

AHMET BOZER Muhtar Kent'in 'A takımı'nda yer alan Ahmet Bozer, Coca-Cola'nın 90 ülkedeki operasyonlarını yönetiyor. Coca-Cola Avrasya ve Afrika Başkanı Ahmet Bozer, "Bu yıl destek paketleri azalırsa ne olur bilmiyoruz" diyor... RAHİME BAŞ UÇAR / rahime.bas@paradergi.com.tr

5 milyar dolara hükmeden adam

124 yıl önce, Amerika'nın Atlanta şehrinde bir ezracı, koka bitkisinin yapraklarından bir şurup üretir ve bardağı 5 sentten satmaya başlar... Evet, sizin de kolayca tahmin edebileceğiniz gibi, bugün dünyada günde 1 milyar bardaktan fazla tüketilen Coca-Cola'nın doğuşundan bahsediyoruz. Ürünleri halen 200'den fazla ülkede satılan Coca-Cola Company, tam bir küresel şirket.

2008 yılı cirosu 31.9 milyar dolar olan bu şirketin CEO'lüğünü geçen yılın nisan ayından itibaren bir Türk, Muhtar Kent yürütüyor. Coca-Cola'da Muhtar Kent'in "A takımı" olarak nitelendirilen ekibinde yer alan bir Türk daha var: Ahmet Bozer... Coca-Cola'nın faaliyet gösterdiği 90 ülke Bozer'in sorumluluğunda. Zaten Coca-Cola'nın dünya çapındaki 5 yönetim merkezinden biri İstanbul'da bulunuyor...

1 Temmuz 2008'da Coca-Cola Avrasya ve Afrika Başkanı olan Ahmet Bozer, global krize rağmen geçen yılın ilk üç çeyreğinde dünya genelinde Cola-Cola satışlarının yüzde 4 arttığını vurguluyor. 2010'u da rahat bir yıl olarak görmeyen Bozer, "Güç dengeleri gelişmekte olan ülkelere kayacak" diyor...

Tam 90 ülkenin sorumluluğu sizin omuzlarınızda. Bu ülkelerin hepsine gidebildiniz mi?

Hayır, daha çok iş hacminde önemli yer tutanları görebildim. Zaten bu 90 ülkenin 34'i Avrasya bölgesinde. Asya ve Afrika bölgeleri Haziran 2008'de birleşti. Eskiden de söz konusu bölgenin sorumluluğunu yürüttüğüm için oradaki 31 ülkeye gitmişim. Afrika'da da tahminen 10 kadar ülkeye gitmişimdir...



Jet lag'i şekerle yeniyor!

Ahmet Bozer, 1960 İstanbul doğumlu. Orta Doğu Teknik Üniversitesi İşletme Fakültesi'ni bitirdikten sonra 1993 yılında Georgia State Üniversitesi'nde 'bilgi işlem sistemleri' konusunda master yaptı. 5 yıl farklı işlerde çalıştıktan sonra 1990'da Coca-Cola'nın Atlanta'daki merkezinin finans departmanında işe başladı. 2000'de 9 ülkeden oluşan Coca-Cola Avrasya Bölgesi Başkanlığı'na atanan Bozer, 1 Temmuz 2008'den itibaren 90 ülkenin sorumluluğunu üstlendi. Ahmet Bozer, yılın neredeyse üçte ikisini yurtdışında geçiriyor. "Bu kadar çok seyahat ederken jet lag (uzun süreli uçuşa bağlı rahatsızlık) yaşamıyor musunuz? Kendinizi nasıl konuşturuyorsunuz?" diye soruyoruz. Yanıtı şöyle: "Evet, sık sık jet lag oluyorum. Tabi biz beynimizle çalışıyoruz. Beyninizin iyi çalışması için vücudunuzun da iyi olması lazım. Uyku düzenine, yeme içme sistemine önem vermek gerekiyor. Herkesin bünyesi farklı. Örneğin ben çok şeker tüketirim. Bazen yanımda kurutulmuş meyve taşıırım. Çok ağır olmadan haftada üç kez spor yaparım. Özellikle de deniz kenarında yürümek muazzam bir şey."

Coca-Cola Company pazar hacminde bu 90 ülkenin payı ne kadar? Bölgenizin toplam iş hacmindeki payı yüzde 16-17 civarında. (Bu da tahminen 5 milyar dolara denk geliyor.) Tabii ki büyümeye katkımız daha fazla. Büyümeye katkımız yüzde 25 civarında...

Sorumluluğunuzda gelişmekte olan pazarlar da var. Global krizin çok hissedildiği 2009 yılı sizin açınızdan nasıl geçti?

Krizde biz önce ne olup bittiğini öğrenmeye çalıştık. Ardından da adapte olmaya gayret ettik. Şanslıydık çünkü, krizin etkisi diğer sektörlerle göre daha az oldu. Yaptığımız analiz sonucunda ülkeleri üç kategoriye böldük. Birincisine "krizden haberi olmayan ülkeler" dedik. Bunlar, kriz yokmuş gibi eski büyüme hızlarında büyümeye devam etti. Hindistan ve Güney Batı Asya bu gruba giriyor. İkinci grupta, krizden bir şekilde etkilenen ama düşük seviyede de olsa büyüme yakalayabilecek ülkeler vardı. Türkiye, bu ikinci grupta. Güney Afrika, Ortadoğu ülkeleri de bu gruba giriyor. Üçüncü grupta ise krizden çok derin etkilenenler var. Bunlar daha çok Rusya ve eski Sovyet cumhuriyetleri. Bu ülkelerde küçülme yaşandı. İşte bu doğrultuda, her bölgede nasıl farklı strateji uygulayabileceğimizin peşine düştük. Birinci grupta hiç hız kesmeden, hatta hız artırarak yatırım ve büyüme planlarımızı uyguladık. İkinci grupta, hala büyüme imkanı olduğu için farklı ambalaj ve fiyatlar, farklı ürün lansmanları yaptık. Ana iş kolumuza daha çok yatırım yaptık. Üçüncü grup ülkelerde de küçülme kaçınılmazdı. Küçülmeye içinde de piyasaya hızlı kazanmayı ve markalarımızı daha fazla güçlendirmeyi istedik. Sonuçta çoğu kararımızın yerinde olduğunu gördük.

Birinci gruptaki ülkelere arasında büyüme açısından sizi en çok memnun eden hangisi ya da hangileri oldu?

Hindistan ve Pakistan. İlk üç çeyrek sonu itibariyle Hindistan yüzde 30 büyüdü. Pakistan da yüzde 20'nin üstünde büyüdü. Bu ülkeler bizim için sürpriz oldu.

Peki ikinci grupta yer alan Türkiye, 2009'un ilk üç çeyreğini nasıl kapattı? Türkiye, geçen yıla başa baş noktasında. Kar anlamında ise bir miktar büyüme sağladı.

Geçen yıl en çok emek verdiğiniz ülke



hangisiydi? 2009'da Rusya'ya çok seyahat ettim. Orada ilk üç çeyrekte ortalama yüzde 10 küçülme oldu. Dolayısıyla daha çok ilgi gösterdik. 2009'un ilk yarısında Güney Afrika'ya da çok sık gittim. Çünkü benim için yeniydi. Kenya, Uganda, Tanzanya da öyle. Nijerya'ya iki kez gittim. Benim bir bölgeye gitmem için iki önemli gerekçe olmalı: Ya bir geliştirme fırsatı söz konusudur ya da çalışanların bana ihtiyacı vardır. Örneğin, Nijerya'da yönetim değişikliği nedeniyle çalışanlar, bazı gelişmeleri direkt benden duymak istiyordu...

Coca-Cola farklı ürünlere giriyor. Suya da girdiniz. 2010'da Türkiye'de yeni bir kategoriye girdiğinizi görebilecek miyiz?

Gençler için kulağa küpe

Ahmet Bozer, deneyimlerini gençlerle paylaşmaya özen gösteriyor. Önceki hafta Eğitim Kurumları Enstitüsü'nün düzenlediği "CEO'lardan Yönetim Dersleri" programına katılarak iki saat boyunca deneyimlerini anlattı, gençlerin sorularını yanıtladı. Bozer'in gençlere verdiği bazı mesajlar şöyleydi:

- Lider olmak istiyorsanız, değişimlere öncülük etme isteginizi hep koruyun...
- Kafa yapısı olarak hep dünya arenasında rekabet etmeyi ilke edin...
- İş hayatında başarılı olabilmek için İngilizce'ye hakim olun...
- Küresel olmak için sanal çalışın. Başınızda patron olmadan da çalışmayı öğrenin...
- Başarı için ikna ve etkileme becerisi çok önemlidir.
- Duygusal zekanızı da geliştirmeye gayret edin.

Bu tür ileriyeye dönük kararları tüketici ihtiyaçlarını iyice inceledikten sonra alıyoruz. Şimdi "Şu alana gireceğiz" di-yemiyoruz.

Bu yıl pazarlama ve tanıtım bütçelerini artırmayı düşünüyor musunuz? Krizde yapılan en büyük hatalardan biri de pazarlama yatırımlarını kesmektir. Evet, böyle dönemlerde bazı yeni lansmanlar için aynı bütçeyi bulamayabiliriz. Ancak biz bütçede pazarlama yatırımlarının payını sü-rekli artırmaya çalışıyoruz.

2010'u riskli bir yıl görüyor musunuz? Tüketim alışkanlıkları açısından 2009'dan çok da farklı olmayacağını düşünüyorum. Belki yılın sonuna doğru bir toparlanma olabilir. Devlet destekli paketlerle birçok sorun kontrol altına alındı. Peki bu destek paketleri geri çekilince ne olacak? Onun getirdiği bir belirsizlik var. Belki krize ilgili 2009'da çok şey öğrendik. Ancaak çok da kolay geçmeyecek bir yıla girdik. Önümüzdeki dönemde güç dengeleri biraz daha gelişmekte olan ülkelere kayabilir. Hindistan, Çin, Ortadoğu, Rusya, Latin Amerika gibi bölgeler güçlenebilir.

Muhtar Kent'in Coca-Cola'da CEO olmasının Türkiye açısından avantajlarını gördünüz mü?

Muhtar Bey'in CEO olmasının en büyük avantajı, bizi tanıyor olması. Karşılıklı güvene dayalı bir iş ilişkisi olduğu zaman daha iyi çalışıyorsunuz. Onun dışında başka bir avantajı da olmaması gerekiyor zaten.

