyster süperyatlarının ve inşa halindeki projelerin 2010 ve 2011 senelerinde tamamlanmasıyla, RMK Marine isminin süper yat kategorisinde bilinirliği ve pazar payı artacaktır.



Ram Dış Ticaret

Uluslararası ticaretin öncü kuruluşu

Ram Dış Ticaret A.Ş., 2009 yılında değişen koşullara hızla adapte olarak satış gelirlerinde %37 artış sağlamıştır. Piyasalarda yaşanan finansal problemlere rağmen, kârlı büyümesini sürdüren Ram, yerel iş anlayışı, dinamik ve profesyonel kadrosu ile sektörün en eski ve tecrübeli şirketi olmanın avantajlarını kullanmıştır.

Ram, 2009 yılında Azerbaycan, Kazakistan, Özbekistan ve Cezayir'deki temsilcilik ofisleri, Suriye, Irak, Şili ve Kosta Rika'daki acenteleri vasıtası ile portföyüne yeni ürün ve hizmetler eklemiştir. Avrupa Birliği fonlarıyla finanse edilen çevre projeleri takip edilmiş, bu kapsamda çeşitli belediyelere makine ve ekipman satışı yapılmıştır. Ram, kendi markası ile fason üretime 2009 yılında tarım ekipmanlarını da katarak, "Ramagri" markası ile pazarlama ve ihracat çalışmalarına başlamıştır. Şili ve Kosta Rika'dan taze meyve ithalatı başlatılmış; bu kapsamda "Rameyva" ve "Ramana" markaları tescil ettirilerek, pazarlama faaliyetleri sürdürülmüştür. Ram, dış pazarlarda Koç Topluluğu şirketlerinin operasyonlarını ve yeni iş imkanlarını takip ederek, grup sinerjisi yaratmaktadır. Topluluk şirketleri ve onlara hizmet veren yan sanayicilerin ihtiyaçları için, Ram koordinasyonunda yapılmakta olan demir çelik ürünlerinin yurt içi merkezi satın alma faaliyetleri sürmektedir. Boeing firmasına, Azerbaycan, Özbekistan, Kazakistan, Kırgızistan ve Tacikistan'da yolcu uçakları satış ve pazarlama danışmanlığı verilmesine devam edilmiştir.

Ark İnşaat

Ark İnşaat, Koç Topluluğu şirketlerine fizibiliteden projelendirmeye, detay çözümlerden malzeme seçimine, anahtar teslimi uygulamalardan işletmeye almaya, bakım ve onarıma kadar her safhada çağdaş teknolojiye dayalı hizmetler veren bir inşaat taahhüt firmasıdır. Hedefi müşteri memnuniyetini en ön planda tutarak en kaliteli ve güvenilir hizmeti sunmak olan Ark İnşaat, 2009 yılında da çalışmalarını başarıyla sürdürmüştür.