



Jos Simons

# Günde 1 milyon Türk'ü yakalayan BİM, şimdi de Fas'a göz dikti

**YILDA 400 milyon kişiye satış yapan ve 2007 yılını yüzde 34 ciro artışı ile kapatan BİM Türkiye'nin ardından gözünü şimdi de Fas'a dikti. Hem Türkiye'de hem de yurtdışında organik büyüyeceklerine dikkat çeken BİM CEO'su Jos Simons, "Fas tek olmayacak. Adım adım yeni ülkelere açılacağız" dedi.**



BİM mağazalarının sayısı mart ayı sonu itibarıyla 1834 oldu.

## Mağazalarımızın önünde Mercedes ve BMW de var

■ 1995'te faaliyete başlayan BİM'in başta yoksulların marketi olarak algılandığını söyleyen Jos Simons, "Artık kapımızın önünde Mercedes ve BMW'ler de var. Bu da satış politikamızdan kaynaklanıyor. Markasız ürün satıyor olsak da beğenmedim diyene geri getiriyoruz. Akıllı müşteri de gelip denemeyi tercih ediyor. Farklı bir alışveriş deneyimi sunuyoruz. Müşteriye seçme özgürlüğü veren her türlü girişimi de destekliyoruz."

**Beğenmeyene söz yok, ama herkes deneysin**

■ MAĞAZALARINDA sattığı ürünlerin hepsinin markalı, ancak daha az tanınan ürünler olduğunu söyleyen Jos Simons, "Biz herkesin denemesini istiyoruz. İstemeyen beğenmeyebilir. Beğenmediği ürünü geri iade de edebilir. Ama kaliteden hiçbir zaman taviz vermedik. Tek amacımız akıllı alışveriş ortamı sağlamak. Yani kaliteyi ucuz satmayı başarmak" dedi.

## İlk çeyrek kârı yüzde 49 arttı

■ Yılın ilk üç ayında 967 milyon YTL net satış yaparak satışlarını geçen yılın aynı dönemine oranla yüzde 49 artırdı.

■ Aynı dönemde BİM'in net kâr ise geçen yılın ilk çeyreğine kıyasla yüzde 54 artışla, 35 milyon YTL oldu.

■ Yılın ilk çeyreğinde açılan 100 yeni mağaza ile birlikte BİM mağazalarının sayısı mart ayı sonu itibarıyla 1834'e çıktı.

■ İlk çeyrekte faaliyet kârı yüzde 63 artışla 44 milyon YTL, net kâr ise % 54 artışla 35 milyon YTL düzeyine çıktı.

## Kriz bizi bozmaz satışımız artar

■ DÜNYADA ve Türkiye'de hızla artan gıda fiyatlarının kendilerini olumsuz etkilemeyeceğini belirten Jos Simons "Fiyat artışı ve kriz dönemlerinde insanlar hep daha ucuza yönelir. Marka bağlılığı azalır. Bazı perakendecilerle yüzde 40-50 oranında değişen fiyatları BİM'in satışlarını artırabilir. Ancak yine de etkili bir kriz yaşanmamasını umuyoruz" dedi.

## ■ Ayşegül AKYARLI GÜVEN

2007 yılını yüzde 34 ciro artışı ve 280 yeni mağaza ile kapatan BİM Türkiye'nin ardından gözünü şimdi de Fas'a dikti. Hem Türkiye'de hem de yurtdışında organik büyüyeceklerine dikkat çeken BİM CEO'su Jos Simons, "Fas tek olmayacak. Adım adım yeni ülkelere açılacağız" dedi.

## Günde 1 milyon kişi geliyor

Türkiye'de hanelerin yüzde 54'ünün bugüne kadar alışveriş için girdiği BİM den her gün 1 milyon kişinin alışveriş yaptığına dikkat çeken Simons "2007'de BİM mağazalarını kullanan kişi sayısı 400 milyonu buldu. Bu bütün perakendeciler arasında en yüksek oran. 80 milyar dolarlık hacme sahip olan gıda perakende satışlarının yüzde 40'ine organize perakendede gerçekleşiyor. BİM'in organize perakendedeki payı ise yüzde 8" dedi.

## Fiyat indirme odaklıyız

Pazar payını artırmaya yönelik olarak sürekli maliyet düşürücü politikalara odaklandıklarını belirten Simons şöyle konuştu: "Herhangi bir masraf kaleminde bir avantaj sağlarken marjımız yükseliyor. Ancak biz bu marjı kâr hanemize eklemek yerine fiyat düşürmeyi yeğliyoruz. Daha çok kazanalım yerine daha ucuza satalım diye uğraşyoruz. Hep bunun endişesini taşıyoruz. Diğer perakendeciler ile fiyat farkımız ortalama yüzde 15 ile yüzde 35 arasında değişiyor."

## Akıllının markasıyız

BİM'in yoksulların değil akıllıların markası olduğunu söyleyen Simons şöyle konuştu: "Ürün kalitesi ve fiyatlarla oynamadan dürüst olmak çok önemli. Kaliteyle oynayıp maliyet düşürmek kötü yol. Biz böyle yapacak 2007'yi 2 milyar 978 milyon YTL ciro ile kapatamazdık. Biz maliyeti mağazalarda lüks sunmayarak ve ürün yelpazemizi 600 ürünle sınırlandırarak düşürmeye çalışıyoruz."

## 600 üründe kalırız

Ürün gamını sınırlandırmanın sayısız avantaj getirdiğini savunan Simons konuşmasını şöyle sürdürdü: "600 ürün almak üretici için en iyi alıcı konumuna giriyor. Bu da pazarlık gücümüzü artırarak en iyi fiyatı almamızı sağlıyor. Bu nedenle prensip olarak asla 601 ürün satmıyoruz. Yeni bir ürün kattığımız takdirde listede daha az talep gören bir ürünü eksiltiyoruz."

## 300 mağaza geliyor

2008'de en az 300 yeni mağaza açma hedeflerine dikkat çeken Simons hedeflerini şu şekilde açıkladı: "Bu yıl 4 yeni bölgeye açılacağız. Bu bölgelerde de hep kendi depolarımızı kuracağız. 2007'de 131 milyon YTL olan yatırımımız bu yıl da artarak sürecek. Yurtdışı için de Fas mağazamızı bu yılın son çeyreğinde açtıktan sonra adım adım diğer pazarları inceleyeceğiz."

## Enflasyon hedefine katkıda bulunuyoruz

■ İSTİKRARLI şekilde enflasyonun altında olan fiyat artışlarının enflasyonu olumlu etkilediğini belirten Jos Simons, "2006'da gıda enflasyonu yüzde 11 iken

bizim artış oranımız 7 idi. 2007'de enflasyon 12 iken bizimki 11'de kaldı. Bu yolla enflasyon hedefine ulaşılması konusunda katkı sağlıyoruz" dedi.