

MEDYA BİLGİ NOTU - 20

11 Kasım 2015

- **Teknoloji Perakende şirketi Bimeks, 2015'in 9 aylık döneminde net karını % 27 arttırdı. Net kar 9 ayda 4,9 milyon TL olarak gerçekleşti.**
- **Aynı dönemde satışlarını da % 35 artıran Bimeks'in, FAVÖK marjı ilk 9 ayda % 5,5 olarak gerçekleşerek, yılsonu hedefi olan % 5,3'ün üzerine çıktı.**
- **9 aylık dönemde 1.173 milyon TL ciro üreten Bimeks, yılsonu ciro hedefini 1,5 milyar TL olarak açıklamıştı.**

Bimeks, faaliyet giderlerindeki iyileşmeyi de devam ettirdi. Geçtiğimiz yıldan itibaren devam eden stok ve mağaza optimizasyonları, kira iyileştirmeleri ve yazılım entegrasyonlarının sonucunda Faaliyet Giderleri / Satışlar oranı % 12,3'e geriledi. Bu oran geçen yılın aynı döneminde % 14 idi.

Etkin kur riski yönetimi

Ürün tedarikinin yaklaşık % 85'ini TL olarak yapan Bimeks, döviz bazındaki ürün tedariklerinden kaynaklanan kur riskini ise hedging enstrümanları kullanarak yönetiyor.

Online perakende güçlü büyüme

"Gerçek zamanlı ve tam entegrasyonlu çoklu kanal stratejisi" olan **omnichannel**'i ilk uygulayan perakende şirketi olan Bimeks, 2015'in ilk 9 ayında online satış cirosunu da % 89 artırarak 127 milyon TL'ye ulaştı. Buna göre, online satış cirosunun toplam ciro içindeki payı da yüzde 10'u geçti.

Olumsuz piyasa etkilerinden proaktif tedbirlerle korunduk

Bimeks İcra Kurulu Başkan Yardımcısı Dr. Ahmed Akgiray yaptığı açıklamada, 2015 yılının iç ve dış birçok olumsuz etkinin gölgesinde geçtiğini belirterek "*Bimeks olarak hızlı ve doğru aksiyonlarla, bu olumsuz dönemden olumlu yönde ayrıştık*" dedi. Tüketici güveninin azaldığı, kur oynaklığının bilançoları etkilediği bir konjonktürde, sektörün üzerinde bir ciro artışının yanısıra, güçlü bir faaliyet karlılığı ürettiklerini belirten Dr. Akgiray, "*2012'den beri ara vermeden yürüttüğümüz süreç iyileştirme projelerimiz ve yıllardır yatırım yapmaya devam ettiğimiz yazılım geliştirme / entegrasyon projelerimizin ne kadar doğru stratejiler olduğunu, bu olumsuz piyasa koşullarında teyit ettik*" dedi.

Akgiray, yakın dönemde yepyeni bir reklam anlayışıyla tüketicinin karşısına çıkacaklarını, "*yeni ve bambaşka bir web sitesi*", "*yıllardır uyguladıkları mağaza-web entegrasyonunu güçlendiren yeni ve özgün bir fiyatlandırma modeli*" gibi projelerin de önümüzdeki 2-3 ayda tüketici ile buluşacağını sözlerine ekledi.