

Siemens AG Türkiye Genel Temsilcisi
Prof. Dr. Ruhi Kaykayoğlu



Franchising Derneği (UFRAD)
Başkanı Dr. Mustafa Aydın

FRANCHISING DÜNYASI ve SIEMENS

Franchising sisteminin bütün yanlarıyla konuşulduğu programda, gelen konuklar firmalarını tüm yönleriyle tanıtmaya fırsat buluyor. Önemli örnekler ele alınıyor ve Türkiye'deki gelişmeler anlatılıyor.



Siemens AG Türkiye Genel Temsilcisi Ruhi Kaykayoğlu franchising sistemi konusunda önemli bilgiler verirken ayrıca Siemens'in başarı öyküsünü de anlatma fırsatı buldu.

Dünyadaki başarılı örneklerin verildiği programda, tüm girişimcilerin ve okurların bu tecrübe ve bilgilerden yararlanacağı düşüncesiyle görüşlerini siz değerli okurlarımızla paylaşmak istiyoruz. Bu haftaki konumuz Alman devi Siemens AG Türkiye Genel Temsilcisi Prof. Dr. Ruhi Kaykayoğlu. Program süresinceengin deneyim ve bilgisini aktaran; Siemens'in dünyadaki başarısından örnekler veren Kaykayoğlu girişimcilere dört noktada tavsiyede bulundu: "Bir şirketin başarısında dört tane parametre vardır: Bir tanesi insanların kabiliyeti, ikincisi insanların bilgi sermayesi, üçüncüsü şirketin yöneticisi, dördüncüsü ise şirketin motivasyonu. Her şirket bu dört noktayla ortaya gelir."

kindan tanyalım, ne tip çalışmalarınız var bunlara yakından bakalım. Ama önce Siemens'i bir tanyalım geçmiştin bugüne."

SIEMENS'İN MARKA ÖYKÜSÜ

Ruhi Kaykayoğlu: Siemens markası 1852'de kuruldu. W. K tarafından kuruldu. K. o tarihlerde endüstriyel girişimleri sonucunda ilk telgraf makinesini yaparak patent almış ve o makine onun icadı olarak satılmaya başlanmış. Siemens'in oluşumu da gündeme gelmiş. Siemens bir telgraf makinesi ile başlayan bir rüya. Bu rüya W.K'nın kardeşleri ile büyüyerek devam etmiş. 1881'de kardeşler, hedef bir düzey olarak Siemens markasını Almanya'nın dışında bir marka yapmaya karar vermişler. Demişler ki, sadece burada kalmayıp büyüyeceğiz şirketi. 1881 yılı sonunda kurucu W.K hayatını kaybetmiş. Bu yıldan itibaren kardeşleri markayı büyütmeğe başlamış. Sadece telgraf makinesi ile kalmamış yavaş yavaş otomasyon, elektronik, elektrik ile ilgili başka şeylerle ve icatlarla 1923'e gelmiş. Bu yıla gelindiğinde şirketinin yüz bin çalışanı olmuş. Bu çok enteresan bir sayı. Ben özellikle bu rakamı seçtim çünkü 1923 bizim cumhuriyetimizin kuruluş yılıdır.

Can Özatay: Herhalde telgraf makinesinden farklı ürünlerle bugüne geldi?

Ruhi Kaykayoğlu: Çok farklı ürünlerle, elektrik motorları, kontrol cihazları gelmiş, endüstriye kullanılan birtakım duyurgalar, sensörler eklenmiş ürünlere.

Dr. Mustafa Aydın: Ruhi bey bir şey sormak istiyorum. O farklı ürünlerin hepsi, Siemens adı altında mı?

Ruhi Kaykayoğlu: Şimdi ona geliyorum Siemens dünyada 190 ülkede temsilciliği bulunan uluslararası bir şirket. Yönetim Almanya'da, orada bir yönetim kurulu var. Siemens ile ilgili bölümler var. Onların ana yapıları Almanya'da, 190 ülkede ise Siemens ile ilgili temsilcilikler var. Şimdi Türkiye ve diğer ülkelere bakarsak teknoloji alanında olduğu gibi beyaz eşyada da Siemens olduğunu görürüz. Siemens Bosch ortaklığı var. Siemens Volkswagen ortaklığı var. Bir de

Siemens 1900'lü yıllarda farklı alanlarda da ortaklıklar kurmuş. Bugün itibarı ile Almanya merkezli olmak üzere 190 ülkede Siemens, 475 bin çalışana ulaşmış bir firmadır. Bu çalışanlar 190 ülkede çalışıyor. Olimpiyatlara 163 ülkenin katıldığı atılan ülke sayısından fazla ülkede bulunuyor. Bu çok büyük bir marka olimpiyatı. Karayip'teki ufak bir ülkede de Siemens var, Türkiye gibi büyük bir ülkede de var.

Dr. Aydın: Ürün burada bizler için de çok önemli. Tabi Siemens bir dünya markası. 190 farklı ülkede sizin temsilcilik diye ifade ettiğiniz, ama bir araya franchise değil bunlar. Tamamen Almanya tarafından atanan bir genel müdür veya bir yönetici...

HER GÜN 30 PATENT

Ruhi Kaykayoğlu: Tabi, ülkeden ülkeye göre farklılık gösterir. Türkiye'deki yapı içerisinde anonim şirket sistemi var. Bu yapı içinde sistemin içinde başka ortaklar olabilir. Ama bu yapının başındaki kişi Almanya tarafından atanıyor. Mali direktörler Alman. Birimlerin de başkanı Alman olabilir. Türk de olabilir. Ama her şey Almanya'ya bağlı. Ve Siemens'in içinde bizim hep söylediğimiz altı temel bölüm vardır. Bunlar tıp çözümleri bölümümüz; hastanelerdeki radyoloji ve tıp sahalarına yönelik çözümler suman teknolojimiz. Otomasyon; burada bayilik sisteminde de uygulanıyor. Bir başkası enerji. Büyük havaalanlarının enerjisi, ülkelerin enerji altyapılarının organizasyonu, bölgelerinin enerji altyapıları Siemens tarafından yapılıyor. Bunların dışında komünikasyon, iletişim alanı var. Daha sonra bina teknolojileri, hem binaların yönetimi hem güvenliği ile ilgili işlerin yapıldığı bir bölüm. Ve bir de ulaştırma var. Bunların içinde ibi yüzlerce ürün var. Bu tıp teknolojilerinden otomasyona, binaya, nerjeye kadar geldiğimiz zaman büyük bir ürün yelpazesi görürüz. Şimdi, Siemens'in çalışanlarının elli bin anesi araştırmacı. Ar-ge ordusu var. Bu ordunun 30 bini yazılımcı. O nedenle Siemens'in sadece dışarıda ürünün ekipmanları ve cihazları dışında bunlara güçlü destek veren yazılım üreten grubu var. O kadar büyük ki, geçen seneki satış cirosu 100 milyar avroya yakın. Bizim ülkemizin 15 katı kadar satış bütçesine sahip. Ayrıca her çalışma günü ortalama 30 patent alma gücüne sahip. Hem Avrupa hem de dünya Patent ofisleriyle oluyor bunları.

Özatay: Hemen Türkiye'den bir

kaç örnek verebilir miyiz?

Ruhi Kaykayoğlu: Türkiye'den örnek vereyim. Türkiye'nin 2004'te Avrupa Patent Ofisi'nden aldığı patent sayısı 40. Siemens için verdiğimiz rakamlar da aynı yıla ait. Bir şirket tek başına bizi bir buçuk günde katlıyor.

Dr. Mustafa Aydın: Burada önemli bir konu var. Siemens kendi alanı içine giren veya girmeyen bu markaları tescil ettiriyor dediniz. Peki şu anıya gelene kadar kaç marka tescil ettirdi? Siemens'e ait işlerlik kazanan kaç marka var. Bunu takip edebiliriz mi?

Bugün birçok dünya markasının altına indiginiz zaman bu markaların başka markaların sahibi olduğunu görüyoruz. Türkiye tekstil sektöründe Boyner markasını ele alabiliriz mesela. Onun altında 5-10 marka var ama ondan doğmuşlar. Bu şekilde Siemens'e ait başka marka var mı?

Ruhi Kaykayoğlu: Böyle bir şey yok. Ama mesela Fijutsu Siemens bilgisayarlar var, buna da Siemens giriyor bu şekilde. Ama onlarla yapılan bir işbirliği. Siemens-Fijutsu bilgisayarları, Bosch-Siemens otomotiv yedek parçası, bunlar ikili markalı ürünler. Siemens'in bütün dünyadaki en büyük başarısı geleceği okuması ile ilgilidir. Onun için Siemens'te öyle bir birim var ki geleceğin resimlerini oluşturur. Bununla ilgili dokümanlar bizim ofislerimize ve web sitelerimize de gelir. Siemens'in web sitesine bakarsanız 20 sene sonrasının ulaştırma sektörünün resmi görürsünüz. Hastane ortamını görürsünüz. Şu anda 20 yıl sonraki ulaştırma sektörünün otomasyonun, sağlık sektörünün resmi kafamda. Zaten günde otuz patent alınmasının sebebi bu. Ha bunları nereye koyuyor? Bunları raflara koyuyor. Ticarete sürmek zor. Çünkü bugünkü koşullarda hem masraf hem işgücü kaybı olabilir. Bunu rant tabii ticarete dökmek pazara sunmak güç olur.

Dr. Mustafa Aydın: Sizi yakından tanıyorum, hem akademisyenliğinizin olması hem de akademisyenliğinizdeki tecrübe ve deneyimlerinizi hem sivil hayattaki ticari ve hizmet sektöründeki bütün deneyimlerinizi harmanlayarak sunmanız ayrı bir özelliği var. Bir dönem birlikte iş yaptık. Şunu anlatmanı istiyorum. Hem bir akademisyen olarak ama yalnızca akademisyen olarak kalmayıp, onu ticari ve hizmet sektörü ile bütünleştiren bir insan olarak kurumsallaşmaya önem veren bir insan olarak, bir bilim adamı olarak markalaşma yolunda Siemens'teki tecrübenizi de buna katarak ne önerirsiniz? Türk müteşebbisine Türkiye'de markalaşma yolunda yola çıkmış olan insanlarımız, bizim madde madde bir şeyler söylememiz lazım. Bir bunu yapacaksın, iki bunu yapacaksın gibi. Eğer marka olmak istiyorsanız şu yapmalısınız gibi; bir yol haritası takip etmelisiniz gibi, önerilerinizi almak istiyorum.

BAŞARI İÇİN İNOVASYON ŞART

Ruhi Kaykayoğlu: Şimdi Siemens'in bu başarısına baktığımız zaman bunu sloganında görüyoruz. Küresel İnovasyon ağı. Siemens diyor ki ben küresel inovasyon ağıyım. 190 ülkeyle böyle bir ağ oluşturuyorum diyor. Araştırmacılarımızla, satış temsilcilerimle, o ülkedeki bayilerimle ben bir

inovasyon ağıyım diyor. Rakamlar da bunu çok açık bir şekilde ortaya koyuyor. Markalarında dünyada ya birinci, ya ikinci ya üçüncü. Eğer ürün ilk üçten çıkarsa çıkıyor zaten. O sektörü bırakıyor yani. Bunu her zaman dile getiriyorum, kurumsallaşmadaki, markalaşmadaki, en büyük sihirli kelime inovasyon. Bunu biraz açmaya çalışayım. İnovasyon dendiği zaman, ülkemizde hep Ar-Ge olarak algılandı. Halen de bunu böyle algılayan şirketlerimiz, girişimcilerimiz olabilir. İnovasyon, bir satışa, bir hizmete, bir ürüne; size özgü yenilikler getirmektir. Siz bir satış sırasında, sesinizi yükselterek satışınızı gerçekleştiriyorsanız bu bir inovasyondur. Değişik bir reklam tarzıyla insanları kendinize çekiyorsanız bu da bir inovasyondur. Siemens'in becerdiği inovasyon, onu markalaşmaya yetmiş.

Dr. Mustafa Aydın: Bunu günün şartlarına göre strateji geliştirmek diyebiliriz değil mi?

Ruhi Kaykayoğlu: Madde madde gidersek, bizim madde madde geliştirmemiz gereken alanlar sanayi, hizmet sektörü, özellikle franchising giren büyük bir güç var. Franchising'den gelen bu gücün, hem yerli Franchisor var hem yerli franchisorlar var. Bunlar yılların birikimini kime veriyorlar, franchise veriyorlar. Alın bu birikimleri kullanıyorlar. Kullanırken markalaşmak isteyen şirketler, zaten bu franchisorlar markalaşmak zorundalar. Çünkü markalarını satıyorlar.

Dr. Mustafa Aydın: Peki Ruhi bey, belki bugün oraya biraz ağırlık vermemiz lazım. Bugün markalaşma yolunda, adım adım ilerlemekte olan veya yeni adımı atmış, değerli kurum sahiplerine bunu hatırlatmak gerekiyor.

Prof. Kaykayoğlu: Eğer dünyadaki büyük markalara, bunlar çok güçlü markalar, özellikle fast food sektörüne bakarsanız, ülkemizde de var. Bunların en büyük başarıları franchise'larını ve elemanlarını çok iyi eğitmeleridir.

Can Özatay: Kesinlikle edelim Mc'Donalds'tan bahsediyorsunuz buyrun...

Ruhi Kaykayoğlu: Mc'Donalds Hamburger Üniversitesi, şimdiye kadar 50 bin kişiye üniversite diploması vermiş. 50 bin insan bu gün dünyanın birçok ülkesinde Mc'Donalds bayrağını dalgalandırıyor. Diplomayı verirken bütün hücreleriyle, bütün kültürünü aşılamış. Ve insanlar o inovasyonu taşıyorlar. Türkiye'deki insanlara birinci önerim, kendi şirket akademilerini kurmaları gerekiyor. Mc'Donalds Üniversitesi bunun en güzel örneğidir. Kurumsallaşmanın birinci derecede en önemli ayağı eğitim. Çok ciddi bir şekilde bizim inovasyonu öğrenmemiz lazım. Siemens'ten öğrenmemiz gereken birinci nokta, kurumsallaşmak ve inovasyonu öne çıkarmamız lazım. Yenilikçiliği ortaya çıkarmamız gerekiyor. Ürünü daha iyi yenilikle nasıl sunarız. İnsanlarımızı nasıl yenilikçi yaparız nasıl, inovatif yaparız. İkinci noktası bu, üçüncü nokta, en önemli nokta çok iyi yönetimsel araçları kullanmamız gerekiyor. Bir şirketin başarısında dört tane parametre vardır: Bir tanesi insanların kabiliyeti, insanların bilgi sermayesi, şirketin yöneticisi, şirketin motivasyonu. Her şirket bu dört noktayla ortaya gelir.