

ARTI TİCARET A.Ş

ARTI Tic. A.Ş 1949 yılında temelleri atılan ve 1955 yılında Otomotiv sektörüne birkaç markayla birden girmesiyle birlikte büyümeye başlayan, şu anda Türkiye'nin en büyük grup şirketlerinden biri olan Asya Holding'in son kurduğu şirketlerden biridir.

2006 yılında otomotiv sektöründe dünyaya açılan Çin Pazarı'nı araştırmaya başlayan şirket 2007 yılında Çin'in önde gelen kuruluşlarından **Lucky Corp.** ile anlaşarak Lucky markasını Türkiye'ye getirmek için ARTI Tic. A.Ş kurmuştur.

2008 yılının Aralık ayında Türkiye'de satılmaya başlanan Lucky markası son 1 yıllık dönemde pazarda istenilen başarıyı gösterememiştir.

ARTI Tic. A.Ş' nin üst yöneticileri olarak şirket Yönetim Kurulu tarafından onaylanmış bütçe içerisinde, vakanın en sonunda bulunan yönetici özetinde sizlerden istenen konularda aksiyon almanız gerekmektedir.

İlerleyen sayfalarda şirket ve otomotiv sektörü ile ilgili bilgiler bulacaksınız. Paylaşılan veriler doğrultusunda gün boyunca çalışarak aldığınız kararları ve bu kararların dayanaklarını açıklayacağınız 3 sayfalık "**yönetici özeti raporu**" nu ve "**sunum**" u hazırlamanız ve İTÜ EMK yetkililerine teslim etmeniz beklenmektedir.

Hazırlanan sunumlar 2 Mayıs 2010, Pazar günü saat: 09.00 – 17.00 arası jüriye sunulacaktır. Bu aşamada sizlere sunum için 15 dakika, soru – cevap için 15 dakika olmak üzere toplam 30 dakika süre verilecektir.

Vaka analizinde ortaya koyduğunuz çalışmaların kullanılabilir olması ve mevcut veri/bilgiye dayanarak kendi içinde tutarlı olması beklenmektedir.

İyi çalışmalar,

LUCKY CORP. HAKKINDA GENEL BİLGİ

1986 yılında kurulmuş olan Lucky Corp., Çin'in devlet kaynaklı olmayan otomobil üretim ve satış gruplarının en büyüğüdür. Yaklaşık 20 yıllık yapılanma ve gelişmeyi takiben fark edilir başarısını otomobil, motosiklet, otomobil motoru, şanzıman, otomobil elektronik ve elektrik aksamı, otomobil parçaları ve eğitim konularında göstermiştir. 1997 yılında tam anlamıyla otomobil sektörüne girdiğinden bu yana çok hızlı bir gelişim sürecine girmiş; esnek operasyon mekanizmaları ve sürekli gelişen kendi buluşları konusunda gelişme sürecine kendi öz varlıklarından 9 milyar RMB (Renmibi – Çin para birimi)'dan fazla ödenek ayırmıştır. Lucky Corp. 1997 yılını takip eden 3 yıl boyunca ulusal girişimler arasında ilk 500 firma içinde yer almıştır. Çin' deki otomobil endüstrisinde ise son 50 yıl içinde en hızlı gelişim ve büyüme gösteren yatırım olarak bildirilmiştir. Şu an için Çin'de ki otomobil sektöründe ilk 10 marka içinde yer alan Lucky'nin Ekim 2005 tarihinde Çin' in en ünlü markası olduğu doğrulanmış ve Lucky '**Ulusal Yenilikçi ve Yol Gösterici Girişim**' olarak seçilmiştir.

Günümüzde Lucky Corp. yurtiçi ve yurtdışında konularında uzmanlaşmış birçok uzman, üst düzey yönetici ve yetenekli teknisyenlerden oluşan 8000' i aşkın çalışanı bulunmaktadır. Merkezi ile birlikte **8 adet Çin'de ve 3 adet** yurtdışında olmak üzere **11 fabrikası** bulunmaktadır. Şu an için 8 ana otomobil serisi mevcuttur. Bunlardan bazıları Lucky X, Lucky XX, Lucky XXX, China Tiger, Beauty Tiger' dir ve 30 farklı versiyona sahiptirler; bunun haricinde 1.0-1.8 hacim aralığında sekiz farklı motor ve şanzıman serisi mevcuttur. Tüm bu ürünler ulusal 3C sertifikasına sahiptir ve Euro III, IV ve V egzoz standartlarındadır.

Lucky Corp., tüm pazarlama ağını merkezine kurmuştur, şu an **315 adet 4S (Satış, İkinci El, Servis, Yedek Parça hizmeti veren) mağazaya, 450 marka distribütörüne ve 628 servis merkezine** sahiptir. Aynı zamanda uluslararası pazarlama yönünden de hızlı ve güçlü ataklar yapmıştır. 2005 yılının sonu itibarı ile 18 distribütör, yurtdışında 128 satış ve servis ağı kurmuştur. 2005 yılı içinde 200.000 çeşitli modellerde araç satışı gerçekleştirmiştir ve 33 ulusal otomobil girişimi içinde satış hacmi yönünden 7., bunun yanında 1.5 lt. altı ekonomik otomobil sınıfında ise 2. sırayı almıştır. Böylece **Ulusal Otomobil Ve Otomobil Parçaları İhracat Lideri** unvanını kazanmıştır.

Lucky Corp. Group bu yatırımlarının yanında Beijing **Lucky Üniversitesi, Hainang Lucky Sonya Fakültesi ve Linhai Zehian Lucky Otomobil Teknisyeni Yüksek Okulu** gibi okullarda 30.000

den fazla öğrenciye yüksek kalitede öğrenim veren eğitim kurumları oluşturmuş ve bu yönde yine yüz milyonlarca RMB harcamıştır. Şirketin 2010 yılı planları içerisinde Türkiye'nin önde gelen üniversitelerinden biri ile Lucky Üniversitesi arasında öğrenci değişimi yapmak ve üniversitelerde geliştirilebilecek farklı projelerde yer almak bulunmaktadır.

Uluslararası bir firma olma yönünde hızla ilerleyen Lucky Corp. gelecek 10 yıl için tüm plan ve programlarını tamamlamış, bu kapsamda 2010 yılı başında güvenilirliği ve sağlamlığı ile ün yapmış dünyanın önde gelen otomobil markalarından birini satın almıştır.

2010 yılında şirket **40 model, benzin ve dizel** seçenekleri bulunan 8 çeşit motor, 6 çeşit manuel şanzıman, 6 çeşit otomatik şanzıman, 3 çeşit elektronik şanzıman, 1 yakıt ve elektrik ile çalışan (yarı hybrid) güç projesi ve bir yarış otomobili tanıtacaktır.

2012 yılında Çin otomobil sektöründe ilk seçenek haline geleceği ve 2015 yılı itibarı ile 2/3 ü ihraç edilmek üzere 2 milyon otomobil üreteceği düşünülmektedir.

Lucky Corp. bulunduğu sektördeki ekonomik etkinliğinin yanı sıra doğal hayatın korunması, panda neslinin devamı ve ekolojik dengenin korunması için çeşitli projeler ve sponsorluklar üstlenmektedir. Fakat Türkiye'de yeteri kadar sosyal sorumluluk projesi gerçekleştirilmemektedir.



ARTI TİC. A.Ş HAKKINDA GENEL BİLGİLER

Türkiye'nin alanında öncü kuruluşlarından biri olan Asya Holding 1955 yılında İstanbul'da kurulmuş ve yaptığı atılımlar ile Türkiye ekonomisinde söz sahibi olmuştur. Ana faaliyet alanlarından biri olan Otomotiv Grubu; dev endüstri merkezleri, modern satış temsilcilikleri ve toplamda 450 milyon dolara ulaşan cirosuyla Türkiye'ye getirdiği her markanın arkasında durmuş ve tüketicisine destek olmayı bilmiştir.

Otomotiv, içecek, kırtasiye ve finans olmak üzere dört ana sektörde faaliyet gösteren Grup, son yıllarda; **bilişim, elektronik, enerji, gıda ve sağlık** sektörlerine yaptığı yatırımlarla faaliyet yelpazesini genişletmiştir. Ayrıca 1981 yılında hayata geçirdiği Asya Eğitim ve Sosyal Yardım Vakfı, bugüne kadar eğitim, sağlık ve sosyal alanlarda 42 eseri ülkemize kazandırmış olmasının yanı sıra her yıl 750 öğrenciye karşılıksız burs vermektedir.

Asya Holding 2007 yılının başlarında ARTI Tic.A.Ş'yi kurduktan sonra Çin'in önde gelen otomobil markası Lucky ile anlaşarak ürünlerini Türkiye'ye getirmeye başlamıştır. ARTI Ticaret A.Ş. kurulduğu 2007 yılından beri oluşturduğu satış bayi ağı ile otomotiv sektöründe faaliyet göstermektedir. 2 Milyon dolarlık bir kuruluş sermayesi olan şirketin yaptığı çalışmalara yön veren Vizyon, Misyon ve Değerleri ile uzun dönemli stratejileri aşağıdaki gibidir;

Vizyon

Temsil ettiği marka ile fark yaratarak Türkiye pazarında iddialı konuma gelmek,

Misyon

Otomotiv ve yedek parça pazarlarında Türk tüketicisine kalite ve teknolojiyi uygun fiyatta sunmak,

Şirketin Değerleri

- ❖ Güvenilirlik
- ❖ Şeffaflık
- ❖ Sorumluluk bilinci
- ❖ Takım çalışması
- ❖ İletişim

- ❖ Etik değerlere önem vermek

Stratejilerimiz

- ❖ Şirketimizin Lucky Corp. ile işbirliğini geliştirmek
- ❖ Pazar payını artırmak
- ❖ Marka bilinirliğini artırmak
- ❖ Faaliyet alanlarını çeşitlendirmek
- ❖ Kurumsal yapıyı geliştirmek

Bayi Yapılandırma ve Geliştirme

Şirket, politika olarak “ODD verilerine göre 2009 yılı, binek otomobil il pazar payları göz önüne alınarak, 7 coğrafi bölgede, **pazar payı %1 ‘in üzerinde olan illerde**, satış, servis ve yedek parça hizmetlerinin verilmesini kararlaştırmıştır.” (*İllerin Pazar payı dağılımı Ek-1’de verilmiştir.*)

Bahse konu olan illerde, bayi müracaatları değerlendirilirken, otomotiv sektöründe tecrübeli, bölgesinde güvenilirliği ve saygınlığı olan adaylara öncelik tanınmaktadır. Türkiye genelinde bulunan 25 Lucky bayinin bulunduğu iller ve 2009 yılı satış yüzdeleri Ek-2’de paylaşılmıştır.

Bayi yapılandırmasında, yetkili bayi satış ve servis standartları kılavuzu esas alınmaktadır ve verilen standartlar doğrultusunda, bayinin yapılandırılması maliyetini bayiliği alan kuruluş karşılamaktadır. Bayilerin araç satışından kazanacağı kar ise araç başı 500 TL – 800 TL arasında değişmektedir. Araçlar bayilere araç bedeli + KDV olarak fatura edilmekte, bayiler araçları perakende satarken ise ÖTV, bandrol ve trafik müşavirlik fiyatlarını ekleyerek işlem yapmaktadırlar(*Anahtar Teslim Fiyatı*).

Araç satışı için belirlenen standart ve uydu tipi showrooamların özellikleri ve maliyetleri ile ilgili bilgi Ek-3’te detaylı bir şekilde verilmektedir.

Bayi yapılandırmasında standartlar belirlenmesindeki temel amaç Lucky markasının tesislerindeki sağlıklı yapılaşmaya, verilen hizmet kalitesini artırmaya, marka imajını iyileştirmeye ve müşterilerin markaya olan güvenini pekiştirmeye destek olmaktır. Tüm bu yapılanmalar müşteri memnuniyetini sağlamak üzere tasarlanmaktadır.

Ürün Gamı

Artı Ticaret A.Ş. Türkiye pazarı için biri B, diğeri C segmentinde olan iki model araç ithal etmektedir.

B Segmentinde bulunan **Lucky EC1** 1.3, benzinli 86 hp motor gücüne sahip olup şu özellikleri taşımaktadır;

- NB (Notchback/ Sedan)
- Düz vites
- Klima
- Çift Airbag
- Alaşım Jant
- Sis farları
- Otomatik Camlar
- Radyo + CD çalar
- Isıtılmalı yan aynalar
- ABS+EBD
- Immobilizer (Motor kilitleme sistemi)
- Kapı içi çelik koruma barları
- **3 yıl ve ya 100.000km garanti süresi**

C Segmentinde Türk müşterisine sunulan **Lucky EC2** ise 1.5, benzinli 94 hp gücüne sahip olup aşağıda listelenmiş olan özelliklere sahiptir;

- NB (Notchback/ Sedan)
- Düz vites
- Klima
- Çift Airbag
- Alaşım Jant
- Sis Farları
- Isıtılmalı ve sinyalli yan aynalar
- Radyo + CD + MP3 çalar
- Park sensörü
- Otomatik camlar
- ABS
- Immobilizer(Motor kilitleme sistemi)
- Kapı içi çelik koruma barları
- Deri direksiyon simidi
- Maun görünümlü ön konsol
- **3 yıl ve ya 100.000km garanti süresi**

2010 yılında yaklaşık 1.5 yıldır Türkiye pazarında satışta olan iki modelin kullanıcı profiline analiz edildiği bir araştırma yürütülmüştür. Bu çalışmanın sonuçlarına göre müşteri portföyünün orta yaşlı, düşük eğitim seviyeli, evli erkeklerden meydana geldiği görülmektedir.

Bu müşteri profiline oluşmasının en büyük nedenlerinden birinin EC1 ve EC2 modellerinin kendi segmentlerindeki en yakın rakiplerinden ortalama % 20 daha uygun fiyata, yüksek donanımlı olduğu düşünülmektedir.

Buna ek olarak, araştırma göstermektedir ki Lucky marka araç tercih edenlerin yaklaşık %62'si araçlarını takas ederek veya bir önceki araçlarını satarak aracımızı satın almışlardır ve araç alanların %95'lik bölümü taşıt kredisi kullanarak araçlarına sahip olmuşlardır.

2010 yılının haziran ayında **EC3 ve EC7** adlı 2 yeni model daha Türkiye pazarına sunulacaktır. Yeni gelen modellerimizle birlikte malzeme kalitesinin ve işçiliğin giderek yükselen bir grafikte olduğu gözlenmektedir. Özellikle EC7'nin, gerek donanımı, gerek kalitesi ile kullanıcı portföyünü değiştireceği düşünülmektedir.

Her ikisi de **C segmentinde** bulunan araçların özellikleri aşağıdaki gibidir.

Lucky EC3 1.5 benzinli 102 hp gücünde CVVT motora sahiptir. Diğer donanım ve özellikleri aşağıdaki gibidir.

- NB (Notchback/ Sedan)
- Düz vites
- Tam otomatik digital klima
- Çift airbag
- Alaşım jant
- Ön ve arka sis farları
- Elektrik kumandalı,ısıtmalı,sinyalli yan aynalar
- Radyo CD çalar USB ve SD kart girişi
- Park sensörü
- Otomatik camlar
- ABS
- İmmobilizer (Motor kilitleme sistemi)
- Kapı içi çelik koruma barları
- **3 yıl ve ya 100.000km garanti süresi**

Lucky EC7, 1.5 benzinli 98 hp gücünde CVVT motora sahiptir. Diğer donanım ve özellikleri aşağıdaki gibidir.

- NB (Notchback/ Sedan)
- Düz vites
- Tam otomatik digital klima ve polen filtresi
- Yükseklik ayarlı hidrolik direksiyon
- 6 adet airbag
- Elektrik kumandalı, deri döşemeli koltuklar
- Sunroof
- Alaşım jant
- Ön ve arka sis farları
- Elektrik kumandalı,ısıtmalı,sinyalli yan aynalar
- Işığa duyarlı otomatik yanan farlar
- Işığa duyarlı iç dikiz aynası
- Çift renkli kokpit tasarımı
- Sürücü ve yolcu tarafı aynalı ve ışıklı güneşlikler
- Yol bilgisayarı
- Radyo, CD, MP3 çalar USB ve SD kart girişi,
- Gizli cam anteni
- Ön ve arka kol dayama
- Park sensörü
- Otomatik camlar
- ABS+EBD
- İmmobilizer (Motor kilitleme sistemi)
- Kapı içi çelik koruma barları
- **5 yıl ve ya 150.000km garanti süresi**

SEKTÖRE BAKIŞ VE MEVCUT DURUM

Otomotiv sektörü, sanayileşmiş ülkelerde ekonominin lokomotifi olarak kabul edilmektedir. Sektörün ekonomideki sürükleyici etkisi diğer sanayi dalları ve ekonominin diğer sektörleri ile olan çok yakın ilişkisinden kaynaklanmaktadır. Öte yandan otomotiv sektörü otomotiv ürünlerinin tüketiciye ulaşmasını sağlayan ve bunu destekleyen pazarlama, bayii, servis, akaryakıt, finans ve sigorta sektörlerinde geniş iş hacmi ve istihdam yaratmaktadır. Dolayısıyla bu sektördeki değişimler, ekonominin tümünü yakından etkilemektedir.

Türkiye otomotiv pazarı bugün gelinen noktada küresel pazarın bir parçası olmuş ve uluslararası markaların hemen hemen tamamının rekabet ettiği büyük bir pazar haline almıştır. Otomotiv sanayinin gelişim süreci doğrultusunda ülkemiz pazarında da küresel düzeyde değişen pazar ve rekabet koşulları nedeniyle sürekli bir gelişme mevcuttur. Özellikle Gümrük Birliği sonrası, 1990 öncesi koşullara göre çok farklılıklar taşıyan pazar ve rekabet koşulları Türkiye'deki otomotiv sektörünü yeni bir yapılanma sürecine sokmuştur. Bu yapılanma süreci önümüzdeki yıllarda da devam edecektir.

Türkiye otomotiv pazarı; ürün çeşitliliği, kalitesi ve fiyat açısından her kesime hitap edebilecek bir pazar niteliğindedir. Türkiye pazarında 55 marka yoğun bir rekabet içerisinde. Markalar arası rekabette ürün kalitesi, fiyat, satış ve satış sonrası hizmet kalitesi belirleyicidir. Ürünlerin ikamesi markalar arasında oldukça kolaydır. Ürünün niteliğinin yanı sıra, ürünün satışı ve satış sonrası hizmetlerinin niteliği rekabette belirleyici unsur olarak öne çıkmaktadır. Bu olgu da daha iyi iş organizasyonunu, fark yaratmada önemli bir koz haline getirmektedir.

Türk ekonomisinin en önemli yapı taşlarından biri olan otomotiv sektörü tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de son dönemde yaşanan ekonomik krizden en çok etkilenen iş kollarından biri olmuştur. 2008 yılının son çeyreğinde ABD'de başlayan finansal krizin ortaya çıkardığı talep düşüklüğü nedeniyle hurda araç teşviki ile 2005 yılında 785 bine kadar ulaşan toplam iç pazar, daha sonraki daralmalar ve küresel krizin de etkisi ile 2008 yılında 526 bine düşmüştür.

2009 yılı toplam otomotiv pazarı ağırlıklı olarak ÖTV indiriminin bazı ürünler üzerindeki talebi destekleyen etkisi ile 2008 yılına göre yüzde 9,4 artarak 576 bin adet düzeyinde gerçekleşmiştir. Avro'nun 2009 yılında enflasyon değerinin üzerinde gerçekleşmesi, 2008 yılında yüzde 58 olan ithalatın pazar payının yüzde 55 oranına gerilemesinde etkili olmuştur.

ÖTV indiriminin 30 Eylül 2009 tarihinde sona ermesiyle birlikte Ekim ayında tekrar daralmaya başlayan otomobil pazarını canlandırmak için, Kasım ayında firmaların kendi olanakları ile yapmaya başladığı kampanyalar Aralık ayında da yoğun olarak devam etmiştir.

Tablo-1'de de görüldüğü üzere ÖTV indiriminin olumlu etkisi sonucunda, 2009 yılında, bir önceki yıla göre binek otomobil pazarı yüzde 20,9 oranında artmış ve 370 bin adet düzeyine yükselmiştir. Son iki yılda gerçekleşen satışlarına markalarar göre kırılımını gösteren Marka Pay Gelişimi Raporu *Ek-4*'te görülmektedir.

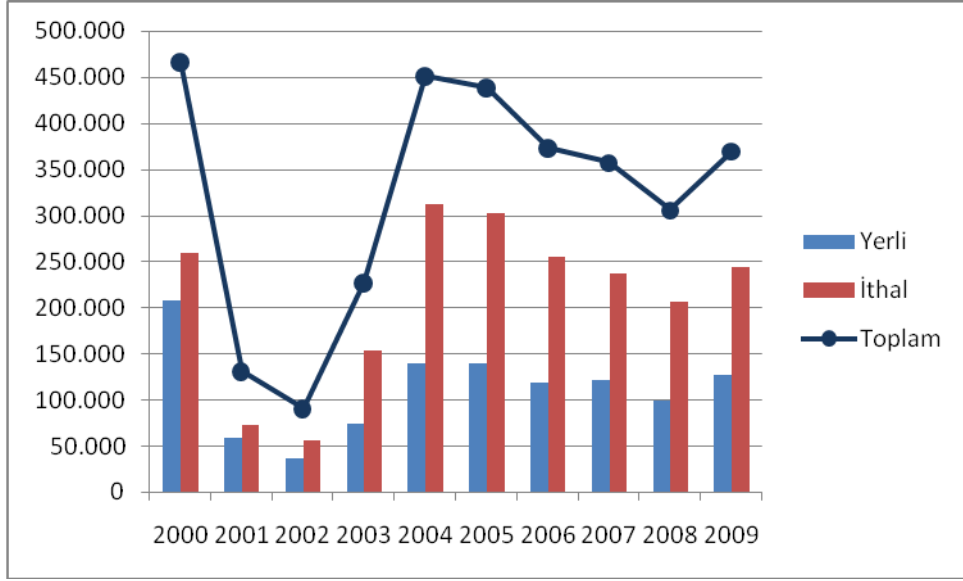
	2008(adet)	2009(adet)	Değişim(%)
Binek	305.998	369.819	20,9
Hafif Ticari	188.025	187.307	-0,4
Toplam	494.023	557.126	13

Tablo - 1: Binek ve Hafif Ticari pazarı 2008-2009 yılı satışları

Döviz kurlarındaki artışın etkisi ile 2009 yılında ithal otomobillerin pazar payı 2008 yılına göre azalmış ve yüzde 66 düzeyinde gerçekleşmiştir. Son 10 yıldır binek araç pazarında ithal ve yerli araç satış oranları aşağıdaki tablo ve grafiklerde görülmektedir.

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Yerli	207.739	59.179	35.519	73.267	139.541	139.708	117.725	120.740	99.205	126.277
İthal	258.987	72.259	55.096	153.769	311.668	301.889	255.494	236.725	206.793	243.542
Toplam	466.726	131.438	90.615	227.036	451.209	438.597	373.219	357.465	305.998	369.819
İthalat(%)	55	55	61	68	69	69	68	66	68	66

Tablo - 2: Binek Otomobil pazarında Yerli-İthal satışı gelişimi 2000-2009(adet)



Grafik – 1: Binek Otomobil pazarında Yerli-İthal kırılımı 2000-2009(Satış adedine göre)

ÖTV indirimi uygulaması, özellikle <1.600 cc otomobil pazarında olumlu etki sağlamıştır. Bu uygulama ile birlikte şirketlerin yapmış olduğu kampanyalara bağlı olarak, bu araç sınıfı talebindeki yüzde 25 oranındaki artış, toplam binek pazarının 2009 yılında, bir önceki yıla göre yaklaşık yüzde 20 oranında artmasını sağlamıştır.

Motor Tipi	2008(adet)	2009(adet)	Değişim (%)	Vergi Oranları	
				Ö.T.V	K.D.V
...< 1600cc	244.008	304.785	25%	37%	18%
1600cc-2000cc	49.973	56.766	14%	60%	18%
...>2000cc	12.017	8.268	-31%	84%	18%
Toplam Binek Pazarı	305.998	369.819	21%		

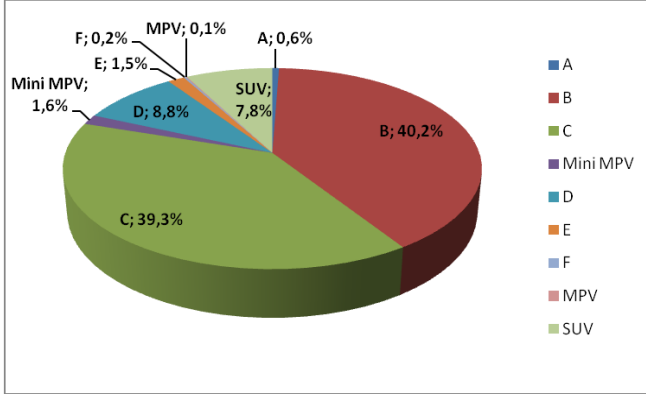
Tablo - 3: Binek Otomobil Pazarında Motor Tipine Göre Dağılım

Son 2 yıldır Binek Otomobil Pazarında gerçekleşen satışların Benzinli /Dizel Oranı aşağıdaki grafikte yer almaktadır.

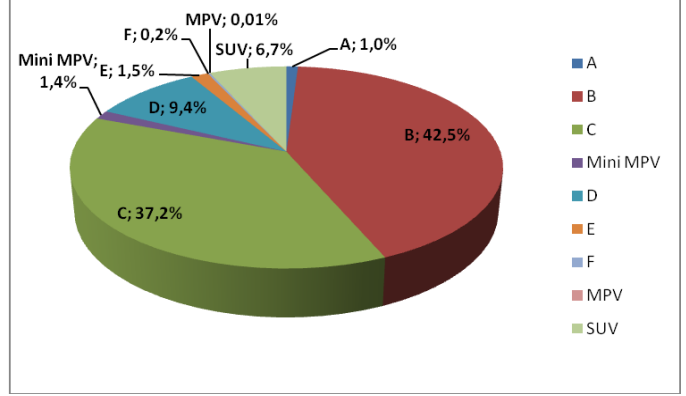
	2008	2009	2010
Dizel	53%	51%	44%
Benzinli	47%	49%	56%

Tablo - 4: Binek Otomobil Pazarında Dizel/Benzinli Oranları(2008-2010)

Lucky markasının bulunduğu binek otomobil pazarında yer alan araç segmentlerinin 2008 ve 2009 yılı satış rakamlarına göre dağılımları Grafik-2 ve Grafik-3'de verilmiştir. (Grafik 4-5'te de aynı araç pazarında gövde dağılımı görülmektedir.)



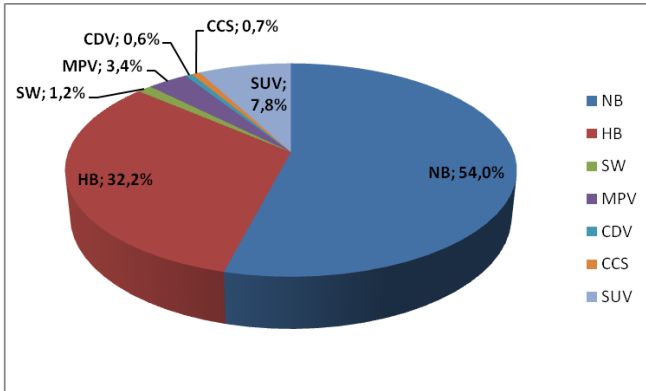
Grafik 2: 2008 Yılı Binek Otomobil Pazarı Segment Dağılımı



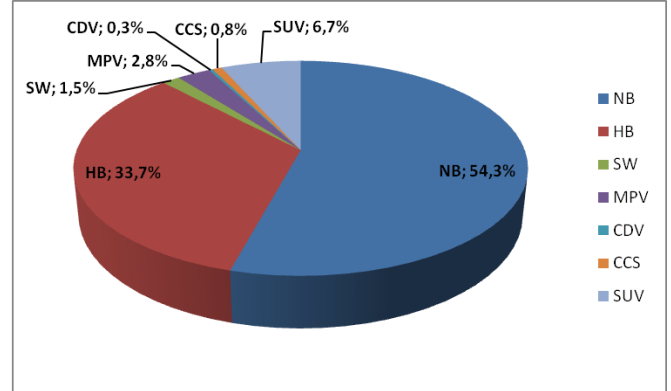
Grafik 3: 2009 Yılı Binek Otomobil Pazarı Segment Dağılımı

A Segment: Basic, BIDCar
B Segment : Small
C Segment : Small Family Car
D Segment : Large Family Car
E Segment : Executive Car

F Segment : Luxury
G Segment : Sports Car
SUV: Sports Utility Vehicle
MPV: Multi Purpose Vehicle



Grafik 4: 2008 Yılı Binek Otomobil Pazarı Gövde Dağılımı



Grafik 5: 2009 Yılı Binek Otomobil Pazarı Gövde Dağılımı

HB : Hatchback
NB : Notchback
SW : Station Wagon

CDV: Car Derived Van
CCS: Coupe/Cabrio/Sports

Mevcut Durum

Şuan piyasada bulunan Lucky ürünleri ile bu yıl pazara sürülecek olan yeni ürünler, en çok satışın gerçekleştiği B ve C segmentinde yer almaktadır. Yoğun bir rekabetin olduğu bu segmentlerde yer alan marka ve modellerin 2009 yılı satış rakamları Ek-5 ve Ek-6' te yer alan tablolarda bulunmaktadır. *(Renkli işaretlenmiş olan araç modelleri Lucky EC1 ve EC2 'nin segmentteki rakipleridir.)*

Artı Ticaret A.Ş., 2009 yılında Lucky satış hedefini 3300 araç olarak belirlemiş, ancak tablolardan da anlaşılacağı gibi yıl sonunda 1241 adetlik satış gerçekleşmiştir. Yapılan değerlendirmelerde ekonomik krizin ve Çin mallarına karşı olan ön yargının buna neden olduğu düşünülmektedir, ancak olası diğer nedenleri tespit etmek ve buna göre aksiyon almak için çalışmalar devam etmektedir.

2009 cirosu 15.000.000 TL olan Artı Ticaret 2010 bütçesini 20.000.000 TL olarak planlanmıştır. Bu bütçenin 900.000 TL'lik bölümünü pazarlama bütçesi için ayıran şirket bu yıl yapacağı çalışmalarla satışlarını artırmayı hedeflemektedir.

Tanıtım Faaliyetleri

Lucky markasının Türkiye'de tanıtımı için lansman faaliyetleri 2008 yılının 4. çeyreğinde gerçekleştirilmiştir.

İlk olarak İstanbul'da lüks bir otelde basın ve sektörün önde gelenlerinin davetli olduğu bir basın lansmanı gerçekleştirilmiş, markanın Türkiye'de satışa başladığı duyurulmuştur. Aracın lansmanında yüksek standart donanım ve " Değerinin Ötesinde" vurgusu yapılmıştır.

Ardından yoğunlukla gazete haberleri ve reklamları ile birlikte; TV, billboard, radyo, internet , hedef kitle ve sektör dergi reklamları takip etmiştir.

Alışveriş Merkezlerinde araç sergileme, çeşitli bölgesel fuar ve festivallere katılım gibi aktivitelerle daha büyük bir kitleye ulaşılması düşünülmüştür.

Ayrıca finansman kuruluşları ve bankalar ile anlaşmalar yapılarak, müşteriler için showroumlarda on-line kredilendirme olanakları sağlanmıştır. Araç bedelinin %20 'si peşin, kalanı 72 ay vadeli eşit taksitlerle, müşteriye kolay alım seçenekleri sunulmuştur. Kampanya,

gazete ve TV ilanları ile duyurulmuş, slogan “ Günde 10 TL taksitle LUCKY” olarak belirlenmiştir.

Bu tanıtım faaliyetleri ile ilgili kullanılan kanalların fiyatlarıyla ilgili yaklaşık rakamlar aşağıdaki gibidir;

Gazete İlanı : Tirajı en yüksek olan 3 gazetenin 6 sütun X 18 cm renkli ilanı günlük yaklaşık 4.000 TL- 4.500 TL ‘dir.

Tirajı düşük gazetelerde ise aynı ilanın bedeli 700 TL-1.500TL arasında değişmektedir.

TV Kayar Bant : Reyting sıralamasında 5 ila 10. Sırada olan ulusal kanallar için, 55 adet 16 sn.’lik kayar bantın bedeli ortalama 2.500 TL-3.500 TL’dir.

Radio Reklamı : 13 sn.’lik radyo spot reklamın 20 radyoda yaklaşık 750 tekrar bedeli ortalama 25.500 TL.’dir.

AVM Araç Sergileme : Cuma, Cumartesi ve Pazar günleri baz alınarak yapılan hesaplamalarda 3 günlük araç sergileme doğu illerimizde 2000\$, büyük şehirlerimizde ise ortalama 3.500 \$’dır.

Billboard : Doğu illerimizde 1 aylık süre ile 10 billboardda çıkılan reklam bedeli ortalama 3.000 TL iken büyük şehirlerimizde ana arterlerde sergilenen 1 hafta süreli klasik billboard ücreti ortalama 5.500 TL – 7.500 TL arasındadır.

YÖNETİCİ ÖZETİ

ARTI Tic. A.Ş 'nin yöneticileri olarak sizlerden, değişen ve gelişen pazar koşullarını dikkate alarak aşağıdaki konular üzerinde çalışıp öneriler geliştirmeniz istenmektedir.

- ✚ Lucky' nin 2009 yılında Türkiye pazarında hedeflenen satış rakamına ulaşamamasının ardındaki nedenleri ve gelişen Pazar dinamiklerini analiz ederek Lucky için Türkiye pazarında bir marka konumlandırması yapmanız,
- ✚ Bu çalışmalardan hareketle de sorunları ortadan kaldırmaya yönelik strateji ve projelerinizi de içeren bir eylem planı oluşturmanız gerekmektedir.

Bu çalışmalarda şirketin mevcut durumunu/faaliyetlerini, dağıtım kanallarını, ve rakiplerini iyi bir şekilde analiz etmeniz önem taşımaktadır. Yapacağınız çalışmada çalışmanın içeriği, yapılan analiz ve kullanılan metodlar, geliştireceğiniz öneriler ile yapacağınız sunumlar değerlendirilecektir.

Yapacağınız tüm çalışmaları “ ARTI Tic. A.Ş' nin ithal ettiği Lucky markasının binek otomobil grubundaki pazar payını 2010 yılında %1, 2011 yılında ise %1,5 oranında arttırarak pazardaki markalar içinde ilk 10'a girebilmesi” hedefine ulaşacak şekilde yapmanız beklenmektedir.

Yapacağınız çalışmalarda yararlanabileceğiniz Türkiyede son dönemdeki ekonomik göstergelerden bir bölümü Ek-7'de verilmiştir. Pazarda bulunan modellere ait görseller de Ek-8'de paylaşılmıştır.