

Tüketici krizde 'ucuza' yöneldi BİM tarihi büyümeyi yakaladı

Krizin başladığı 2008 yılında yeni müşteri sayısını yüzde 7-8 artıran BİM, yüzde 42 büyümeyi de başardı. Krizde düşük fiyatlı ürünlere yönelen tüketiciler sayesinde fiyatları yüzde 15-45 daha ucuz olan 'özel markalı ürünlerin' payı ise yüzde 51'den 56'ya çıktı

BİM, küresel krizin etkilerini göstermeye başladığı 2008 yılında yüzde 42 büyüyerek şirket tarihindeki en büyük büyüme oranına ulaştı. Geçtiğimiz yılın Ağustos ayından itibaren yeni müşteri sayısında yüzde 7-8'lik artış da yakalayan BİM'de fiyatları yüzde 15-45 daha ucuz olan 'özel markalı ürünlerin' payı 2008 yılında yüzde 51'den yüzde 56'ya çıktı. Günde 1.5 milyon kişinin BİM mağazalarına girdiği belirtilirken müşterilerin her gün alışverişe geldiği açıklandı.

Pozitif sürece girildi

BİM CEO'su Jos Simons, "BİM'in konsepti akıllı insanların konseptidir, yoksul insanların değil" dedi. Türkiye'nin ve dünyanın olağanüstü dönemden geçtiğini söyleyen BİM CFO'su Haluk Dortluoğlu ise, "Bu tür dönemlerde fiyat hassasiyeti artıyor. Pazarda daha düşük fiyatlı, özel markalı ürünlere talep dönüyor. Biz de ürünlerimizin yüzde 50'den fazlasını 'özel markalı ürünler'de tutuyoruz. Satışlarda markalı ürünlerin payı yüzde 35'ten yüzde 31.5'e geriledi" diye konuştu.

BİM'in 2008 yılı sonuçlarının açıklandığı toplantıda konuşan Dortluoğlu, 2008'i 4.2 milyar TL ciro ve 114.2 milyon TL kârla kapattıklarını belirterek, 551 yeni mağaza açarak bugün itibarıyla 2.330 mağazaya ulaştıklarını açıkladı. Krizin etkilerini de değerlendiren Dortluoğlu, pozitif bir sürece girildiğini aktardı ve ekledi: "İlk çeyrekte daha olumlu beklentilerimiz var."



BİM, 2008'de 191 milyon TL'lik yatırım yaparak 3.400 kişiyi işe aldı. 2009'da ise 350 mağaza açılacak ve toplam 110 milyon TL'lik yatırım yapılacak. Yeni yatırımlarla 2 bin kişilik ilave istihdam yaratılacak.

Raflara beyaz eşyacılar da talip

■ 2008 yılında yakaladıkları yüzde 42'lik büyümeyle şirket tarihindeki en yüksek büyüme rakamına ulaştıklarını ve sektörde bu düzeyde büyüyen başka bir şirket olduğunu da düşünmediğini açıklayan BİM Operasyon Komitesi Başkanı Galip Aykaç, BİM mağazalarındaki raflara girebilmek için son dönemde gıda dışı ve beyaz eşya sektöründen çok talep aldıklarını da belirtti. Aykaç, haftada bir tüketici elektroniğinde spot satışlar yaptıklarını ama başarılı olamayacakları ürünlere girmeyi düşünmediklerini ifade etti.

Fas'ta ilk hedef 40 mağaza

TÜRKİYE'DE krize rağmen yatırımlarını artıran BİM, bu yıl Fas'ta da ilk aşamada 40 mağaza açarak yurtdışına da adımını atacak. BİM CEO'su Jos Simons, 4-5 yıl içinde bu ülkede 250 mağazaya ulaşacaklarını belirterek, "Fas, şu anda Türkiye'nin 15 yıl önceki durumunu yansıtıyor. Modern perakendecilik bu ülkede de başlıyor. Bizim için de pazara girmenin tam zamanı" dedi. Simons, bu ülkeye yatırımlarının birkaç milyon TL olacağını açıkladı.