

KARACA



Pazar

Öncü bir tasarım markası olmanın sorumluluğuyla 1973 yılından beri yoluna devam eden Karaca Grup bünyesinde bugün; sofa, mutfak ve ev tekstili sektöründe hizmet veren beş şirket bulunuyor. Karaca, Karaca Home, Emsan, Jumbo ve Cookplus olmak üzere perakende, toptan, yurt dışı, franchise ve online satış kanalıyla yurt içi ve yurt dışında faaliyet gösteren markanın mağazacılık ağında 269 mağazası ve 2.500'ün üzerinde satış noktası bulunuyor.

Grup şirketlerinde 1.900'ün üzerinde çalışanı olan marka, bu rakamın sene sonuna kadar 2.000'i bulmasını bekliyor. Cirosunun %7'sini pazarlamaya ayıran Karaca, 2017 yılı konsolide cirosunun 1.1 milyar seviyesinin üzerinde gerçekleşmesini bekliyor. Mevcut mağazacılık operasyonunun %15'ini yurt dışı mağazacılığının oluşturduğu Karaca, önümüzdeki üç yıl içerisinde toplam cirosunun en az %25'ine ulaşmayı hedefliyor.

Yurt dışı mağazacılık operasyonuna 2014 yılında başlayan Karaca; Azerbaycan, Almanya, Avusturya, Belçika, Fransa, İnan, Gürcistan, Hollanda, Kıbrıs, Kuveyt, Lübnan, Rusya, Umman, Özbekistan ve Suudi Arabistan gibi 16 ülkede faaliyetlerini sürdürürken, 28 ülkeye de ihracat yapıyor. Yurt dışında mağaza payını artırmayı hedefleyen Karaca; Avrupa, GCC ve CIS bölgelerinde de büyümeye devam ediyor.

Tüketici ile duygusal bağ kurmaya odaklanarak sürekli gelişim gösteren Karaca, tüm sosyo-ekonomik grupların mutfak ve sofa markası haline gelerek şu an pazarda "Güçlü Lider" pozisyonunda bulunuyor.

GFK araştırmasına göre ABC1 tüketici gruplarının tamamında açık ara sektör lideri olan Karaca, 2017 yılı büyüme hedefini 2016 yılına göre %100 olarak belirleyerek çalışmalarına devam ediyor.

Dünya markası olma vizyonuyla çalışmalarını tüm hızıyla sürdüren marka, sektöre getirdiği yeniliklerle ön plana çıkıyor. Tasarıma ve markalaşmaya çok büyük önem veren Karaca, kullanıcılarına işlevsel ürünlerin yanı sıra, ilkleri de sunarak fark yaratmayı hedefliyor.

Başarılar

Kurumsal stratejisi; tüketicilerin duygularına hitap eden tasarım markası olmak olan Karaca, bu amaçla ortaya koyduğu ürünlerinin, insanların yaşamlarına değer katmasına, yenilikçi olmasına,



estetik yaklaşımına, sağlıklı ve kullanışlı olmasına önem veriyor.

Karaca koleksiyonlarını Barcelona'da bulunan iki İspanyol tasarımcı ve iç ekipte bulunan tasarımcılar ile ortaya koyuyor. Tasarımları Türkiye ve dünyanın en önemli ödülleri topluyor.

2016 yılında Glacial çatal bıçak tasarımı ile "Red Dot" ve "Design Turkey" ödülleri alan Karaca, Türkiye pazanını dönüştüren en yenilikçi markaları kutlamak amacıyla verilen "Game Changers Ödülleri"nin ve Türkiye'de her sene merakla beklenen "Kristal Elma Ödülleri"nin de sahibi oldu. 2017 yılında ise Red Dot Design Award'da "Tableware and Cooking Utensils" kategorisinde Everest ve Valley ile iki "Red Dot" ödülüne, yine Everest çatal bıçak takımı ile "Design Award" ve "IF Design Award" ödülleri de layık görüldü.

Zarif, estetik ve benzersiz tasarımları ile sofralara ışığı katan Karaca, aynı zamanda bu yıl, dünyanın en prestijli ödülleri olan hayranlık uyandıran RLI Awards'da "RLI International Retailer 2017" ödülünü kazanarak başan çitasını daha da yükseltti.

Karaca sadece ürünlerine yönelik başarıları ve ödülleriyle değil, hedef kitlesini daha yakından tanımak için dünyada ve Türkiye'de daha önce örneği olmayan antropolojik bir araştırmaya yaptırdı ve bu çalışmasıyla da "Meraklı Baykuş Altın" ödülüne layık görüldü.

Yıllardır yenilikçi vizyonu ve tasarımla buluşturduğu kullanışlı ürünleriyle ön plana çıkan Karaca, hep daha iyisini yapmaya ve ilkleri gerçekleştirmeye devam ediyor.

Tarihçe

Karaca'nın hikâyesi, 1973 yılında bir babanın oğullarıyla paylaştığı cesaret, umut ve heyecanla başladı. Hüseyin Karaca tarafından İstanbul Süleymaniye'de Karaca Züccaciyeye adı altında cam işine giren aile, 30 kişiyi çalıştırdıkları küçük atölyelerinde, cam ürünlerin üzerine desen yaparak işe başladı. Daha sonra porselen satışına başlayan Karaca kardeşler, 90'lı yıllara gelindiğinde o dönemin popüler işlerinden olan elektrikli küçük ev aletlerinin distribütörlüğünü de alarak geniş bir müşteri portföyüne ulaştı. Hikâyesini herkese anlatmak için yola çıkan aile, Karaca markasıyla üretim yapmaya karar verdi ve 1999 yılında kendi markalarıyla çelik tencere setleri üretmeye başladı. İki yıl sonra, yaptıkları araştırmalar sonucunda dünyanın en kaliteli porseleninin Fransa'nın Limonge Bölgesi'nden temin edildiğini öğrenen Karaca ailesi, gerekli bağlantıları kurarak hammaddeyi buradan aldı ve Tunus'ta porselen üretimine başladı. 2001 ekonomik krizine rağmen yurt dışında böyle bir açılımdan çekinmeyen dört kardeş, bu cesur hamleleri ile bugün Karaca'yı bir dünya markası haline getirdi.

Sofra, mutfak, küçük ev aletleri, ev tekstili ve aksesuar gibi pek çok farklı kategoride hizmet veren Karaca, geliştirdiği yeni fikirler ve tasarımlarıyla rekabette farklılaşarak kendi sektöründe de "Güçlü Lider" pozisyonunu koruyor.

Hikâyesine başladığı günden beri herkesi evine ve ailesine katmaktan hiç vazgeçmeyen Karaca'nın, heyecanla başlayan hikâyesi bir aileden, başka



ailelere yayıldı ve yayıldıca sofrasındaki tabaklar çoğaldı. Karaca, paylaşmanın zevkini herkes yaşasın diye hikâyesini bugün de anlatmaya devam ediyor.

Ürün

En önem verdiği değerlerin başında; insanların paylaşmaktan keyif aldığı anları çoğaltmak ve insanların hayatına değer katmak olan Karaca; yenilikçi vizyonu ile Türkiye'de ve dünyada ilkleri gerçekleştirerek başarılarını kendi alanında sürdürmeye devam ediyor.

Bu güçle yapılan en önemli inovasyon ürünlerinden biri Türkiye'de yemek pişirme alışkanlıklarını değiştirmeye sağlayan Granit. Sağlamlığı, yanmaz yapışmaz özelliği ve sağlıklı bir materyal olması sebebiyle tüm sektöre adapte olan Granit; birçok mutfakta pişirme alışkanlıklarını değiştirerek, bir ürün grubuyken kategori haline gelmeyi başardı.

Karaca'nın dünyada bir ilki gerçekleştiren, gerçek inciden ürettiği Fine Pearl yemek takımı ise bir devrim niteliği taşıyor. Yaklaşık 250 yıl sonra Fine Pearl ile Türkiye'de ve dünyada ilk defa yemek takımı yapımında gerçek inci kullanan Karaca, 1780 yılında yapılan Bone China yemek takımlarından sonra yemek takımı hammaddesini değiştirerek, muhteşem bir yeniliğe imza attı. Okyanustan çıkan ve direkt olarak kullanılan tek mücevher olan inciyi yemek takımı yapımında kullanan marka, bu değerli mücevheri sofralara taşıdı. Yemek takımları tüketici için çok değerli ve bizim kültürümüzde yemek takımları en özel misafirlere hazırlanan sofralarda ve cam vitrinlerde sergileniyor. Kadınlar için yadsınmaz bir değere sahip olan inci dünyada kadınla özdeşleşen ve kadının zarıflığını simgeleyen bir mücevher haline geldi. Doğal, sağlıklı, zarif ve değerli olması ise sofa ve alışveriş alışkanlıklarını değiştirdi.

Karaca, inovatif ürünlerin yanı sıra sofa, mutfak ve ev kategorisinde geniş ürün yelpazesıyla tüketicilerinin ihtiyaçlarına yönelik hizmet sunuyor.

En Son Gelişmeler

Dünya markası olma vizyonuyla çalışmalarını tüm hızıyla sürdüren, sektöre getirdiği yeniliklerle ön plana çıkan, tasarıma ve markalaşmaya çok önem veren Karaca; tasarım markası olma yolunda dünyaca ünlü tasarımcılar ile iş birliği yapıyor. Yılın İngiliz Tasarımcısı Ödülü'nü iki kez kazanan ve "dâhi" olarak anılan Hüseyin Çağlayan, tasarladığı elbiseleri Meg Ryan, Kelly Rowland ve Chanel Iman gibi uluslararası üne sahip oyuncular

tarafından tercih edilen Arzu Kaprol, tasarım gurusu Terence Conran tarafından Dünyanın En İyi 100 Tasarımcısı'ndan biri seçilen Aziz Sanyer ve oğlu Derin Sanyer gibi isimler, Karaca zarafetini yansıtacak tasarımlarıyla tüketicilerle buluşmaya hazırlanıyor.

Karaca, insanların paylaşmaktan keyif aldığı anları çoğaltmak ve insanların hayatına değer katmak misyonuyla sosyal sorumluluk projelerine de destek veriyor. Karaca, UNICEF ile hayata geçirdiği ve geliri UNICEF'e bağışlanan "Paylaşacağımız Bir Gelecek Var" projesini bu yılda yeni isimlerin katılımıyla sürdürüyor. UNICEF'in Türkiye'deki eğitim çalışmalarına destek olmak amacıyla yola çıkan projede Karaca, Ara Güler, Ayşe Kulin, Prof. Devrim Erbil, Ferhat Göçer, Prof. Dr. İlber Ortaylı, Kenan Doğulu, Kerem Görsev, Müjdat Gezen, Nilüfer Yumlu, Rahmi M. Koç ve Varol Yaşaroğlu gibi değerli isimlerle çalışıyor.

Müşteri deneyimine sonsuz değer veren Karaca, hep daha iyisini yapmaya ve paylaşmaya devam ediyor.

Promosyon

Sofra, mutfak, küçük ev aletleri, ev tekstili ve aksesuar gibi pek çok farklı grupta tüketicilere hizmet veren Karaca; destek verdiği sosyal sorumluluk projelerinin yanı sıra geliştirdiği ürünlerle de Türkiye ve dünyada ilkere imza atıyor.

Karaca, göz alıcı tasarımlarıyla tüketicilerin duygularına hitap ederken ürünlerinin estetik, yenilikçi, sağlıklı ve kullanışlı olmasına ve insanların yaşamlarına değer katmasına da ayrıca önem veriyor.

İnsanların sevdikleriyle paylaşmaktan keyif aldığı anlara eşlik eden Karaca, hayata geçirdiği kampanyalarla yeni evlenen çiftlerin evlilik masraflarını da hatırı sayılır bir oranda düşürüyor. Genç çiftler, tek seferde yapacakları avantajlı



bir alışverişle tüm ihtiyaçlarını karşılıyor. Prestijli sofraların vazgeçilmez markası, "Evlilik Paketi" ile evlilik yolundaki çiftlerin en büyük destekçisi oluyor.

Karaca Evlilik Paketi kampanyalarında, yemek takımı, kahvaltı seti, çatal-bıçak takımı ve tencere setlerini uygun fiyatlarla tüketicilere buluşturuyor. Evlenen çiftlere ödeme kolaylığı sağlayan marka, alternatif paketleriyle de fark yaratıyor. Kullanım kolaylığı taşıyan ürünlerini avantajlı fiyatlarıyla evlenecek çiftlerin beğenisine sunan Karaca iletişiminde TV ve dijital kanalları da aktif kullanarak hedef kitlesine her noktadan ulaşıyor.

Marka Değerleri

Dünya markası olma vizyonuyla çalışmalarını sürdüren Karaca, sektöre getirdiği yeniliklerle ön plana çıkıyor. Mutfak, sofa ve ev tekstili kategorilerinde tasarladığı ürünleriyle perakende sektörünün lider markalarından biri olan marka, bugün geldiği noktaya sahip olduğu sağlam marka değerleriyle ulaşıyor.

Karaca, katma değerli fikirler geliştirerek inovatif, pratik ve kullanışlı ürünleriyle sofralara ve insanların yaşamlarına değer katarken ilkleri gerçekleştirerek, hayalleri hayata geçiriyor.

Yıllardır yaptığı çalışmalarla sektöre yön veren "Güçlü Lider" konumundaki Karaca, başardığı ve yeni başarılarının gururunu yaşıyor. Tasarladığı ürünleriyle evlerdeki mutlu anların bir parçası olan Karaca, aldığı ödüllerle ve sektöre getirdiği yeniliklerle hep daha iyisini yapmaya, kendisini ve işini geliştirmeye odaklanıyor.

"Ayncalığı yaşatır, artı değerlerini katar" sözünden yola çıkarak Karaca; işin kalitesi, tasarımı, kullanım kolaylığı, işlevselliği gibi pek çok kritere önem vererek ürünlerini titizlikle tüketicilerine sunuyor.

www.krc.com.tr



BUNLARI BİLİYOR MUYDUNUZ?

Karaca

- Sofra ve mutfak kategorilerindeki ilk akla gelen ve en çok bilinen marka olma oranında %91'e ulaştı.
- Karaca, yaklaşık 250 yıldır değiştirilmeyen yemek takımı hammaddesini inci kullanarak değiştirdi ve Fine Pearl'ü üretti.
- Türkiye'de pişirme alışkanlıklarını değiştirerek graniti satışa sundu.
- Karaca, yurt içinde 260'ı aşkın mağazaya ve yurt dışında 16 ülkede satış ağına ulaştı.
- Çeyiz alışverişlerinde ilk paket kampanyalarını hayata geçiren marka oldu.
- 2016 yılında küçük ev aletleri pazarına girerek, Karaca markalı ürünleri satışa sundu.
- Türkiye'nin en kapsamlı etnografik araştırmasını hayata geçirdi.
- Tasarıma markası olma yolunda ilerleyen Karaca, yeni koleksiyonlarını Hüseyin Çağlayan ve Arzu Kaprol ile birlikte oluşturuyor.