

FıratPen Profil Pazarlama Müdürü M. Erdal Karakaş

Tek başınıza hızlı giderseniz ama **EKİPLE VE TOPLULUKLA DAHA UZAĞA GİDERSİNİZ**



FIRATPEN

Winworld Dergisi'nin yeniden basılı yayına başlamasını nasıl karşılıyorsunuz?

Winworld dergisinin yeniden yayin hayati- ni başlamasını tabi ki olumlu buluyorum. Ayrıca yayin yaptığı dönemde kendi alanında sektöre ciddi katkıları oldu. O dönem, yayıncılıkta ve dergi içeriğinde önemli farklılıklar oluşturmuş ve sektöre renk katmıştı.

Öncelikle, Fırat Plastik'in gerek pencere profili, gerekse pvc boru üretiminde ülkemizin en önde gelen firmalarından olmasının arkasındaki başarı hikâyesini sizlerden dinlemek isteriz.

Doğrudur bir başarı hikâyesi var, ancak bu hikâyeyi tek bir kişinin anlatması doğru değildir. Geçenlerde bir yerde veciz bir söz okudum. Okuduğum yazıda şöyle diyordu; "Tek başınıza hızlı giderseniz ama bir ekiple ve toplulukla daha uzağa giderseniz". Fırat Plastik'in her biriminde konusuna hâkim ve uzman bir ekip var. Üretimden, sevkiyata, pazarlamadan, reklam departmanına kadar Fırat Plastik'te iyi bir ekip var ve bence bu sorunuzun cevabı yukarıda ki bu veciz sözde yatıyor.

Pencere profili tüketiminde, özellikle de reklamlarınızla çok dikkat çekmektesiniz. Yani tüketiciyi bazen çift açılıma, bazen renkli profile yönlendirmede çok başarılısınız. Bu konuda yeni hedefleriniz var mı?

Siz eğer güçlü bir marka iseniz zaman zaman tüketiciye kendinizi hatırlamak istersiniz. Ayrıca, yapmış olduğunuz bir yenilik veya farklı bir çalışma varsa bunu anlatmanız gerekir. Demek ki yapılan reklam-

ların bir amacının olması gerekiyor. Bunları şöyle sıralayabiliriz:

- » Hatırlatma Amaçlı Reklam (Unutturmama)
- » Yapılan Değişiklikleri ve Farklılıkları Anlatan Reklam (Fayda Amaçlı Reklam)
- » Satış Odaklı Reklam (Direkt Fiyat veya Promosyon)
- » Sosyal İçerikli Reklam (Toplum Menfaati Söz Konusudur)
- » İmaj Odaklı Reklam

Evet, Fırat Plastik bu reklam yapma modellerinin hepsini gerçekleştirdi. Bu kadar farklı modellere göre reklam yapabilmemiz için güçlü bir marka olmalısınız. Söz gelişi, rakip bir marka bu saydığım modellerden en az 3-4 tanesine ait reklam yapamaz. Yapsa bile parası boşa gider. Bir markanın gücü, satın alma davranışını etkileme yeteneğinde yatar. Referansı ise diğer markalardan farklılıklarını ortaya koyar. Peki, referans nedir? Sözelimi iki tane yan yana restoran var. Ve siz son derece acıkmış bir halde bu restoranların bulunduğu yere geliyorsunuz. Bir bakıyorsunuz ki birisi ağzına kadar dolu, diğer ise tam dolu değil. Bayağı boş masa var. Siz muhtemelen ne kadar aç olursanız olun, bu ağzına kadar dolu restoranda sıra beklemeyi göze alıyorsunuz. İşte bu markanın referansının gücüdür.

Uzun zamandır Tüyük Pencere Fuarı'na şirket olarak değil, bayilerinizle katılmaktasınız. Bu politikanız, gelecek fuarda da devam edecek mi? Bunun nedenlerini açıklar mısınız?

Sanırım 2008 yılıydı. Önemli bir kriz vardı. Bu krizden dolayı yalnızca bizim sektör değil, hemen hemen tüm sektörler iş ortaklarına ve dağıtım kanallarına yardımcı olmak için vadeli satışlarını uzattılar.



Yeniden yapılandırma yapanlar oldu. Fiyatlarını geri çekenler oldu. Hep birlikte mevcut krizin en az hasarla atlattılması için her kurum gücüne göre taşın altına elini soktu. O dönem TÜYAP fiyatlarını piyasanın gerçekleriyle uyuşmayacak şekilde yükseltti. Metrekare fiyatlarına ciddi zamlar yaptı. Biz kurum olarak bu duruma itiraz ettik. TÜYAP bir miktar indirim yaptı. Ama biz bunu yeterli bulmadık. Zira zammın geri alınmasını bırakın, bizce fiyatlarını geri çekmeleri gerekiyordu. Anlaşamayınca reklam departmanımızla da konuşarak bu fuara katılmama

kararı aldık. Bence o günün koşullarında çok da iyi bir karar verdik. Bugün verilen o kararın ne kadar doğru olduğunu görüyoruz. Zira bu durum da bizim için bir farklılık oldu. Kısaca, herkesin olduğu bir yerde bizim olmamız bir farklılıktır.

2014 yılı içinde ya da yakın gelecekte piyasaya sunmayı hedeflediğiniz yenilikler var mı? Bunlardan bahsedebilir misiniz?

2014 yılı içerisinde 13 aks profillerle piyasaya çıktık. Daha önce 9 aks profillerle çalışıyorduk. Bizim gibi yüksek tonaj yapan bir firmanın sorunsuz bir şekilde, yumuşak bir geçişle bunu başarması çok önem-

liydi. Yine 2014 yılı içerisinde hâlihazırda yoğun bir şekilde çalışmakta olduğumuz 70'lik serimize alternatif olacak, ölçüleri daraltılmış ve dolayısıyla fiyat avantajı yaratacak yeni bir 70'lik seriyi piyasaya süreceğiz. Ayrıca yılsonuna doğru 75'lik ara contalı üst segmente hitap edecek yeni bir serimizi piyasaya sunmuş olacağız.

Röportajımızı yanıtladığınız için teşekkürler, son olarak okuyucularımıza iletmek istediniz başka bir konu var mı?

Ben sizlere teşekkür ederim, yeni yayın hayatınızda başarılar diliyorum.

INTERVIEW WITH FIRATPEN PROFILE SALES MANAGER M. ERDAL KARAKAŞ!

FiratPen Profile Sales Manager M. Erdal Karakaş has commented on WinWorld Magazine's return to being published as hardcopies! He told our News & Ads Team how they've become one of the leaders in this industry and he also gave some tips about their new products that will be on the market soon!

