



“Ciromuzun %3’ünü Ar-Ge’ye ayırdık”

Küçük ev aletleri üreten **Homend**, 2014 yılı cirosunun yüzde 3’ünü Ar-Ge bütçesine ayırdı. Firmanın sekiz adet fikir, yedi adet endüstriyel tasarım ve 45 adet marka patentinin bulunduğu bilgisini veren **Homend** Genel Müdürü **Orkun Dizdar**, “2013 yılında endüstriyel tasarım tescilini aldığımız üç yeni projemiz için toplam Ar-Ge kaynağımızın yüzde 70’ini harcadık ve bunların tamamını 2014 itibarıyla tüketicilerimizin beğenisine sunduk. Bu ürünler kablolu çubuk süpürge, alt-üst porselen çay makinesi ve seramik plakalara sahip yeni bir tost makinesi. Söz konusu ürünler 2014 yılı ciromuzun yüzde 10’u kadar ek bir talebi beraberinde getirdi” dedi.

Firmanın 2014 yılı içinde piyasaya sür-

düğü kendi kendine yoğurma/karıştırma özelliğine sahip bir stand mikserinin bulunduğunu ifade eden **Orkun Dizdar**, “Tezgahlarda duran ev aletlerinin sayısı her geçen gün artıyor. Mikserimiz mutfaqlardaki bu yer sıkıntısına katlanarak çözüm sunuyor. Yeni geliştirdiğimiz her üründe olduğu gibi bu kez de kullanıcıyla empati kuran Ar-Ge çözümlerinin ürünümüzü başarıya ulaştıracağına inanıyoruz” diye konuştu. Ar-Ge’nin her bilim dalında bilgi ve deneyim gerektirdiğini söyleyen Dizdar, “Çok farklı disiplinlerin bir araya gelmesi, birlikte çalışması gerekiyor. Rekabetin günden güne karmaşıklaştığı, eşiğin yükseldiği günümüzde, farklılaşmanın yolunun Ar-Ge ve özgün tasarımdan geçtiğini düşünüyorum”

şeklinde konuştu. Bu gerçekler ışığında **Homend**’in ayrı bir ürün geliştirme biriminin bulunduğunu belirten Dizdar, bu birim çatısı altında her ürün için, kendi konularında dünya pazarında uzman mühendisler ve tasarımcıların bir araya geldiğini ve uzun bir çalışma süreci geçirdiğini bildirdi.

Homend markasının ilk 11 aylık verilerine göre, sektörde gerek ciro gerekse adet bazında yaşanan büyümeye paralel bir çizgide satışlarını arttırdığını ifade eden **Orkun Dizdar**, şunları kaydetti: “Sunduğumuz yenilikçi ve şık ürünlerin yanı sıra tüketici dostu ve rakipsiz müşteri hizmetlerimiz sayesinde, üst segmentteki ürünlere yönelen tüketici eğiliminden de faydalanabildik. Bu nedenle



de cirosal büyümemiz adetsel büyümeden daha fazla oldu. Bir önceki yılın aynı dönemi ile kıyaslandığında yüzde 10 büyümeye sağlamış durumdayız. Genel olarak adet bazında yüzde 15, ciro bazında ise yüzde 30 seviyelerinde bir büyüme ile toplam pazarın sene sonu itibarıyla 3 milyar TL olacağını öngörüyoruz.”