KÖŞE TAŞLARI

KOÇTAŞ'IN ÇEYREK ASIRLIK HİKÂYESİ
(1996-2021)

koçtaş

KÖŞE TAŞLARI

KÖŞE TAŞLARI
Koçtaş'ın Çeyrek Asırlık Hikâyesi (1996-2021)

ARAŞTIRMA, METİN VE TASARIM
Antrikot Kültür Tasarım AŞ
www.antrikot.com.tr

KAPAK TASARIMI: Davut Yücel
İÇ SAYFA DÜZENİ: Engin Kuru
REDAKSİYON: Filiz Açar

PROJE KOORDİNASYONU
Ebru Erdal Darip
Mehmet Emre
Burcu Dinç
Aslı Aydede

BASKI VE CİLT
Filmon Baskı Çözümleri
Eskoop Sanayi Sitesi, B1 Blok, No: 36
Başakşehir 34306 İstanbul Türkiye
T: (212) 671 57 40
www.filmon.com.tr

1. Baskı: İstanbul, Kasım 2021

Bu kitap Koç Holding Kurumsal İletişim
Departmanı'nın katkılarıyla hazırlanmıştır.

© Koçtaş Yapı Marketleri Ticaret AŞ
www.koctas.com.tr

Kaynak gösterilerek tanıtım için
yapılacak kısa alıntılar dışında
yayıncının yazılı izni olmaksızın
hiçbir yolla çoğaltılamaz.

KÖŞE TAŞLARI

KOÇTAŞ'IN ÇEYREK ASIRLIK HİKÂYESİ
(1996-2021)

koçtaş

KOÇ TAŞ
KOÇ TAŞ
KOÇ TAŞ

Koçtaş'ın kurucusu Vehbi Koç'a,
şirketimizi tüm dünyaya açan Mustafa V. Koç'a,
Yönetim Kurulu Başkanımız Sayın Ali Y. Koç'a,
bugünlere gelmemizde emeği olan yöneticilerimize,
bu çatı altında görev yapan bütün Koçtaş çalışanlarına
ve her yeni nefeste bizi evine, ofisine, yaşam alanlarına
misafir eden asıl Koçtaşlılara, müşterilerimize...

İÇİNDEKİLER

Sunuş **9**

Önsöz **15**

BÖLÜM 1 **21**
1955'te Doğan Fikir

BÖLÜM 2 **37**
Dönüşüm Başlıyor

BÖLÜM 3 **49**
Yeniden Kuruluş:
Dünya Deviyle Ortaklık

BÖLÜM 4 **59**
Büyük Format, Büyük Adım:
Koçtaş Kartal

BÖLÜM 5 **69**
Bizden Bir Model: Şişli Cevahir

BÖLÜM 6 **81**
Büyüme Yılları

BÖLÜM 7 **93**
Küçük Formatın Yaratıcısı,
Dijital Dönüşümün Öncüsü

BÖLÜM 8 **117**
Bugünden Yarına

Kısa Tarihçe **129**

Dizin **137**

Kaynakça **144**

Sunuş

Koç Topluluğu'nun yüz yıla yaklaşan tarihinde, Koçtaş'ın çok özel bir yeri bulunmaktadır. Koçtaş bizim, geçmişi çok eskilere dayanan, içinde kurucumuz Vehbi Koç'un vizyonu ve emeği olan, onun savunduğu değerleri bugün hâlâ yaşatan bir markamızdır. Aynı zamanda, Koç adını taşıyan ve Topluluğumuzun müşterilerimizle bire bir temasta olan en büyük tüketici markasıdır.

Koçtaş 90'lı yılların sonunda Mustafa V. Koç'un öncülüğünde, onun büyük çabasıyla yeniden yapılanmış, perakendeye giriş yaparak ülkemizdeki ev geliştirme sektörünün gelişmesinde öncü bir rol üstlenmiştir. O günden beri halkımızın kaliteli ürünlere uygun maliyetlerle, kolayca ulaşmasını sağlamak, onların yaşam alanlarını güzelleştirmek ve hayat standartlarını yükseltmek için çalışmaktadır. Sektördeki yenilikçi uygulamalarıyla tüketici alışkanlıklarında fark yaratmış, yatırımlarıyla ülke ekonomimize katkı sağlamış, yerli tedarikçi ekosistemini büyütmüş, bir anlamda değişimin itici gücü olmuştur. Bütün bu çalışmalar sayesinde bugün ev geliştirme perakendeciliğinin açık ara lideridir.

Koçtaş büyüdükçe sorumluluğu da artmış, zaman içinde sosyal marka olma yolunda da önemli bir mesafe katetmiştir. Eğitim, kültür, sanat, arkeoloji ve çevre konusunda önemli projelere liderlik etmiştir. Özellikle gençlerin ve kadınların istihdama katılımı konusunda örnek bir marka olmuştur. Bugün 23'ü müdür ve daha üstü seviyelerde olmak üzere, çalışanların üçte birini kadınlar oluşturmaktadır. Böylece toplumsal cinsiyet eşitliği açısından sektörüne örnek olmaktadır.

Artık en temel fırsat eşitsizliği olarak gördüğümüz eğitim alanına da yoğun bir destek sunmaktayız. 2020 yılında başlayan "Yanı Başında" projemizle memleketin dört bir yanında, çocuklarımızın okullarını güzelleştiriyoruz.

Son dönemde çok kanallı perakendecilik ve dijital dönüşüm alanlarında attığı cesur adımlarla Koçtaş sektörün önünde yepyeni kapıların açılmasını sağlamıştır. Bu adımlar sayesinde 2020 yılında online alışverişi tercih eden müşterilerimizin oranı mağazalarımızdan alışveriş yapan müşterilerimizin iki katına ulaşmıştır.

Türkiye gibi genç nüfuslu bir ülkede organize perakende büyük potansiyel barındırmaktadır. Ortağımız Kingfisher ile birlikte henüz bu potansiyelin başında olduğumuza inanıyoruz. Koçtaş'ın başarı dolu yolculuğundan esinlenerek perakendeye yatırımlarımıza hız kesmeden devam ediyoruz.

Elinizde tuttuğunuz kitap, Türkiye'nin en sevilen markalarından birisinin hikâyesine ışık tutmaktadır. Bu hikâye bize dönüşüme, yeniliğe olan inancın tüketici tarafından her zaman ödüllendirildiğini gösteriyor. Elbette bu ödül her şeyden önce Koçtaş çalışanlarına aittir.

Bu vesileyle Koçtaş'ın 25. yılını kutluyor, bu yolculukta emeği olan tüm çalışma arkadaşlarıma ve ailelerine teşekkürlerimi sunuyorum.

Ali Y. Koç
Koç Holding Yönetim Kurulu Başkan Vekili
ve Koçtaş Yönetim Kurulu Başkanı

koctas

Önsöz

Türkiye'de ev geliştirme sektörünün lideri olan, uzun yıllardır bünyesinde bulunmaktan gurur ve mutluluk duyduğum Koçtaş'ın, 1955 yılına, Sayın Vehbi Koç'a uzanan tarihi pek çok başarı hikâyesiyle doludur. Fakat belki de asıl başarımız, yaşamın olduğu her yeri geliştirmek ve güzelleştirmek, bunu en kaliteli ve en uygun fiyatlı ürünlerle yaparak müşterilerimizin hayat standartlarını yükseltmek, onlara her zaman ilham vermek ve herkesin kendi evinin ustası olabileceğini göstermek olmuştur.

Merhum Mustafa V. Koç'un vizyoner bakış açısı ve 2000 yılında ortaklık anlaşması imzaladığımız Kingfisher'ın desteğiyle özellikle dijitalleşme ve çok kanallı yapılanmasında perakendeye öncülük ederek Türkiye'nin modernleşme sürecinde önemli bir boşluğu doldurduğumuza inanıyorum. Bir Koç Topluluğu şirketi olmanın verdiği güç ve gururla, %99 bilinirliğe sahip olan Koçtaş bugün sektörünün tartışmasız lideri konumundadır.

Türkiye geneline yayılan yüzlerce mağazası ve binlerce çalışanıyla Koçtaş bulunduğu her bölgenin ekonomisine ve istihdamına katkıda bulunmaktadır. Müşteriyi anlama becerisi, hizmet kalitesi, yenilikçi bakış açısı ve belki de hepsinden önemlisi ekip ruhu ile sektörde ayrışmış, tüm bu özellikleri temsil eden 'Koçtaş Önlüğü' ile tüketicinin kalbinde taht kurmuştur. "Büyük markanın sorumluluğu da büyük olur" inancıyla topluma ve insanlığa değer katan birçok projeye imza atmıştır.

Koçtaş olarak hızla değişen, gelişen ve dijital dönüşüme en iyi ayak uyduran şirketlerden biri olmayı kendimize mis-

yon edindik. Bu nedenle 25. yılımız olan 2021 yılını Koçtaş için "teknoloji yılı" ilan ettik. Dijital dönüşüme yaptığımız yatırımlarla, müşteri memnuniyetini en üst seviyede tutmak için çalışmaya ve bu alanda örnek şirketlerden birisi olmaya devam edeceğiz.

Yıllar içerisinde kendini geliştirirken ülkemizde yapı market sektörünün gelişmesine öncülük eden Koçtaş'ın 25. yılı sebebiyle hazırlanan bu kitap, sadece Koçtaş'ın tarihine değil aynı zamanda Türkiye'de yapı market sektörünün doğuşuna ve gelişimine ışık tutması açısından da önem taşımaktadır. Koçtaş'ı bugünlere getiren, şirketimize kattığı başarılarla 25. yıl kitabının yazılmasına vesile olan tüm Koçtaş çalışanlarını kutluyor, en içten teşekkürlerimi sunuyorum.

Devrim Kılıçoğlu
Koçtaş Genel Müdürü

koctas
Devrim
www.koctas.com.tr

BÖLÜM 1

1955'te Doğan Fikir

Bugünün nesline, üniversitelisine, bekârına, yeni evlisine, YouTube fenomenine sorarsanız, Koçtaş'ı size turuncu rengiyle, yuvaya benzeyen, üçgen çatılı logosuyla tarif eder. Kim bilir, belki de "Koçtaş'a gidiyorum, evimi çok seviyorum" cingılının melodisini mırıldanır. Oysa Koçtaş'ın 20. yüzyılın ortalarına kadar uzanan siyah/beyaz yılları en az günümüzün Koçtaş markası kadar ilham verici ve heyecan doludur.

Bir ev geliştirme ve yapı market markası olarak 25. yılını kutlayan Koçtaş bir zamanlar toptan satış şirketi olarak başladığı uzun yolculuğuyla, Türkiye'nin modernleşme sürecinde önemli bir boşluğu doldurmuştur. Bu yolculuğun arkasındaki akıl ise, elbette Vehbi Koç'tur.

1926'da Ankara'da Koçzade Ahmet Vehbi Firması'nı kuran Vehbi Koç'un en büyük hayallerinden birisi İstanbul'a gitmek, İstanbul'da ticaret yapmak, İstanbul'da başarılı olmaktır. İlk kez 1916 yılında, 15 yaşında geldiği bu şehirden çok etkilenmiş, yıllarca işlerini Ankara'dan İstanbul'a taşımanın planlarını yapmış, uygun fırsatı kollamıştır. Ankara'daki işleri bakkaliyeden hırdavata, hırdavattan köseleciliğe, köselecilikten yapı malzemesine dönünce İstanbul'daki Galata semti malların transferi için önemli bir merkez haline gelir. Vehbi Koç da İstanbul'a geliş gidişlerini sıklaştırır, İstanbul piyasasını yakından tanımaya başlar.

Ankara'nın başkent olması ile birlikte bayındırlık işleri de hız kazanır. Vehbi Koç 1932 yılında kendi ifadesiyle "o zamana kadarki iş hayatının en riskli kararını" verir ve Cumhuriyet'in 10. yıl dönümüne yetiştirmek üzere Ankara Numune Hastanesi'nin ihalesini üstlenir. Artık dikkatini büyük işlere çe-

ANKARA RAHMİ M. KOÇ MÜZESİ'NDE, VEHBİ KOÇ'UN
İŞ YAŞAMINA İLK ADIMINI ATTIĞI MAĞAZAYI TEMSİLEN
OLUŞTURULAN "VEHBİ KOÇ DÜKKÂNI"

virmiş, "zamanın ruhunu" yakalamıştır.

Hastanenin kaba inşaatı bitmiş, sıva, boya, çatı, oluklar, elektrik, su, asansör, özetle başka her iş ona kalmıştır. Sadece 10 ayda bitirmek zorunda olduğu bu proje için Vehbi Koç yatağını bile hastanenin inşaatına taşır. Projeyi tam zamanında ve oldukça zor koşullarda tamamlamayı başarır.

Ankara Numune Hastanesi projesini Elazığ-Palu Demiryolu Hattı, Ankara Devlet Demiryolları Hastanesi, Cebeci Çocuk ve Doğum Hastanesi ve Ankara Hastanesi'nin inşaatları izler. Koç artık inşaat sektöründe epey deneyim kazanmıştır. İstanbul için doğru zaman yaklaşmaktadır.

O sıralar İstanbul'da, başında İsrail Anastasyan Efendi'nin bulunduğu, Ankara'ya alınacak malların tedarikini ve nakliyesini gerçekleştiren bir büro bulunmaktadır. Vehbi Koç, Ankara'da birlikte taahhüt işlerine girdiği Emin Güraç'ı Anastasyan Efendi ile bir araya getirerek, 1935'te İstanbul'daki ilk şirketini kurar: Vehbi Koç ve Ortakları Kollektif Şirketi. Daha sonra, resmi eksiltmelerde pek çok kez rakip olarak karşılaştığı ve çalışma tarzını takdir ettiği, Baker Şirketi'nin mümessili İsak Altabev'i yeni şirkete ortak olarak alır.

Vehbi Koç'un asıl gayesi bir satış mağazası açmak, işlerini buradan büyütmektir. 1939 yılında Galata'da, Fermeneciler Caddesi 90 numarada inşaat malzemeleri satmak üzere ilk mağazasını açar. O mağaza Koçtaş'ın temellerinin atıldığı mağazadır. Başka bir deyişle Koçtaş'ın ilk ofisi aynı zamanda Vehbi Koç'un İstanbul'daki ilk ofisi olma özelliğini taşır.

1939 yılında Muhterem Kolay mağaza müdürü olarak işe başladığında yerli imalat daha yolun başındadır. Mağazadaki ürünlerin büyük bölümü ithal mallardır. Yeni şirket de pek

çok inşaat ve tesisat malzemesinin ithalatını, ihracatını ve satışını yapmaktadır. Türkiye İkinci Dünya Savaşı'na girmemeyi başarmış ancak savaşın getirdiği pek çok yükü sırtlamak durumunda kalmıştır. Pek çok malda kıtlık ve darlık görülür. 26 Ocak 1940'ta çıkarılan Milli Korunma Kanunu'yla gelen önlemler sonradan kaldırılınca devasa fiyat artışları baş gösterir. Bu zor koşullarda, piyasada yer etmiş, ithalatta deneyim sahibi rakip firmalarla rekabet etmek Vehbi Koç için hiç de kolay olmayacaktır.

1945'te Ziya Bengü ve Camcı Niyego'dan ayrılan İsrail Menaşe şirkete katılırlar. Böylece cam şubesi kurulur ve Şişecam bayiliği alınır. Zeki Korman'ın gelişiyle de demir şubesi faaliyete geçer ve portföye Karabük Demir Çelik bayiliği eklenir.

Şirkette yeni bir organizasyona gidilir. İsak Altabev yardımcısı Ziya Bengü ile beraber genel işler ve ithalatla, İsrail Menaşe cam işleriyle, Emin Güraç ve yardımcısı Zeki Korman demir işleri ve resmi taahhütlerle ilgilenecektir. İsrail Anastasyan ise Ankara piyasasıyla ve kısmen de mağaza işleri ile meşgul olacaktır. 1942'de, bu ekiple, Koç Ticaret A.Ş. Galata şubesi açılır, kolektif şirketin işleri de bu şirkete devredilir.

1945-1950 arası Türkiye'nin yavaş yavaş sanayide hamle yapmaya başladığı yıllardır. 1947'de hazırlanan Türkiye İktisadi Kalkınma Planı özel sektöre öncelik veren bir kalkınma stratejisini benimsemiştir. Dış politikada da tamamen Batı'ya yönelen Türkiye toparlanma yoluna girmiştir. Koç Ticaret'te ise kayıplar yaşanmaktadır. Emin Güraç ve İsrail Anastasyan'ın 1950 yılında vefatlarının ardından, 1953 yılında İsak Altabev de şirketten ayrılır. Ziya Bengü, Muhterem Kolay

1940 YILINDA KOÇ TİCARET AŞ ÇALIŞANLARI
AYAKTA: EN SOLDA ŞOFÖR İBRAHİM EFENDİ, SOLDAN ÜÇÜNCÜ İSAK DE ESKİNAZİS, BEŞİNCİ ZİYA BENGÜ
OTURANLAR: EN SOLDA VE EN SAĞDA SEKRETERLER, SOLDAN ÜÇÜNCÜ VEHBİ KOÇ, SAĞINDA FEVZİ KÜTÜKÇÜOĞLU, YANINDA İBRAHİM BEY

ve İsrail Menaşe küçük bir sermaye iştirakiyle şirkete ortak olurlar. İthalat ve koordinasyon işlerine Ziya Bengü, satış ve satın alma işlerine Muhterem Kolay, cam şubesi ithalatına ve yönetimine İsrail Menaşe müşterek ve eş müdür olarak devam ederler.

Vehbi Koç'un ileriyi gören aklı, daha o zamanlar, ona şirketin bir holding hüviyeti alması gerektiğini söylemektedir. Bu nedenle işleri ayrı ayrı şirketler halinde organize etmeye karar verir. Bu yeni organizasyona Galata şubesinden başlanır.

1955 yılının 2 Şubat'ında ortaklar arasında imzalanan protokolle Koçtaş Ticaret Anonim Şirketi kurulur. Vehbi Koç, İstanbul'da 20. yılını tamamlamış, artık Koçtaş adı altında yürütülecek inşaat işleri de bir o kadar yıl, bir o kadar yol katetmiştir. Koçtaş markasının günümüze kadar uzanan hikâyesi de resmen başlamıştır.

Aynı yıl Milli Korunma Kanunu'nun yeniden canlandırılması üzerine, Fer Ticaret Ltd. Şti. adıyla ayrı bir perakende şirketi kurulur. Fer Ticaret, 27 Aralık 1993'te Koçtaş Tic. A.Ş. ile birleşene dek varlığını sürdürecektir.

Vehbi Koç, hayalindeki holdingi 20 Kasım 1963'te hayata geçirir. O tarihe dek Vehbi Koç'un ellerinde büyüyen Koçtaş, tam da Türkiye'de sanayinin ivme kazandığı bir dönemde Koç Holding'in idaresi altına girmiş olur.

Türkiye yuvarlak demir, ham mamulleri, çivi, galvaniz ve demir kazanlar, borular, musluklar, armatürler, bilimum tel, boru parçaları, çelik radyatörler ve kazanlar, cam, fayans, seramik ve daha pek çok mamulü hemen hemen Avrupa kalitesinde üretebilir hale gelmiştir. Buna karşılık ihracatta verimlilik düşmüş, dış ticaretin ithal fazlası nedeniyle açık

vermesinden dolayı ithal imkânları kısıtlanmıştır.

Koçtaş bu konjonktürde sanayiden bayilikler almak suretiyle piyasada önemli bir rol oynamaya başlar. Türk Demir Döküm gibi önde gelen kuruluşlardan İstanbul bayilikleri alınır, birkaç yıl boyunca İzmir'deki Metaş şirketinin imal ettiği demirlerin münhasıran bayiliği yapılır. Koçtaş bu dönemde bazı sanayi girişimlerine de hissedar olarak katılır. 1965'te İzocam, 1966'da Tek-İz Teknik İzolasyon şirketlerinde kurucu ortak olarak yer alır. Geliştirilen yeni stratejiler meyvesini vermiştir: Koçtaş 1969'da toplam ciroya göre Koç Holding'in altıncı büyük şirketi olur.

70'li yıllar yeni fikirler, yeni adımlarla açılır. Ürün gamı genişlemekte, Koçtaş adım adım tüm Türkiye'ye yayılmaktadır. İstanbul'un Anadolu yakasında inşaat işlerinin artması dikkate alınarak 14 Temmuz 1970'te Kadıköy Selamiçeşme'de bir mağaza açılır. Açılış töreni şirketin Türk insanına sunduğu yeni ve keyifli hayat tarzının adeta sembolüdür. O kadar renkli bir açılış töreni yapılır ki, yürüyüşe çıkıp dükkânın önünden geçenlerden bazıları açılışı yapılan dükkânın yapı malzemeleri dükkânı değil de pastane olduğunu düşünerek törene katılırlar ve ikramların tadını çıkarırlar.

Koçtaş'ın kuruluşuyla birlikte yöneticiler arasına katılan, İzocam'ın kuruluşunda ve başarılı olmasında büyük pay sahibi olan, şirketin sembol isimlerinden İsrail Menaşe 1974'te Mecidiyeköy mağazasının açılışını göremeden vefat eder. Aynı yıl bir başka sembol isim Muhterem Kolay da emekli olur.

Koçtaş artık yurt çapında dağıtım ve satış ağını geliştirmeye yoğunlaşmıştır. Antalya, İzmir ve Adana'da mağazalar açılır. 1977 sonuna gelindiğinde, Doğan Büyükfırat'ın genel

müdürlüğünde, İstanbul'da üç, İzmir, Antalya ve Adana'da birer tane olmak üzere toplam altı Koçtaş mağazası bulunmaktadır, personel sayısı ise 130'a ulaşmıştır. Bundan bir yıl sonra Ankara, sonrasında da Şirinevler mağazaları kapılarını açar.

1977 yılı Koçtaş'ın tarihinde sıra dışı bir olaya tanıklık eder. Bir bayram ziyareti için Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'ne (o zamanki adıyla Kıbrıs Türk Federe Devleti) giden Vehbi Koç, Kıbrıs Türk toplumunun kurduğu boru fabrikasının ürettiği malı satamadığını ve kapanma tehlikesiyle karşı karşıya olduğunu öğrenir. Koçtaş'tan Basri Öztekin başkanlığında altı kişilik bir ekibi Kıbrıs'a göndererek fabrikanın ürettiği malın %50'sini satın alır. Böylece hem Yavru Vatan'daki bir sanayi girişiminin ayakta kalmasına destek olunmuş hem de Türkiye'de gittikçe artan galvanizli boru talebi bir ölçüde karşılanmıştır.

1985-86 yılları Koçtaş için önemli bir dönüşüm ve atılım dönemidir. Fermeneciler Caddesi'ndeki Merkez ofis belediyenin Haliç Kıyı Şeridi Projesi kapsamında istimlak edilince ilk günden beri kullanılan bina terk edilir ve 1986 yılının Ocak ayında şirket merkezi Bostancı Kavşağı'ndaki yeni bir binaya taşınır. Yepyeni bir anlayışla tasarlanan, 1.400 m^2 kapalı alanı bulunan bu binanın iki katı, her tür inşaat malzemesinin sergilendiği Yapı Malzeme Teşhir Merkezi olarak organize edilir. Bu o dönem örneğine pek rastlanmayan, oldukça yenilikçi bir sergileme düzenidir.

İlkbahar aylarıyla birlikte, Cumartesi ve Pazar günleri de hizmet vermeye başlayan binanın teşhir salonlarında seramik ve resim sergileri açılır. İnşaat malzemelerinin estetik kalitesi o kadar artmıştır ki sanat eserlerinin arasında hiç de

ÜSTTE:
RAHMİ M. KOÇ, KADIKÖY MAĞAZASININ AÇILIŞINDA
ÇALIŞANLARLA BİRLİKTE

ALTTA:
1970 YILINDA KOÇTAŞ TEKNİK BÜRO ÇALIŞANLARI

yadırganmazlar. İlk başta şaşırtıcı bulunan bu fikir zamanla büyük beğeni toplar ve başka pek çok kuruluş tarafından da uygulanır. Turgut Atalay Güneri'nin yağlıboya tablolarından oluşan ilk sergi ise 1 Nisan 1986 tarihinde açılır.

Dönüşüm bununla sınırlı kalmaz. Yeni depolar kiralanır, son teknoloji ürünü bilgisayar ağı kurulur. Şirket Genel Müdürlüğü ile Bölge Müdürlükleri arasında on-line hizmet dönemi başlar.

Şehrin diğer tarafında, Karaköy piyasasındaki çalışmalar Hırdavatçılar Çarşısı'nın batı kapısında açılan Karaköy mağazasıyla devam etmektedir. Perşembe Pazarı'nın loş ve renksiz ortamına "Akdeniz tipi aydınlık bir yapı" tasarımıyla giren Karaköy Mağazası büyük ilgi görmektedir. İstanbul'un Rumeli Yakası ile Trakya bölgesine dönük hizmetler artık bu mağazadan yönetilecektir.

Ardından Samsun, Mersin ve Erzurum şubeleri gelir. Hatta Diyarbakır'da da bir bölge müdürlüğü açılır. 1985'te görevi M. Yalçın Kütükçüoğlu'ndan devralan Genel Müdür Yıldırım M. Berkol'un *Dünya* gazetesine verdiği röportajda belirttiği gibi "Koçtaş artık tüm Türkiye'ye hizmet veren bir yapı malzemesi şirketi" olmuştur.

Koçtaş için başka iş alanları da açılmıştır. İstanbul, Ankara ve İzmir'deki bölge ve şube müdürlükleri İzocam çatı kaplama hizmetine başlar. Yeni hizmetin renkli araçları şehirde hemen dikkat çeker.

1987 ortalarına doğru, İstanbul-Trakya, Kadıköy, Batı Karadeniz-Marmara, Ankara, Adana ve İzmir Bölge Müdürlüklerine, Mersin, Samsun, Erzurum ve Diyarbakır Büro Müdürlüklerinin de eklenmesiyle birlikte Koçtaş'ın satış

teşkilatı toplam 10 şubeye çıkar. Şirket inşaat malzemesi üreten belli başlı bütün firmaların en önemli satış noktası haline gelmiştir. Bütün Koçtaş hizmetleri, borudan fayansa, vitrifiyeden şofbene, çatı kaplama malzemesinden boyaya kadar yüzlerce Koçtaş ürünü artık Türkiye'nin 60 şehrine ulaşmaktadır. Atılım semeresini vermiş, ciro artış oranlarına göre Koçtaş, Koç Holding'in 7. büyük şirketi olmuştur. 1986 yılı kurumlar vergisi itibariyle Türkiye'nin 500 büyük şirketi içinde 247. sıraya yükselmiştir.

Bugünün Koçtaş müşterisinin en fazla vurguladığı "güvenilir marka" algısı daha o zamanlar zihinlere yerleşmiştir. Nitekim İstanbul Ticaret Odası, 1986 ve 1987 yıllarında yüksek kurumlar vergisi ödeyen şirketleri ödüllendirirken Koçtaş'a da Gümüş Madalya takar. Şirket bu gururu sonraki yıllarda da defalarca kez yaşayacaktır.

İstanbul hızla doğalgaza geçerken, Koçtaş 1988'de genel müdürlük görevini devralan Melih Batılı'nın yönetiminde bu yeni ihtiyaca cevap vermekte gecikmez. 1992'nin Ocak ayında biri Anadolu yakasında Bostancı'da, diğeri Avrupa yakasında Bakırköy'de olmak üzere Koçtaş bünyesinde iki Doğalgaz Isı Merkezi açılır. Merkezler ücretsiz keşif, proje, satış, uygulama ve kontrol hizmetlerini anahtar teslim olarak sunar. Koçtaş, Demirdöküm markasıyla, İstanbul'da kombi satışlarında liderliğe oturur. Zamanla bu başarısını Türkiye'nin doğalgaz giden bütün illerine taşıyacaktır.

O yıllarda dünya yepyeni bir akımla tanışmaktadır. DIY (Do-It-Yourself) "Kendin Yap" akımı özellikle de yapı market sektöründe devasa bir dönüşümün habercisidir. Değişim, dönüşüm, zamanı okuma konusundaki becerisini defalarca

kez göstermiş olan Koçtaş bu yeni akıma da hazırlıklıdır. Her şeyin yeniden tanımlanacağı, günümüze kadar uzanan yepyeni bir başarı hikâyesinin yazılacağı yıllar asıl şimdi başlamaktadır.

14 TEMMUZ 1970'TE AÇILIŞI YAPILAN KADIKÖY MAĞAZASI

BÖLÜM 2

Dönüşüm Başlıyor

90'lı yılların başları Türkiye ekonomisinin yapısal sıkıntılarının iyiden iyiye su yüzüne çıktığı zamanlar. Kamu harcamaları bütçede büyük yer tutuyor, bütçe açığı gittikçe artıyor, döviz piyasası kontrolden çıkıyordu. 5 Nisan 1994 Kararları da yaraya merhem olmaz. Gelir dağılımındaki bozulma, kişi başına gayri safi milli hasıladaki düşüş ve %150'leri gören enflasyon, Koçtaş'ın da içinde bulunduğu inşaat sektörünü derinden etkiler. 1995 yılına gelindiğinde inşaat sektörünün %4.7 oranında küçüldüğü, GSMH içindeki payının %6.7'den %5.9'a gerilediği görülür. Hiç şüphesiz, bunda kamu yatırımlarının kısılmasının rolü büyüktür. Fakat tek sebep bu değildir. İnşaat malzemeleri sektöründe, pazarlama modelleri ve dağıtım kanallarında önemli değişiklikler olur. Koçtaş'ın öncüsü olduğu, toptan satış odaklı geleneksel bayilik sisteminin yanında perakendenin yeni yıldızı "büyük yapı marketleri" ortaya çıkmaktadır.

Aslında değişim çok daha önce başlamıştır. Kökleri 50'li yıllara dayanan DIY (Kendin Yap) akımı 70'lerden itibaren, video kasetlerin de yaygınlaşmasıyla geniş kitlelerin ilgisini çeker. Tüketicinin, bir ustanın yardımı olmadan tamir, bakım, hatta inşaat işlerini kendi başına yapmasını özendiren bu akım eğitim videolarının yardımıyla tüm dünyada yayılmaya başlar. 90'lı yıllarda internetin sunduğu imkânlarla bu yayılım bir tür patlamaya dönüşür.

"Kendin Yap" akımı kendi iş modelini yaratmakta gecikmez: Yapı marketleri doğar. Yapı marketleri kaliteli ürünleri tüketiciye daha hızlı ve daha esnek bir şekilde sunabiliyordu. Artık herkes aradığını uygun fiyata yapı marketlerden almayı tercih ediyordu.

Koçtaş yönetimi bu akımın uzun vadede piyasaya hâkim olacağını, perakendeye yoğunlaşmanın şart olduğunu görür. Semahat Arsel'in başkanlığında gerçekleşen İdare Meclisi toplantılarında konu sık sık gündeme gelir. Rahmi M. Koç, Koçtaş ekibini ön çalışmalar ve araştırmalar yapma konusunda yüreklendirir. Tam da bu noktada, o dönem İnşaat ve Madencilik Grubu Başkanlığı'nı yürüten Mustafa V. Koç'un sihirli eli Koçtaş'ın geleceğine dokunur.

Mustafa V. Koç yurtdışı seyahatlerinden bildiği, beğendiği yapı market konseptinin Türkiye'de olmasını çok istiyordu. Ekonomik veriler tersini işaret etse de cesur ve yenilikçi atılımlardan yanaydı. Koçtaş'ın, Koç ismini taşıyan ve Vehbi Koç'tan gelen kültürel mirasının geleceğe taşınmasını özellikle arzu ediyordu. Bütün bu nedenlerle Koçtaş'ın yapı market konseptine geçmesi fikrini gönülden destekliyordu.

Koçtaş yönetiminin ilk işi, yurtdışına çıkıp dünyanın önde gelen markalarını yakından tanımaya çalışmaktır. Satın almanın başında bulunan Arzu Aslan Kesimer, mimar Tansen İnnap ve İzmir Bölge Müdürü Ümit Tuzcu'dan oluşan bir keşif ekibi kurulur. İngiltere'ye, Almanya'ya ve Fransa'ya yapılan seyahatlerde yapı marketler ziyaret edilir, sergileme konseptleri incelenir, fotoğraflar çekilir, notlar tutulur. Fotoğraf çekmenin yasak olduğu marketlerde resimler akıllara kazınır, koşa koşa dönülen otel odalarında el çizimleriyle kâğıda dökülür.

Elbette iş sergilemeden ibaret değildir. Stok, sipariş ve ödeme sistemleri gibi konularda yapı marketlerinin kendine özgü sistemleri vardır. "Back office" de denilen operasyon alanında ciddi bir know-how kullanılmaktadır. Koçtaş yönetimi

ÜSTTE:
BORNOVA MAĞAZASININ AÇILIŞINDA KOÇTAŞ EKİBİ

ALTTA:
BORNOVA MAĞAZASININ AÇILIŞINDA İZMİR VALİ VEKİLİ
FAHRİ IŞIKSIZ, SUNA KIRAÇ VE MUSTAFA V. KOÇ

bu tespitin üzerine yabancı markalarla iletişime geçer. Fakat görüşmelerden umulan sonuç alınamaz. Pazarın potansiyelini kabul etmekle birlikte hiçbir yabancı marka o tarihlerde Türkiye'ye gelmeye sıcak bakmaz.

Genel Müdür Melih Batılı ve Genel Müdür Yardımcısı Gündüz Başaran bu işi yabancı bir ortak olmadan yapmanın yolunu aramaya başlarlar. Akıllarında Migros'un Bornova'da atıl durumda bulunan deposunu Koçtaş'ın ilk yapı marketine dönüştürmek vardır. Sonunda parlak bir çözümle çıkagelirler. Fransa'daki ticari ataşeliğin yardımıyla Leroy Merlin'den emekli olmuş danışmanlar bulup, onları aileleriyle birlikte Çeşme'ye "tatile" davet ederler. Fransız ekip Mustafa V. Koç'un onayıyla, eşleri ve çocuklarıyla Türkiye'ye getirilir. Bir yandan aileleriyle tatil yaparken bir yandan yeni kurulacak yapı marketin altyapısını onlar kurarlar. Yapılacak işleri listeler, ürün yerleştirme ve kasa düzeni konularında gerekli know-how'ı sağlar hatta 38 kişilik ilk personelin eğitimini gerçekleştirirler.

İlk yapı marketin açılışı için öyle hummalı bir çalışma yapılır ki, Arzu Aslan Kesimer açılışa bir hafta kala, akşam saat 6'da, mesai saati sonunda işten çıkar ve evi yerine hastaneye doğum yapmaya gider. O gece saat 22:05'te gerçekleşen doğumdan kısa bir süre sonra, Erdem Sönmez durumdan habersiz, bir dosyanın yerini sormak için Kesimer'e telefon eder.

Takvimler 24 Mayıs 1996 Cuma gününü gösterdiğinde Koçtaş'ın hikâyesinde bir dönüm noktası aşılır. İlk yapı market İzmir Vali Vekili Fahri Işıksız'ın, Koç Holding İdare Meclisi Başkan Vekili Suna Kıraç ve Mustafa V. Koç'un katılımıyla ve

ÜSTTE:
ANTALYA MAĞAZASININ AÇILIŞ TÖRENİ

ALTTA:
ADANA MAĞAZASININ AÇILIŞ TÖRENİ

%100 yerli sermayeyle Bornova'da açılır. Vehbi Koç'un vefatının üzerinden henüz sadece üç ay geçmiştir.

Bornova'da, 5 bin m^2'lik kapalı alanda, %70'i yerli üretim, %30'u ithal olmak üzere 12 bin çeşit ürün sunan Koçtaş Yapı Marketleri'nin iletişim kampanyasında DIY kavramı da kendine yer bulur. İşini ustaya yaptırmaya alışmış Türk insanı, kendi işini "Kendin Yap"maya özendirilir. Hırdavat şenlikleri, el aletleri şenlikleri, kadınlar için el becerisi yarışmaları, saksı boyama yarışması hatta batarya montaj yarışması düzenlenir. Yıllarca sürecek atölyelerle, sabırla, müşterilere yeni beceriler kazandırılmaya çalışılır. Koçtaş bu dönemde Profesyonel Müşteri uygulamasıyla kapısını ustalara da açar. Tesisatçılar, inşaatçılar, seramikçiler düzenlenen etkinliklerde bir araya getirilir.

Yeni konsept İzmir halkı tarafından o kadar sevilir ki, ürünler kapış kapış giderken otoparkta yer bulunmaz olur. Mağazanın birinci yıl dönümünde büyük bir aile gibi, müşterilerin katılımıyla mangal partisi düzenlenir, hediye çekilişi yapılır hatta 200 kişilik bir doğum günü pastası bile kesilir. Koçtaş ekibi elindeki sınırlı know-how ile müthiş bir başlangıç yapmıştır. Koçtaş markası da modern marka kimliğiyle çeyrek asırlık yeni serüvenine başlamıştır.

14 Temmuz 1997 tarihli Koçtaş İdare Meclisi toplantısında, Topluluğun "daima en iyi olmak" ilkesinden hareketle, şirketin misyonu, vizyonu ve stratejik planı yeniden tanımlanır. Artık hedef, 2010 yılında 52 mağazaya ulaşmaktır.

1998 yılında arka arkaya üç yeni yapı marketinin açılışı yapılır. 17 Temmuz'da Antalya Topçular'da, 16 Aralık'ta Adana'da ve 28 Aralık'ta Balçova'da Koçtaş'lar sırayla boy gösterir.

BODRUM MAĞAZASININ AÇILIŞ TÖRENİ

Yeni konseptle Koç kültürünün mükemmel uyumu, Balçova mağazasının açılışında yaşanan bir olayla hafızalara kazınır. O dönem kredi kartıyla alışverişte kimlik göstermek zorunludur. Mustafa V. Koç sembolik olarak mağazadaki ilk alışverişi yapar. Ödeme için kasaya geldiğinde, kasa görevlisi Neslihan Yerdut kısa bir kararsızlıktan sonra kendisinden kimlik kartını göstermesini ister. Mustafa V. Koç gülümseyerek, herhangi bir tüketici gibi kimliğini çıkarıp ibraz eder. Bu olay ertesi günün gazetelerinde "Kasiyere Patronluk Sökmedi" başlığıyla haber olur. Tabii, "Patrona kimlik soran kasiyer" de ünlü olur.

1999'un 24 Nisan'ında Bodrum mağazasının açılışı yapılır. Bodrum mağazası vatandaşlar kadar ünlülerin de uğrak yerine dönüşür. Fatma Girik'ten Gülriz Sururi'ye, Ardan Zentürk'ten Cemil İpekçi'ye kadar pek çok ünlü ismi günün herhangi bir saatinde Bodrum mağazasında görmek mümkündür.

"Türkiye'nin Yapı Marketi" sloganı sonuç vermiş, Koçtaş sadece üç yıl içinde, beş mağazayla, toplam kullanılan satış alanına göre yapı market piyasasında liderliğe oturmuştur. Bu başarıyı daha da büyütmenin artık tek yolu vardır: Bir dünya deviyle ortaklık.

ÜSTTE:
BALÇOVA MAĞAZASININ AÇILIŞ TÖRENİ

ALTTA:
BALÇOVA MAĞAZASININ AÇILIŞINDA MUSTAFA V. KOÇ KASA GÖREVLİSİ
NESLİHAN YERDUT İLE BİRLİKTE

BÖLÜM 3

Yeniden Kuruluş: Dünya Deviyle Ortaklık

14 Temmuz 1997 tarihli İdare Meclisi toplantısında, mağaza sayısını çoğaltmanın yanı sıra bir başka önemli karara daha imza atılır: 2001 yılına kadar yabancı bir firma ile ortaklık kurulacaktır. Yeni mağazalar birbiri ardına açılsa da, Koçtaş yeni yeni oluşan bu pazarda isminin gücüyle ana oyuncu haline gelmiş olsa da, çok daha fazlası mümkündür. Daha hızlı büyümek, daha iyi hizmet vermek, daha uygun fiyatlara daha kaliteli ürünler sunabilmek ve "daha da fazlası" ancak know-how transferiyle olabilir. Bu yaklaşım aynı zamanda, Vehbi Koç'un ilk yıllarından beri uyguladığı temel iş stratejilerinden birisidir. Bir dünya deviyle yapılacak ortaklığın getireceği enternasyonal satın alma gücü rakipler karşısında Koçtaş'a büyük avantaj sağlayacaktır.

O günden itibaren Gündüz Başaran ve ekibinin yoğunlaştığı ortaklık görüşmeleri 1999 başında sonuç vermeye başlar. Pek çok dünya markasıyla yazışmalar yapılmış, üst düzey görüşmeler gerçekleştirilmiş, yapı marketçiliği konusunda Avrupa'nın birinci, dünyanın üçüncü en büyük şirketi olan B&Q ile görüşmelerde önemli mesafe katedilmiştir. 1 Haziran 1998'de imzalanan gizlilik anlaşmasıyla ortaklık çalışmaları hızlanır.

1969 yılının Mart ayında İngiltere'nin Southampton şehrinde, Richard Block ve David Quayle tarafından kurulan B&Q 1979 yılında, o zamanki adı Woolworths olan Kingfisher Şirketler Topluluğu tarafından satın alınmıştır. Kurucularının soyadlarının baş harfleriyle isimlendirilen B&Q 80'li yıllarda mağaza sayısını 280'e çıkarmış, 1994'te ilk büyük ebatlı mağazasını (warehouse) açmıştır. 1995'te Tayvan'da ve 1999'da Çin'de açtığı mağazalarla uluslararası pazarlara adım

8th February 1999

An excellent store which reflects all the care and attention of the employees. The store is bright and welcoming and the use of retail space is the best I have seen in Koctas. Everyone in the company should be proud of their work.

It is much much better than the second store B&Q opened in England!

Well done and thank you for the warm hospitality.

Bill Whiting
Managing Director, B&Q International UK.

B&Q INTERNATIONAL GENEL MÜDÜRÜ WILLIAM JOHN WHITING'İN
ANTALYA TOPÇULAR'I ZİYARETİNDE İMZA DEFTERİNE DÜŞTÜĞÜ NOT

atmış, internet üzerinden satışlar konusuna da eğilerek, konunun uzmanı Screwfix ile çalışmaya başlamıştır. B&Q 90'lı yılların sonunda 22 bin çalışanı olan, 5 bin ile 14 bin m^2 arasında değişen ebatlardaki mağazalarında 40 bin farklı ürün sunabilen dev bir marka olmuştur. Başka bir deyişle Koçtaş için ideal ortak adayıdır. Artık her şey Mustafa V. Koç'un kişisel dokunuşuna hazırdır.

Mustafa V. Koç, B&Q International CEO'su William John Whiting ile görüşmeyi bizzat kendisi yapar. Bu görüşmede ikisi arasında sıcak ve dostane bir hava oluşur. Bu samimiyet görüşmelerin seyrine hemen sirayet eder. Vakit kaybetmeden Türkiye'ye bir ziyaret yapılması planlanır. Bir gün içinde üç şehre gidilecek, mevcut mağazalar ziyaret edilecek, akşam İngiltere'ye dönülecektir. 8 Şubat 1999 tarihinde Mustafa V. Koç, William John Whiting'i özel uçağıyla İstanbul'a getirir. Antalya Topçular, Bornova ve Balçova mağazaları ziyaret edilir. Whiting sorular sorar, notlar alır, Topçular imza defterine yüreklendirici bir not düşer ve akşam saat 6 sularında yorumlarını da eşyalarıyla birlikte valizine kilitleyip Türkiye'den ayrılır.

Bir süre sonra çalışmalar yeniden başlar. Taraflar olası ortaklık formülleri üzerinde çalışır. Önce sadece know-how paylaşımı üzerinde durulur. Lisans anlaşması seçeneği masaya yatırılır. Fakat görüşmeler ilerledikçe, eşit ortaklık fikri ağırlık kazanır.

B&Q ortaklık anlaşması çerçevesinde yeni bir şirket kurulmasını, o güne kadar Koçtaş bünyesinde beraber faaliyet gösteren toptan ve perakende işlerinin ayrılmasını teklif eder. Böylece mağazacılık ve perakendecilik işi, yeni

kurulacak şirkete devredilecektir. Şirketin, %50 hissesi Koç grubunda, diğer %50 hissesi de B&Q'da olacaktır. Sonunda anlaşma sağlanır. Bir simge haline gelmiş olan Koçtaş ticari markası da yeni şirkete devredilir.

29 Şubat 2000 tarihinde İstanbul'da gerçekleştirilen imza törenine Koç Holding İnşaat ve Madencilik Grubu Başkanı Mustafa V. Koç, Kingfisher Strateji Geliştirme Direktörü Ian Cheshire, B&Q International CEO'su William John Whiting ve Koçtaş Genel Müdürü Gündüz Başaran katılır. Divan Oteli'nde atılan imzalarla ortaklık resmen başlar. 2000'li yıllara, dünyanın en büyük 200 şirketi arasında yer alma hedefiyle giren, bu bakış açısıyla yabancı şirketlerle ortaklığa özel önem veren Koç Holding bu ortaklıkla, yapı marketçiliği pazarındaki hedeflerine doğru önemli bir adım atmıştır. İmza töreninde Mustafa V. Koç 30-40 milyon dolarlık bir yatırımla, 10 bin m^2 büyüklüğünde bir mağazanın açılacağının müjdesini verir.

Yeni markanın hangi ismi alacağı uzun tartışmalara konu olur. İlk seçenek B&Q'dur. Öte yandan hazırda, bilinirliği ve tüketicide yarattığı güven duygusu ile elde Koçtaş markası vardır. Koç Holding'de içinde Koç adı geçen yeni bir marka yaratılmaması kararı olduğu halde bir istisna yapılır. Semahat Arsel, Mustafa V. Koç, Sevgi Gönül, Muhterem Kolay, Nevzat Tüfekçioğlu ve Melih Batılı'dan oluşan İdare Meclisi, Vehbi Koç'un Koçtaş'ının marka olarak devam etmesine karar verir. Bu tercihi B&Q yönetimi de onaylayınca yeni kurulan şirketin adı Koçtaş Yapı Marketleri A.Ş. olarak ilan edilir. Koçtaş 31 Mayıs 2000 tarihi itibariyle resmen faaliyete geçerken, toptan satış işleri Koç-Yapı adı altında ayrı bir şirkete aktarılır.

1955 yılında toptan satış odaklı olarak inşaat sektörüne

ORTAKLIK İMZA TÖRENİNDE KOÇTAŞ GENEL MÜDÜRÜ GÜNDÜZ BAŞARAN, KOÇ TOPLULUĞU İNŞAAT VE MADENCİLİK GRUBU BAŞKANI MUSTAFA V. KOÇ, B&Q INTERNATIONAL CEO'SU WILLIAM JOHN WHITING VE KINGFISHER STRATEJİ GELİŞTİRME DİREKTÖRÜ IAN CHESHIRE

hizmet vermek üzere kurulan Koçtaş benzersiz bir dönüşüm yolculuğundan geçmiş, yenilene yenilene 21. yüzyıla ulaşmıştır. B&Q ortaklığıyla sektörde rekabet üstünlüğünü de elde etmiş, müşterilerine daha geniş ürün yelpazesi sunan bir yapı market zincirine dönüşmüştür. Bu zinciri tüm Türkiye'ye yaymak için artık her şey hazırdır. İlk büyük adım, elbette İstanbul'da atılacaktır.

KOÇTAŞ VE KINGFISHER EKİPLERİ

BÖLÜM 4

Büyük Format, Büyük Adım: Koçtaş Kartal

Yeni Koçtaş'ta, Koç kültürü ve yerel pazar bilgisi dünya çapında bir tedarikçinin becerileriyle buluşur. Yeni markanın değerleri şöyle kâğıda dökülür: Vizyon başlığının karşısına, "Türkiye'nin 1 numaralı yapı marketi olmak" cümlesi yazılır. Yeni misyonun tarifi ise "Türkiye'deki tüm şehirlerde büyük formatta yapı marketler açarak pazar lideri olmak"tır. "Uygun bütçelerle müşterilere yaşam alanını geliştirme imkânı sunmak ve böylece daha az maliyetle daha iyi bir yaşam kalitesi sağlamak" markanın "varlık sebebi"dir. Enflasyonu düşürücü etkisi bilinen perakende sektörünün bir markası olarak Koçtaş, Vehbi Koç'un memleket meselesine hizmet etmeyi sürdürmektedir. Ana amaç hiç değişmemiştir: Tıpkı memleketi için dertlenen Vehbi Koç gibi, her zaman Türk insanının refahına katkıda bulunmak.

B&Q ile ortaklıkta büyük emeği olan Gündüz Başaran'ın ardından, genel müdürlük pozisyonuna ilk kez yabancı bir isim atanır. İngiltere'de B&Q'nun Bölge Müdürlüğü'nü yapan Kerrin Qualters Koçtaş'ın yeni genel müdürü olur. Yönetim kurulunda B&Q'yu, B&Q International Direktörü Steve Gilman temsil edecektir. Ancak İstanbul'un ve Boğaz'ın güzelliğiyle büyülenen Gilman & Qualters'ı bazı zorluklar beklemektedir.

19 Ağustos 1999'da gerçekleşen, Türkiye'yi derinden sarsan, emlak ve inşaat sektörünü ise allak bullak eden Düzce depreminin etkisi henüz silinmemiştir. Konuta güven iyiden iyiye azalmış, belediyeler inşaat ruhsatı vermeyi kesmiş, yapı denetim mevzuatı bir türlü tam olarak hayata geçirilememiştir. 2000 yılında resmen başlayan inşaat yasağına bir de 19 Şubat 2001 ekonomi krizi eklenmiş, enflasyon

oranı toptan eşya fiyat endeksinde %88.6'yı görmüştür. İnşaat sektörünün girdiği durgunluktan kurtulması daha uzun zaman alacaktır.

Qualters aynı zamanda yepyeni bir tüketiciyle de karşı karşıyadır. Asistanının taşınırken, evini bir ustaya boyattığını öğrendiği gün bu gerçeğin farkına varır. Oysa İngiltere'de aynı konumdaki birisi büyük ihtimalle kalkıp bir B&Q mağazasına gidecek, fırçasını boyasını alıp hafta sonu evini kendisi boyayacaktır. Belli ki Türk insanı henüz Kendin Yap'a mesafelidir.

İyi haber ise Steve Gilman'ın İngiltere'den transfer ettiği ekibin dışında Koçtaş'ta bulduğu, Koç kültürüyle yetişmiş sıra dışı çalışan profilidir. Özellikle kadın çalışan sayısının fazlalığı ona umut verir. Kadınların istihdama katılımı en baştan beri Koçtaş'ın öncelikleri arasında yer almıştır. Bu yaklaşım yapı sektörü, inşaat ve hırdavat malzemeleri gibi geleneksel olarak erkeklerle ilişkilendirilen bir alanda müşterileri de bakış açılarını değiştirmeye zorlamaktadır. Bir gün Balçova mağazasında, mağaza müdür yardımcısı Bedriye Pelin Demirci yerine ısrarla erkek personelden hizmet almak isteyen bir müşteri mağaza müdürüne kadar gider. Mağaza müdürü Soner Düzgün müşterisini dinledikten sonra, meseleyi kendisi çözmek yerine yine Bedriye Pelin Demirci'ye danışır. Kendisine gereken parçanın "deve boynu menteşe" olduğunu kadın çalışandan öğrenen müşteri hayretler içinde kalır.

Koçtaş, yepyeni bir anlayışla, yeni bir kulvarda, kapılarını ardına dek geleceğe açmıştır. Bu yeni kulvarın sembolü, devasa metrekarelere yayılan, tüketiciye binlerce çeşit ürünü aynı çatı altında sunabilen büyük format mağazalardır. Türk tüketicisi bu formatla ilk kez birkaç yıl önce Bauhaus

markası vesilesiyle tanışmış ancak aradan geçen zamanda fazla bir gelişme olmamıştır.

Yeni genel müdür Kerrin Qualters'ın ilk adımı Koçtaş'ın tedarikçilerini bir araya getirmek olur. 23 Kasım 2000'de, o zaman Koç Holding Mali İşler ve Denetim Koordinatörü olarak görev yapan Levent Çakıroğlu'nu da yanına alarak Kuruçeşme Divan Otel'de 250 tedarikçiyle buluşur. O buluşmada Koçtaş'ın hedeflerini açıklar. Toplantı sonunda "büyük formatlı" bir haber verir. İlk büyük format Koçtaş mağazası Kartal'da açılacaktır ve mağazanın inşaatına çoktan başlanmıştır. Bu mağaza Koçtaş-B&Q ortaklığının ilk mağazası olacaktır.

Bu toplantıdan altı buçuk ay sonra, 2 Haziran 2001'de, Koçtaş Kartal 180 personeliyle hizmete girer. Toplam 18 bin 500 m^2'lik araziye yayılan mağazanın 8 bin 700 m^2'si satış alanı olarak düzenlenmiştir, açılış süreci çok yoğun bir çalışmaya sahne olmuştur.

Mağaza tamamen B&Q mağazalarının standartlarına göre, İngiltere'den getirilen şartnameler baz alınarak inşa edilir. Mağazanın kurulumu yine İngiltere'den gelen ekiplerin nezaretinde yapılır. IT sisteminden etiket sistemine kadar her detay uluslararası örneklere uygun olarak hazırlanır. Mağaza ekibi için 2 bin kişiyle iş görüşmesi gerçekleştirilir. Çalışmalar o kadar uzar ki motivasyonu sağlamak için sık sık barbekü partileri, şarkı yarışmaları ve bowling turnuvaları organize edilir.

Yeni mağaza rakiplerinden çok daha geniş bir ürün yelpazesi sunmaktadır. B&Q'nun Hong Kong ve Tayvan'daki bağlantıları kullanılarak sezonluk ve promosyonel ürünler

ithal edilir. Banyo, mutfak ve bahçe gibi dekorasyonu da kapsayan ürün skalası bir yeniliktir. Türk insanın, özellikle de kadın müşterilerin ihtiyaçlarına böylece cevap verilmektedir. Bu sayede yapı marketleri sadece erkek müşterilerin oyun alanı olmaktan çıkar.

Nakliye ve garantili montaj gibi hizmetler hemen dikkati çeker. Profesyonellere ve şirketlere hizmet vermek için de bir ticari ekip kurulur. Bütün bunlar biraz da, Operasyon Müdürü Alp Önder Özpamukçu'nun, B&Q'nun 3 bin sayfalık manuelini satır satır çevirip Türkiye'ye adapte etmesiyle mümkün olmuştur.

Kartal sıcakkanlı, çalışkan ve eğitimli personeliyle daha ilk andan farkını ortaya koyar, modern konseptiyle tüketicinin beğenisini kazanır. Kartal mağazasının açılışı o kadar ses getirir ki, Koçtaş bünyesinde çalışan herkes yıllarca, "Kartal'da mı çalışıyorsun?" sorusuna muhattap olur.

2000'li yıllarda bir başka önemli değişim rüzgârı pazarlama iletişimi alanında eser. Tescilli Marka (Trademark) olmaktan Güven Duyulan Marka (Trustmark) olmaya geçen markalar artık Aşk Markası (Lovemark) olmanın yolunu tutmuştur. Holistik iletişim, 360 derece kampanyalar, tüketiciyle kurulan bağı ürün iletişiminin önüne koyan akım zamanın ruhuna hâkim olmuştur. 2001'den itibaren B&Q pazarlama organizasyonunun parçası haline gelen Koçtaş bu rüzgârı arkasına alarak bir nihai tüketici markası olma yolunda ilerler. Bu süreçte B&Q'nun Uluslararası Pazarlama Direktörü Justin Leese'in de desteğiyle çağdaş anlamda markalaşma çalışmalarına başlanır.

1996'da bir çalışkanlık sembolü olarak Karınca amblemini

ÜSTTE:
KARTAL MAĞAZASININ AÇILIŞ TÖRENİNDE YÖNETİM KURULU BAŞKANI MUSTAFA V. KOÇ, KARTAL BELEDİYE BAŞKANI MEHMET SEKMEN VE GENEL MÜDÜR KERRIN QUALTERS

ALTTA:
KARTAL MAĞAZASININ AÇILIŞ TÖRENİNDE KERRIN QUALTERS VE MAĞAZA ÇALIŞANLARI

seçen Koçtaş 1997'de lacivert renkli Koçtaş logosuna, Kartal mağazasının açılışıyla birlikte B&Q turuncusunu kullanan yeni logoya geçiş yapar. İlk kez modern anlamda bir pazarlama kampanyası yürütülür ve ilk televizyon reklamı yayına girer. "Her şey eviniz için" sloganı yerleşir. Lansman kampanyası B&Q Uluslararası Pazarlama Konferansı'nda "En İyi Pazarlama Kampanyası" seçilir. Kampanya kapsamındaki doğrudan pazarlama faaliyetleri, özellikle de "Kendin Yap'çı Çocuklar" ve huzurevi aktiviteleri en başarılı uygulamalar olarak değerlendirilir. Koçtaş o yıl, *Capital* dergisinin "Türkiye'nin En Beğenilen Şirketleri" araştırmasında perakende kategorisinde üçüncülüğü Metro Gross Market ile paylaşır.

Bu süreçte iki ortak, kültürel farklılıklara rağmen mükemmel uyumu yakalar. O kadar ki, konsantre olmak için dolmakalemiyle oynayan Gilman bu alışkanlığından vazgeçer ve Yönetim Kurulu toplantılarında Mustafa V. Koç'un hediyesi olan tespihi kullanmaya başlar.

Bütün bu gelişmelere rağmen ekonomik krizin etkileri yeni formatın eksikleriyle bir araya gelir ve Koçtaş hedeflerine uzak kalır. Şirket arka arkaya zarar açıklarken, "yoksa bu iş tutmayacak mı" düşüncesi sessizce herkese sirayet eder. Bu karamsar tablo daha birkaç yıl sürer, ta ki Koçtaş yeni bir buluşla, oyunun kuralını yeniden tanımlayana dek.

Üstelik bu kez, bizden bir modelle!

KARTAL MAĞAZASINDA "KENDİN YAP'ÇI ÇOCUKLAR"

BÖLÜM 5

Bizden Bir Model: Şişli Cevahir

2002 başlarken Koç Holding'de Koçtaş'ın geleceği yoğun bir şekilde tartışılmaktadır. B&Q ile ortaklıktan gelen know-how'a rağmen İngilizlerin mağaza formatı istenen sonucu vermemiştir. B&Q tarafının da gidişattan memnun olmadığı bilinmektedir. Ancak bir kişi tersini düşünmekte, perakendeye inancını korumakta, önünde sonunda Koçtaş'ın başarılı olacağını savunmaya devam etmektedir. O kişi, Mustafa V. Koç'tan başkası değildir. Mustafa V. Koç, Kingfisher CEO'su Sir Geoffrey Mulcahy'ın da desteğiyle Yönetim Kurulu'nu Koçtaş'ın doğru yolda gittiğine inandırır, ardından taptaze bir ismi, Levent Çakıroğlu'nu genel müdürlüğe getirir.

Perakende sektöründe şirket yönetme deneyimine sahip olmasa da Levent Çakıroğlu, Koç Holding'de Koçtaş'ı en yakından takip eden isimlerden birisidir. Uzun süredir Koçtaş dahil birçok şirketin mali denetimini yapmaktadır. B&Q ile ortaklık sürecinde de görev almış, imzanın ardından hem yönetim kurulunda hem de iki ortağı temsilen oluşturulan icra kurulunda Koç Holding'i temsil etmiştir.

Levent Çakıroğlu meseleye dışarıdan bakmak ister. Sadece mecazi anlamda değil pratik anlamda da! Bu yüzden üç ay yurtdışında kalır, İngiltere, Tayvan ve Çin'deki mağazaları gezer, gezmekle kalmaz bizzat mağazalarda çalışır. Türk ve İngiliz tüketicilerinin alışveriş alışkanlıklarını gözlemler. İngiliz tüketicisi daha çocukken öğrendiği "Kendin Yap" felsefesini yetişkin evinde bire bir uygularken Türk tüketicisi, Türkiye'de işçilik maliyetlerinin görece düşüklüğü nedeniyle

işini ustaya yaptırmaya alışıktır. Başka bir deyişle, "Kendin Yap" yerine "Benim İçin Yapsınlar" (Do-It-For-Me) düşüncesindedir. B&Q'dan alınan mağaza formatının Türkiye'ye, bizim tüketicimize göre adapte edilmesi şart görünmektedir. Şimdi o 3 bin sayfayı geriye doğru okumak, yüzlerce yeni sayfa eklemek gerekecektir. İşin püf noktası ise "müşteriyi dinlemek"tir.

Koçtaş bir süreliğine iletişimi sessize alır, arka arkaya tüketici araştırmaları yaptırılır. Herkes müşteriyi dinlemeye, beklentileri anlamaya odaklanır. Dinledikçe özgün fikirlere kapı açılır, baştaki karamsarlık yavaş yavaş yerini her şeyi yeniden tanımlama heyecanına bırakır. Henüz kimse bilmese de, bu deneyim uzun yıllar Koçtaş kültürüne yön verecek, başarı hikâyelerine zemin oluşturacaktır.

Levent Çakıroğlu'nun oluşturduğu yeni ekip dinamik ve esnek çalışma düzenine çok iyi uyum sağlar. Bir aile gibi kenetlenir, eğitimden eğitime koşar, benzersiz bir ekip ruhuyla, özveriyle dönüşüme sahip çıkarlar. Her sabah "Koçtaş çekerek" işlerine dört elle sarılırlar. "Çevik yönetim" anlayışıyla perakendenin hızına uygun bir çalışma düzeni kurulur. Mağazadan toplanan veriler anında değerlendirilir, karar alma mekanizması hızlandırılır. İhtiyaçlar anında tespit edilerek çözümler beklemeden hayata geçirilir.

Sadece ekip yönetiminde değil hizmette de Koç kültürü şirkete iyiden iyiye hâkim olur. Artık temel farklılaşma noktası müşteriyle yakın ilişki kurmaktır. Örneğin bir ürünün yerini soran müşteriye ürünün yeri tarif edilmez, onun yerine

LEVENT ÇAKIROĞLU VE KOÇTAŞ EKİBİ

rafa kadar kendisine eşlik edilir. Bu alışkanlık güzel bir anekdota da vesile olur. Bir gün yaşı ilerlemiş bir hanımefendi, o gün Koçtaş önlüğüyle mağazada bulunan Levent Çakıroğlu'na tuvaletin yerini sorar. Çakıroğlu tuvaletin kapısına kadar kendisine eşlik eder. Müşteri bu davranıştan o kadar hoşnut kalır ki, "Levent Bey oğlum, çok teşekkür ederim. Eve dönünce genel müdürünüze bir mektup yazıp memnuniyetimi mutlaka ifade edeceğim" der.

Yeni hizmet önerisinin önemli bir parçası da ustalarla kurulan iş birliğidir. Müşterilere ustalardan ve uzmanlardan ücretsiz danışmanlık hizmeti sağlanır. "Garantili Usta Servisi"yle montaj ve uygulama hizmeti verilmeye başlanır.

Koçtaş bu süreçte yavaş yavaş "Kendin Yap"tan, "Kendin Al" (Buy-It-Yourself) anlayışına geçer. "Mağaza içinde mağaza felsefesi" olarak adlandırılan sistemle, müşterilerin reyonlar arasında kaybolmadan rahatlıkla alışveriş yapabilecekleri bir mağaza düzenine geçilir.

El aletleri, inşaat, tesisat, ahşap, kapı gibi ürünleri ön plana çıkaran ve daha ziyade erkek müşterilere hitap eden "Sert Format"ın (hard format) yeterince geniş bir hedef kitle oluşturmadığı anlaşılmıştır. Dekorasyon, ev gereçleri, aydınlatma gibi kategorilerin önde olduğu "Yumuşak Format"a (soft format) ağırlık verilir. Böylece markanın kadın tüketicilerle ilişkisi güçlenir, hedef kitlesi genişler. Bir yandan da 1996'da başlayan müşteri aktivitelerine, ücretsiz atölyelere hız verilir. Dekorasyon teknikleri eğitimi, ahşap boyama yarışması, mum yapma dersleri düzenlenir, mağazalar tüketicinin vakit

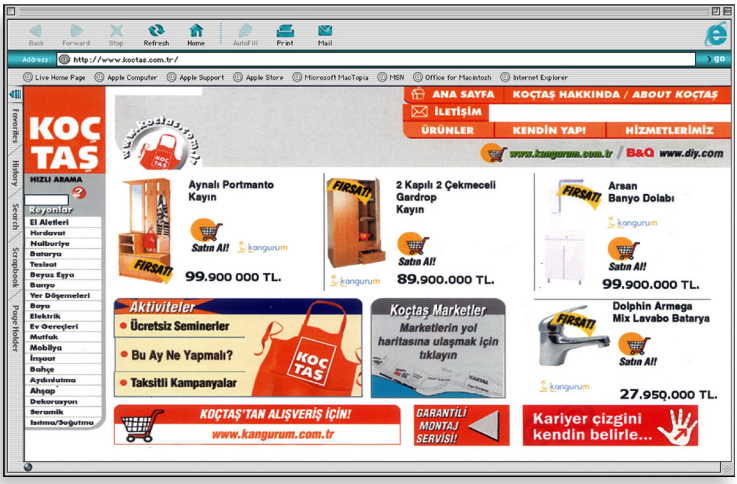
geçireceği mekânlara dönüştürülür.

B&Q'yla ortaklığının gücüyle, Avrupa'daki trendler yakından izlenerek ürün tedarikinde önemli adımlar atılır. Dünyanın her yerinden kaliteli ve ucuz ürünler Türkiye'ye taşınır. Mobilya Şenliği yapılır, çocuk odaları için Disney Home ürünlerinin satışına başlanır. Yaza doğru bahçe mobilyaları, yıl sonuna doğru yılbaşı süsleri gelir. Çiçekten çimentoya 45 bin ürün raflarda yerini alır. Artık Koçtaş mağazalarında "şarkı söyleyen jakuzi" bile bulmak mümkündür.

Mayıs 2002'de Koçtaş sektöründe bir ilke imza atarak www.kangurum.com.tr ve www.koctas.com.tr adreslerinden online satışa başlar. Bir yıl sonra "Türkiye'nin neresinde olursanız olun arayın getirelim" sloganıyla Telefonla Sipariş Hattı devreye girer. Böylece Koçtaş ürünleri, mağaza bulunmayan ya da internet erişimine sahip olmayan şehirlere de ulaşır.

Bütün bu anlayış değişikliği elbette marka konumlandırmasına da yansır. "Yapı marketi" konumlandırmasından vazgeçilip, ortaya çıkan özgün format "ev geliştirme merkezi" olarak tanımlanır.

2003 gelirken Koçtaş mağazaları yeni bir anlayışla düzenlenmiş, şirket yeniden kâra geçmiş, hatta önceki yılların zararı da telafi edilmiştir. Ekip harıl harıl yeni açılacak mağazalar için yer arar. Yönetim Kurulu göreve başlarken Levent Çakıroğlu'na bir adet Altın Mermi (Golden Bullet) hakkı vermiştir. Bunun anlamı şudur: Sadece bir mağaza daha açılacak, onun sonucuna göre durum değerlendirmesi



KOCTAS.COM.TR WEB SİTESİNİN İLK TASARIMI

yapılacaktır. Oysa gelinen noktada Koçtaş ekibi bir değil üç mağazaya ihtiyaç olduğuna inanmaktadır. Levent Çakıroğlu yönetim kurulunun karşısına çıkar ve üç mağaza daha açmak için yetki ister. Hem alınan başarılı sonuçların yardımı hem de Mustafa V. Koç'un desteğiyle onayı alır. Birkaç yıl aradan sonra büyüme stratejisine geri dönülmüştür.

2004'ün Haziran ayında Bodrum mağazası yenilenirken sıra dışı bir denemeye girişilir. Yenileme operasyonu mağaza kapatılmadan yapılacaktır. Bir tarafta tadilat sürerken öbür tarafta müşteriler alışveriş yapmaya devam edecektir. Steve Gilman ilk kez böyle bir uygulamayla karşılaşmaktadır. En az %20 iş kaybı olacağına dair mağaza müdürü Can Gençtürk ile deyim yerindeyse iddialaşır. Gençtürk iş kaybının %10'dan fazla olmayacağını söyler. Operasyon planlandığı gibi gerçekleştirilir. Sonuçlar ise herkes için şaşırtıcı olur. Mağaza sadece %7'lik iş kaybıyla baştan aşağı yenilenmiştir. Bodrum'u yenileme operasyonu kendi başına bir know-how haline gelir. Yıllar içinde pek çok mağaza B&Q yöneticilerinin şaşkın bakışları altında kapatılmadan dönüştürülür. Böylece önemli ölçüde operasyonel verimlilik ve tasarruf sağlanır.

Koçtaş sessiz bir devrimden geçerken Türkiye de ekonomik krizi arkasında bırakmaktadır. Ekonomik program işe yaramış, IMF anlaşması ve Avrupa Birliği'yle yakınlaşma adımları, büyüme rakamlarına olumlu yansımıştır. Piyasalara yeniden pozitif bir hava hâkim olur. 2005'e gelindiğinde Koç Holding de önemli atılımlar yapar. Yapı Kredi, Tüpraş ve Tansaş gruba katılır. Bu dönemde, 2000'lerle birlikte başlayan

alışveriş merkezi furyası tüketici kanallarına iyiden iyiye hâkim olur.

Koçtaş böyle bir ortamda, dört yıl aradan sonra ilk mağazasını, o tarihte dünyanın üçüncü büyük alışveriş merkezi olan Şişli Cevahir'de açar. Bu bir alışveriş merkezinde açılan ilk yapı marketidir, sektörde örneği yoktur.

B&Q başta bu yeni modele biraz mesafeli yaklaşır. Çünkü AVM içinde yapı marketi açmak sistemde önemli değişiklikler gerektirmektedir. Mal tedariki için gereken transfer alanları AVM'lerde bulunmaz. Tavan yüksekliği olması gerekenin epey altındadır, raf sisteminin değişmesi şarttır. Koçtaş ekibi tüm zorlukları göze alır. Çünkü AVM'lerin benzersiz bir gücü vardır, tüketici artık oradadır.

Dört ay süren geceli gündüzlü bir çalışmayla 8 bin m^2'lik Koçtaş Şişli Cevahir mağazası 3 Eylül 2005 tarihinde, alışveriş merkezinin açılışından bir buçuk ay önce hizmete girer. Ortaya müthiş keyifli bir model çıkar. Bu Türkiye'nin geliştirdiği bir modeldir, bizden bir modeldir. Hepsinden önemlisi, Koçtaş müşterilerinin beklediği modeldir.

Açılış gününde mağazaya rekor sayıda kişinin gelmesi, bu işin başarılı olacağının işaretidir. Nitekim fizibilite çalışmalarına göre Şişli mağazası o dönem Kingfisher bünyesindeki tüm mağazalar içinde en yüksek geri dönüşü ve yatırım verimliliğini sağlayan mağaza olur.

Büyük zorluklarla başlayan bir dönem sonunda meyvesini vermiştir. Koçtaş en güçlü olduğu yere, tüketicisiyle arasındaki bağa sarılmıştır. Perakendecilik alanında ciddi bir know-

how biriktirmiş, Türkiye pazarını ve müşterisini çok iyi anlamış, kimliğini bulmuş, genç ve yaratıcı ekibiyle "büyümenin eşiğinde bir markaya" dönüşmüştür. Bundan sonra bir daha yeniliklerin ardı arkası kesilmeyecek, Koçtaş günbegün zirveye yerleşecektir.

BÖLÜM 6

Büyüme Yılları

Şişli'de yakalanan başarı Koçtaş'ın önündeki kapıları sonuna kadar açmıştır. Uzun zamandır ertelenen büyüme planları arka arkaya hayata geçirilirken, başarı hikâyeleri de birbirini izler. Ne de olsa, perakende bisiklete binmek gibidir. Koç Holding Turizm, Gıda ve Perakende Grubu Başkanı Ömer Bozer'in, Albert Einstein'a atıfla söylediği gibi, "düşmemek için sürekli pedal çevirmek" gerekir.

16 Aralık 2005'te Edremit'te, 4 Mart 2006'da Kuşadası'nda açılan mağazalar Ankara'da yapılacak büyük açılışın provası gibidir. Müşterisiyle bütünleşmiş, Koç kültürüyle olgunlaşmış Koçtaş ekibi, 12 bin m^2 satış alanıyla, o zamana kadarki en büyük mağazayı, sadece 28 günde açılışa yetiştirmek durumundadır. Eski yeni mağaza müdürleri dahil pek çok kişi desteğe gelir. Ekip bir otele kapanıp üç günde yaklaşık 300 kişiyle iş görüşmesi yapar, 140 kişi işe alınır.

Açılışa 20 gün kala Steve Gilman son kontroller için Ankara'ya gelir. Henüz mağazanın zemin seramikleri bile döşenmemiştir. Eksi 18 derece sıcaklıkta buz pateni sahasına dönen zeminde ayakta durmak bile iştir. Gilman bir durum değerlendirmesi yapar ve Sadık Güven'e mağazanın yetişmesinin "imkânsız" olduğunu söyler.

Açılıştan bir gece önce, mağazanın önü bir şantiye gibi inşaat artıklarıyla doludur. Ancak Güven mağazayı açmaya kararlıdır. Açılışa siyasetten en üst düzeyde katılım beklediklerini söyleyerek belediye yetkililerini alarma geçirir. Bir anda belediyenin tüm iş makineleri mağazanın önüne yığılır. Sabaha kadar süren bir çalışmayla, 7 Nisan 2006'da Ankara ANKAmall, Koçtaş'ın 9. mağazası olarak hizmete girer. Gil-

man'ın klasikleşen motivasyon taktiği yine sonuç vermiştir.

Ankara'nın ardından 24 Temmuz 2006'da ikinci en büyük Koçtaş mağazası olan İstanbul Yenibosna açılır. Aynı dönemde, 2002'de öncü bir girişim olarak hayata geçen koctas.com.tr sitesi baştan aşağı yenilenir, taptaze yazılım ve arayüzle yeniden lanse edilir.

2006 yılında bir başka başarı hikâyesi, Koçtaş'ın ilk mağazası olan Bornova'dan çıkar. Steve Gilman mağazayı ziyarete gitmiştir. Normalde bir mağazanın, bulunduğu bölgede 10 yıldan sonra yataya geçmesine alışıktır, pazar payının korunmasını başarı olarak görmektedir. Bornova ise o yıl sıra dışı bir performansa imza atmış, daha Eylül ayında yıllık ciro hedefine ulaşmıştır. Gilman karşılaştığı tablodan o kadar etkilenir ki bir jest yaparak, ceketini çıkarır, "bu işi sen daha iyi biliyorsun" dercesine, mağaza müdürü Erol İzünsoy'a uzatır.

Mağazalar arttıkça Koçtaş'ın farkı iyiden iyiye ortaya çıkar. Bu fark elbette Koç kültüründen gelmektedir. Müşteriyi anlama becerisinin, hizmet kalitesinin, yenilikçi bakış açısının ve belki de hepsinden önemlisi ekip ruhunun önemi iyice belirgin hale gelmiştir. Bütün bunları temsilen ortaya bir de sembol çıkmıştır: Koçtaş önlüğü.

Koçtaş ekibinin 1998'de, Kingfisher ile ilk görüşmeler sırasında görüp Türkiye'ye getirdiği önlük ortaklıkla birlikte iyice benimsenmiş, müşterilerin gözünde Koçtaş ile özdeşleşmiştir. Levent Çakıroğlu'ndan başlayarak tüm genel müdürler Koçtaş'ı ziyaretlerinde önlüklerini giyer, mağazayı üzerinde isimleri de yazan önlükle gezerler. Ekiple yakınlaşır, müşterilerle sohbet ederler. Nitekim, önlük bir uzmanlık i-

fadesidir, aynı zamanda bir hizmet sözüdür. Önlüğü giyen kim olursa olsun, mağazanın sadece personeli değil bir anlamda mal sahibidir.

Kingfisher ile dünyanın, bir Koç Topluluğu üyesi olarak da Türkiye'nin nabzını tutan Koçtaş yeni açılışlarla birlikte bir büyükşehir markası olmaktan çıkıp Türkiye markası olma yolunda son hız ilerler. İlk mağaza Bornova'dan 11 yıl sonra 11. mağaza, 22 Mart 2007'de İzmit'te açılır. Balçova mağazası yeni yerine taşınır. Aynı yıl içinde Eskişehir, Mersin ve Alanya'da açılan üç yeni mağaza ile Koçtaş'ın mağaza sayısı 15'e ulaşır.

2007 satışlarda %47, müşteri sayısında %41 ve satış alanı büyüklüğünde %63'lük artışla çarpıcı bir yıl olarak kayda geçer. Koçtaş artık Türkiye'de, kendi kategorisinde, mağaza sayısında ikinci, toplam mağaza alanında lider markadır. Türkiye'nin her bölgesine yayılmış, organize yapı market sektöründe pazarın %40'ını kontrol eder hale gelmiştir.

Arka arkaya gelen başarılar Holding yönetimini de heyecanlandırır. İlk günden beri bir eli hep Koçtaş'ın üstünde olan Rahmi M. Koç bir gün Pazarlama Direktörü Arzu Aslan Kesimer'i arayıp mevcut logoyu yenilemelerini ister. Hatta tasarım çalışması için dünyaca ünlü tasarımcı Ivan Chermayeff ile çalışılmasını önerir. 2007 sonunda, Chermayeff'in yaptığı tasarımla Koçtaş logosu son kez dönüşür ve bugünkü şeklini alır.

Çok sevilen Koçtaş cingılı da yine bu dönemde ortaya çıkar. Yeni cingılın arkasındaki hikâye Koçtaş'ın tüketicisini dinleme becerisinin bir kanıtıdır. Araştırma gruplarından birinde bir kadın müşteri "Ben çok sık gidiyorum Koçtaş'a,

DÜNDEN BUGÜNE KOÇTAŞ LOGOLARI

ÜSTTE:
1996'DAKİ KARINCA SEMBOLÜ

ORTADA SOLDA:
1997 YILINDA KULLANILMAYA BAŞLANAN MAVİ LOGO

ORTADA SAĞDA:
2001'DE KULLANILMAYA BAŞLANAN TURUNCU LOGO

ALTTA:
2007 YILINDA IVAN CHERMAYEFF TARAFINDAN TASARLANAN
KOÇTAŞ LOGOSU

haftada iki gün gidiyorum. Koçtaş'a gidiyorum çünkü evimi seviyorum" der. Bu söz bestecinin elinde "Koçtaş'a gidiyorum, evimi çok seviyorum"a dönüşür ve sonra da dillere dolanır. 2008 yılında Yetenek Sizsiniz yarışmasında ve 23 Nisan törenlerinde bu cingıl söylenir. Cingılın etkisi o kadar büyür ki, dünyaca ünlü pazarlama gurusu Guy Kawasaki'nin kulağına kadar gider. Kawasaki bir sonraki yıl Perakende Günleri'nde yaptığı sunumda, Koçtaş cingılını örnek olarak gösterir.

Sadece birkaç yıl içinde Koçtaş, Koç Holding'in kendi personeliyle tüketiciye dokunan en önemli markası haline gelmiştir. Mayıs 2007'de Levent Çakıroğlu 1 milyona ulaşan müşterisiyle Koçtaş'ı, vekâleten Alp Önder Özpamukçu'ya bırakarak Migros'a genel müdür olur.

Alp Önder Özpamukçu, 1995 yılında muhasebede, raporlama bölümünde işe başlayan, Koçtaş'ın neredeyse her köşesinde görev alıp Operasyondan Sorumlu Direktör konumuna kadar yükselen bir isimdir. 2008 başında, Koçtaş'ın kendi içinden yetişen ilk genel müdür olarak resmen ataması yapılır.

Koçtaş'ın başarısı rakiplerin de iştahını kabartır. Özellikle yabancı markaların dikkati Türkiye pazarına yoğunlaşır. Koçtaş'ın sertleşen rekabete cevabı yeni açılışlar, yeni büyüme hamleleri olur. 2008'de arka arkaya Ankara Çankaya, Trabzon, İstanbul Edirnekapı, Konya ve İzmir Karşıyaka Koçtaş mağazaları açılır. Bunları 2009'da İstanbul Beylikdüzü, Antalya Dokuma, Kayseri ve Denizli mağazaları izler. 2010 yılında ise mağaza listesine Gebze ve Adapazarı mağazaları eklenir.

Koçtaş 2010 yılında, En Beğenilen ve Tercih Edilen Perakende Markaları Araştırması'na göre, alışveriş merkezi ziyaretçilerinin, farklı kategorilerde, en çok beğendiği ve tercih ettiği 10 markadan birisi olur. Dekorasyon ve mobilya kategorisinde ise birinci seçilir.

2010 sonunda Bursa Nilüfer'de 30. mağazanın açılışı yapılır. 15 yıl önce toplam 150 kişilik personelle yola çıkan Koçtaş 2 bin 700 kişiye ulaşan kadrosu ve %45'lik pazar payıyla sektörün lideri haline gelmiştir. Mustafa V. Koç açılışta, 2011 hedefini ciro bazında 1 milyar lira olarak ilan eder.

Türkiye ekonomisi dünyanın en büyük 10. ekonomisi olma yolunda ilerlerken, Koçtaş-Kingfisher ortaklığı da 10. yılına ulaşır. Bornova'nın 15. yıl dönümü bunu kutlamak için mükemmel bir fırsat sunmaktadır. Koçtaş ekibi Koçtaş müşterileriyle kol kola, Ayhan Sicimoğlu ve Koçtaş Bandosu'nun eşliğinde keyifli dakikalar yaşar. Günün asıl sürprizi, Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç'tan gelir. Bizzat sahneye çıkarak perküsyonun başına geçer, bongo çalarak Koçtaş cingılına eşlik eder. Koçtaş'a olan ilgisi, sevgisi işte bu kadar yürekten, bu kadar samimidir.

2011 yılı gelecek on yıllara damga vuracak yeni bir stratejinin nüvesini barındırmaktadır. Ankara Gordion ve İstanbul Bahçeşehir mağazalarının ardından Koçtaş 19 Kasım 2011'de, yine Ankara'da, "yeni nesil" mağazalarının ilkinin açılışını yapar. Eryaman mağazası 9 bin m^2'ye yayılan yepyeni bir formatla çok kanallı (omnichannel) pazarlamaya geçişin ilk işaretidir. Bu yeni nesil mağazalar Türkiye'nin en eski "alışveriş merkezi" olan Kapalıçarşı'dan ilhamla tasarlanmaktadır.

ÜSTTE:
BORNOVA'NIN 15. AÇILIŞ YIL DÖNÜMÜ ETKİNLİĞİ

ALTTA:
MUSTAFA V. KOÇ, BORNOVA KUTLAMA ETKİNLİĞİNDE AYHAN SİCİMOĞLU İLE BİRLİKTE SAHNEDE

Eryaman'ın açılışı vesilesiyle İngiltere Büyükelçisi David Reddaway'in ev sahipliğinde düzenlenen resepsiyonda Koç Holding CEO'su Turgay Durak'a, Kingfisher Grubu CEO'su Ian Cheshire da eşlik eder. Ian Cheshire açılışta yaptığı konuşmada Koç Grubu'nun Kingfisher için rüya gibi bir partner olduğunu ifade eder. Mağaza açılışları orada kalmayacak, Kayseri Forum ve İzmir Gaziemir ile devam edecektir.

Koç Holding Turizm, Gıda ve Perakende Grubu Başkanı Tamer Haşimoğlu, Koçtaş'ın geldiği noktanın resmini şöyle çeker: Koçtaş 19 ilde, 36 mağazayla 3 binden fazla kişiyi istihdam etmekte, 200 bin m^2'ye ulaşan toplam satış alanında binlerce müşterisini ağırlamaktadır. 7 bin 500 kalem ürünle başlayıp her mağazada ortalama 40 bin kalem ürüne ulaşan Koçtaş yaklaşık %45'lik pazar payıyla sektörünün öncü kuruluşu konumundadır. Ancak Türkiye'de organize perakendenin hâlâ gidecek çok yolu, Koçtaş'ın hâlâ koşacak büyük hedefleri vardır.

Koçtaş büyürken her şey büyümüş, değişmiş, dönüşmüştür. Ekonomi büyümüş, Türkiye değişmiş, tüketici dönüşmüştür. Artık her şey bir sonraki atılıma, ev geliştirme sektöründe her şeyi yeniden tanımlayacak yepyeni bir formata hazırdır. Ortalama 300 m^2 büyüklükte olan, "organize nalbur" benzetmesi yapılan bu yeni formatın ilk örneği, Koçtaş Fix adıyla 2012 sonunda lanse edilir. İstanbul Çekmeköy'de açılan Fix Taşdelen mağazasıyla Koçtaş yeni bir büyüme stratejisine geçiş yapar.

Şimdi tüm Koçtaş bu yeni girişime "Fix"lenmiştir.

İLK KOÇTAŞ FIX MAĞAZASI TAŞDELEN'İN AÇILIŞI

BÖLÜM 7

Küçük Formatın Yaratıcısı, Dijital Dönüşümün Öncüsü

"Küçük format" mağazacılık Koçtaş'ın uzunca bir süredir üzerinde düşündüğü, ortağı Kingfisher'ın ise İngiltere'de birkaç kez deneyip sonuç alamadığı bir modeldir. Şehir içinde kolay ulaşılabilir noktalarda yer alan, müşterilerin otomobilleriyle büyük mağazalara gelip alışveriş yaptıkları mevcut sistem yerine onların ayağına giden, ustaların da günlük ihtiyaçlarını görebilecekleri yeni bir mağazacılık biçimidir. Diğer bir tabirle "Mahalleli Koçtaş"tır. Ancak Fix hiç de kolay bir girişim değildir. Yoluna sancılı bir başlangıç yapacak, pek çok deneme yanılmaya sahne olacaktır.

İlk deneme, Kingfisher'ın, ticari müşterilere satış yapan Screwfix modelinden esinlenilerek Organize Sanayi'de yapılır. Kurumsal müşterilere satış yapan mevcut depo, Fix mağazasına dönüştürülür. Ancak mağazalaşmanın kurumsal müşteriler için uygun olmadığı hızla anlaşılır. Yola Koçtaş adını küçük, Fix adını büyük kullanan, turkuaz renkli bir kurumsal kimlikle çıkılmıştır. Ancak tüketicinin gözü bildiği sevdiği Koçtaş'ı arar, yeni markanın kimliğiyle bağ kurmakta zorlanır. Bütün zorluklara rağmen Koçtaş ekibi bu işte, Ali Y. Koç'un büyük desteğine sahiptir.

Mustafa V. Koç 2013 başında, kuruluşundan itibaren büyük emek verdiği Koçtaş'taki Yönetim Kurulu Başkanlığı görevini Ali Y. Koç'a devreder. Fix projesine ilk andan itibaren sahip çıkan Ali Y. Koç, Koçtaş Yönetim Kurulu Başkanı sıfatıyla ilk mağaza açılışını Kahramanmaraş'ta yaparken, Fix mağazalarının sayısı üçe ulaşmıştır bile.

Koçtaş ekibine göre Fix sadece bir yenilik değil aynı zamanda bir zorunluluktur. Geleneksel pazarın hâlâ önemli bir

gücü vardır. Koçtaş gibi markalar için daha fazla büyümenin yolu, mağaza sayısını artırarak sokaklara yayılmaktan geçmektedir. Ayrıca küçük formata yönelmek için tüm koşullar olgunlaşmıştır. Markanın gelişmiş omnichannel becerileri sayesinde mağaza dahil müşteriye dokunulan her kanalda onları tanımak ve beklentilerine uygun hizmetleri sunmak mümkün hale gelmiştir. Böylece bir mağazada 5 bine yakın ürün sergilenirken, Tıkla Gelsin isimli dijital kiosklarda 30 bin ürünü müşteriyle buluşturmak mümkün olmuştur.

Fix'in Türkiye'deki hızlı gelişimini merakla takip eden Kingfisher aynı dönemde benzeri bir formatı İngiltere'de denemeye başlar.

2014 yılı ev geliştirme pazarında sıra dışı bir yıl olur, yabancı rakipler sırayla Türkiye'yi terk etmeye başlar. Praktiker, Baumax ve Leroy Merlin ülkeden çıkış kararı alarak mağazalarını kapatma sürecine girerler. Koçtaş ise bir yandan Fix'i geliştirirken diğer yandan büyük format mağazacılığa yatırım yapmayı sürdürür.

1 Mart'ta Adana'daki ikinci Koçtaş mağazası M1 açılır. Bunu 23 Mayıs'taki Mall of İstanbul ve 15 Ekim'deki Kocaeli Başiskele mağazaları izler. Fix zincirine de Küçükyalı eklenir. Koçtaş Türkiye'nin en büyük 500 şirketini belirleyen Fortune 500 Türkiye sıralamasında 2014'ü 122. sırada tamamlamayı başarır.

İlk yıllardaki mağazalaşma stratejisinin tersine Fix'ler önce İstanbul'da çoğalacaktır. 2015'te Maltepe, Göztepe, Bahçeşehir, Acıbadem ve Can Park AVM Fix mağazaları açılır. Koçtaş aynı yıl iki büyük format mağazanın daha açılışını yapar. 20 Mayıs 2015'te Samsun mağazası, 16 Haziran'da da Di-

YENİLENEN CEVAHİR MAĞAZASININ AÇILIŞ TÖRENİ

yarbakır mağazası hizmete girer.

2016 tüm Türkiye'yi yasa boğan, acı bir haberle başlar. Koçtaş'ın en büyük destekçisi, hamisi, vizyoneri Mustafa V. Koç 21 Ocak'ta hayata gözlerini yumar.

Koçtaş ekibi "mavi gözlü patron"unu kaybeder ama yolunu kaybetmez. Mağaza ağı Balıkesir Edremit ve İstanbul Viaport mağazalarıyla gelişir. Ayrıca İstanbul'da beş yeni Fix mağazasının açılışı yapılır. Bu mağazalar Zekeriyaköy, Ataşehir, Ayşeçavuş, Bağlarbaşı ve Çekmeköy'dür. Bu arada, yapılan araştırmalar sonucunda, 2017'de, kurumsal kimlikte değişiklik yapılmasına karar verilir. Fix logosu, Koçtaş'a kimliğini veren turuncuya geri döner ve tüketicinin zihninde yeniden Koçtaş ile bütünleşir.

Fix zinciri hızla büyürken, teknolojinin yardımı olmadan perakendede büyümenin sınırlı kalacağını fark eden Koçtaş teknoloji altyapısına yatırımlarını artırır. Levent Çakıroğlu'nun Koç Holding'de başlattığı dijital dönüşüm hamlesinden hareketle Koçtaş'ta da bazı adımlar atılır. Yeni Pazarlama Direktörü Ebru Erdal Darip'in dikkatini çeken ilk şey insert, katalog gibi iletişim materyallerinin çokluğu olur. Koçtaş'ın kendini kâğıtta değil ekranlarda anlatan bir markaya dönüşmesi için harekete geçer. Dönüşümün ilk adımları, geleneksel metotlarla çalışmaya alışmış ekiplerden direnç de görür. Ancak persona bazlı iletişim, kişiselleştirilmiş reklam modelleri gibi yeniliklerin aslında tamamen müşteri odaklı uygulamalar olduğu, mağazaya gelen müşteri sayısına doğrudan katkı yaptığı anlaşıldıkça ekipler dönüşüme sahip çıkmaya başlar. Koçtaş bu dönemde sadece kullandığı pazarlama metotlarını yenilemekle kalmaz, tam anlamıyla bir kültürel dönüşümden

geçer. Önceden mağaza ziyaretleri ve araştırmalarla tanımaya çalıştığı müşterilerini artık pek çok kanaldan topladığı veriyi işleyerek okumaya başlar. Çünkü çağ artık veri analitiği, robotik yöntemler ve süreç otomasyonu çağıdır.

2017 yılında Koçtaş İstanbul'da Emaar mağazasının ve Şişli Profilo Cadde'de Fix mağazasının açılışını yapar. Aralık ayında gerçekleştirilen Koç Holding 31. Üst Düzey Yöneticiler Toplantısı'nda Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu, başlattığı "dijital dönüşüm" hamlesinin önemini anlatırken bir kez daha müşteri odaklı olmanın, yenilikçiliğin ve girişimciliğin altını çizer. Topluluk şirketlerinin müşteri verisi, CRM ve çok kanallı stratejileri konularında yaptıkları başarılı çalışmalardan bahsederken iyi örnek olarak, Koçtaş'ın sadakat programını gösterir. Koçtaş bu programı yeniden yapılandırarak, kartlı işlem cirosunu bir yılda %7'den %75'e çıkarmıştır. Bu arada 10 milyonuncu müşterisine de ulaşmıştır.

2018'in Mart ayında, Koçtaş tarihinde özel bir yeri olan Şişli Cevahir mağazası tepeden tırnağa yenilenir, kolay alışveriş imkânı sunan yeni bir tasarımla tüketicinin karşısına çıkar. Böylece son üç yılda yaptığı 80 milyonluk yatırımla Koçtaş tüm büyük mağazalarının dönüşümünü de tamamlamış olur.

Yenilenen mağaza formatında, tüm kategoriler kendi içinde birer dükkân haline getirilmiştir. Müşterilerin mağaza içi yolculuklarını kategorilerin arasından geçerek yapmaları sağlanmıştır. Dekoratif kategoriler mağaza girişine yerleştirilirken, ana koridor üzerinde showroom alanları oluşturulmuştur. Mağazadaki tüm alanlar, müşterilere dokunacak ve ilham verecek şekilde tasarlanmıştır. Bu arada, 18 Nisan'da Ankara'da Panora mağazasının açılışı da yapılır.

Tarihler 24 Mayıs 2018'i gösterirken, müşterilerinin evlerini güzelleştirmek amacıyla çimentodan çiçeğe her türlü ihtiyaca tek çatı altında cevap veren Koçtaş, 19 ilde 41 Koçtaş ve 17 Koçtaş Fix mağazasıyla, toplam 230 bin m^2'lik satış alanıyla ciro bazında pazar lideri olmuştur. Kingfisher ortaklığı 18. yılını tamamlarken, müthiş bir know-how transferinin yanı sıra Türk üreticisi için de önemli fırsatlar yaratılmış, o yıl 140 milyon dolarlık ihracata kapı açılmıştır.

2018 dijital dönüşüm açısından Koçtaş için başarılarla dolu bir yıl olur. Dünyada perakende dijitalleşerek evrilirken, e-ticaret çok kanallı perakendeciliğe kayarken Koçtaş da dijital pazarlama alanına yoğunlaşmış, birkaç yıl içinde dijitalin toplam satışlar içindeki payını iki katına çıkarmıştır. Bu öngörü International Data Corporation (IDC) Türkiye tarafından düzenlenen "IDC CIO Ödülleri 2018" kapsamında 'Yılın En İyi Değişim Yönetimi' kategorisinde birincilik ödülüyle taçlanır. Koçtaş, Koç şirketleri arasında tüm kategorilerde birincilik ödülü alan tek şirket unvanına sahip olur.

Facebook, Google ve Oracle ile birlikte yaratılan dijital başarı hikâyeleri tarihe geçer. Facebook'ta yapılan etkileşim kampanyası o güne dek, Facebook'un, dünya çapında Türkiye'den yayımladığı ilk ve tek başarı hikâyesi olur. Google ile de benzeri bir çalışma yapılır. Bu çalışma da dünyada pek çok Google sunumunda başarılı örnekler arasında gösterilir. Oracle ile iş birliği içinde yapılan "İndirimin Kralı" kampanyasının kurgusu ise dünyada bir ilktir.

Türkiye'nin mobilleşme hızına uyum göstermek üzere 2018'de, akıllı telefonlar için ilk Koçtaş uygulaması çıkar: Ustabilir. İlk "Kendin Yap" denemelerinden itibaren ustalarla yakın

KOÇTAŞ BİLGİ TEKNOLOJİLERİ DİREKTÖRÜ UĞUR SERKAN TAŞKIN
IDC CIO ÖDÜLÜNÜ ALIRKEN

ilişki kurmaya önem veren Koçtaş bu uygulamayla hem işinin ehli ustalara avantaj sağlamayı hem de tadilat işleri için usta arayışında olan Koçtaş müşterilerinin hayatını kolaylaştırmayı hedeflemektedir. Daha önceleri mantar panolara kartvizitlerini iğneleyen ustalar, Ustabilir uygulaması sayesinde eğitim programlarına katılıp mesleki yeterlilik sertifikalarını alırlar. Uygulama üzerinden, komisyon ödemeden, müşterilerle buluşmaya başlarlar. Öte yanda mağazalarda ustaların birikimlerini paylaştıkları "Usta Seansları" devam etmekte, Koçtaş Usta Kart sahibi usta sayısı 20 bine yaklaşmaktadır. Tecrübeli Koçtaş çalışanlarından seçilen Usta Temsilcileri ise ustaların mağazalardaki en büyük destekçileri haline gelmiştir.

Bir süredir yayında olan *Yaşayan Evler* dergisi de internete taşınır, "Yaşayan Evler" adıyla blog haline getirilerek Koçtaş müşterileri için bir ilham kaynağına dönüştürülür. Bu dönemde hayata geçirilen #güzelfikir kampanyası ise Koçtaş'ın tüketiciyle kurduğu güçlü bağa dinamizm katar.

2018'de bir akıllı telefon uygulaması da Koçtaş çalışanları için yaratılır. Son yıllarda bir işveren markası olarak da adından söz ettirmeye başlayan Koçtaş, Gücümüz Sensin adlı bu uygulamayla, hem kendi çalışanlarına hem de alt işveren çalışanlarına şeffaf bir yapı sunar. Kullanıcılar uygulamaya girerek, anlık olarak durum takibi yapma imkânına kavuşurlar.

"Büyük markanın sorumluluğu da büyük olur" düşüncesinden hareketle kurumsal sosyal sorumluluk projelerine ayrılan kaynak artırılır. Koç Topluluğu'nun "Ülkem İçin Engel Tanımıyorum" projesi kapsamında tüm mağazalar engel-

KOÇTAŞ MAĞAZALARINDAKİ DİJİTAL KIOSKLAR

li vatandaşlar için kullanışlı hale getirilir. Adana, Samsun ve İstanbul'da ZİÇEV (Türkiye Zihinsel Yetersiz Çocukları Yetiştirme ve Koruma Vakfı), Kocaeli'de ise KOÇ-DER'in (Kocaeli Otizmli Çocuklar Derneği) tüm tadilat ve yenileme çalışmaları üstlenilir. DenizTemiz Derneği/TURMEPA iş birliğiyle hayata geçirilen "Doğayı Çok Seviyorum" projesi kapsamında naylon poşetlerin kullanımı %60 oranında azaltılır. Anel Doğa iş birliğiyle "Geri Dönüşüm İyi Gelecek" projesi ve ÇEVKO Vakfı iş birliğiyle "Atık Ambalaj Geri Dönüşümü" projeleri hayata geçirilir. TEMA Vakfı iş birliğiyle gerçekleştirilen ve Koçtaş çalışanlarının yeni doğan bebekleri için dikilen fidanların sayısı 4 bine ulaşır. Yaşam kültürüne olduğu kadar tarihsel kültür mirasına da sahip çıkan Koçtaş, Anadolu'da neolitik çağın ilk ve en önemli arkeolojik buluntularından biri olarak kabul edilen Çatalhöyük arkeolojik kazılarına, 2012 yılından itibaren kazı sponsoru olarak destek sunar. 2020 yılında başlayan "Yanı Başında" projesiyle Koçtaş eğitim konusuna yoğunlaşır. Ülkenin dört bir yanındaki 25 okulu yeniler, çocukların eğitim alanlarını güzelleştirir.

2018'in Ağustos ayında Türkiye İtibar Akademisi tarafından gerçekleştirilen Türkiye İtibar Endeksi (TİE) araştırmasının sonuçları, bütün bu sosyal sorumluluk çalışmalarının Türk tüketicisinin ve Koçtaş müşterisinin gözünden kaçmadığının kanıtıdır. Bu araştırmayla Koç Holding, üst üste yedinci kez Türkiye'nin en itibarlı markası seçilirken, Koçtaş da beyaz eşya ve ev aletleri kategorisinin en itibarlı markası olur.

2018'in bir başka önemli gelişmesi Koçtaş Kampüs'ün açılışıdır. Kurulduğu günden beri insan kaynağına yatırım yaparak kendi kadrolarını yetiştiren Koçtaş, Kampüs ile,

AKILLI TELEFONLAR İÇİN USTABİLİR UYGULAMASI VE YAŞAYAN EVLER BLOGU

eğitim atölyelerinin yanı sıra yenilikçi ve inovatif projelerin geliştirileceği, yeni sistem ve uygulamaların tasarlanacağı bir platform yaratır. 2 bin 600 m^2'lik Kampüs'ün bir parçası olarak açılan AR-GE merkezi ise kendi sektöründe bir ilktir. Bu merkez zamanla Koçtaş'ı dışa bağımlı olmaktan kurtaracak, kendi yazılımlarını üretebilir hale getirecektir.

2018 sonunda İstanbul Şile ve Göktürk'te açılan iki yeni Fix, Koçtaş mağaza zincirine katılır. Göktürk'te açılan mağaza Fix'in 19. mağazasıdır. Koçtaş ekibi ilk pilot uygulamadan 19. mağazaya kadar sürekli Fix müşterisine ve tedarikçisine kulak vermiş, müşteri deneyimini tekrar tekrar tasarlamış, mağaza formatını ve metrekaresini dönüştürmüş sonunda bu özgün modeli olgunlaştırmıştır. Ne zaman, nerede, hangi formatla müşteriye ulaşılacağı konusunda soru işareti kalmamıştır.

2018 sonunda tüm ekip yoğun bir hazırlık içindedir. Üst düzey yönetime bir sunum yapılacak ve Fix'in geleceği bu sunumda şekillenecektir. Koçtaş Ali Y. Koç'un tam desteğiyle, büyük bir yatırım hamlesine hazırdır. Kingfisher'daki yeni yönetim ise Fix markasının performansına artık ikna olmuştur. Tüm dikkatler toplantıdan gelecek habere çevrilir. Bekleyiş sadece birkaç saat sürse de bazılarına beş yıl gibi gelir. Nitekim Fix projesi 2013'ten beri, tam beş yıldır bu önemli kararı beklemektedir.

Sonunda o telefon çalar, umulan haber ekibe ulaşır, ortaklar aynı noktada buluşmuştur. Fix devam edecek, yatırıma hız verilecektir. Bu karar aynı zamanda Koçtaş'ın kendi yarattığı modelin dünyada kabul gördüğünün de kanıtıdır. Ekip bayram sevinci yaşarken hedefler bir anda büyümüş, hayaller yılda 10

ÜSTTE:
ALİ Y. KOÇ, KOCAELİ'DE KOÇ-DER (KOCAELİ OTİZMLİ ÇOCUKLAR DERNEĞİ) ÜYELERİYLE BİRLİKTE

ALTTA:
İSTANBUL'DA ZİÇEV SOLUK ALMA EVİ'NİN AÇILIŞI

mağazadan 100 hatta 200 mağazaya güncellenmiştir. Hepsinden önemlisi 19 yıl önce yurtdışından know-how transfer eden bir şirketken Koçtaş, Fix'te başardıklarıyla Kingfisher'ın İngiltere operasyonlarına yön veren, başka bir deyişle, yurtdışına know-how transferi yapan bir şirkete dönüşmüştür.

Türk ekonomisi son yıllarda parıltısını kaybetmiş olsa da Koçtaş büyüme ısrarından geri adım atmaz. Artık ana büyüme stratejisi haline gelen Fix'ler arka arkaya açılmaya devam eder. 2019'da Edirne'den Artvin'e, Sinop'tan Bodrum'a kadar tam 25 noktada Fix mağazaları hizmete girer. Fix artık İstanbul'dan çıkmış Anadolu'ya yayılmaya başlamıştır.

Fix'teki başarının yanı sıra Koçtaş 2017 ve 2018 yıllarında attığı adımlarla Türkiye'de çok kanallı perakendeciliğin ve dijital dönüşümün öncüsü olduğunu kanıtlamıştır. Müşterilere tek bir kanaldan değil, mağazalar, mobil uygulamalar, kiosklar ve web sitesiyle, pek çok kanaldan alışveriş deneyimi yaşatmak için çok çalışılmıştır. Bütün bu adımlar Türk tüketicisine, yaşam alanlarında çok daha rahat ve kolay bir şekilde değişiklik yapabilme imkânı ve hayat standardını yükseltme fırsatı sunmaktadır. Artık yeni hedef dijital kanalların ciro bazında birinci mağaza haline gelmesidir. Dijital dönüşüm Koçtaş'ın kültürel dönüşümüne de olumlu yansımıştır. İnsan kaynağını her şeyin üstünde tutan marka, çalışanların da karar mekanizmasına dahil edildiği bir yapıya dönüşmüştür.

2020'nin Ocak ayı devir teslim zamanıdır. Alp Önder Özpamukçu, Yönetim Kurulu Üyesi olarak devam etmek üzere, yaklaşık 13 yıldır sürdürdüğü genel müdürlük görevini Koçtaş'ın Ticari Grup Genel Müdür Yardımcısı Devrim Kılıçoğlu'na bırakır. Koç Holding'in Yetiştirme Programı'ndan

gelen Kılıçoğlu mali konuların yanı sıra yenilikçi iş stratejileri konusunda uzmanlaşmış bir isimdir. Daha ziyade otomobil ve bilişim sektöründe rastlanan AR-GE bölümünün Koçtaş'ta açılmasına öncülük etmiştir.

Kılıçoğlu bir önceki görevinde sıradışı bir adım atmış, Kartal mağazasında "işe girmiştir". Amacı iç süreçleri yerinde izleyebilmektir. Bir ay boyunca her sabah herhangi bir personel gibi mağazaya gitmiş, sabahtan akşama kadar satış danışmanı, operasyon sorumlusu veya kasa sorumlusu olarak bilfiil çalışmıştır. Bazıları bunun gizli bir denetleme olduğunu zannetse de Kılıçoğlu'nun samimiyeti fark edilince hava tamamen değişmiştir. Bu deneyim mağaza içinde, birbirinden öğrenen bir kültürün oluşmasına katkı da sağlamıştır.

Yeni genel müdür göreve başlar başlamaz küresel salgınla karşılaşır. 1 Aralık 2019'da Çin'in Vuhan şehrinde ortaya çıkan COVID-19 virüsü kısa zamanda tüm dünyaya yayılır. 11 Mart'ta ilk vakanın Türkiye'de görülmesiyle birlikte bambaşka bir döneme girilir. 12 Mart'ta ilk sokağa çıkma kısıtlamaları başlar.

Kanuni zorunluluğu bulunmamakla birlikte, Koçtaş Türkiye'nin dört bir yanında bulunan mağazalarının faaliyetlerine, çalışanlarının ve müşterilerinin sağlığını dikkate alarak bir süre ara verir. koctas.com.tr ve Koçtaş mobil uygulamasıyla, hijyen kurallarını gözeterek, ürün ve hizmetlerini 7 gün 24 saat Türkiye'nin her köşesine ulaştırmaya devam eder. 40 gün gibi kısa bir sürede, tüm hazırlıklarını tamamlayarak, 24 ildeki 51 mağazasının kapılarını yeniden açar, kaldığı yerden hizmete devam eder.

Koçtaş ekibi bu dönemi avantaja çevirmenin yolunu

KÜRESEL SALGINLA MÜCADELEDE KOÇTAŞ MAĞAZALARI

da bulur. Koçtaş 2.0 projesi hayata geçirilir. Proje basit bir soruya cevap aramaktadır: Koçtaş'ı küresel salgından sonra yeniden kursaydık, Sıfır Bazlı Bütçeleme yaklaşımıyla nasıl bir şirket kurardık? Bu ilginç soruya cevap bulmak için tüm iş süreçleri masaya yatırılır. Müşteriye dokunulan noktalardan çalışanlara, mağaza formatından dijital dünyadaki faaliyetlere kadar her şey taze bir bakış açısıyla yeniden ele alınır. Ortaya çıkan 250 fikirden 80 tanesi önceliklendirilerek hayata geçirilir. Örneğin kasalardaki sipariş iptal anahtarı uygulaması değiştirilir. Eskiden ancak bir yetkilinin, fiziksel bir anahtar kullanarak yapabildiği bu işlem yerini akıllı uygulamaya bırakır. Koçtaş, Koçtaş 2.0 ile bir anlamda kendi içinde yeniden doğar.

Koç Topluluğu'nun Nisan ayında başlattığı #iyileşeceğiz kampanyası tüm Türkiye'ye umut aşılarken herkesin ihtiyaç duyduğu toplumsal birliktelik ve dayanışma ruhuna olumlu katkılar yapar. Topluluk aynı zamanda salgınla mücadele kapsamında bir dizi eylem planını da hayata geçirir. Koçtaş tüm çalışanlarıyla bu seferberliğe katılır. Hastanelere destek verilir, sağlık çalışanlarının yanında durulur.

Fix projesi ise küresel salgının ortasında hız kesmeden yoluna devam eder. 2020'de 47 Fix mağazası daha açılır. Artık Bartın'da, Kırklareli'nde, Karabük'te Fix mağazaları vardır. Salgın sürecinde evden uzaklaşmak istemeyen, toplu taşımaya binmekten kaçınan müşteriler için mahallelerdeki Fix'ler hemen her ihtiyacı gören çözüm merkezlerine dönüşür.

5 Haziran 2020'de büyük bir eşik daha aşılır. Koçtaş toplamda 100. mağazasını, Çanakkale Troy Park'ı açar. 30 Aralık ise bir başka köşe taşına işaret eder: 100. Fix mağazası İs-

tanbul Tuzla'da hizmete girer.

2020'nin bir başka sürprizi ilk "orta boy" mağaza olan Ankara Bilkent'in açılışıdır. Perakende sektörü dahil hemen her sektör salgından olumsuz etkilenirken Koçtaş tarihinin en yüksek kârını açıklar.

O yıl Koç Topluluğu'nun Üst Düzey Yöneticiler Toplantısı, küresel salgın nedeniyle Rahmi M. Koç Müzesi'nden canlı yayımlanır. Yöneticilerin uzaktan bağlandığı toplantıda Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu konuşması sırasında "Stratejik İş Gücü Dönüşümü" konusuna da değinir. Yılın öncü projesinin Koçtaş'tan çıktığını, projeden sağlanan fayda göz önüne alınarak bu çalışmanın Toplulukta yaygınlaştırılacağını belirtir.

Takvimler 24 Mayıs 2021'i gösterdiğinde Koçtaş 25. yıl dönümünü kutlar. Dünyanın önde gelen insan kaynakları ve yönetim danışmanlığı şirketlerinden Kincentric'in "Türkiye'nin En İyi İşyeri" ödülünü almaya hak kazanan 20 Koç Topluluğu şirketi arasında Koçtaş da yer alır.

Fix'in mağazalaşma hamlesi 2021'de hızlanarak sürer. Türkiye'nin her köşesinde pek çok yeni Fix mağazası açılır. Koçtaş, Eylül 2021 itibariyle toplamda 206 mağazaya ulaşır. Aynı süreçte Koçtaş yepyeni bir uygulamayı hayata geçirir ve kendi özel markası (private label) Koçtaş Basic'i müşterilerinin beğenisine sunar.

Koçtaş 25 yıl boyunca perakendeye getirdiği yeniliklerle evini güzelleştirmek isteyen müşterilerin güvenilir adresi olmuştur. Pek çok esin verici fikri en ekonomik şekilde sunarak Türk tüketicisinin hayat standartlarını yükseltmiş, refahına katkıda bulunmuştur. Türkiye'nin gelişimine ve eko-

KOÇTAŞ KAMPÜS'ÜN AÇILIŞ TÖRENİ

nomisine destek olmuştur. Her zaman, kurucusunun "Ülkem varsa ben de varım" sözüne sadık kalmıştır. Vehbi Koç'un Ankara'daki ilk dükkânının hırdavatçı olması ve o dükkânda bulunan pek çok ürünün bugün hâlâ Koçtaş mağazalarında satılıyor olması tesadüften öte bir anlam taşır: Vehbi Koç'un ruhu ve vizyonu bugün de Koçtaş mağazalarında yaşamaktadır.

BÖLÜM 8

Bugünden Yarına

Kökleri 1955 yılına dek uzanan Koçtaş tarihi boyunca üç büyük dönüşüm hamlesinin mimarı olur. Toptancılıktan perakendeciliğe geçişi takiben Kingfisher ortaklığıyla yaratılan yapı marketi zinciri bu dönüşüm hamlelerinin ilkidir. İkinci büyük dönüşüm, Fix mağazalarıyla kendi özgün modelini kurmak ve yapı marketlerini mahallelere yaymaktır. Üçüncü büyük dönüşüm hamlesi ise dijital teknolojilerle gelir. Koçtaş çok kanallı perakendecilik ve dijital pazarlama alanlarında attığı yenilikçi adımlarla Türkiye'nin öncü markası haline gelmeyi başarır.

Bütün bu dönüşüm hamlelerinin ortak bir özelliği vardır: Yenilik tutkusu. Peki Koçtaş'ı yıllar boyunca zirvede tutan, tüketicisiyle benzersiz bir bağ kurmasını sağlayan bu tutku nereden beslenmektedir?

Koç Holding Yönetim Kurulu Başkan Vekili ve Koçtaş Yönetim Kurulu Başkanı Ali Y. Koç bu tutkuyu Koç Topluluğu'nun, şartlar ne olursa olsun kendisini daima Türkiye'nin geleceğine yatırım yapmaya adamış bir kuruluş olmasıyla açıklıyor. Ali Y. Koç, Vehbi Koç'un "Sahip olduğum her şeyi bu memleketten almıştım ve kaderimiz memleketin bekasına bağlanmıştı. Politik ve ekonomik sıkıntılara bakıp gelecekten umutsuz olamazdık" sözüne atıf yaparak "Koşullar ne olursa olsun, her zaman, yatırım, üretim ve istihdam yoluyla ülkemizin geleceğine hizmet etmeye kararlıyız" diyor. Ali Y. Koç sözlerini şöyle sürdürüyor: "Koçtaş bu felsefeyle çeyrek asırdır Türkiye'deki değişen hayat tarzlarına adapte olmuş, tüketicinin talepleri ve ihtiyaçları doğrultusunda kendini yenilemiş, ülkemizin çağdaşlaşmasına ve gelişimine öncülük etmeye çalışmıştır. Koç Holding gibi Koçtaş da insanımızla kader

birliği yapıyor çünkü Koç Holding gibi Koçtaş da bu ülkenin geleceğine inanıyor."

Yeniliğe duyulan inanç 2016'da, Levent Çakıroğlu'nun Koç Holding CEO'su olmasıyla başka bir boyut kazanır. 2002'den 2007'ye dek beş yıl boyunca Koçtaş'ın genel müdürlüğünü de yapan Çakıroğlu, Koç Topluluğu'nda adı konulmuş bir "dijital dönüşüm" hamlesi başlatır. Çakıroğlu değişim ihtiyacının hiç bitmeyeceğini, her zaman var olacağını, asıl becerinin değişime hazır olmak, değişimi kucaklayabilmek, değişimden korkmadan inisiyatif alabilmek olduğunu söylüyor. "2016 yılından bu yana büyük bir kültürel dönüşüm programı uyguluyoruz. Bu kültürel dönüşüm programımızın ana unsurları, dijital dönüşüm başta olmak üzere çevik yönetim, inovasyon, kurum içi girişimcilik ve sıfır bazlı bütçeleme. Tabii hepsinden önemlisi bütün bu dönüşümün merkezinde insan kaynağımız var çünkü dönüşüm insanda başlıyor" diyen Çakıroğlu, "Koçtaş özellikle son yıllarda geliştirdiği çok kanallı perakendecilik ve dijital pazarlama uygulamalarıyla bu dönüşümde öncü bir rol oynuyor" diye ekliyor.

Yıllar önce iyi bir lokasyonda mümkün olduğu kadar büyük bir mağaza, zengin bir ürün skalası ve başarılı müşteri ilişkileri başlıklarıyla özetlenen perakendecilik bugünün dünyasında bambaşka kriterlerle ele alınıyor. Levent Çakıroğlu'nun başlattığı dijital dönüşüm programının 2016'da eşzamanlı olarak Koçtaş'ta başlamış olduğunu belirten Koçtaş Genel Müdürü Devrim Kılıçoğlu, bugün artık perakende sektörünün veri odaklı çalışma anlayışıyla özdeşleştiğine dikkat çekiyor. Kılıçoğlu "Müşterinin ihtiyacını anlamak her zaman en büyük önceliğimizdi. Bugün bunu veri analitiğiyle daha da iyi yapar

hale geldik. Hem iç süreçlerimizi hem de müşteriye dokunan süreçlerimizi daha da dijitalleştirirsek müşteri deneyimini bir o kadar maksimize edebiliriz" diyor. Örnek olarak, bir start-up gibi kurguladıkları, Ustabilir uygulamasını gösteriyor. Tamamen bilimsel veri analitiğine, müşteri geri dönüşlerine dayalı olarak çalışan Ustabilir uygulamasıyla Koçtaş hangi ustanın nerede, ne kadar başarılı işler yaptığını gerçek zamanlı olarak izleyebildiği bir platform yaratmış oluyor. Kılıçoğlu "Ustabilir hem Koç Topluluğu'nun çevik yönetim anlayışına güzel bir örnek, hem de doğru zamanda doğru kaynağı, doğru yere akıtarak ne kadar inovatif bir marka hikâyesi yazabileceğimizin kanıtı" diyor.

Türkiye'de genellikle bilişim sektörü ve sanayiyle özdeşleştirilen AR-GE yatırımlarının Koçtaş'ın elinde perakende sektöründe de anlam kazandığını görüyoruz. Veri analitiğinin gelişmesiyle birlikte perakende sektöründeki kuruluşların hangi teknolojiyi ve teknolojik altyapıyı kullanacakları da bir o kadar önem arz ediyor. Koçtaş uzun zamandır TÜBİTAK ve üniversitelerle iş birliği içinde, inovatif, yenilikçi ve özgün hamleler yapabilmek adına AR-GE yatırımlarına ağırlık veriyor. Koç Holding Turizm, Gıda ve Perakende Grubu Başkanı Tamer Haşimoğlu Koçtaş'ın bugün kendi AR-GE merkezine sahip olduğunu hatırlatarak, son yıllarda kesintisiz olarak sürdürdüğü yatırımlarla, Koçtaş'ın özellikle teknolojik altyapı konusunda dışarıya bağımlılığını önemli ölçüde azalttığına işaret ediyor. Haşimoğlu "Çalışan deneyimini ve müşteri deneyimini ön plana alarak, operasyonel mükemmelliği gözeterek birçok yeni uygulamayı hayata geçirdik, geçirmeye de devam edeceğiz. 2021 yılını ise teknoloji yılı

olarak ilan ettik ve kendimize dijital kanalda %75 büyüme hedefi koyduk" diyor.

Koçtaş Bilgi Teknolojileri ve AR-GE Direktörü Uğur Serkan Taşkın da milyonlarca müşteri ve işlemin söz konusu olduğu bir dünyada, tüm bu işlemleri insan gücüyle yapmanın artık mümkün olmadığını, yapay zekâ ve makine öğrenmesi gibi teknolojilerin gerekli olduğunu düşünüyor. Taşkın, "AR-GE merkezimizde yerel kaynaklarla teknoloji geliştirmeyi ve müşteri deneyimini en üst seviyeye taşımayı hedefliyoruz. Süreçleri daha iyi anlamamıza ve tahminleme modellerini çalıştırabilmemize imkân tanıyan analitik altyapılar ise odak noktamızı oluşturuyor" diyor.

Koçtaş Pazarlama ve Dijital Kanallardan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Ebru Erdal Darip ise KoçDigital ile birlikte yürütülen veri projesini hatırlatıyor. "Altyapımıza yatırım yapmaya devam ediyoruz ve faydasını da kısa zamanda görüyoruz. KoçDigital ile birlikte yürüttüğümüz yeni projemizle 20 milyondan fazla veriyi ve 30 binden fazla ürünün hareketini analiz ettik. Bu analizlerimiz sayesinde stok gün sayısını 50 gün azaltmayı başardık" diye tamamlıyor. Bütün bu sözler sadece 10 yıl içinde perakendenin ne kadar devasa bir dönüşümden geçtiğini gösterdiği gibi Koçtaş'ın bu dönüşümde aldığı rolü de özetliyor.

Mali İşler ve Yatırımlardan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Mehmet Korkmaz ise Koçtaş'taki dijital kültürün şirketin finans modeline olan katkısına vurgu yapıyor: "Markamızın dijital yetkinliklerinin ve erişim ağının gelişmesine paralel olarak fiziksel mağaza boyutlarımızı küçülttük. Yeni boyutlandırma projesi sayesinde aynı metrekareye sahip mağazalarımızı

daha iyi kullanmaya başladık. Böylece şirketimizin kira yükünü azalttık ve daha verimli bir finans modeline ulaştık. Ayrıca müşterilerimizin alışveriş deneyimini de iyileştirmiş olduk" diyen Korkmaz, bu yeni modelin Kingfisher için de iyi bir örnek oluşturduğunu eklemeyi unutmuyor.

Elbette perakendede dönüşüm sadece teknolojik alanda ve online'da yaşanmıyor. Bir diğer önemli akım, mağaza formatlarının değişmesi, mağaza sayılarının artması ve yaygınlaşması. Bunun en temel sebebi, büyük şehirlerde trafikte geçirilen saatler uzadıkça tüketicinin büyük format mağazalar yerine kendisine yakın mağazaları tercih etmeye başlaması. Operasyondan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Konuralp Dağlı "Fix'lerle amacımız tüketicimize daha yakın olmak. Evlerinden veya işyerlerinden çıktıkları zaman, hemen yürüme mesafesinde ev geliştirme konusundaki ihtiyaçlarını, hızlı ve kolay bir şekilde gidermelerini sağlamak. Pandemiden önce zaten mahalleli formatımız Koçtaş Fix ile büyüme kararı almıştık. İçinde bulunduğumuz bu süreç bize kararımızın ne kadar yerinde ve doğru olduğunu gösterdi" diyor. Dağlı, "online satışlar ne kadar artsa da bizim sektörde müşteri uzmanlık bekliyor, teması seviyor. Uzman arkadaşlarımızın vermiş olduğu geribildirimler müşterilerimiz tarafından çok kıymetle karşılanıyor. Biz de bu uzmanlıkları müşterilerimizin ayaklarına götürüyoruz" diye eklemeyi unutmuyor.

Devrim Kılıçoğlu ise Fix modelinin potansiyelinin çok yüksek olduğuna işaret ederek, bir zamanlar Koçtaş'ın, Kingfisher ortaklığıyla, yepyeni bir alışveriş kültürünün öğrencisi konumundayken bugün kendi geliştirdiği Fix modeliyle dünyaya know-how transferi yapan bir şirket haline

dönüştüğüne dikkat çekiyor.

Dijital alandaki atılımlar ve Fix modeliyle sağlanan yaygınlık... işte bu iki büyük adım Koçtaş'ı çok kanallı perakendecilikte rakipsiz yapan unsurlar. Nitekim Devrim Kılıçoğlu da asıl meselenin tüketicilere her kanaldan ulaşabilmek olduğuna vurgu yapıyor. "Kanalların birbiriyle konuşabilmesine, süreçlerin birbiriyle uyumlu olmasına çok önem veriyoruz. Dijitalde en iyi hizmeti vermek, offline kanalda da Koçtaş mağazaları ve Koçtaş Fix mağazalarıyla büyümeyi devam ettirmek istiyoruz. Bir yandan büyük mağazaların optimizasyonunu yapıp oralarda da müşteri deneyimini artırmayı hedefliyoruz. Bundan sonra başarımızı devam ettirmemiz, buradaki sinerjiyi devam ettirmemize bağlı" diyor. Ebru Erdal Darip ise bu düşünceyi "Müşterilerin davranışlarını ve deneyimini iyi anlamak ve şirketteki değişimi bu doğrultuda planlamak, önceliklendirmek bizim için kritik önemde. Çok kanallı altyapısı, mağaza içi navigasyon sistemleri, fişsiz iade, Ustabilir mobil uygulaması ve ücretsiz Wi-Fi gibi çözümlerimiz hep bu amaca hizmet ediyor. Müşterinin bizden ne beklediğini anladığımızda ve onlara kişiselleştirilmiş iletişimle ulaştığımızda görüyoruz ki, müşterimiz önünde sonunda bizi buluyor; ya online'da ya offline'da!" sözleriyle destekliyor.

Nitekim, rakamlar da Koçtaş'ın yenilik tutkusunun getirisini doğruluyor: 2020'de Koçtaş'ta online alışveriş yapan müşterilerin sepet büyüklüğü, fiziki mağazalardan alışveriş yapanların iki katına ulaşıyor. Mobil, web ve kiosktan oluşan dijital kanallarda önceki yıla göre %70 oranında bir artış sağlanıyor. Daha da önemlisi, son üç yılın rakamlarına göre bu artış oranı %352'yi buluyor.

Peki gelecek bize neler fısıldıyor? Yüzümüzü bugünden yarına çevirdiğimizde Koçtaş'ı nerde görüyoruz? Koçtaş'a yön veren isimler ne düşünüyor, ne hayal ediyor?

Kingfisher CEO'su Thierry Garnier küresel salgınla birlikte güçlenen üç büyük trende dikkat çekiyor: Online alışveriş, küçük format mağazacılık ve sorumlu işletmecilik. Koçtaş'ın her üç alanda da Kingfisher stratejisiyle uyumlu bir şekilde ve çok doğru bir yolda ilerlediğini belirten Garnier "Türkiye büyük bir ülke, Koç Grubu bizim için müthiş bir partner. Bu ülkeye ve bu markaya çok inanıyoruz. Koçtaş'ın çok büyük bir potansiyeli olduğu kanısındayız. Koçtaş gerçekten de etkileyici bir hikâye yazıyor" diye ekliyor.

Ticari Grup'tan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Mert Kesimer Koçtaş'ın, dijitaldeki, Fix'teki ve Koçtaş mağazalarındaki büyüme hızıyla birlikte, Türkiye'de artık satın alma ölçeği anlamında yeni bir seviyeye geldiğini belirtiyor. Bu durum Koçtaş'a, kendi özel markasını (private label) sunma şansını sağlıyor. Kesimer, "Pandeminin de etkisiyle tüketiciler marka sadakatinden uzaklaşmış, daha ziyade fiyat-performans odaklı bir alışveriş anlayışına yönelmiş durumda. En iyi ürünü, en iyi fiyatlarla sunma misyonumuz doğrultusunda, biz de kendi özel markamız Koçtaş Basic'i yarattık. 2021 sonuna kadar 16 kategoride Koçtaş Basic markalı yaklaşık 120 ürün Koçtaş güvencesiyle mağazalarımızın raflarında yerini alacak" diyor.

Tamer Haşimoğlu, Türkiye'de toplam perakende sektörünün sadece %10'u civarındaki bir kısmının organize ticaretten geldiğini, geri kalanının geleneksel kanal olduğunu belirterek Koçtaş'ın önündeki fırsata dikkat çekiyor. "Sadece bu rakama bakarak Koçtaş'ın ve sektörün önündeki potan-

siyelin ne kadar büyük olduğunu öngörebiliriz" diyor. Devrim Kılıçoğlu ise 2024 sonu hedeflerini "6 coğrafi bölge, 47 ilde, 600 Fix mağazası ve buna paralel olarak yaklaşık 5 bin saha çalışanıyla hizmet vermek" olarak ilan ediyor.

Levent Çakıroğlu "Topluluğumuzu küresel vizyonla, küresel büyüme vizyonuyla yönetiyoruz. Bu bakımdan da mümkün olduğu kadar daha fazla tüketiciye ulaşmaya gayret ediyoruz. Perakende sektörünün doğası gereği Koçtaş'ın çok fazla sayıda tüketiciyle buluşuyor olması, Koçtaş'ı farklı bir yere oturtuyor. Koçtaş, ismindeki Koç markasının temsili açısından da bizim için büyük önem taşıyor" diyor.

Koç Holding Yönetim Kurulu Başkan Vekili Ali Y. Koç, Koçtaş'ın, daha önce erkeklerle özdeşleşen yapı marketi algısını değiştirdiğini, dijital ve yenilikçi uygulamalarla sektöre yön verdiğini hatırlatarak önümüzdeki dönemde "fijital" de denilen, hem fiziki mekânda hem online'da mükemmel müşteri deneyimi sağlayan çok kanallı uygulamalarının etkisinin daha da artacağını belirtiyor. Ali Y. Koç "Gelecekte Koçtaş, istihdamın artmasına, kayıtlı ekonominin gelişmesine, yerli üretimin büyümesine daha da önemli katkılar sağlayacak" diyor. Koçtaş'ın temel misyonunun "yaşamın olduğu her yeri güzelleştirmek" olduğunu belirterek sözlerini şöyle tamamlıyor: "25 yıldır önceliğimiz, Türk halkına en uygun fiyatlarla mekânlarını güzelleştirme imkânı sunmak ve bu yolla refah seviyesini yükseltmek oldu. Bundan sonra da, şartlar ne olursa olsun bu hedeften vazgeçmeyeceğiz, Koçtaş'ı büyütmeye devam edeceğiz. Bize Vehbi Koç'un ve Mustafa Koç'un yadigârı olan bu markayı daha da ileriye taşıyacağız."

Nice 25 yıllara, nice heyecan verici yolculuklara Koçtaş!

Kısa Tarihçe

1955
Koçtaş Ticaret Anonim Şirketi kuruldu. (2 Şubat)

1965
Koçtaş, İzocam'ın kurucu ortağı oldu.

1966
Koçtaş, Tek-İz Teknik İzolasyon'un kurucu ortağı oldu.

1970
Kadıköy Selamiçeşme mağazası açıldı. (14 Temmuz)

1974
Doğan Büyükfırat Genel Müdürlük görevine getirildi.

1976
İzmir mağazası açıldı.

1977
Antalya mağazası açıldı. (12 Mayıs)
Adana mağazası açıldı. (Ekim)

1978
Ankara mağazası açıldı.

1979
Şirinevler mağazası açıldı.

1982
M. Yalçın Kütükçüoğlu Müdürlük görevine getirildi.

1985
Yıldırım M. Berkol Müdürlük görevine getirildi.
Karaköy Perşembe Pazarı mağazası açıldı. (Temmuz)

1986
Koçtaş, İstanbul Ticaret Odası'ndan Gümüş Madalya aldı.
Koçtaş, Bostancı'daki Yeni Genel Müdürlük binasına taşındı. (Ocak)
Samsun mağazası açıldı. (Şubat)
İzocam çatı kaplama servisi başladı. (Nisan)
Erzurum ve Mersin mağazaları açıldı. (Temmuz)

1988
Melih Batılı Müdürlük görevine getirildi.
Gaziantep mağazası açıldı. (Kasım)

1991
Adana Satış ve Teşhir Merkezi açıldı. (14 Ocak)

1992
Bostancı ve Bakırköy'de Doğalgaz Isı Danışma Merkezleri açıldı. (Ocak)

1993
Samsun Satış ve Teşhir Merkezi açıldı. (7 Nisan)

1996
Vehbi Koç'un vefatı. (25 Şubat)
Koçtaş'ın ilk "büyük format" mağazası Bornova'da açıldı. (24 Mayıs)
Karınca sembollü Koçtaş logosu kullanılmaya başlandı.

1997
Mavi renkli Koçtaş logosu kullanılmaya başlandı.

1998
Antalya Topçular mağazası açıldı. (17 Temmuz)
Adana mağazası açıldı. (16 Aralık)
Balçova mağazası açıldı. (28 Aralık)

1999
M. Gündüz Başaran Genel Müdürlük görevine getirildi.
Bodrum mağazası açıldı. (24 Nisan)

2000
B&Q ile ortaklık anlaşması imzalandı. (29 Şubat)
Kerrin Qualters Genel Müdürlük görevine getirildi.
Koçtaş logosu B&Q'nun renkleriyle revize edildi.

2001
Kartal mağazası açıldı. (2 Haziran)

2002
Levent Çakıroğlu Genel Müdürlük görevine getirildi.
kangurum.com.tr ve koctas.com.tr sitelerinden online satış hizmeti vermeye başlandı. (Mayıs)

2003
Telefonla Sipariş Hattı hizmete girdi. (Mayıs)

2005
Şişli Cevahir AVM mağazasının açılışı yapıldı. (3 Eylül)
Şişli Cevahir AVM hizmete girdi. (15 Ekim)
Edremit mağazası açıldı. (16 Aralık)

2006
koctas.com.tr sitesinin lansmanı yapıldı.
Kuşadası, Ankara ANKAmall ve Yenibosna mağazaları açıldı.

2007
İzmir Balçova mağazası yeni yerine taşındı.
İzmit, Eskişehir, Mersin ve Alanya mağazaları açıldı.
Koçtaş, toplam mağaza alanında lider oldu.
Ivan Chermayeff tasarımı yeni Koçtaş logosu kullanılmaya başlandı.
Koçtaş cingılı yaratıldı.

2008
Koçtaş 1 milyon müşteriye ulaştı.
Alp Önder Özpamukçu Genel Müdürlük görevine getirildi.
Ankara Çankaya, Trabzon, İstanbul Edirnekapı, Konya, İzmir Karşıyaka ve Çiğli mağazaları açıldı.

2009
İstanbul Beylikdüzü, Antalya Dokuma, Kayseri ve Denizli mağazaları açıldı.

2010
Gebze ve Adapazarı mağazaları açıldı.

2011
Bornova'da açılan ilk mağazanın 15. yıl dönümü kutlandı.
Bursa Nilüfer, Ankara Gordion ve İstanbul Bahçeşehir mağazaları açıldı.
İlk yeni nesil Koçtaş mağazası Ankara Eryaman'da açıldı. (19 Ekim)

2012
Çatalhöyük arkeolojik kazılarına sponsorluk desteği verilmeye başlandı.
Kayseri Forum ve İzmir Gaziemir mağazaları açıldı.
İlk Koçtaş Fix Taşdelen mağazası İstanbul Çekmeköy'de açıldı. (28 Kasım)

2013
Mustafa V. Koç, Koçtaş Yönetim Kurulu Başkanlığı görevini Ali Y. Koç'a devretti.
Koçtaş Fix İstinye mağazası açıldı. (31 Mayıs)
Kahramanmaraş mağazası açıldı.
Koçtaş Fix Ortaköy mağazası açıldı. (20 Kasım)
Praktiker markası Türkiye'den çıktı.

2014
Baumax ve Leroy Merlin marka-

ları Türkiye'den çıktı.
Adana M1 mağazası açıldı. (1 Mart)
Koçtaş Fix Küçükyalı mağazası açıldı. (15 Mayıs)
Mall of İstanbul mağazası açıldı. (23 Mayıs)
Kocaeli Başiskele mağazası açıldı. (15 Ekim)

2015
Koçtaş Fix Maltepe mağazası açıldı. (24 Ocak)
Anatolium mağazası Bursa'da açıldı. (3 Nisan)
Samsun mağazası açıldı. (20 Mayıs)
Diyarbakır mağazası açıldı. (16 Haziran)
Koçtaş Fix Göztepe mağazası açıldı. (8 Ekim)
Koçtaş Fix Bahçeşehir mağazası açıldı. (6 Kasım)
Koçtaş Fix Acıbadem mağazası açıldı. (26 Kasım)
Koçtaş Fix Canpark AVM mağazası İstanbul'da açıldı. (25 Aralık)

2016
Mustafa V. Koç'un vefatı. (21 Ocak)
Koçtaş Fix Zekeriyaköy mağazası açıldı. (9 Şubat)
Koçtaş Fix Ataşehir mağazası açıldı. (21 Nisan)
Koçtaş Fix Ayşeçavuş mağazası İstanbul'da açıldı. (26 Mayıs)
Pendik Viaport mağazası açıldı. (2 Temmuz)
Koçtaş Fix Bağlarbaşı mağazası açıldı. (29 Temmuz)
Koçtaş Fix Çekmeköy mağazası açıldı. (25 Kasım)

2017
Usta Temsilcileri uygulaması başladı.
Koçtaş Fix Profilo Cadde mağazası İstanbul'da açıldı. (6 Şubat)
Emaar mağazası İstanbul'da açıldı. (21 Eylül)

2018
Şişli Cevahir AVM mağazası yenilendi.
Koçtaş IDC CIO Ödülleri 2018 kapsamında 'Yılın En İyi Değişim Yönetimi' ödülünü aldı.
Facebook, Google ve Oracle başarı hikâyelerine imza atıldı.
Ustabilir akıllı telefon uygulaması başladı.
Yaşayan Evler blogu açıldı.
#güzelfikir kampanyası başladı.
Gücümüz Sensin akıllı telefon uygulaması başladı.
TEMA Vakfı iş birliğiyle dikilen fidan sayısı 4 bine ulaştı.
Koçtaş Kampüs ve AR-GE merkezi açıldı.
Panora mağazası Ankara'da açıldı. (18 Nisan)
Türkiye İtibar Endeksi (TİE) araştırmasına göre Koçtaş beyaz eşya ve ev aletleri kategorisi nin en itibarlı markası seçildi. (Ağustos)
Koçtaş Fix Şile mağazası açıldı. (17 Ekim)
Koçtaş Fix Göktürk mağazası açıldı. (21 Aralık)

2019
Toplam 25 Fix mağazası açıldı.

2020
Devrim Kılıçoğlu Genel Müdürlük görevine getirildi.
Toplam 47 Fix mağazası açıldı.
Usta Kart sahibi usta sayısı 75 bine ulaştı.
Türkiye'de ilk COVID-19 vakası görüldü. (11 Mart)
Koçtaş mağazaları geçici olarak kapatıldı. (12 Mart)
Koç Topluluğu'nun #iyileşeceğiz kampanyası başladı. (Nisan)
Koçtaş küresel salgınla mücadele kapsamında bir dizi yardım kampanyası gerçekleştirdi.

Koçtaş 2.0 projesi hayata geçirildi.
Koçtaş mağazaları yeniden açıldı. (Mayıs)
Toplamda 100. mağazaya ulaşıldı. (5 Haziran)
İlk orta boy Koçtaş mağazası Ankara Bilkent açıldı. (1 Aralık)
100. Koçtaş Fix mağazası İstanbul Tuzla'da açıldı. (30 Aralık)

2021

Toplam 36 Fix mağazası açıldı.
Koçtaş, Kincentric'in "Türkiye'nin En İyi İşyeri" ödülünü almaya hak kazandı. (Mayıs)
Toplam mağaza sayısı 182'ye ulaştı. (24 Mayıs)
Koçtaş'ın 25. kuruluş yıl dönümü. (24 Mayıs)

Dizin

Kişiler soyadlarına ya da lakaplarına göre, bir sayıyla başlayan sözcükler sayının okunuşuna göre (örneğin 24 Mayıs "yirmi dört" olarak) alfabetik olarak sıralanmıştır.

#

güzelfikir 102, 133
iyileşeceğiz 111, 133

A

akıllı telefon uygulaması 102, 133
Altabev, İsak 25, 26
Altın Mermi (Golden Bullet) 75
Anastasyan, İsrail 25, 26
Anastasyan Efendi bkz. Anastasyan İsrail
Anel Doğa 104
ANKAmall 83, 132
Ankara Devlet Demiryolları Hastanesi 25
Ankara Hastanesi 25
Ankara Numune Hastanesi 23, 25
Antalya Topçular 44, 52, 53, 131
AR-GE 106, 109, 121, 122, 133
Arsel, Semahat 40, 54
aşk markası 64
AVM 78
Avrupa Birliği 77

B

B&Q 51-56, 61-64, 66, 71, 72, 75, 77, 78, 132
B&Q Uluslararası Pazarlama Konferansı 66
back office 40
Baker Şirketi 25
Balçova 44, 46, 47, 53, 62, 85, 131, 132
Başaran, Gündüz 42, 51, 54, 55, 61, 131
Batılı, Melih 33, 42, 54, 131
Bauhaus 62
Baumax 96, 132
Bengü, Ziya 26-28
Benim İçin Yapsınlar 72
Berkol, Yıldırım M. 32, 131
5 Nisan (1994) Kararları 39
Bilkent 112, 134
Block, Richard 51
Bodrum 45, 46, 77, 108, 131
Bornova 41, 42, 44, 53, 84, 85, 88, 89, 131, 132
Bostancı 30, 33, 131
Bozer, Ömer 83
Buy-It-Yourself bkz. Kendin Al
büyük format mağaza 62, 96, 139
Büyükfırat, Doğan 29, 131

C

Camcı Niyego 26
Capital dergisi 66
Cebeci Çocuk ve Doğum Hastanesi 25
Cevahir Alışveriş Merkezi 69, 78, 97, 99, 132, 133
Chermayeff, Ivan 85, 86, 132
Cheshire, Ian 54, 55, 90
COVID-19 109, 133
CRM 99

Ç

Çakıroğlu, Levent 63, 71- 75, 77, 84, 87, 98, 99, 112, 120, 126, 132
Çanakkale Troy Park 111
Çatalhöyük 104, 132
Çeşme 42
çevik yönetim 72, 120, 121
ÇEVKO Vakfı 104
Çin 51, 71, 109
çok kanallı perakendecilik 12, 100, 108, 119, 120, 124

D

Dağlı, Konuralp 123
Darip, Ebru Erdal 98, 122, 124
De Eskinazis, İsak 27
Demirci, Bedriye Pelin 62
Demirdöküm 33
DenizTemiz Derneği 104
DIY (Do-It-Yourself) bkz. Kendin Yap
dijital dönüşüm 12, 17, 18, 98-100, 108, 120

Disney Home 75
Divan Otel 54, 63
Diyarbakır 32, 96, 133
Doğalgaz Isı Merkezi 33, 131
Do-It-For-Me bkz. Benim İçin Yapsınlar
Durak, Turgay 90
Dünya gazetesi 32
Düzce depremi 61
Düzgün, Soner 62

E

e-ticaret 100
Einstein, Albert 83
ekonomik kriz 66, 77
Elazığ-Palu Demiryolu Hattı 25
Eryaman 88, 90, 132

F

Facebook 100, 133
Fer Ticaret Ltd. Şti. 28
Fermeneciler Caddesi 25, 30
fijital 126
Fortune 500 96
Fransa 40, 42

G

Galata 23-26, 28
Garnier, Thierry 125
Gençtürk, Can 77
genel müdür 18, 32, 33, 42, 52, 54, 55, 61, 63, 65, 71, 74, 87, 108, 109, 120, 131-133
genel müdür yardımcısı 42, 108, 122, 123, 125
Gilman, Steve 61, 62, 66, 77, 83, 84
Girik, Fatma 46
Google 100, 133
Göktürk 106, 133
Gönül, Sevgi 54
Gücümüz Sensin uygulaması 102, 133
Güneri, Turgut Atalay 32
Güraç, Emin 25, 26
güven duyulan marka 64
Güven, Sadık 83

H

Haliç Kıyı Şeridi Projesi 30
Hard Format bkz. Sert Format
Haşimoğlu, Tamer 90, 121, 125
Hırdavatçılar Çarşısı 32
Hong Kong 63

I

IDC (International Data Corporation) 100
IDC CIO Ödülleri 100, 101, 133
Işıksız, Fahri 41, 42

İ

İbrahim Bey 27
İbrahim Efendi 27
İkinci Dünya Savaşı 26
İngiltere 40, 51, 53, 61-63, 71, 90, 95, 96, 108
İnnap, Tansen 40
İpekçi, Cemil 46
İstanbul Organize Sanayi 95
İstanbul Ticaret Odası 33, 131
işveren markası 108
İzocam 29, 32, 131
İzünsoy, Erol 84

K

Kadıköy mağazası 29, 31, 33, 35, 131
Kahramanmaraş 95, 132
kangurum.com.tr 75, 132
Kapalıçarşı 88
Karabük Demir Çelik 26
Karaköy 32, 131
karınca amblemi 64, 86, 131
Kartal 59, 63-67, 109, 132
Kawasaki, Guy 87
Kendin AI 74
Kendin Yap 33, 39, 44, 62, 66, 67,

71, 74, 100
Kesimer, Arzu Aslan 40, 42, 85
Kesimer, Mert 125
Kıbrıs Türk Federe Devleti 30
Kılıçoğlu, Devrim 18, 108, 109, 120, 121, 123, 124, 126, 133
Kıraç, Suna 42
Kincentric Türkiye'nin En İyi İşyeri Ödülü 112, 134
Kingfisher 12, 17, 51, 54, 55, 57, 71, 78, 84, 85, 88, 90, 95, 96, 100, 106, 108, 119, 123, 125
kiosk 96, 103, 108, 124
koctas.com.tr 75, 76, 109, 132
Koç, Ali Y. 5, 12, 95, 106, 107, 119, 126, 132
Koç, Mustafa V. 5, 11, 17, 40, 41, 42, 46, 47, 53-55, 65, 66, 71, 77, 88, 89, 95, 98, 126, 132, 133
Koç, Rahmi M. 31, 40, 85
Koç, Vehbi 5, 11, 17, 23-30, 40, 44, 51, 54, 61, 114, 119, 126, 131
KOÇ-DER (Kocaeli Otizmli Çocuklar Derneği) 104, 107
Koç-Yapı 54
Koç Holding 28, 29, 33, 54, 71, 77, 87, 88, 90, 98, 99, 104, 112, 119, 120, 126
Koç Holding İnşaat ve Madencilik Grubu 40, 54
Koç Holding Üst Düzey Yöneticiler Toplantısı 99, 112
Koç Holding Turizm, Gıda ve Perakende Grubu 83, 90, 121
Koç Holding Yetiştirme Programı 108
Koç Ticaret AŞ 26, 27
Koç Topluluğu 11, 17, 44, 55, 85, 102, 111, 112, 119-121, 126, 133
Koçtaş 2.0 111, 134
Koçtaş Bandosu 88
Koçtaş cingılı 23, 85, 87, 88, 132
Koçtaş çekmek 72
Koçtaş Fix 90, 91, 95, 96, 98-100, 106, 108, 111, 112, 119, 123-126, 132-134
Koçtaş Fix Tuzla 112, 134
Koçtaş İdare Meclisi 40, 44, 51, 54
Koçtaş Kampüs 104, 113, 133
Koçtaş logosu 23, 66, 85, 86, 131, 132
Koçtaş önlüğü 17, 74, 84, 85
Koçtaş Ticaret AŞ 28, 131
Koçtaş Yapı Marketleri AŞ 44, 54
Koçzade Ahmet Vehbi Firması 23
Kolay, Muhterem 25, 26, 28, 29, 54
Korkmaz, Mehmet 122, 123
Korman, Zeki 26
kurumsal sosyal sorumluluk 102
Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti 30
küçük format mağaza 95, 96, 125
Kütükçüoğlu, Fevzi 27
Kütükçüoğlu, M. Yalçın 32, 131

L

Leese, Justin 64
Leroy Merlin 42, 96, 132
lovemark bkz. aşk markası

M

mağaza içinde mağaza 74
Mahalleli Koçtaş 95, 123
Menaşe, İsrail 26, 28, 29
Metaş 29
Metro Gross Market 66
Migros 42, 87
Milli Korunma Kanunu 26, 28
Mobilya Şenliği 75
Mulcahy, Sir Geoffrey 71

O

online alışveriş 12, 75, 123-125, 132
Oracle 100, 133
organize perakende 12, 90
orta boy mağaza 112, 134

Ö

özel marka 112, 125
Özpamukçu, Alp Önder 64, 87, 108, 132
Öztekin, Basri 30

P

Perakende Günleri 87
Perşembe Pazarı 32, 131
Praktiker 96, 132
private label bkz. özel marka

Q

Qualters, Kerrin 61-63, 65, 132
Quayle, David 51

R

Rahmi M. Koç Müzesi 24, 112
Reddaway, David 90

S

Screwfix 53, 95
Sekmen, Mehmet 65
Selamiçeşme 29, 131
Sert Format 74
Sıfır Bazlı Bütçeleme 111, 120
Sicimoğlu, Ayhan 88, 89
Soft Format bkz. Yumuşak Format
Southampton 51
sosyal marka 11
Sönmez, Erdem 42
Sururi, Gülriz 46

Ş

Şarkı Söyleyen Jakuzi 75
Şişli 69, 78, 83, 99, 132, 133
Şirinevler 30, 131
Şişecam 26

T

Tansaş 77
Taşdelen mağazası 90, 91, 132
Taşkın, Uğur Serkan 101, 122
Tayvan 51, 63, 71
Tek-İz Teknik İzolasyon 29, 131
Telefonla Sipariş Hattı 75, 132
TEMA Vakfı 104, 133
tescilli marka 64
Tıkla Gelsin 96
trademark bkz. tescilli marka
trustmark bkz. güven duyulan marka
TURMEPA 104
Tuzcu, Ümit 40
TÜBİTAK 121
Tüfekçioğlu, Nevzat 54
Tüpraş 77
Türk Demir Döküm 29, 33
Türkiye İktisadi Kalkınma Planı 26
Türkiye İtibar Akademisi 104
Türkiye İtibar Endeksi (TİE) 104, 133

U

Uluslararası Para Fonu (IMF) 77
Usta Kart 102, 133
Usta Seansları 102
Usta Servisi 74
Usta temsilcileri 102, 133
Ustabilir uygulaması 100, 102, 105, 121, 124, 133

Ü

Ülkem İçin 102

V

Vehbi Koç Dükkânı 24
Vehbi Koç ve Ortakları Kollektif Şirketi 25
Vuhan 109

W

warehouse 51
Whiting, William John 52-55
Woolworths 51

Y

Yanı Başında 12, 104
Yapı Kredi 77
Yapı Malzeme Teşhir Merkezi 30
yapı market 18, 23, 33, 39, 40, 42, 44, 46, 51, 54, 56, 61, 64, 75, 78, 85, 119, 126
Yaşayan Evler blogu 102, 105, 133
Yaşayan Evler dergisi 102
yeni nesil mağaza 88, 132
Yerdut, Neslihan 46, 47
Yetenek Sizsiniz 87
23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı 87
YouTube 23
Yumuşak Format 74

Z

Zentürk, Ardan 46
ZİÇEV (Türkiye Zihinsel Yetersiz Çocukları Yetiştirme ve Koruma Vakfı) 104, 107

Kaynakça

Koç Holding *Bizden Haberler* Dergisi, 1964-2021, Koç Holding Yayını

Koç Topluluğu'nun 75. Yılı, 2001, Koç Holding Yayını

Koçtaş Arşiv Belgeleri

Koçtaş *Biz Bize* Dergisi, 2000-03, Koçtaş Yayını

Koçtaş *Karınca* Dergisi, 1998-99, Koçtaş Yayını

Vehbi Koç Anlatıyor: Bir Derleme, Ed. Gürel Tüzün, 2018, Yapı Kredi Yayınları

KÖŞE TAŞLARI, Koçtaş'ın yıllar içinde bir inşaat malzemesi toptancısından bir ev güzelleştirme merkezine dönüşmesinin hikâyesi. Başka bir okuyuşla, bu hikâye, değişen yaşam tarzlarının ve Türkiye'nin modernleşme serüveninin bir özeti.

Başlangıcı Vehbi Koç'a kadar uzanan, Mustafa V. Koç'un elinin değmesiyle yeniden ayağa kalkan, B&Q ortaklığıyla bir yapı marketi zincirine dönüşen, Koçtaş Fix'lerle mahallelere yayılan Koçtaş, bugün dijital altyapısı, akıllı uygulamaları, 215 mağazası ve binlerce çalışanıyla ev güzelleştirme sektörünün ve çok-kanallı perakendeciliğin Türkiye'deki lideri. Elinizde tuttuğunuz kitap hem bu başarıda emeği geçen herkese bir teşekkür hem de ülkemizde eksikliği hissedilen kurumsal monografilere bir katkı.

Koçtaş'ın 25. kuruluş yıldönümü vesilesiyle hazırlanan KÖŞE TAŞLARI'nda, Türkiye'nin en sevilen markalarından birinin serüvenine, tanıkların ve renkli anekdotların eşliğinde ortak olacaksınız.

Koçtaş 25.YIL