



opet

Amerikan İletişim Profesyonelleri Birliği (LACP) Spotlight Awards - Küresel İletişim Yarışması'nda 2014-2015 performanslarını içeren Opet'in dördüncü sürdürülebilirlik raporu, "En İyi Raporlar" arasına girerek "Altın Ödül" ile ödüllendirilirken, tüm kategorilerdeki en iyi kurumsal iletişim çalışmalarının sıralandığı "İlk 25" listesinde de yer aldı.

Pazar

Perakende satışlar, ticari ve endüstriyel yakıtlar, madeni yağlar, jet yakıtı, depolama ve uluslararası ticaret konularında faaliyet gösteren Opet; ürün ve hizmetleri, istasyon ağı ve sosyal sorumluluk yaklaşımıyla sektörün farklılık yaratan markası olarak hizmet veriyor. Sektörün büyük oyuncular içindeki tek yerli şirket olan Opet, köklü rakiplerin yer aldığı pazarda akaryakıt dağıtımının ötesine geçip bir hizmet markası olarak konumlanmayı başarıyor ve %18'lik pazar payı ile ikinci sırada yer alıyor. Sunpet markası ile birlikte 1.500'ün üzerinde istasyonu bulunan Opet, 1 milyon m³'ün üzerinde depolama kapasitesi ile önemli bir rekabet avantajı sağlıyor.

Başarılar

Opet, Türkiye Kalite Demeyi'nin araştırmalarına göre, 2006'dan 2016 dönemine kadar aralıksız sektöründe "Müşteri Memnuniyeti En Yüksek Marka" seçildi. İpsos tarafından yapılan Lovemark araştırmasında ise son üç yıldır "Akaryakıt Sektörünün En Sevilen Markası" yine Opet oldu. GfK Türkiye'nin araştırma sonucuna göre sektöründe dört yıldır "Türkiye'nin En İtibarlı Şirketi" olan Opet, Türkiye İtibar Akademisi tarafından yapılan araştırmada ise 2016-2017 yıllarında sektörünün "En İtibarlı Markası" oldu. Capital Dergisi'nin "Türkiye'nin En Beğenilen Şirketleri" araştırmasında 2013, 2015 ve 2016 yıllarında akaryakıt sektörünün en beğenilen şirketi seçilen Opet, Marketing Türkiye Dergisi ile Method Research Company iş birliğinde hazırlanan "En Beğenilen Marka" araştırmasında da akaryakıt kategorisinde ipe göğüsledi. The One Awards, Bütünleşik Pazarlama Ödülleri'nde ise "Akaryakıt Sektörü Yılın En Başarılı Markası" yine Opet oldu. Capital Dergisi'nin, "Türkiye'nin En Büyük 500 Özel Şirketi" araştırmalarına göre Opet, 2016 cirosuna göre Türkiye'nin dördüncü büyük şirketi seçildi. Özel sektörün ve kamu kuruluşlarının yer aldığı Fortune 500 listesinde de, 2016 yılında elde ettiği 20,5 milyar TL gelirle altıncı sırada yer aldı.

Opet, 2016 yılında ise Türk futbolunun yıldızı Arda Turan'la İstanbul ve Barcelona'da iki ayrı reklam filmine imza attı ve birçok ödülün sahibi oldu. Brandage Dergisi TV reklamlarında kategori bazında marka-ünlü eşleşmesi araştırmasında Arda Turan-Opet iş birliğini "En İyi İş Birliği" seçti. "Barcelona'da Bir Gün" reklam filmi, Ekonomist Dergisi Reklam Değerlendirme Kurulu tarafından üç hafta üst üste "En Beğenilen TV Reklamı" seçildi.

28. Kristal Elma Reklam Ödülleri'nde "Otomotiv ve Otomotiv Ürünleri/Hizmetleri" kategorisinde "Bronz Ödül"ün sahibi olan Opet, 11. Felis Ödülleri'nde "Otomotiv ve Otomotiv Ürünleri" kategorisinde "Başan Ödülü" ile ödüllendirildi. Opet, ikinci reklam filmi "Kaçan Otobüs" ile de 11. Felis Ödülleri'nde "Otomotiv ve Otomotiv Ürünleri" kategorisinde "Başan Ödülü"ne layık görüldü.



Opet, 2012 yılında "Kusursuz Hizmet" Programı ile The Loyalty Awards yarışmasında "Best Customer Service in a Loyalty Programme" kategorisinde ödül aldı. 2014 yılında ise müşteri odaklı çalışmalar nedeniyle, The Loyalty Marketer's Association tarafından ABD'de düzenlenen Loyalty 360 Awards'ta "Platin Ödül"e layık görüldü. Aynı yıl Opet, Uluslararası Stevie Ödülleri'nde "En İyi Müşteri Hizmetleri" ve "Müşteri Hizmetlerinde İnovasyon" alanında iki ayrı ödül aldı.

Opet, 2009'da müşteri bağlılığı yaratan uygulamaları ile Direct Marketing Association - Database Excellence Awards'da birincilik ödülü kazandı. 2007 yılında 19. Kristal Elma Ödülleri'nde "Otomotiv Ürünü TV Reklamları" kategorisinde "Büyük Ödül", Cem Yılmaz imzalı "Peluş Bebek-Çin Macerası" filmiyle, Opet'in oldu. Proje Opet'e, aynı yıl Effie Türkiye Reklam Etkinliği Yarışması'nda, "Otomotiv Ürünleri" kategorisinde "Gümüş Effie" getirdi.

Opet, bu kampanya ile The Global Marketer'in düzenlediği uluslararası pazarlama yarışması Diamond Awards'ta, "Müşteri Bağlılığı Yaratan Pazarlama Uygulamaları" kategorisinde birinci oldu.

Tarihçe

Opet'in kuruluşu şu anda Yönetim Kurulu Başkanı olan Fikret Öztürk'ün, 1982 yılında öğretmenlikten ayrılıp ticaret hayatına geçişi ile başladı. Mersin'de madeni yağ ve akaryakıt konularında faaliyet gösteren Öztürkler Limited Şirketi'ni kuran Fikret Öztürk, eşi Nurten Öztürk ile birlikte, Öztürkler Limited'i kısa sürede büyütürken pek çok madeni yağ ve akaryakıt markasının bayiliklerini aldı. 10 yıl içinde, Türkiye'de faaliyet gösteren uluslararası akaryakıt dağıtım şirketlerinin en büyük akaryakıt

ve madeni yağ distribütörü olan şirket, 16 akaryakıt istasyonun da sahibi ve işleticisi oldu. 1992 yılında Öztürkler Petrol, Opet adını aldı ve Türkiye'nin pek çok ilinde istasyonlar açtı. 2002 sonunda Koç Holding Enerji Grubu'nun %50'sine ortak olduğu Opet, son yılların en hızlı ve tutarlı büyüyen akaryakıt dağıtım şirketi haline geldi.

Ürün

Opet, Ultra Force ile en üstün özellikleri tek üründe birleştirerek, tüketicilere en kaliteli yakıtı en uygun fiyatla sunuyor. Ultra Force; motorda güç kaybına, yakıt köpüklenmesine, korozyona, yakıt ve su emilimlerine karşı koruma sağlarken, aracın gücünü ve performansını artırıyor. Ekonomik ve çevreci özelliklere sahip olan Eco Force ise içerdiği kimyasallar ile motor enjektör ve yakıt sistemini temizliyor, yakıtın tam yanmasını sağlayarak zararlı gazların yayılmasını en aza indiriyor.

OpetKart, Opet WorldCard, Otobil, Otobilyim ve Yakıt Kart ile Opet, tüketicilerinin hayatını kolaylaştıran teknolojik ürünleri sunuyor. 2004'te hayata geçen, tüketici bilgilerini Paro veri tabanından takip ederek müşteri sadakatini güçlendirmeye amaçlayan Opet Kart, bugün altı milyonun üzerinde kişi tarafından kullanılıyor. Yapı Kredi Bankası ile birlikte geliştirilen Türkiye'nin en büyük ortak markalı kredi kartlarından biri olan Opet Worldcard ise Wordcard'ın tüm ayrıcalıklarına sahip. Opet'ten yapılan yakıt alımlarında yakıt puan kazandıran Opet Worldcard, aynı zamanda her ay yapılan her 100 TL ve üzeri akaryakıt alışverişine 5 TL toplamda 25 TL Opet puan hediye ediyor.

Otobil ve Otobilyim, nakit ya da fiziksel olarak herhangi bir ödeme aracı kullanmadan chipli sistemler ile Opet istasyonlarından akaryakıt almayı sağlayan ve dolun bilgilerini elektronik ortamda müşteriye ulaştıran sistemler. Yakıt Kart, Kurumsal müşterilerin yakıt alımlarında nakit yerine geçiyor.



Otobil ve Otokonum sistemi kullanan müşterilerin dâhil olduğu Otofilo Filo Yönetim Sistemi'ni ise Opet müşterileri filo araçlarının yönetimlerini, yakıt dolun ve tüketim bilgilerini, taşıt kilometresini ve coğrafi konum bilgilerini tek ekrandan izleyebiliyor.

En Son Gelişmeler

Opet, 2016 yılı sonunda yeni nesil istasyon teknolojileriyle donatılan "Akıllı İstasyon" devrini başlattı. "Akıllı Dolun Sistemi", "Mobil Ödeme" ve "Ücretsiz Wi-Fi" gibi bir çok teknoloji, "Akıllı İstasyon" konsepti dahilinde Opet müşterinin hayatını kolaylaştırıyor. Opet, "Akıllı Dolun Sistemi" ile pompa üzerinde araç plakası-ürün tipi eşleşmesi sağlayarak istasyonlarda dolun sırasında hatalı ürün alınımını önüne geçiyor.

Bu sayede; sisteme dâhil tüm Opet müşterilerinin araçları plakalarından tanınarak doğru yakıt alımları garanti altına alınıyor. Opet müşterileri, Opet Mobil Uygulaması üzerinden "Mobil Ödeme Sistemi"ne kayıt olup kredi kartlarını uygulamaya tanımlayarak akaryakıt alışverişlerinde araçlarından inmeden pompada ödeme yapabiliyor. Opet, "Akıllı İstasyon" konseptini ise Türk sinemasının iki önemli yıldızı Metin Akpınar ve Ata Demirel'in rol aldığı reklam filmiyle taçlandırdı.

Tüketicileri ile yoğun bir iletişim halinde olan Opet, marka maskotu OPEDO'yu 2012 sonlarına doğru kamuoyuna tanıttı. Opet'in marka özelliklerinden yola çıkılarak hayata geçen OPEDO, "Kusursuz Yolculuk" serüveninde tüketiciye eşlik ediyor.

Promosyon

Opet'in bilinirlik ve marka imajına önemli katkılarda bulunan kampanyaların başında önce Tarkan, ardından Cem Yılmaz ile gerçekleştirilen iş birlikleri geliyor. Markanın kuruluşundan itibaren yükselen grafiği, 2004 yılında yüksek oktanlı kurşunsuz benzin Full Force 98 ve düşük kükürtlü motorin Ultra Euro Diesel'in pazara sunulması ile zirveye ulaştı. 98 oktan benzin satışa sunulduktan sonra, Tarkan kampanyası başladı. Opet bir yandan yenilikçi ürünlerden söz ederken, diğer yandan da Tarkan sözcülüğüyle iletişimini sürdürdü. Tarkan kampanyası kısa sürede istenen başarıyı yakaladı, tüketiciler istasyonlara gelerek "Tarkan benzini" satın almak istediklerini belirtip, uzun kuyruklar oluşturdu.

2005 - 2006 döneminde Cem Yılmaz ile gerçekleştirilen, 80'li yıllardan esintiler taşıyan reklam kampanyasında, otomobil tamircisi Mike ve Mike'in konuşan otomobili GİTT (Güzel İnsan Taşıma Taşıtı) Opet ürünlerini tanıttı. Kampanya ile istasyon trafiğinde artış ve Opet Kart'ın tanıtımı hedeflendi. Kampanyanın devamında Opet Full Force lansmanı yapıldı. GİTT ve Mike kısa sürede popüler oldu, oyuncakları üretildi ve Opet Kart sahipleri belli puanlarla bu ürünlere sahip oldu.

Kampanya beklentilere cevap verdi ve başan yakalandı. 400 bin oyuncak dağıtılırken Opet Kart sahibi müşteri sayısı %48 oranında artış gösterdi.

Marka Değerleri

Doğup büyüdüğü topraklara fayda sunmayı en önemli görevlerinden biri sayan Opet, bunları gerçekleştirirken sadece ekonomik değil sosyal ve çevresel etkileri de göz önünde bulunduruyor.

Kuruluşundan bugüne birçok projeye imza atan Opet'in, beş ayrı sosyal sorumluluk projesi bulunuyor: Bunlar: Temiz Tuvalet Kampanyası, Yeşil Yol Projesi, Ömek Köy Projesi, Tarihe Saygı Projesi ve Trafik Dedektifleri Projesi. Opet istasyonlarının tuvaletlerinden başlayan "Temiz Tuvalet Kampanyası", 17 yıldır devam ediyor ve marka, tuvalet hijyenini Türkiye geneline yaymayı amaçlıyor. Eğitim ekipleri bugüne kadar 6 milyon 500 bin kilometre yol kat ederek, 9 milyonu aşkın kişiye eğitim verdi. 2012 yılında proje yurt dışına açıldı. Proje, Suudi Arabistan'dan alınan davetle oradaki Türk okullarına da taşındı, dört şehirde 4 bin 800 öğretmen ve öğrenciye eğitim verildi. 2013 yılında, Makedonya Tefeyüz İlköğretim Okulu'ndan gelen talep üzerine, 750 öğrenci ve 60 öğretmenin katılımıyla hijyen eğitimi verildi. Diğer önemli bir gelişme, Opet ve Türk Standartlar Enstitüsü'nün iş birliği ile halka açık tuvaletler için belirlenen standartlar, İçişleri Bakanlığı'nın başlattığı uygulamayla iş yeri ve restoranlar için zorunlu hale getirildi. Kampanyaya Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu (TİSK) tarafından, 2014 yılında "Etkililik Ödülü" verildi. Aynı yıl Opet



Gamechangers (Oyunu Değiştirenler) Ödülleri kapsamında, "İlham Ver" kategorisinde "Temiz Tuvalet Kampanyası" ile "Hijyen" anlayışına yeni bir bakış açısı getirerek, diğer markalara da bu konuda ilham verdiği için ödüle layık görüldü. 2013 yılı Stevie Ödülleri'nde "Sağlık, Güvenlik ve Çevre Programı" ödüle layık görüldü. Kampanya, 2004 yılında İPRA (Uluslararası Halkla İlişkiler Demeyi) "Sosyal Sorumluluk Büyük Ödülü" nün de sahibi oldu. Aynı yıl Türkiye Halkla İlişkiler Demeyi'nin düzenlediği, 3. Altın Pusula Yarışması'nın "Sosyal Sorumluluk" dalında birincilik ödülüne layık görüldü.

"Yeşil Yol Projesi" ile 1 milyona yakın bitki dikimi yapıldı; istasyonlar ve çevresi, şehir merkezlerindeki park ve bulvarlar yeşillendirildi, ülkede Opet ormanları kuruldu. Proje, 5. Altın Pusula Ödülleri'nde, "Sosyal Sorumluluk" kategorisinde, "Çevre" konusunda ödüle layık görüldü. "Ömek Köy Projesi"yle, köylerin potansiyelinin değerlendirilmesinin yanı sıra, eğitim düzeyinin yükselmesi ve çevre bilincinin gelişmesi hedefleniyor.

Bugüne kadar Mardin Dara, Gaziantep Yesemek, Bolu Pazarköy, Fethiye Saklıkent, Kekova Üçağz ve İsparta İncesu rehabilite edildi.

"Tarihe Saygı Projesi" kapsamında ise Tarihi Gelibolu Yarımadası'nın doğal dokusunu koruyarak, çağdaş bir görünüme kavuşması için düzenleme çalışmaları uygulandı. Alçıtepe, Seddülbahir, Bigalı, Kilitbahir, Kocadere, Behramlı, Büyük ve Küçük Anafarta köyleri ile Eceabat ilçesi yeni bir çehreye kavuştu. Köy meydanları düzenlendi, modern satış reyonları oluşturuldu, kültür merkezleri yapıldı.

Halk Eğitim Merkezleri iş birliği ile kişisel gelişime yönelik eğitimler verilmeye devam ediyor. Eceabat'a açık hava müzesi niteliğinde bir park yapıldı. "Tarihe Saygı Parkı" adı verilen park, Çanakkale Savaşı'nın tüm detaylarını gösterecek, şekilde donatıldı. 57. Alay Şehitliği aslına uygun olarak yenilenirken, "Akbaş Şehitliği" inşa edilerek bölgeye kazandırıldı. 2012 yılında Eceabat'ta işlevselliğini yitiren ilköğretim okulunun yerine, yeni ve modern bir orta okul inşa edildi. Proje, 7. Altın Pusula Ödülleri'nde, "Jüri Özel Ödülü"nü aldı.

Proje, Koç Topluluğu bünyesinde gerçekleştirilen En Başarılı Koçular (EBK) Ödülleri'nde 2008 yılı değerlendirilmesinde "Tarihe Saygı Projesi Özel Ödülü" aldı. Opet Yönetim Kurulu Kurucu Üyesi Nurten Öztürk, Tarihe Saygı Projesi ile Çanakkale'deki çalışmalar sonucu, Türkiye Büyük Millet Meclisi tarafından "Üstün Hizmet Ödülü"ne layık görüldü. Opet Yönetim Kurulu Kurucu Başkanı Fikret Öztürk'e bölgeye yaptığı katkılar

nedeniyle dönemin Cumhurbaşkanı Abdullah Gül tarafından teşekkür plaketi takdim edildi.

2013 yılı sonunda başlayan, "Trafik Dedektifleri Projesi", Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, İçişleri Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı, Diyanet İşleri Başkanlığı, Emniyet Genel Müdürlüğü ve Polis Eşleri Demeyi (PEKAY) ortaklığında uygulamaya alındı. Trafik Dedektifleri Projesi ile trafik kuralları konusunda farkındalık yaratılarak mevcut algının değiştirilmesi, böylelikle Türkiye'nin gelecekte trafiği güvenli, ulaşımı konforlu bir ülkeye dönüşmesi amaçlanıyor. Bugüne dek proje kapsamında 3 milyon 250 bin öğrenci "Trafik Güvenliği" konusunda eğitilerek "Trafik Dedektifi" oldu. Dolaylı yoldan ise 7 milyon aileye ulaşıldı. Opet, proje ile 2015 yılında ise Türkiye İşverenler Sendikası Konfederasyonu (TİSK) tarafından düzenlenen "KSS Ödülleri"nde proje ile "İyi Uygulama" dalında ödül aldı. Proje, En Başarılı Koçular (EBK) Ödülleri'nde 2014 yılı değerlendirilmesinde "İş Birliği Geliştirenler" kategorisinde büyük ödülün sahibi oldu. "Opet Bilinçli Toplum Projeleri"nin lideri Opet Yönetim Kurulu Kurucu Üyesi Nurten Öztürk, 2016 yılında Women to Watch platform tarafından sürdürülebilir sosyal sorumluluk projeleri ile fark yarattığı için "Yaşam Boyu Onur Ödülü"ne layık görüldü.

Opet, spora ve kültür-sanata verdiği destekle de dikkat çekiyor. Türkiye Futbol Federasyonu ile anlaşması gereği 2012 yılından bu yana milli takımların resmi akaryakıt tedarikçisi olan Opet, 2017 yılında ise Türkiye Basketbol Federasyonu'nun enerji sponsoru ve Avrupa Şampiyonası (EuroBasket 2017) tedarik sponsorluğunu üstlendi. Opet, İstanbul Kültür Sanat Vakfı (IKSV) tarafından düzenlenen İstanbul Tiyatro Festivali'nin 2004'ten bu yana Koç Holding Enerji Grubu Şirketleri, Aygaz, Opet ve Tüpraş ile birlikte ana sponsorluğunu üstlenirken İstanbul Binalı'nın de destekçilerinden biri olarak dikkat çekiyor.

444 OPET (6738)
www.Opet.com.tr

[f/Opet](#) [t/Opettr](#) [i/Opettr](#)

BUNLARI BİLİYOR MUYDUNUZ?

Opet

➤ Opet, sektöründe en kapsamlı ve en uzun soluklu kurumsal sosyal sorumluluk projelerini yürüten akaryakıt dağıtım markasıdır.

➤ Opet, akaryakıt şirketleri arasında en teknolojik altyapıya sahip çağın merkezi ve sektörde bir ilk olan "Akıllı İstasyon" konsepti ile en yeni teknolojik altyapı ve hizmetleri sunuyor.

➤ Opet, tuvaletleri ve ortak kullanım alanları en temiz olan akaryakıt dağıtım markası olarak biliniyor.

➤ Ultra Euro Diesel motorini Avrupa'dan önce Türk tüketicisinin kullanımına sunan ilk marka Opet oldu.

➤ Sektöründe GRI onaylı sürdürülebilirlik raporu yayınlayan ilk şirket Opet oldu.

➤ Tüpraş'ın ortağı olduğu tek akaryakıt şirketi Opet, THY-Opet ortaklığıyla da THY'nin Türkiye'deki tek jet yakıtı tedarikçisi.

➤ Opet, madeni yağ alanında Opet Fuchs markasıyla, dünyanın en büyük madeni yağ üreticisi Fuchs ile eşit ortaklığa sahip.

➤ Opet'in 8 bin gönüllü Kusursuzluk Elçisi bulunuyor.