



DünyaFood

Sayı 07

Temmuz / July 2019

MAGAZINE

Hofex 2019'a katıldık
We participated in Hofex 2019
Singapur ve Malezya
Pazarında Assos
Assos in Singapore
and Malaysia Market



byKeskin

buy value

PROTEIN YOU NEED



2016 yılında her şeye yeniden sıfırdan başladığımda, bu kadar kısa sürede bu kadar ülkeye ulaşacağımızı hayal dahi edemezken, şu anda ByKeskin ve Assos markaları ile 40 ülkeye ihracat yapar durumdayız. Ticarete dedemin dediği gibi "ne yaparsan yap en iyisini yap" mantığından ilerleyerek benim ismime olan güvenle, siz değerli müşterilerimizin desteğiyle, yorulmadan her geçen gün büyüyerek yolumuza devam ediyoruz.

En son ihracat yapmaya başladığımız Batı Afrika pazarında sürekli yeniliklere imza atıyoruz. Oradaki halkın tüketim alışkanlıklarına göre ambalaj ve ürün tasarlayıp Türk ürünlerinin dünya markalarıyla nasıl rekabet edebileceğini rakiplerimize gösteriyoruz. Zeytinyağında da; Asya pazarında yenilikçi tasarımlarımız ve Ege Lezzeti sloganıyla birçok Asyalının sofralarına konuk oluyoruz.

Her zaman söylediğim gibi Türkiye'deki üreticilerin ihracat pazarını çeşitlendirmesi elzem hale gelmiştir. Maalesef yumurta ihracatının %85'inin Irak'a yapılmasından dolayı, son 8 haftadır Irak hükümetinin yerel üreticilerini destekleme kararı almasından ötürü ithalat kapılarını Türk yumurta üreticilerine kapatmıştır. Bu yüzden Türkiye'deki günlük 140 milyon adet yumurta üretimi, iç pazarda tüketilmek zorunda kalmıştır. Halbuki Irak'a ihracat yapılırken Türkiye'den günlük 14,5 milyon adet yumurta (haftalık 100 milyon adet) ihraç edilmekteydi. Bu kadar yumurtanın ihracat yerine, iç piyasaya girmesinden kaynaklı yumurta satış fiyatları adeti 40 kuruştan 25 kuruşa gerilemiştir. Üretici ciddi anlamda zarar etmektedir. Devlet yetkililerimiz bu sorunun çözümü için birçok kez Irak hükümeti ile iletişime geçip, ziyaret edip, toplantılar gerçekleştirmiştir. Ama şuana kadar hiçbir çözüme ulaşamamıştır. Yumurta üreticileri de çözüm olarak ellerindeki yumurtacı tavukları kesmeye başlamışlardır, bu nedenle önümüzdeki günlerde ihracat pazarına gönderilen yumurta miktarı düşecektir. Çözüm olarak Türk yumurta üreticilerinin yeni pazarlara yelken açıp; eğer kapasite arttırma düşünceleri varsa, ellerindeki yeni pazarlara göre karar vermeleri daha uygun olacaktır.

Ülkemiz son günlerde ekonomideki ve dış politikadaki dik duruşu sayesinde kur politikalarındaki başarılarıyla istikrarı yakalamıştır. Amerikan Merkez Bankasının (FED) faiz düşürme ihtimalinin gündeme gelmesi, Amerika ve Çin arasındaki ticaret savaşı, Amerika ve İran arasındaki gerilim yatırımcının güvenli limanlara yönelmesine neden olmuştur. Altın ons fiyatı artarken USD endeksi düşmüş ve dolar değer kaybı yaşamıştır. Türk Lirası, Türkiye'deki olumlu gelişmelerle birlikte gelişen ülke paraları içinde en değer kazanan para birimlerinden biri haline gelmiştir. Enflasyon rakamlarındaki düşüş ile birlikte önümüzdeki günlerde Türkiye Merkez Bankası'nın faiz oranlarını düşürmesi beklenmektedir. Bunun yanı sıra ülkemize gelen turist sayısının geçtiğimiz yıllara oranla çok daha üzerine çıkacağı ve bu sayının Cumhuriyet tarihinde rekor kırarak şekilde 45-50 milyon turiste ulaşması beklenmektedir.

“How fast is the world changing?”

From its establishment in 2016, and in less than three years, the team at Dunyafood now export byKeskin and Assos branded products to over 40 countries – some of which I had no idea of their location when we first started! We believe it is an enviable record which we are keen to build on in the future. So is there a secret to our success? I am reminded of the wise words my grandfather gave me “whatever you do, do your best and be the best” and we keep that as the company philosophy by creating, producing and distributing products our global customers can trust and have confidence in.

Different global markets and customers pose unique challenges, with constant change and innovation becoming the new normal. In the West African markets, where we have recently started exporting, we are designing and developing new forms of packaging demonstrating, once again, that Turkish goods can compete with the best global brands. In Asia our olive oils are super competitive with their European cousins and we are increasingly starting to fly the Turkish flag in that part of the world. But is not all positive and expansion, and occasionally politics overtakes trade and creates challenging conditions. Take the case of Iraq – a major export market for Turkish produced eggs – where the government there has closed down egg imports to the extent of 85%, or in simple terms 14.5 million eggs per day! Their rationale is to protect their own fledging egg industry, but whatever the logic the fallout for Turkey is devastating. Let's follow the implications of their action through. Without sales to the Iraqi market (which represent 10% of total Turkish production), total egg production is in excess of domestic demand, and over the past 8 weeks market prices have fallen from 40 kuruş to 25 kuruş. At a unit selling price of 25 kuruş it is uneconomic to feed and maintain a flock of egg laying chickens. So healthy egg laying chickens are being slaughtered, which, if and when the egg prices recover, will take a long time to restock.

Turkish government officials have held numerous meetings with their Iraqi counterparts to no avail, and at the time of writing, no solution to the problem seems on the horizon. It is a tragedy for our industry but also a challenge to find new markets to fill and keep capacities buoyant. Dunyafood is working on it, but it is a difficult issue to resolve!

On the fiscal front the Turkish economy has recently exhibited a degree of stability in what seems to be becoming an increasingly unstable world. The trade war between the US and China and the tension in the Gulf between the US and Iran has made many investors rush for safer options, notably gold, which has risen significantly. Despite these uncertainties the Turkish lira continues to strengthen against all major global currencies, and more importantly the range within which it fluctuates has fallen significantly over the past year. Domestic interest rates have been cut, and the number of tourists visiting Turkey this year is expected to be in the 45 – 50 million range, a record in the history of the republic. These are all symptoms of a prudent and enlightened economic strategy being pursued by the Turkish government, which we should all support.

Enjoy this issue of our magazine, and we welcome your comments.
Keskin Keskinoglu
CEO, Dunyafood



Dünya Food ile Ziyaretler Out and about Dunya Food

Dünya Food CEO'su Keskin Keskinoğlu bir kaç aya sığdırdığı yoğun programında bayi ziyaretleri, yurtiçi ve dışından ağırladığı misafirleri, fuarlar, yeni iş bağlantıları ile ilgili ziyaretler yer aldı. Bazı ziyaretleri:

Dunya Food CEO Keskin Keskinoglu has been very active over the past few months in both visiting people and organisations outside the business or hosting people interested in working with Dunya Food. Here is a selection of recent meetings:

Bosna Veterinerleri Ziyaret Etti!

Bosna'dan gelen resmi veteriner heyeti tesislerimizi ziyaret ederek denetim gerçekleştirdi. Denetimlerden tam not alan tesisimizden Bosna'ya ihracatlar başladı.



Bosnia Veterinarians Visit!

A team of accredited governmental veterinarians from Bosnia visited our facilities recently and conducted inspections, prior to our developing exports to this market. They reported all facilities were compliant with their standards and gave their authority for exports to commence.

Milli Güvenlik Sekreteri Ziyareti

Yönetim Kurulu Başkanımız Keskin Keskinoğlu, Milli Güvenlik Kurulu Genel Sekreteri Vali Seyfullah Hacimuftuoğlu'nu ziyaret etti. Keskinoglu, misafirperverliği için Hacimuftuoğlu'na teşekkürlerini ilettiler.



Visit to National Security Secretary

Keskin Keskinoglu, our Chairman, recently called on the Secretary General of the National Security Council, Governor Seyfullah Hacimuftuoğlu, where they had an interesting conversation on matters of common concern.

Ekrem Tetik Ziyareti

Ankara'nın en eski yumurta ve tavuk üreticisi olan Tetik Tavukçuluk Yönetim Kurulu Başkanı Ekrem Tetik'i Ankara'daki tesislerimizde ağırladık. Ekrem Tetik ile sektörün mevcut durumu, geleceği ve teknolojik olarak gelecekte neler yapılabileceği görüşüldü, toplantı sonrasında olumlu sonuçlar çıktı. Sayın Tetik, ev sahipliği için Sayın Keskin Keskinoğlu'na teşekkür etti.



Ekrem Tetik's Visit

At our facility in Ankara we recently hosted a visit from Mr Ekrem Tetik, chairman of Tetik Poultry, which has the distinction of being the longest established chicken and egg producer in the Ankara region. Our chairman, Keskin Keskinoglu and Mr Tetik had very useful bilateral discussions concerning the current situation in the sector, its future and the implications of technology. There were some useful consequences to their meeting which will be actualised in the future. Mr Tetik thanked Mr Keskin for hosting.

Bala Belediye Başkanı Ahmet Buran Ziyareti



Visit to Bala Mayor Ahmet Buran

Keskin Keskinoglu, Bala Belediye Başkanı Ahmet Buran'ı makamında ziyaret etti. Keskinoglu, Başkan Buran'a yeni görevinde başarılar diledi.

Mr Keskin recently called on the newly appointed mayor of Bala, Ahmet Buran, at his office. He congratulated Mr Buran on his success and wished him well in his new position. Bala is the administrative district in which the Ankara facilities are located.

Bala Kaymakamı Mithat Can Kutluca Ziyareti



Visit to Mithat Can Kutluca, Governor of Bala

Keskin Keskinoglu, Bala Kaymakamı Mithat Can Kutluca'yı makamında ziyaret etti. Keskinoglu, Sayın Kutluca'ya misafirperverliği için teşekkürlerini ilettili.

Keskin Keskinoglu made a courtesy call to the Bala District Governor Mithat Can Kutluca, to thank him for his assistance and ongoing support for the company.

Ahmet İyimaya Ziyareti

Yönetim Kurulu Başkanımız Keskin Keskinoglu, Avukat H. Bülent Serdaroglu ile birlikte Adalet Komisyonu eski Başkanı Ahmet İyimaya'ya ziyaret gerçekleştirdiler. İkili, Ahmet İyimaya'nın yeni yaptığı kütüphanesinde misafiri oldu. Son derece entellektüel yapısı ve bilgi derinliği olan eski tecrübeli siyasetçi ve hukukçu Ahmet İyimaya ile Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne giriş süreçleriyle ilgili görüş alışverişinde bulundu. Keskinoglu, değerli büyüğümüz Ahmet İyimaya'yla bir araya gelmekten çok memnunuz. Misafirperverliği için teşekkür ederiz, dedi.



Visit to Ahmet İyimaya

It is a great honour and privilege to meet someone who is at the heart of the Turkish legal and political environment, so Mr Keskin's recent meeting with Ahmet İyimaya was a memorable occasion. Accompanied by the company's lawyer Mr Bulent Serdaroglu they were guests at Ahmet İyimaya's new library, where they had a fascinating discussion exchanging views on a number of topics, including Turkey's European Union membership process. Ahmet İyimaya, as an eminent lawyer and former senior politician, has a unique perspective on current issues and the meeting was a most stimulating event. Mr. Keskinoglu expressed his delight at the meeting with the esteemed statesman and thanked him for his hospitality.

Cp Firması Üst Düzey Yöneticileri Tesisimizi Ziyaret Etti

Yönetim Kurulu Başkanımız Keskin Keskinoglu, CP Tavukçuluk Üst Düzey Yöneticileri Mehmet Çetin, Mehmet Ali Tekin ve Haşim Özkan Sarışen'i Ankara'daki yumurta tesislerimizde ağırladı. Cp firmasıyla yem konusunda daha da iş hacmini arttırmak için ve ihracattaki potansiyel ülkelerle CP'nin dünyadaki üretim gücüyle byKeskin'in ihracat potansiyelini arttırıp, birlikte işbirliği konusunda çalışmalar başlatıldı. Misafirler, Sayın Keskinoglu'na daveti için teşekkür etti.



CP Top Executives Visited Our Facility

It is always nice to meet colleagues from within the same industry, and Keskin Keskinoglu, CEO of Dunyafood, recently hosted a visit from Mehmet Cetin, Mehmet Ali and Hasim Ozkan Sarisen of CP Turkey's senior management team at our Ankara facility. CP (Charoen Pokphand) is a major Thai based agricultural conglomerate, with significant interests in Turkey in chicken feed and broiler production. The discussions ranged over a number of joint initiatives including the use of CP feedstuffs and the export potentials of the byKeskin range of products in jointly serviced markets. Studies are to be initiated to establish where global co-operation might be most beneficial. Our guests from CP thanked Keskin profusely for his kind invitation and hospitality.

Eximbank'ı EİB Yönetim Kurulu Başkanı Bedri Girit ile Ziyaret Ettik

Yönetim Kurulu Başkanımız Keskin Keskinoglu ve Ege İhracatçılar Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Bedri Girit ile beraber Eximbank İzmir Şubesi'ni ziyaret etti.



We visited Eximbank with Bedri Girit, Chairman of the Board of Directors of EİB

Exports do not occur spontaneously - they need a lot of planning and support, hence Mr.Keskin's visit, together with Bedri Girit, Chairman of the Aegean Exporters Union, to see senior officials at the Eximbank's Izmir branch, where various banking and funding issues were explored.

Argeta firması ziyareti

Balkanların en büyük kanatlı eti grubu üreticisi Peter Ovniç'i, tesislerimizde ağırladık. Yumurta üretim bandımızı ve kesimhanemizi ziyaret etti.



Visit to Argeta

We recently hosted a visit to our Ankara facilities from Peter Ovnic, senior purchasing manager from Droga Kolinska, one of the major food importers and exporters in Slovenia. He visited our egg production line and slaughterhouse.

Salten Fuarçılık Yön.Kur. Başkanı Aytaç Ekiz ile Hong Kong Fuarında...

Yönetim Kurulu Başkanımız Keskin Keskinoğlu, HOFEX 2019 fuarında Selten Fuarçılık Yönetim Kurulu Başkanı Aytaç Ekiz ile bir araya geldi. İkili, son dönemde potansiyel gösteren yeni ülkeler ve gıda fuarları hakkında fikir alışverişinden bulundu.



We met with Aytaç Ekiz, Chairman of Salten Fuarçılık at Hong Kong Fair!

Keskin Keskinoglu recently met with Aytac Ekiz, chairman of Selten Fuarçilik, the Turkish food fair organiser, at HOFEX 2019 in Hong Kong. They shared ideas about the value of food fairs and markets which have recently shown potential.

Emniyet Müdür Yardımcısı Hakan Metin Ziyareti

Yönetim Kurulu Başkanımız Keskin Keskinoğlu, İzmir Emniyet Müdür Yardımcısı Hakan Metin 'i ziyaret gerçekleştirdi. Keskinoğlu, misafirperverliği için Hakan Metin'e teşekkürlerini ilettiler.



Visit to Deputy Police Chief Hakan Metin

It is always good to visit our guardians of law and order, so Keskin Keskinoglu was delighted to visit and meet Hakan Metin, Deputy Chief of Police for the Izmir region. They had a most useful discussion on matters of common interest and Keskin thanked Mr Metin for his hospitality.

Bilken Yumurta sahibi Kenan Uygur tesislerimizde bizi ziyaret etti!

Gaziantep'in önde gelen yumurta üreticisi Bilken Yumurta Yönetim Kurulu Başkanı Kenan Uygur'u Ankara'daki tesislerimizde ağırladık. Yeni yapılacak kapasite artışı için tesislerimizi gezip, yapacağı yatırımının bizim tesislerimizde ki gibi modern ve yenilikçi bir sistemle kurması için bilgi alışverişinde bulunuldu. Sayın Uygur ev sahipliği için Sayın Keskin Keskinoğlu'na teşekkür etti.



Kenan Uygur owner of Bilken Egg, visited us at our facilities!

The company hosted a visit to our Ankara facilities from Kenan Uygur, Chairman of Bilken Eggs. We discussed how to facilitate capacity increases, the introduction of the most recent innovations in egg production and investment in the expanded facilities. It was a most useful and practically oriented meeting. Mr Uygur thanked Mr Keskin for his hospitality.

Dünya Food Türkiye'yi Gururla Temsil Ediyor

SİNGAPUR / SINGAPORE



Singapur'un en büyük marketlerinden Mustafa Center'da zeytinyağlarımız raflardaki yerini koruyor. Singapur'da tüketiciden tam not alan zeytinyağımız en çok aranan markalardan biri olmaya devam ediyor. Yönetim Kurulu Başkanımız Keskin Keskinoglu'nun Uzakdoğu seyahatinde bir araya gelen taraflar ürünlere olan talepten memnun. Keskin Keskinoglu, "Ürünlerimize olan talep ve markamıza olan güven bizi çok mutlu ediyor. Tanıtım çalışmalarıyla Singapur'da ülkemizi ve zeytinyağlarımızı ön plana çıkarmaya devam edeceğiz." dedi.



South East Asia provides a growing market for the Assos brand olive oil range of products, and Keskin Keskinoglu recently paid a visit to the region to liaise with importers and develop the market. In Singapore the Assos brand has become one of the most sought after brands in the country and is prominent on the shelves of the prestigious Mustafa Centre outlets. Meeting with various managers Mr Keskin said "We are very happy with the demand and trust we have generated for our products. We hope to continue to expand on our existing base and to bring our country and Assos olive oil to the attention of even more users through a range of promotional activities"

Dünya Food Proudly Representing to Türkiye

MALEZYA / MALAYSIA



Assos zeytinyağları, Malezya'daki başarısına devam ediyor. Yönetim Kurulu Başkanımız Keskin Keskinoglu, Uzakdoğu seyahati sırasında Malezya'nın başkenti Kuala Lumpur'daki müşterilerimizle bir araya geldi. Yeni anlaşmalara imzalar atılırken, market ziyaretleri yaparak

ürün tanıtımları için yeni fikirler üretildi. Sayın Keskinoglu, "Ürünlerimize olan talepten memnunuz. Malezya'da tanınan ve kalitesinden şüphe edilmeyen bir marka haline geldik. Bundan sonra da gelenekselleşmiş ürün tanıtımı etkinliklerimiz devam edecektir." dedi.



As part of his tour of South East Asia, Keskin Keskinoglu also visited distributors in Kuala Lumpur, capital city of Malaysia. While signing new agreements for the supply of Assos products, innovatory ideas were discussed for promotion and market development. Keskin commenting on his visit said "Assos is becoming a well known brand in Malaysia, and we are pleased with the current level of demand. There is a good appreciation for the quality it represents, and we hope to develop this market in the future"

İftar Daveti

Break Fast Dinner

Yönetim Kurulu Başkanımız Keskin Keskinoglu'nun ev sahipliğinde Ankara Tarım il Müdürü, Tarım il Müdür yardımcıları, Hayvan Sağlığı Şube Müdürü, Bala tarım ilçe Müdürü ve Müdür Yardımcıları, Hayvan Sağlığı Daire Başkanı ve Tarım Bakanlığı çalışanlarıyla katılımlarıyla Ankara'da Kaşibeyaz Restaurant'da iftar daveti verildi. Yemeğin ardından konuşan Sayın Keskinoglu, Ramazan ayının paylaşmayı hatırlatan mübarek bir ay olduğunu belirtti. Bu ayın ülkemize ve sofralarımıza bereket ve mutluluk getirmesini temenni ederek, "Bizleri kırmayıp davetimize katılan ve bir sofrada bulduğumuz tüm dostlarımıza teşekkür ediyorum." diyerek sözlerini tamamladı.



Hosted by Keskin Keskinoglu, our Chairman, the company organised a special Iftar dinner in Ankara for a number of senior governmental officials and organisations related to the company's business. These included the Ankara Provincial Director of Agriculture and his deputy, together with the head and deputy of the Animal Health department, and the local Bala Agriculture Director.

In his speech after the meal, held at the Kasibeyaz restaurant in Ankara, Mr Keskin emphasised the principles of the Ramadan experience. He said "The month of Ramadan is a month in which we must remember to share. I hope this month brings you all both physical and spiritual abundance and to our country as a whole. I would like to thank our friends who have joined us and broken the fast with us"

Denizli Kitap Fuarı

Denizli Book Fair

Yönetim Kurulu Başkanımız Keskin Keskinoglu'nun değerli eşi yazar Dicle Keskinoglu kitap fuar ve okuma etkinlikleri kapsamında Denizli, Adana, İzmir ve Antalya illerinde çocuklarla bir araya geldi. Dicle Keskinoglu, çocuklarımızın ufuklarının sınırsız olması için kitap okumanın en önemli etken olduğuna inanıyor. Ülkemizin geleceğini hayal gücünün sınırlarını zorlayan nesiller belirleyecek, bu nedenle çocuklarımızın kitap okumaya olan bu ilgisi beni çok mutlu ediyor, dedi.

It's not all company news, as Dicle Keskinoglu, wife of our Chairman, Keskin, has also been making news! As a well established and popular author of children's books she has been on a reading and activity tour for children around Turkey, so far visiting Denizli, Adana, Izmir and Antalya, with other venues planned. Dicle believes introducing children to reading at an early age is vital. She says "I believe reading is the most important factor in allowing children to expand their horizons, and imagination is one of the key characteristics our country needs today. Creativity is becoming the key to success, and reading sows the seeds of creativity"



Pazarlama: Yeni gerçekler

Bir zamanlar pazarlama o kadar basitti ki, bir ürün ürettirdiniz, insanlar satın alırdı ve bir kâr elde ederdimiz. Daha 30 yıl öncesine kadar bile bu, temel pazarlama modeliydi, şimdi ise daha fazla rekabet olması nedeniyle daha akıllı olmak gerekiyor, daha fazla ürünle birlikte pazarlama ve toplam müşteri memnuniyeti giderek daha önemli hale geldi.

İnternetin pazarlama uygulamaları üzerinde ilerlemeden önce, teknolojinin pazarlamanın yüzünü nasıl değiştirdiğini (ve değiştirmedini) açıkça belirtelim. Teknoloji, tüketicinin temel ihtiyaçlarını veya isteklerini değiştirmede - hala iletişim kurmak istiyoruz, hala malları satın almaya ihtiyacımız var ve hala diğer insanlardan etkileniyoruz. Ancak teknolojinin yaptığı bu süreçleri çok daha verimli kılmak ve mal ve hizmet alışverişinde para karşılığında dijitalleştirilmiş fırsatlar yaratmaktır.

Bu yüzden şimdi dedikodu yapmak ya da mektup yazmak yerine Facebook ya da diğer sosyal medyada metinler yazıyoruz, uçaklarımız ve tatillerimizi, evimizin rahatlığı doğrultusunda, kitapçıklarımız ve bloggerlar belirli şekillerde tüketmemizi teşvik ediyor. Tercihlerimiz, değişmiş gibi görünse de aynı kalıyor.

Peki internetin ve dijital devrimin pazarlanmasının etkileri nelerdir? Öncelikle, mal ve hizmet sağlayıcılar için "pazar yollarında" derin bir değişiklik oldu. Geleneksel üretici / toptancı / perakendeci rotası tehdit altındadır. Çünkü bu rotaya gerek kalmadan daha fazla mal ve hizmeti çevrimiçi olarak satın alınmaktadır. Tüketici için avantajları açıktır, geleneksel perakende için korkunç etkileri olmuştur. Küçük bir örnek vermek gerekirse, Birleşik Krallık'taki seyahat acentelerinin sayısı, on yıldan daha az bir sürede 5.200'den 1.500'e düşmüştür.

Perakendeci iseniz- "tuğlalar" dan "tuğlalar ve tıklamalar" a geçiş yapan çevrimiçi bir varlığınız olmalı ve tuğlalarınız düştükçe tıklamaları genişletmeye hazır olmalısınız. Dağıtım zincirinin bir parçası olmasanız bile, bir web sitesinde ürünleri göstermek, varlığınızı halka bildirmek ve markanızı desteklemek için çok önemlidir. Ayrıca en hızlı büyüyen şirketlerin çoğunun "sadece tıklananlar" dan olması şaşırtıcı değildir. "Tuğla" maliyeti yoktur ve bu nedenle çok rekabetçi fiyatlar sunabilir.

İkinci hayati pazarlama uygulaması, dijital teknolojilerin yapay zeka uygulamalarını nasıl ortaya koyduğunu ve davranışı öngörme, ön yargılama ve manipüle etme becerisi olmuştur. Amazon bu konuda ustalardan biri olarak - "X'i satın aldın, Y'yi (ilgili bir ürün) beğenebilirsin" ya da "X'i satın alan insanlar Y'yi satın aldı" Yeni bir pazarlama fikri değil belki ama teknoloji ile daha verimli bir hale geldi.

İnternet, tüketiciler için satın alma mekanizmaları sunarken, hizmet sağlayıcıların, özellikle de, hizmetin tüketilmemesi durumunda, sabit bir arzın dalgalı bir talep ve toplam dayanıklılıkla dengelenmesi yoluyla gelirlerini en üst düzeye çıkarabilecekleri bir araç sağlamıştır. Kapasite oranlarının mümkün olan en yüksek fiyata satılmasını sağlamak için havayolları ve oteller tarafından karmaşık algoritmalar geliştirilmiştir. Dinamik fiyatlandırma, sürekli değişen fiyatlarda olduğu gibi kalmak için de burada.

Denge arayışı içinde belki de borsaların gerçekleşmesine izin verecek elektronik "platformlar" geliştirerek internetin küçük mallar ve hizmet sağlayıcılar için sağladığı çarpıcı pazarlama avantajlarını göz ardı etmemeliyiz. Yine yeni bir fikir değil, öncekinden çok daha verimli bir şekilde yapılan; taksi hizmetleri için Uber, kiralık konaklama için Airbnb, tüm istenmeyen ürünleriniz için eBay ve her şey için her yerde bulunan Alibaba'yı düşünün!

Öyleyse yeni gerçekliğin pazarlanması için çıkarımlar nelerdir? İlk önce onu anlamalısınız ve bunun bir parçası olmalısınız. Onu kucaklamış olanlar sonunda kaybolacaklar. İkincisi, pazarlama için yeni gerçeklik, zorlukların ve fırsatların ortaya çıkmasına neden olur, ancak temelleri değiştirmez, bu temellerin tanıtılma ve sunulma şekli değişir.

Ve son olarak, belki bir kuaför veya berber olmadığınız sürece, bağışıklık kazanmazsınız! Pazarlama herkes için değişiyor ve değişim hızlanıyor ve geride kalanları beklemeyecek.

Marketing: The new realities

Once upon a time marketing was so simple, you produced a product, people bought it and you made a profit. Even up to 30 years ago this was the basic model of marketing, although now there was more competition and you had to be smarter, so with more products chasing fewer customers relationship marketing and total customer satisfaction became increasingly more important.

Before progressing onto the marketing implications of the internet, let's be clear how technology has (and has not) changed the face of marketing. Technology has not changed consumer's basic needs or desires – we still want to communicate, we still need to buy goods, and we are still influenced by other people. What technology has done however is make these processes much more efficient and created digitalised opportunities for the exchange of goods and services for money.

So what are the implications for marketing of the internet and the digital revolution? Firstly there has been a profound change in the "routes to market" for goods and service providers. The traditional producer / wholesaler / retailer route is under threat, with more and more goods (and services) being purchased online, both B2B and B2C. The advantages for the consumer are obvious, the implications for traditional retail horrendous. The number of travel agents in the UK has gone down from 5,200 to 1,500 in less than a decade. Whole town centres are becoming denuded of shops as people either purchase online or buy from out of town malls. The marketing implication for the retailer - you must have an online pre-



sence moving from "bricks" to "bricks and clicks" and be prepared for the clicks to expand as your bricks declines. Even if you are not part of the distributive chain, a website is an essential to showcase products, inform the public of your existence, and support your brand. It is also no surprise that many of the fastest growing companies are those who are "clicks only".

They have no "brick" costs and hence can offer very competitive prices. The second vital marketing implication has been how digital technologies have spawned AI (artificial intelligence) applications and the ability to predict, pre-judge and manipulate behaviour. Amazon are the masters at this – "you bought X, you might like Y (a related product)" or "people who bought X also bought Y" Not a new marketing idea perhaps but made much more efficient through technology.

While the internet has provided purchasing mechanisms for consumers it has also provided a means through which service providers, in particular, can maximise their income by balancing out a fixed supply with a fluctuating demand and total perishability if the service is not consumed. Complex algorithms have been developed by budget airlines and hotels to ensure as much of their capacity is sold at the highest possible price. Dynamic pricing, as in constantly fluctuating prices, is here to stay. Again probably done previously by a man with a slide rule and a pencil, but now done instantly and more accurately!

So what are the implications for marketing of the new reality? Firstly you must understand it and be part of it. Those who do not embrace it will ultimately die. Secondly the new reality for marketing throws up challenges and opportunities, but does not change the fundamentals, simply the way those fundamentals are promoted and delivered.

And finally marketing is changing for all and the change is accelerating, and will not wait for those who lag behind.

Prof. Peter Williamson



**HER GÜN BİR
YUMURTA**



www.bykeskin.com