



Arnica Yurt Dışında Türkiye'nin Gururu Olmaya Devam Ediyor

Burcu Güleçin Atila: Arnica olarak lokal ihtiyaçlara ve global pazara uygun çalışmalar yaparak her ihtiyaca uygun ürünler üretmeye gayret ediyoruz.



Burcu GÜLEÇİN ATILA
Arnica Ticari Pazarlama Yöneticisi

3 ülkede ve 5 kıtada Türkiye'yi başarıyla temsil eden Arnica, hayatı kolaylaştıran ve maksimum fayda sağlayan ürünler üretmeye devam ediyor. 2016 yılında da yeniliklerini yatırımlarıyla destekleyeceklerini belirten Arnica Ticari Pazarlama Yöneticisi Burcu Güleçin Atila, üretim tarzlarıyla kendi alanında öncü markalardan biri olmaya devam edeceklerini belirtti.

Arnica'nın son yıllarda yaşadığı değişim ve gelişimlerden bahseder misiniz?

Arnica markasının temel amacı, sahip olduğu bilgi, insan ve finans kaynaklarını en verimli şekilde katma değere dönüştürerek sürekli geliştirmek, en kaliteli ve günümüze en uygun olan ürünleri müşterilerinin hizmetine sunmaktır.

Tüketiciler genellikle farklı istek ve ihtiyaçlara sahip olabilirler. Arnica firması

müşterilerin ortak ihtiyaçlarına göre veya pazarda gösterdikleri tüketici davranışlarına göre çok ciddi bir araştırma ekibi kurmuştur. Bu sayede her bir tüketicinin taleplerini ve ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri farklı model gruplarında ürünler üretmeye başlamıştır.

Geçtiğimiz aylarda 3 ürününüzle A Design Award'da ödüle layık görüldünüz. Ürünlerinizin tasarımlarını yaparken nelere dikkat ediyorsunuz?

Tasarım kelimesinin içinde tasarlamak, hayal etmek vardır. Bu yüzden heyecanlı ve yaratıcı bir süreci içinde barındırır. Ürün tasarımı, firmanın ürününün özelliklerini, kendine özgü karakteristiklerini belirleme sürecidir. Biz de her ürettiğimiz yeni ürünü bu şekilde yorumluyoruz.

Arnica markası olarak tüketicilerin ihtiyacının belirlenmesinde ciddi bir Ar-Ge çalışması yapıyoruz. Bu süreçte;



“Arnica markası olarak doğru zamanda doğru yerde olmanın, bazen risk almanın bazen de sabretmenin kazançlarını yaşamaya devam ediyoruz.”



pazarlama, satış, imalat, ithalat, lojistik, üretim, teknik servis, Ar-Ge, saha ekibimiz ile hep beraber çalışıyoruz. Çünkü ürün tasarımının şirketlerin açısından stratejik bir önemi olduğuna inanıyoruz. Bir ürün tasarlamadan önce; markanızı, pazarı, tüketici ihtiyaçlarını ve rakiplerinizi iyi tanımanız gerekir. Biz Arnica firması olarak her zaman Türkiye’de bu konuda öncü bir marka olduk. Bu başarıyı da 2015 yılında piyasaya çıkarttığımız Terra Toz torbalı süpürge, Tria Dik Süpürge ve Airboard Profesyonel ütü masası ürünleri ile Türkiye’de, Avrupa’da ve ABD’de tasarım ödülleri alarak kanıtladık.

Arnica’ya başarıyı yakalatan etkenler nelerdir, bize kısaca özetler misiniz?

Günümüzde ne iş yaparsanız yapın yaptığınız işe inanmadığınız sürece başarı şansınız düşüktür. Arnica markası olarak kurulduğumuz yıldan beri inarak çalışmaya devam ettik. Başarının en büyük sırrı bizce güçlü bir ekip çalışmasından geçiyor. Her başarının arkasından doğru programlar, planınızı tamamlıyor... Eğer plan ve programın “hedefleme” ve “zamanlama” süreçleri iyi hesaplanmışsa, başarı size kendiliğinden geliyor. Biz de Arnica markası olarak doğru zamanda doğru yerde olmanın, bazen risk almanın bazen de sabretmenin kazançlarını yaşadık. Ama hiç kuşkusuz en önemli özelliğimiz her zaman yeniliklere açık bir marka olmamızdı.

Müşteri odaklılık son yıllarda ön plana çıkan bir kavram olmasına rağmen biz 1962 yılından beri Arnica markası olarak müşteri odaklı davrandık. Ayrıca tüketicilerimizi çok iyi dinleyen bir markayız. Lokal ihtiyaçlara yönelik çalışmalar ve global pazara uygun çalışmalar yaparak her ihtiyaca uygun ürün üretmeye gayret ediyoruz ve en önemlisi Arnica, arkasındaki 50 yıllık SENUR fabrikasının deneyimi ve güvencesiyle Türkiye’de Küçük Elektrikli Ev Aletleri sektörünün liderlerinden



biri haline gelmiştir. Arnica yurt dışında da Türkiye’nin gururu olmuş, 33 ülkede ve 5 kıtada Türkiye’yi başarıyla temsil etmiştir.

2015 yılsonunun yaklaşmasıyla birlikte planladığınız projeler ve hedefler nelerdir?

Türkiye’de küçük ev aletleri pazarının büyüklüğü 1.9 milyar TL civarında ve gün geçmiyor ki küçük ev aletleri sektöründe yeni bir ürün piyasaya giriyor. Adı küçük ama yarattığı ekonomi her yıl artan bir büyüklük gösteriyor. Bu yüzden Arnica firması olarak biz 2016 yılında da katma değeri yüksek, farklı ve yenilikçi ürünler tasarlamaya devam edeceğiz.

Markamızın amacı, insanı ön planda tutan ve çevreye duyarlı bir üretim tarzıyla kendi alanında öncü marka olmaktır.

Bu yüzden 2016 yılında da tüketicilerimizin hayatını kolaylaştıracak ürün projeleri üretmeye devam edeceğiz. Sektörün en önemli markalarından biri olarak, yeniliklerimizi pazarlama yatırımlarımız ile de ciddi anlamda destekleyeceğiz.

Arnica, Mersin Fabrikası ile Üretimini İkiye Katlayacak

İstanbul fabrikası tam kapasitesi ile başlayınca yeni fabrika yatırımını Mersin'e yapan Arnica, yatırımın ikinci etabı da tamamlanınca hem ciroyu hem de ihracatı ikiye katlayacak.



Küçük elektrikli ev aletleri sektöründe pazar liderliğini hedefleyen Arnica, kapasitesini artırmak ve talebi karşılayabilmek için kurduğu Mersin fabrikasının ilk etabını devreye aldı. İkinci etabı da önümüzdeki yılın son çeyreğinde devreye almaya hazırlanan şirket, hem cirosunu hem üretimini hem de ihracatını 8 ikiye katlamayı hedefliyor.

inşaatın yakın zamanda başlayacağını açıklayan Baran, ikinci etabı 2016'nın son çeyreğinde devreye almayı planladıklarını anlattı. Baran, ilk etapta yalnızca üretimin olacağını vurgularken, ikinci etapta ise üretim ve otomatik depolama sisteminin yer alacağını ifade etti. Baran, Mersin fabrikası yatırımının toplamda 25 milyon lirayı bulacağını vurguladı.

İstanbul'da kurulu 40 bin metrekarelik fabrikasında ev temizliğinden, mutfak ve kişisel bakıma kadar 100'ü aşkın ürün çeşidiyle, yılda 1 milyon 400 bin adet elektrikli ev aleti üreten Arnica, üretiminin yüzde 28'ini 14 ayrı ülkeye ihraç ediyor. Artan talep yoğunluğu ve İstanbul'daki fabrikasının kapasitesini aşması nedeniyle ikinci fabrikasını Mersin'de kuran şirket, Mersin fabrikasının ilk etabında üretime başladı. Arnica Genel Müdür Yardımcısı ve Mersin Fabrika Müdürü Efkân Baran, Mersin'de kurulan fabrikalarının birinci ve ikinci etap olarak planlandığını ifade ederken, ilk etabını 2014 yılında devreye aldıklarını aktardı. İlk etap tesisin kapalı alanının 6 bin 550 metrekare olduğunu dile getiren Baran, ikinci etabın da 12 bin metrekarelik kapalı alana sahip olduğunu belirtti. İkinci etapta

14 Model Mersin'de Üretiliyor

Mersin fabrikasında şu an 14 tane modelin üretiminin yapıldığını dile getiren Baran, yeni tasarımları olan Arnica Tria modellerinin ilk kez Mersin fabrikasında üretildiğine dikkat çekti. Bunun yanı sıra Arnica Süpürgeç ve Arnica Merlin modellerini de Mersin'de üretildiğini aktaran Baran, "14 model ürün artık yalnızca Mersin'de üretiliyor. Üretime oldukça hızlı başladık. Tria yeni modelimizle birlikte siparişler de artıyor. Siparişleri yetiştirebilmek için Tria ürünümüzü iki bantta üretiyoruz. Şu an bir vardiya çalışıyoruz. İkinci etapla birlikte kapasitemiz artınca 2 vardiya çalışacağız. Bir vardiya üzerinden modeline göre günlük bin, bin 500 adet arasında üretim yapıyoruz. 2 vardiyaya geçince üretimler de ürün bazında iki kat artacak" diye konuştu.

