

Marka Danışmanları ve Yöneticileri Derneği



Tanıtım Sunumu
Ekim 2015

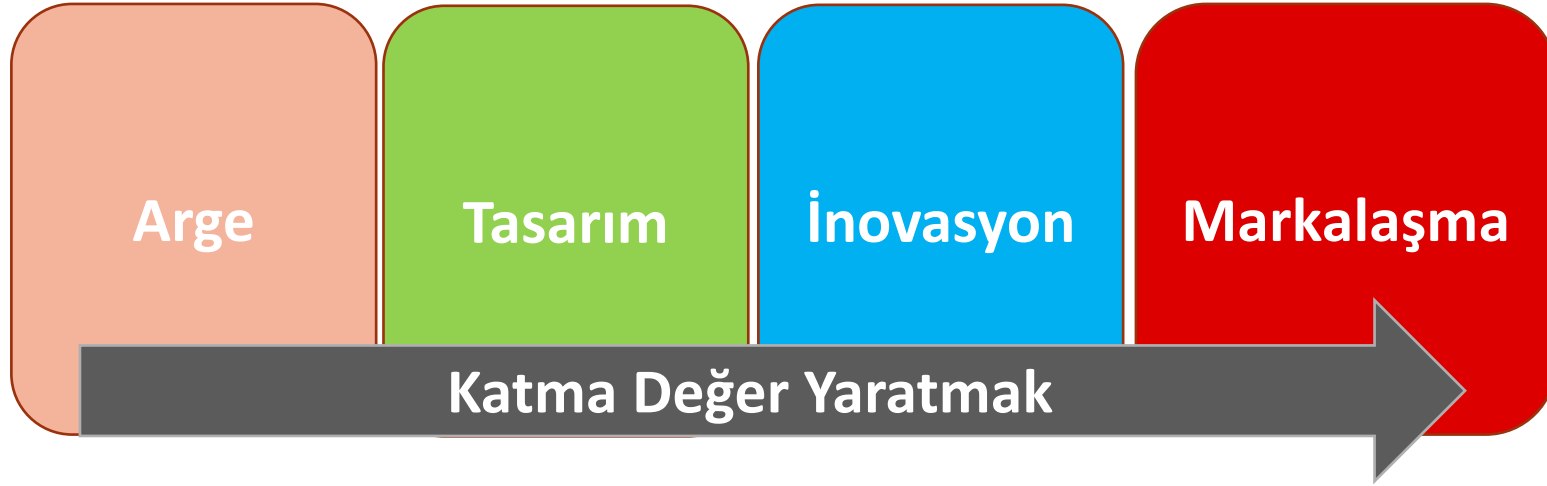


Marka Konseyi neden kuruldu?

- Dünyanın ilk 10 ekonomisi arasında yer alabilmek için daha yüksek katma değer üretmek gerek.
- Bu yolda “markalaşma” önemli bir kaldıraç.
- Ne yazık ki “markalaşma” ülkemizin gündemine geç yerleşti.
- Eksikliğimizi hep birlikte fırsata dönüştürmemiz gerek.
- Bunun için uzman bilgisi önkoşul ve ülkemizde bu uzmanlar var.
- Bu amaçla, ülkenin marka danışmanları ve yöneticileri Marka Konseyi çatısı altında bir araya geldiler.



2023'te katma değeri artırabilmek için



Hepsi bir arada olmalı ve nihayetinde marka olmayı hedeflemeli.

Sonuçta ürünlerin benzeri yapılabilir ama markalar kalıcıdır.



Ülke olarak mevcut varlıklarımız övgüye değer

- **77.6 milyon** dinamik nüfus,
- **820 milyar dolar** milli gelir,
- **160 milyar dolar** ihracat.

Diğer yandan

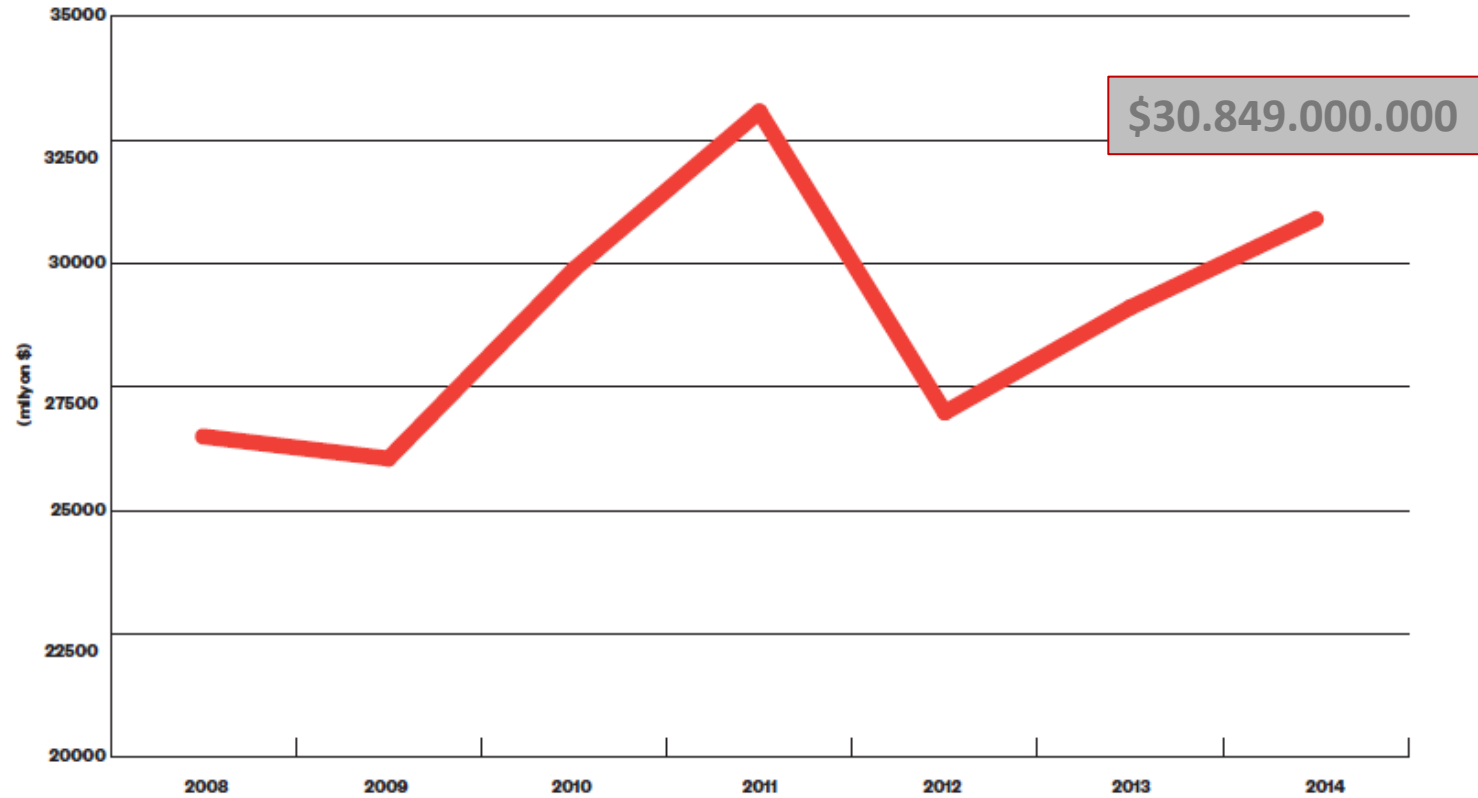
Türkiye'nin ülke olarak marka değeri Brand Finance 2014 verilerine göre
751 milyar dolar

Marka değeri açısından dünyada **19'uncu**, Avrupa'da **9'uncu** sırada.



Ancak en değerli 100 markamız bir TOYOTA etmiyor

Türkiye'nin En Değerli 100 Markasının Toplam Değeri



Dünyanın ilk 500 markası arasında Türk markası yok

Country	Total Brand Value 2014 (USD bn)	Total Brand Value 2013 (USD bn)	Brand Value Change (USD bn)	Brand Value Change (%)	Number of Brands in Top 500 2014	Number of Brands in Top 500 2013
United States	1,908.6	1,614.6	294.0	18%	185	185
Japan	376.7	338.7	38.0	11%	42	49
Germany	324.0	247.0	77.0	31%	32	33
France	266.0	212.5	53.4	25%	37	31
UK	262.1	218.4	43.7	20%	35	32
China	229.0	185.3	43.7	24%	27	26
South Korea	152.0	132.8	19.2	14%	12	14
Switzerland	120.8	97.3			19	19
Netherlands	112.0	93.8			12	11
Spain	76.2	70.6			10	10
Canada	75.4	74.0			13	14
Hong Kong	69.9	41.5			7	4
Italy	57.2	51.3			8	8
Sweden	54.8	50.5			7	8
Australia	50.3	43.9			8	8
Russia	42.2	46.4			8	8
Brazil	37.8	59.9			5	9
India	35.7	40.6			5	6
Norway	15.8	16.5			3	3
Denmark	10.2	7.0			3	2
Austria	9.6	3.7			2	1
Malaysia	9.2	9.9			1	2
Uae	8.9	7.3			2	2
Saudi Arabia	8.0	3.3			2	1
Mexico	7.8	17.8			2	4
Chile	7.4	3.0			2	1
Singapore	7.3	9.3	-2.1	-22%	2	3
South Africa	5.4	5.2	0.2	4%	1	1
Luxembourg	4.8	3.8	1.0	26%	1	1
Taiwan	3.8	3.0	0.7	25%	1	1
Thailand	3.7	2.6	1.1	44%	1	1
Portugal	3.1	2.8	0.3	11%	1	1



Marka Konseyi'nin manifestosu

Marka Konseyi'nin amacı
iş dünyasına ve kamu kuruluşlarına
markalaşmada;

- vizyon kazandırmak,
- yol göstermek ve
- cesaret vermektir.



Marka Konseyi'nin manifestosu

Sonuçta, Türkiye'de doğru marka bilincini geliştirerek,

- markalarımızın daha yüksek katma değer yaratması,
- marka değerlerinin artması,
- pazarlama eko sisteminin büyümesi ve
- markalaşmanın ülke ekonomisine katkılarının somut verilerle kanıtlanması hedeflenmektedir.

Marka Konseyi'nin büyük hayali

- Türkiye'de marka bilgisinin doğru bir şekilde yaygın olarak kullanılmasını sağlamak,
- Türkiye'nin marka birikimini global düzeyde rekabet edecek seviyeye taşımaktır.

Türkiye’de bu birikim var mı?

- Türkiye’de göreceli olarak geç gelişmiş olsa da, marka yönetimi seksenlerin sonundan itibaren icra edilmeye başlandı.
- Son 25 yılda bu konuda dünya çapında uzman profesyoneller, akademisyenler ve danışmanlar yetişti.

Mevcut Üyeler (soyadı sırasına göre)



Turgay Adıyaman



Temel Aksoy



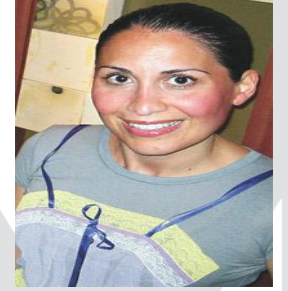
Tüzün AKYOL



Bora Alçı



Asude Alkaylı



Serfinaz Altun



Yunus Baran



Gülfidan BARIŞ



İsmail Bayazıt



Derya BİLAL



Ali Atıf Bir



Güven Borça

Mevcut Üyeler



Ali Gökçe Ertan



Bülent Fidan



Emel GÖKER



Muhterem İlgüner



Yelda İpekli



Özge KANAT



Necdet KARA



Cihan Kırımlı



Şule Kutlay



Tülin Turanlı LEHY

Mevcut Üyeler



Serhan Ok



Eren ÖZATA



Dilek Özman



Serdar Öztürk



Hakan Senbir



Murat Şaylan



Faruk Şener



Barış Topkaya



Selim TUNCER



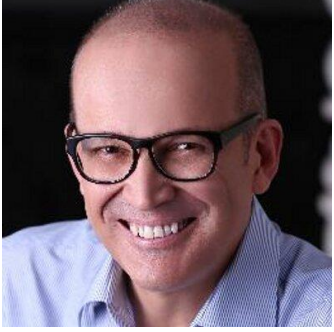
Nükhet Vardar

Kurumsal Üyeler

Ekim ayının ilk haftası kurumsal çağrılar yapılmaya başlandı.



Yönetim Kurulu



Güven BORÇA
Başkan



Muhterem İLGÜNER
Başkan Yardımcısı



Tülin Turanlı LEHY
Başkan Yardımcısı



Bülent FİDAN
Sekreter



Murat ŞAYLAN
Sayman



Cihan KIRIMLI
Üye



Dilek ÖZMAN
Üye

Yönetim Kurulu

Güven Borça (Başkan)

Muhterem İlgüner (Başkan Yardımcısı)

Tülin Turanlı Lehy (Başkan Yardımcısı)

Bülent Fidan (Sekreter)

Murat Şaylan (Sayman)

Cihan Kırımlı (Üye)

Dilek Özman (Üye)



Marka
Profesyonelleri

**Marka Konseyi herkesle
işbirliği içinde olacak.**





Marka Konseyi:
Türkiye'nin
Marka Potansiyelini
Ateşler.



Bizi izleyin...

www.markakonseyi.org

Linkedin Grubu: Marka Konseyi

@Marka Konseyi

Daha fazla bilgi için:

Ozan Hacibektaşoğlu

0533 627 6125 / 0216 469 3935

ozan@markakonseyi.org



MARKA
KONSEYİ

