

# IPHONE GÖÇÜ BAŞLIYOR (MU)?

Son dönemlerde Apple Türkiye özellikle iPhone fiyatlarına zam üstüne zam yapıyor. Bu yıl yaptığı üçüncü zam tüketicinin gözünde bardağı taşıran son damla oldu.

**A**pple ve özellikle iPhone kullananların son günlerde çok mutsuz olduğunu görüyorum. Bunun en büyük nedeni telefon fiyatlarındaki strateji. Apple Türkiye özellikle telefon satışlarında tok satıcı imajına sahip, bu imaj bu yıl astronomik fiyatlarla daha da pekişti.

## PARASI OLMAYANA GELME – Mİ-?

iPhone'nun çok fanatığı var, yeni bir model çıktığında hemen onu alan binlerce insan vardı. Var-dı- diyorum çünkü marka son dönemlerde bu özelliğini fiyat politikası yüzünden yitirmeye başladı. Öylesine çılgınca zamlar yapıyor ki Apple Türkiye adeta tüketiciye "parası olmayan gelmesin" diyor.

Son zamlarla beraber bir iPhone 14 almak için ciddi bir para harcamak lazım. 14 Plus başlangıç fiyatı 46.999 TL, 14 Pro başlangıç fiyatı 54.999 TL, 14 Pro-Max'ın ise başlangıç fiyatı 58.999 TL oldu. Bunlar sadece başlangıç fiyatı. Üstüne ek hafıza almak istediğinizde fiyat daha da artıyor. 14 Po-Max'ın en yüksek fiyatı 76 bin lirayı buluyor. Bu yaklaşık dokuz asgari ücret ediyor. Gırgır değil, asgari ücretle çalışan bir gencin bu telefonu almak için yemeden içmeden dokuz ay boyunca maaşını kenara koyması lazım. Bu insan dokuz ay sonra yine bir zam gelmezse (ki kesin zam gelecektir) ancak bu telefonu satın alabilecek. Taksitle alsın diyeceksiniz, diğer tüm marka telefonlarını taksitle satın alma imkanı var ama iPhone'da öyle bir şey yok. Arada belki bir satıcı nakit akışını ayarlayıp belirli sayıda telefon için taksit kampanyası yapacak ki tüketiciye taksitle alma fırsatı doğsun. Yani işin özeti para yoksa iPhone'da yok! Diyeceksiniz ki düşük modelleri satın alsınlar onlar daha ucuz. Unutmamak gerekir ki Türkiye'de tüketici özellikle en yeni ve en üst modele özel ilgi duyar.

Dövizde yaşanan yükselme karşısında yurt dışından gelen tüm ürünlerde benzer bir sorun var. Yani fiyatlar yüksek mesela IKEA'da da benzer bir sorun var, fiyatları piyasaya göre çok yüksek

kalıyor ama IKEA en azından fiyat belirleme stratejisini uygularken arada bazı ayarlar yapıyor. Yabancı otomobillerin de fiyatları arttı ama markalar kredi kampanyaları yapıyor. Yani az ama çok tüketiciye bir şeyler sunuyor.

## TOK SATICI STRATEJİSİ Mİ?

Apple Türkiye 2023 yılında iPhone satışında Tahtakale deyimli ile tok satıcıyı oynuyor. Bu bilinçli bir strateji mi yoksa şartlar gereği mi belli değil. Yani yurt dışı bir fiyat kotası mı koyuyor da Apple Türkiye bu zamları yapıyor, çip sorunu yüzünden az sayıda ürün var ve bu nedenle bilinçli bir satış azaltma stratejisi mi uygulanıyor yoksa bu bir pazarlama stratejisi mi? Yani iPhone artık bir pazarlama stratejisi ile bir Cadillac mi olmak istiyor? Herke-

sın elinde değil de seçilmişlerin yani ekonomik statüsü yüksek olan insanların mı elinde iPhone olsun isteniyor? Tepede ne dönüyor bilmiyorum ama şu an bile bu telefon markası belirli ekonomik seviyede olan insanların kapsamına girdi bile.

## TÜRKİYE PAZARINI KAYBEDEBİLİR

Sen sürekli zam yaparsan, rakip telefonlarla arandaki fiyat farkını arttırırsan, tüketiciye taksit ve benzeri kampanya kolaylıkları yapmazsan ciddi bir pazar kaybı yaşarsın. 'Bana ne ben özel bir markayım' diyorsan bir şey diyemem ama Türkiye gibi genç ve cep telefonu kullanımının çok yüksek olduğu bir pazarda tüketiciye



yüksek fiyatlarla meydan okursan o tüketici de seni bırakır.

Türkiye'de insanlar daha eskimeden cep telefonlarını değiştiriyorlar, bu Avrupa'da yok. Bizim toplumumuz tüketime meraklı ve en önemlisi marka sadakatine sahip bir toplum. Cep telefonu piyasasına bir sürü marka girmek istedi ama başarılı olamadı. Bunun en somut örneği Oppo. Çok ciddi reklam kampanyaları ile girdi Türk pazarına ama tüketici sevdiği markaları terk etmedi. Ama şu an durum farklı.

## Gençler gitmeye başladı bile

**T**elefon pazarında markaların rekabeti yeni oyuncuların da bastırması ile artıyor. Bu rekabette son dönemlerde Reeder, Poco, Vivo gibi markalar da bastırmaya çalıştı. Samsung,

iPhone'un kalitesini yakalayan hatta zorlayan modeller geliştirmeye başladı. Belki iPhone "ben başkayım" diyecek ama tüketicinin

hem maddi hem de manevi sabrı tükendi. Çevremde onlarca insan artık "artık iPhone'u bırakacağım" demeye başladı. Bunu son aylarda çok duymaya başladım. Bir iPhone meraklısı olarak bende aynı şeyi düşünmeye başladım. 'Sanırım başka markaya geçmem lazım' geçenlerde arkadaşlarla bu konuyu konuşurken. Burada en sıkıntılı tüketici grubu gençler. Gençler kolay vazgeçer. Farklı markalara göçe başladılar bile. Bu göç önümüzdeki aylarda ve hatta 2024 yılında hızlanacak.

Apple Türkiye eğer Türkiye'deki iPhone stratejisini değiştirmezse çok ciddi bir pazar kaybedecek. Çünkü iş artık çığırından çıktı. Belki marka sadakatine güveniyorlar ama unutulmalı ki fazla naz aşık uyandırır.

