



Seahorse, Kaliteden Vazgeçmiyor

10 yıldır Seahorse markası ile antifriz, oto bakım ürünleri ve madeni yağ üretimi yapan Denizati Petrokimya, önceliği kaliteye veriyor.

ç piyasada güçlü konuma geldikten sonra ihracat faaliyetlerine ağırlık veren Denizati Petrokimya, yılbaşında faaliyete geçecek olan yeni tesisi ile üretim kapasitesini 3 katına çıkarmayı hedefliyor. Firmanın faaliyetleri, yeni tesisi ve sektördeki gelişmeler üzerine Denizati Petrokimya Genel Müdürü Şafak Akmil ile görüştük.

Denizati'nin faaliyetleri ve ürün grupları hakkında bilgi verir misiniz?

Denizati Petrokimya; 1996 yılından itibaren Gebze Plastikçiler O.S.B.'deki 3.500 metrekarelik kapalı alan üzerine kurulu tesislerinde, Seahorse tescilli markası ile oto bakım ürünleri, antifriz ve madeni yağ üretimi yapıyor. Kuruluş yıllarında öncelikli olarak yakıt katkıları ve antifriz üretimi ve satışı alanında faaliyet gösteren firmamız, 2002 yılından itibaren ürün gamına madeni yağ üretimi de ekleyerek daha geniş bir

pazara hitap eder duruma gelmiştir. Şu anda firmada 52 çalışmamız ve 13-14 pazarlamamız görev yapıyor. 2001 yılında başlayan ihracatımız her geçen yıl artarak sürdü ve şu anda 20 ülkeye ihracat yapıyoruz. 12 milyon dolarlık ciromuzun 7 milyon doları ihracattan sağlanıyor.

Makedonya, Kosova, Arnavutluk gibi ülkeler ağırlıkta olmak üzere Doğu Bloku Ülkeleri'ne ihracat yapıyoruz. Dubai'de bir ofisimiz mevcut. Ukrayna Kiev'de ise, 3 yıl önce fuarda tanıştığımız bir partnerimiz var. Ürünlerimizin dağıtımını bu bölgelerde iş ortaklarımız vasıtasıyla yapıyoruz.

Kendi bünyenizden ihracat yapmak yerine belli bölgelerde iş ortaklarıyla çalışma nedenleriniz nelerdir?

Dubai'deki ofisimiz vasıtasıyla, Kuzey Afrika ülkeleriyle çalışmayı düşünmüştük ve bu düşüncemizi gerçekleştirdik. Pakistan'a az da olsa ihracat yapıyoruz. İran, Hindistan, Pakistan, Afganistan gibi ülkelere Dubai ofisimizden dağıtım yapmayı planlıyoruz. Dubai'yi stratejik bir merkez olarak gördük. Ukrayna ise, Türkiye'ye benzer özelliklere sahip bir ülke. Türkiye'nin 15 yıl öncesine benzeyen bir yapısı var. Oradaki potan-





siyelden faydalanıp Beyaz Rusya, Rusya, Letonya ve Polonya'ya açılmayı planladık.

Yurtiçi ve yurtdışı pazarlarda hem uluslararası markalar hem de yerel üreticilerle rekabet ediyorsunuz. SeaHorse'un rekabet stratejisinden söz eder misiniz?

Her sektörde olduğu gibi bizim sektörümüzde de rekabet hat safhada ve son yıllarda rekabetten dolayı fiyat kıran, düşüren ve kaliteyi bozan firmalar mevcut. Denizati Petrokimya olarak, 3-4 yıl önce Türkiye'de gelebileceğimiz noktaya ulaştığımız inancıyla yurtdışına açılmayı hedefledik.

Türkiye'de şu anda antifrizde bir numarayız. Büyük petrol şirketlerinden daha fazla antifriz satıyoruz. Bu başarıyı yurtdışına da taşımak istedik ve ihracat faaliyetlerimize başladık. Kalite standartlarından ödün vermeden uluslararası şirketlerle gerek esnek vade koşullarımız gerekse uygun fiyatlarımızla rekabet ediyoruz.

Madeni yağ ve yakıt katkıları alanında kalite standartlarına uyum sağlanamaması sektörünüzün en önemli sorunlarından biri. Ürün gruplarında kalite nasıl yakalanabilir, kalite standartları nelerdir?

Bu ürünlerin formülasyonu çok gizli değil. Aslında bu sektörde üretim yapan herkes tarafından biliniyor. Kullanılan hammadde tüm dünyada aynıdır. Madeni yağda

bugün hiçbir şey gizli değil, ürünlerin formülasyonları bilinen bir gerçek. İçine konulan katıklarda herkesin kolaylıkla temin edebileceği katıklar. Belli standartlarda üretim yaparsanız ürününüz uluslararası firmalarla rekabet edecek kaliteye ulaşır.

Fiyattan ödün vermek için ürünün içine konan katkı maddelerinde eksiklikler yapılıyor. Böylece ürünün kalitesi düşüyor. Sea Horse tarafından üretilen ve pazarlanan tüm ürünlerde öncelik kaliteye verilir. Sea Horse geçici ve günü kurtarma çabasında olan bir firma değildir. Ürünlerimizin uzun vadede piyasada var olabilesininin tek formülü kaliteli olmalarıdır. Amacımız rakiplerimizin aksine en kaliteli ürünü uygun fiyatta tüketicilerimize sunabilmektir.

Sea Horse'un satış ve pazarlama stratejisinden bahsedebilir misiniz? Ürünlerimizi ağırlıklı olarak uluslararası markaların hakim olduğu yetkili servislere sokabilmek için nasıl bir çalışma yapıyorsunuz?

Sea Horse'ta geçici bir satış stratejisi değil her yönüyle kullanılan kalıcı bir pazarlama faaliyeti yürütülmektedir. Bu amaçla son kullanıcıya ulaşmak için geniş bir pazarlama kadromuz mevcuttur. Türkiye'nin her noktasına ulaşmak için diğer pazarlama kolumuz bayiler üzerinden toptan satışları yönetiyor.

Marmara Bölgesi'nde pazarlama faaliyetlerimizi kendi bünyemizde yürütüyoruz. Hedef kitlemiz olan yerler; petrol istasyonları, madeni yağ bayileri, yetkili servisler, plazalar, ilgili yedek parçacılar, filtrecilerdir. Marmara bölge-

si satışlarımız perakende satışlardır. Gaziantep, Konya, Ankara, Elazığ gibi şehirlere ise, toptan ürün gönderiyoruz. Yetkili servisler büyük petrol şirketlerinin etkin olduğu yerler. Araçların ilk dolum yağları olarak ana sanayi üreticileri tarafından tercih edilmeleri nedeniyle anlaşmalar yapılıyor. Bu firmalar, yetkili servislerin inşaat aşamasında servislere makine, ekipman ve tesisat desteği vererek 10-15 yıllık anlaşmalar yapıyor. Böylece ürünlerinin satışını garanti altına alıyorlar.

Yetkili servisler ancak anlaşma süresi dolduktan sonra fiyat avantajından dolayı benzer kalitede üretim yapan firmalarla dirsek temasına geçebiliyor. Bu girişimden de hem tüketici hem de yetkili servis kazançlı çıkıyor.

Denizati'nın kalite politikasından söz eder misiniz?

ISO 9001:2000 standardını esas alarak kurup uyguladığımız Kalite Yönetim Sistemi ile, hiçbir ticari kaygıya düşmeden, daima müşteri memnuniyetini sağlamak ve geliştirmek amacıyla, gerek kullanıma uygunlukları gerekse süreklilik ve maliyeti ile her zaman tercih edilecek ürünler üretmek vazgeçilmez prensibimizdir. Ürünlerimizde kullandığımız hammadde ve katkı malzemelerinde dünyaca ünlü firmalar ile işbirliği gerçekleştiriyoruz.

Müşterilerimizin ürünlerimizden en üst düzeyde verim almaları sağlayacak formülasyonları kullanıyoruz. Bu işbirliği ve çalışmaların bir sonucu olarak, markamız yurtdışı piyasalarda saygın bir konuma geldi. Ürünlerimizde öncelik kalitenindir.

2002 yılında başlayan dışa açılma politikamız ile beraber kalite çalışmalarına da hız verdik ve 2003 yılı içerisinde ISO 9001:2000 Kalite Sistem Belgesi alarak, bu alanda yaptığımız çalışmalarımızı belgeledik.





Denizati Petrokimya yeni yatirimini ile birlikte mevcut üretimini 3 katina çıkarmayı planlıyor.



Belirgin kalite koşullarına rağmen piyasada kalitesiz ürünlerin araçlarda kullanılmasının nedenleri nelerdir?

Bu durum kalitesi düşük üretim yapan firmalar kadar, tüketiciden de kaynaklanıyor. Tüketici, ürün tercihi yaparken sadece fiyatı kriter kabul etmemeli. Her ürünün bir maliyet fiyatı vardır. O fiyatın altında satılan ürünlerin kalitesinden çalınıyor. Bu şekilde üretim yapan firmaların ürünlerine talep olduğu için üretim yapılıyor.

Tüketici uzun vadede kalitesiz ürün kullandığında sıkıntı yaşıyor. Tüketicinin ürün tercihi yaparken bilinçli olması lazım.

Sea Horse'un 2006 hedeflerinden söz eder misiniz?

Denizati Petrokimya, her geçen yıl satışlarını ikiye kattı. 2001 yılındaki krize rağmen satışlarımızı arttırmayı gerçekleştirmiş olduk. 2005 için hedeflediğimiz tonaj ve ciroya ulaştık. Hatta hedefimizin iki katına çıktık. Önümüzdeki yılda bu satış artışlarımız devam edecek. 5200 metre kare kapalı alan üzerine kurulu olan yeni yerimiz yılbaşı itibarıyla faaliyete geçecek.

Yeni yıl itibarıyla üretim ve dış ticaret kısmımızı yeni yerimize taşıyacağız. Bu yatırım ile mevcut üretimimizi üç katına çıkaracağız.

Seahorse never gives up quality

Having produced antifreeze, car care products and lube oil for 10 years under the brand name of Seahorse, Denizati Petrochemical gives priority to quality. After establishing its presence in the domestic market, it focused on exporting activities. Denizati Petrochemical, targets to increase its production capacity by three times through its new facilities to be opened at the beginning of 2006. We spoke to Denizati Petrochemical Managing Director Şafak Akmil on the company's activities, new facilities, and developments in the sector

Could you give us information on the activities and product groups of Denizati?

Denizati Petrochemical has been active in the production of car care products, antifreezes and lube oil under the registered brand name of Seahorse on its 3,500 sqm indoor facilities in Gebze Plastikçiler Organized Industrial Zone. Our company is used to operate in production and sales of fuel additives and antifreeze in the first years of its establishment. In 2002 it became a company that appeals to a wider market by adding lube oil to its product range. It is still exporting to Eastern Block Countries including Macedonia, Kosovo and Albania.

You compete against both international brands and local manufacturers in the international and national markets. Could you please tell us about Seahorse's competitive strategy?

Like every other industry, the competition is severe in our sector, which leads to presence of firms that cut down prices and spoil quality. We, Denizati Petrochemical, targeted to break into international markets 3-4 years ago, as we think that we already made it in the national market. We compete against international firms by not conceding our quality standards, with both flexible term conditions and reasonable prices. Inability to comply with the quality standards especially in lube oil and fuel additives is one of the major problems of our industry.

How can quality be achieved, and what are the quality standards in product groups?

Raw materials are the same in every region of the world. Nothing is secret in lube oil. Formulation of product is obvious. Additives are easily obtainable for everyone. Additives are shortly put in the final product to cut down prices. So, product quality became weaker. Seahorse always gives priority to quality. Seahorse is never a company that wants only to save the day. The only formula of our products' long term presence in the market is the fact they are of higher quality. Unlike our rivals, our goal is to provide our customers with products of highest quality at the most reasonable prices.

Could you please tell us about your targets for 2006?

Denizati Petrochemicals keeps on increasing its sales with each passing year. We achieved tonnage and turnover that we had targeted for 2005. We even doubled it. We plan to make this increase permanent in 2006.