

BİM kriz yılında Türkiye’de 350 Fas’ta 40 mağaza açmayı planlıyor

Bu yıl 110 milyon lira yatırım yaparak 350 yeni mağaza açmayı ve 2 bin kişiyi işe almayı planlayan BİM, yurtdışındaki ilk marketini Fas’ta faaliyete geçirecek. BİM, bu yıl Fas’ta 40 markete ulaşacak

İSTANBUL - Ekonomik krize rağmen BİM bu yıl 110 milyon lira yatırım yaparak 350 yeni mağaza açmayı, dört yeni bölge deposu faaliyete geçirmeyi ve 2 bin kişiyi işe almayı planlıyor. Yurtdışında ilk mağazasını Kuzey Afrika ülkelerinden Fas’ta açmayı planlayan kuruluş, bu ülkede yıl sonunda 40, dört beş yıl içerisinde 250 markete ulaşmayı amaçlıyor. Kuruluş Mısır, Cezayir ve İran’da da araştırma yapıyor.

14 bin çalışanı var

2008 yılını 2 bin 285 mağazayla kapatan kuruluşun yılbaşından buyana devam eden yatırımlar sonucunda mağaza sayısı 2 bin 330’a, çalışan sayısı da 14 bine çıktı. BİM’in 2008 yılı mali sonuçlarının açıklandığı toplantıda konuşan BİM CFO’su (Mali İşler Koordinatörü) Haluk Dortluoğlu, “BİM geçen yıl küresel krize rağmen yüzde 42 büyüyerek 4.2 milyar TL ciro yapmayı başardı. 2008’de BİM’in net kârı 114.2 milyon TL oldu” dedi.

Geçen yıl 551 yeni mağaza açarak market sayısını 2 bin 285’e çıkardıklarını belirten Dortluoğlu, “Türkiye’de mağaza sayısı bakımından liderliğimizi koruduk. BİM’in çalışan sayısı da geçen yıl 10 bin 300 düzeyinden 13 bin 700’e yükseldi. BİM geçen yıl böl-

ge merkezlerinin sayısını da 16’dan 23’e çıkararak, Türkiye çapında daha yaygın hizmet sunmaya başladı. Geçen yıl 191 milyon TL yatırım yaptık” diye konuştu.

Dost Süt pazar lideri

“İster durgunluk ister kriz deyin özel bir dönemden geçiyoruz” diyen Haluk Dortluoğlu sözlerine şöyle devam etti:

“Tüketicilerin fiyat hassasiyetinin arttığı bir dönemdeyiz. Biz de bu dönemde kalitesi son derece yüksek fakat fiyatı kendi kategorilerindeki diğer markalara göre yüzde 15-45 daha ucuz olan özel markalı ürünlere ağırlık veriyoruz. Özel markalı ürünlerin toplam ürün grubumuzdaki payı son bir yılda yüzde 51’den yüzde 56’ya yükseldi. Özel markalı ürünler yoğun talep görüyor ve müşteri memnuniyetini artırıyor.

Örneğin BİM’in özel markası olan Dost Süt, şu anda süt pazarının lideri durumunda. Shine markasıyla diş fırçası satıyoruz. O da pazarda en çok satılan diş fırçası. Buano markasıyla çikolata, Powerkey markasıyla ampul, Abdullah Efendi markasıyla kahve satıyoruz. Bütün ürünlerimizde koşulsuz idade garantisi veriyoruz. KalDer’in açıkladığı Müşteri Memnuniyet Endeksi 2008 4. Çeyrek



Haluk Dortluoğlu (soldan sağa), Jos Simons ve Galip Aykaç BİM’in bu yıl da ciddi bir büyüme öngördüğünü belirterek, her ay artan satışların bunun en büyük göstergesi olduğunu söyledi.

sonuçlarına göre zincir marketler içinde en yüksek puanı biz aldık”

‘Enflasyonu düşürüyoruz’

Türkiye’de enflasyonun düşüşüne katkıda bulunduklarını ifade eden Haluk Dortluoğlu, “2008 yılında işlenmiş gıda fiyatları yüzde 15.45 artarken, bizde bu artış yüzde 11.74 düzeyinde kaldı. Biz 500 tedarikçisi, 14 bin çalışanı ve aileleriyle birlikte 100 bine yakın bir ai-

leyiz” açıklamasında bulundu. Krize ilişkin açıklamalarda da bulunan Dortluoğlu, “Kriz 2008’in son çeyreğinde perakende sektörünü etkilemeye başladı. Fakat eylülün sonrakı her ayda toparlanma oldu. 2009’un ilk ayları geçen yılın son çeyreğine göre daha iyi geçti. Beklentimiz olumlu yönde. Bu yıl ciddi büyüme öngörüyoruz” diye konuştu. Türkiye dışındaki ilk BİM mağazasının Fas’ta açılacağını dile

getiren İcra Kurulu Başkanı Jos Simons da, “Bulgaristan ve Yunanistan’ın da bulunduğu birçok ülkeyi araştırdık. Sonunda ilk mağazayı Fas’ta açmaya karar verdik. Fas’ın durumu Türkiye’nin 15 yıl önceki haline çok benziyor. Modern perakende yeni başlıyor. İyi işler yapacağımıza inanıyoruz. Yıl sonuna kadar 40 mağaza, dört beş yıl içerisinde 250 mağaza açmayı hedefliyoruz” dedi. (Radikal)

‘Akıllıların marketiyiz’

Krize rağmen geçen yıl Türkiye’de yüzde 42 büyüdüklerini söyleyen BİM İcra Kurulu Başkanı Jos Simons, “Bu cironun yüzde 22’si varolan mağazalarımızdan geri kalanı da yeni açılan marketlerden geliyor. Tüketicilere en iyi ürünü en uygun fiyattan sunuyoruz. Bir tüketici BİM’den alışveriş yaparak haftalık alışverişinde yüzde 40 tasarruf sağlayabilir. Yani biz bilinçli ve akıllı tüketiciye hitap ediyoruz” dedi. Her kesimden müşterilerinin olduğunu ifade eden Simons, “Günde 1.5 milyon, haftada milyonlarca kişi BİM’den alışveriş yapıyor. Sadece yoksullara değil toplumun her kesimine sesleniyoruz” diye konuştu.