



Selami SİVRİTEPE
Erse Kablo Yönetim Kurulu Başkanı

Selami Sivritepe; “Daha Gidecek Çok Yolumuz Var Çünkü Hayallerimiz Var”

“Özellikle Yangına Dayanıklı Kablolar bizim büyüme alanımız; bütün stratejimizi bu ürün grubumuz üzerine kuruyoruz. Kalitemiz, Erse markasının yaygınlığında, bilinirliğinde ve piyasada kabul görmesinde en büyük etken olmuştur. 5 yıllık strateji planlarımızı kurum içinde açıkladık, bunlardan biri yakın coğrafyamızda global bir marka olmak. Benim sürekli kullandığım ve sevdiğim bir sloganım var -daha gidecek çok yolumuz var çünkü hayallerimiz var.- Bu uzun soluklu bir yolculuk, bu yüzden biraz sabırlı olmak gerekiyor.” şeklinde açıklamalarda bulunan Erse Kablo Yönetim Kurulu Başkanı Selami Sivritepe ile Erse Kablo ve hedefleri hakkında röportaj gerçekleştirdik.

Bize kısaca kendinizden bahseder misiniz?

1970, Giresun doğumluyum. Sektörle ilk tanışmam, 1986 yılında bir kablo firmasıyla başladı ve burada yaklaşık 10 yıllık bir çalışma hayatım oldu. 1996 yılında, Erse Kablo'yu kurduk, iki yıllık ticaret dönemimiz oldu. 1998 de 650 metrekarelik Levent'teki üretim sahamızla, sektöre üretici olarak girdik. Bugün geldiğimiz nokta itibarıyla, Erse Kablo, yaklaşık 300 kişilik çalışanıyla gerek marka bilinirliği, gerek üretim kapasitesi ve cirosuyla zayıf akım kablo alanında ülkemizin en büyük ve en önde gelen firması.

Ürünlerinizin kalitesini ve mevcut yönetmeliklere uygunluğunu değerlendirmenizi istesek neler söylersiniz?

Erse Kablo olarak, öncelikle en hassas olduğumuz nokta kalite ve kalite bilinci, kesinlikle ödün vermediğimiz bir konu. Ulusal ve uluslararası standartlar kalite kontrol ekibimiz tarafından takip edilir.

Kalitemiz, Erse markasının yaygınlığında, bilinirliğinde ve piyasada kabul görmesinde en büyük etken olmuştur.

Türkiye’de ulusal ve uluslararası standart sertifikaları anlamında en geniş yelpazeye sahip kablo firmasıyız. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı’nın CPR (Yapı Malzemeleri Yönetmeliği) Çalıştay’ında hangi sınıf kabloların nerede kullanılacağı ile ilgili yaptığı çalıştayda enerji kablosu alanında iki global firma ile beraber zayıf akım kablosu alanını temsilen Erse Kablo’nun, Türkiye’nin yapı malzemeleri yönetmeliğinin ele alınmasında ve kabulünde katkısı olmuştur.

Firmanız açısından geçen yıl ve bu yılın değerlendirmesini yapabilir misiniz?

Erse Kablo olarak, 2023 yılı hem miktarsal hem de cirosal anlamda % 15 lik bir büyümeyle ve hedeflerimiz doğrultusunda başarıyla tamamladığımız bir yıl oldu.

Cirosal anlamda değerlendirmelerimizi TL bazında yapmıyoruz, bütün değerlendirmelerimizi tamamen döviz odaklı yapıyoruz. Geçen yıl zor bir yıldır, ancak 2024 yılı daha zor geçiyor. Piyasaların daraldığı, gerek Avrupa piyasalarının da durağanlaşması, gerekse içerideki konjonktürde yaşanan ekonomik sıkıntıların etkisiyle piyasaların tamamen daraldığı bir dönemden geçiyoruz. Bütün bunlara rağmen 2024 yılının ilk üç çeyreğini hedeflerimize uygun tamamladık.

Yurtiçi ve ihracat pazar hedefleriniz doğrultusunda nasıl ilerliyorsunuz?

Erse Kablo olarak, 2024 hedeflerimizi % 60 ihracat % 40 iç piyasa şeklinde oluşturduk. İç piyasadaki daralmanın farkındayız, normalde bu oran %50 ye %50 ydi; ama 2024’ün özelinde biraz daha geri çekmek zorunda kaldık. Çünkü birçok proje ve yatırımların durduğu bir ortamda gerçekleştirilemeyecek bir hedef koymanın da anlamı yoktu. % 60 ihracat hedefini koyarak doğru bir karar aldık. Erse Kablo’nun yoğun olarak Avrupa’ya ihracatı var. Ancak son iki yıldır Avrupa’da yaşanan ekonomik durağanlık sebebiyle oluşan boşluğu doldurmak adına Ortadoğu’ya yöneldik. Bu süreçte Ortadoğu pazarı için yeni ürünlerimiz oldu, bunların tanıtımlarını da Dubai’deki fuarlarda yaptık ve ziyaretçiler tarafından büyük ilgi gördü. Bu pazarda özellikle “Yangına Dayanıklı Kablolar”, bizim büyüme alanımız; bütün iş stratejimizi ve hedeflerimizi bunun üzerine kuruyor ve ilerliyoruz.

Global bir marka olmanın yolu ve yöntemi sizce nedir?

Erse Kablo’nun kuruluşundan beri en büyük hayalim, global bir marka olmak. Bu konuyu özellikle değinirsem, firmamızı kurarken kablo makineleri alımıyla ilgili yabancı firmaların kataloglarını inceliyorduk orada firmaların kuruluş yılları ilgimi çekti. Kuruluş tarihi en yakın olan firma 100 - 150 yıldır. Bunları fark edince, ülkelerin ve toplumların kalkınmasının da nerelerden geçtiğini anlamış oldum.

Ben de bu yolda gideceğim ve arkamdan bir marka bırakacağım hayaliyle ilerliyorum. Geçen yıl 5 yıllık strateji planlarımızı kurum içinde açıkladık; ilk maddemiz de yakın coğrafyamızda global bir marka olmak. Benim sürekli kullandığım ve sevdiğim bir sloganım var “**Daha gidecek çok yolumuz var çünkü hayallerimiz var.**” Tüm ekip arkadaşlarımıza aşıladığım bir slogandır. Bu uzun soluklu bir yolculuk, biraz sabırlı olmak gerekiyor. Bu süreç; Ar-Ge yatırımları, kalite yatırımları, çok ince pazarlama stratejileri, kaliteli hizmet ve düzgün ambalaj gerektiriyor. Bizim ana stratejimizde de bu başlıklar var. Bugün ülkemizde ve çevre ülkelerde bu konuların göstergelerini görmeye başladık. Erse Kablo, Romanya’da, Hırvatistan’da ve Macaristan’da birçok projede istenilen marka durumundadır. Yine Irak’ta Erse olarak, o bölgenin bütün projelerinde kullanılan ve talep edilen markasıyız. Azerbaycan’da da böyle, bunlar bizi ve çalışma arkadaşlarımızı çok mutlu ediyor. Marka olmak sadece hayal etmekle olmuyor, global marka olmak için atılması gereken ciddi adımlar var. Bu adımlar için Ar-Ge yatırımları yapmanız, pazarlama stratejilerini, tekniklerini uygulamanız ve uluslararası sertifikalara sahip olmanız gerekiyor. Türkiye’de bu anlamda en fazla uluslararası kalite ürün sertifikalarına sahip olan ve ülkemizde ilk defa VDE belgesini geniş bir çerçevede alan firmalardan biriyiz.

Kalite kontrol laboratuvarlarımızdaki cihazlar, uluslararası test firmalarının cihazlarıyla birebir aynı marka ve aynı özellikteki cihazlardır. Diğer hedeflerimizden biri de, VDE’nin Türkiye’deki akredite laboratuvarı olmak.



Sn. Selami Bey, global ve yerli firmaları dikkate aldığımızda rekabetin zorluklarını aşma konusundaki stratejiniz nedir?

İç piyasada ve ihracatta karşılaştığımız rekabetin farklılıkları var. Erse Kablo olarak, iç piyasada prestijli ve büyük projelerde yer alan, tercih edilen bir markayız. Marka ve tanınırlık anlamında hiçbir sıkıntımız yok. İç piyasada bizi zorlayan konu standart dışı üretimler ve küçük ölçekli firmaların üretimleri. Bazı projelerde bu firmaların, marka listelerine girmesi haksız rekabet oluşturuyor. İhracattaki rekabette ise farklı gerçekler var. Az önce de değindiğim gibi, 80 - 100 yıllık rakipler var ve markaları oturmuş durumda. Avrupa Bölgesi'nde pazara sonradan girdiğimiz için bize ön yargı olabiliyor. Bunlar aşılamayacak konular değil; güçlü partnerlerle ve güçlü iş ortaklarıyla olan iş birliklerimiz sayesinde, bu konuları aşıyoruz. Burada en önemli husus, kalite ve sertifikaların yeterliliği. Bugün geldiğimiz noktada, yurt içinde prestijli proje referanslarımız olduğu gibi; Avrupa'da da birçok projeyi referanslarımıza eklemiş bulunuyoruz. Örneğin; Viyana Metrosu, Budapeşte Metrosu ve son olarak da benim için çok anlamlı olan Yunanistan'daki Selanik ve Atina Metroları'nda Erse Kablo kullanıldı. Norveç'te birçok tünel projesinde de Erse Kablo markası kullanılıyor.

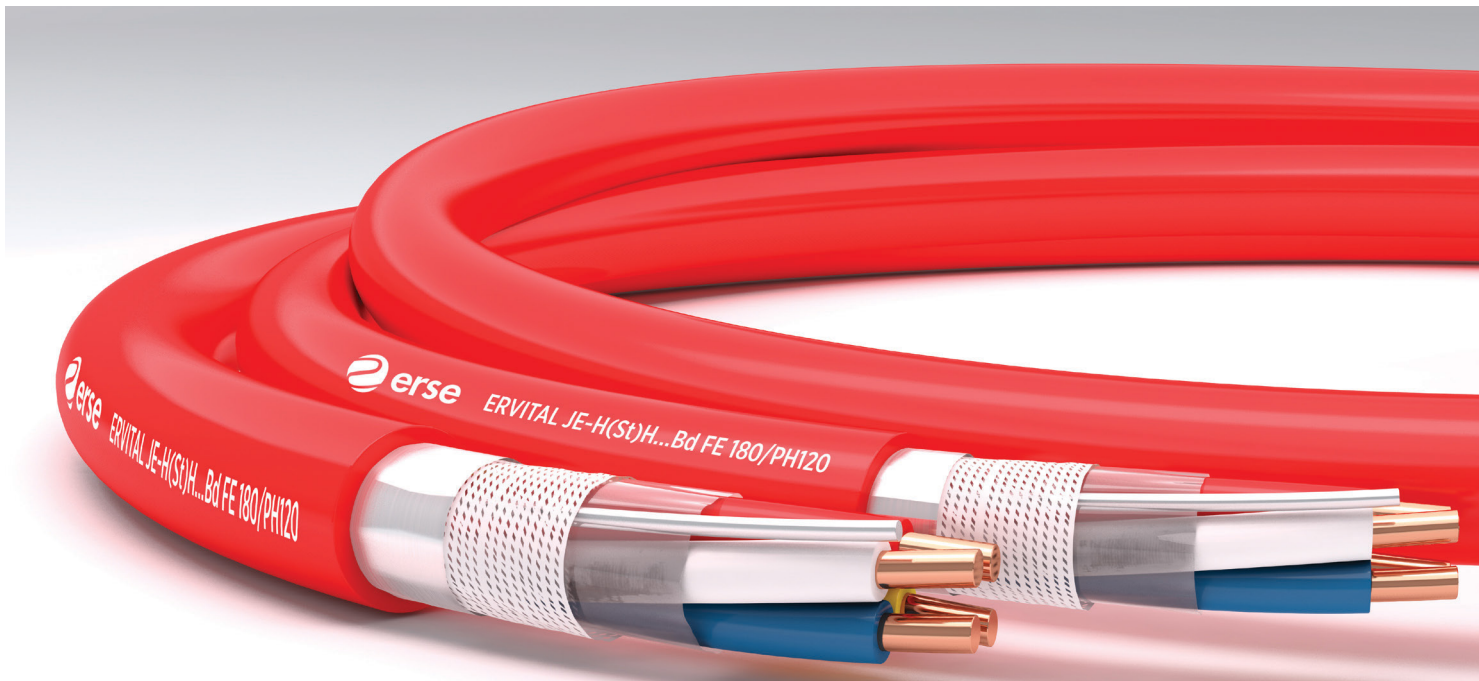
Sn. Selam Bey söyleşimizin bir önceki sorusunda rekabetle alakalı düşüncelerinizi aldık; 2024 yılı için hedefleriniz nedir?

2023 yılına temas ederek başlayayım, hedeflerimizi % 15 büyümeyle kapattık. 2024 yılı için de bir önceki yılın üzerine miktarsal anlamda, %10 bir büyüme ön görerek hedeflerimizi oluşturduk. Toplamda 2024 yılıyla ilgili 160 milyon dolarlık bir satış hedefimiz var.



Endüstri 4.0, yalın üretim sıkça konuşulan konular arasında; Erse Kablo olarak, bu alanlarda ne tür çalışmalarınız var?

Kuruluş yıllarımızdaki makine yatırımlarımıza gidersek, o yıllarda maliyet ve iş güvenliği çok ön planda değildi. O zamanlar birinci önceliğimiz, bir makinede ne kadar çok ürün tipi yaparsak o kadar iyiydi. Bugün itibarıyla, daha çok branşlaşma, ürün tipine göre makineleşme ve hız ön plana çıkmış durumda. Hız demek; maliyetin iyileşmesi demek, gündemimizde artık bu konular var. Makinelerimiz, hıza ve otomasyona dönük yeni ve modern Avrupa menşeli makineler. Makine tarafında bu değişimler yapılırken ürün tipleri gamını da bu makine dönüşümüne uygun üretmeniz gerekiyor.



Son 4 - 5 yıldır Erse Kablo olarak, bu dönüşümü yaşıyoruz her şey birden olmuyor ürün tiplerinde sadeleşme ve yalınlaşmaya gidiyoruz. Yalın üretim konusunda bütün şartların oluşması gerekli; fabrika altyapısı ve fiziki şartlar. Bizim gibi firmalar çok hızlı büyüdükleri için fiziki şartlar istediğimiz noktalarda tam olamıyor. 2025 yılında, yalın üretime geçme düşüncemiz var; hatta bu yıl bununla ilgili çok ciddi eğitimler alıyoruz. Tüm teknik ve satış ekiplerimizi bu eğitimlere dahil ediyoruz.

Bana göre; yalınlık siparişle başlar, bu konuya ciddi bir mesai harcarken ayrıca önemli bir bütçe de ayırıldık.

Yalın üretim ile ilgili destek aldığınız yapılar var mı?

2024 yılı, yalın üretimdeki eğitim yılımız. Danışmanlık aldığımız eğitim merkezleri var; İstanbul Teknik Üniversitesi'nde yalın üretim konusunda destek aldığımız profesör hocamız var. Yalın üretim alanında uzmanlaşmış ve kablo sektöründe de tecrübesi olan bir firmadan da tüm ekip olarak eğitimler alıyoruz.

“Erse Kablo, gerek marka bilinirliği, gerek üretim kapasitesi ve cirosuyla zayıf akım kablo alanında ülkemizin önde gelen, sektöre yön veren önemli firmalarından.”

Sn. Selami Bey, Erse Kablo'nun sektörde temsil ettiği misyonu için neler söylemek istersiniz?

Erse Kablo olarak, ülkemize, sektörümüze ve çalışanlarımıza karşı sorumluluk duygumuz bizim için çok önemli. Takip edilen, sektöre yön veren önemli firmalardan biriyiz ve tabii bunun sorumlulukları var.



Ülkemize hem istihdam açısından, hem de ihracat yaparak ekonomik açıdan katkı sağladığımızı düşünüyoruz. Özellikle ihracat tarafındaki başarılarımızı gördükçe mutluluk duyuyorum; bu sorumluluk duygumuzu ve misyonumuzu daha da büyüterek ve geliştirerek sürdürmek istiyoruz. Ülkemize daha çok katkı ve istihdam sağlamak istiyoruz.

Electricity Turkey Dergisi olarak sizler, sürekli takdir ederek takip ettiğimiz yayıncı gruplardansınız. Dünyanın her yerindeki fuarlarda sektör temsilcileriyle bir araya geliyorsunuz. Sektörle ilgili haberleri yayınlıyor ve sektörümüze değer katıyorsunuz. Bize bu fırsatı tanıdığınız için sizlere teşekkür ediyorum.

