



vodafone

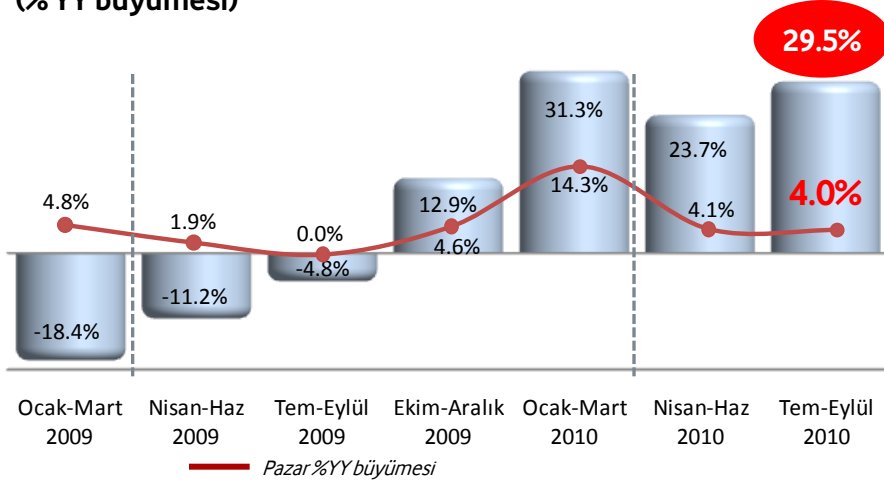
Vodafone Türkiye'nin sürdürülebilir büyüme programı

2 yıllık iş değerlendirmesi

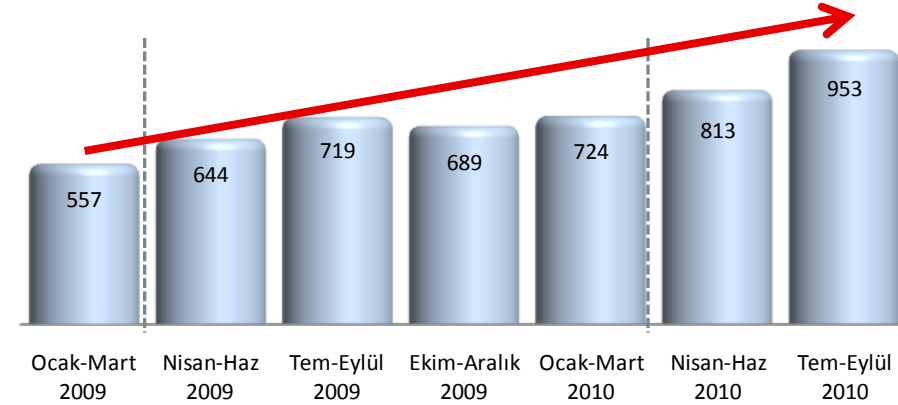


Eylül '10: Türkiye pazarı ve Vodafone Avrupa'daki en hızlı gelir artışı

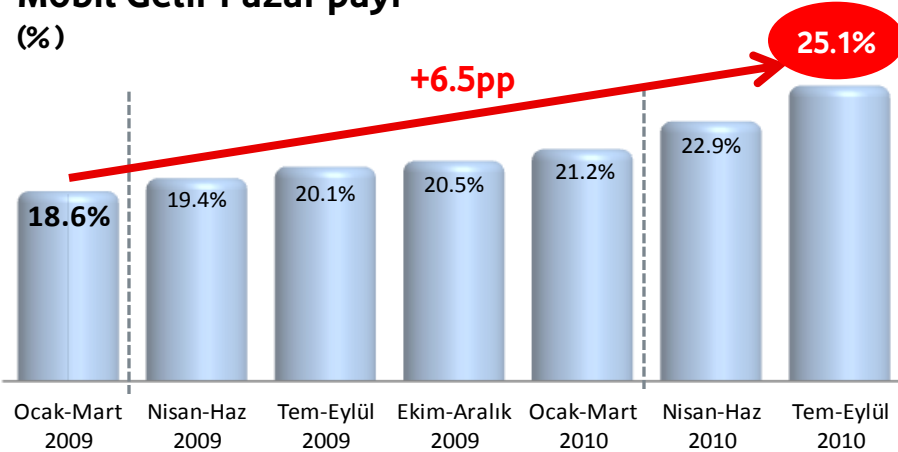
Vodafone ve Pazar Gelir büyümesi (% YY büyümesi)



Toplam Gelir (m TL)



Mobil Gelir Pazar payı* (%)



- Türkiye Pazarında büyüyen tek operatör
- Vodafone Avrupa'nın en hızlı büyüyen Vodafone operatörü
- Ocak-Mart '09'dan son çeyreğe kuvvetli ölçek büyümesi ve rekor gelir

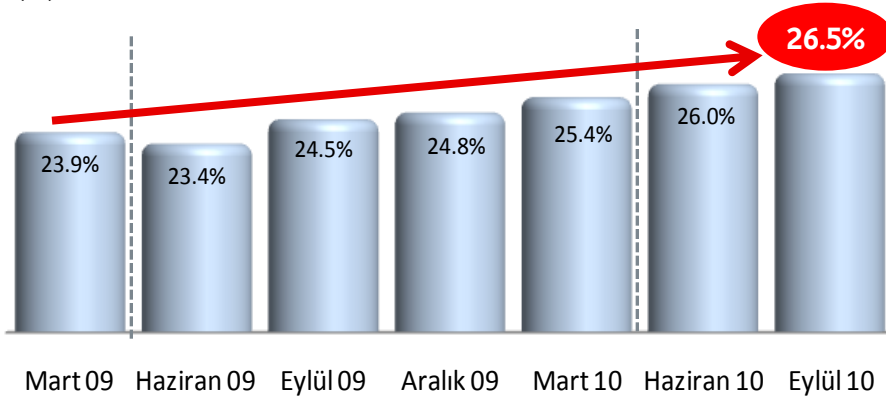
* Pazar payları operatörlerin sonuçları dikkate alınarak hesaplanmıştır.

- Aksı belirtilmediği sürece tüm Vodafone büyüme figürleri organiktir; ör Borusan Telekom sonuçlarını içermemektedir.



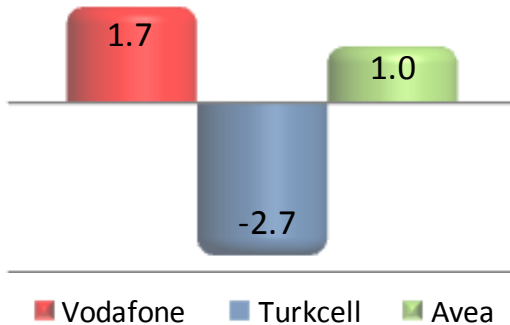
Büyüyen abone pazar payı

Abone pazar payı* (%)



- 16.5 m toplam abone bazı: Son çeyrekte +0.4m ve yıldan yıla +0.8m büyüme
- Abone Tavsiye Oranı'nda liderlik: Müşteri memnuniyeti odaklı plan

MNT net (Kasım '08'den Eylül '10 sonuna) (m abone)



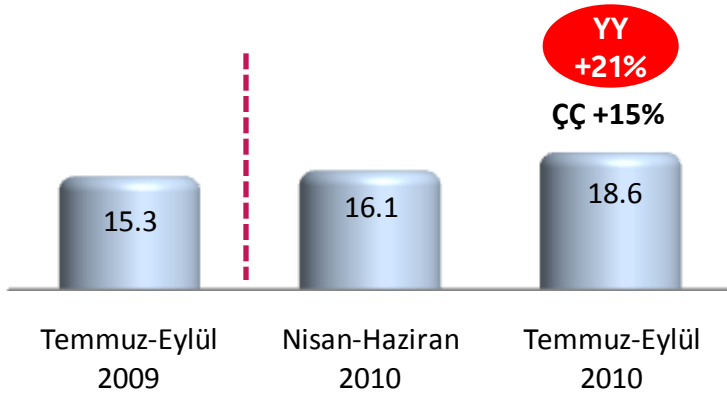
- Mobil Numara Taşıma'da süren liderlik: Lansmandan bu yana +1.7m net alım

* Pazar payları operatörlerin sonuçları dikkate alınarak hesaplanmıştır.

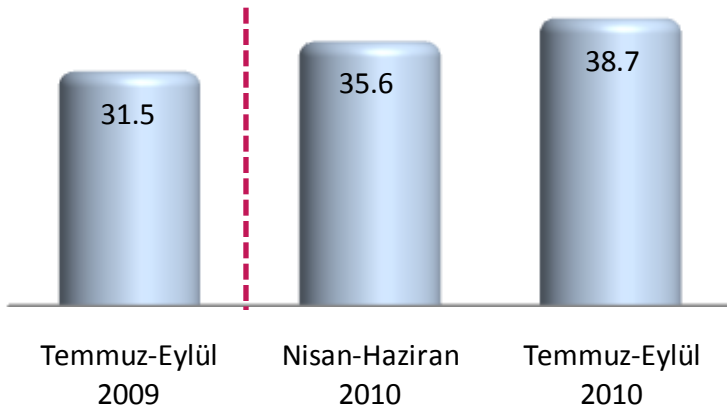


Tüm zamanlardaki en yüksek ARPU

Bileşik ARPU* (TL)



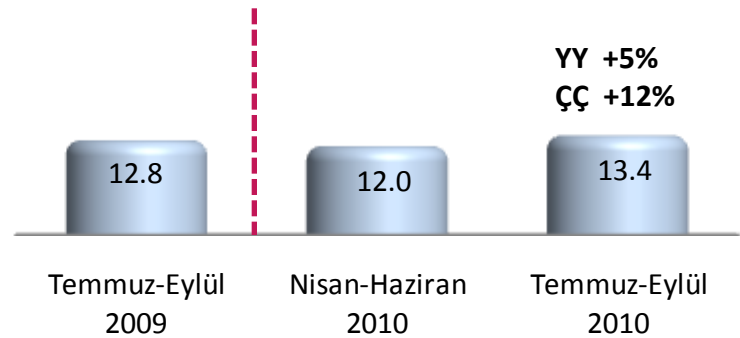
Faturalı ARPU* (TL)



* Mobil ARPU

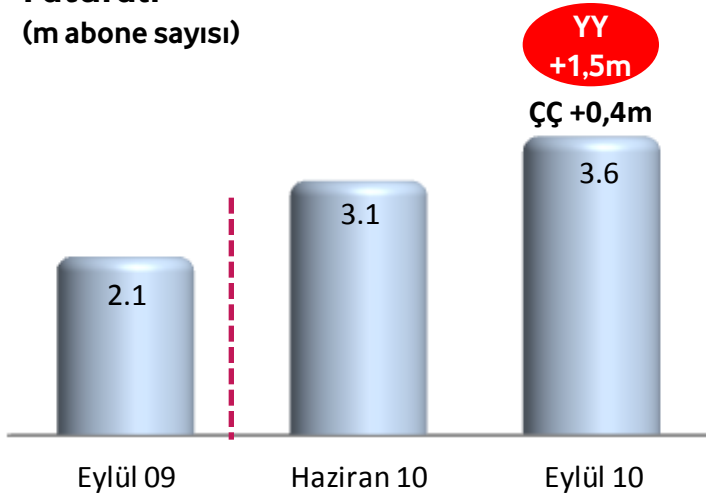
- Abone dağılımında iyileşme
- Stratejik segmentlere odaklanma
- Aktif abone sayısında artış (tüm zamanların en yüksek değeri)
- Hesaplı ve rasyonel fiyatlandırma

Ön ödemeli ARPU* (TL)



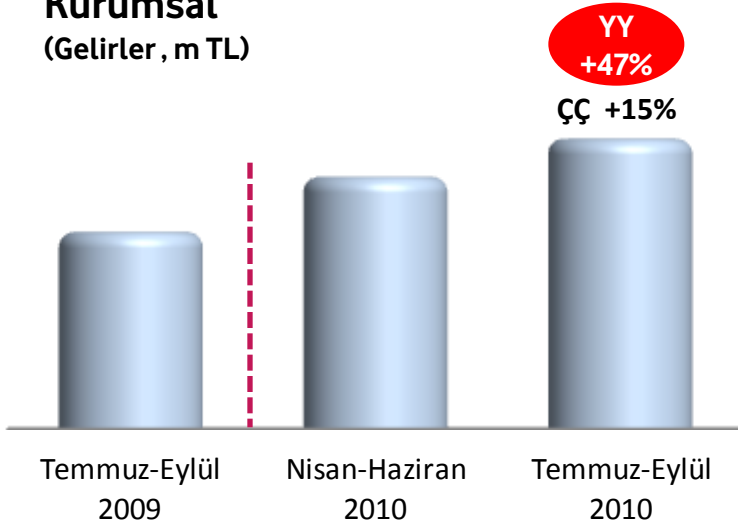
Stratejik segmentlerde ivme

Faturalı (m abone sayısı)



- Faturalı tarife portföyünün güçlenmesi

Kurumsal (Gelirler , m TL)



- Borusan Telekom entegrasyonundan güç alan kurumsal büyüme

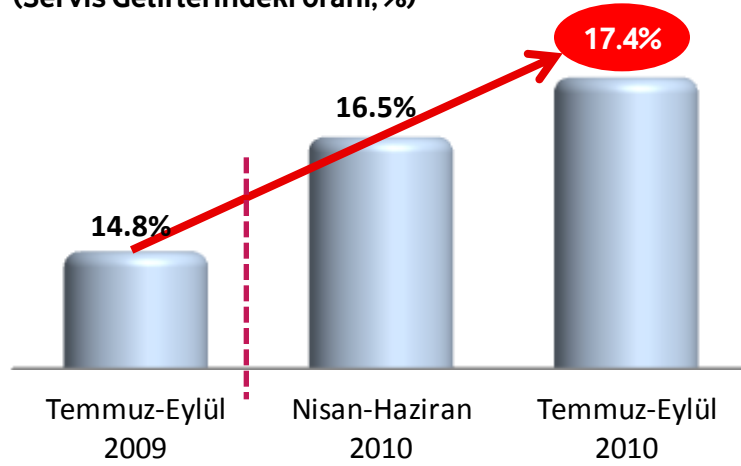
Aksi belirtilmediği sürece tüm Vodafone büyüme figürleri organiktir; ör Borusan Telekom sonuçlarını içermemektedir.



Data'da önemli ivme

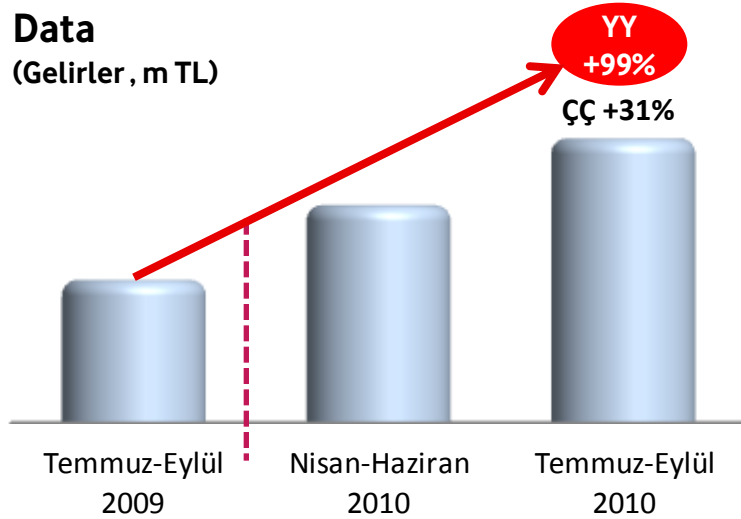
Ses Dışı*

(Servis Gelirlerindeki oranı, %)



Data

(Gelirler, m TL)



- “Herkes için Mobil Internet”
 - 3G kapsama yatırımı
 - Hesaplı data tarifeleri (Mobil CepNet, Vodemnet)
 - Vodafone markalı akıllı cihazlar

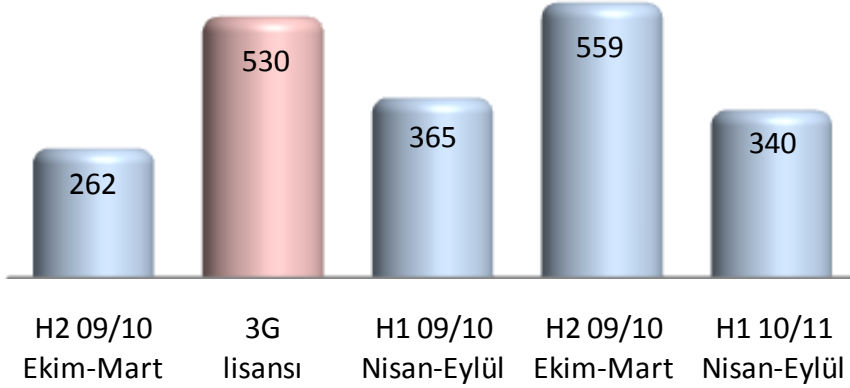
* Ses Dışı SMS, MMS ve Data gelirlerini içermektedir

Aksi belirtilmediği sürece tüm Vodafone büyüme figürleri organiktir; örneğin Borusan Telekom sonuçlarını içermemektedir.



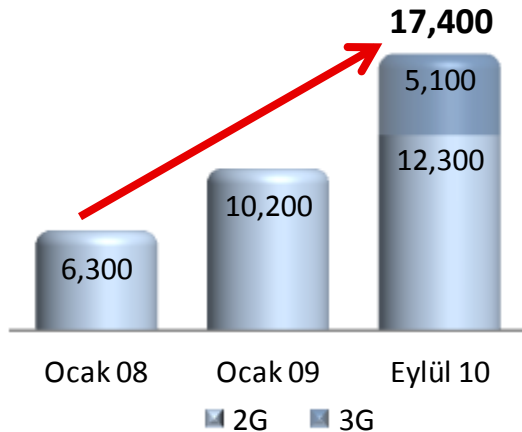
Büyüme için sürdürmek için yatırımlara devam

Yatırım giderleri (m TL)



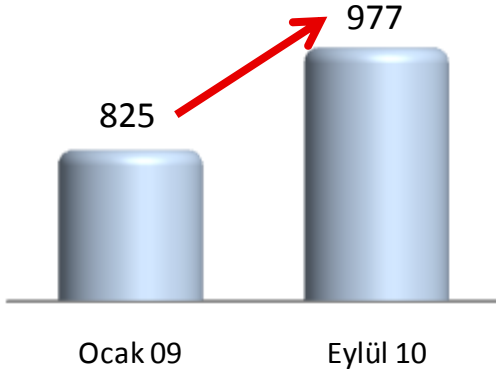
- Son çeyrek dönemde mobil pazardaki en yüksek yatırım
- Son iki yılda **2.1 Milyar TL** yatırım
- Satın almadan bu yana 10.2 Milyar TL yatırım

Baz istasyonları (#)



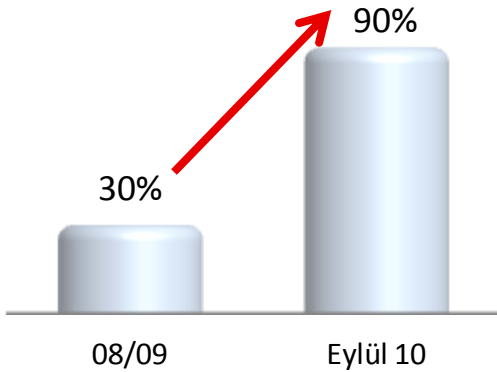
Satış ve dağıtım kanallarımızın yeniden yapılandırması

Vodafone mağazaları (#)

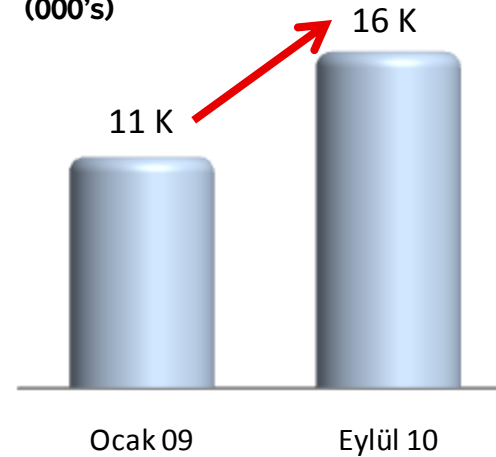


- Önemli noktalarda 117'den fazla mağaza
- 450 mağazada yer değişikliği
- Yeni bölgesel dağıtım yapısı
- Kırmızı giydirme (9,500 mağaza)

Ürün erişilebilirlik oranı* (%)



Ortak altbodyiiler (000's)

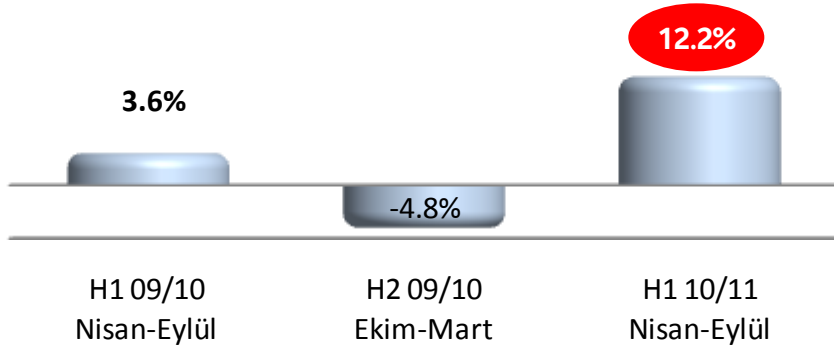


* Kaynak: GfK ve şirketçi hesaplama



Ciro artışı ve maliyet kontrolü ile dörde katlanan FAVÖK

FAVÖK Marjı (%)



- EBITDA geçen yılın aynı dönemdeki 49.3m TL'den 217.6 m TL'ye yükseldi
- Ölçekten sağlanan fayda
- Maliyet Etkinliği programı ("STOPEX")



Vodafone Türkiye: İstikrarlı Pazar payı artışı ve karlılığa geçiş

- **Müşteri memnuniyeti odaklı stratejik program ile son 6 çeyrekte gelir Pazar payında +6.5 puanlık artış**
- **En hızlı servis gelir artışı +29,5%** ile Pazar ortalamasının üzerinde performans
- **Müşteri Tavsiye Skorunda bir numara**
- Numara taşımadaki liderlikle **artan abone sayısı**
- Stratejik segmentlerde ivme: **faturalı ve kurumsal**
- **Data büyümesi:** Mobil internet ve genişbant +99%
- **ARPU** (abone başına düşen ortalama gelir) **artışı +21%**
- Şebeke, satış kanalları ve markaya yapılan **güçlü yatırımların devamı**
- Yarı yıl **FAVÖK** bir önceki yıla göre **4 katına çıktı**

