

Neotech, yeni işbirlikleri ve yeni alanlar ile büyüyecek

Index Grubu'nun son tüketiciye düşük ürünlerini dağıtan şirketi **Neotech**, yüzde 85'lik ciro artışının ardından 2012'de yeni işbirlikleri ile yola devam edecek.



Neotech Genel Müdürü Erol Çetin



Index Grup şirketlerinden **Neotech**, geçen yıl gerçekleştirdiği yeni işbirlikleri ve yüzde 85'lik ciro artışı sonrasında 2012'de de yeni başlıklarla büyümeyi devam ettirmeyi planlıyor. 2011 yılında geliştirdiği işbirlikleri ile hizmet verdiği ürün başlıklarını TV ve foto/video kanalının

yanı sıra GSM/akıllı telefon, sağlıklı yaşam, oyun ve oyun konsolu başlıklarını ile zenginleştiren şirketin yeni yıldaki stratejisi de; son tüketiciye yönelik niş ürünlerin pazarla buluşmasını sağlamak. 2011 yılında Canon, HTC, Oregon Scientific, Panasonic, Acoustic Research, Nintendo gibi markalarla işbirliğini başlatan **Neotech**'in 2012 ajandasında farklı ürün başlıklarına özgü satış

kanallarının güçlendirilmesi de var. 2011 yılı sonu itibarıyla **Neotech** olarak ürün kategorilerinin en büyük satışlarının yer aldığı televizyonun dışında foto/video, akıllı telefonlar, akıllı yaşam ürünleri küçük ev aletleri, ses video kablolu sistemlerinden oluştuğunu belirten **Neotech** Genel Müdürü Erol Çetin, 2011 yılını ve yeni stratejileri hakkında şöyle konuştu:

"2011 yılını 110 milyon dolarla kapatıyoruz. Önceki seneyi 65 milyon dolar ile kapadık. 65 milyon dolardan 110 milyon dolara çıkan bir ciro artışımız oldu. 2010'da ciromuzun yüzde 80'i televizyon tarafındaydı. 2011'e baktığımız zaman yeni kontratlarla birlikte yüzde 40 televizyon yüzde 40 foto video satış oranımız oldu. 2012 yılında buradaki stratejimiz de; televizyon, foto/video yüzde oranlarını 40'lardan 25'e inmesi. Bunun için de farklı alanlara giriyoruz. 2011 yılında yaptığımız görüşmelerde HTC ile bir akıllı telefon işine girdik. 2011'de yaptığımız işbirliklerinden biri de; akıllı yaşam üzerine kişisel ve ev için butik ürünler sunan Oregon Scientific oldu. 2011 yılı içinde Nintendo da oyun başlığındaki markamız oldu. Dolayısıyla bu uluslararası büyük markalarla önümüzdeki yıl da hem ciro hedefimizi hem karlılığımızı artırmayı planlıyoruz. Stratejimiz gereği son tüketici elektroniği ürünlerinde headline dağıtıcı gibi olmak istiyoruz."

ettiklerini ifade eden Çetin, kablolu kategorisinde de 2011 yılında girdikleri yeni işbirliklerinden birinin de ses/video ürünlerinin kablolu ile ilgili tamamlayıcı ürünleri sunan Acoustic Research olduğunu belirtti.

Oyunda Nintendo ile 15 milyon dolarlık pazar hedefi

Yeni başlıklarla cirolarını büyütme hedefi doğrultusunda oluşturdukları yeni başlıklardan biri olan oyun alanında Nintendo ile yaptıkları kapsamlı işbirliği ile önemli hedefler taşıdıklarına da dikkat çeken Çetin,

"Oyun tarafında baskın markanın yanında Türkiye'de pazarın yüzde 20'si Nintendo'da yüzde 10'u da diğer ürünlerde. Avrupa'da ABD'de bu böyle değil. Nintendo altı yıl önce Türkiye'ye geldi ancak hak ettiği yerde değil şu anda. Biz de bunu büyütme adına karşılıklı söyle bir anlaşma yaptık. **Neotech** olarak biz onların tüm Türkiye'deki kanalına tedarikini sağlayacak tek dağıtıcısı olduk. Anlaşmamız kapsamında biz kanala onlar pazara tanıtıma konsantre olacak. Aşağı yukarı 15 milyon dolar gibi bir yıllık hedefimiz var. İki üç sene sonra da 40-50 milyon dolarlık bir Nintendo pazarı olacağını düşünüyoruz" diye sözlerini bitirdi.

Televizyonda dört marka ile devam edeceğiz

Daha önce satışlarının yoğun olduğu televizyon kanalında LG ve Sony ile yer aldıklarını belirten Çetin, bunlara geçen yıl Panasonic'i eklediklerini son olarak da Telefunken ile farklı kanalları hedeflediklerini belirtti. Cirolarının yüzde 40'ını oluşturan televizyon tarafında üç yabancı ve bir yerli marka ile yola devam

2012 ciro hedefi 123 milyon dolar

2012 yılında işbirliğine başladıkları bu yeni uluslararası markaları ile karlılıklarını artırmayı planladıklarını ifade eden Çetin, 2012 yılı ile ilgili de şunları söyledi: "Televizyon ve foto/videodan akıllı telefon tarafına da geçmiş olduk, diğer taraftan akıllı yaşamda elektronik butik

ürünlerle raflarda ürünlerimizi tamamladık. 2012'de de tüm bu ürünlerle planımız 123 milyon dolarlık ciro elde etmek. 2012'de biraz temkinli yüzde 10 büyüme hedefi koyduk. Bunun da iki sebebi var. Birincisi Türkiye'deki ve dünyadaki ekonomik koşullar, ikinci sebep de **Neotech**'in son birkaç yılda

aldığı yeni markaları oturtmak üzere çalışması. Yeni marka arayışlarımız devam edecek ancak yılın ikinci yarısından sonra gündemimizde olacak. Son kullanıcıya dönük elektronik payının **Neotech**'in büyümesine paralel olarak grup içinde de artacağını öngörüyoruz."

yesimc@interpromedia.com.tr