

Bölgesel Markalardan, Küresel Markalara

Türkiye'nin en iyileri, TURQUALITY® ile dünyanın zirvesine oynuyor.

TURQUALITY®

TURQUALITY® Nedir?

Misyon ve Hedeflerimiz

**TURQUALITY® Projesine
Nasıl Başvurulur?**

**TURQUALITY® Destek
Programı Kapsamındaki
Markalar**

**Marka Destek Programı
Kapsamındaki Markalar**

**Yetkilendirilmiş
Danışmanlık Listesi**

Geçmiş Basın Bültenleri

TURQUALITY® HABER BÜLTENİ

Yıl:2 Sayı: 8

Ocak 2014

Platin Dergisi, TURQUALITY® programını “Markalaşmanın Prestij Ligi TURQUALITY®” başlığıyla kapağına taşıdı

Ekonomi ve iş dünyasının önde gelen yayınlarından Platin Dergisi Aralık sayısında TURQUALITY® programını özel bir haber dosyası ile okuyucuları ile paylaştı.

“Markalaşmanın Prestij Ligi TURQUALITY®” başlığı ile kapak konusu olan haber dosyasında TURQUALITY®'nin 10 yıllık gelişim sürecinin yanı sıra üye firmaların başarı hikayelerine ve danışmanlık firmalarının görüşlerine yer verildi.

Sadece Türkiye'nin değil, dünyanın da devlet destekli ilk ve tek markalaşma programı olarak öne çıkan TURQUALITY®'nin, 10 yılda 10 dünya markası yaratmayı hedefliyor. TURQUALITY®'nin programı ve bu programa hazırlık olarak değerlendirilen 'marka programı' kapsamında değerlendirilen firmalara, 2006'dan Eylül 2013'e kadar geçen dönemde toplam 539.5 milyon TL ödeme yapıldı. TURQUALITY® programında bugüne kadar 91 şirket, 103 markasıyla bu destekten faydalandı. 47 şirketin 50 markası ise 'marka programı' çerçevesinde değerlendirildi.

İş dünyasında gittikçe ağırlaşan rekabet koşulları ve değişen tüketim kalıpları, farklı sektörlerde faaliyet gösteren markaların da belli bir dönüşümün eşiğine getirdi. Sadece Türkiye'de değil, dünyada da söz sahibi olmak isteyen pek çok şirket, global arenaya açılmak ya da var olan yurtdışı operasyonlarını güçlendirmek adına girişimlerini hızlandırıyor. 2004 yılında hayata geçen TURQUALITY® Programı, '10 yılda 10 dünya markası yaratmak' vizyonu ile aslında pek çok markaya kurumsal, finansal ve operasyonel açıdan global bir yol haritası sunuyor. Bu programın 'tüketici' gözünde bir marka referansı, 'Türk markaları' açısından ise bir gelişim katalizörü olabilmesine yönelik inovatif çalışmalar gün geçtikçe artıyor.



... [devamı için tıklayınız!](#)



TÜRKİYE CUMHURİYETİ
EKONOMİ BAKANLIĞI

TURQUALITY®

Bölgesel Markalardan, Küresel Markalara

Türkiye'nin en iyileri, TURQUALITY® ile dünyanın zirvesine oynuyor.

TURQUALITY®

TURQUALITY® HABER BÜLTENİ

Yıl:2 Sayı: 8

Ocak 2014

TURQUALITY® ile Gelen Başarı Öyküleri - Sarar

Yurt içinde 162, Avrupa'da 21 ABD'de 15 ve diğer ülkelerde 50 olmak üzere toplam 248 mağazaya ulaşan Sarar, TURQUALITY® ile dünya markası olma yolculuğuna güvenli adımlarla devam ediyor.

2014'te 70. yılını kutlayacak olan Sarar Giyim, Türkiye'nin uluslararası arenada da yüz akı markalarından. Eskişehir'de 13 metrekarelik bir terzi dükkanında hayata geçen Sarar, bugün uluslararası markalara kafa tutan, dünyanın birçok ülkesinde ulaşılabilen bir marka haline geldi. Yurt içi ve dışında toplam 248 mağazası bulunan SARAR'ın CEO'su Emre Sarar, global arenada başarılı olmanın sırrının mevcut kalitenin korunarak daha iyiye götürülmesi ve güçlü iletişim stratejilerinin



oluşturulmasında yattığının bilincinde olarak TURQUALITY® Programı'nda en başında beri olduklarını söyledi. ... [devamı için tıklayınız!](#)

TURQUALITY® ile Gelen Başarı Öyküleri - Colin's



Rusya ve Ukrayna başta olmak üzere 37 ülkede mağazaları olan COLIN'S, bu ülkelerde elde ettiği perakende tecrübesiyle dünya markası olma yolunda emin adımlarla ilerliyor.

Türkiye'nin "Dünya Markası" olma yolunda emin adımlarla ilerleyen en önemli markalarından biri olan COLIN'S, dünya

markası yolculuğuna Avrupa'daki yerini sağlamlaştırarak devam ediyor. Türkiye, Rusya ve Ukrayna başta olmak üzere faaliyet gösterdiği ülkelerde marka bilinirliği konusunda büyük başarılar imza atan, özellikle Rusya ve Ukrayna'da en yaygın mağaza ağına sahip markası olan COLIN'S, 37 ülkedeki mağazaları aracılığıyla elde ettiği perakende tecrübesini hazır giyimde en yoğun rekabetin olduğu Avrupa'daki yerini sağlamlaştırmak için kullanıyor. COLIN'S, Avrupa'nın en önemli pazarlarından biri olan Almanya'daki mağaza sayısını yılsonuna kadar 6'ya çıkarmayı hedefliyor.

"Biz Dünya Markası olmaya kararlıyız, devlet de destekliyor"

Eroğlu Grubu'nun COLIN'S markası ile yurtiçi ve yurtdışı pazarlarda bilinirlik bakımından önemli mesafeler kat ettiğini vurgulayan COLIN'S İcra Kurulu Başkanı ve Eroğlu Holding Yönetim Kurulu ... [devamı için tıklayınız!](#)



TÜRKİYE CUMHURİYETİ
EKONOMİ BAKANLIĞI

TURQUALITY®

Bölgesel Markalardan, Küresel Markalara

Türkiye'nin en iyileri, TURQUALITY® ile dünyanın zirvesine oynuyor.

TURQUALITY®

TURQUALITY® HABER BÜLTENİ

Yıl:2 Sayı: 8

Ocak 2014

TURQUALITY® 2013 Yılında Yeni Markalarıyla Daha da Güçlendi

Dünyanın devlet destekli ilk ve tek markalaşma programı TURQUALITY® Programı, 2013 yılında bünyesine kattığı yeni markalarla büyümeye devam etti.

Odağında markalaşma, hedefinde ise Türkiye'den Dünya markaları çıkarmak olan TURQUALITY® Programı'nın emeli 2004 yılında atıldı. O günden itibaren Türkiye'nin önde gelen markalarıyla birlikte gücüne güç katan program bugün farklı sektörlerden 93 firmanın 105 markasına destek veriyor. Marka Programı kapsamında ise 50 firmanın 53 markası destekleniyor. TURQUALITY® programlarından yararlanan firmaların sayısının artmasıyla katma değeri yüksek ürünün ihracatımızdaki payı da aynı oranda artıyor.



Uluslararası ticarete söz sahibi olma potansiyeli olan 8 marka daha 2013 yılında dünyanın devlet destekli ilk ve en kapsamlı marka geliştirme programı olan TURQUALITY® kapsamına alındı. ... [devamı için tıklayınız!](#)

Bülent Fidan: “Markalamanın Temel Amacı, Rakiplerden Farklılaşmaktır”



Türkiye'nin önde gelen marka yönetimi dergisi Brandage Genel Yayın Yönetmeni ve Marka Uzmanı Bülent Fidan ile TURQUALITY® e-newsletter için 'Markalaşma'nın

ve 'Marka olmanın kriterleri'nin önemini konuştuk. Fidan, İşletme (reklam/pazarlama) ve iletişim alanlarında lisans, yüksek lisans ve doktora eğitimlerinin ardından, reklam yazarı; ardından yaratıcı yönetmen olarak çalıştı. Önemli tasarımcılarından uzun dönem tasarım dersleri aldı. 1991 yılında başladığı reklamcılık kariyerinin yanı sıra karikatürist olan Bülent Fidan 10 kişisel sergi açtı, yurtiçi ve yurtdışında 30 karma sergide yer aldı; yurtiçi ve yurtdışında pek çok ödül kazandı. 2005 yılında Avrupa Mizah Akademisi'nin “Tüm dünyada 20. yüzyılın en başarılı 100 grafik mizahçısı” arasına seçildi. 1995 yılından bu yana iletişimin yanı sıra özellikle marka konusu üzerine çalışıyor, danışmanlık veriyor. Yayınlanmış kitapları ve makaleleri bulunmaktadır. “Markalamanın temel amacı, rakiplerden farklılaşmaktır. Bu farklılaşma sadece isimde değil, ürünün tasarımında, koleksiyonda, mağaza tasarımında, sunum şeklinde, elemanların müşteriye seslenmesinde, ürün kalitesinde, reklamlarında ... [devamı için tıklayınız!](#)



TÜRKİYE CUMHURİYETİ
EKONOMİ BAKANLIĞI

TURQUALITY®