

“Otomotiv sektöründeki dijital dönüşümün aktif bir paydaşı olarak değer yaratan online çözümler geliştiriyoruz”

“İkinci el araçların yeniden pazarlanması sürecini 360° ele alıp bu sürecin online olarak yönetilmesi ile ilgili yazılımlarımız ve sunduğumuz iş modelleriyle sektörün bu alanda dijitalleşmesi konusunda pazar yapıcı bir rol üstleniyoruz.”



ASLI GÖKER

AUTOROLA Türkiye Genel Müdür Yardımcısı

AUTOROLA

2022 yılının ilk üç çeyreği, Autorola’dan hareketle Türkiye için sizce nasıl geçti? 2022 yıl sonu ve 2023 yılının ilk yarısına dair beklentilerinizi paylaşır mısınız?

Son iki yıldır yarı iletken hammaddenin arz ve dağıtımında sıkıntı yaşanıyor. Bu sıkıntıyı kısaca çip krizi olarak ifade etmek gerekirse, bu sıkıntıya 2022’de başlayan Rusya-Ukrayna savaşının etkisiyle ortaya çıkan enerji krizi de eklendi. Sektörün yaşadığı sorunlara; üretimdeki yüksek maliyetleri, lojistik sıkıntıları ve birçok ülkede yaşanan yüksek enflasyonun etkisini de ilave edebiliriz. Dolayısıyla global olarak otomotiv sektöründe zor bir yıl yaşanıyor. İlk 9 aylık sonuçlara bakıldığında ABD pazarında yüzde 13, Avrupa pazarında ise yüzde 5 seviyelerinde bir daralma görülüyor.

Ülkemizde ise otomobil ve hafif ticari araç pazarında Ocak-Eylül 2022 tarihleri arasında 2021’e göre yüzde 6,7 oranında daralma yaşandı. 2022’nin son 3 aylık satışlarının, 2021’in son 3 ayı seviyelerinde gerçekleşeceğini varsayarsak, kötümser tahminle yılın 700 bin seviyesinde yüzde 5 daralmayla kapanacağını öngörüyoruz.

2023 yılında Avrupa pazarında daralma beklentisi bulunuyor. İhracatta bu anlamda sıkıntı yaşanması bekleniyor. 2023’ün ilk yarısında bulunurluk sıkıntısında her ne kadar bir azalma yaşanmaya başlasa da arzın talep edilen ölçüde karşılanmaması kısmında sıkıntı olarak hayatımızda var olmaya devam edecek. Diğer yandan ülkemizde seçim dönemine giriyoruz. Bu dönem boyunca yaşanacak politik ve ekonomik dalgalanmalar da sektörümüzü etkileyecektir.

Bahsettiğim detaylarla şekillenen zorlu tabloya rağmen, Türkiye’de sektör olarak 2023 yılı için en kötü ihtimalle 2022’deki pazar rakamlarını koruyabileceğimizi düşünüyorum.

Autorola’nın sektörde bulunduğu yerden bahsedebilir misiniz?

26 yıl önce Danimarka’da kurulan, otomotiv sektörünün ikinci el

araç pazarında online süreçler ve dijital deneyimi sahiplenerek yeniden pazarlama ve IT çözümlerinde 24 ülkede lider konumundaki Autorola Grubu’nun bir parçası olarak, Türkiye’de 10 yıldır faaliyet gösteriyoruz.

İkinci el araçların yeniden pazarlanması sürecini 360° ele alıp; bu sürecin online olarak yönetilmesi ile ilgili yazılımlarımız ve sunduğumuz iş modelleriyle sektörün bu alanda dijitalleşmesi konusunda pazar yapıcı bir rol üstleniyoruz.

OEM’lere yetkili satıcıların yeni araç satış ve ikinci el araç alım-satım hacimlerini artırabilmek, marka ve modellerinin ikinci el araç pazarında ağırlıklı olarak yetkili satıcıları tarafından alınıp satılmasını sağlamak, markalarının ikinci el değerlerini yükseltmek için online bir ekosistem sunuyoruz. Birbiriyle entegre çalışan yazılımlarımızla OEM’ler ve yetkili satıcılarının ikinci el araç yönetimini dijital ortama taşıyarak, uçtan uca tüm aşamalarıyla online bir platformda yönetebilmelerine, verimli, takip edilebilir, ölçülebilir ve şeffaf bir iş modeliyle ikinci eldeki hacimlerini, performanslarını ve kârlılıklarını geliştirmelerine olanak sağlıyoruz.

Bugün Türkiye otomotiv sektörü ikinci el araç pazarında satışların yüzde 85’ini gerçekleştiren 21 markanın distribütörü ve yetkili satıcıları ile iş birliği içerisindeyiz.

“Sektörle ilk kez bizim buluşturduğumuz ürün ve hizmetleri geliştirmeyi önemsiyoruz”

2022 yılında Autorola’nın en çok hangi ürünleri ve hizmetleri tercih edildi?

Pandemi süreciyle birlikte son iki senedir yaşanan tedarik sıkıntısı, artan üretim maliyetleri, yüksek enflasyon oranları ve volatil kur dalgalanmaları sebebiyle yeni araç pazarındaki odak ve talep bir miktar ikinci el pazarına kaydı. Bu sebeple sektörün Autorola’nın ikinci el araç yönetimindeki uzmanlığına, çözümlerine,

yazılımlarına ve süreçlerini dijitalleştirme konularına ihtiyacı daha da arttı. Bu sebeple OEM ve yetkili satıcılarıyla ikinci el araç yönetim süreçlerini dijitalleştirme üzerinde çalıştığımız yoğun bir yıl yaşıyoruz.

Autorola Türkiye olarak sektörle ilk kez bizim buluşturduğumuz ve sadece bizim sunmaya devam ettiğimiz ürünlerimizden kısaca bahsetmek isterim:

- Eskiden bir otomobil almak için bir showroom içinde ortalama üç saat geçiren tüketicilerin yüzde 80'inin araç alımlarını online ortama taşıdıkları günümüzde, sektör oyuncularını satış süreçlerini dijitalleştirmek için yatırımlarını hızlandırdı. Perakende satış noktalarında ziyaretlerin azalması nedeniyle OEM ve bayi grupları web sitelerinde kullandıkları "Lead Generator" ürünümüz ile araçlarını satmak, takasa vermek isteyen potansiyel müşterilerine otomobilleri için pazardaki en doğru ve en güncel fiyatı sunarak takas alım adetlerini artırıyorlar. Artan takas adetleriyle birlikte tedarik sağlayabildikleri noktada bu ürünümüz sayesinde yeni araç satış adetleri de yükseliyor.
- Aracını takasa getiren potansiyel müşterilerin araç bilgilerinin ve fotoğraflarının girildiği takas alım uygulamamız "Trade-In App" ile 15 dakika içinde en gerçekçi satın alma fiyatı alan yetkili satıcılar, daha önce takasa almadıkları araçları satın alma cesareti kazanıyor. Sürekli alım satımını yaptıkları araçlar için de referans fiyat olarak kendi ticaretlerini kontrol edebilme imkânı buluyor.
- Türkiye ikinci el online pazarında 6 yıldır günde 500 binden fazla ikinci el aracın hareketini analiz eden Indicata yazılımımızın büyük veriyi görselleştirerek sunduğu "Power BI Pazar Analiz Raporlaması" ile OEM'ler kendi markalarını pazarla karşılaştırmalı olarak bulunurluk, fiyat trendi, bölgesel tarama, satış hızı gibi birçok parametre analizine sahip olurken, yetkili satıcıların ikinci el stok performanslarını pazarla karşılaştırma imkânı buluyor.
- Yetkili satıcılar stoklarındaki ikinci el araçların pazardaki fiyat değişimlerini, araçların hangi hızda satılabileceğini, bölgesel analizlerle hangi aracın hangi bölgede daha çok talep edildiğini görebildikleri "Indicata Stok Yönetimi ve Araç Değerleme Platformu" ile fiyatlamaya yapabiliyor, doğru aracı, doğru zamanda, doğru yerde, doğru fiyata alıp satabiliyor. Bu sayede yetkili satıcılar, satışlarını ve kârlılıklarını arttırırken maliyetlerini azaltabiliyor.
- OEM'ler test ve havuz araçlarını, yetkili satıcılar takasa aldıkları, perakende kanalda satışa uygun olmayan araçlarını yerinden hareket ettirmeden "Online Araç Açık Arttırma Platformu"muz ile aracı, Türkiye genelindeki binlerce Autorola alıcısına, en hızlı ve en doğru fiyata kolayca pazarlayabiliyor. Bu sayede hem maliyetlerini azaltıyor hem de zamandan tasarruf ediyorlar. Bu platformu marka ve model zenginliğine sahip, 7/24 araç satın alabilecekleri bir tedarik kanalı olarak da kullanabiliyorlar.

"İkinci el pazarındaki dijital dönüşüm ve değişime öncülük etme misyonumuzu sürdürmeyi hedefliyoruz"

Autorola'nın kullandığı teknolojiler hakkında bilgi alabilir miyiz? Yakın zamanda ne gibi yenilikler sunmayı planlıyorsunuz?

Autorola olarak sektöre sunduğumuz tüm yazılımlarımız ve iş modellerimiz 26 yıllık global bilgi birikimine, yüksek teknolojik

altyapı temeline dayanıyor. Hızla değişen teknolojilere, ihtiyaçlara bağlı olarak ikinci el araçların yönetimi ve yeniden pazarlanması konusunda sağladığı tüm ürün ve hizmetleri de sürekli geliştirmeye devam ediyor.

Global ölçekte otomotiv sektörünün büyük oyuncularıyla yapmış olduğu iş birlikleri ile Autorola Group, yazılımlarını da sektördeki lider konumunu sürdürülebilir kılmak adına sürekli geliştiriyor. Autorola Türkiye olarak, global pazarda diğer ülkelerde ve global iş birliklerimizde uyguladığımız iş modellerinden ülkemiz için uygun olanları iş ortaklarımıza sunmayı oldukça önemsiyoruz. Bu sayede ikinci el pazarındaki dijital dönüşüm ve değişime öncülük etme misyonumuzu sürdürmeyi hedefliyoruz. Bunun için 2023 yılında da yeni ürün ve iş modellerini sektörümüzle buluşturmayı planlıyoruz.

Türkiye otomotiv sektörüne ilişkin düşüncelerinizi paylaşabilir misiniz?

Türkiye; dünya geneline bakıldığında, uluslararası kalite ve standartlara uygun şekilde en fazla otomobil üreten ülkeler listesinde 15. sırada yer alıyor. Ülkemizin üretimdeki bu başarısını, dünya otomotiv sektöründeki dijital dönüşümü yakalamak ve bu dönüşüme hızla adapte olmaya çalışmasıyla da yakaladığını görüyoruz.

Otomotiv sektöründe otomobillerin son 10 yılda ulaşım aracı olmaktan çıktığını, alternatif yakıt türleri kullanılan, bağlantılı, otonom sürüş tekniklerine sahip, sürüş asistanları, mobilite ve güvenlik özelliklerini barındıran teknolojik cihazlara dönüştüğünü görüyoruz. Bu teknolojik gelişmeler içinde, sektörün öncelikli olarak odaklandığı konunun ise elektrikli araçlar olduğunu söyleyebiliriz.

Dünyada şu anda 10 milyon elektrikli aracın kullanıldığı öngörüülüyor. Çin ve Avrupa, elektrikli araç satışlarının gelişmesinde büyük rol oynuyor. Elektrikli araçların 2040 yılına kadar toplam yeni otomobil satışlarının yüzde 58'ini oluşturması bekleniyor. Elektrikli araç satışının, ülkemizde de hızla arttığını gözlemliyoruz. 2021'e göre ilk 9 ayda yeni elektrikli araç satışının yüzde 160 arttığı ODD raporlarında da yer alıyor.

2023 yılında satışa çıkacak yerli elektrikli otomobil markamız ile birlikte, bu sınıftaki araç satışının artmasını sağlayacak en önemli altyapı ihtiyaçlarından olan şarj istasyonu sayısının da hızla artacağını düşünüyoruz. Sektörün 2030'a kadar 50 bin şarj istasyonuna ulaşma hedefi bulunduğunu belirtebiliriz.

Türkiye otomotiv sektöründe sadece üretilen otomobillerdeki teknoloji veya yakıt tercihindeki değişimler değil; değişen tüketici alışkanlıkları nedeniyle satış süreçlerinin de dijital platformlara taşınması konusunda hızlı bir dönüşüm yaşanıyor. Autorola Türkiye olarak, sektörün ikinci el pazarındaki süreçleri dijital platformda yönetebilmesi için firmaların dijitalleşmesine katkı sağlayan önemli bir paydaş olma sorumluluğunu taşıdığımızı düşünüyorum.

Global platformda başarısını kanıtlamış yazılım ve iş modellerimizle, 2023 yılında da iş birliği içerisinde bulunduğumuz firmalara değer katmaya devam edeceğiz. Çalıştığımız firmaların ikinci el araç yönetimindeki süreçlerini dijital ortamda kolayca takip ederek, zamandan tasarruf etmelerine, maliyet avantajı sağlamalarına, verimliliklerinin artmasına olanak tanımaya devam ederek sektörümüzdeki dijital dönüşümün aktif bir paydaş olacağımızı söyleyebilirim.