

Küresel rekabette söz sahibi Türk markaları

Gelişmiş ülke markalarının yanı sıra gelişmekte olan ülkelerin markalarının da rekabet güçlerini geliştirmesi, artan müşteri beklentileri ve maliyet açısından geçmişteki rekabetçiliğin giderek azalması karşılaşılan zorluklardan birkaçı. Bu zorluklar karşısında firmalar için yenilikçilik, pazar ve müşteri odaklı yapılanma, global tedarik zinciri yetkinlikleri, marka yönetimi ve kurumsallık seviyeleri giderek önem kazanıyor.



Turquality Programı, Ekonomi Bakanlığı tarafından firmaların yurt dışında benzer firmalarla rekabet edebilmeleri, daha verimli ve etkin bir şekilde faaliyet gösterebilmeleri için uygulanmaya başladı. Firmaların satış ve pazarlama, tedarik zinciri ve finans, bilgi teknolojileri, insan kaynakları gibi kurumsal altyapılarını geliştirmek ve güçlendirmek misyonuyla 2006 yılında yola çıkan programda; ilk aşamada 60 markayı kapsayacak şekilde perakende, hızlı tüketim ve üretim sektörlerine odaklanıldı.

2006 - 2012 yılları arasında Turquality Programının münhasır danışmanlık şirketi olarak Deloitte, programın sektör bazlı firma değerlendirme modelinin oluşturulması, programa başvuran firmalarda ön inceleme çalışmalarının yürütülmesi, kabul edilen firmaların kurumsal yetkinliklerinin geliştirilmesi için Detaylı Analiz ve Gelişim Yol Haritası çalışmalarını gerçekleştirdi. Aynı zamanda performans yönetimi yapısının geliştirilmesi, otomasyon sisteminin hayata geçirilmesi gibi alanlarda da programın gelişimine destek oldu.

Deloitte, 2012 yılından bu yana programın diğer akredite danışmanlık firmaları ile birlikte ön inceleme ve Detaylı Analiz ve Gelişim Yol Haritası Geliştirme çalışmalarını sürdürmeye devam ediyor. Turquality programının hayata geçtiği 2006'dan itibaren Deloitte, toplamda 215 üzerinde markada ön inceleme çalışması ve 100'ün üzerinde markada Detaylı Analiz ve Gelişim Yol Haritası Geliştirme çalışmasını hayata geçirerek küresel rekabette söz sahibi Türk markalarının yaratılması için katkı sağladı.