

TURQUALITY® , 2009'un Fırsat ve Tehditlerini “David Bosshart” ile Değerlendirdi

TURQUALITY® , dünya perakende sektörünün uzman isimlerinden, Türkiye'nin perakende dünyasını yakından tanıyan David Bosshart'ın konuşmacı olduğu, “2009'a Girerken Fırsatlar ve Tehditler” başlıklı seminerle, bünyesindeki markalara yol gösterdi.

Dünyanın devlet destekli ilk ve tek markalaşma programı TURQUALITY® , 2009'un getireceği fırsatlar ve tehditler üzerine bir seminer düzenledi. TURQUALITY® bünyesindeki markaların üst düzey yöneticileri ve CEO'larının katıldığı, İsviçre'nin önemli enstitülerinden Gottlieb Duttweiler Institut'un (GDI) Başkanı David Bosshart'ın konuşmacı olduğu seminer, **24-25-26 Şubat** tarihlerinde, **Swissotel**'de gerçekleştirildi.

Üç gün süren **“2009'a Girerken Fırsatlar ve Tehditler”** başlıklı seminerde David Bosshart, TURQUALITY® bünyesindeki firmalarla; sektörler bazında, her gün 25'er kişilik gruplarla buluştu. David Bosshart, seminer dizisinin ilk gününde tekstil ve hazır giyim sektörü temsilcileri ile bir araya geldi. Bosshart, seminerin ikinci gününde 2009 yılını, hızlı tüketim ve mücevher sektörleri açısından değerlendirdi. Seminerin son gününde ise dayanıklı tüketim sektörünün temsilcileri, seminere dinleyici olarak katıldılar. İnteraktif olarak gerçekleşen seminerde David Bosshart, 2009 yılını fırsatlar ve tehditler bilgilendirirken, katılımcıların sorularını da yanıtladı.

“2009 özellikle dünya markası olma yolunda ilerleyen firmalar için fırsatı da beraberinde getiriyor”

3 gün süren seminerin ardından, Gottlieb Duttweiler Institut'un (GDI) Başkanı David Bosshart ve Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracat Genel Müdür Yardımcısı, TURQUALITY® Çalışma Grubu Başkanı Ziya Altunyaldız'ın katılımıyla 26 Şubat Perşembe günü Swiss Otel'de bir basın sohbet buluşması düzenlendi. Toplantıda Bosshart, 2009 yılını fırsatlar ve tehditler açısından değerlendirirken, 3 gün süren seminere ilişkin gözlemlerini aktardı.

Basın sohbet buluşmasında bir konuşma yapan Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracat Genel Müdür Yardımcısı, TURQUALITY® Çalışma Grubu Başkanı Ziya Altunyaldız, “Küresel krizin yaşandığı bu dönemde, kurumsal yetkinliklerin iyileştirilmesinin ve uluslararası en iyi uygulamaların iş süreçlerine entegre edilmesinin, markalarımızın krizle ağırlaşan rekabet şartlarında mücadelelerine katkı sağlayacağına inanıyoruz” dedi.

“2009’a Giderken Fırsatlar ve Tehditler” seminerinin, TURQUALITY® kapsamında yer alan şirketlerin yöneticileri ve ortaklarına daha fazla değer katmak ve dünya markası olma yolunda attıkları adımları daha da kuvvetlendirmek üzere düzenlendiğini söyleyen Altunyaldız, bu seminerlerin, günümüzde giderek ağırlaşan rekabet şartları ve globalleşen ekonominin sonuçları ekseninde dünya markası olmaya aday Türk firmalarının yöneticileri için oldukça verimli geçtiğini belirtti. Altunyaldız, bu seminerlerle TURQUALITY® bünyesindeki markaların en üst düzey yöneticilerinin ve buna bağlı olarak firmaların çalışma kültürlerinin gelişimi ve değişiminin bir anahtarını sunduklarını ifade etti.

Altunyaldız, bundan 3 yıl önce güçlü, global Türk markaları geliştirerek Türkiye’nin ihracatını artırmak hedefiyle yola çıktıktan TURQUALITY® Programı’nın bugün, 67 markayı barındıran dev bir program haline ulaştığını sözlerine ekledi.

Bosshart: “Türkiye, doğu ve batının en iyi ve en güçlü yönlerini kendi içinde harmanlayabilir”

David Bosshart konuşmasına; doğu ve batı kültürlerinin karşılaştırmasını yaparak başladı. İki kültürün birbirinden farklı eğilimleri olduğunu söyleyen Bosshart, batı ülkelerinin intibak sağlamayı ve doğru tempoyu tutturmayı bilmediklerini ifade etti. Doğu ülkelerine Çin’i örnek gösteren Bosshart, Çinlilerin doğru anı beklediklerini ve sabırlı olduklarını, başkalarının hatalarını gözlemleyerek başarıyı elde ettiklerini vurguladı.

Türkiye’nin doğu ve batı arasında bir köprü olmasının ve genç nüfusunun ülkenin önemli bir avantajı olduğunu söyleyen David Bosshart, “Hem doğunun hem batının en iyi ve güçlü yönlerini kendi içinizde harmanlayabilirsiniz. 75 milyonluk nüfusunuz sizin için çok büyük bir avantaj” dedi. İstanbul’un tarihi itibarıyla küresel bir kent olduğunu vurgulayan David Bosshart, Türkiye’yi, bazı ürün gamlarında çok başarılı bulunduğunu ifade ederek, “Çinliler imalatta, Hindistan ise sadece perakendede iyi. Türkler ise, her iki alanda, hem imalatta hem de perakendede kuvvetli” dedi.

Ekonomide başarının yakalanması için devletin denetim ve gözetiminin gerekliliğini savunan David Bosshart, TURQUALITY® gibi projelerin devrede olmasının çok önemli olduğunu altını çizdi.

David Bosshart’tan 8 altın öneri

Krizde yapılan en büyük hatanın, herkesin yaptığını yapmak olduğunu ifade eden Bosshart şu önerilerde bulundu:

- Krizde fiyatlandırma önemlidir, fiyatları çok düşürmeyin ve değiştirmeyin
- Hangi işte iyiyse ona devam edin, yenilik yapmak için temkinli olun
- İyi olduğunuz işi geliştirin
- Stratejinizde zigzaglar çizmeyin
- Markanın değeriyle alakasız bir şey yapmayın
- Finansal anlamda muhafazakar, büyümede temkinli olun
- Her yerde olmak yerine, bulunduğunuz yerde 1 numara olun
- Sabırlı olun

Basın Bilgi: Medyaevi İletişim / Lema Asurluoğlu, Mariam Öcal Tel: (0212) 351 91 81 (114) / (142)