

Diğer



Diğer

Sabancı Topluluğu'nun gıda perakende ve dağıtım şirketi olan Carrefoursa, fiziki mağaza yatırımlarında optimum büyüme ve operasyonel kârlılığı hedefleyen, dijital büyüme ve yeni müşteri kazanımına odaklanan bir strateji izlemektedir.

2023 yılında, Carrefoursa, organize gıda perakendeciliği alanında 57 ildeki 1.047 mağazasıyla pazardaki öncü konumunu pekiştirmiştir.

Carrefoursa

Sabancı Topluluğu'nun gıda perakende ve dağıtım şirketi olan Carrefoursa, fiziki mağaza yatırımlarında optimum büyüme ve operasyonel kârlılığı hedefleyen, dijital büyüme ve yeni müşteri kazanımına odaklanan bir strateji izlemektedir.

Şirket, altyapısını ve iç operasyonlarını sürekli olarak geliştirerek müşterilerine sunduğu değeri her geçen gün artırmaktadır. Carrefoursa aynı zamanda dijitalleşmeden güç alarak satış verimliliğini ve marjlarını iyileştirmektedir.

Perakende sektöründe 30 yılı geride bırakan Carrefoursa, zaman içerisinde dağıtım odaklı bir şirkete dönüşmüştür. Müşteri tercihleri ve pazar dinamikleri konusundaki bilgi birikimi sayesinde müşteri tabanını stratejik olarak büyüten şirket, dönem sonu itibarıyla sahip olduğu 1.000'den fazla mağazayla uzun soluklu yolculuğunda kilometre taşı bir yılı geride bırakmıştır.

Carrefoursa, altı ildeki 14 farklı lokasyonda Lezzet Arası restoranlarını müşterilerinin hizmetine sunarak yiyecek-içecek sektöründe de adından söz ettirmeye başlamıştır. Dönem içerisinde ayrıca Bulut Mutfak konseptini daha da genişleterek bu yenilikçi alandaki liderliğini pekiştirmiştir.

E-ticaret, bayi ve B2B operasyonlarını genişleten Carrefoursa, bir önceki yıla paralel bir büyüme hızı yakalamıştır. Yıl içerisinde otel ve restoranlara hizmet vermek üzere Antalya ve Bodrum'da Carrefoursa Profesyonel adı altında yeni toplu satış formatını da hayata geçirmiştir.

2023 yılında, Carrefoursa Avrupa'nın yanı sıra Orta Doğu başta olmak üzere 12 ülkeye gerçekleştirdiği ihracatı geliştirmiş ve bu ülkelere satışlarını bir önceki yıla göre %311 artışla 217 milyon TL'ye ulaştırmıştır.

Carrefoursa'nın yatırım yoğunluğu düşük bayi sistemi sürdürülebilir ve maliyet etkinliğini temel alan bir büyüme sağlamanın yanı sıra, esnafı/girişimcileri de destekleyerek, karşılıklı fayda esasına dayalı bir yaklaşımla onların rekabetçiliklerini artırmaktadır. Carrefoursa, organize gıda perakendeciliği alanında 57 ildeki 1.047 mağazasıyla pazardaki öncü konumunu pekiştirmiştir.

Ana İşin Korunması ve Büyütülmesi

Carrefoursa, çoklu kanal entegrasyonu yoluyla genişleyerek, "fijital" bir strateji izleyerek ve yalın dönüşüme öncelik vererek ana faaliyet alanını güçlendirmektedir. Sadeleştirmeye ve verimliliğe odaklı çalışmalar yürüten Carrefoursa, ürün çeşitliliğinde iyileştirmeler yaparak düşük satış hacmine sahip ürün çeşidi sayısını en aza indirmektedir.

Dijitalleşmeyi önceliklendiren Carrefoursa, dünyanın önde gelen teknolojilerini entegre ederek müşteri ilişkileri yönetimi yetkinliğini ve müşteri deneyimini geliştirmektedir. On milyondan fazla tekil müşteriye sahip şirket gelişkin müşteri hizmetleri yapısıyla sene içerisinde çok sayıda ulusal ve uluslararası ödül kazanmıştır. Carrefoursa aynı zamanda yenilikçi organizasyonu ve farklı sektörlerden şirketlerle yaptığı iş birlikleriyle e-ticaret alanındaki hedeflerine yönelik etkinliğini sürekli geliştirmektedir. Bu kapsamda e-ticaret satışlarına katkı sağlayan mağazaların sayısı 2023'te %27 artmıştır. Kişiselleştirilmiş alışveriş deneyimleri ve etkili dijital pazarlama stratejileri sayesinde mobil uygulamadan gerçekleştirilen siparişlerde de bu yıl %35 artış kaydedilmiştir.

Yeni Büyüme Platformlarına Yatırım

Carrefoursa, yeme-içme sektöründe Lezzet Arası restoranlarıyla sergilediği başarısını Carrefoursa Mutfak çatısı altında yapmış olduğu bulut mutfak yatırımları yoluyla online yemek siparişi sektörüne de taşımayı başarmıştır.

Carrefoursa Mutfak, birbirinden taze, iştah açıcı ürünler sunma taahhüdü doğrultusunda yarattığı ürün çeşitliliğiyle müşterilerine kusursuz ve kullanıcı dostu bir deneyim sağlamaktadır. Yenilikçi yaklaşımını iş ortakları aracılığıyla verdiği gelişmiş sipariş teslim hizmetleriyle birleştiren şirket, hızla gelişen mutfak dünyasındaki konumunu daha da sağlamlaştırmaktadır.

B2B alanındaki gıda perakendeciliği çalışmalarına "Carrefoursa Profesyonel" stratejisiyle yön veren şirket, sunduğu taze ürünler ve özellikle Antalya ve Bodrum'da kurduğu dağıtım merkezleriyle Horeca (otel-restoran-kafe) sektöründeki iddiasını ortaya koymaktadır. Otel, restoran ve kafe işletmecileri carrefoursaprofesyonel.com üzerinden özel ürünlere kolaylıkla ulaşabilmektedirler. Bu alandaki B2B satışlarının 2024 yılında ivmelenecek şirketin değer



zincirindeki katkısını büyüteceği öngörülmektedir. Carrefoursa, önümüzdeki yıl mevcut Horeca ağını genişletmeyi planlamaktadır.

Carrefoursaisortagi.com, perakendecilerin tüm iş operasyonlarını tek bir birleşik platformdan yönetmelerine olanak tanıyan bir bayi web sitesidir. Ürün tedariki, satışlar, gerçek zamanlı analizler, envanter kontrolleri ve ödemeler gibi fonksiyonlarıyla çok kanallı bir teknoloji altyapısı sunan site; perakendecilerin iş süreçlerini yönetmelerini kolaylaştırmaktadır.

Geleceğe Bakış

Carrefoursa, müşteri içgörülerini doğrultusunda hem fiziksel hem de çevrim içi sektörlerde yaptığı yatırımlarla dijitalleşme yolculuğuna hız vermektedir. Fijital trendleri yakından takip eden şirket, çevrim dışı ve çevrim içi kanallarda kesintisiz erişilebilirliğe öncelik vererek tüm temas kanallarında tutarlı deneyimler sunmayı

amaçlamaktadır. Bu kapsamda önümüzdeki dönemde hayata geçecek reklam teknolojileri ve dijital cüzdandan uygulamalarıyla şirket müşteri bazını genişletmeyi ve farklı müşteri ihtiyaçlarına yönelik hizmetlerini genişletecektir.

Carrefoursa, dijitalleşmenin yanı sıra çevresel farkındalık ve sürdürülebilirlik konularında da çalışmalarını kararlılıkla sürdürmektedir. Şirket özellikle taze ürün tedariki için kentsel tarım gibi yenilikçi alanlarda yerel üreticilerle iş birliği yapmaktadır. Yine bu bağlamda, verimliliği artırmak için güneş enerjisine ve merkezi otomasyon sistemlerine yatırım yapılmaya devam edecektir. Carrefoursa, yenilenebilir kaynaklardan elde edilen enerjinin tükettiği enerji içindeki payını 2030 yılına kadar %70-80 düzeyine çıkarmayı hedeflemektedir.

Stratejik İş Kolları

Diğer

Yıl sonu itibarıyla Hiltonsa oteller zincirinin toplam oda kapasitesi 793'tür.

793

Toplam oda kapasitesi

Sabancı Holding'e bağlı Tursa bünyesinde Adana Hiltonsa ve Mersin Hiltonsa yer alırken, Ankara Enternasyonal Otelcilik (AEO) bünyesinde ise Ankara Hiltonsa bulunmaktadır. Sabancı Topluluğu, turizm sektörüne yıllar önce Adana Erciyas Oteli ile adım atmıştır. 1988'de, Ankara Hiltonsa Oteli'nin açılışıyla kurucu ortaklık şeklinde yeni bir ivme kazanan turizm faaliyetleri, 1990'da Mersin

Hiltonsa Oteli ile daha da gelişmiş ve 2001 başında Adana Hiltonsa ile bugünkü düzeyine ulaşmıştır. 2023 yıl sonu itibarıyla Hiltonsa oteller zincirinin oda kapasitesi, 310'u Ankara Hiltonsa, 295'i Adana Hiltonsa ve 188'i Mersin Hiltonsa'ya ait olmak üzere 793'tür. Topluluğun sahip olduğu oteller Hilton Grubu tarafından işletilmektedir.

