

Ogis Kimya Firma Sahibi İsmail Koç:

“Biz müşterilerimizi ticari partnerimiz ve ortağımız olarak görüyoruz”



"Kimya Dünyamızdır" sloganıyla faaliyet gösteren Ogis Kimya müşteri memnuniyeti odaklı hizmet veriyor. Firma Sahibi İsmail Koç ile firmaları ve sektörleri hakkında konuştuk:

Ogis'ten ve firmanızdaki işleyişten bahsedebilir misiniz?

Ogis Kimya, 1999 yılında tekstil ve inşaat sektöründe faaliyete başlamış, akabinde kimyasal hammadde tedarikçisi olarak kimya sanayinde yerini almıştır. Tecrübesini önceki iş sahalarında göstermiş olduğu titizlikten alan Ogis dinamik yapısı ile kendini global şartlara ivedilikle adapte edebilmektedir. Ogis çalışanlarının kişisel gelişimine çok özen göstermekte ve aşağıdan yukarıya doğru bir yapılanma stratejisi benimsemektedir. Bu nedenle tüm çalışanların bir üst pozisyon için her an hazır ve donanımlı olması sağlanmaktadır. Bu bizim için yeni ürün geliştirme ya da yeni sektör satış alanlarının oluşturulması sırasında oluşacak insan kaynakları eksikliğini ortadan kaldırmıştır. Ogis, finansman kaynaklarını oldukça verimli kullanan ve öz sermayesi ile hareket eden nadir şirketlerdendir. Finansman kaynaklarının günümüz global koşullarında ne kadar önem arz ettiğini hepimiz malumdur. Bu nedenle aktif ve pasif dengesi ve kur hareketleri titizlikle takip edilmekte olup dengeli bir yapıyla hareket etmekteyiz.

Müşterilerimiz tüm çalışanlarımız ile oldukça rahat ilişki kurabilmekte ve tüm isteklerine cevap bulabilmektedir. Ogis müşterisini bir ticari ortak olarak görmek ve bunu müşterileri de bu şekilde bilmektedir. Şirketler genel olarak kısa, orta ve uzun vadeli hedeflerle hareket ederler. Tabii biz de böyledir. Bazen kısa vadeli hedefler uzun vadeli hedeflerle çalışabilmekte ve firmalar kısa vadeli hedefleri tercih edebilmektedirler. Ogis olarak uzun vadeli hedeflerimiz her zaman kısa vadeli hedeflerimizin önünde tutmaktayız. Ogis birçok sektöre hizmet veriyor. Bunlar; beton sanayi, balata sanayi, boya imalat sanayi, deterjan sanayi, kablo sanayi, plastik sanayi (PE, PVC),

tekstil, terlik, ambalaj, deri sanayi, kozmetik sanayi, kauçuk sanayi, akrilik sanayi, elektronik sanayi gibi... Ogis üründe kaliteden taviz vermemektedir. Bahsi yukarıda da geçen sektörlere hammadde tedariki yapmak önemli bir Ar-ge birikimi gerektirmektedir. Sürekli ithalatı yapılan ürünleri bırakın, özel istekle ithalatı yapılan ürünlerde dahi sıfır hata olması ar-ge departmanımızın çok iyi çalıştığının bir göstergesi olsa gerek... Ogis olarak ürünün kalitesinin yanında günümüz şartlarında dinamik yapı, hızlı ve hatasız hizmet farklılaşmada önemli bir yer tutmuştur. Bu nedenle dağıtım ve depolama hizmetini profesyonel şirketlere ihale ederek yapmaktayız. 7000 m² kapalı alana sahip bir depo alanı ve her gün sayısız sevk operasyonu gerçekleştirecek bir lojistik departmanına sahibiz. "Kimya Dünyamızdır" sloganıyla yola çıkan Ogis, çevreye duyarlılık noktasındaki hassasiyetini de korumaktadır. Bu vesile ile ithal ettiği ve ürettiği ürünlerin teknik özellikleri ve MSDS bilgileri de müşterisine sunmaktadır.

Üretiminiz var mı? Ürünleriniz hakkında ayrıntılı bilgi alabilir miyiz? Ürün skalanızı hangi ürünler oluşturuyor?

Evet var. Yukarıda da bahsettiğimiz tecrübemizi üretimle birleştirerek 2010'dan beri PVC ve kauçuk sektörüne stabilizan, elektronik sanayine flux ve boya sanayine biosit, skatit, köpük kesici, stiren akrilik kopolimer üretimi yapmaktayız. Bu sahalarındaki çalışmalarımızda kalite ve çevre faktörlerine önem vermekteyiz. Bu sebeple ürünlerimizin ROHS sertifikası olup ISO kalite belgesi ile belgelendirilmiş bir üretimimiz mevcut. Avrupa, Amerika ve Uzakdoğu ülkelerinden ithal ettiği hammaddelerle yukarıda da bahsettiğim sektörlerin hammadde tedariklerini sağlamaktayız. Kısaca ifade etmek gerekirse alkoller, asetatlar, asitler, alkaliler, amin ve amin türevleri, anyonik camelyaf fitil, dolgu maddeleri, ısıtıcılar, inorganik pigmentler, katyonikler, karbon siyahlar, kostikler, ketonlar klorlu solventler, lehimleme sarf malzemeleri, glikoller, pigmentler, organik fosfonatlar, polyester hızlandırıcılar, polimer emülsiyonlar, skatitler, stabilizatörler, sentetik kalınlaştırıcılar, şişiriciler, tinerler, titan dioksitler, tuzlar yüzey aktifler ve diğer ürünler.

Global piyasalarda düşünüldüğünde iyi bir finans yönetimi önemli, ancak birçok firma, müşteri kaybı endişesi ile ciddi finans kayıplarına uğruyor. Bu konuda nasıl bir yönetim geliştirdiniz?

Öncelikle şunu söylemek isterim; biz müşterilerimizi ticari partnerimiz ve ortağımız olarak görmekteyiz. Dolayısı ile piyasa bilgilerini ortağımıza aktarmak ve bunun için birlikte bir yol haritası çizmek ortaklık kültürünün gereğidir. Olaylara kısa değil uzun vadeli bakmak gerektiğini düşünüyorum. Bu nedenle finans departmanı dünya piyasalarını takip etmekte ve ticari ortaklarımıza iletmek üzere tüm çalışanlarımız belli aralıklarla global ve yerel piyasa

riskleri bilgilendirmesi yapmaktadır. Bu da ticari ortaklarımızın ön görememiş olabileceği olası risklerden kaçınmalarını sağlamaktadır. Sağ olsun tüm ticari ortaklarımız bu konuda bize yardımcı olmakta ve anlayışla karşılanmaktadır.

Tüm Türkiye'ye hizmet veriyor musunuz? Sevkiyat yönetiminiz nasıl?

Türkiye geneli satış mevcut olduğunu belirtelim. Nihai kullanıcıya direk satış yapmayı tercih ediyoruz. Bizim İstanbul depomuz dışında bir depomuz mevcut değil. Bu belki bir dezavantaj gibi gözüküyor ancak bizle çalışan şehir dışı firmalar şunu görüyorlar ki saat 11.00'a kadar gelen tüm siparişler bir sonraki gün içerisinde ellerinde oluyor. Tabii bu çok iyi bir sevk operasyon başarısıdır. Yukarıda da bahsetmiştim; lojistik sevk operasyonumuzu bir şirkete ihale ettik. Bunun faydalarını görüyoruz.

Yaşanan rekabet sektörü nasıl etkiliyor?

Şunu belirtmekte fayda var. İthal edilen ürünlerin uluslararası hammadde fiyatları birbirine zaten çok yakın. Onun için fiyat bazlı satış farklılaşmasını çok makul görmüyoruz. Kalite, süreklilik, sevkiyat ve müşteri hizmetleri farklılaşmasının daha ayırt edici olduğunu düşünüyoruz. Sürekli gelişim, ekipman ve donanım önem gösteren firmamız, müşteri her zaman haklıdır ilkesiyle çalışmakta ve müşteri memnuniyet anketleriyle bu görüşlerimizi pekiştirmekteyiz. Piyasalardaki yaşanan rekabeti, bu ilke doğrultusunda müşterilerimize en iyi hizmeti vererek ve kalite konusunda ödün vermeyerek aşmaktayız. Haklı rekabet içerisinde en önemli faktör olarak gösterilen uygun fiyatlandırmanın yanı sıra müşteride güven olgusunu oluşturmak bizim yaşadığımız zor rekabet şartları içerisinde yol alabilmemizi sağlayan en önemli faktördür. Kanımızca müşteri gözüyle güvenilir bir firma olmamız, rakipler arasında önceliğimizi sağlayan birincil etkidir. Bunun yanı sıra hızlı ve zamanın da sevkiyatlar tercih kılınmamızı etkileyen diğer unsurlardan biridir. Ogis Kimya için yaşanan bu haklı rekabetin olumsuz olduğunu düşünmüyoruz. Rekabetin artması bizim dışı açılma isteğimizi ve kalite standartlarımızı daha yüksek kalmasını sağladı. Böylelikle müşteri memnuniyetini sağlamak açısından rakiplerimiz arasında bizi farklı kılacak yeni değişimler sağlamış oldu. Farklılaşma ve değişimlere açık olmamız bizi bu sektörde sahip olduğumuz konuma getirmede ki en önemli sihirli sözcüklerdir

Geçen ilk altı ayda Ogis beklentilerini gerçekleştirebildi mi? Yeni yıldaki hedefleriniz nelerdir?

Son zamanlarda yaşanan piyasalardaki dalgalanmalar genel anlamda bütün sektörleri olumsuz etkiledi. Özellikle dünya piyasalarının inişli çıkışlı eğilim göstermeleri, Avrupa'daki riskler tüm firmaları olumsuz etkiledi. Bunun yanında tüm firmaların ileriye net görememesi sektörel

içe dönük bir yapı oluşturdu. Ancak yaşanan bu tüm olumsuzluklara rağmen ilk altı aylık dönemde ciro hedeflerimize fazlasıyla ulaşmayı başardık. Bu başarıdaki en önemli etken ise yalnız birkaç sektöre bağımlı kalmayıp, birçok alternatif sektörlere hizmet vermemiz ve müşterilerimizi ticari ortağımız olarak görmemizdir. Hangi dönemlerde hangi sektörün daha çok hareketli olup olmadığını iyi analiz edip, belirlenen dönemlerde o sektörlerle yoğunlaşıyoruz. Bu dönemsel aşamalarda satış ve pazarlama departmanının belirlediği yeni ürünleri de tespit edip bunu ithalat departmanımıza aktarıyoruz. İthalat bölümü ve satış bölümünün ortaklaşa yaptığı araştırmalardan sonra çıkacak karar doğrultusunda bu ürünlerin ithal edilip edilmeyeceği böylelikle neticelendirilmiş oluyor. 2011 yılında çok iyi bir performans sergileyen firmamız, 2012 yılının ilk altı ayında ciro bazlı hedeflerini, tonaj bazlı hedeflerinde %70 başarı ile tamamladı.

Genel anlamda içinde bulunduğumuz sektörün dün ve bugünü arasındaki süreci nasıl değerlendiriyorsunuz? Sektörün sıkıntıları nelerdir? Bunların aşılması için neler yapılmalı?

Oldukça geniş çerçevede bakılması gereken bir soru. Bu soruya satın alan ve tedarik eden noktasında ele almak istiyorum. Tabii çok geçmişe gidemeyeceğim ama son 10 yıl içindeki değişim bile gözle görülür değerlerde olduğunu düşünüyorum. Kimya sanayine yatırım yapan firmalar önceden makine yatırımı, hammadde yatırımı yapar ve ucuz hammadde ile en ucuz mamul yapabileceklerini düşünürlerdi. Fakat geçen zamanla verimin



önemi anlaşıldı. Bu da alım yapılan hammaddenin fiyatından daha ziyade yüzdelik verimine bakılmasına sebep oldu. Bu noktadan bakıldığında sektöre orijinal katkısız ve sürekli aynı kalitede mamül tedarikinde bulunan firmaları ayırdı. Ar-ge yatırıma ve yetmişmiş insan kaynaklarına pek önem verilmezdi. Ama global rekabetçi piyasa şartları inovasyonu kaçınılmaz hale getirmiş olup insan kaynakları, ar-ge ve bilişimin önemi anlaşıldı. Bu noktadan bakıldığında sektöre orijinal katkısız ve sürekli aynı kalitede mamül tedarikinde bulunan tedarikçi firmalar ayırdı. Ogis her zaman bu değerlere sahip çıkıp müşterisini ticari ortağı olarak görmüş ve verimlilik esaslı bir satış stratejisi gütmüştür. Bu değişimin son 10 yılda artış göstermesi rekabetçi piyasa koşulları yanında, yeni jenerasyonun şirketlerde inisiyatif alması da önemli bir etken olarak görülmelidir. Tabii gözden kaçırılmaması gereken bir unsur da şudur; Üzeyir Garih Beyefendinin de bir vesileyle ifade ettiği gibi "genç neslin enerjisi, heyecanı ile önceki jenerasyonun bilgi birikimi ve deneyimi bir harç haline getirilmesi şirketleri daha güçlü ve kalıcı yapacaktır". Bu tespit bence oldukça önemli bir gerçekliktir. Bunu başaran firmaların daha kalıcı ve kurumsal yapıya hızlı adapte olduğunu görmekteyiz. Bu konu üzerine, çalışan eğitimi, insan sağlığı, çevre, enerji (geri dönüşüm), otomasyon, ar-ge ve daha birçok madde üzerinde görüş beyanında bulunulabilir. Biz sadece kurumsal yapı ve verimlilik üzerinde durduk.

rasyonun şirketlerde inisiyatif alması da önemli bir etken olarak görülmelidir. Tabii gözden kaçırılmaması gereken bir unsur da şudur; Üzeyir Garih Beyefendinin de bir vesileyle ifade ettiği gibi "genç neslin enerjisi, heyecanı ile önceki jenerasyonun bilgi birikimi ve deneyimi bir harç haline getirilmesi şirketleri daha güçlü ve kalıcı yapacaktır". Bu tespit bence oldukça önemli bir gerçekliktir. Bunu başaran firmaların daha kalıcı ve kurumsal yapıya hızlı adapte olduğunu görmekteyiz. Bu konu üzerine, çalışan eğitimi, insan sağlığı, çevre, enerji (geri dönüşüm), otomasyon, ar-ge ve daha birçok madde üzerinde görüş beyanında bulunulabilir. Biz sadece kurumsal yapı ve verimlilik üzerinde durduk.

The owner of the Company of Ogis Chemistry Ismail Koç: "We see our customers as our business partners"



Ogis Chemistry serving according to the slogan of "Chemistry is Our World", provides services focused on customer satisfaction. We talked to the firm owner Ismail Koç about their firm and the sector:

Could you please tell us about Ogis and the operations of your company?

Ogis Chemistry started its operations in 1999 in the tex-

tile and construction industry, subsequently it has taken its place as a supplier of chemical raw materials within the chemical industry. Ogis, which acquires its experience from the accuracy it demonstrated in its previous works, is able to adapt itself to the global conditions instantly. Ogis pays close attention to the personal developments of its employees and adopts a bottom-up structuring strategy. Therefore, it is provided that all employees are always ready and equipped for a higher position. This eliminated the lack of human resources for us during new product development and the creation of new sector sales fields. Ogis is one of the rare companies which uses its funding resources very efficiently and moves with its own equity capital. We all know how much importance the funding resources constitute in today's global conditions. For this reason, the balance of assets and liabilities and the exchange rate movements are monitored carefully and we move with a balanced structure.

Our customers can have very comfortable relations with all our employees and find answers to all of their requests. Ogis sees its customer as a commercial partner and its customers know it this way. Companies in

general move according to the short, medium and long-term targets. Of course, we are also like this. Sometimes short-term goals can overlap with the long-term goals and companies may prefer short-term goals. As Ogis, we always keep long-term goals in front of our short-term goals. Ogis serves many industries. These are the concrete industry, shoe industry, the paint manufacturing industry, detergent industry, cable industry, plastic industry (PE, PVC), textile, slippers, packaging, leather industry, cosmetic industry, rubber industry, acrylic industry, electronic industry and as such ... Ogis does not compromise on quality within the product. Supply of raw materials to the sectors referred above requires accumulation of significant R & D. Zero error within the products imported with a special request besides the products imported continuously is an indicator that our R & D department is working very well. As Ogis, dynamic structure, fast and error-free service besides the quality of the product, constituted an important place within the differentiation. For this reason, we make the services of distribution and storage to the professional firms by giving out by contract. We own a warehouse space with a closed area of 7000 m² and a logistics department, which can perform numerous shipping operations every

day. Ogis, which departed with the slogan of "Chemistry is Our World", also retains its sensitivity at the point of care for the environment. In this connection, it presents the technical specifications and the MSDS information of the products it manufactured or imported to its customers.

Do you have your production? Can we get more information about your products? Your product scale is constituted from which products?

Yes, we have. By combining our experience mentioned above with the production, we are producing stabilizing for the PVC and the rubber industry, flux for the electronic industry, and biocide, sicative, foam cutter and styrene acrylic copolymer for the paint industry since 2010. We attach importance to the quality and the environmental factors in these areas. For this reason, our products have ROHS certificates and we have a production process certified with the ISO quality certificate. We provide the supply of raw materials of the sectors I mentioned above with the raw materials we imported from the European, American and the Far Eastern countries. To express briefly, alcohols, acetates, acids, alkalis, amines and amine derivatives, anionic roving fiberglass, fillers, heaters, inorganic pigments, cationics, carbon blacks, caustics, ketones, chlorinated solvents, soldering supplies, glycols, pigments, organic phosphonates, polyester accelerators, polymer emulsions, sicative, stabilizers, synthetic thickeners, blowing, thinners, titanium dioxides, salts, surfactants and other products.

When global markets are considered a good financial management is important, however, many firms are undergoing a serious financial loss with the fear of loss of customers. What type of method did you develop to handle this issue?

First of all, I would like to say that we see our customers as our commercial partner and our partner. Therefore, transferring the market information to the partner and drawing a road map for this is a part of partnership culture. I think that we should look at the events long-term not short-term. Therefore, our finance department follows the world markets and all of our employees make periodic global and local market risk expositions in order to inform our commercial partners. This provides our commercial partners to avoid the possible risks that they could not foresee. Thanks to all our trading partners, they all help us on this issue and meet with understanding.

Do you provide services all over Turkey? How is your shipping management?

Be noted that there is overall sales in Turkey. We prefer to sell directly to final users. We do not have a warehouse except in Istanbul. This seems to be a disadvantage, but out-of-town companies working with us would see that they can receive all of their orders next day, which arrived until 11 am. Of course this is the success of a very good shipping operation. Mentioned above; we gave our logistics shipping operation to a company by contract. We see the benefits of it.

How does the competition affect the sector?

It would be beneficial to express that. The international raw materials prices of the imported products are already

very close to each other. Therefore, we do not see the price based sales differentiation very reasonable. We think that quality, durability, shipping and customer services based differentiation is more distinctive. Our company giving importance to continuous development, equipment and hardware, works according to the customer is always right policy and we intensify our views with the surveys. We overcome the competition lived in the market by providing the best service to our customers in line with this policy and by not compromising on quality.

Besides the appropriate pricing shown as the most important factor within the fair competition, constituting the customer confidence is one of the most important factors that provides us to go forward within these difficult conditions of competition that way we live. In my opinion, being a reliable company in our customers' eyes is the primary factor that provides our priority among our competitors. In addition to this, fast and on-time deliveries are other reasons that make our customers prefer us. We do not think that this fair competition lived is not negative for the Ogis Kimya. Increase in the competition kept our desire to reach foreign markets and quality standards higher. Thus, in order to ensure customer satisfaction, we provided new changes that will make us different among our competitors. Differentiation and being open to changes are the most important magic words that bring us to the position that we possess within this industry.

In the last six months, was Ogis able to fulfill its expectations? What are your goals for the new year?

The recent market volatility negatively impacted all sectors in general. In particular, the tendency of the world markets as ups and downs, risks in Europe negatively impacted all firms. In addition, the inability of the companies to see future clearly constituted a sectoral inward structure. However, in spite of all the negativity lived, we were able to achieve a turnover more than we expected in the period of the first six months. The most important factor in this success is not being dependent to only a few sectors, but serving to many alternative sectors and seeing our customers as our commercial partners. We analyze which industries move more in which periods well and we focus to those sectors in the determined period. In these periodic stages, we determine new products that our sales and marketing departments identified and convey them to our import department. In line with the decision after the joint research made by our import department and sales department, the decision whether

to import or not to import these products is therefore concluded. Our company, which exhibited a very good performance in 2011, completed its turnover-based goals in the first six months of 2012 with a 70% success in its tonnage-based goals.

In general how do you assess the past and the present of the process in which you operate? What are the problems of the sector? What should be done to overcome them?

The context of this question must be fairly large one. I want to address this question from the point of view of purchasing and supplying. Of course, I can not go back too much further, but a lot of has changed over the last 10 years. In the Chemical industry, when firms were doing investments, first they thought of machinery investment in raw material with purchasing the cheapest raw materials, and producing the least expensive product. However, later the importance of efficiency was understood. For this reason, rather than the price of the raw material, its percentage of efficiency became important. At this point, companies producing the original, unadulterated, same quality product were distinguished. R & D investment and skilled human resources were not given priority. But global competitive market conditions brought together the understanding of importance of innovation, human resources, R & D. After this stage suppliers producing the original, unadulterated, same quality product became distinguished suppliers. Ogis has always followed these values, and has seen its customers as trading partners and pursued a sales strategy based on efficiency. This change in in the last 10 years was not only due to the competitive market conditions but also due to the fact that new generation companies have taken initiative. Of course, the following is a factor that should not be overlooked; as Uzeyir Garip stated on an occasion "The energy and enthusiasm of the young generation, together with knowledge and experience of the previous generation, will make companies strong and lasting." I think this quotation underlines an important reality. I see that the companies which managed to adapt quickly, have a more permanent and institutionalized structure. On this topic, other issues such as employee training, human health, environment, energy (recycle), automation, R & D and many more can be mentioned. However, we have only mentioned the institutional structure and productivity.



Ogis Chemistry Team