

Sigma Developed Target in Electric Exports with 60% Growth

We talked about the company and its goals with Sigma Electricity Export Director Genco Uysal who made statements as following: "We are an ambitious company with our quality and cost calculation. We communicate with our customers 24/7. I can't work with a man looking at the watch. These are enough for us to grow and brand. Because to have the information only, namely knowing alone is not enough. The important thing here is to follow a good job and work hard. Everybody cares very much about eating. For me, eating is success. I'm a human being feed with success. I'm sure we're bringing Sigma to the places it deserves in 80 countries."



Sigma Electricity Export Director
Genco Uysal

Can you tell us about yourself for our readers to get to know you better? Who is Genco Uysal?

I was born in 1983 in Istanbul. I graduated from Saint Benoit French High School in Istanbul and completed my university education in Robert Schuman University in Strasbourg, France. I did my MA in International Business at the Haute École Bruxelles University in Belgium / Brussels. After working in Belgium for three years, I returned to Turkey in 2009 and started as a regional sales manager for a company and there I was responsible for Africa, Middle East and Europe Regional sales. Subsequently, I worked as a country

Sigma Elektrik İhracatta %60 lık Büyüme ile Hedef Büyüttü

"Dış Ticaret departmanımızda yeni bir yapılanmaya ve yenilenmeye gidiyoruz. Güncel olarak 65 ülkeye ihracat yapıyoruz. Bizim hedefimiz 2019 yılında Sigma Elektrik'i sektörde daha da büyütürken 80 ülkeye ihracat yapan bir firma haline getirmektir. Markamızı daha iyi noktalara getirmek için çalışmalarımızı yoğun bir şekilde devam ediyor. Biz kalitemizle ve maliyet hesabımızla iddiamızı ortaya koyuyoruz." şeklinde açıklamalarda bulunan Sigma Elektrik İhracat Direktörü Genco Uysal ile firma ve hedeflerini konuştuk.

Okurlarımızın sizi daha yakından tanımları adına kendinizden bahsedermisiniz? Genco Uysal kimdir?

1983 İstanbul doğumluyum. Lise öğrenimimi İstanbul'da bulunan Saint Benoit Fransız Lisesinde, daha sonra

Üniversite eğitimimi Fransa'nın Strazburg kentinde Robert Schuman Üniversitesi İşletme Fakültesinde tamamladım.

Yüksek Lisansımı Belçika/Brüksel'de Haute Ecole Bruxelles Üniversitesinde

manager at an important and well-known construction company to manage very important investments and projects in Cote d'Ivoire (Africa). After

that, I worked as the General Manager of one of the biggest plastic manufacturing companies in Turkey. In all this process, I visited 120 countries and established important business contacts and friendships there. In 2014, I returned to Turkey because of my parents' health problems and worked as Export Director in various companies in our sector.

How did you meet with the electricity sector?

After returning to Turkey, I started working as an export director at an electronics company. We achieved serious growth with the new organizations and works we done in the company for which I worked for 25 years. Then, in January 2016, I made a step towards the sector by evaluating the offer I received from a well-known company in our sector in order to address the wider environments in both Turkey and the world market. In addition to both domestic and international trips, I have had a very good interaction with the sector stakeholders. At this point, I have always had a good working environment with all the sector representatives and companies I have worked for.

What is your position at Sigma?

I'm Export Director at Sigma Electric, where I started two months ago. I am responsible for foreign markets sales, operations and marketing. I'm very happy here and I love doing my job.

What do you want to say about your Sigma brand recognition and goals?

Sigma Electric is currently a company that exports to 65 companies and is one of

Uluslararası İşletmecilik alanında yaptım. Bu dönemde üç yıl boyunca Belçika'da kendi işimi yaptıktan sonra 2009 yılında Türkiye'ye dönüp bir firmanın bölge satış müdürü olarak başlayıp sonrasında Afrika, Ortadoğu ve Avrupa satış sorumluluğunu üstlendim. Akabinde, Fildişi Sahili'nde (Afrika) çok önemli yatırımları ve projeleri yürütmek adına önemli ve tanınmış bir inşaat firmasında ülke müdürlüğü görevi yaptım.

Buradan sonra Türkiye'nin en büyük plastik üretimi yapan firmaların birinin Fransa'daki iştirak şirketinde Genel Müdür olarak görev yaptım. Bütün bu süreçte 120 ülkeye ziyaretler gerçekleştirerek önemli ticari bağlantılar ve dostluklar kurdum. Nihayetinde, Anne ve babamın sağlık sorunları nedeniyle 2014 yılında Türkiye'ye döndüm ve sektörümüzdeki çeşitli firmalarda İhracat direktörlüğü görevlerinde bulundum.

Elektrik sektörüyle tanışmanız nasıl oldu?

Türkiye'ye döndükten sonra bir elektronik firmasında ihracat direktörü olarak göreve başladım. 2,5 yıl boyunca çalıştığım firmada yaptığımız yeni organizasyon ve çalışmalar ile ciddi bir büyüme sağladık. Daha sonra hem Türkiye hem de dünya piyasasında daha geniş çevrelere hitap edip daha büyük atılımlar yapmak adına 2016 Ocak ayındasektörümüzdeki tanınmış bir firmadan aldığım teklifi değerlendirerek sektöre adım atmış oldum.

Hem yurt içi hem de yurt dışı gezilerinin yanında sektör paydaşlarıyla da çok güzel bir etkileşim kurdum. Bu noktada belirtmeliyim ki şu ana kadar çalıştığım bütün sektör temsilcisi ve firmalarla hep iyi bir çalışma ortamım oldu.

Sigma'daki konumunuz nedir?

İki ay önce başladığım Sigma Elektrik firmasında İhracat Direktörü

pozisyonundayım. İhracatı büyütme üzere yurtdışı müşterilerine yönelik satış, operasyon ve pazarlamadan sorumluyum. Burada çok mutluyum ve işimi severek yapıyorum.

- Sigma elektrik olarak marka tanınırlığı ve hedefleriniz konusunda neler söylemek istersiniz?

Sigma Elektrik güncel olarak 65 ülkeye ihracat yapan bir firmadır ve Şalt sektöründe Türkiye'de üretici rolündeki önemli firmadan birisidir. Özellikle yurt içi piyasasında da en önemli oyuncuların biri olduğu kanaatindeyim. Sigma markalı ürünlerimizin Yurt dışında da fiyat kalite performansı açısından çok iyi bir durumda olduğunu gözlemleyebiliyoruz. Bizim hedefimiz 2019 yılında Sigma Elektrik'i sektörde daha da büyütürken 80 ülkeye ihracat yapan bir firma haline getirmektir. Bunu da başaracağımıza inanıyorum. Daha şimdiden Cezayir, Angola, Afganistan, Romanya, Kırgızistan, İsveç, Portekiz ve Macaristan bu listeye dâhil olma aşamasındadır.





the two big companies in the switchgear sector in Turkey. I believe that it is the most important player especially in the domestic market.

Abroad, the company is in a good segment in terms of price and quality performance. Our goal is to make Sigma Elektrik as a company exporting to 80 countries in 2019. I believe we can achieve this. We have already included Algeria, Angola, Afghanistan, Romania, Kyrgyzstan, Sweden, Portugal and Hungary to our portfolio.

Is your goal to reach 80 countries focused on a particular continent / region? Or does it cover the whole?

We are strong in Asia, Europe, South America and Africa. We are currently exporting to many countries such as Suriname, Cameroon, Peru, Vietnam, Indonesia etc. Our target is Central Asia and Baltic States. We will realize this goal in a very short period of time with the commercial connections and friendships that I made thanks to my travels to 120 countries.

Do you think of making any changes in your foreign market structures?

First of all, we are making a new and a great structure and innovation in our foreign trade department. We're going to implement a different system. We can say that "We will apply our own system by ourselves".

We are conducting an important planning work on reporting, reaching customers and participating fairs (in addition to our annual Dubai, Hannover fair, especially in Nigeria, Indonesia, Kenya fairs, where we have never been before).

Besides, our company has implemented a single dealership system so far. We're going to change it. We have identified 3 different categories. Our first goal is to make a main dealer for our state tenders and large projects with our brand - Sigma. Our second goal is to supply to wholesalers with our Sigma brand in OEM section. Our third goal is to supply both the project and the wholesaler only as an OEM.

80 ülkeye ulaşma hedefiniz belli bir kıta/bölgeye mi odaklı yoksa geneli mi kapsamaktadır?

Asya, Avrupa, Güney Amerika ve Afrika'da var. Şu anda Sigma Elektrik olarak Surinam, Kamerun, Peru, Vietnam, Endonezya vb. birçok ülkeye ihracat yapıyoruz. Özellikle hedefimiz ise şimdilik Orta Asya ve Baltık ülkeleridir. 120 ülkeye yaptığım seyahatlerden oluşan ticari bağlantı ve dostluklarla bu süreci çok kısa bir sürede gerçekleştirmiş olacağız.

-Yurt dışı yapılanmanızla ilgili herhangi bir yenilik veya değişiklik düşünüyor musunuz?

Öncelikle içerde dış ticaret departmanımızda yeni bir yapılanmaya ve yenilenmeye gidiyoruz. Farklı bir sistem uygulayacağız. Buna "Kendi sistemimizi kendimiz uygulayacağız" diyebiliriz. Raporlama, müşterilere ulaşma, seminerler, ilgili ülkelerin kamu onayları, katılacağımız fuarlar (Her sene katıldığımız Dubai, Hannover fuarının yanında özellikle daha önce olmadığımız Nijerya, Endonezya, Kenya fuarları) konusunda önemli bir planlama çalışması yürütüyoruz.

Bunun yanında firmamız ihracat yaptığı ülkelerde tek bayilik sistemi uygulamış. Biz bunu gelen talepleri de dikkate alarak biraz daha çeşitlendirerek geliştirmek istiyoruz. Bu konuda 3 farklı kategori belirledik. İlk hedefimiz, proje ayağında -Sigma markamızla- devlet ihaleleri ve büyük projeler için bir ana bayi yapmak. İkinci hedefimiz, OEM kısmında yine Sigma markamızla toptancılara mal vermek. Üçüncü hedefimiz de sadece OEM olarak hem projeye hem de toptancıya mal vermek.

Sigma markasına mevcut partnerlerinizin bakışını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Sigma Elektrik her yıl katıldığı 4-5 uluslararası fuarla markasını birçok ülkeye

How do you evaluate the point of view of your current partners to Sigma Electric?

Sigma Elektrik has succeeded to announce its brand in many countries with its 4-5 international exhibitions. Our partners know this very well. Of course, they want to benefit from this and request for further reinforcement of awareness through practices such as publicity, seminars and visits. These demands are taken into consideration in this way, we have had many seminars and promotional activities, and then we will increase our brand / site visits and increase our brand awareness. In addition to the idea of meeting our partners and realizing the relationships through these companies, we are planning to talk about our partner and our products by even going door to door in the markets, hence supporting our local dealers.

We started to gather the fruits of these seminars and promotions. We took important steps to invite the public authority of the relevant country and get public approvals. Especially this year we aim to create new partners in regions such as Africa, Turkic Republics, North Baltic countries, Middle East and West Africa.

How do you evaluate the technological infrastructure of Sigma Elektrik taking into your product and goals into consideration?

Our company has a strong production infrastructure, technology and technical team. After the products are designed in R & D department and completed in their own workshop with their own modern machines, their production lines are produced in accordance with the relevant standards in production lines equipped with modern test equipments and presented to our customers. We are increasing our production capacity day by day. A capacity increase is expected for new products to be released this year. This is because we have a growth-

oriented budget in this year, which needs investment, as you may also appreciate. This investment is necessary to ensure the targeted growth.

Do you have any idea about adding different items to your product range?

Yes. We have completed our VERTICAL TYPE FUSE DISCONNECTOR project that we started in 2018. Its tests and pilot productions are almost over. In March, we will launch it. We started to collect the fruits of our work on samples of this product. We have already received pre-orders from Oman, Poland and Kosovo. In addition to this product, our work on NH Fuse Links continues and production work of this product will be finished in a short time. We also continue to work with Sigma branded switch / socket products, which are highly demanded in overseas.

What challenges do you face in the international market?

The most important problem in the international market is brand awareness and prejudicial approach. The fact that the international brands you are competing with had already entered the market many years ago and haven't completed the necessary official approvals, which means you are starting to race backwards. We are working hard to overcome these challenges by attending many international fairs, completing official approvals and increasing our visits. We rely on our products, once the customer who uses our product does not notice a difference in terms of quality and takes into account the cost factor, and becomes a devoted Sigma user. We will continue to participate in fairs, introductory seminars and increase our visits.

What do you intend to do in order to show the brand's strength and bring Sigma's name to the fore?



duyurmayı başarmış. Partnerlerimizde bunu çok iyi biliyorlar. Tabii bu durumun kullanılmasını ve bilinirliğin kendi ülkeleri özelinde tanıtım, seminer ve ziyaret gibi uygulamalarla daha da pekiştirilmesi yönünde taleplerde bulunmaktadır.

Bu talepler değerlendirmeye alınıyor bu şekilde birçok seminer ve tanıtım çalışmamız oldu bundan sonra müşteri/saha ziyaretlerimizi artırarak marka bilinirliğimizi arttırmaya yönelik çalışmalarımız olacaktır. Partnerlerimizle görüşüp ilişkileri bu firmalar üzerinden gerçekleştirme düşüncesine ilaveten, gerekirse partnerlerimizin organizasyonunda sahayı kapı kapı dolaşıp firmamızı ve ürünlerimizi anlatmayı planlıyoruz.

Bu seminer ve tanıtımların meyvelerini toplamaya başladık. Seminere özellikle ilgili ülkenin kamu otoritesini de davet edip kamu onaylarını almak adına önemli adımlar attık, kazanımlar elde ettik. Özellikle bu yıl Afrika, Türkî Cumhuriyetler, Kuzey Baltık ülkeleri, Orta Doğu ve Batı Afrika gibi bölgelerde yeni partnerler oluşturmak hedefindeyiz.

We participate in 4 or 5 international fairs each year to increase brand awareness. Sustainability in trade fairs is very important, as customers see you every at trade fairs and hence feeling confidence in the brand. Seminars and promotional meetings are also very useful. In addition, we make our claim with our quality and cost advantage. We keep in touch with our customers. These also contribute to our branding and growth.

Considering that Europeans are worried about market loss, do you have any difficulties –indirectly– in customs ?

For a product sent from France to Algeria, Morocco, Senegal, no tax is paid, but we pay 30% tax as Turkey. The customer also prefers other countries' products instead of paying taxes. Our government needs to work in this to pave the way for our exporters.

What will be the approach of Sigma to the process considering the recent fluctuation in exchange rates?

The fluctuation in the exchange rate is not the only thing that affects us. In many countries in the world, some countries were affected two or three times more than us. (Russia, Algeria, Azerbaijan, Uzbekistan, Ukraine, all African countries etc.) Our company has already made necessary stock, necessary measures and necessary production plans in 2018. Sigma has not been affected much by the fluctuations experienced in the market as it realizes its growth plans accordingly and sells its products in foreign currency with 100% domestic production.

Turkey is a country with very different dynamics. Accordingly, I think that the market will come to better places in the medium and long term in 2019.

Are there any deviations in your goals in 2019 – With your new vision–?

Sigma elektriğin teknolojik olarak –gerek ürün gerekse hedefleriniz noktasında– alt yapısını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Firmamızın oldukça kuvvetli üretim altyapısı, teknoloji ve teknik kadrosu var. Ürünleri kendi AR&GE departmanında tasarlanıp yine kendi modern tezgah ve makinelerle sahip kendi Kalıphanesinde tamamlandıktan sonra üretimleri bünyesindeki modern test cihazları ile donatılmış üretim hatlarında ilgili standartlara uygun olarak üretilip müşterilerimize sunulmaktadır. Üretim kapasitemizi her geçen gün arttırıyoruz. Bu yıl çıkacak yeni ürünler içinde bir kapasite arttırımı düşünülüyor. Zira bu yılda büyüme odaklı bir bütçemiz var bu da takdir edersiniz ki ancak yatırımla oluyor. Bu büyümeyi yakalamak için gerekli olan yatırım yapıyor.

Bünge içerisine farklı ürünleri de katma gibi bir düşünceniz var mı?

Evet. 2018 yılında başlattığımız DİKEY TİP YÜK AYIRICISI çalışmamızı tamamladık. Şu an testleri ve pilot üretimleri bitmek üzere. Mart ayı içerisinde satışa sunmuş olacağız. Bu ürünümüzle ilgili numuneler üzerinden yaptığımız çalışmaların meyvelerini toplamaya başladık. Şimdiden Umman, Polonya ve Kosova'dan ön siparişleri aldık. Bu ürüne ilaveten NH Bıçaklı Sigortalar konusunda çalışmalarımız devam ediyor yine kısa bir sürede bu ürünün de üretim çalışmaları bitecek. Ayrıca özellikle yurtdışından çok fazla istenen Sigma markalı Anahtar/Priz ürünleri ile ilgili çalışmalarımızda devam etmekte...

Uluslararası pazarda ne gibi zorluklarla karşılaşyorsunuz?

Uluslararası pazardaki en önemli sorun marka bilinirliği ve ön yargılı yaklaşım. Rekabet ettiğiniz uluslararası markaların çok uzun yıllar önce pazara girmeleri ve gerekli resmi onayları tamamlamış

olmaları sizi yarışa daha geriden başlamanıza sebep oluyor. Biz birçok uluslararası fuara katılarak, resmi kurum onaylarını tamamlayarak, ziyaretlerimizi arttırarak bu zorlukları aşmak için ciddi çalışmalar yapıyoruz. Ürünlerimize güveniyoruz, bir kez ürünümüzü kullanan müşteri kalite açısından bir fark olmadığını test ettikten sonra maliyet unsurunu da dikkate alınca sadık Sigma kullanıcı oluyor.

Marka tanıtımınız adına fuarlara katılmaya, tanıtım seminerleri düzenlemeye ve ziyaretlerimizi arttırmaya devam edeceğiz.

Markanın gücünü göstermek ve Sigma'nın ismini ön plana çıkarmak adına ne yapmayı düşünüyorsunuz?

Marka bilinirliğini arttırmak için her yıl 4 yada 5 uluslararası fuara katılıyor. Özellikle fuarlarda devamlılık çok önemli müşteri her yıl sizi fuarlarda gördüğünde markaya karşı güveni artıyor. Seminer ve tanıtım toplantıları da ayrıca çok faydalı oluyor. Ayrıca biz kalitemizle ve maliyet hesabımızla iddiamızı ortaya koyuyoruz. Müşterimizle sürekli iletişim halindeyiz. Bunlar da bizim markalaşmamız ve büyümemize çok ciddi katkılar sağlıyor.

Avrupalıların pazar kaybı endişesi olduğunu dikkate alırsak gümrüklerde –dolaylı olarak– zorluk yaşadığınız oluyor mu?

Fransa'dan gönderilen bir ürün için Cezayir'e, Fas'a, Senegal'e vergi ödenmiyor fakat biz Türkiye olarak %30 vergi ödüyoruz. Müşteri de o zaman vergi ödemek yerine diğer ülkelerin ürünlerini tercih ediyor. Hükümetimizin bu konuda ihracatçı firmalarımızın önünü açacak çalışmalar yapması gerekiyor.

Döviz kurlarında yaşanan son hareketlilik dikkate alındığında Sigma'nın sürece karşı yaklaşımı ne olacaktır?

So far, we have not experienced any slightest negativity. In addition, we set our sustainable goals to be realized. While we set our 60% growth target, we made our plans based on cash payments, not on credit payment. Our advance payment plans that we will make foreign markets ready to protect us from all kinds of economic tightness and turbulence.

In terms of market conditions, how do the switchgear firms (customers) adopt a brand change?

The same product (the same quality product completely) is sold at different values in terms of brand value. A very important element comes into play here: Salesperson and salesperson's ability to persuade skill. Convincing the company for brand change and trust in your relationships are the main actors of this event. In addition, when you lower your profit share, brand change can be easier.

We have this flexibility in Sigma and this advantage that we offer in the profit share also opens the way for brand change. In short, "Persuasion and Trust" is very important.

Finally, Please share your thoughts which you like to add?

Everybody cares very much about eating. The success is the meal for me. I'm a human being fed with success. I am sure that we will bring Sigma to the best places that it deserves in 80 countries (both by adding added value to our country and by making economic contribution to our \$ 500 billion target for 2023). I don't say "I hope." I Say "I am sure!" Because Sigma is a strong firm thanks to its strong production infrastructure, finance and service.



Döviz kurunda yaşanan hareketlilik sadece bizi etkileyen bir durum değil. Dünyanın birçok ülkesinde bizden iki üç kat daha fazla etkilenen ülkeler oldu. (Rusya, Cezayir, Azerbaycan, Özbekistan, Ukrayna, bütün Afrika ülkeleri vb.) Firmamız 2018 yılında gerekli stoğu, gerekli önlemleri ve gerekli üretim planlarını yapmış durumdadır.

Sigma, büyüme planlarını da buna göre gerçekleştirip büyük oranda yerli üretim yaparak ürünlerini de dövizle sattığı için piyasada yaşanan dalgalanmalardan çok fazla etkilenmemiştir. Türkiye çok farklı dinamikleri olan bir ülke. Buna bağlı olarak da 2019 yılında orta ve uzun vadede piyasanın çok daha iyi yerlere geleceğini düşünüyorum.

2019 yılında –sizin yeni vizyonunuzla birlikte– ortaya koyduğunuz hedeflerinizde herhangi bir sapma oldu mu?

Şu ana kadar en ufak bir olumsuzluk yaşamadık. Bunun yanında biz sürdürülebilir hedeflerimizi gerçekleştirebilecek şekilde belirledik. %60 büyüme hedefimizi ortaya koyarken vadeli ödeme değil peşin ödemeler üzerinden planlamalarımızı yaptık. Yurt dışına yapacağımız peşin ödeme planlarımız bizi her türlü ekonomik darlıktan ve çalkantıdan koruyacak şekilde düzenlenmiştir.

Piyasa şartlarında şalt firmaları (müşteriler) marka değişikliği konusunda nasıl bir tavır takınmaktadır?

Aynı ürün (her şeyiyle aynı kalite ürün) marka değeri açısından farklı değerlerde satılmaktadır. Burada çok önemli bir unsur devreye giriyor: Satışçı ve satışçının ikna kabiliyeti.

Marka değişimi için firmayı ikna etmeniz ve ilişkilerinizde sağladığınız güven bu olayın baş aktörüdür. Ayrıca kâr payınızı düşürdüğünüz zaman da marka değişikliği daha kolay gerçekleşebiliyor. Sigma'da bu esneklik var ve kâr payında sunduğumuz bu avantaj marka değişikliğinin de yolunu açıyor. Kısacası "İkna ve Güven" çok önemli.

–Son olarak eklemek istediğiniz düşüncelerinizi paylaşır mısınız?

–Herkes yemek yemeye çok önem verir. Benim için yemek önemlidir. Ben başarıyla beslenen bir insanım. Sigma'yı 80 ülkede hak ettiği yerlere (hem ülkemize katma değer katarak hem de 2023 için 500 milyar dolar hedefimize ekonomik katkı sunarak) çok iyi yerlere getireceğimize eminim. Umarım, demiyorum. Eminim! Çünkü Sigma, üretim, finans ve hizmet olarak alt yapısı güçlü bir firma.