

## GÜNDEM

## DÖNÜŞÜM

# Aksa, jeneratöre marka kazıyor

ÜÇ KİTADAKİ ÜRETİMİ VE CİROSUNDA YÜZDE 65'LİK YURTDIŞI PAYI İLE GLOBAL BİR OYUNCU OLAN AKSA JENERATÖR, EMTİA OLAN BİR ÜRÜNDE MARKA YARATIYOR. *Kerem Özdemir*

KAZANCIHOLDİNG şirketi Aksa Jeneratör uzun süredir global bir şirket kimliğine sahip. 35 yıllık deneyim kadar İstanbul'un yeni havalimanı gibi büyük projeleri ile Türkiye'de ve dünyada kazandığı ölçek Aksa Jeneratör'ün bugünkü kimliğini şekillendiriyor. Bu kimlik Türkiye'nin yanı sıra Çin ve ABD'de yapılan üretimle şekillenirken, her iki operasyonun getirdiği deneyim şirketin DNA'sını farklı biçimlerde değiştiriyor. Sürekli değişen oyunda, kendini yenileme ve gideceği yönü iyi bilme ayakta kalmanın iki farklı taraftaki iki önemli boyutuna işaret ediyor. Şimdiye kadar iki tarafı da iyi yönetebilmiş olan şirket, ortalama sekiz yıl olan şirkette kalma süresiyle birikimi içeride tutmak ya da sürdürülebilirlik anlamında da önemli bir koza sahip.

Aksa Jeneratör CEO'su Alper Peker, oyunu ve oyunda başarılı olmak için gereken bütün bu etkenleri çok iyi ölçebilen biri. Çin'de üretim tesisinin kurulması döneminde yedi yıl bu ülkede yaşayan Peker, ABD'deki üretimin kendilerine kazandırdıklarını da çok net görebiliyor. ABD'nin kendilerine bir Ar-Ge laboratuvarı gibi katkı sunduğunu söyleyen Peker, son Matthew kasırgasında



CEO Peker, Çin'deki üretim için yedi yıl bu ülkede yaşadı.

bile kendilerini geliştirdiklerini kaydediyor. Peker, "Jeneratörün kendisi uçmayacak kadar ağır ama üstündeki parçaların kasırgada parçalanmaması ve kopup gitmemesi için ürünlerimizi geliştiriyoruz. Kasırgalar bizim için bu anlamda öğretici oluyor. Depremde de çalışmayı sürdürmesinin gerekmesi jeneratörlere sismik izolatör kullanma dahil inovatif çözümleri entegre etmemizi sağlıyor" şeklinde konuşuyor.

Felaketlerin stres testini oluşturduğu ve yeniliklerin kapısını açtığı jeneratör işinde asıl önemi olan ise, işler normalken jeneratörlerin kendilerine gerek duyulduğunda hazır olmasını sağlayacak sistemi kurmak. Jeneratörlerin gerek duyulduğunda çalışmasını ancak elektrikler kesildiğinde test edebiliyorsunuz. Periyodik bakım sistemi ve kontroller bu nedenle hayati önem taşıyor ancak yerleri sadece bir futbol takımının antrenmanları düzeyinde. Maç anında bir sakatlanmanın oyunu bozma riski, jeneratör işinde de geçerli.

Aksa Jeneratör bu duruma, güçlü bir marka yaratarak ve

inovasyonla bunu destekleterek yanıt vermeye çalışıyor. Her ülke için geçerli sertifikasyonla üretim yapmak, normların gerektirdiği bir strateji olarak bu çabayı destekliyor ancak bu global bir oyuncu olan Aksa Jeneratör için yeterli değil. Rusya'da iş yapan bir müteahhithlik firmasının Afrika'da aldığı bir projeye başlarken jeneratörlerini oraya nakletmesi alışılmadık bir durum değil. Bu nedenle, -40 derecede çalışan bir jeneratörün 60 derecede de çalıştırılabileceğini de dikkate almak gerekiyor.

Bu durumu da değerlendirerek optimal tasarımlar geliştirmek zorunda olduklarını söyleyen Peker, mekanik taraftaki performansı artırma konusunda da hibrit jeneratörlere büyük önem verdiklerini kaydediyor. Güneş panelleri gibi yenilenebilir enerjiden faydalanmayı sağlayan araçların jeneratöre eklenmesi, burada üretilen enerjinin daha sonra kullanılmak üzere aküde depolanmasını ve zamanı geldiğinde devreye girmesini sağlıyor. Bu, jeneratörün çalıştıkça yıpranan mekanik parçalarından kaynaklanan riskleri aşağı çekerken elektrik şebekesi olmayan uzak noktalardaki jeneratörlerin yakıt ikmal sıklığını ve maliyetini de aşağı çekiyor. Peker, arazideki baz istasyonlarında bu tür bir sisteme ihtiyaç duyan mobil telekomü-



## GÜNDEM



nikasyon şirketlerinin bu çözümlerin en iyi müşterisi olduğunu ifade ediyor. Ancak global pazarda aynı durum, örneğin bir adanın elektriğinin sağlanmasında da söz konusu olabiliyor.

Değişen ihtiyaçlar jeneratör pazarında yeni ihtiyaçları ortaya çıkarsa ve bunlara yanıt veren özel çözümlerin değeri giderek artsa da, pazarı şekillendiren asıl değişim artık nüfusun büyük bölümünün hayatında elektrik kesildiğinde mum yakıp oturma konseptinin ortadan kalkmış olması. Elektrikli ev aletlerinden televizyona kadar evlerde çevrenizde gördüğünüz "yeni hane halkı" elektriğe neden ihtiyacımız olduğunun açık göstergesini oluştururken kış aylarında evlerdeki kombilerin elektrik olmadan ateşleme yapamıyor olması tabloyu daha büyük açıklıkla ortaya koyuyor. Perakende sektöründeki durum çok farklı değil. Olası bir elektrik kesintisinin bir market zin-

ciri açısından nasıl bir zarar anlamına geldiğini anlamak için tedarik zinciri tarafında son dönemde soğuk zincire yapılan vurgudaki artışa bakmak yeterli. Bu durum, elektronik güvenlik sistemleri düşünüldüğünde çok daha geniş bir kapsama alanına sahip.

Bu, Aksa Jeneratör CEO'sunun sektöründe ABD'de bu ülke standartlarında üretim yapan üretim tesisine sahip tek Türk şirketi olmak kadar faaliyet gösterdiği ülkelerde satış ağının yanında satış sonrası hizmet ağıyla da övünmesini normal hale getiriyor. Şirket buradaki performansı sağlarken dijital olarak bakım ihtiyacının ortaya çıkabileceği durumları takip ediyor ve bunu nesnelerin interneti (IOT) tarafındaki gelişmelere bağlı olarak nasıl geliştirebileceğini de araştırıyor. Aksa Jeneratör şu anda, jeneratörlerini kontrol altında tutmak isteyen müşterilerine alternatif izleme seçenekleri sunuyor.

Peker, "Kablolu internet bağlantısı ya da cihazlara takılan özel bir SIM kart sayesinde, müşterilerimiz Aksa Jeneratör'ün uzaktan izleme teknolojisini kullanarak jeneratörlerinin yağ basınıcı, motorun durumunu, yakıt ve akü seviyelerini görebiliyor" diyor. Markayı bu özellikleriyle ince ince işlemek de oyun kurgusunun parçası çünkü uzun süreli bir ilişkinin başlangıcı olan jeneratör satın almalarında en önemli etken güven. En azından hizmetin aksamaması gereken büyük AVM ve siteler, plazalar ve benzerleri için geçerli kural bu. Güvenin fiyatın önüne geçebilmesi ise doğrudan marka değeri ile bağlantılı.

Türkiye'de elektrik kesintileri seyrek yaşandığı için yılda 150-200 saat çalışan jeneratör tarafında marka yaratmak çok kolay değil. Ancak Peker, 2015'in 31 Mart'ında Türkiye genelinde yaşanan elektrik kesintisinin çağrı merkezlerine yarattığı akının bu

konuda kendilerine bir ölçüt sağladığını ifade ediyor. Aksa Jeneratör'ün çağrı merkezine o tarihte gelen başvurular beş altı katına yükselirken yapılan analiz, arayanların yüzde 95'inin Aksa müşterisi olmadığını ortaya koyuyor. Şirketin Facebook ve Twitter profilleri, marka etkisinin yayılması için yeni sosyalleşme çabaları.

Peker'in ve Aksa Jeneratör'ün DNA'sına işlemiş olan bu formülün güvenilirliğini sıarken, Türkiye'de yüzde 50 pazar payına sahip olan şirketin cirosunun yüzde 65'ini yurtdışından elde ettiği bir global model yaratmayı başardığını da dikkate almak gerekiyor. Bu, finansal riskleri dağıtmak açısından da şirketin elini rahatlatıyor.

2015'te 40 bin adetlik satış rakamına ve 400 milyon dolarlık ciroya ulaşan Aksa Jeneratör, dünya çapında ilk beşe girmeyi başarmış durumda. Şirket planları dahilinde 2025 itibarıyla 1 milyar dolara ulaşması durumunda ilk üçte yer alacağını öngörüyor. İlk beşe girerken ciddi engellerle karşılaşmalarına karşın yılmadıklarını söyleyen Peker, listede yükselme hedeflerine işaret ederken, "Dünya beşten büyüktür" diyor ve gülümsüyor. Rusya'da ve aynı şekilde Azerbaycan, Kazakistan, Mısır'da ekonomi yavaşlarken Aksa Jeneratör'ün global olarak büyümeyi başarmış olması, Peker'in bu gülümsemeye hakkı olduğunu gösteriyor. Henüz girilmemiş olan Hindistan pazarına adım atılması, bu gülümsemeyi zafer kahkahasına çevirebilir. ■