

[Elektro Kalori](#), 1965'ten bu yana iklimlendirme sektöründe edindiği köklü tecrübeyi, dijital dönüşüm vizyonu ile geleceğe taşıyan güçlü bir marka olarak öne çıkıyor. Satış ve Pazarlama Direktörü [Levent Gelir](#), şirketin 60 yılı aşan yolculuğunu ve kurumsal dönüşüm sürecini kapsamlı bir perspektifle değerlendiriyor. Dijitalleşmenin yalnızca bir tercih değil, iş yapış biçimlerini kökten değiştiren stratejik bir gereklilik olduğunu vurgulayan [Gelir](#), e-ticaretten ERP entegrasyonuna uzanan süreci tüm yönleriyle aktarıyor. Geleneksel sektör reflekslerini hibrit bir modelle dijital dünyaya entegre eden [Elektro Kalori](#)'nin gelecek vizyonunu bu röportajda detaylarıyla bulacaksınız.

Elektro Kalori: 60 Yılı Aşan Tecrübe ile Dijital Geleceğe

[Elektro Kalori](#)'nin faaliyetleri ve sektördeki konumunu şu şekilde özetleyebilirim:

Firmamız, 1965 yılında kurucumuz Av. Rafet Özbayram tarafından Ankara'da kurulmuş ve faaliyetine başlamıştır. Kuruluşunun ilk yıllarında ağırlıklı olarak fuel-oil ve motorin brülörlerinin satış, montaj ve servis bakım hizmetleri ile sıhhi tesisat ve kalorifer tesisatı alanlarında faaliyet göstermiştir. 1975 yılında, ülke ticaretinin merkezi olan İstanbul'a taşınarak faaliyetlerine tamamen ürün satışı odaklı devam etmiştir.

1990'lı yıllarda ikinci neslin yönetimi devralmasıyla birlikte şirket organizasyonu, dış ticaret faaliyetleri ve pazarlama alanlarında önemli bir dönüşüm yaşanmıştır. Bu dönemde genç ve deneyimli kadromuzla kurumsallaşma sürecimizi tamamlayarak aile şirketi kimliğimizi güçlü bir kurumsal yapıyla pekiştirdik.

Bugün, 60 yılı aşkın tecrübemizle ısıtma, havalandırma, iklimlendirme ve endüstriyel otomasyon sektörlerinde; önemli distribütörlükleri bulunan, çağdaş iş anlayışıyla bilinçli büyüyen ve sektöründe öncü konumda yer alan bir firmayız. Toptan ve perakende satış faaliyetlerimizi aynı vizyon ve kararlılıkla sürdürmekteyiz.

Dijital Dönüşüm: Bir Tercih Değil, Gereklilik

Türk iklimlendirme sektöründe uzun süredir “dijital dönüşüm” kavramı gündemde. [Elektro Kalori](#)'nin vizyonunun temel unsurlarından biri de gelişen dünyaya uyum sağlamak ve çağdaş yönetim anlayışını benimsemektir. Bu nedenle dijital altyapıya her zaman büyük önem verdik.

Dünya çapında söz sahibi, sektöre yön veren markalarla iş ortaklığı yapmamız; onların gelişim hızına uyum sağlamamızı ve aynı doğrultuda ilerlememizi zorunlu kılmaktadır. Bu anlayış doğrultusunda şirketimizin tüm operasyonlarının dijitalleşmesine yönelik çalışmalar 2015 yılında başlatılmış ve kademeli olarak hayata geçirilmiştir.

Dijitalleşme yalnızca bir web sitesine sahip olmak değildir. Dijitalleşme; doğru bilgiye hızla ulaşabilmek, veriyi analiz edebilmek ve hizmet hızını artırabilmektir. Operasyonlarımızı dijital ortama taşıyarak şirket içi veriye erişim hızımızı artırdık, bölümler arası koordinasyonu güçlendirdik ve tüm süreçleri kayıt altına alarak ölçülebilir ve denetlenebilir bir yapı oluşturduk.

Bu dönüşüm sayesinde iç operasyon hızımız ve hizmet kalitemiz önemli ölçüde artmıştır.

E-Ticaret ve Tam Entegrasyon

2015 yılında başlattığımız e-ticaret süreci ve teknolojik donanım yatırımlarımız, pazarlama faaliyetlerimize güçlü katkılar sağlamıştır. Web sitemizi sürekli yeniliyor ve teknolojik altyapısını güncel tutuyoruz. Sistemimiz, diğer tüm operasyonel yazılımlarımızla entegre çalışarak müşterilerimize en güncel veriyi sunmaktadır.

Müşteri memnuniyeti şirketimiz için esastır. Operasyonel hız, müşteri iletişimde en büyük destekçimizdir.

Müşterilerimiz bir ürünün stok durumunu, güncel fiyatını, teknik verilerini ve tamamlayıcı aksesuar bilgilerini web sitemiz üzerinden anlık olarak görüntüleyebilmektedir. Siparişler tam entegrasyonlu sistem üzerinden ilerlediği için, paketleme aşamasına kadar manuel müdahale gerektirmemektedir. Bu iş modelinin müşteri memnuniyet oranı oldukça yüksektir.

Web sitemiz yalnızca bir perakende satış kanalı değildir; aynı zamanda kurumsal müşterilerimiz için de aktif bir satış platformudur. ERP sistemine tanımlı veriler web sitemiz tarafından okunabilmektedir. Kurumsal müşterilerimiz kendi kullanıcı adı ve şifreleri ile giriş yaptıklarında; kendilerine özel fiyatları görüntüleyebilmekte, stok bilgilerine ulaşabilmekte ve siparişlerini doğrudan oluşturabilmektedir.

Dijitalleşmenin Operasyonel Gücü

[Elektro Kalori](#)'de dijitalleşme yalnızca satış süreçlerini değil, stok yönetimi ve tedarik zinciri operasyonlarını da kapsamaktadır.

Dijital altyapı sayesinde tüm verilere hızlı ve minimum eforla ulaşılabilen, bu da analiz için daha fazla zaman yaratmaktadır. Satış departmanının güncel verilerine anında erişebilen tedarik zinciri ekibimiz ve depo yönetimi verilerine hâkim satış ekibimiz sayesinde; hem stok yönetiminde hem de tedarik süreçlerinde erken ve doğru aksiyon alınabilmektedir.

Teknik ürün bilgisi ve dokümantasyonun dijital ortamda sunulması sektörümüz için büyük önem taşımaktadır. Teknik ürün satışı gerçekleştirdiğimiz için müşterilerimizin doğru bilgiye ulaşmasını öncelikli görüyoruz. Ürünler arasındaki teknik farkları sade ve anlaşılır şekilde sunuyor; daha detaylı taleplerde ise uzman ekibimizle destek veriyoruz.

Bu yaklaşım hem kurumsal kültürümüzün hem de tedarikçilerimize karşı taşıdığımız sorumluluğun bir gereğidir.

Sosyal Medya ve Satışın Evrimi

Sosyal medya platformları bizim için hem güçlü bir marka bilinirliği aracı hem de etkin bir satış kanalı hâline gelmiştir. Günümüzde herkes cebinde bir bilgisayar taşımakta ve sosyal medya kanallarında aktif olarak vakit geçirmektedir.

Her ay yürüttüğümüz tanıtım ve reklam çalışmalarının geri dönüş verilerini analiz ediyor, bu doğrultuda yeni stratejiler geliştiriyoruz.

Teknik sektörlerde uzun süre hâkim olan “müşteri ürüne dokunarak görmek ister” algısının yerini artık şu anlayış almıştır:

Müşteri, doğru ürüne en uygun zamanda, doğru fiyatla ve kaliteli hizmetle ulaşmak ister.

Dijital ortamda ürünlere ilişkin tüm teknik verilere erişilebilmesi, satın alma kararlarını hızlandırmaktadır.

Analogdan Dijitale: Hibrit Model

“Dijital pazarlamadan analog satışa / analog pazarlamadan dijital satışa” yaklaşımı, teknik ürün satışı yapan firmalar için en doğru modellerden biridir.

Parça satışı yaparken projelere ve üreticilere hizmet vermeye devam ediyor; geleneksel ilişkilerimizi dijital kanallarla destekleyerek sürdürüyoruz. Hibrit modelin sektörde kalıcı olacağına inanıyoruz.

Sektöre Tavsiyeler

Sektörde hâlâ dijitalleşmeye mesafeli yaklaşan firmalar olduğunu gözlemliyoruz. Bazı şirketler bu dönüşümün bayilik sistemine veya müşteri ilişkilerine zarar vereceğini düşünmektedir. Oysa dijitalleşme yalnızca yeni bir satış kanalı değil; iş süreçlerinin modernizasyonudur.

Günümüz müşterisi sonuca hızlı ulaşmak istemektedir. Geleneksel modellerin hantallığı, uzun vadede müşteri kayıplarına yol açabilir.

Mekanik tesisat ve teknik malzeme sektöründeki firmalara en önemli tavsiyem; dijital dönüşümün bir tercih değil zorunluluk olduğunu kabul etmeleridir. Bu süreç uzun soluklu, ekip çalışması gerektiren ve sabır isteyen bir yolculuktur.

Doğru veriyi düzenleyip analiz etmeye başladıklarında, geçmişte alınan bazı kararların neden hatalı olduğunu ve daha sağlıklı karar verme kabiliyetinin nasıl geliştiğini açıkça göreceklerdir.

Gelecek Vizyonu

[Elektro Kalori](#) olarak önümüzdeki dönemde de sektördeki öncü konumumuzu güçlendirmeye ve dijitalleşme yatırımlarımıza devam edeceğiz. Sürekli eğitimlerle kendimizi geliştirmeyi ve yeniliklere hızla uyum sağlamayı sürdürüyoruz.

60 yılı aşkın geçmişe sahip bir şirket olarak, köklü tecrübemizi dijital vizyonla birleştirmek bizim için hem heyecan verici hem de gurur verici bir yolculuktur.

