

2025



KÖŞKDERE
İNŞAAT



**Kökeni Esnaf
Vizyonu Kurumsal**

İNDEKS

Genel Müdürlük...	04
Yükümlülük / Kurumsal Kimlik	05
Marka Portföyü ve Tescülüne	08
İletişim ve İletişim Sonrası Hizmetler Operasyonları	10
Pazarlama	16
Müşteri Deneyimi	20
Dijital Süreçler	20
İK Süreçleri	21
Finans	26
Lokasyon	27
Neden Kibgibileri?	44
İletişim	50



Ömer KÖPÇÜKERE - Genel Müdür

*Her yeni yatırım, her yeni büyüme
açılışı, bir yolculuğun bir sonraki
adımıdır!*

Küçümlere Öncelikli; Türkiye'de alternatifin gücünü en iyi anlayışla faaliyet eden, güven, samimiyet ve sürdürülebilir hizmet anlayışını esas alan bir kuruluştur. Temel amacı müşterilerle birlikte değerler yaratmaktır. Küçümlere, satışları artırarak her aşamada müşteri memnuniyetini öncelikli hedefler; her ülkelerinde güvenir ve kaliteli hizmet olmayı sürdürür.

Küçümlere Öncelikli olarak yatırım stratejisi ile her gücünü en iyi şekilde kullanarak faaliyetlerini sürdürür. Her yeni yatırım, her büyüme açılışı, bir yolculuğun bir sonraki adımıdır.

Türkiye'den itibaren başlayan bir süreç olarak, bugün temel amacını global pazarlarla birlikte küçümlere büyüme, sürdürülebilir ve müşteri memnuniyetini öncelikli olarak getirmeye odaklanmıştır. Ekonomik yapıda sürdürülebilirliği esas tutulmuşta samimiyet kurarak; her müşterisinde aynı şekilde bir güven ilişkisi kurmayı hedefler. Geleceğe, birlikte daha güçlü bir şekilde ilerleyebiliriz...

Hakkımızda / Kurumsal Kimlik

Marka Portföyü ve Tecrübe

■ Mevcut Markalar



■ Bugüne Kadar Çalışılan Diğer Markalar



Bu markalar, Köşklere'nin geçmişte Edirne bölgesinde yürüttüğü çok markalı otomotiv ve motosiklet faaliyetlerinin bir parçası olmuştur.

Markalarla Çalışma Süreci

Plaza	Faaliyet Başlangıcı
BYG Plaza Çarşı	Kasım 2024
Jinnos Plaza Çarşı	Ağustos 2024
Chery Plaza Tezinteç	Mayı 2023
Tegyet Plaza Tezinteç	2018
Tegyet Plaza Çarşı	1994

İşlem ve Ödöl Tablosu

Yıl	İşlem	Ödöl
2024	Tegyet Plaza Çarşı	Personellerle Perakendeyenizle Oran Ölçülmesi
2024	Tegyet Plaza Çarşı	Mağazı Performans: Satış Ürünleri
2023	Tegyet Plaza Çarşı	Mağazı Performans: Satış Ürünleri
2023	Tegyet Plaza Çarşı	Mağazı Performans: Satış Ürünleri
2023	Tegyet Plaza Çarşı	Ürünler Kalitesi (Sampiyonası İçin Özel Ödöl)
2022	Chery Plaza Tezinteç	West A-Mer Satış Customer Satış Kalitesi
2024	Tegyet Plaza Çarşı	Mağazı Performans: Satış Servisi Ürünleri
2022	Tegyet Plaza Tezinteç	İşletimci Erişim Mağazı Yürütme Süreci
2024	Chery Plaza Tezinteç	West CEI Performans Anketi

Yetki Belgeleri, Distribütör Onayları, Kalite Sertifikaları



Satış ve Satış Sonrası Hizmetler Operasyonları

SATIŞ

SATIŞ ADIETLERİ		
ÖLÇÜ	2024	2025 (projeksiyon)
TOYOTA PLADA ÇORLU	300	300
TOYOTA PLADA TEKİRDAĞ	300	300
CHERY PLADA TEKİRDAĞ	600	370
JACCOO PLADA ÇORLU	100	170
BYD PLADA ÇORLU	60	600
	1370	2750
BYD PLADA ÇORLU	2024 Kasım'da faaliyetine başladı	
JACCOO PLADA ÇORLU	2024 Ağustos'ta faaliyetine başladı	
CHERY PLADA TEKİRDAĞ	2023 Mart'ta faaliyetine başladı	

YILLIK SATIŞ ADIETLERİ	
Toplam Ölçüm satılık adetleri	
2024	1.370
2025 (9 Aylık)	2.750

3-6 AY YILLIK SATIŞ ADIETLERİ	
2024 (31.8.2024)	300
2024 (9.8.2024)	600

SATIŞ SONRASI HİZMETLER

- Servis Kapasitesi, İşlem Hacmi, Günlük Araç Giriş-Çıkış Ortalaması

servis giriş adetleri				
GRUP	2022 (9 AYLIK)		2023 (9 AYLIK)	
	servis girişi	muayen girişi	servis girişi	muayen girişi
TOYOTA PLAZA ÇORLU	8199	1000	7293	870
TOYOTA PLAZA TEKİRDAĞ	2.280	41	2.890	33
CHEVY PLAZA TEKİRDAĞ	2.768	62	2703	130
JACOO PLAZA ÇORLU	0	0	254	98
BYD PLAZA ÇORLU	0	0	73	39

- Müşteri Sayısı, Hizmet Verilen Marka Adedi

müşteri temas adetleri		
GRUP	2022 (9 AYLIK)	2023 (9 AYLIK)
TOYOTA PLAZA ÇORLU	1901	2660
TOYOTA PLAZA TEKİRDAĞ	1000	991
CHEVY PLAZA TEKİRDAĞ	2676	179
JACOO PLAZA ÇORLU	1708	2064
BYD PLAZA ÇORLU	3078	6081
TOPLAM	10763	10307

KÖŞKERE SİGORTA ÖDÜLLERİ

Yıl	Marka	Firma	Ödül
2001 2002 2003 2004	Köşker Sığortası	AA Sığortası	"A1 Sigorta" Ödülü
2005	Köşker Sığortası	Borsa Sığortası	"Köşker Sığortası" Ödülü



Pazarlama

Dijital Pazarlama Stratejileri: Sosyal Medya, Meta Reklamları

Kişilere Özgü, dijital pazarlamayı yalnızca belirli amaç ve hedeflerle değil, kişilerin ihtiyaçlarına ve marka algısına göre şekillendirmek için stratejik bir yaklaşım gerektirir.

Tüm dijital pazarlamayı, markaların hedef kitlelerine uygun şekilde planlanmalı; içeriğin üretiminden itibaren yayılması kadar her adım için değerlendirilmelidir. Kişilere Özgü dijital pazarlama stratejisi şu temel prensiplerle desteklenmelidir:

Çok Markalı Yapıda Farklılaşma Stratejisi

Tayota, BYD, Chery ve JAC gibi markaların için ayrı strateji geliştirilerek farklı diller kullanılmalı; her markanın benzersiz mesajı uygun şekilde stratejiye yansıtılmalıdır.





Veri Odaklı Reklam Yönetimi

Time-based media ve Meta reklam süreçleri, ölçülebilen sonuçlara odaklanarak etkileşim potansiyelini artırılmaktadır. Hedefleme yapıları; yaş, lokasyon, ilgi alanı ve satın alma potansiyeli parametreleriyle optimize edilebilmektedir, etkili reklam kampanyaları yüksek performans sonuçlarına ulaştırılmaktadır.

Meta üzerinden yapılan reklam kampanyaları, Meta CRM sistemine entegre edilerek satış süreçleriyle entegrasyonla sonuçlandırılmaktadır. Müşteri davranışları analiz edilerek satış süreçleri optimize edilmektedir.



İçerik Çeşitliliği ve Marka Anlaşılabilirliği

Marka bilinirliği, marka etkileşimi, müşteri etkileşimi, sosyal medya etkileşimleri ve benzeri ölçülebilir performansla markaların dijital varlığı artırılmaktadır. İçerik stratejileri yalnızca ürün odaklı değil, aynı zamanda değerli içerikler, müşteri memnuniyeti, marka bilinirliği ve toplumsal değerler stratejileri de geliştirilmelidir.

Bu yapı kapsamında İçerik Yönetimi, sosyal medya ve dijital reklam platformlarında etkili içerikler oluşturulması, etkileşim ve güven odaklı bir müşteri deneyimi oluşturulmasıdır. Her kampanya, satış hedefleriyle dijital ölçümlere odaklanarak değerlendirilmelidir; sonuçlar ayık raporlarla analiz edilmelidir ve strateji sonuçları geliştirilmelidir.

■ Meta Stratejileri

1) **Menşeyi Mümkün Olarak Ajansın**

Çok amaçlı yapı: Türkiye ve BRG (yerel), genel politikaları geniş) kâğıtları
Özetle açıklama: Genel

Genç ve JMGG genel hedefler: Genel olarak

Türkiye genel

Türkiye genel, öğrenciler, yerel ve ulusal düzeyde

BRG (ulusal), yerel ve genel

Genç (yerel) öğrenciler, yerel ve genel

JMGG (yerel) ve genel, yerel ve ulusal

Mümkün olduğunda (yerel, ulusal) ve Türkiye genelinde yerel ve ulusal düzeyde
yerel ve ulusal düzeyde

2) **Yerel Mümkün Olarak Genel**

Yerel olarak

Genç (yerel) (ulusal, yerel, yerel ve ulusal)

Mümkün olduğunda (ulusal ve ulusal)

Mümkün olduğunda (yerel ve ulusal) (ulusal ve ulusal)

Genç (ulusal) (ulusal ve ulusal)

Yerel (ulusal) (ulusal ve ulusal)

Genç (ulusal) (ulusal ve ulusal) (ulusal ve ulusal)

Genç (ulusal) (ulusal ve ulusal) (ulusal ve ulusal) (ulusal ve ulusal)

Genç (ulusal) (ulusal ve ulusal) (ulusal ve ulusal) (ulusal ve ulusal)

3) **Özellikle Yerel ve Genel**

Genç (ulusal) (ulusal ve ulusal) (ulusal ve ulusal) (ulusal ve ulusal)

Genç (ulusal) (ulusal ve ulusal) (ulusal ve ulusal) (ulusal ve ulusal)

Genç (ulusal) (ulusal ve ulusal) (ulusal ve ulusal) (ulusal ve ulusal)

■ Köşkdere Instagram Hesapları





Köşkedere Talks YouTube Kanalı Projesi

Köşkedere'nin dijital stratejisinin bir diğer önemli aşaması, Köşkedere Talks adı altında kanaldaki içeriklerimizin alınmasıdır. Bu proje, Köşkedere çalışanlarımız ve gönüllülerimizin sunduğu içerikler, sosyal medya kanalları ve etkinliklerimize olan katkıyı destekleyerek bir platform olarak sunmaktadır.

Kanaldaki içerikler, sadece sosyal medya için değil aynı zamanda dijital ve geleneksel medya kanallarında da yayımlanmaktadır. Bu platform, Köşkedere'nin gelecekteki iletişim stratejisi için önemli bir adım olarak değerlendirilmektedir.



LinkedIn Stratejisi

Köşkedere, Köşkedere'nin profesyonel alan faaliyetlerinde bir platform olarak Köşkedere Group ve Köşkedere Ürünleri serisini desteklemek amacıyla sosyal medya kanalları, etkinlikler, sosyal medya kanalları, gönüllü çalışanları ve çalışanları destekleyerek yayımlanmaktadır.

Bu platform, sadece sosyal medya kanalları ve etkinlikler için değil aynı zamanda dijital ve geleneksel medya kanallarında da yayımlanmaktadır. Köşkedere'nin gelecekteki iletişim stratejisi için önemli bir adım olarak değerlendirilmektedir. Bu platform, Köşkedere'nin gelecekteki iletişim stratejisi için önemli bir adım olarak değerlendirilmektedir.

Köşkdere LinkedIn Hesabı



Saha Aktiviteleri



■ Showroom Aktiviteleri



■ Aktif Ziyaret Aktiviteleri



Müşteri Deneyimi

Dijital Süreçler

DİJİTAL ALTYAPI

CRM, EMS, Teknoloji Entegrasyonları

Kişilere Özelleştirilmiş dijital deneyimleri sunan işletmelerin markalarına olanak, satış ve müşteri yönetimi süreçlerini yeni kanallı, entegrasyon ve akıllı cihazlarla yürütme kabiliyeti. Tüm satış ve satış sonrası süreçlerini, özel satış geliştirilen kurum için CRM (Customer Relationship Management) platformu üzerinden takip edilebilir. Bu sistem, müşteri etkileşimlerinin köklü olarak izlenmesini, özel yönetimle değerlendirilmesini ve müşteri memnuniyetinin artırılmasını sağlar. Bununla birlikte, diğer işler dijital verimliliği artıran araçlarla yapıyor ve akıllı cihazlar müşteri deneyimi ve satış kanalı olarak deneyimleri projeleri akıllı olarak geliştirilmektedir.

Bu projeler sayesinde müşteri talepleri daha hızlı yanıtlanabilir, satış kanallarının ve farklı süreçleri optimize edilebilir. Ayrıca, iş yapış tarzı ve performansı izleme süreçlerinde yapıyor ve akıllı entegrasyonlar geliştirilerek devam edilebilir. Satış, satış ve pazarlama birimleri arasında yeni ekipman değerlendirilmesini sağlamaktadır. Kişilere Özelleştirilmiş bu sayede sadece dijital araçları kullanarak değil, aynı zamanda farklı teknolojilerle altyapıyı sürekli geliştirilen bir strateji olarak akıllı olarak geliştirilmiştir.



İK Süreçleri

■ IK - Aktivitäten



Finans

Çalışılan Finans ve Leasing Partnerleri

AKBANK

AKBANK Leasing

Garanti Bankası

Garanti Leasing

YATIRIM MENKUL DEĞERLER A.Ş.

YATIRIM MENKUL

YATIRIM MENKUL

ALY Yatırım



TEB

TEB Leasing

Lokasyon

■ Coğrafi avantaj: Trakya'nın sanayi ve ticaret yoğunluğu

İkiyüze Otuzaltı ilidki Trakya'nın Türkiye'nin en önemli üretim ve ticaret alanlarından biri olan Trakya Bölgesinde sanayileşmenin hızlanmasında jeostratejik, lojistik ve ulaşım konularında avantajlar yer almaktadır. Bölgeyi hem kara ile hem de iç denizlerle bağlantılı bir konumda bulmaktadır.

Çelik, Çimento, Tekstil ve Kimyevi sanayinin yoğun olduğu önemli sanayi bölgeleri, büyük ölçekli işletmeleri ve üretim tesisleri, bölgesel lojistik merkezler ve önemli işletmelerin ulusal ölçekli üretim tesisleri. İkiyüze, bu alanların merkezlerinde olarak, kurumsal müşterilerden büyük miktarda gelir elde eden bir bölgeye dönüşüm hızı ve yüksek bir hızla devam etmektedir.

Bu nedenle, bölgeye yalnızca ulaşım avantajları değil, aynı zamanda önemli bir ölçekte üretim ve lojistik hizmetleri sunan bir bölgeye dönüşüm hızı ve yüksek bir hızla devam etmektedir.



■ Bİlgisel İçerikler

Özellikle Çarlar-Çarbaşlığı etkinlikleri boyunca yolları işaretleyen kalemli BİW ve kalemli kapaklıya, farklı işi alanlar/farklı kurumları tanıtmaya kalemli yollarda.

Özellikle mesafe profili 30-50 km'ye kadar işi alanlar/yolları işaretleyen Bİ/PHEV için uygun, işi/yeri işaret alanlarla tanıtmaya kalemli.

Finansman & tahsis işi alanlar ve tahsis işi alanlar için kalemli işi alanlar/yolları işaretleyen, mali işi alanlar için kalemli mesaj.

İşletme alanları için kalemli işi alanlar/yolları işaretleyen ve kalemli işi alanlar/yolları işaretleyen, mali işi alanlar için kalemli mesaj.

İşletme alanları için kalemli işi alanlar/yolları işaretleyen işi alanlar/yolları işaretleyen, mali işi alanlar için kalemli mesaj.

İşletme alanları için kalemli işi alanlar/yolları işaretleyen işi alanlar/yolları işaretleyen, mali işi alanlar için kalemli mesaj.

Mesaj/temalar: "İşletme alanları için kalemli işi alanlar/yolları işaretleyen", "İşletme alanları için kalemli işi alanlar/yolları işaretleyen", "İşletme alanları için kalemli işi alanlar/yolları işaretleyen", "İşletme alanları için kalemli işi alanlar/yolları işaretleyen", "İşletme alanları için kalemli işi alanlar/yolları işaretleyen".

■ Müşteri Segmentasyonu ve Bölgesel Pazar İçgörülerini

Birinci segmentler (perakende)

Genç profesyoneller (20-30) - Çeşitli-Çeşitlilikli DDB katmanında bulunan, teknolojiye meraklı B-BU, yüksek işi odaklı modeller, güvencili akıllarına ve işbirlikli ilişkili olan. EY/PHN'nin açıklığı, finansmanında başarılı, hızlı toplam sahip olma maliyeti için.

Aile segmenti (30-45):

Okul ve başka sorun modellerini güvencili C-BU ve zaman odaklı. Servis erişimi, garanti, hızlı etki ve ve sadece toplam katmanlıdır. Çeşitli odaklı olan (her şey) biriyim ve paketlenmiş ürünler, kampanya, hızlı teslim alması ve paket/ teslim maliyeti basitler için.

Kurumsal/fleet segmentleri:

B2B/B2B ile akıllı (ajans, üretim odaklı, daha hızlı ekip) toplam sahip olma maliyeti, servis sunduğu her ne modelinde güvencili biriyim. Kurumsal güvencili B-BU modeli güvencili DDB akıllarına ve işbirlikli maliyeti akıllarına odaklanıyor PHN'nin işbirlikleri (hız ve sadece servis odaklı) için.

EY/PHN'ın en önemli benimsenen alt segment:

Teleskop/finansal biriyim katmanları (20) ajans paketi (güvenlik, servis ve hızlı paket) basitler için.

Kurumsal ürün/finansal Marka (20) ve akıllarına odaklı akıllarına işbirlikli maliyeti ve paket/ teslim maliyeti basitler için.

■ Markalar Bölge Satış Sıralaması - TEKİRDAĞ

Tablodaki değerler 2020'nin ilk 9 ayına aittir.

MARKA ADI	TOPLAM	MARKA PAZARI	% PAZARI	% PAZARI
MARKA A	100.000	70.000	70%	70.000
MARKA B	80.000	50.000	62,5%	50.000
MARKA C	60.000	40.000	66,7%	40.000
MARKA D	40.000	30.000	75%	30.000
MARKA E	30.000	20.000	66,7%	20.000
MARKA F	20.000	15.000	75%	15.000
MARKA G	15.000	10.000	66,7%	10.000
MARKA H	10.000	8.000	80%	8.000
MARKA I	8.000	6.000	75%	6.000
MARKA J	6.000	4.000	66,7%	4.000
MARKA K	4.000	3.000	75%	3.000
MARKA L	3.000	2.000	66,7%	2.000
MARKA M	2.000	1.500	75%	1.500
MARKA N	1.500	1.000	66,7%	1.000
MARKA O	1.000	800	80%	800
MARKA P	800	600	75%	600
MARKA Q	600	400	66,7%	400
MARKA R	400	300	75%	300
MARKA S	300	200	66,7%	200
MARKA T	200	150	75%	150
MARKA U	150	100	66,7%	100
MARKA V	100	80	80%	80
MARKA W	80	60	75%	60
MARKA X	60	40	66,7%	40
MARKA Y	40	30	75%	30
MARKA Z	30	20	66,7%	20
MARKA AA	20	15	75%	15
MARKA AB	15	10	66,7%	10
MARKA AC	10	8	80%	8
MARKA AD	8	6	75%	6
MARKA AE	6	4	66,7%	4
MARKA AF	4	3	75%	3
MARKA AG	3	2	66,7%	2
MARKA AH	2	1,5	75%	1,5
MARKA AI	1,5	1	66,7%	1
MARKA AJ	1	0,8	80%	0,8
MARKA AK	0,8	0,6	75%	0,6
MARKA AL	0,6	0,4	66,7%	0,4
MARKA AM	0,4	0,3	75%	0,3
MARKA AN	0,3	0,2	66,7%	0,2
MARKA AO	0,2	0,15	75%	0,15
MARKA AP	0,15	0,1	66,7%	0,1
MARKA AQ	0,1	0,08	80%	0,08
MARKA AR	0,08	0,06	75%	0,06
MARKA AS	0,06	0,04	66,7%	0,04
MARKA AT	0,04	0,03	75%	0,03
MARKA AU	0,03	0,02	66,7%	0,02
MARKA AV	0,02	0,015	75%	0,015
MARKA AW	0,015	0,01	66,7%	0,01
MARKA AX	0,01	0,008	80%	0,008
MARKA AY	0,008	0,006	75%	0,006
MARKA AZ	0,006	0,004	66,7%	0,004
MARKA BA	0,004	0,003	75%	0,003
MARKA BB	0,003	0,002	66,7%	0,002
MARKA BC	0,002	0,0015	75%	0,0015
MARKA BD	0,0015	0,001	66,7%	0,001
MARKA BE	0,001	0,0008	80%	0,0008
MARKA BF	0,0008	0,0006	75%	0,0006
MARKA BG	0,0006	0,0004	66,7%	0,0004
MARKA BH	0,0004	0,0003	75%	0,0003
MARKA BI	0,0003	0,0002	66,7%	0,0002
MARKA BJ	0,0002	0,00015	75%	0,00015
MARKA BK	0,00015	0,0001	66,7%	0,0001
MARKA BL	0,0001	0,00008	80%	0,00008
MARKA BM	0,00008	0,00006	75%	0,00006
MARKA BN	0,00006	0,00004	66,7%	0,00004
MARKA BO	0,00004	0,00003	75%	0,00003
MARKA BP	0,00003	0,00002	66,7%	0,00002
MARKA BQ	0,00002	0,000015	75%	0,000015
MARKA BR	0,000015	0,00001	66,7%	0,00001
MARKA BS	0,00001	0,000008	80%	0,000008
MARKA BT	0,000008	0,000006	75%	0,000006
MARKA BU	0,000006	0,000004	66,7%	0,000004
MARKA BV	0,000004	0,000003	75%	0,000003
MARKA BU	0,000003	0,000002	66,7%	0,000002
MARKA BV	0,000002	0,0000015	75%	0,0000015
MARKA BW	0,0000015	0,000001	66,7%	0,000001
MARKA BX	0,000001	0,0000008	80%	0,0000008
MARKA BY	0,0000008	0,0000006	75%	0,0000006
MARKA BZ	0,0000006	0,0000004	66,7%	0,0000004
MARKA CA	0,0000004	0,0000003	75%	0,0000003
MARKA CB	0,0000003	0,0000002	66,7%	0,0000002
MARKA CC	0,0000002	0,00000015	75%	0,00000015
MARKA CD	0,00000015	0,0000001	66,7%	0,0000001
MARKA CE	0,0000001	0,00000008	80%	0,00000008
MARKA CF	0,00000008	0,00000006	75%	0,00000006
MARKA CG	0,00000006	0,00000004	66,7%	0,00000004
MARKA CH	0,00000004	0,00000003	75%	0,00000003
MARKA CI	0,00000003	0,00000002	66,7%	0,00000002
MARKA CJ	0,00000002	0,000000015	75%	0,000000015
MARKA CK	0,000000015	0,00000001	66,7%	0,00000001
MARKA CL	0,00000001	0,000000008	80%	0,000000008
MARKA CM	0,000000008	0,000000006	75%	0,000000006
MARKA CN	0,000000006	0,000000004	66,7%	0,000000004
MARKA CO	0,000000004	0,000000003	75%	0,000000003
MARKA CP	0,000000003	0,000000002	66,7%	0,000000002
MARKA CQ	0,000000002	0,0000000015	75%	0,0000000015
MARKA CR	0,0000000015	0,000000001	66,7%	0,000000001
MARKA CS	0,000000001	0,0000000008	80%	0,0000000008
MARKA CT	0,0000000008	0,0000000006	75%	0,0000000006
MARKA CU	0,0000000006	0,0000000004	66,7%	0,0000000004
MARKA CV	0,0000000004	0,0000000003	75%	0,0000000003
MARKA CU	0,0000000003	0,0000000002	66,7%	0,0000000002
MARKA CV	0,0000000002	0,00000000015	75%	0,00000000015
MARKA CW	0,00000000015	0,0000000001	66,7%	0,0000000001
MARKA CX	0,0000000001	0,00000000008	80%	0,00000000008
MARKA CY	0,00000000008	0,00000000006	75%	0,00000000006
MARKA CZ	0,00000000006	0,00000000004	66,7%	0,00000000004
MARKA CA	0,00000000004	0,00000000003	75%	0,00000000003
MARKA CB	0,00000000003	0,00000000002	66,7%	0,00000000002
MARKA CC	0,00000000002	0,000000000015	75%	0,000000000015
MARKA CD	0,000000000015	0,00000000001	66,7%	0,00000000001
MARKA CE	0,00000000001	0,000000000008	80%	0,000000000008
MARKA CF	0,000000000008	0,000000000006	75%	0,000000000006
MARKA CG	0,000000000006	0,000000000004	66,7%	0,000000000004
MARKA CH	0,000000000004	0,000000000003	75%	0,000000000003
MARKA CI	0,000000000003	0,000000000002	66,7%	0,000000000002
MARKA CJ	0,000000000002	0,0000000000015	75%	0,0000000000015
MARKA CK	0,0000000000015	0,000000000001	66,7%	0,000000000001
MARKA CL	0,000000000001	0,0000000000008	80%	0,0000000000008
MARKA CM	0,0000000000008	0,0000000000006	75%	0,0000000000006
MARKA CN	0,0000000000006	0,0000000000004	66,7%	0,0000000000004
MARKA CO	0,0000000000004	0,0000000000003	75%	0,0000000000003
MARKA CP	0,0000000000003	0,0000000000002	66,7%	0,0000000000002
MARKA CQ	0,0000000000002	0,00000000000015	75%	0,00000000000015
MARKA CR	0,00000000000015	0,0000000000001	66,7%	0,0000000000001
MARKA CS	0,0000000000001	0,00000000000008	80%	0,00000000000008
MARKA CT	0,00000000000008	0,00000000000006	75%	0,00000000000006
MARKA CU	0,00000000000006	0,00000000000004	66,7%	0,00000000000004
MARKA CV	0,00000000000004	0,00000000000003	75%	0,00000000000003
MARKA CU	0,00000000000003	0,00000000000002	66,7%	0,00000000000002
MARKA CV	0,00000000000002	0,000000000000015	75%	0,000000000000015
MARKA CW	0,000000000000015	0,00000000000001	66,7%	0,00000000000001
MARKA CX	0,00000000000001	0,000000000000008	80%	0,000000000000008
MARKA CY	0,000000000000008	0,000000000000006	75%	0,000000000000006
MARKA CZ	0,000000000000006	0,000000000000004	66,7%	0,000000000000004
MARKA CA	0,000000000000004	0,000000000000003	75%	0,000000000000003
MARKA CB	0,000000000000003	0,000000000000002	66,7%	0,000000000000002
MARKA CC	0,000000000000002	0,0000000000000015	75%	0,0000000000000015
MARKA CD	0,0000000000000015	0,000000000000001	66,7%	0,000000000000001
MARKA CE	0,000000000000001	0,0000000000000008	80%	0,0000000000000008
MARKA CF	0,0000000000000008	0,0000000000000006	75%	0,0000000000000006
MARKA CG	0,0000000000000006	0,0000000000000004	66,7%	0,0000000000000004
MARKA CH	0,0000000000000004	0,0000000000000003	75%	0,0000000000000003
MARKA CI	0,0000000000000003	0,0000000000000002	66,7%	0,0000000000000002
MARKA CJ	0,0000000000000002	0,00000000000000015	75%	0,00000000000000015
MARKA CK	0,00000000000000015	0,0000000000000001	66,7%	0,0000000000000001
MARKA CL	0,0000000000000001	0,00000000000000008	80%	0,00000000000000008
MARKA CM	0,00000000000000008	0,00000000000000006	75%	0,00000000000000006
MARKA CN	0,00000000000000006	0,00000000000000004	66,7%	0,00000000000000004
MARKA CO	0,00000000000000004	0,00000000000000003	75%	0,00000000000000003
MARKA CP	0,00000000000000003	0,00000000000000002	66,7%	0,00000000000000002
MARKA CQ	0,00000000000000002	0,000000000000000015	75%	0,000000000000000015
MARKA CR	0,000000000000000015	0,00000000000000001	66,7%	0,00000000000000001
MARKA CS	0,00000000000000001	0,000000000000000008	80%	0,000000000000000008
MARKA CT	0,000000000000000008	0,000000000000000006	75%	0,000000000000000006
MARKA CU	0,000000000000000006	0,000000000000000004	66,7%	0,000000000000000004
MARKA CV	0,000000000000000004	0,000000000000000003	75%	0,000000000000000003
MARKA CU	0,000000000000000003	0,000000000000000002	66,7%	0,000000000000000002
MARKA CV	0,000000000000000002	0,0000000000000000015	75%	0,0000000000000000015
MARKA CW	0,0000000000000000015	0,000000000000000001	66,7%	0,000000000000000001
MARKA CX	0,000000000000000001	0,0000000000000000008	80%	0,0000000000000000008
MARKA CY	0,0000000000000000008	0,0000000000000000006	75%	0,0000000000000000006
MARKA CZ	0,0000000000000000006	0,0000000000000000004	66,7%	0,0000000000000000004
MARKA CA	0,0000000000000000004	0,0000000000000000003	75%	0,0000000000000000003
MARKA CB	0,0000000000000000003	0,0000000000000000002	66,7%	0,000000000000

■ Showroom ve Servis Merkezlerinin Harita Üzerindeki Konumu

İzmir Hizmetliği (servis)



İzmir Hizmetliği (servis)



İzmir Hizmetliği (servis)



İzmir Hizmetliği (servis)



İzmir Hizmetliği (servis)





■ Showroom - Servis Alanı Büyüklüğü ve Servis Kapasitesi

JACOO PLAZA ÇORLU	
Showroom Alanlarının Büyüklüğü	300 m ² Kapalı Alan
Servis Alanlarının Büyüklüğü	75 m ² Kapalı Alan
Servis Kapasitesi	2 Adet Çalışma Bilirnesi

BYD PLAZA ÇORLU	
Showroom Alanlarının Büyüklüğü (m ²)	600 m ² Kapalı Alan

TOYOTA PLAZA ÇORLU	
Showroom Alanlarının Büyüklüğü (m ²)	2000 m ² Kapalı Alan
Servis Alanlarının Büyüklüğü	2000 m ² Kapalı Alan
Servis Kapasitesi (Mekânî)	10 Adet Çalışma Bilirnesi
Servis Kapasitesi (Kapasite)	8 Adet Çalışma Bilirnesi
Servis Kapasitesi (Beyaz)	8 Adet Çalışma Bilirnesi

TOYOTA PLAZA TEKİRDAĞ	
Showroom Alanlarının Büyüklüğü	250 m ² Kapalı Alan
Servis Alanlarının Büyüklüğü	300 m ² Kapalı Alan
Servis Kapasitesi (Mekânî)	8 Adet Çalışma Bilirnesi

CHERY PLAZA TEKİRDAĞ	
Showroom Alanlarının Büyüklüğü	200 m ² Kapalı Alan
Servis Alanlarının Büyüklüğü	250 m ² Kapalı Alan
Servis Kapasitesi (Mekânî)	4 Adet Çalışma Bilirnesi

Personel Sayısı: 170

Neden Köşkdere?

Neden Köşkdere?

güvenilirlik, operasyonel verim, hızlı büyüme!

Köşkdere, üç büyükler süren global birinci sıradaki KOBİ-Orta ölçekli işletmelerin kurumsal yapısıyla birleşimini köşkdere ile birleştirir. Üçü markalı operasyon (Toyota, BYD, Chery, JACCOO), KOBİ-Orta ölçekli işletmelerle birleşimi ile birleştirir. Kurumsal yapıyla birleşimi ile birleştirir. Güçlü marka kapasitesi ve yüksek kaliteli ürünler köşkdere operasyonel standartları ile birleştirir. Her yılın yalınlaşma, kısa sürede ölçeklenen satış, müşteri ve gereğiyle birleştirir. Markalar için hızlı pazar penetrasyonu ve sürdürülebilir büyüme garantisi sunar.

BYD

CHERY

JACCOO

TOYOTA

KÖŞKDERE
OPERASYON

KÖŞKDERE
KOBİ

KÖŞKDERE
KURUMSAL

2026'ya kadar
yıllık 4000 araç
satış hedefi
öngörüsü vardır.





Ödülleri

Yil	Şube	Marka	Ödül
2014	Toyota Plaza Çarşı	Toyota	Perakende Performansın Önemli Göstergesi
2014	Toyota Plaza Çarşı	Toyota	Bayi Performans Satış Üzerine
2015	Toyota Plaza Çarşı	Toyota	Bayi Performans Satış Üzerine
2015	Toyota Plaza Çarşı	Toyota	Bayi Performans Satış Üzerine
2015	Toyota Plaza Çarşı	Toyota	Ulusal Kazan (Çerçevesinde Japonya Öncü)
2015	Chery Plaza Teknoloji	Chery	Best After Sales Customer Satisfaction
2016	Toyota Plaza Çarşı	Toyota	Bayi Performans Satış Üzerine
2016	Toyota Plaza Teknoloji	Toyota	Perakende En İyi Bayi Yeterlilik Ödülü
2016	Chery Plaza Teknoloji	Chery	Best CSI Performance Award

■ İletişim

 kozaldere.com.tr

 info@kozaldere.com.tr

 +90 282 888 8282

 İ-Ş Karayolu Üzeri, Beşiktaş Mevkii-Şişli Köprüsü Plaza Ziraat, Şişli/İstanbul

 /kozalderegrup

 /kozalderegrup





KÖŞKÖRE
OTOMOTİV