

**İHRACAT İÇİN FİRMADA TAM ZAMANLI ÇALIŞAN BİR ELEMAN GEREKLİDİR
FUARLARA KATILIM MÜŞTERİ BULMAK İÇİN ÖNEMLİDİR**

Firma Adı : MER-CAM CAM PAZARLAMA İNŞ. SAN. TIC. LTD. ŞTİ
Görüşülen Yetkili : Abdülkadir Kahraman (Firma Sahibi - Genel Müdür)
Adresi : Akbelen Mah. Akbelen cad. No: 166 Mersin
Tel- Faks : 0-324-320 21 41, 0-324 321 70 90
Web Sitesi : <http://www.mer-cam.com>
E-posta : akadir@mer-cam.com , export@mersincam.com

Yönetici Özeti

Dekoratif cam üretme amacıyla yola çıkan Mer-Cam'ın 2007 yılında başlayan ihracatı, iki ülkeyle ve üretimde % 4'lük ihracat payı ile sürdürülmektedir.

Firma Hakkında Kısa Bilgi

Firma sahibi Abdülkadir Kahraman cam işini babasından öğrenmiştir. 1952'de Gaziantep'te başlayan cam işi, 1970'de Şişecam bayiliği ile Gaziantep Cam Kom. Şti. olmuştur. 1982'de Mersin'e taşınma ile Mersin Cam Pazarlama adı ile Trakya Cam bayiliği de alınmıştır. 1996'da jumbo cam, 2002'de ısıcam ve cam işlemeden sonra 2002'de **Mer-Cam Cam Pazarlama İnş. San. Tic. Ltd. Şti.** kurulmuştur.

Dekoratif cam endüstride, iç mimaride, mobilyada ve mutfak mobilyalarında kullanılmaktadır. Firmanın Osmaniye'de deposu, Tarsus-Mersin Organize Sanayi Bölgesi'nde cam işleme tesisleri vardır. Bu birimleri birbirine bağlamak için internet üzerinden çalışabilen bir depo ve stok kontrol programı kullanılmaktadır.

Mer-Cam'da yaklaşık 60 kişi çalışmaktadır. 2002 – 2005 döneminde üretimde kalite düzeyi geliştirilmiştir.

Dekoratif camda İtalyan firmaları liderdir. Türkiye'deki çoğu firma modellerinde İtalyan desenlerini kullanmaktadır. Yeni desen geliştirmeye gereken önem henüz verilmemektedir.

Neden İhracat

- 1- Firma sahibinin vizyon sahibi olması ve birgün mutlaka ihracat yapacağına dair taşıdığı inanç.
- 2- Yurtiçinde tahsilatların problemlili olması, alacaklarda ödeme vadelerinin uzaması.
- 3- Alıcıların firmanın iş anlayışına ters karakterleri.

Engeller

“Ürünlerimize uluslararası arenada pazar bulmak en büyük zorluk“

Bu durum, yabancı dil eksikliği ve yurtdışında müşterilerle nasıl iletişim kurulacağını bilmemekten kaynaklanmıştır.

İhracata Ön Hazırlık

1. Abdülkadir Kahraman 2000 yılında Mersin Ticaret ve Sanayi Odası'nın 3 ay süren "İhracatı Geliştirme" kursuna katılmıştır.
2. İhracat yapan firmalarla yakın temasta daha fazla bilgi edinilmeye çalışılmıştır. Türkiye'deki araçlara deneme amaçlı ürün verilmiş, gelen tepkilerle firmanın güveni artırmış, ürünün yurt dışına uygunluğundan emin olunmuştur.
3. 2007 yılında Mersin Ticaret ve Sanayi Odası (MTSO), Mersin Tarsus Organize Sanayi Bölgesi (MTSOB) ve Akdeniz İhracatçı Birlikleri'nin (AKİB) birlikte yürüttüğü, **Expo 333** projesine katılmıştır.

Firmaya, proje koordinatörü Yrd. Doç. Dr. Ayşenur Topçuoğlu başkanlığında, iki eleman ve Abdülkadir Kahraman'ın katılımıyla;

- İhracat Yol Haritası hazırlanmıştır.
- Ürün özellikleri tespit edilerek, dünyada nerede oldukları belirlenmiştir. Üretim miktarı, dış ticaret istatistikleri bulunmuştur.
- Firmanın üretim teknolojisi ve dünyadaki üretim teknolojileri kıyaslanmıştır.
- Ürünlerin ticari isimleri ve GTİP kodları belirlenmiştir.
- Marka tescilli yapılmıştır. Üretim izin belgeleri alınmıştır.
- Gerekli belgeler alınmış, kurumsal üyelikler yapılmıştır.
- Firmanın yurtdışı fuarda ve tanıtımda kullanacağı İngilizce broşür hazırlanmıştır.
- Firmanın dış ticarete uygun bir web sitesi kurması sağlanmıştır.
- Ürünlerin kalite ve standartlarının (teknik ölçüm, kalibrasyon, üretim, v.b.) ulusal ve uluslararası standartlara uygunluğu, eksik olan ve alınması gereken belgelerin neler olduğu belirlenmiştir.
- Ürünlerin dış ticaret fiyatları (EXW) belirlenmiştir:
- Üretim kapasitesi (miktar ve zaman açısından) belirlenmiştir.
- Yurtiçi rakipler ve fiyatları araştırılmıştır.
- Uluslar arası ticaret portallarına üye olmaları sağlanmıştır.
- Üretimde kullanılan ham-ara-yardımcı maddelerin doğru yerden uygun fiyata alınması sağlanmıştır.
- Ürünle ilgili fuarlar ve devlet yardımları belirlenmiştir.
- İlk İngilizce broşür Şam Fuarı için hazırlanmış, 6.000 adet hazırlanmıştır.
- Web sitesi yenilenerek, İngilizce de eklenmiştir.

İlk İhracat

Expo 333 kapsamında yetiştirilen bir dış ticaret elemanı bir süre firmada çalışmıştır. İGEME'nin milli katılımını düzenlediği **54. Şam Uluslararası Fuarı**'na (15 - 22.08.2007) katılım sağlanmıştır.

Mer-Cam'ın ilk ihracatı, aracı bir firma vasıtasıyla Ağustos 2007'de Şam Fuarı dönüşü Romanya'ya yapılmıştır. Mer-Cam'ı bulan Türkiye'deki alıcıdır. Ürünler karayoluyla İzmit'e getirilmiştir. Bu alıcıya 2007'nin 8. ayından 2008'in 6. ayına kadar ihracat yapılmıştır. Ödeme nakit alınmaktadır.

Mer-Cam kendi çalışması ile ilk yabancı müşterisini Mart 2008'de bulmuştur. İstanbul Pencere Fuarı'ndan (13-18 Mart 2008) önce tanıştığı bir Macar müşteri ile fuarda görüşülmüş ve akabinde ürün gönderilerek ilk doğrudan ihracat yapılmıştır.

İlk İhracat Sonrası Yapılan Çalışmalar

“Mutlaka ihracat elemanı istihdamı gereklidir. Fuara katılım satıcı firmanın ciddiyetini göstermektedir”

İhracat firma içinde sürekli ve bir eleman tarafından yapılan düzeye getirilmiştir. Bu iş için yeni bir eleman işe alınmıştır. Dış ticaret sorumlusu pazar arama çalışması, fuarlara katılım, internette müşteri adresi arama, b2b sitelerine üye olma ve potansiyel müşterilere e-posta gönderme çalışmasını sürekli olarak yapmaktadır. Mer-Cam İngilizce broşürünü sürekli yenilemektedir. Halen yurtdışı araştırmalarda Avrupa ve Ortadoğu da belli başlı ülkelerde ciddi firmalarla görüşmeler yapılmaktadır.

Firma Şam Fuarı'nda gösterdiği performanstan ve gördüğü ilgiden cesaret alarak şu fuarlara katılmıştır:

- İstanbul Pencere 2008 Fuarı, 13-16 Mart 2008
- 3. Uluslararası Irak Fuarı, 22-25 Mayıs 2008, Gaziantep
- Kiev Building & Architecture; 24-27 Eylül 2008 (4 günde 1000 kişi ziyaret etmiştir)

İstanbul Pencere Fuarı'nın geri dönüşü çok olumlu olmuştur. İlk yabancı müşteri ile burada anlaşma yapılmıştır. Fuara Romanya, Bulgaristan, Rusya'dan önemli ziyaretçiler gelmiştir. Kiev Fuarı'nda da ciddi görüşmeler yapılmıştır.

Aslında firmanın ihracatını daha da artırma imkanı vardır ancak ödemeleri garanti altına almak için peşin çalışılmaktadır.

Son durumda; Romanya (1.5 ay aralıkla yaklaşık 20.000 dolarlık bir TIR) ve Macaristan'a ihracat yapılmaktadır. Romanya'daki bu alıcı ilk satış yapılan kişi değil, firmanın ihracat elemanının yaptığı e-posta yazışmalarıyla bulunan yeni bir müşteridir.

Müşterilerle İlişkiler: Siparişler telefon veya faksla alınmaktadır. Alıcıya bir hafta ürün hazırlama süresi verilmektedir. Bu süreçte

ürünlerin hazırlanması ve ambalajlama dikkatle yapılmaktadır. Müşteri önceden anlaşıldığı şekilde alıcı banka aracılığıyla ürün bedelini göndermekte, havalenin alındığı gün TIR'a fabrikadan yükleme yapılmaktadır. Ürün karşı tarafa ulaştığında herhangi bir bozulma varsa bir sonraki siparişte para alınmamakta, müşteriye güvence verilmektedir.

İhracatta Yaşanan Sorunlar

- KDV'lerin geri alınması sorun olmaktadır.
- Alıcının peşin ödeme yerine vadeli ödeme önermesi.
- İhracatla ilgili yurt içindeki aracı firmalardan sürekli teklif gelmektedir. Ancak verilen fiyat düşüktür.
- Ambalaj ile ilgili olarak: Camın ihracat için sandıklanması sırasında ilk denemelerde 3-4 plaka camdan sonra araya bir yaprak kağıt konulmuştur. Bu durum, sandıklar su veya nem alınca desende bozulmalara neden olmuştur. Firma hemen önlemini almış, her plaka camın ardından bir yaprak kâğıt konulmaya başlanmıştır. İkinci problem, her sandığa 50 plaka cam konulunca

kırılmaların yaşanmasıdır. Buna karşı, bir sandığa konulan plaka cam sayısı 5 adet daha düşürülmüş, 45 plaka olarak sabitlenmiştir.

- Kara nakliyesinde yaşanan problemler, yolların bozuk olması ve şoförlerin cam taşımada konusunda tecrübesizlikleridir. Nakliyeciyi seçilirken şoförün cam taşıma tecrübesi göz önünde bulundurulmalıdır.

İhracatçı Firmalara Tavsiyeler

- ✚ Mutlaka fuarlara katılmak gereklidir.
- ✚ Kaliteye çok dikkat edilmelidir.
- ✚ Verilen söz mutlaka tutulmalı, zamanında yapmaya özel ilgi gösterilmelidir.
- ✚ Girişimci bir geçmişe sahip olmak işi kolaylaştırır.
- ✚ Müşteriye ek garantiler, faydalar sunulmalıdır.
- ✚ İhracat alacaklarını garanti altına alacak ödeme yöntemi tercih edilmelidir.
- ✚ İGEME, İhracatçı Birlikleri ve Sanayi Ticaret Odaları gibi destek kuruluşlarının çalışmaları yakından izlenmeli, projelerde yer alınmalıdır.



