

Ariş Pırlanta: Bir Başarı Hikayesi

Ariş Pırlanta, temelleri 1890'lı yıllarda Mardin'de küçük bir atölyede atılmış, yıllar içinde gelişmiş, kurumsallaşma ve markalaşma yolunda büyük adımlar atarak mücevher sektörünün büyük markalarından biri haline gelmiştir.



Başlangıç ve İlham

Başarıya Giden Yol

Ariş'in yolculuğu Mardin'de başladı ve 1959'dan itibaren İstanbul'da devam etti. Çok küçük yaşlardan itibaren dedemizden babamıza geçen kuyumculuk mesleği ile ilgili tüm ince detayları öğrendim. Biz ikinci kuşak olarak piyasanın yoğun talebini keşfettik. Daha fazla katma değer getiren işleri araştırdık ve küçük çapta toptancılığı oluşturduk. Çünkü hazır mal bulundurmak pazarlamada önemli avantaj sağlıyordu. 1977'de ise çıtayı daha da yükselttik; o yıllarda Türkiye'de pırlanta pazarı henüz oluşmamışken, talebin oluşacağını fark ederek pırlantaya yöneldik. Kısa sürede pırlanta konusunda uzmanlaştık. 1984'te resmi olarak Ariş ismini alarak, Nişantaşı'nda o dönemin ilk ve en büyük konsept mücevher mağazasını açtık.



İlham Kaynağı

Büyüklerimizin daima en iyiyi, en güzeli ortaya koyma çabası, başarma azmi bize yol gösteren rehber olmuştur. O yıllarda dedemiz Abdülkerim Bey, Mardin'de kuyumculuk mesleğini icra ediyor ve bugün de koleksiyonlarımız arasında yer alan mükemmel Habbeler (top mücevher) yapıyordu. Habbe o dönemin bugünkü tektaş gibi önem taşıyan, evlenecek kızlara verilen bir mücevherdi. Dedemiz o zamanki imkanlar çerçevesinde geliştirdiği tekniklerle Habbe'leri öyle güzel yaparmış ki yalnız Mardin'de değil Güneydoğu Anadolu'nun pek çok yerinden müşterileri varmış. Hatta ona Anadolu'da "çok güzel iş yapıyorsun, işin çok güzel, güzel iş yapan usta Abdülkerim Usta" diyorlarmış. Bizim Güzeliş soyadını almamızın sebebi de budur.

İlk Zorluklar ve Engeller

Markalaşma ve Kurumsallaşma

Ariş Pırlanta'nın en büyük zorluğu, aile işletmesini ulusal bir marka haline getirmektir. 1984'te başlayan bu süreç, sektördeki rekabet nedeniyle zordur. Ancak, pırlanta ürünlerini garantili ve sertifikalı sunarak, ilk mağaza, defile ve uluslararası fuar katılımlarıyla fark yarattık. Yenilikçi tasarımlarımız tüketici güvenini kazandırdı.

Kaynak Yetersizliği

Başlangıçtaki kaynak yetersizliğinden ziyade, geleneksel bir aile şirketini uluslararası bir marka haline getirmek en büyük mücadeleydi. Yenilikçi vizyon ve kararlılık, başarımızın temeli oldu.

Bilgi Eksikliği

Pırlanta sektöründeki bilgi eksikliğini, yurtdışı eğitimlerle ve uzmanlarla çalışarak aştık. 80'lerde perakendecilikteki deneyimsizliğimizi de uzmanlarla birlikte çalışarak ve yurtdışında gözlem yaparak telafi ettik. Sektörde ilkleri gerçekleştirmek kolay değildi ama başardık.

Strateji ve Planlama

1

Yenilikçilik

Ariş Pırlanta temellerinin atıldığı ilk günden bu yana yenilikçi bir anlayışla, vizyoner bir bakış açısıyla yönetilmektedir. Bana göre ortaya koyduğumuz ilklerin başlıca sebebi yenilikçi yapımız ve 1900’lü yıllarda işini daima “en iyi, en güzel” şekilde yapmak hedefiyle yola çıkan dedemizden ve ardından babamızdan aldığımız feyzidir.

2

Öncülük

Ariş Pırlanta temellerinin atıldığı ilk günden bu yana yenilikçi bir anlayışla yönetilmektedir. Bir firmayı üç nesil taşımak oldukça zor, dördüncü nesil daha da zordur. Daima firmamızın sadece kendini idame ettirmesini değil, sektörde öncülük etmesini hedefledik. Çünkü inanıyoruz ki, yeniliği getiren kısa vadede zorlansa da mutlaka karşılığını alır. Ariş, yaptığı işi seven, sevdiren ve bundan aldığı tatminle yaratıcılığını, yenilikçiliğini besleyen bir kurumsal yapıya sahiptir. Tüketicile kurduğumuz bağın varlığı ise bu anlayışın bir sonucu olarak başlıbaşına bir etken. Her beğeniye ve bütçeye uygun seçeneklerimizle ve hizmet kalitemizle tüketicinin duygularına en iyi şekilde hitap etmek başlıca amacımız olmuştur.

Başarı İçin Kritik Kararlar



Pırlanta Sektörüne Giriş

70'li yıllarda pırlanta sektörüne adım atmak, bu alanda iş yapmaya karar vermek büyük bir karardı. Önemli bir yatırım yaptım ve başarılı olmasaydı büyük bir kayıp olabilirdi. Bu anlamda büyük bir riskti.



E-Ticaret Yatırımı

Yine 2000'li yılların başında e-ticaret yatırımı yapmak bir riskti. Başarılı oldu ve 2010'lu yıllara kadar sektörde e-ticaret alanında liderliğimizi sürdürdük. Böyle bir başarı olmasaydı hatırı sayılır bir yatırım boşa gitmiş olabilirdi.



Motivasyon ve Zihniyet

1

- **Zor zamanlarda sizi motive eden şeyler nelerdi?**

Yaptığım işi sevmek. İnsan gönül vererek, severek yaptığı işte daha özverili, daha istekli, daha sabırlı çalışarak başarıya ulaşır.

2

- **Başarıya ulaşırken ne tür psikolojik ya da duygusal engellerle karşılaştınız ve bunları nasıl aştınız?**

Elbette zaman zaman motivasyonu bozan, devam etmeyi zorlaştıran iç ve dış faktörler olabilir. Yukarıda belirttiğim gibi işini sevmek başarının en önemli yapıtaşlarından biridir.

3

- **Başarayı elde etmek için zihniyetinizde ne tür değişiklikler yaptınız?**

Pozitif düşünmeyi öğrenmek, olumsuzluğa, umutsuzluğa kapılmamak, kendini her zaman geliştirerek daha iyisi için çabalamak sayılabilir.

Dönüm Noktaları ve Başarıya Giden Adımlar

Markalaşmaya Geçiş (1984)

Ariş Pırlanta'nın dönüşümü, 1984 yılında markalaşma sürecini başlatmasıyla gerçekleşti. Bu süreçte, sektörde ilklere imza atıldı: Garantili ve sertifikalı pırlanta satışını başlatan ilk marka oldu. Bu, tüketici güvenini artırmada kritik bir adımdı.

1

E-Ticaret (2003)

Türkiye'nin mücevher sektöründe ilk online alışveriş sitesini kurarak dijitalleşme alanında büyük bir yenilik gerçekleştirdi. Bu adım, hem yerel hem de global müşterilere ulaşma yolunda önemli bir avantaj sağladı.

3

Uluslararası Genişleme (2016)

İlk yurtdışı mağazasını Almanya Berlin'de açarak uluslararası pazarlara adım attı. Avrupa'da büyüme stratejisi çerçevesinde yeni mağazalar açmayı hedefledi ve bu süreç, markanın global bir oyuncu haline gelmesini sağladı.

5

Sürdürülebilirlik ve Dijitalleşme Vizyonu (2020 sonrası)

Ariş, sürdürülebilirlik ve çevre duyarlılığına odaklanarak modern tüketici taleplerine uyum sağladı. Dijitalleşme, markanın geleceğe yönelik stratejisinin merkezine yerleştirilmiştir.

7

Kurumsal Kimlik ve İlkler (1980'ler)

1980'lerin sonlarından itibaren Ariş kurumsal kimliğini adım adım oluşturdu. Türkiye'de ilk reklam çalışmasını yapan mücevher markası oldu. İlk kurumsal mağazayı açtı ve pırlanta sertifikasyonu sürecini başlatarak sektörde fark yarattı.

2

Mağazalaşma Adımları (2005)

Perakende zincirinin ilk halkası oluştu.

4

İnovatif Ürünler ve Koleksiyonlar

Ariş, yenilikçi tasarımlarıyla her zaman dikkat çekmiştir: Parmak İzi Koleksiyonu, kişinin parmak izini mücevher tasarımına entegre ederek kişiselleştirme trendini başlattı. Anne-Çocuk ve Semboller gibi eşsiz koleksiyonlarla müşterilerin duygusal bağlarını güçlendirdi.

6

Ekip ve İşbirliği

1

Aile Üyelerinin Katkıları

Aile üyelerinin, tüm çalışma arkadaşlarımızın her birinin emeği ve çabası var elbette. Birlik duygusuyla, işini severek yapmanın önemi tartışılmaz. Her birinin, her kademedeki her departmandaki çalışanın severek, isteyerek, önemseyerek özenle yaptığı iş çok kıymetli.

2

Güçlü Ekip

Büyük başarılarla imza atarken ekibinizin doğru, bağlı, bilgili olması büyük önem taşıyor. Şirketimizde “Ariş ailesi” tanımlaması esastır. Her çalışan ailemizin bir üyesidir.

3

Aile Kültürü

Şirketimizde aile kültürünün olması bağlılığın temellerini oluşturuyor. Bir aile olgusu içinde olmak herkesin benimsemesini, herkesin başarı için çabalamasını beraberinde getiriyor.



Başarı ve İleriye Dönük Planlar

Ariş Pırlanta'nın gelecekteki başarısını güvence altına almak için kapsamlı bir strateji belirledik. Bu strateji, birbirini destekleyen temel hedef ve planlar üzerine kuruludur:

Uzun Vadeli İstikrar

Yıllık %15'lik organik büyüme hedefi ile istikrarlı finansal performans sağlamak. Mevcut pazar payımızı korumak ve yeni müşteri segmentlerine ulaşmak için hedefli pazarlama stratejileri uygulamak. Maliyet verimliliği ve sürdürülebilir iş modelleri geliştirmek.

Küresel Genişleme

Öncelikle Avrupa ve Orta Doğu pazarlarına odaklanarak uluslararası franchise anlaşmalarıyla büyümeyi hedefliyoruz. Her yeni pazarda yerel kültür ve trendleri anlayarak kişiselleştirilmiş ürün ve pazarlama stratejileri oluşturmak. Uluslararası lojistik ve tedarik zinciri yönetimini optimize etmek.

Sürdürülebilirlik ve Dijitalleşme

Üretim süreçlerimizde çevre dostu materyaller kullanarak karbon ayak izimizi azaltmak ve sürdürülebilir uygulamaları teşvik etmek. E-ticaret platformumuzu geliştirerek dijitalleşmeyi güçlendirmek ve müşteri deneyimini iyileştirmek için AR/VR teknolojilerini entegre etmek. Dijital pazarlama stratejilerini geliştirmek ve sosyal medyada etkin bir varlık göstermek.

Güçlü Ekip ve İnovasyon

Çalışanlarımızın yeteneklerini geliştirmek ve motivasyonlarını artırmak için eğitim programları ve kariyer gelişim fırsatları sunmak. Aile kültürümüzü koruyarak bağlılığı güçlendirmek. Müşteri geri bildirimlerine dayalı olarak yenilikçi ve trend belirleyici koleksiyonlar geliştirmek ve tasarım ekibine yatırım yapmak.

Zorluklar ve Kriz Anları

1	Bu başarı yolculuğunda yaşadığınız en büyük kriz anı hangisiydi? Nasıl başa çıktınız?
2	Kriz anlarında hangi kararlar kritik oldu? Hangi stratejiler başarınızı sürdürülebilir kılmanıza yardımcı oldu?
3	Kariyerinizde veya işinizde beklenmedik bir başarısızlık yaşadınız mı? Nasıl toparlandınız?

" Meslekte bulunduğum sürece kriz tabir edilen 6-7 dönem geçirdik. Bu dönemleri yaşamış ve hepsini geride bırakmış biri olarak kriz dönemlerinde dirençli olmak, yılmamak, değerlerden vazgeçmemek, her ne yaşanıyorsa geçeceğini bilerek hareket etmek ve buna yönelik çıkarımları yapmış olmak en büyük kazanımlardır. “Zorluk, kriz, kaos yaşanan her ne ise geçicidir” Bu gerçeği hiç unutmamak en önemli tavsiyemdir. "

İlham Verici Öyküler ve Deneyimler

Vehbi Koç

Vehbi Koç, güçlü vizyonu, ülkesine hizmet etme arzusu, inovasyon odaklı yaklaşımı, yüksek motivasyonu, hakkaniyet duygusu ve iz bırakan çalışmalarıyla ilham verici bir isimdir. Özellikle bulunduğu dönemin ötesini görebilme yeteneği, yöneticilik becerisi, sorumluluk bilinci ve ülkesinin kalkınma yolculuğuna yaptığı ekonomik, sosyal ve kültürel katkılarla öne çıkar.

Nejat Eczacıbaşı

Nejat Eczacıbaşı, sosyal girişimleri, sanata ve spora olan yakınlığı ve bu alanlardaki iz bırakan çalışmalarıyla ilham verici bir liderdir. İstanbul Kültür Sanat Vakfı'nın kurulması ve 70'li yıllarda İstanbul'a kazandırılan İstanbul Festivali gibi hem iş, hem sosyal hem de sanat hayatına yaptığı katkılar, onu unutulmaz bir isim haline getirmiştir.

Öğrenilen Dersler ve Tavsiyeler

1 En İyiyi Hedefleyin

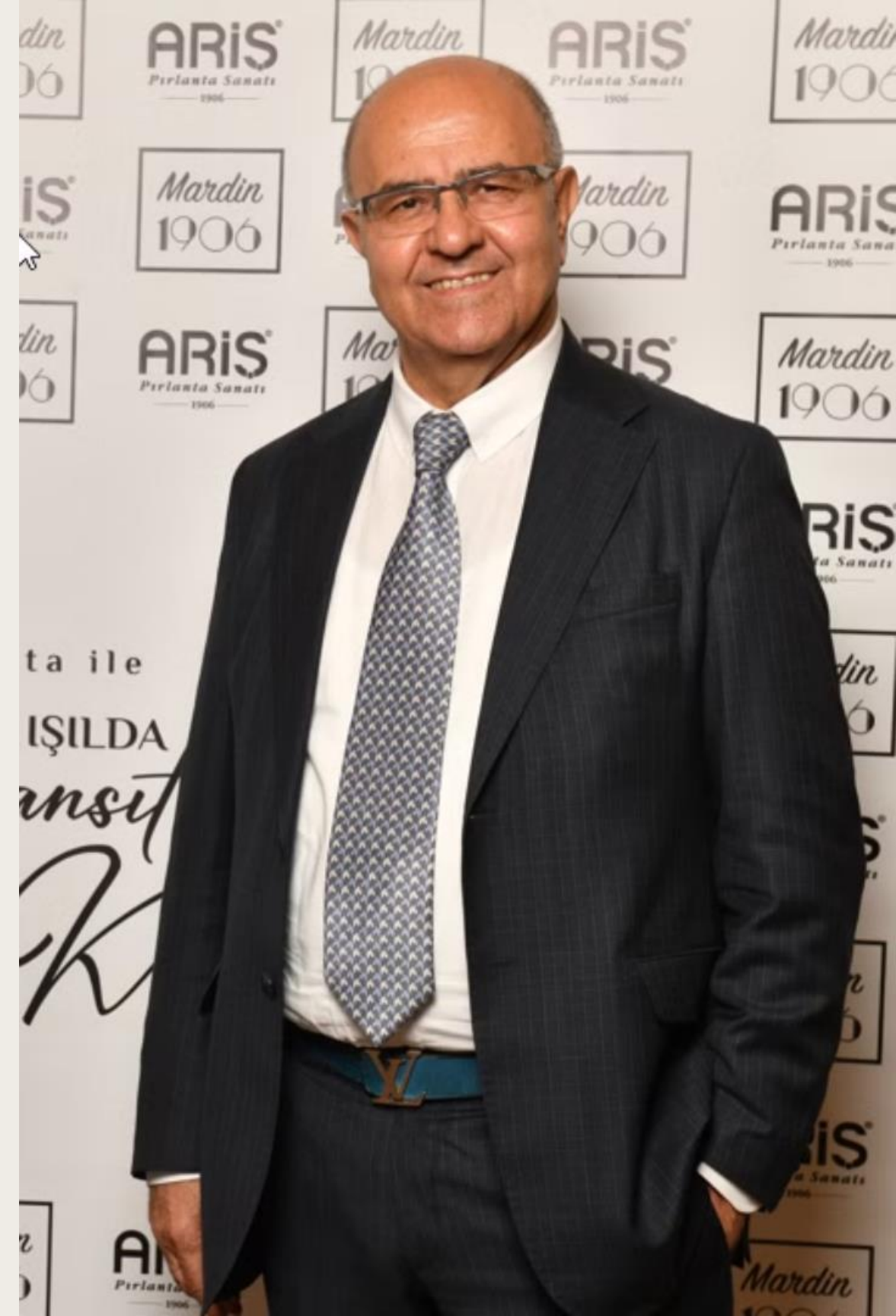
Herhangi bir işte veya sektörde, daima en iyiyi hedeflemek önemlidir. En iyiye ulaşma yolunda dürüstlükten ve kaliteden uzaklaşmamalıdır.

2 Gelişmeleri Takip Edin

Sektörünüz, ürün ve hizmetlerinizle ilgili gelişmeleri takip etmek, aynı zamanda alanınızda önemli uzmanların konuşmalarını ve eserlerini takip etmek, başarıya ulaşmak için olmazsa olmazdır.

3 Ağ Oluşturun

Sektörünüzle ilgili dernek, birlik, vakıf gibi kuruluşlara üye olmak, bilgi paylaşımı ve işbirliği için önemli bir fırsattır.



Gelecek Hedefleri ve Vizyon

Global Büyüme

Ariş Pırlanta'nın global bir marka haline gelmesi hedefleniyor. Bu doğrultuda Avrupa ve ABD pazarlarında büyüme planları yapılıyor.

Toplumsal Sorumluluk

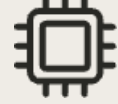
Başarıya ulaşmak sadece kişisel çabalarla değil, toplumun ve çevrenin etkisiyle de mümkün. Toplumsal sorumluluklar, iş hayatının her aşamasında ön planda tutuluyor.

Sürdürülebilir Başarı İçin Adımlar



Uluslararası Büyüme

Yeni pazarlara açılmak ve global bir marka olmak için çalışmalar devam ediyor.



Dijitalleşme ve Teknolojiye Yatırım

Teknolojiyi kullanarak müşteri deneyimini geliştirmek ve iş süreçlerini optimize etmek hedefleniyor.



Sürdürülebilirlik ve Çevre Dostu Yaklaşım

Çevre dostu uygulamalar ve sürdürülebilirlik prensipleri benimsenerek gelecek nesillere daha iyi bir dünya bırakmak hedefleniyor.



Mağazalaşma

Müşterilere daha iyi hizmet sunmak ve marka bilinirliğini artırmak için yeni mağazalar açılıyor.



Özgün ve İnovatif Koleksiyonlar

Müşteri beklentilerini karşılayan ve trendleri takip eden özgün koleksiyonlar tasarlanıyor.



Başarı: Bir Süreç Olarak

1

Başarı, sadece bir hedef değil, sürekli gelişmeyi, değer yaratmayı ve çaba göstermeyi içeren dinamik bir süreçtir.

2

Süreç odaklı başarı, koşullara göre aksiyon alma becerisinin gelişmesini, disiplinin sonucunda elde edilen tatmin duygusunu ve sürekli öğrenmeyi beraberinde getirir.

3

Başarı, bir yolculuk gibidir. Bu yolculukta sürekli öğrenmek, gelişmek ve yeni hedefler belirlemek önemlidir.

İlham Verici Mesaj

İyilik

Başkalarına iyilik yapmak, hem onların hem de sizin iyiliğinizi sağlar.

Doğruluk

Doğru yolda yürümek, uzun vadeli başarı için önemlidir.

Çalışmak

Çalışmanın karşılığı, başarı ve tatmin duygusudur.

Bilgi

Bilgi, gücü ve geleceği şekillendirir.

Sevgi ve Birlik

Sevgi ve birlik, huzurlu ve mutlu bir yaşam için olmazsa olmazdır.

Başarıya Ulaşmak İçin

Hedef Belirleyin

Başarıya ulaşmak için net hedefler belirlemek ve bu hedeflere ulaşmak için planlar yapmak önemlidir.

Çalışın

Başarı, çaba ve disiplin gerektirir. Hedeflerinize ulaşmak için sürekli olarak çalışmanız ve kendinizi geliştirmeniz gerekir.

Öğrenin

Yeni bilgiler öğrenmek, becerilerinizi geliştirmek ve kendinizi sürekli olarak yenilemek, başarıya ulaşmak için olmazsa olmazdır.

İnanın

Kendinize ve hedeflerinize inanın. Başarıya ulaşabileceğinize inanmak, sizi motive edecek ve zorluklarla başa çıkmanıza yardımcı olacaktır.

Başarı Hikayenizi Paylaşın

1

İlham Verin

Başarı hikayenizi paylaşarak başkalarına ilham verebilir ve onların da hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olabilirsiniz.

2

Motive Edin

Başarı hikayeniz, başkalarını motive edebilir ve onların da hayallerini gerçekleştirmelerine ilham verebilir.

3

Paylaşın

Başarı hikayenizi paylaşmak, başkalarına umut ve ilham verebilir ve onların da zorluklarla başa çıkmalarına yardımcı olabilir.

" Başarı, bir hedef değil, bir süreçtir. Bu süreçte sürekli öğrenmek, gelişmek ve yeni hedefler belirlemek önemlidir. Başarı hikayenizi paylaşarak başkalarına ilham verebilir ve onların da hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olabilirsiniz. "

ARİS®
— 1906 —