



BAŞARI ÖYKÜSÜ

BÜYÜKLER LİĞİNE NASIL GİRİLİR?

Her girişimin nihai hedefi piyasada söz sahibi, büyük bir oyuncu olmaktır. Fakat küçük girişimlerin çok azı bunu başarabiliyor. Büyükler ligine kendini taşımayı başarmış örneklere bakıldığında ise çoğunun uzun yıllara dayanan bir geçmişi olduğu dikkat çekiyor. Güç elektroniği konusunda 1980 yılından bu yana faaliyet gösteren Inform da böyle bir şirket. Asıl atağını 2000 yılından sonra gerçekleştiren şirket, Yönetim Kurulu Başkanı Davut Yurttaş'ın deyimiyle uzun yıllara dayanan bir gelişmenin sonucunda başarıyı elde etmiş. Hatta bu sayede en büyük atağını kriz döneminde gerçekleştirmeyi başarmış. Inform şu anda kendi özgün ürünlerinin dışında Siemens ve Ericsson firmalarına DC enerji sistemleri ve telekom amaçlı doğrultucuları, Nortel-Netaş Networks'e telefon santrali, Arçelik'e beyaz eşya ürünlerinin elektronik modüllerini ve Teknoloji Holding'e de yazarkasa cihazlarını da lisanslı olarak üretiyor. 2004 yılı cirosu 44 milyon 500 bin dolar olan ve 65 ülkeye gerçekleştirdiği ihracat hacmi 13 milyon doları bulan şirketin kurucusu Yurttaş'a Inform'un başarısının sırrını sordum.

BÜYÜMENİN ARKASINDA NE VAR?

Bizim gibi teknoloji şirketlerinin yoğun Ar-Ge çalışması yapması, bu konuya ye-

terli bütçe ayırarak gereken önemi vermesi, gelişme ve büyümenin "olmazsa olmaz"dır. Biz bütün bunları yaparak, çalıştığımızla kazandığımızın tamamını yeniden işe yatırdık. Önümüze çıkan fırsatları akıl süzgecinden geçirerek büyüdük. Ar-Ge'nin önemini kavrayıp gereken önemi verdik. İhracatın önemini kavrayıp önümüze bununla ilgili hedefler koyduk. İnsana değer verip nitelikli çalışanlara yatırım yaptık. Teknolojiyi özümseyerek en iyi makine-ekipmanlara yatırım yaptık.

ULUSLARARASI PAZARLARA NASIL

GİRİLİR? Inform'un 2000 yılında 2 ülkeye yaptığı ihracat bugün 65 ülkeye ulaştı ve 13 milyon dolar düzeyini geçti. Dış ticaretin birinci adımı, yurtdışında kabul gören ve fiyatsal açıdan artılar sunan teknolojik ürünlere sahip olmaktır. Bu arada insana olan yatırımla da uygun ve yeterli kadroları oluşturduğunuzda geriye çantayı elinize alıp ülke ülke, fuar fuar dolaşmak kalıyor. Araştırması önceden yapılmış pazarlarda elekten geçirilip sadeleştirilmiş potansiyel müşterilerle yoğunlaştırılan görüşme ve karşılıklı ziyaretler bizim bir ülkeye girerken izlediğimiz yol. Yurtdışı ile olan ilişkilerde bir defalık yüksek kâr elde etmek yerine kalıcı ve sürekli ilişkilerin peşinde olmak gerekiyor. Biz bu nedenle tercih ediliyoruz.



RAKAMLARLA İSPATLANAN BAŞARI

Üretim faaliyetlerimizi Sarıgazi'deki toplam 27 bin 500 metrekaarelik kapalı alana sahip 3 adet fabrikadan oluşan kompleksimizde yürütüyoruz. Türkiye çapında 6 bölgede kendi şirketlerimiz, 20 bölgede bölge bayilerimiz ve bunlara bağlı binden fazla bayimiz aracılığıyla yurtiçi satış ve servis hizmetlerini, yurtdışında 65 ülkeye yayılmış bayi ağıyla da yurtdışı satış ve servis hizmetlerini yürütüyoruz. Asıl atağımızı 2000 yılından sonra gerçekleştirdik. 6 yılda personel sayısında 3,5 kat yüzey olarak da 4,5 kat büyüme kaydedtik. 2000 yılında 11 milyon dolara yaklaşan ciromuzu 45 milyon dolara yaklaştırdık. Yaptığımız Ar-Ge çalışmaları sonucunda bu yıl ilk defa büyük şirketler kategorisinin katılmış olduğu 6'ncı Teknoloji Yarışması'nda 13 büyük şirket arasında, Arçelik, Aselsan, Eczacıbaşı ve Karel gibi devlerle birlikte finale kalmayı başardık.