



ALPER EROĞLU
ETI CMO

SAMİMİ İLETİŞİM ANLAYIŞIMIZ, DUYULAN GÜVENİN TEMELİNİ OLUŞTURUYOR

Güçlü bir marka olmanın temelinde kaliteli ürün ve hizmet sunma olsa da hız ve kişiselleştirilmiş deneyimler bugünün olmazsa olmazları. Bunun için de müşteriyi yakından tanımak, ne istediğini daha talep doğmadan anlayıp önden karşılayabilmek gerekiyor. Her müşteri kendine özgü bir profile sahip. Tercihler, beklentiler ve ihtiyaçlar kişiden kişiye farklılaştığı gibi, aynı müşteri için bile gün içinde değişebiliyor. Beklentiler çok daha dinamik.

Tam da bu noktada hiper kişiselleştirme kavramı devreye giriyor. Müşterinin ihtiyacını en doğru zamanda, en doğru kanaldan, sadece ona özel önerilerle karşılayabilmek ayrıt edici nokta. Elbette bunu mümkün kılmak için de güçlü bir teknoloji altyapısı, yapay zekâ destekli ileri analitik modeller ve veriyi doğru okuyan bir organizasyon yapısı gerekiyor. 72 yıllık köklü bir şirket olarak Ar-Ge Merkezimiz, CRM ve Veri Analitiği müşterilerimize hiper kişiselleştirilmiş kampanyalar sunabiliyoruz. Hatta müşterilerimizin kendi kampanyalarını kendilerinin tasarlamasına imkân tanıyan esnek

Türkiye'nin tüketici nezdinde en yüksek etki skoruна sahip markalarından biri olmak bizim için büyük bir mutluluk ve aynı zamanda önemli bir sorumluluk. Bu sonuç, 65 yıldır tüketicilerimizle kurduğumuz güven ilişkisinin ve her zaman insanı merkeze alan yaklaşımımızın en değerli yansımalarından biri. Bu topraklarda doğan ve güçlü köklere sahip ETİ'nin lezzet yolculuğu, işine tutkuyla bağlı insanların cesareti, özverişi ve yenilikçi bakış açısıyla başladı. Kurucumuz Firuz Kanatlı'nın bize miras bıraktığı "İnsanlığın mutluluğundan daha yüce bir amaç yoktur" anlayışı, bugün de tüm çalışmalarımıza yön veriyor. İşimizi yalnızca ürün üretmek olarak görmüyoruz; insanların hayatına değer katmayı ve mutluluk taşımayı temel amacımız olarak benimsiyoruz. Bu yaklaşım sayesinde yıllardır Türkiye'de mutluluk denince akla gelen ilk markalardan biri olmanın gururunu yaşıyoruz. Deneyimimizi yenilikçi bakış açımız ve üstün kalite anlayışımızla güçlendirirken, tüketicilerimizle kurduğumuz güven ilişkisini her gün yeniden inşa etmeye özen gösteriyoruz. Ürün deneyimi, kalite, inovasyon,

erişilebilirlik ve samimi iletişim anlayışımız, markamıza duyulan güvenin temelini oluşturuyor.

Her kategorimizde tüketicilerimizin değişen ihtiyaç ve beklentilerini yakından takip ediyor, onlara katma değer sağlayan ürünler geliştirmeye odaklanıyoruz. Tüm kararlarımızın merkezinde tüketicilerimizin memnuniyetini artırmak ve kurduğumuz bağı daha da güçlendirmek yer alıyor. Türkiye'nin lider gıda üreticilerinden biri olarak içinde bulunduğumuz topluma karşı sorumluluklarımızın da bilincindeyiz. Hayata değer katan ve kalıcı fayda sağlayan uzun yıllardır sürdürdüğümüz sosyal sorumluluk projelerimizle milyonlarca insanın yaşamına dokunmayı önemsiyoruz. Bizim için gerçek başan; tüketicilerimizin hayatlarında güvenle yer bulabilmektir. Teknoloji ve inovasyon gücümüz ile insan odaklı yaklaşımımızdan aldığımız ilhamla ETİ severlerle buluşmaya, onların hayatına değer katmaya ve mutluluk taşımaya devam edeceğiz.

ve yenilikçi bir yapı oluşturuyoruz. Aynı zamanda mağazada hissedilen deneyimin dijital çözümlerle bütünleşmesi gerekiyor. Ödeme sistemleri, dijital ekranlar ve yapay zekâ tabanlı sadakat modelleri gibi temas noktalarının bir arada ve kesintisiz çalıştığı hibrit uygulamalar, deneyimin büyük parçası.

Bunun yanında markayı kalıcı kılan unsur elbette yalnızca teknoloji ya da ölçek değil. Asıl belirleyici olan, markanın insan hayatında samimi, tutarlı, güven odaklı ve anlamlı bir karşılık yaratabilmesi. Migros, yerel üreticiyi destekleyen, iyi tanıdığı teşvik eden, gıda israfını azaltmayı hedefleyen, çevresel etkisini ölçen ve sürdürülebilirlik yaklaşımının merkezine alan bir şirket. Yalnızca bugünün alışveriş ihtiyaçlarına değil, geleceğin daha sağlıklı, erişilebilir ve sürdürülebilir yaşamına da katkı sunmak için çalışıyoruz. Bu bütüncül sorumluluk, güven ve değer yaratma anlayışımızın toplumda karşılık bulması, müşterinin zihninde güven, kalbinde iyi his bırakması bizi çok memnun ediyor.



EKMELE BAYDUR

Migros Grubu Pazarlama Grubu İcra Kurulu Üyesi

SAĞLIKLI, ERİŞİLEBİLİR VE SÜRDÜRÜLEBİLİR YAŞAMA KATKI SUNMAK İÇİN ÇALIŞIYORUZ



GÜLİZAR DOĞAN

Besler Pazarlama ve Sürdürülebilirlikten Sorumlu Başkan Yardımcısı

GÜVENİ, PRATİKLİĞİ, LEZZETİ VE SORUMLULUĞU AYNI POTADA BULUŞTURUYORUZ

Marka değeri, tüketiciyle kurulan ilişkinin niteliği ve sürdürülebilirliğiyle şekilleniyor. Güçlü markalar; değişen beklentileri doğru okuyabilen, verdiği sözü deneye döndüren ve her karşılaşmada aynı güven duygusunu hissettiren markalar olarak öne çıkıyor. Çünkü tüketiciler bugün yalnızca ihtiyaçlarını karşılayan ürün ve hizmetleri değil, kendisini anlayan, hayatını kolaylaştıran ve güven veren markaları sahipleniyor. Teknosa olarak yaklaşık 25 yılı aşkın teknoloji perakendeciliğini bu anlayışla sürdürüyoruz. Teknolojiyi herkes için daha erişilebilir kılarken, müşterilerimizin tercih ettiği tüm kanallarda kesintisiz ve birbirini tamamlayan bir deneyim sunmaya odaklanıyoruz.

Mağazalarımızdan dijital kanallarımıza, satış öncüsinden satış sonrasında kadar uzanan bütüncül hizmet anlayışımızın temelinde ise müşteriyi anlamak, içgörülerini doğru analiz etmek ve bu beklentileri

SuperFresh'in Brand Impact genel etki skorunda ilk 10 marka arasında yer alması bizim için çok kıymetli. Çünkü bu sonucu, markanın bilinirlik ve pazar liderliğinin yanı sıra tüketiciyle yıllar içinde kurduğumuz güven bağının bir yansıması olarak görüyoruz. SuperFresh, Türkiye'yi dondurulmuş gıdayla tanıştıran ve bu kategorinin algısını dönüştüren öncü markalardan biri. Biz yıllardır dondurulmuş gıdayı "zaman yoksa başvurulacak pratik bir çözüm" olmaktan çıkıp, günlük hayatın doğal, güvenilir, lezzetli ve keyifli bir parçası haline getirmek için çalışıyoruz. Tarladan sofraya uzanan kalite anlayışımız, ürün çeşitliliğimiz, inovasyon gücümüz ve sürdürülebilirlik odağımız bu yaklaşımın temelini oluşturuyor.

Bugün tüketici, hızlı ve kolay çözümlerin çok ötesinde bir beklentiyi markalarla ilişki kuruyor; markaların hayatını gerçekten kolaylaştırmasını, iyi hissettirmesini ve bunu samimi bir dille yapmasını bekliyor. Biz de SuperFresh'i modern mutfağın çözüm ortağı olarak konumlandırken; güveni, pratikliği, lezzeti ve sorumluluğu aynı potada buluşturmaya odaklanıyoruz. Bir markayı tüketicinin zihninde ve kalbinde kalıcı kılan en kritik unsur, verdiği sözü her temas noktasında tutarlı biçimde yerine getirmesi. Tüketicilerle gerçek bir bağ kurduğunuzda marka, satın alınan bir ürünün ötesine geçiyor; hayatın içinde yer bulan, konuşulan, paylaşılan ve sahiplenilen bir değere dönüşüyor. SuperFresh'in bugün ulaştığı noktayı da bu samimi ve uzun soluklu bağın sonucu olarak görüyoruz.

ürünlerimize, hizmetlerimize ve deneyim tasarımımıza yansıtmak yer alıyor. Teknolojiyi yalnızca ulaşılabilir kılmayı değil, doğru rehberlik ve katma değerli hizmetlerle müşterilerimizin hayatını kolaylaştırmayı da sorumluluğumuzun bir parçası olarak görüyoruz. Marka algısını kalıcı kılan unsurun, verilen söz ile yaşıtılan deneyim arasındaki uyum olduğuna inanıyorum. Güven, beğeni ve itibar da bu uyumun doğal bir sonucu olarak güçleniyor. Teknosa olarak müşterilerimizin beklentilerini doğru okuyan, değişen ihtiyaçlara hızla uyum sağlayan ve bunu değer yaratan deneyimlere dönüştüren bir anlayışla ilerlemeyi sürdürüyoruz.



EMRE KURTOĞLU

Teknosa Dijital Ticaret ve Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı

MÜŞTERİ BEKLENTİLERİNİ DEĞER YARATAN DENEYİMLERE DÖNÜŞTÜRÜYORUZ

YAZ 2026 25