

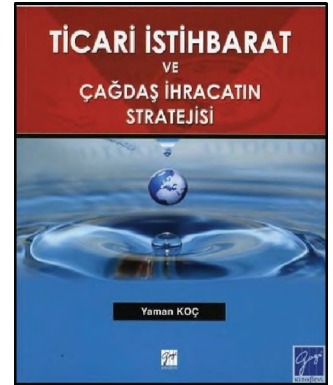
Koç, Yaman

Ticari İstihbarat ve Çağdaş İhracatın Stratejisi. Ankara: Gazi Kitabevi, 2011, 338 s., 23x19 cm. ISBN 9786055543716, 97860555543716.

Book Review

Trade Intelligence and Contemporary Exports Strategy. The book mainly focuses on the divergences in the competitive environment resulting from the entrance of information and communications technologies into commercial life. Denoting that these divergences are rooted, above all, in the differences among countries in historical, social and geographic terms, the book claims that the increased use of trade information combined with these divergences will facilitate obtaining results in trade and that the synergy to emerge will pave the way for trade intelligence. The book also underlines that such trade intelligence, which is actually the natural commercial manner of Turkish entrepreneurs, could be accepted as the Turkish Style in international trade, with the rational management of the export process, and that this would ferment the national competition intelligence, as the strategy of contemporary exports.

Sürdürülebilir ihracat performansına sahip olmak için yaşamın her alanında olduğu gibi bilgi kullanımı alışkanlığına sahip olmak gerekiyor. Sahip olunan bilgi dönüştürülerek özgün-işlevsel (operasyonel) hale getirildiğinde teknik bilgi halini almakta ve bu yönüyle istihbari bir içeriğe kavuşmaktadır. Para kazanarak ayakta kalmak amacına odaklı ticaret sektöründe ticari bilgi kullanmanın artık yeterli olmadığı ticari istihbarata sahip olan firmaların rekabet gücünün artabileceği ve bunun da çağdaş ihracat stratejisinin temeli olduğu anlaşılmaktadır.



Son yıllarda ülkemiz girişimcilerinin de gündeminde olan bu önemli kavramları ihracatçının gözüyle değerlendiren bir kitap yayımlandı. Uluslararası pazarlama eğitimcisi ve danışmanı Yaman Koç'un yaklaşık yirmi yıllık tecrübe ve birikimini, yaşadığı-karşılaştığı örnek olaylarla-mesellerle renklendirdiği, kimi zaman teknik bilgi olarak yorumlanabilecek, çoğu zaman ticaretin doğasında bulunan küçük ancak önemli ayrıntılara ustaca vurgu yaptığı *Ticari İstihbarat ve Çağdaş İstihbaratın Stratejisi* isimli kitaba merak edenlerin göz atmalarında yarar var.

Giriş ile birlikte 5 ana bölümden oluşan kitabın ilk bölümünde **Ticari Bilgi – Ticari İstihbarat** kavramları tür ve kaynak açısından değerlendirilmektedir. Ticari gerçeklik, ticari

veri, ticari bilgi, ticari bilgi kaynakları, ticari istihbarat başvuru kaynakları, pazarlama rehberleri, ticari bilgi araştırma rehberleri, ticari rehberler, firma bilgileri, firmaların ticari aksiyon sayılarına göre rehberler bölümünün alt başlıklarıdır. Yine bu bölümde istatistiksel bilgiler tür, içerik ve güvenilirlik açısından değerlendirilmekte, seminer, ihale, patent, elektronik pazaryeri, ülke raporu, fuar bilgileri pazar araştırmaları boyutuyla değerlendirilmektedir. Pazara giriş koşulları için gerekli olan belgeler, sertifikalar ve yasal mevzuat kapsamında incelenmektedir. Yine bu bölümde Ticari Bilgi, kaynakları açısından değerlendirilmekte olup; kamu kuruluşları, ticari müşavirlik raporları, istatistik veri tabanları, dış ticareti geliştirme kuruluşları, ticari bilgi bankaları, dernekler, sanayi ve ticaret odaları, uluslararası kuruluşlar, kütüphaneler, sosyal paylaşım siteleri kapsamında üretilen değerlerin *ticari bilgi* olduğu vurgulanmaktadır.

İnternette Ticari Bilgi Araması Nasıl Yapılır? başlıklı bölümde web ortamındaki olası bilgi büyüklüğü, derin (gizli) web, ticari bilgi aramanın temel ilkeleri, temel bilgi süzme kalıpları, bilginin kaynağına seyahat, ikincil süzme kalıpları, arama motorları ticari bilginin indeksleridir, eşanlı sözcükler arama alanını genişletir, üç temel süzme, anahtar kelime avcılığı, son süzme, web ortamında ticari istihbarat aranması, derin web-yüzey web-bütün web, dünyadaki bilgi sayısı ve taranabilme olasılığı, derin web'i tarayan özel arama motoru alt başlıklarının her biri içerdiği farklı kavramlar açısından dikkat çekiyor.

Ticari İstihbarat nedir sorusu ile başlayan **Ticari İstihbarat** başlıklı bölümde rekabet istihbaratı-dış ticaret istihbaratı, ticari istihbaratın boyutu, araçlar-yöntemler-teknikler, sonuçtan bilgiye, inandırıcı senaryolar, yetenekler ve birikim, sezginin rolü, motivasyon ve moral, engeller ve hiçlik, istihbarat kültürü ve mayası, dış ticaretin bölümleri ve ticari istihbarat, stratejik ticari istihbarat-taktik ticari istihbarat, örnek ticari istihbarat uygulaması, kendimizin istihbaratı, veri-bilgi-istihbarat süreci, ticari bilginin istihbarata dönüştürülmesi, istihbaratın firma içinde dağıtımı, süzme-eleme yöntemi, ticari istihbaratın değişik kaynakları, insan odaklı istihbarat, elektronik ticaret ve istihbarat, ticari istihbaratın can damarı olarak hedef pazar ve hedef müşteri konsepti, iş yapma bilgisi, ulusal ticari istihbarat stratejisi alt başlıklarında konu irdeleniyor.

Strateji-Stragem-Senaryo (3S) başlıklı son bölümde ticari istihbaratın stratejisi için vazgeçilmezlerden olan 3S kuralı ayrıntılarıyla açıklanıyor. Stratejinin tanımı ve unsurları, plan değiştirme aracı olarak “doğaçlama”, bilgi-ürün-güç, bilgi ve sermaye ilişkisi, ihracat pazarlamasında güç-hedef-amaç ilişkisi, hedef pazar-hedef şehir-hedef müşteri,

müşterilerimiz kimler olabilir?, dağıtım ağı hedefleri, ihracatın dolaylı ve doğrudan araçları, telefonun iletişimdeki yeni rolü, ağırlık merkezi prensibi, güç tasarrufu, “sade olan” çiğ tanesi gibidir, manevra, tek yetkili bayilik aşılabilir engel midir?, baskın ve “plan fetişizminin” aşılması, zaman ve mekan, moral ve motivasyon, ihracatta bayii (distribütör) yönetimi, Türk tarzı “taktik deha” demektir, ticari istihbaratın stratejisi alt başlıklarının ardından eski bir Çin aldatma taktiği olan Stragem kavramı 36 Stragem örneği ile ayrıntılandırılıyor. Yine bu bölümde; gördüğüne inanma, odak noktası kaydı/ kaydırıldığı anda dikkatini topla, biri sana bir şey verince ne isteyecek diye düşün, inanılmayacak kadar iyi olandan kork, senaryo, iletişim ve Türk tarzı alt başlıkları ile Hilenin İşleyiş Mekanizmaları uygun örneklerle anlatılıyor.

Yaman Koç'un kitabında dikkatimizi çeken en önemli farklardan biri de ihracatta Türk tarzı iletişimin rolüne özel olarak ve birbirinden ilginç örneklerle vurgu yapmasıdır. Tecrübeli Hollandalı-Tecrübesiz Masum İthalatçı (s.194), Bir Ticari İstihbarat Uygulaması: Rusya Yangın Dolabı Pazarına Giriş (s. 208), Fransız Firmaya Baskın (s.290), Türk Annelerin Yemek Yedirme Teknikleri (s.303), Bir Çin Hikayesi – Siyah ve Beyaz Taş (s.304), 36 Stragem (s.309), Dökülen Kahve İle İletişim Nasıl Aşıldı (s. 329), What Did You Do My Mother? (s.330), Sen Artık Bizim Babamızsın (s.331), Plastiğin Sıcaklığı (s.332) başlıkları ile anlatılan örnek olaylar zaman zaman Ezop'un¹ Masallarına taş çıkartacak ticari taktik dersler içeriyor.

Örneklerle birlikte değerlendirildiğinde kitapta öne çıkan en önemli ayırımın insanların ticarete bakışında yaşadıkları ülkenin sosyal ve kültürel özelliklerinin tarihsel süreç içinde oluşturduğu birikimden ayrı düşünülmemeyeceği ve yaygın görüşün aksine bilgi ve iletişim teknolojilerinin bu birikimden etkilendiğidir. Bu noktadan hareketle Türk insanının gerek zeka gerekse yaratıcılık açısından özellikle gelişme düzeylerine öykündüğümüz batı ülkelerinin insanlarından farklı olmadıkları hatta üstün oldukları, başka toplumlarda bulunmayan çok değerli birikimlerinin eseri olan Türk tarzı iletişim kurma başarısı ile Türk tarzı başarılı ihracat örneklerinin artarak devam edeceğini anlıyoruz. Basit, sade ve sonuç almaya odaklı Türk tarzı iletişimde “*bilmiyorlar ama yapıyorlar*” dedirten ve rakiplerini hipnotizma derecesinde hayrete düşüren iletişimin “iletişim ötesi” bir yaklaşım olduğunu ve

¹ Ezop (Yunanca: Aisopos), M.Ö. 6. yy'da yaşadığı varsayılan eski Yunan masalcıdır. 3 Temmuz 2011 tarihinde <http://tr.wikipedia.org/wiki/Ezop> adresinden erişildi.

bu yönüyle planlama ile doğaçlamanın sonucu olan Türk tarzı ihracat anlayışının bilgi ve iletişim teknolojileri ile yeterince desteklendiğinde rekorları yakalamanın an meselesi olabileceğini düşündürten kitap ağırlıklı olarak konuşma diliyle yazılmış. Bu yönüyle rahat okunan ve hedef kitlesi ile daha rahat bütünleşebileceğini düşündüğümüz kitap, meslektaşlarımızın son yıllarda sıklıkla tartıştığı veri, bilgi, enformasyon ve istihbarat kavramlarına farklı bir sektörden farklı bir bakışı içermesi nedeniyle özel olarak tavsiye edilmektedir.

Dr. M. Tayfun GÜLLE

Kütüphane Müdürü
İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi
tayfung@igeme.gov.tr