

Dijital Dünyanın Kurumlarına Özel Dergi

DIGITAL COMPANIES

FAST COMPANY

Şubat/Mart 2024

*Yeni
dönemde* **DIJİTAL
DÖNÜŞÜM**

FARK YARATAN STRATEJİLER

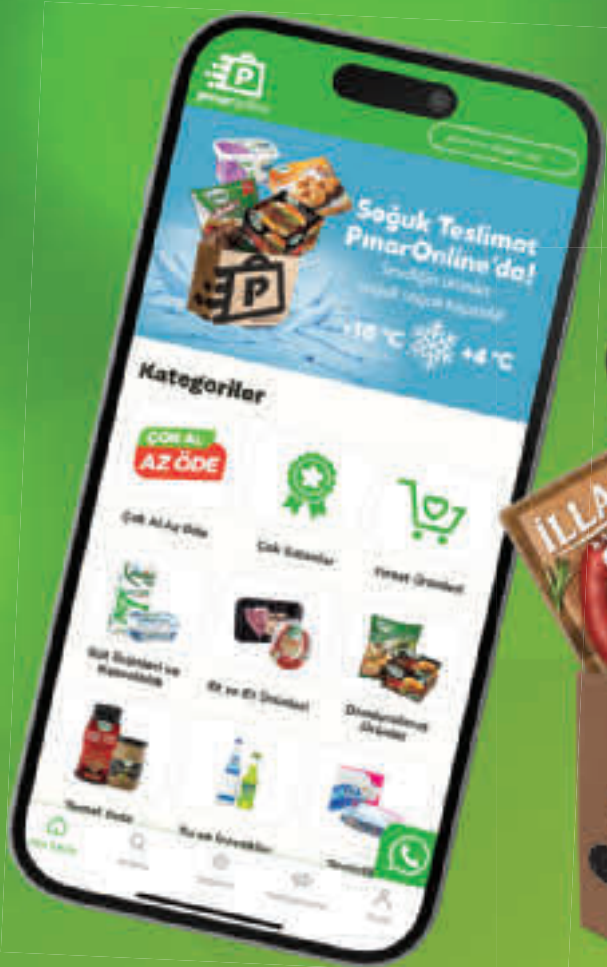
Yapay zeka başta olmak üzere yeni teknolojilerin yükselişe geçtiği dönemde Türkiye'nin önde gelen şirket liderlerinden başarı örnekleri ve 2024 yılı planları...



Sevdiğin Pınar ürünleri ve dahası aynı gün kapında

İLK SİPARİŞE
150 TL HEDİYE!

KUPON KODU
PINAR150*



Şimdi indir,
alışverişe başla.



BudyBoo



QR'ı Okut,
Eğlencenin Kapısını Arala!



YAYINCI

FAST DERGİ YAYINCILIK AŞ

PUBLISHER(SORUMLU, TÜZEL KİŞİ TEMSİLCİSİ)
M. RAUF ATEŞ
rates@fastcompany.com.tr**GENEL YAYIN YÖNETMENİ**TALAT YEŞİLOĞLU
tyesil@fastcompany.com.tr**YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ**MEHTAP DEMİR
mdemir@fastcompany.com.tr**DANIŞMA KURULU**AGAH UĞUR, CEM BOYNER, CEM GARİH,
FUAT ERBİL, HAMDİ ULUKAYA,
HÜSNÜ ÖZYEGİN, İHSAN ELGİN, KEREM SABANCI
KAMIŞLI, LEVENT ERDEN, MUSTAFA TAVİLOĞLU,
NEVZAT AYDIN, PELİN AKIN ÖZALP**EDİTÖRLER**İPEK KOŞAN
ikosan@fastcompany.com.tr

GÜLDENİZ AYRAL

gayral@fastcompany.com.tr

FOTOĞRAF

HÜSEYİN ALSANCAK

SAYFA TASARIM

HANDE MUMCUOĞLU

MARKA VE PROJE MÜDÜRÜ:BURCU BİTLİS
burcubitlis@fastcompany.com.tr**REKLAM BAŞKANI**ÖZLEM ATEŞ
ozlem@fastcompany.com.tr**REKLAM SORUMLUSU**BURCU TÜRK
burcu@fastcompany.com.tr

TELEFON

0541 783 9560, 0216 332 3032

DAĞITIM VE ABONE

TELEFON

0216 784 77 25

ogokbulut@fastcompany.com.tr

abone@fastcompany.com.tr

YÖNETİM ADRESİÇENGELKÖY MAHALLESİ,
KALDIRIMLAR CADDESİ
BEYAZKÖŞKLER SOKAK, 2/1
ÜSKÜDAR/ İSTANBUL
EMAIL: Info@fastcompany.com.tr**DAĞITIM**TÜRKAZ DAĞITIM PAZARLAMA AŞ
YAYIN TÜRÜ: ULUSAL, SÜRELİ, 2 AYDA
BİR YAYINLANIR**BASKI**BİLNET MATBAACILIK VE YAYINCILIK AŞ
Y. DUDULLU ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ, 1. CADDE,
NO: 16
ÜMRANİYE, 42716, İSTANBUL
TELEFON: 0216 444 4403©FAST COMPANY DERGİSİ, TÜRKİYE'DE FAST DERGİ
YAYINCILIK AŞ TARAFINDAN TÜRKİYE CUMHURİYETİ
YASALARINA UYGUN ŞEKİLDE YAYINLANMAKTADIR.
FAST COMPANY'NİN İSİM HAKKI ABD'DE MANSUETO
VENTURES'A, TÜRKİYE'DE FAST DERGİ YAYINCILIK
AŞ'YE AİTTİR. DERGİDE YAYINLANAN YAZI, TABLO,
FOTOĞRAF VE GÖRSELLERİN HER HAKKI SAKLIDIR.
İZİNSİZ, KAYNAK GÖSTERİLMEYEN YAYINLANAMAZ.

editör

Teknoloji şirketine dönüşmek!

Geçmiş sayılarımızda “her şirket, teknoloji şirketine” dönüşüyor konulu bir araştırma yayınlamıştık. Son bir yılda bu yaklaşımın yayıldığına tanıklık ediyoruz. Yakın zamanda gerçekleştirdiğimiz ve Fast Company’de yer verdiğimiz liderler buluşmasında da bu konudaki stratejileri dinlemiştik.

Digital Companies özel dergisinin bu sayısında da “teknoloji şirketine dönüşme” stratejisinin izlerini göreceksiniz. Şirketler, sadece cihaz ve yazılım almayı değil, daha kapsamlı bir vizyonu kendileri için benimsemeyi tercih ediyorlar. İlerleyen sayfalardaki lider röportajlarına bu açıdan bakmanızı da öneririz.

Geçen yıllarda olduğu gibi Digital Companies dergisine ilgi büyük oldu. Katılan bütün şirketlere teşekkür ediyoruz.

Bir sonraki özel dergimiz Customer Centric olacak. Orada da müşteri odaklı şirketlerin öykülerine yer vereceğiz.

Yeni sayıda görüşmek üzere.

Saygılarımızla...

içindekiler

6	Dr. Mark Van Rijmenan	84	Lastik Borsası
8	Arçelik	86	Pınar Online
12	CarrefourSA	88	Siemens Türkiye
16	Colendi	92	Kariyer.net
18	Yaşar Holding	94	Bozankaya
22	Esas Gayrimenkul	98	Masraff
26	iyzico	100	Yemeksepeti
30	Doğuş Teknoloji	102	Sas Türkiye
34	Flo	104	Zip Türkiye
38	Petrolig Games	106	Payporter
40	Belbim	108	iLab
44	KoçZer	110	arabam.com
48	Mediamarkt	112	Keyo Dijital
52	Sigortam.net	114	Adin.Ai
56	Diğer Lojistik	116	Prometeon
60	DT Cloud	118	Webhelp
64	Octet	120	Procat
68	Enqura	122	TechSign
72	Odine	124	Easycep
76	Gaia Ajans	126	CovenLabs
80	Pluxee	128	Sanko
82	Sipay	130	Kolawole Samuel Adebayo



Türkiye

Yenilenmiş

Elektronik Ürünleri

Çok Sevdi!

50

Technology Fast 50
2023 TÜRKİYE WINNER
Deloitte

TÜRKİYE'NİN EN HIZLI BÜYÜYEN
3.TEKNOLOJİ ŞİRKETİ



SEKTÖRÜN EN ÇOK
BİLİLEN MARKASI

SIA INSIGHT MARKA BİLİNLİLİK
ARAŞTIRMASI SONUCU, MAYIS 2023



ISTANBUL
MARKETING
AWARDS

SATIŞTA DÖNGÜSEL
EKONOMİ ÖDÜLÜ

easycep.com

EASYCEP

“Dijitali DNA’ya yerleştirme zamanı”

Dr. Mark van Rijmenam, dünyanın önde gelen dijital liderlerinden... Stratejist ve gelecek bilimci olarak çok sayıda şirkete danışmanlık yapıyor. Rijmenam, yeni bir döneme girildiğini, dijitalde iş yapmanın, 'dijital şirket' yaratma anlamına gelmediğini söylüyor. “Artık dijitali DNA’ya yerleştirme zamanı” diye konuşuyor.

Şirketler artık sadece dijitalde iş yapmakla kalmayıp kendileri de dijital olmak zorunda, bu da dijitalin şirketin DNA’sında olması gerektiği anlamına geliyor. Her unsur, her müşteri temas noktası ve her çalışan eylemi, bu süreçleri iyileştirmek üzere analiz edilip kullanılacak verilerle sonuçlanmalıdır.

İlk olarak ve çoğu kez (kabaca zamanın yüzde 75’inde), dijitalleşme, kısa vadede iyileştirmeler sağlayan mevcut süreçleri optimize etmekle (artımlı yenilik) ilgilidir. Bu iyileştirmeler, temel olarak şirketin maliyet tarafında görülecektir. Ancak, birçok durumda, bu iyileştirmelerin, mesela müşteri memnuniyeti artacağı için ciro açısından olumlu bir etkisi de olabilir.

Artımlı yenilik, neredeyse her zaman şirketin operasyonel tarafından beslenir; bu operasyonel tarafta, kişi dahili ve dış müşterilerle sürekli operasyonel temas halindedir, yetersizliklerle karşı karşıya kalır ve sorunlar operasyonel “acıya” veya memnuniyetsizliğe yol açar.

Temel olarak şu örnekleri verebilir: Basit çağruları yanıtlamak için çağrı merkezinde sohbet robotu kullanmak, verimliliği artırmak için bir depoda otonom robotlar kullanmak veya siparişleri düzene koymak için verileri ve algoritmaları kullanmak.



DİJİTALIN İKİNCİ SEVİYESİ

Daha az oranda (zamanın %20’si) ve orta vadede, dönüşüm şirket içinde dikkati hak ediyor. Dönüşümle, mevcut veya yeni müşteri gruplarına yeni veya uyarlanmış ürünler ya da hizmetler sunmayı kastediyoruz.

Bu, çapraz satış ve müşteriye daha pahalı olanı almaya ikna amaçlı satış fırsatlarının yanı sıra, yeni ürünlerin pazara hızla girmesi için de fırsatlar sunar. Bu dönüşümün etkileri, temel olarak gelir tarafında görülüyor ve en nihayetinde müşteri portföyünü genişletip derinleştirecek.

Birçok durumda dönüşüm gücünü şirket bünyesindeki orta seviye yönetimden, örneğin satış veya pazarlama bölümünden alır. Kısa döngüler

CEO'lara 3 önerim

1 DENEME Dijital teknolojilerle deneyler yapmalıdır. Bunu kendileri de gerçekleştirebilir, ancak kesinlikle çalışanlarıyla hayata geçirmelisiniz.

2 BAŞARISIZLIKLAR Başarısızlıklar ve zaferler, tüm organizasyon içinde paylaşılmalıdır. Böylece herkes ders çıkarır ve aynı hatalar ikinci kez yapılmaz.

3 VERİ ORGANİZASYONU Şirketinizi, XYZ ürünü üreten bir veri organizasyonu olarak görün. Siz artık bir ürün veya hizmet şirketi değilsiniz, siz bir veri şirketisiniz. Salt böyle farklı bir bakış açısına sahip olmak ezberleri bozacaktır.



halinde deneme, öğrenme ve sınamaya buradaki kilit kavramlardır. Bazı örnekler arasında, yeni bölgelere hizmet etmek üzere bir web mağazası açmak, satışları artırmak için tavsiye algoritmaları kullanmak veya tedarik zinciri içinde blok zincir kullanmak sayılabilir.

MEYDAN OKUYAN ŞİRKETLER

Buna üçüncü seviye bölünme diyorum. Şirket, daha uzun vadede (Yüzde 5) işsiz kalıp kalmayacaklarını ve bunun nasıl olabileceğini merak ediyor. "Ya her şeye kendi rakibimiz olarak baştan başlarsak?" Yeni ürünler, hizmetler ve iş modelleri arayışında bütün kurallar ve paradigmalara meydan okunuyor. Dönüşümün etkileri köklüdür ve şirketin uzun vadede ayakta kalıp kalmayacağını belirler. Pazarda uzun vadede nasıl ilgili kalabiliriz?

Başarılı şirketler, yalnızca artımlı iyileştirmelerin (dijitalde iş yapma) uzun vadede yeterli olmadığını, o dönüşümsel değişikliklerin (dijital olma) de göz

önüne alınması gerektiğini anlıyor. Bu, tüm şirket mantalitesinde insanların dijital dönüşüm fırsatlarına açık olduğu ve bu fırsatları gördüğü bir değişim gerektirir. Yalnızca o zaman bir şirket "dijitalde iş yapmaz", kendisi dijital "olur".

ÜST YÖNETİMİN ROLÜ

Üst yönetimden destek gelmezse dijital dönüşüm başarısız olur. Dijital dönüşüm zaman alır, çoğunluk başlangıçta başarısız olur ve para kaybettirir. Çoğu kez, üst yönetim sabırsızdır ve uzun vadeli bakış açısı yoktur. Çalışanların işletmeyi dijitalle dönüştürürken desteklendiklerini hissetmeleri gerekir, yoksa dijital dönüşüm asla başarıyla sonuçlanmaz.

CEO'lara tavsiyem, dijital ve yapay zekaya kucak açmaları, zira 2030 geldiğinde iki tür şirket olacak: yapay zekayı kucaklayanlar ve artık var olmayanlar. Değişime kulak vermelerini öneririm.

Arçelik'in büyük dönüşümü

Arçelik, 53 ülkede, 31 üretim merkezi, 40 binden fazla çalışanı olan global bir şirket... **Şirketin Strateji ve Dijitalleşmeden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Utku Barış Pazar**, küresel büyüme yolculuğunda emin adımlarla ilerlerken dijitalleşme ve yapay zekaya yatırım yaparak, açık inovasyon yaklaşımıyla start-up ekosisteminde Arçelik'i global bir merkez haline getirmeyi hedeflediklerini söylüyor. Pazar, "2016'dan bu yana 750 proje gerçekleştirdik, her yıl bu sayıya yaklaşık 150 yeni proje ekliyoruz" diyor.

Bu sene ülkemiz için oldukça zor ve üzücü ana gündemlerin olduğu bir yıl oldu. Bununla beraber, ChatGPT ve Dall-E benzeri üretken yapay zekâ teknolojilerinin hız kazanmasıyla iş yapış biçimlerimizin değişmeye başladığına da şahit olduk.

Arçelik, 53 ülkede 82 iştiraki, 9 ülkede 31 üretim merkezi ve 40 binden fazla çalışanı ile faaliyet gösteriyor, hızla da büyümeye devam ediyoruz. Global süreçlerimizdeki dijitalleşme stratejimizi, müşterilerimize daha iyi ürün ve hizmetler sunmak, iş süreçlerimizi optimize etmek, sistemlerimizi geliştirmek ve çalışanlarımızın yetkinliklerini artırmak üzere dört alana odaklanmış durumdayız. 2016 yılından bugüne kadar global ölçekte yaklaşık 750 proje gerçekleştirdik ve her yıl bu sayıya yaklaşık 150 proje ekliyoruz.

2023 yılı, yapay zekâ destekli yedek parça tahminleme ve planlama gibi yan sanayii dijitalizasyonuna yönelik çalışmalar, tedarik zinciri izlenebilirliğine dair projeler ve e-ticaret altyapıları gibi alanlarda mevcut ihtiyaçları sistemsel ve süreçsel olarak karşıladığımız bir yıl oldu.



Ayrıca, fabrikalarımızda gerçekleştirdiğimiz uçtan uca dijital dönüşüm projeleri ile World Economic Forum (WEF) Lighthouse başvurularına da hazırlık yaptık.

TEKNOLOJİYE BÜYÜK YATIRIM

Bunların yanı sıra, yatırım yapmakta olduğumuz yeni nesil teknolojiler olan yapay zekâ, 5G ve bulut tabanlı ekosisteme geçiş anlamında da önemli gelişmeler kaydettik. Yapay zeka programımız kapsamında ortaya çıkan fikirleri en hızlı şekilde hayat geçirebilmek amacıyla Arçelik sistemlerine ve farklı yapay zeka modellerine entegre olabilen, hızla değişen yasal düzenlemelere uyum sağlayabilen ve iş birimlerimizin self servis chatbotlar oluşturabileceği AI platformunu devreye aldık.

Online taraftaki yeni projelerimiz

ÇOKLU KANAL HEDEFİ Arçelik'te dijital dönüşüm, 2016 yılında başlattığımız Arçelik Türkiye Omnichannel-Çoklu Kanal projesi ile başladı. Projeyi geliştirirken satıştan tedarik zincirine, e-ticaretten satış sonrası hizmetlere tüm süreçlerimizi gözden geçirerek, uzun dönemli bir stratejik yol haritası belirleyip hayata geçirdik.

E-TİCARETE ÖZEL SİSTEM E-ticaret kanalımızdan alınan siparişleri bayiye aktaran online sipariş atama sistemimiz (OSAS) sayesinde teslimat süreleri hızlandı ve müşteri deneyimi iyileştirildi. E-ticaretteki hacimlerimizi büyütme üzere bayilerimizi ana aktör yaptık, web satışlarımızda ürünlerin müşterilerimize Arçelik depoları yerine bayilerimizin depolarından göndererek teslimat hızımızı artırdık. Bu proje, Harvard Business School tarafından bir vaka çalışması haline getirildi.

MARS PLATFORMU İş ortaklarımız için online pazar yeri deneyimi sunan Mars platformu ile telefon, faks ve e-posta yoluyla yapılan manuel siparişleri dijitalleştirerek, sepet oluşturma, ödeme işlemleri, sipariş takibi gibi süreçleri kolaylaştırıyor, satış siparişlerinin daha hızlı yerine getirilmesini sağlıyor ve müşterilerin 7/24 kolayca erişebilecekleri bir kanal ile görünürlüğü artırıyoruz.

Ayrıca, Türkiye'nin ilk özel 5G ağını Çayırova fabrikamızda kurduk. Arçelik, Nokia ve Türk Telekom; Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın himayesinde, Cumhurbaşkanlığı Yatırım Ofisi, KOSGEB ve TÜBİTAK TÜSSİDE'nin desteği ile imalat sanayi teknoloji çözümleri oluşturmak için 5G@EndTech hızlandırma programını da hayata geçirdik. Bu program kapsamında bugüne kadar start-uplarla 13 pilot proje geliştirdik, şu anda bunlardan 4'ü devam etmekte.

Son olarak, yetkinliklerimizi geliştirmek amacıyla iş birlikleri kurmanın çağımızın temel gereksinimlerinden biri olduğuna inanıyoruz. Bu hedef doğrultusunda, Çayırova kampüsümüzdeki Garage Innovation Hub'da açık inovasyon kültürünü geliştirmeye katkıda bulunarak, şirket içi ve dışı paydaşlarımızla birlikte projeler geliştirmeye devam ediyoruz. Kurum-startup iş birliklerinde iyi uygulamaları yaygınlaştırmak amacıyla 1,5 yıl önce kurduğumuz Here2Next platformunda kısa sürede 30 güçlü kuruma ulaştık.

Üniversitelerle iş birlikleri gerçekleştirerek, Horizon Europe gibi fon destekli Ar-Ge projelerini hayata geçiriyoruz. Bu kapsamda geçtiğimiz günlerde Dijital Avrupa fon programı kapsamında Dijital Ürün Pasaportu konusunda bu programdan fonlama onayı alan ilk Türk şirketi olduk.

YAPAY ZEKA STRATEJİMİZ

Goldman Sachs, Üretken Yapay Zekânın etkisiyle önümüzdeki 10 yıl içinde şirketlerin kârını yüzde 30 oranında artıracığını öngörüyor. Şirketimizin de yapay zekâ konusunda hali hazırda uzun zamandır süren çalışmaları vardı. 2023 yılında ChatGPT ile üretken yapay zekânın da yükselişe geçişiyle bu alandaki çalışmalarımızı hızlandırdık ve şirketimizin beş önceliğinden biri olarak belirledik. Hedefimiz, yapay

zekâ teknolojilerini tüm ekosistemimizin en iyi şekilde kullanabilmesini sağlamak.

Yapay zekâ stratejimizi üç başlıkta toplayabiliriz: Farkındalık, Yetkinlik ve Ürünler. Bu doğrultuda, 2023 yılı başında büyük bir farkındalık programı başlattık. Çalışanlarımıza, bayilerimize ve yetkili servislerimize "Yaratıcı Yapay Zekâ 101" eğitimlerimizi veriyoruz. Tüm şirketi bu konudaki geliştirmeler hakkında güncel tutabilmek adına, farklı ürünler ve projeler ile ilgili bilgilendirmelerin yapıldığı bir portalımız da var.

YAPAY ZEKA TEMSİLCİLERİ

Yapay Zekâ alanındaki yetkinliklerimizi maksimize etmek amacıyla ise çalışmalar yapmak üzere her departmandan çalışma arkadaşlarımızın katılımıyla 140'tan fazla temsilci atadık. Yapay Zekâ Temsilcileri ileri seviye yapay zekâ eğitimleri alıyor ve kendi departmanlarında yapay zekâ kullanımını arttırmak üzere çalışmalar yürütüyorlar. Önümüzdeki 3 yılda Yapay Zekâ Temsilcisi sayısını 1000'e çıkarmayı hedefliyoruz.

Ürün özelinde de yapay zekâ çalışmalarımız devam ediyor, Yapay Zekâ Şampiyonları'nın yaptıkları çalıştaylar sonucunda, üretken yapay zekâ teknolojisinin Arçelikte nasıl pratiğe dökülebileceğine dair 100'den fazla vaka belirlendi. Bu sene bu vakalardan, hem şirketin kendi kaynaklarıyla geliştirilen çözümleri hem de sektördeki hazır çözümleri içeren 20 yapay zekâ uygulamasını devreye aldık ve pilot süreçlerini ilerletiyoruz.

2024'DE 70 PROJE GELİYOR

Ayrıca başlatacağımız 70 proje daha bulunuyor. Bu uygulamalar arasında müşterileri daha iyi anlamayı, ticaret ortaklarımıza ve çalışanlarımıza sanal asistanlar

- “TOPLUMSAL CİNSİYET EŞİTLİĞİNİ SAĞLAMAK ADINA KADIN GİRİŞİMCİLERİ DESTEKLİYORUZ; 2023 YILINDA DESTEKLEDİĞİMİZ KADIN GİRİŞİMCİ SAYISI 862’YE ULAŞTI VE ÇEŞİTLİ KURUMLAR ARACILIĞIYLA 17,2 MİLYON \$ TUTARINDA FONA ERİŞMELERİNE ARACILIK ETTİK.”

sağlamayı, ürünlerimizi yapay zekâ destekli olarak geliştirmeyi amaçlayan projelerimiz bulunuyor.

Tüm bu gelişmelerle beraber yapay zekânın önemli bir riski olan etik yönlerini adreslemek için de regülasyonların takipçisi olmakla yetinmeden, Koç şirketleri ve Arçelik değerlerine uygun şekilde tasarladığımız bir yönetim mekanizması kurma yönünde çalışmalarımıza devam ediyoruz.

2024 yılında, yapay zekâ teknolojilerini, demokratize etmeye devam ederek ve çalışanlarımızı sağlayacağımız eğitimlerle destekleyerek, bugün herkesin kolayca kullandığı Excel programı kadar yaygın ve erişilebilir bir hale getirmeyi hedefliyoruz.

YENİ YIL VİZYONUMUZ

Önceliklerim arasında projelerimizle yazılım sektörüne yetişmiş insan kaynağını arttırmak, açık inovasyon projelerini teşvik etmek ve dengeli bir BT proje portföyü tutmak var.

Sadece Türkiye’de değil, dünyada büyük bir yetenek açığı var. Bu açık bilgi teknolojileri alanında daha da fazla. “Gig ekonomisi”, beyin göçü ve artan hizmet ihracatı sektörü yurtdışına yöneltmiş durumda. Yazılım sektörüne yetişmiş insan kaynağı sağlamak üzere 2021 yılında başlattığımız PREP programı ile, üniversitelerle iş birliği

yaparak ar-ge projelerinde öğrencilere sorumluluklar veriyor, arkadaşlarımızı üniversiteden itibaren bünyemize katarak teknik yetkinlikler ve yabancı dil eğitimleriyle destekliyor ve iş hayatına hazırlıyoruz.

Şu anda 4’üncü döneminin kabul süreci devam eden program dahilinde 247 öğrenciye ulaştık, programdan mezun olan yüzde 75’i kadın mühendis 68 arkadaşımız ise bizimle yola devam ediyor.

Ayrıca, Arçelik’te her çalışanın en son teknolojilere erişimini sağlamak ve bu alanda eşit fırsatlar yaratmak için bir yetenek dönüşümü programı da başlattık. 3binden fazla çalışan, yazılım geliştirme, robotik süreç otomasyonu, veri ve yapay zekâ alanlarında eğitim aldı.

Eğitim sonrası bu alanlarda kendilerini geliştiren çalışanlar, IT departmanı ile iş birliği yaparak uygulama geliştirme deneyimi kazanıyor ve kendi iş birimlerinde verimlilik artışına katkıda bulunuyor.

Bununla beraber, şirketlerin açık inovasyon modelini benimseyerek, kendi ürettikleri başarıyı, dış kaynaklı yeniliklerle birleştirerek yeni iş modelleri keşfetmesi gerektiğine inanıyorum. Bu anlamda açık inovasyon kültürünü yaygınlaştırmak, tüm süreçlerimizi iş birliğine dayandırarak start-up ekosisteminde Arçelik’i global bir merkez haline getirmek önceliklerim arasında. ■

Arçelik’in yeni nesil uygulamaları

Arçelik iş modeline ve süreçlerine özgü satın alınabilir yazılım veya çözümlerin bulunmadığı durumlar için, 2021 yılında uluslararası kalitede yazılım geliştiren bir “Yazılım Fabrikası” birimi kurduk ve ARGE merkezi statüsü aldık.

Yazılım fabrikasının geliştirdiği ürünler, Filipinler’den ABD’ye, Bangladeş’ten İngiltere’ye kadar tüm satış iştiraklerimiz ve üretim tesislerimizde kullanılıyor. Bu kapsamda çeşitli uygulamaları hayata geçirdik:

- “İş ortaklarımız” için bir pazaryeri uygulaması olan Mars,
- Şirket çalışanlarımız için geliştirdiğimiz ve tüm iş süreçlerini bir arada topladığımız Connecta, Saha operasyonları uygulamamız Sirius ve üretimdeki tüm bakım ve onarım faaliyetlerini dijitalize eden Most.

Bu yeni ürünler, iş süreçlerimizi dijitalleştirerek daha verimli hale getirirken, son kullanıcılarımıza daha iyi hizmet vererek, rekabette avantaj elde etmemizi sağlıyor.

GÜVENLİ, DOĞRULANABİLEN, ELLE ATILAN DİJİTAL İMZA

- ✓ Doğrulanabilir dijital imza ile işinizi hızlı ve güvenli bir şekilde dijitalleştirin.
- ✓ Kağıtsız süreçlere geçerek hem zamandan hem yerden hem de masraflardan tasarruf edin.
- ✓ İster huzurda ister uzaktan tüm imza süreçleri için yasal, güvenli ve hızlı bir çözüm.

HASTA BİLGİLENDİRME ve ONAM FORMU

UYGULAMA ÖNCESİNDE DİKKAT EDİLECEK HUSUSLAR

Yüzünüz, makijiniz ve temiz olmalı.
Ağız ve kan suladınızı kaç kullanılmamalı.

UYGULAMA SONRASI DİKKAT EDİLMESİ GEREKEN HUSUSLAR


Uygulanması için gözü dışarı almamalıdır.
İşlem sonrası doktorunuzun ilacını ilacında herhangi bir hastalık veya işlem uygulanmamalıdır.
Dermatitler güneş hassasiyetleri neden olursa, bunlarla ilgili eller üzerinde yapılan her işlem için uygulama sonrası güneşten korunma ve en az SPF 30+ düzeyinde güneş koruyucu uygulamaya fayda vardır.
Beklenmeyen bir etki gelişirse ilahen doktorunuza başvurunuz.

Başarı ile ilgili bilgiler (emir, tehlikesizlik, görülen tedavi) sizin anlayış ve anlaşılabilirliği için ayrıntılı olarak açıklanacaktır. Kezeli doktorunuzun bakabileceği ve keza için ilahen doktorunuza danışmanız, ancak bu ilahen doktorunuzun doktoruna hakları için işlemiz. Olabilecek yan etkiler merkezimize doktora tarafından değerlendirilecek ve iyileştirme işlemleri düzenlenecek. İlahe muayene, acil müdahale) işlemi doktorunuzun ve sağlık personelinin sorumluluğundadır. Uygulanması halinde yaralama sağlığı personelinin regim hekiminin sorumluluğundadır. Başarısızlığın takdirde en uygun personel değiştirilerek uygulanacaktır.

Aşağıda adının yazılı olduğu yerini imzalamak için bilgilendirme ve onam formunu okuyunuz. Doktorunuzun tarafında hasta yapılacak işlemler konusunda bilgi ve yazılı olarak anlayabileceğiniz bir dille bilgi verilecektir. Bütün sonuçlarımızı paylaşacağız ve bunları için gerekli olan tüm bilgilere sahip olacaksınız (Hasta Hakları Yönetmeliği, Resmî Gazete, Tarih: 01.08.1998) Sayı: 23420). Doktorunuzun Emriyle İlgili İşlemler yapılmalarına rağmen ve açık şekilde onay verdiğiniz beyan ederim.

Hasta Adı Soyadı : Reyhan Çelen

İmza :



TECHSIGN

techsign.com.tr

CarrefourSA'nın 'fijital' dönüşümü

Türkiye'nin öncü perakendecisi **CarrefourSA CEO'su Kutay Kartallıoğlu**, yolculuklarının 30 yıl önce başladığına dikkat çekiyor. 'Doğrusu' stratejisi ile dönüşümden geçtiklerini, dijitalleşmeyle birlikte mağaza tarafına da önem verdiklerini söylüyor. Kartallıoğlu, "Tüketicinin de talebiyle gerçekleştirdiğimiz dönüşüme 'fijital' adını veriyoruz" diye konuşuyor.

2023 yılı CarrefourSA olarak Türkiye'de 30'uncu yaşımızı kutladığımız özel bir yıldır. Dile kolay, 1993 yılında İçerenköy'de açılan bir mağaza ile Türkiye'yi hiper market konsepti ile buluşturmamızın üzerinden 30 yıl geçti. Bu 30 yılda sadece CarrefourSA değil, organize gıda perakende sektöründe tüm iş süreçlerinde önemli bir dönüşüm yaşandı ve bu dönüşüm içerisinde dijitalleşmeyi iş süreçlerinin dışında tutmak artık mümkün değil.

Biz de CarrefourSA olarak 30 yıl önce çıktığımız yolculukta her zaman öncü, ilklerin markası ve oyun kurucu konumuzu korumak hedefiyle dijitalleşme alanındaki tüm yenilikleri hem takip ettik hem de sektörümüze kazandırdık. Günümüz iş dünyasına baktığımızda da hepimizin dilinde "dönüşüm" sözcüğü var. Tüketicilerimiz ve diğer paydaşlarımızın bizden beklediği değer ekosistemini yaratabilmek için alışageldiğimiz yapıları dönüştürmemiz, iş yapış biçimlerimizi değiştirmemiz gerekli evet. Ancak çok sık kullandığımız dönüşüm kavramının altını doldurmak için de doğru yatırımlar hayata geçirmek önemli. Bu yüzden alanımız olan gıda perakendeciliğindeki dijital dönüşümün ilk adımında, müşterinin istediği zamanda istediği yerde, istediği çözümle olabilmeyi, bunu da çoklu kanal yönetimi aracılığıyla en hızlı şekilde gerçekleştirebilmeyi hedefliyoruz.

'DOĞRUSU' STRATEJİMİZİN ÖZÜ

CarrefourSA olarak büyük resme baktığımızda ise yeni nesil gıda perakendeciliği anlayışımızı "Doğrusu" üzerine yapılandırıyoruz. "Doğrusu" mottomuz, aynı anda çoklu bir değer zinciri yaratmayı ifade ediyor. Doğru üreticiden doğru ürünü temin ederek, doğru hizmet anlayışı, kalite ve fiyatla, doğru noktalardan hizmet sunmak. Çünkü yeni nesil gıda perakendeciliği dediğimizde artık başarı kriterlerinin ilk sorusu, "Kim müşterilerine çoklu kanal üzerinden en iyi omnichannel hizmeti verebiliyor?" olarak karşımıza çıkıyor.

DİJİTAL DEĞİL, 'FİJİTAL'

2023 yılına geldiğimizde de artık sadece dijitalleşme değil fiziksel ve dijital mağazacılığı birlikte yürütebileceğimiz bir model oluşturduk. Yeni tüketici davranışıyla şekillenen bir dünyada çoklu satış kanalları üzerinden "omnichannel" hizmeti vermek üzere başlattığımız değişim sürecinin adına "fijital dönüşüm" dedik.

Artık gıda başta olmak üzere perakendenin genelinde fijital olarak adlandırılan, dijital ve fiziki mağazanın beraber yaşandığı bir ortam söz konusu.

Bu aslında bizim büyüme yolculuğumuzun en önemli halkasını oluşturuyor. Sektörün her yıl yüzlerce mağaza açmak gibi ezberlenmiş büyüme formülünün ötesinde, geleneksel organize perakende sektörünü



“B2B tarafında büyüme devam”

B2B yani kurumsal hizmetlerimizde de dijital büyüme stratejimiz devam edecek; 2023 yılında Bulut Mutfak'ın yanı sıra sektör profesyonellerine hizmet vermek üzere yatırımlarımız da oldu. Yeni nesil gıda perakendeciliği yaklaşımımızda “CarrefourSA Profesyonel” adı altında yaptığımız yatırımların önemi büyük. Antalya’da otel, restoran ve kafelere sunduğumuz dağıtım merkezi yatırımımız bunun ilk adımı oldu. Ardından Bodrum Konaklı’da Horeca mağazamızı açtık. İşleme tesisiyle fark yaratan mağazamızda et ve deniz/su ürünlerinde sunduğumuz geniş ürün yelpazesıyla şeflerin hayatını kolaylaştırıyor; gıda ve gıda dışı tüm ihtiyaçlarını tek noktadan karşılıyoruz. Hedefimiz kısa süre içerisinde profesyonel ürün portföyümüzü İstanbul dahil olmak üzere Türkiye’nin belli başlı metropollerine ve turizm merkezlerine yaymak ve bu şehirlerdeki otellerin, restoranların, kafeteryaların hayatlarında bir çözüm ortağı olarak yer almak ve şirket misyonumuzu da değiştiren B2B (kurumsal) hizmetlerimiz için yatırımlarımızı sürdürmek. Bayilerimiz, kurumsal müşterilerimiz, ihracat ataklarımızla artık sadece perakende müşteriye değil tüzel kişilere de hizmet edeceğiz. B2B ciromuz da her geçen gün katlanarak artıyor ve hedefimiz 2 yıl içinde toplam ciromuz içerisinde %15’lik bir paya ulaşmak.

dönüştürdük, rafların ötesine geçtik. Bu yüzden 2023 yılında dijitalleşme başta olmak üzere iş süreçlerinde hayata geçirdiği dönüşümlerle artık kendimizi sadece bir gıda perakendecisi olarak değil aynı zamanda bir dağıtım şirketi olarak konumlandırıyoruz. Yani artık sadece son tüketiciye mağazada ürün satan bir perakendeci olmaktan çok kurumları, üreticiyi ve farklı sektörleri de hedefleyen, kısacası yaşamın her alanına dokunan bir organizasyona dönüşmeyi hedefledik. Sabancı Topluluğu’nun gücü ve Carrefour Grup’un global tecrübesiyle 30 yıldır sektörümüzde pek çok ilki hayata geçiren bir kurum olarak, oyun kurucu rolümüzü sürdürüyoruz.

SEKTÖRDE FARK YARATMA

Dijitalleşme ve teknolojiyle birlikte CarrefourSA olarak stratejik değişikliklere gittiğimizi söyleyebilirim. Bu doğrultuda yepyeni iş modellerine yatırım yapmayı hızlandırdığımız bir yılı geride bıraktık. Dijitalleşmeyle fark yarattığımız alanlardan biri yeme -içme sektörü oldu.

Biz 2017 yılında mağazalarımızda hayata geçirdiğimiz “Lezzet Arası” noktalarıyla sektörümüzde bir ilke imza attık. Müşterilerimiz 6 ilde 14 noktada hala ızgara çeşitlerinden sulu yemeklere ve dünya mutfaklarından seçme lezzetlere kadar birçok yiyecek alternatifini ulaşılabilir market fiyatlarıyla sunuyoruz.

Burada bizi farklılaştıran nokta, tüketicilerin reyondan market fiyatına aldıkları et,

balık veya tavuk ürünlerini de restoranda pişirip yeme imkanına sahip olmaları. Müşterilerimiz dilerlerse al-götür servisinden de faydalanabiliyorlar. 2023 yılında ise yeme içme sektörünü dijital yatırımlarımız ve bu alandaki tecrübemizle tüm dünyada da trend haline gelen bulut mutfaka taşıdık. Çalışmalarımız sonucunda “CarrefourSA Mutfak” adını verdiğimiz uygulama bünyesinde BigBowl, Burger Four, Fried Day Chicken, Hasan Usta Köftevi, L’atelier, Le Penne, Pizza Poli, Sushi Four, Tarihi Kazancı Pilavcısı ve Urla Bahıkcısı olmak üzere 10 farklı markayı hayata geçirdik. Artık sadece restoranlarımızda değil online yemek siparişinde de bir tıkla müşterilerimizin kapısında oluyoruz.

YAPAY ZEKA DEVREDE

Globalleşme ile birlikte artan rekabet tüm sektörlerin teknolojiyi de en üst seviyede kullanmalarını zorunlu hale getiriyor. Bu teknolojilerin başında ise yapay zekâ geliyor. Biz de CarrefourSA olarak yapay zekâyı şirketimizin hedef ve stratejileri doğrultusunda kullanıyor ve iş süreçlerimize adapte ediyoruz.

Yapay zekanın satın alma tavsiyeleri, dinamik fiyatlandırma, kişisel içerikler ve tavsiyeleri iş süreçlerine değer katıyor. Aynı zamanda insan davranışlarını taklit eden algoritmalarla her geçen gün önemi artan data okumasını yapay zekâ ile genişleterek daha gerçek ve geniş sonuçlar elde edebiliyor.

Yapay zekanın bu yetenekleri ile hem sektördeki yenilikleri ve gelişmeleri takip ediyoruz hem de yapay zeka iş birliği ile



müşterilerimize daha iyi hizmet sunabilmek adına yenilikçi çalışmaları hayata geçiriyoruz.

CarrefourSA olarak Yapay zekayı kullandığımız alanların başında Robotik Süreç Otomasyonu (RPA) teknolojisini geliştiriyor. Robotik Süreç Otomasyonu (RPA), İnsan kaynakları, finans- muhasebe, satış, bilgi teknolojileri gibi birçok departmanda verimliliği artıran, hata olasılığını minimize eden ve sisteme öğretilen işleri daha hızlı sonuçlanmasını sağlayan bir sistem. Sadece 2023 yılında RPA yolculuğumuzda 13 bin 328 işlem ve 4 bin 86 saatlik tasarruf sağladık.

Yapay zekayı kullandığımız bir diğer alan ise Online Market Uygulamamız. Yapay zekâ aracılığıyla hem Online Market uygulamamızdan hem de carrefoursa.com web sitemizden gelen müşterilerimizi analiz ediyor, günlük detaylı ölçümlerle alışveriş deneyimlerini iyileştirmek üzerine çalışıyoruz. Yapay zekâ teknolojilerinden de yararlanarak her bir müşterimizin hangi ürünü, hangi tarihte tercih edebileceği üzerine tahmin geliştirirken, bu analiz ve tahminler doğrultusunda kampanya çalışmalarımızı gerçekleştiriyoruz. Önümüzdeki dönemlerde de ihtiyaçlarımızı yönelik çalışmalarımıza devam edeceğiz. ■



CEO'nun 3 önceliği

1. İşinin temeli insan olan bir sektördeyiz ve birinci önceliğimiz 'müşteri deneyimi' olmalı.
2. Dijitalleşme yolculuğunda her zaman "bir adım" öteyi planlamalıyız.
3. Süreçlerimizi optimize eden, verimliliği artıran ve operasyonlarımızı iyileştiren teknoloji ile yapay zeka yatırımları.

Çoklu kanal stratejisine yatırımımızı artıracakız

MAĞAZANIN ÖNEMİ Pandemi sırasında "fiziki mağazaların sonunun geldiğini ve artık her şeyin çevrimiçi (online) dünyada gerçekleşeceğini" öngören görüşlerin ise yanıldığını görüyoruz. Çünkü, müşteriler hem fiziki hem de online alışverişini birlikte tercih edebiliyor. Bu nedenle e-ticaret ile fiziki perakendenin birbiri içine örülerek "omnichannel" çalışan "fijital" bir dünyanın oluştuğunu söylemek daha doğru olur. Biz de buna uygun bir stratejiyle yolumuza devam ediyoruz.

YARININ PERAKENDESİ Müşterimize en iyi deneyimi sunmak adına mağaza ve dijital alanlarda önemli yatırımlar yapıyoruz ve geleceğin perakendesini şekillendirecek projeleri arka arkaya devreye alıyoruz. Bu yatırımları istediği zaman, istediği yerden alışveriş yapmak isteyen, fijital deneyim arayan müşterilerimizi gözeterek ve tazeliği, etkin tedarik zinciri yönetimini önceliğe oturtarak planlıyoruz. Hem tüketici hem de B2B dediğimiz kurumsal alanda dijital yatırımlarımızda ise Çoklu kanal perakendeciliğini etkin bir şekilde kullanıyoruz.

YENİ NESİL ÖDEME Müşteri tarafında ödeme sistemlerinin skalasını genişletiyor, kapıda ve online ödemenin yanı sıra çeşitli dijital ödeme sistemleri, ön ödemeli kartlar, kurumsal kartlar ve CarrefourSA puanlarla müşterilerimizin pek çok şekilde ödeme yapabilmesine olanak sağlıyoruz.

Yılda online ve fiziksel mağazalarımızla 184 milyon ziyaretçiyi ağırlarken bu alandaki doğru yatırımlarımız sayesinde 2023 yılının Aralık ayına kadar olan döneme baktığımızda e-ticarette 105 bin yakın yeni kartlı müşteri, 2 milyon 700 bin ziyaretçi kazanarak 10,3 milyon sadakat kartlı müşteriye ulaştık.

DAHA
İYİ BİR

MÜŞTERİ
DENEYİMİ

MÜMKÜN!

DÜNYA STANDARTLARINDA
BİR ÇAĞRI MERKEZİ

YERLİ VE GLOBAL PEK ÇOK MARKAYA,
13'TEN FAZLA DİLDE ÇAĞRI MERKEZİ
HİZMETİ SUNUYORUZ.

DAHA İYİ BİR MÜŞTERİ DENEYİMİ
İÇİN, BUGÜN TANIŞALIM:

info@procat.com.tr

0216 538 19 00

www.procat.com.tr



“Finansal teknolojinin merkezi olacağız”

Colendi Menkul Değerler, “kolay yatırım” sloganı ile Colendi Grubu bünyesinde faaliyete geçti. **Şirketin Genel Müdürü Tuna Çetinkaya**, 2023 yılını dijitali de kapsayan dönüşüm ile geçirdiklerini söylüyor. Bu kapsamda yapay zekayı da stratejinin içine dahil ettiklerini belirtiyor ve ekliyor: “Hedefimiz, sektördeki en verimli ve etkili çözümlerde lider olmak.”

Colendi Menkul Değerler için 2023, dönüşümün önemli bir yılıydı. Öncelikle, müşteri deneyimine odaklanarak dijitalleşmeyi hayata geçirdik. Kullanıcı dostu arayüzler ve kolay erişilebilirlik sağlayan servislerle müşteri memnuniyetini artırdık.

Piyasalardaki yoğun ilgiyi takip ederek, yapay zeka destekli veri analizleriyle hibrit bir aracı kurum yapısı oluşturduk.

Ayrıca, finansal okuryazarlığı artırmak amacıyla tüm sosyal medya platformlarında hızlı bilgi paylaşımını benimsedik.

“Teknolojiye yapılan yatırımlar, sektörde standartları değiştirdi. Özellikle Paycell ve MoneyPay gibi entegre finans uygulamalarımızla yatırım işlemlerini herkesin erişimine hızla ulaştırdık. Yatırımın demokratikleşmesi başlıca ilkemiz oldu ve dijitalleşmenin tüm alanlarına yatırım yaparak bu hedefe odaklandık.

YAPAY ZEKA FARKI

Yapay zeka, iş süreçlerimizi optimize etmede çok büyük bir rol oynuyor. Özellikle risk analizi ve müşteri deneyimi konularında yapay zeka tabanlı sistemler geliştirerek büyük adımlar attık.

Veri kütüphanemizi yapay

zeka ile segmente ederek yatırımcıların geçmiş alışkanlıklarını çeşitlendirdik. Colendi Menkul Değerler olarak hedefimiz, sektördeki en verimli ve etkili çözümlerde lider olmak.”

ONLINE TİCARET STRATEJİSİ

“Entegre finansı özellikle B2B iş modelleriyle geliştirdik ve Türkiye’de bir ilki gerçekleştirdik. Sermaye piyasalarındaki dijitalleşme ve yatırımcı sayısındaki artışın B2C alanında bizi etkin hale getirdi. B2B zincirimizi uzatarak B2C modelimizi tabana yayma hedefindeyiz.”

LİDERİN ÖNCELİK LİSTESİ

Colendi Menkul Değerler olarak 2024 yılı için çok sayıda projemiz var.

Ancak, bunlar 3’ünü öncelik listemize aldığımızı söyleyebilirim.

Önceliklerimiz arasında müşteri deneyimi, organik büyüme ve finansal teknolojinin merkezi olmak yer alıyor. Değişen ihtiyaçlara doğru ürünlerle cevap vermek ve sürdürülebilir dijitalleşmeyi kalıcı kılmak için bu 3 önceliği benimsedik.”



Teknolojimizin Gücü Şirketinizin Hizmetinde

Concentrix + Webhelp olarak
ezberleri bozan teknoloji gücümüzle
müşteri hizmetleri alanında fark yaratıyoruz.

Siz de teknoloji gücümüzle hemen tanışın;
kendi sektöründe fark yaratan
lider markalardan olun.



“Proje Feniks ile dönüşüm hızlanacak”

Yaşar Holding, Türkiye'nin en köklü gruplarından birisi. Türkiye'de çok sayıda marka yaratan kuruluş, aynı zamanda dijitalleşme yolculuğuna ilk başlayanlardan. **Yaşar Holding'in CEO'su Dr. Mehmet Aktaş**, 28 yıllık dijitalleşme sürecinde büyük aşamalar kaydettiklerini söylüyor. 2023'te Topluluk olarak dijitalleşme yatırımlarını hızlandırdıklarını belirten Aktaş, “Projelerimiz tamamlandığında tam dijital dönüşümü sağlamış olacağız” diyor.

Bilişim sektörü pandemiyle birlikte beklenenin de üstünde ivme kazanan, bu süreçte kendi risklerini iyi yöneten ve birçok sektörün ihtiyacı olan dönüşümü sağlamasına da öncülük eden kritik bir sektör. Bugün artık bilişim sektöründeki gelişmeleri yakından takip edip süreçlerine hızla adapte etmeyen şirketlerin rekabette ayakta kalmaları ve faaliyetlerini devam ettirebilmeleri neredeyse mümkün değil. Bu nedenle biz de dijitalleşmeyi stratejilerimizin odağında görüyor, gelişmeleri proaktif olarak öngörmeye çalışarak sektörlerimize öncülük etmeye devam ediyoruz.

Türkiye'de SAP kurumsal kaynak planlama uygulamasına (ERP) 1996 yılında geçiş yapan ilk kurum olarak dijitalleşme yolunda ilk adımları attık ve 28 yılda büyük aşamalar kaydettik. Bu süreçte, Yaşar Bilgi şirketimiz bu alanda danışmanlık verecek bilgi ve tecrübeye erişerek sadece Yaşar Topluluğu şirketlerinin değil, Topluluk dışından birçok şirketin de dijitalleşme yolculuğuna rehberlik etti ve etmeye devam ediyor.

DÖNÜŞÜMÜ HIZLANDIRDIK

Yaşar Topluluğu olarak birden fazla sürecimizde dönüşümü ele aldığımız 2023 yılında dijital dönüşümü hızlandırmak için de



Yaşar

harekete geçtik ve iş alanlarımızda ilerlemeyi, gelişmeyi ve geliştirmeyi sürdürürken SAP'nin yeni nesil bulut teknolojilerine yatırım yapma kararı olarak SAP S4/HANA Cloud Dönüşüm Projemiz olan “Proje Feniks”i başlattık. Topluluk şirketlerimizin diğer dijital dönüşüm yatırımları da 2023 yılında hız kazandı. Şirketlerimizde dijitalleşme çalışmaları kapsamında operasyonel faaliyetlerin yeni teknolojiler ile yürütülmesi sağlanarak operasyonel mükemmellik hedefiyle iş yapış şekillerinin sürekli iyileştirilmesi amaçlanıyor.

Dünya çapında kendini kanıtlamış iş süreçlerinin ve iş yapış şekillerinin Topluluk şirketlerimize kazandırılması için yaklaşık 4 yıl sürecek, merkezine ERP sistemlerinin dönüşümünü alan “Proje Feniks” ile, bütünlük çalışan tüm bileşenleri gözden geçirip iyileştirmeyi hedefliyoruz. Yeni nesil SAP teknolojileri ile uçtan uca tüm süreçlerde veriye dayalı, iyi tahminleme yapabilen, anlık raporlama ve analiz sunan bir yapıyı hayata geçirmiş olacağız.

TEKNOLOJİK ALTYAPI GÜÇLENİYOR

Güncel, tekil ve merkezi bir sistem yaratmayı hedefleyen projemiz, çalışan memnuniyetinin, iş kalitesinin ve iş

Dijital yolculuğumuzun 3 önceliği

- 1 Yeni Nesil Kurumsal Uygulamalar ile şirketlerimizde SAP'nin yeni yatırımımız olan güncel uygulamaları ile projelerimizin tamamlanarak yeni nesil iş uygulamalarının devreye alınmasını ve bulut temelli uygulamalarla geçişin tamamlanmasını hedefliyoruz.
- 2 Dijital dönüşümün hızla devam ettiği bu dönemde elde edilen kazanımların sürdürülebilmesi ve sorunsuz çalışmanın sürekliliğinin sağlanabilmesi için siber güvenlik seviyesinin en üst düzeyde tutulmasını amaçlıyoruz.
- 3 Üçüncü öncelik alanımız ise akıllı uygulamalar. Kullanıcı etkileşimlerinden ve diğer kaynaklardan elde edilen geçmiş ve gerçek zamanlı verileri, kullanıcı deneyimini artırmak için kullanarak kişiselleştirilmiş ve uyarlanabilir uygulamalar geliştirmeyi amaçlıyoruz.

19

veriminin artırılmasını sağlayacak. İş süreçlerimizin hızlı ve doğru akışı, müşteri memnuniyetinde artışa, teslim sürelerinde iyileşmeye, üretim ve lojistik maliyetlerinde azalmaya, gerçek zamanlı ve simülatif analizler ve tahminlemeler ile risklerimizin etkin yönetilmesine de imkan verecek. Projemiz tamamlandığında tam bir dijital dönüşüm sağlanmasını hedefliyoruz.

Dijital dönüşüm, teknolojiyle entegre bir süreç olmakla birlikte sadece teknolojik bir değişimi ifade etmiyor, aynı zamanda organizasyon içinde kültürel bir dönüşümü ve iş yapış biçiminde köklü değişiklikleri de içeriyor. Mevcut teknolojik alt yapımızı güçlendirmenin yanı sıra, Topluluk şirketlerimizde süreci etkin şekilde yönetmek ve dijital dönüşüm sürecine daha kolay uyumu sağlamak üzere, çalışanlarımızın dijital becerilerini güçlendirmek, onları bu değişime hazırlamak, yenilikçi düşüncüyü teşvik etmek, açık iletişim kanalları oluşturmak gibi konularda da çeşitli çalışmalar yürütüyoruz.

HEDEF YÜKSEK VERİM, HIZ VE ÇEVİKLİK

Başta ana iş kollarımız olan gıda, içecek ve boya olmak üzere faaliyet gösterdiğimiz sektörlerin öncüsü olarak sektörlerimizi her alanda geliştirme ve en iyi uygulamaları hayata geçirme sorumluluğu taşıyoruz. Dijitalleşme de sektörlerimize ilkleri



SERIE 02

Detaylı Bilgi için
QR Kodunu Okutunuz.



GELECEK ŞİMDİ BAŞLIYOR

VERİMLİ. YENİLİKÇİ. SÜRDÜRÜLEBİLİR.

PROMETEAON

PROFESYONELLER İÇİN LASTİK ÇÖZÜMLERİ

“Verinin gücüne çok inanıyoruz”

Esas Gayrimenkul, Türkiye’de çok sayıda alışveriş merkezinin sahibi... Dijital dönüşüm sürecinde veriyi ve analitiği başarıyla kullanan şirketlerden... **Şirketin COO’su Nevzat Yavan**, dijitalleşme ve veri yönetimi stratejisi kapsamında Shopla uygulaması ile iş zekası ürünü Assetify’i hayata geçirdiklerini söylüyor ve ekliyor: “Veriye ve gücüne çok önem veriyoruz. Bunun da sadece veriye sahip olmanın da yeterli olmadığını biliyoruz.”

Ziyaretçilerimiz tarafındaki en önemli dijitalleşme çalışmamızı geçtiğimiz senelerde Shopla mobil uygulamamız ile başlatmıştık. 300 binden fazla kullanıcısı olan Shopla’da ziyaretçilerimize hem mobil çözümler ile kolaylıklar sağladık, fırsatlar sunduk hem de kampanyalar ile AVM’lerimizde yaptıkları alışverişlerinden kazandıkları ShopPara’lar ile alışveriş imkânı sağladık ve etkileşimi artırdık. Alışveriş merkezlerinin dışında da buldukları şehrin uygulaması olma yolundaki adımlarımızı güçlendirdik. 2023’te AVM dışı birçok marka iş birliğini hayata geçirdik.

2023’te yarattığımız 3 farkı şöyle özetlemem mümkün: “Sektörümüz için alışılmadık dışında dijital bir müşteri deneyimi, ziyaretçi odaklı fayda yapısı ve geniş kullanım alanı.”

DİJİTAL DÖNÜŞÜM YAKLAŞIMI

Dijital müşteri deneyimi tarafındaki dijitalleşme stratejilerimizi belirlerken bu konuda verimli iş birliği yapabileceğimiz değerli iş ortaklarımız ile masaya oturduk. Dünyanın en önemli ve güvenilir çözüm ortakları ile stratejik iş birlikleri yaptık. Bunları sektörümüzde veriyi merkeze alarak yapılmış önemli iş birlikleri olarak görüyoruz. Hem mevcut verilerimizi hem de günden güne artan ziyaretçi verimizi daha anlamlı hale getirerek doğru iç görüler oluşturmayı amaçladığımız teknoloji yatırımlarımızda yapay zeka ve makine öğreniminin gücünü verimli bir şekilde kullanmayı başardık.

Temelde varlık yönetimi ve finansal süreçler olmak üzere stok depo yönetimi, bakım yönetimi, insan



“2023’TE YARATTIĞIMIZ 3 FARKI ŞÖYLE ÖZETLEMEM MÜMKÜN: SEKTÖRÜMÜZ İÇİN ALIŞILMIŞIN DIŞINDA DİJİTAL BİR MÜŞTERİ DENEYİMİ, ZİYARETÇİ ODAKLI FAYDA YAPISI VE GENİŞ KULLANIM ALANI.”



kaynakları yönetimi, bütçe yönetimi, satın alma ve dış sistem entegrasyonlarını tamamen tek merkez üzerinden yönetilebilir hale getirdik.

Dynamics 365 F&O ERP ile verilere hızlı ve güvenilir bir şekilde erişim sağladık. Bu, daha bilinçli kararlar almanızı ve işinizi daha iyi yapmanızı destekliyor. PowerBI platformu üzerinden alabildiğiniz varlık yönetimi PowerBI raporları (Assetify VY), İK süreçlerinde analitik, demografik ve maliyet raporları (Assetify HR), finansal raporlar, Dynamics 365 üzerinden alınabilen tüm mali ve operasyonel raporlar bunlara dair önemli örnekler.

VERİYE DAYALI YÖNETİM

Veriye çok önem veriyoruz ve verinin gücüne inanıyoruz. Bunun yanında sadece veriye sahip olmanın da yeterli olmadığını biliyoruz. Sektörümüz için en önemli konu veriyi toplamak kadar veriyi doğru yöntemlerle analiz edebilmek. Bu süreçlerde özellikle zamandan da büyük bir tasarruf sağlayan yapay zekayı ve makine öğrenimini süreçlerimizin büyük bir parçası haline getirdik.

Bu gelişmelerin ve ihtiyacın doğal bir sonucu olarak iş zekâsı ürünümüz Assetify’n hikayesi de başlamış oldu. Kısa sürede büyük miktarda verinin yorumlanıp anlamlı çıktılar haline gelmesi ve bu çıktılarının karar noktalarındaki yöneticileri desteklemesi amacıyla hayata geçirdiğimiz projemiz Assetify, varlık yönetimi sektöründe uçtan uca destek verebilecek niteliğe sahip ilk iş zekâsı ürünü olma özelliğini taşıyor. Bu yönümüzle sektöre ilham vermeye devam ediyoruz.

Assetify sayesinde; rasyonel ve ölçülebilir

verilere dayalı detaylı raporlar oluşturarak, kaynakları daha etkin kullanarak verimlilik artışı sağladık. Çok küçük ya da gözden kaçan detayların da analizlerde kullanılması ile iş süreçlerinin görünürlüğü artırıldı ve sorunların daha kolay tespit edilmesine olanak tanıyarak şeffaflık sağlandı. Karmaşık ve birbirinden bağımsız veriler bir araya getirilerek uzun ve zahmetli raporlar saniyeler içerisinde elde edildi. Böylece çalışma arkadaşlarımız rapor hazırlamak ile geçirdikleri operasyonel zamanı karar alma ve yorumlama noktasında daha verimli kullanabilir hale geldi.



ASSETIFY İLE YARATILAN FARK

Kıyaslama, tahmin, simülasyon ve modelleme gibi yöntemleri Assetify içerisinde kullanarak farklı senaryolar üzerinden ileri tahminler ve öngörüler yapılması mümkün. Kompleks ve karmaşık raporların basitleştirilip kullanıcı

Online’da shopla farkı! 📱

Online mecralardan ve popüler sosyal medya platformlarından ziyaretçilerimiz ile etkileşimimizi ve iletişimimizi canlı tutuyoruz. Shopla’nın kendisi başlı başına bir etkileşim platformu ve dijital iletişim ekosistemimizin merkezinde konumlanmış durumda.

Kişiselleştirilmiş iletişimlerle ziyaretçilerimizle sürekli etkileşim halindeyiz. Shopla’dan kazanılan ShopPara’ları kullanabildiğiniz, zengin marka karmasına sahip bir harcama noktası ekosistemimiz var. Bu konuda kiracı iş ortaklarımızın Esas Gayrimenkul’ün gücüne inanması ve bu yolda bizimle yürümesi bizim için mutluluk ve gurur verici.

- “VERİYE ÇOK ÖNEM VERİYORUZ VE VERİNİN GÜCÜNE İNANIYORUZ. ANCAK, SADECE VERİYE SAHİP OLMANIN DA YETERLİ OLMADIĞINI BİLİYORUZ. TOPLAMAK KADAR VERİYİ DOĞRU YÖNTEMLERLE ANALİZ EDEBİLMEK. BU SÜREÇLERDE ÖZELLİKLE ZAMANDAN DA BÜYÜK BİR TASARRUF SAĞLAYAN YAPAY ZEKAYI VE MAKİNE ÖĞRENİMİNİ SÜREÇLERİMİZİN BÜYÜK BİR PARÇASI HALİNE GETİRDİK.”

dostu ara yüzlerle desteklenip verilerin uzman olmayan kişiler tarafından analiz edilebilmesi, yorumlanabilmesi sağlanarak, bağımlılık azaltıldı.

Ham veri üzerinde çalışılarak rakamlar ya da harflerle ifade edilemeyen ya da anlaşılmıyolan içgörü ve eğilimlerin ortaya çıkması sağlanarak veriler görselleştirildi ve analitik çözümler üretildi. Farklı amaç ve yöntemler kullanılarak yapılan birçok analizin bir bütün halinde özet ekranlarda görüntülenmesi ve dinamik analizlerin yapılması sağlandı.

Assetify verileri, erişilebilir içgörüler ve üst düzey görünürlük ile yatırımcı iş ortaklarımızdan kiracı iş ortaklarımıza, operasyonel & yönetsel raporları tek platform üzerinden proaktif izleme bakış açısıyla sunabiliyor.

Assetify ile veri toplama, veri depolama, veri analizi, bilgi yönetimi, karar alma ve yorumlama ile birlikte karmaşık iş süreçlerinde raporlara göre



değişen oranlar dikkate alınarak ortalama yüzde 50 oranında iyileşme sağlandı. Geçmiş ve güncel veri karakterinden yola çıkılarak kurgulanan simülasyon modülleri tarafından oluşturulan senaryo modelleri ile riskin gerçekleşmeden tespit edilip aksiyon alınması neticesinde karlılığa pozitif ivme kazandırılması yönünde proaktif kazanımlar elde edildi.

Ziyaretçilerimizin alışveriş merkezlerimizin içindeki davranışlarından, mobil uygulamamız Shopla'daki online davranışlarına kadar izinli olarak toplayabildiğimiz analiz edilebilen her veriyi teknoloji sayesinde anlamlı iç görüleri dönüştürüyoruz. Veriden yola çıkarak ziyaretçilerimizin

ihtiyaçlarını ve motivasyonlarını daha iyi anlıyor, en önemlisi de tahmin edebiliyoruz. Hem fiziksel hem de online, ziyaretçimize dokunduğumuz her noktada bu iç görüleri kullanarak en iyi deneyimi sunmayı hedefliyoruz. ■

Dijitalleşmede 3 öncelik

Son yıllarda, COVID-19 pandemisinin de yarattığı ivmeyle birlikte, dijitalleşmenin önlenemez yükselişi devam ediyor. Dijitalleşme hepimizin hayatını değiştiriyor. Sadece iş yapış şekilleri, sosyalleşme biçimleri, üretim ve hizmet türleri değil; hayatımızdaki pek çok nokta dijitalleşmeyle büyük bir değişimin içerisinde.

Bu değişimi anlamak, anlamlandırmak ve yönetebilmek çok kıymetli. Çünkü aslında dijitalleşme şirketlere/markalara günümüz dünyasında kullanıcıyla aralarındaki mesafeyi hızla kapatma anlamında büyük bir avantaj sunuyor.

Bu bağlamda dijital anlamda 3 önceliğimiz; veriyi doğru analiz etmek ve iş süreçlerimize daha fazla veri ve içgörü akıtmak, yapay zeka kullanımını artırmak ve Shopla ile kullanıcılarımıza geniş perspektiften çözümler sunmak.

Maximize Advertising Return up to **5X**
Minimize Time & Cost up to **100X**



AI-Based Digital Advertising Platform
for Enterprise Advertisers

“Yenilikçi çözümlerimizle paydaşlarımızın büyümesini destekliyoruz”

Fintech sektörünün öncülerinden iyzico, dijital altyapısıyla Türkiye'nin her bölgesindeki kullanıcılarına ürün ve hizmetlerini sunmaya devam ediyor. Üye işyerlerinin başvurularını 24 saat içerisinde aktif hale getirdiklerini söyleyen şirket CEO'su Orkun Saitoğlu, “Yeni dönemde de dijital olan paydaş ve mevcut ekosistemimizi yeni çalışmalarla güçlendirmeye devam edeceğiz” dedi.

sektörde fark yarattığımız bir dijital süreç yönetimimiz bulunuyor. Üye işyerlerimizin başvuru süreçlerini 24 saatten daha kısa bir sürede uçtan uca dijital bir şekilde tamamlamasına imkân sunuyoruz. Bu sayede daha ilk günden hızlı ve kolay bir şekilde ödeme almalarını sağlıyoruz.

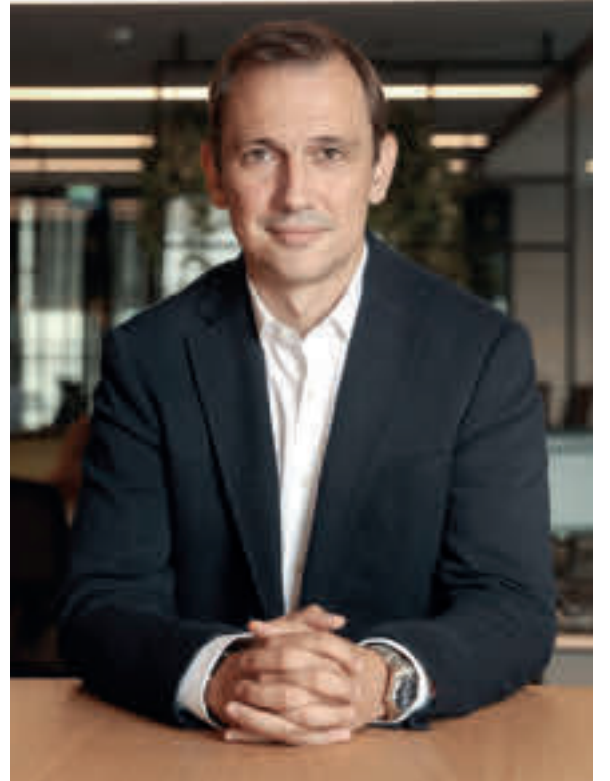
Tam bir dijitalleşme ürünü olarak tanımladığımız ve geçtiğimiz yıl oyun sahasını genişlettiğimiz Cep POS hizmetimiz yine üye işyerlerimiz tarafından severek tercih ediliyor.

Dijitalleşmenin sağladığı rekabet avantajı, verimlilik ve maliyet tasarrufunun yanı sıra kurumlara daha iyi bir müşteri deneyimi sunarak iş süreçlerini yeni gelişen teknolojilere göre uyarlamasına katkı sağlıyor. Bazı kurumların yeni yeni uyumlandığı dijitalleşme kavramı aslında iyzico'nun kuruluş hikayesinin odak noktasında yer alıyor.

iyzico; tam 11 yıl önce dijital dünyada doğdu. Bugün geldiğimiz noktada iyzico, teknolojiye yaptığı yatırımlarla fintek sektörünün öncüsü bir kurum konumunda yer alıyor. Sektörün yeni başladığı 2013 döneminde biz imkansız başarılar, finansal hizmetleri dijitalleşme ile erişilebilir kıldık. Ülkemizin her bölgesindeki kullanıcılarımızla ürün ve hizmetlerimizi buluşturduk. 2023 yılında ise yeni bir gelecek vizyonu oluşturarak bir adım daha öteye geçmeye karar verdik. Yeni dönemimizde de iyzico'nun paydaşlarını ve mevcut ekosistemini dijital hale getirmeyi hedefliyoruz.

UÇTAN UCA DİJİTALLEŞME

Biz her yılın stratejik planlamasını dijitalleşmeyi ve teknolojik trendleri göz önünde bulundurarak tasarlıyoruz ve süreçleri daha üst düzeyde nasıl yönetebileceğimize odaklanıyoruz. Bu kapsamda



iyzico, üye iş yerlerimizin fiziksel POS cihazına ihtiyaç duymadan, Android işletim sistemli cihazlarıyla NFC teknolojisini kullanarak temassız ödeme almalarını sağladığımız bu ürünümüzle uçtan uca dijital bir kullanıcı deneyimi sunuyor.

Dijital dünyada doğmuş bir kurum olarak, sahip olduğumuz bilgi birikimi ve deneyimi iç işleyişimizle birlikte iş modellerimize de uyguluyoruz. Geçtiğimiz yıl geliştirdiğimiz yapay zekâ destekli otomasyon alt yapısıyla muhasebe ve finans yönetimi süreçlerimizde ekiplerimizin zamandan tasarruf etmesini sağlıyoruz. Böylelikle paydaşlarımız için daha fazla yeni fikir üretiyor ve bunları proje haline getirebiliyoruz.

Çalışanlarımızın yeni trend ve teknolojik gelişmelerden haberdar olmaları, sürekli kendilerini geliştiren bir ortamda üretebilmeleri için onları destekliyoruz. Dijitalleşme yolculuğumuzun bir parçası olarak yeni nesil ofisimiz iyzicoHUB'ı 2023 yılında kullanıma açtık. Çevik ofis yapımız ile temel amacımız; çalışanlarımızın kendini, ekibini, işini ve paydaş ilişkilerini doğru şekilde yöneterek iyzico'da dijitalleşmeyi ve kazanan kültürünü sürdürülebilir kılmak.

EZBERLERİ BOZUYORUZ

Tüm ürün ve hizmetlerimizin sektörde bu kadar ses getirerek ezberleri bozması dijitalleşme odağında gelişen, güçlü ve güvenli teknolojik alt yapımızdan geliyor. Belirttiğim gibi iyzico; dijital dünyada doğmuş bir kurum. Yola çıktığımızda ilk hedefimiz paydaşlarımızın ödeme sürecindeki deneyimini hızlı ve kolay bir hale getirmektir. 110 bin üye işyerimiz, 2 milyona yakın alt üye işyerimiz, 5 milyondan fazla bireysel kullanıcılarımızı sektörde fark yaratan ürün ve hizmetlerimiz ile buluşturmaktan mutluluk duyuyoruz.

Kesinlikle fark yaratan adımlarımızdan biri de entegrasyon sürecimiz. Eğer iyzico üye işyeri ağına katıldıysanız, 24 saatten daha kısa bir sürede başvuru süreçlerinizi tamamlayarak ödeme almaya başlayabiliyorsunuz. Ödeme alma süreçlerinden sonra iyzico'da diğer bir adım olan, üye işyerlerimiz için büyüme yolculuğu başlıyor. Açıkladığımız vizyon doğrultusunda özellikle KOBİ'lerin büyüme yolculuklarında yanlarında oluyoruz. Dijitalleşme kasımızı paydaşlarımızın iş süreçlerini büyütme ve etkin bir şekilde yönetmeleri için kullanıyoruz.

Bu hedefimiz ile 2023 yılında pilot olarak başladığımız ve bu yıl kullanıma açmayı hedeflediğimiz yeni bir dijital projemiz var.

KOBİ'lerin satış ve pazarlama süreçlerini daha iyi yönetebilmeleri, veriyi daha etkin kullanabilmeleri için sahip olduğumuz dijital pazarlama deneyimi sayesinde onlara ışık tutuyor, yol gösterici oluyoruz.

Yenilikçi teknolojiler kullanarak yeni bir versiyona geçtiğimiz panel sistemimizde, üye işyerlerimizin tüm finansal hizmetlerini tek bir ekran üzerinden hızlı ve kolay bir şekilde yönetmelerini sağlıyoruz. Üye işyerlerimiz özel tasarlanan panelden para transferi, erken ödeme alma gibi fark yaratan uygulamalardan yararlanabiliyor ve tüm para akışlarını tek bir entegrasyonda yönetebiliyor.

Bu vizyon ile yine yakın zamanda hayata geçireceğimiz yeni projemizle üye işyerlerimiz, onlara özel hazırlanan bir web sayfası üzerinden

Yapay zekâyı kullanım alanları

VERİMLİLİK: Yapay zekâ ile çalışanlarımızın iş süreçlerini daha verimli kılıyoruz. Çalışma metotlarımızı, dijitalleşmeye göre yeniden tasarlıyor, çevik bir iş yapış modeli oluşturmaya özen gösteriyoruz. Bir fintek şirketi olarak üye işyerlerimiz ve bireysel kullanıcılarımız için ödeme almayı kolaylaştırdığımız gibi, kendi finans yönetimimizde bunu uyguluyoruz. Aldığımız ödemeleri kategorize ederek mutabakat sürecini kolaylaştırıyor ve burada yapay zekâ modellerini kullanıyoruz. Teknolojiye yatırım yapan bir kurum olarak bilgi teknolojileri operasyonlarımızda da yapay zekanın potansiyelinden mutlaka faydalanıyoruz.

PAZARLAMA: Özellikle pazarlama faaliyetlerimizdeki kaynaklarımızı artırmak, doğru hedef kitleye ulaşabilmek ve daha iyi içerik üretebilmek için yapay zekâ modellerini kullanmayı ihmal etmiyoruz. Paydaşlarımız için ürün ve hizmet kullanımına yönelik hazırladığımız video içeriklerimizde yapay zekâ destekli seslendirmeler kullanarak, müşteri deneyimini iyileştirmeyi hedefliyoruz. Dijital pazarlama alanında kullandığımız yapay zekâ destekli araçlarla üstün kampanya performansı elde ediyor, maliyet optimizasyonu sağlıyoruz.

ÇALIŞANLAR İÇİN: Çalışanlarımız için organize ettiğimiz sanal etkinliklerin yönetiminde, duyuruların hazırlanmasında, oturumların planlanmasında ve soruların yanıtlanmasında da yapay zekadan destek alınarak operasyonel süreçlerimizi daha verimli kılıyoruz.

iyzico'nun ürün ve hizmetlerinin özelliklerine, kullanımına hızlı ve kolay bir şekilde ulaşabilecek. İnovasyon temelli yeni teknolojileri her gün kendi bünyemize katmak ve kullanıcılarımız ile üye iş yerlerimizin buradan yararlanmasını sağlamak her zaman önceliğimiz olmaya devam edecek.

3 ADIMLI YAPAY ZEKA DESTEĞİ

Yapay zekâ uygulamaları kurumları daha üretken duruma getirme potansiyeline sahip. Sunduğu imkanlarla hızla kişisel ve profesyonel yaşamımızın bir parçası haline geldi. Biz de iyzico olarak bu alanda her yıl gelişerek hem dış hem de iç paydaşlarımız için üzerine koyarak ilerliyoruz.

Üye iş yerlerimizi yapay zekâ tabanlı iyzico teknolojileriyle buluşturuyor ve bir ödeme çözümünden çok daha fazlasına sahip olmalarını sağlıyoruz. İş süreçlerinde verimlilik ve kazanç artırmalarına yönelik tasarladığımız Sahtecilik Önleme Sistemi, Akıllı Ödeme Yönlendirme Servisi ve Dynamic 3DS sistemlerimiz sayesinde onlara üç adımlı yapay zekâ desteği sunuyoruz.

Sahtecilik Önleme sistemimiz Fraudtive sayesinde, geçerli ödemeleri kaçırmadan şüpheli işlemlere karşı üye işyerlerimizi 7/24 ücretsiz koruyor, harcama itirazlarını düşürerek müşteri

“ÜRETKEN YAPAY ZEKAYI KULLANIRKEN REGÜLASYONLARA UYUM SAĞLAYACAK ŞEKİLDE İLERLİYOR, POTANSİYEL RİSKLERİ GÖZ ARDI ETMİYORUZ. HER ZAMAN RİSKLERİ DE GÖZ ÖNÜNDE BULUNDURARAK SÜREÇ YÖNETİMİMİZİ SAĞLIYORUZ. YAPAY ZEKÂ GİBİ YENİLİKÇİ TEKNOLOJİLERİ KULLANICI DENEYİMİNİ İYİLEŞTİRMEDE VE TÜM İŞ SÜREÇLERİMİZİN YÖNETİMİNDE DE BÜTÜNSEL BİR UYUM SAĞLAMASI İÇİN KULLANMAYA DEVAM EDECEĞİZ.”



memnuniyetlerini artırmalarını sağlıyoruz. Akıllı Ödeme Yönlendirme servisimiz ile başarısız olabilecek ödemeleri milisaniyeler içerisinde farklı bir banka POS'undan geçirerek, başarılı işleme dönüştürerek üye işyerlerimize ekstra kazanç sağlıyoruz. Dynamic 3DS sistemimiz ise yapay zekâ teknolojisi ile yalnızca riskli bulduğu ödemeleri 3DS doğrulamasına yönlendiriyor ve üye işyerlerimizin müşterilerine daha iyi bir kullanıcı deneyimi sunuyoruz. ■

CEO olarak 3 önceliğim

1 GÜVEN KÖPRÜSÜ iyzico, üye işyeri ve bireysel kullanıcı arasında ödeme alınmasını sağlayan güven köprüsü görevini üstleniyor. İlk 10 yılımızda her iki paydaşımız için ödemeleri güvenle dijitalleştirdik, buradaki hedefimizi lokomotif ürün ve hizmetlerimizle tamamladık. Ancak artan rekabet ile özellikle KOBİ'ler için dijitalleşmek ve dönüşüme uyum sağlamak kaçınılmaz oldu. iyzico olarak üye işyerlerimize bu alanda da destek olmayı kendimize hedef ve amaç edindik. Büyüme yolculuklarında dijitalleşmeleri ve rekabette ayakta durabilmeleri için hazırladığımız yeni ürün ve paket hizmetlerini çok yakında onlarla buluşturacağız.

2 YENİ HİZMETLER Bireysel kullanıcılarımıza sunduğumuz hizmetleri geliştirmek önceliklerimiz arasında yer alıyor. Günümüzde dijitalleşme ile fiziksel bağımlılıklardan uzaklaşarak mobil halde yaşama isteğimizin arttığı da bir gerçek olarak karşımıza çıkıyor. Bu isteğimiz birçok alışkanlık gibi finansal hizmetlere de yansıdı ve devrim niteliğinde gelişmeleri ortaya çıkardı. Fiziki kart kullanımının oldukça azaldığı, kusursuz bir alışveriş deneyimi sunma hedefi ile büyüyen dijital cüzdanımızın daha aktif kullanılması çalışmalarına odaklanmış durumdayız. Kullanıcılarımızı tüm ödeme sürecinde uçtan uca dijital bir deneyim bekliyor.

3 DAHA İYİ ÇÖZÜMLER Dijitalleşme yolculuğumuzda sürekli değişim ve gelişimin kaçınılmaz olduğunu biliyoruz. Hem dış hem iç müşterilerimize daha iyi çözümler sunmamızı sağlayacak teknolojileri, çalışma metodlarımıza ve iş modellerimize entegre etmek için hazırladığımız planlamalarımız ve hedeflerimiz var.

E-TİCARET ALTYAPINIZI ALDINIZ
FAKAT KURULUMUNDA
SORUNLAR MI YAŞIYORSUNUZ?

KEYOLA
GİTSİN!

key

DIGITAL SOLUTIONS

www.keyodigital.com

info@keyodigital.com

0850 309 90 09

Sultan Selim Mahallesi Eski Büyükdere Caddesi
Silahtaröğlü Sokak Yaba 2 Plaza D:2 Kat:1 Daire:2
4. Levent/İstanbul

Dijitalleşmenin gücü sizinle olsun!

30

Güçlü ekonomilerin temel taşları olan şirketler ve iş dünyası, son yıllarda dijitalleşme konusunu ön planda tutarak bu değişimi kucaklamayı, iş süreçlerini geliştirmeyi ve sürdürülebilir olmayı hedefliyor. İyi bir strateji ve güçlü bir müttefik olmadan bu rekabetten başarı ile çıkmak çok mümkün olmuyor... "Dijitalleşme sürecinde başarı için müşterilerimize ihtiyaç duydukları rekabet gücünü sağlıyoruz" diyen **Doğuş Teknoloji'nin CEO'su Semih İncedayı** ile dijitalleşmeyi farklı boyutlarıyla konuştuk.

Doğuş Teknoloji olarak bilgi teknolojileri alanında değer yaratma vizyonuyla kurulduk. Bugün 10'un üzerinde sektörde, pek çok firmaya hizmet veren, odağına müşteriye alan, ihtiyaca özel teknoloji çözümleri sunan, aynı zamanda Ar-Ge merkezi de olan bir teknoloji şirketiyiz. Şirketimizin etkin ve geniş bir hizmet kataloğu bulunuyor. Sistem Entegrasyon, CRM, ERP Çözümleri, Veri Analitiği, Teknoloji Operasyonları, Hibrit Bulut Platformu, Siber Güvenlik, Robotik Otomasyon, Blockchain, Smartglass, IoT Uygulamaları, Mobil ve Web Uygulamaları, UI/UX Servisleri gibi bilgi teknolojilerinin farklı birçok alanında hizmet veriyoruz.

Genç ve dinamik kadromuzla, bilişim sektöründeki gelişmeleri yakından takip ediyoruz. Çevik ve güvene dayalı çalışma kültürümüzle, teknolojiye yeniliklere hızlı bir şekilde adapte oluyor ve müşteri beklentilerini aşan çözümler üretiyoruz. Bu çerçevede, iş çözümleri kapsamında sunduğumuz hizmetlerle müşterilerimizin rekabet avantajlarını artırmalarına ve başarılarına katkı sağlıyoruz.

Öte yandan, Doğuş Teknoloji ekibi olarak kurum içi girişimcilik kültürüyle hareket ediyoruz. Bu gelişim için en çok beslendiğimiz alan ve yenilikçilik ve liderlik için de bize yön gösteriyor. Bu doğrultuda, teknoloji alanında değer yaratma sürecinde sadece ürün geliştirmekle kalmıyor, aynı zamanda dünyadaki öncü teknolojileri müşterilerimizle buluşturmak için partnerlerimizle de hareket ediyoruz. Veri analitiği, yapay zeka ve makine öğrenmesi gibi alanlara yatırımlarımız sürüyor ve yazılım geliştirme alanındaki gücümüzü

artırmaya devam ediyoruz. Yenilikçi yaklaşımlar ve güncel teknolojiler ışığında, yazılım uygulamalarını modernleştirme ilkemizi her daim hedefimizde tutuyoruz. Çok geniş bir teknoloji yelpazesinde çalışan deneyimli Agile Yazılım Metodolojisi ile şeffaf ve sürekli gelişimi hedefleyen bir çalışma kültürü oluşturduğumuzu da ifade etmek isterim. Tek bir cümlede özetlemem gerekirse; sektörüne örnek olan lider bir şirket olarak müşterilerimizin iş hedeflerine ulaşmalarını kolaylaştıracak yenilikçi teknolojik çözümler, ürünler ve hizmetler sunuyoruz.



Siber tehditlere özel çözümler

TEHDİTLERE ÖNLEM Teknoloji dünyasının önümüzdeki dönemdeki gündemi de veri yönetimi, yapay zeka ve veri güvenliği olmaya devam edecek. Yapay zeka bireysel hayatımızda dahi çok geniş bir kullanım alanı bularak etkin ve verimli bir çalışmayı desteklerken, bir yandan da farklı teknolojilerin de etki kat sayısını yükseltecek önemli bir dönüştürücü güç oluyor. Altını çizmem gerekirse, üretici yapay zekayı daha fazla konuşacağımız bir süreci de yaşayacağız. Yapay zekanın özellikle siber güvenlik alanında devrim yaratan uygulamalarına bakarsak hem tehdit potansiyelini artırdığını hem de savunma yöntemlerini güçlendirdiğini görüyoruz.

ÖNCE DEN SAPTAMA Örneğin, fide yazılımı veya kimlik avı saldırıları gibi tehditlerin yapay zeka ile daha büyük bir kitleye daha karmaşık ve manipülatif bir yaklaşımla etki edebilmesi mümkün olurken buna karşın bizler saldırıları önceden tespit etme ve korunma konusunda yapay zekanın gelişmiş teknolojik yeteneklerinden faydalanabiliyoruz.

ESNEK YÖNETİM Kurumsal düzlemde ise büyük veri analizi, makine öğrenmesi ve davranışsal analizler gibi yöntemlerle, zararlı yazılımları tespit eden Endpoint Detection and Response (EDR) sistemlerinin ve ağ güvenliği izleme çözümlerinin saldırılara daha akıllı, hassas, verimli ve otomatik tepki verme avantajını saldırganlara karşı daha esnek ve uyumlu bir savunma sağlama potansiyeline örnek olarak verebiliriz.

BÜTÜNLEŞİK ÇÖZÜM Yapay zekadan beslenen yeni nesil çözümler sayesinde, güvenlik uzmanlarının daha spesifik ve gerçek tehditlere odaklanmalarına olanak tanıyarak, zaman ve kaynakların daha etkili kullanılması da sağlıyor. Bu sayede iş dünyası ve şirketler de daha güvende olabiliyor. Özetle, bütünsel bir dijitalleşme stratejisi ve bu stratejinin bir parçası olarak doğru belirlemiş bir siber güvenlik stratejisi eminim ki şirketlerin sürdürülebilir başarısı için kilit rol oynayacaktır.

DOĞUŞ TEKNOLOJİ'NİN VİZYONU

İş çözümleri, veri analitiği, yapay zeka ve siber güvenlik alanları başta olmak üzere bilgi teknolojileri alanında geniş bir servis kataloğuna ve çok güçlü uzman bir ekibe sahip olduğumuzu belirterek cevabıma başlamak isterim. Zira uzmanlıklar kapsamındaki bilgi birikimimiz ve yetenekli çalışanlarımız en büyük gücümüz... Bu ek olarak kurum içi girişimcilik kültürünü benimseyen şirketimiz, teknoloji alanında değer yaratma sürecinde sadece ürün geliştirmiyor, dünyadaki öncü teknolojilerin müşterileriyle buluşması için partnerlikler de yönetiyor.

Siber güvenlik alanında dünyadaki öncü güvenlik uygulamalarının bölgedeki tek iş ortağı olarak, Türkiye dışında yönettiğimiz projelerle de liderliğimizi sürdürüyoruz. Dijitalleşen süreçlerin uçtan uca ölçülebilir ve izlenebilir olması için Akıllı Otomasyon (Intelligent Automation) teknolojisine odaklanıyoruz. İş Süreçleri Yönetimi (BPM) ile iş süreçlerini yönetirken, PM (Process Mining) ile organizasyon yapılarını analiz ediyor ve geliştiriyoruz. Ayrıca, tekrar eden işleri otomatize eden Robotik Süreç Otomasyonları (RPA) teknolojileri ile Akıllı Otomasyon (Intelligent Automation) teknolojisini oluşturuyoruz.

DESIGN THINKING YAKLAŞIMI

Şirketlerde dijitalleşme için önemli adımlardan biri de Design Thinking. Doğuş Teknoloji olarak projelerimize başlarken müşterilerimizin ve son kullanıcının ihtiyaçlarını daha iyi anlayabilme adına Tasarım Odaklı Düşünme (Design Thinking)

yöntemini kullanıyoruz. Bu çalışma içerisinde kullanıcı davranışlarını, amaç ve ihtiyaçlarını analiz ediyor, acı ve keyif noktalarını belirliyoruz. Bu acı noktaların her birini birer keyif noktasına dönüştürmek için ihtiyaca özel deneyim tasarlayarak test ediyor ve en optimum hale getirene kadar iyileştirme çalışmalarımızı topladığımız verilerin ışığında yeniden tasarlamaya, dönüştürmeye devam ediyoruz. Bu sayede problemleri sağlıklı bir şekilde tespit ediyor, kullanıcı deneyimini iyileştiriyor, müşterilerimize en doğru çözümleri sunuyoruz.

Yenilikçi teknolojiler odağında da değer yaratmak da önemli farklılıklarımız arasında diye düşünüyorum. Blockchain, Metaverse, mobil teknolojiler, giyilebilir teknolojiler ve dijital çözümler ile ilgili gerçekleştirdiğimiz çalışmalar ile elde ettiğimiz sonuçları müşterilerimiz ile paylaşıyor, yapılan yatırımlarla teknolojiyi en doğru şekilde kullanıyoruz.

AR-GE'YE BÜYÜK YATIRIM

Türkiye'de teknoloji Ar-Ge faaliyetlerinin son yıllarda önemli gelişmeler kaydettiğini görüyoruz. Özellikle, bilgi teknolojileri, yazılım geliştirme, savunma sanayii, sağlık teknolojileri ve enerji gibi birçok sektörde Ar-Ge çalışmaları dikkat çekiyor. Ülkemize bu yönde ortaya konan politikalara baktığımızda, Ar-Ge'nin gelişmesi için atılan adımlarla birlikte, bu alandaki potansiyelin daha da artması ve Türkiye'nin küresel ölçekte rekabet edebilen bir teknoloji üssü haline gelmesi hedefleniyor. Bu oldukça değerli bir yaklaşım, zira bu süreç, uzun vadeli ve sürdürülebilir politika ve stratejilere mümkün hale geliyor.

Bir Ar-Ge şirketi olarak faaliyetlerimizi sürdürüyoruz. Genel proje danışmanlıklarımız dışında güçlü yazılım ekibimizle sürekli yeni yazılım çözümleri ve ürünler geliştiriyoruz. Bunlar arasında, Hibrit çalışma kültürüne uygun veri odaklı çözümler sunan rezervasyon aracımız Hybee, kurum politikalarının ve regülasyonların ihlal edilmesini önleyen farkındalık sistemi NotiSecure, yapay zeka destekli yeni nesil öneri motoru Recommaster, veritabanı yönetim ekiplerinin anlık kontrol ve kapasite izleme faaliyetlerini yöneten Solidbooster gibi çok sayıda yenilikçi ürün bulunuyor.

Özetle biz yenilikçiliğe ve Ar-Ge'ye inanıyoruz ve liderliğimizi pekiştirecek gücü de buradan alıyoruz. Bu inancımızı da 2022'de bir önceki yıla göre yüzde 144 artan Ar-Ge yatırımlarımız net biçimde gösteriyor.

YAPAY ZEKA DÖNÜŞÜMÜ

Veriye şirketler artık ana hammaddeyi olarak bakıyorlar ama bu hammaddeyi değere dönüştüren aslında üzerine koyduğunuz akıl... Bu noktada tam ifade etmek gerekirse "veri tahminleme" şirketler için en kritik başarı faktörlerinden biri haline geliyor. Zira, gelişen teknoloji ile artık veri bize geleceği gösteriyor. Doğuş Teknoloji olarak veri tahminleme alanında geliştirdiğimiz teknolojiler sayesinde gelecek öngörülerini ile zenginleştirilmiş raporlar sunabiliyor,

geleneksel iş zekâsı raporlamasının ötesine geçiyoruz. Özetle, trendleri de içeren öngörüler sayesinde iş kararlarını daha önce hiç olmadığı kadar bilgiye dayalı bir hale getiriyoruz. Bu da şirketleri rekabette öne taşıyor.

Sektöre baktığımızda şirketler bu sebeple hem veriyi hem de yapay zeka tabanlı çözümleri kullanabilen ve geliştirebilen çalışan sayısını ne kadar arttırlırsa pazarda o kadar rekabetçi ve önde olacaklarının farkına vardılar. Biz de Doğuş Teknoloji olarak bu alanda geliştirdiğimiz veri, analitiği ve tahminleme ile üretken yapay zeka eğitim programlarımızla çalışanların bu yetkinlikleri kazanmasına aracılık ediyoruz. Yeni nesil yapay zeka geliştirme platformumuz ile de sadece veri bilimcilerin değil kendi alanlarında uzman iş birimlerinin de yapay zeka modelleri oluşturmasına imkan tanıyor ve çalışanların üretkenliğini önemli ölçüde arttırıyor.

2024 yılı bizce yapay zeka alanında önemli gelişmelerin olacağı bir yıl olacak. 2023 içinde üretken yapay zeka alanında büyük üreticilerin duyurduğu çözümlerin uygulamalarını bu yıl birçok iş kolunda görmeye başlayacağız. Biz de bu alanda son bir yıldır önemli çalışmalar gerçekleştirdik. "İş Arkadaşım olarak Yapay Zeka" (AI as Partner) mottosu ile ilerleyerek bir çok farklı iş kolu için uzmanlaştırdığımız Yapay Zeka Asistanlarımızı bu yılın ilk çeyreğinde şirketlerin kullanımına sunacağız. ■

Markalara kritik öneriler

NET STRATEJİ Dijitalleşme, şirketlerin rekabetçi kalabilmeleri ve pazarda varlık gösterebilmeleri için kritik bir öneme sahip. Bu nedenle şirketler, dijitalleşme için belirli ve net stratejiler izlemeliler.

DOĞRU ÇÖZÜM Öncelikle, teknolojik gelişmeleri yakından takip ederek iş süreçlerinde verimlilik sağlayacak dijital araçları ve çözümleri tespit etmeliler. Makine öğrenmesi, üretken yapay zeka, IoT ve blockchain gibi yeni teknolojileri iş süreçlerine entegre ederek rekabet avantajı elde edebilirler.

EĞİTİM Şirket içi eğitim ve gelişim programlarına ağırlık vererek çalışanların dijital becerilerini ve yetkinliklerini artırmak büyük önem taşıyor.

VERİ GİZLİLİĞİ Özellikle güvenlik ve veri gizliliği de dijitalleşme sürecinde dikkat edilmesi gereken önemli bir konu olarak ele alınmalı. Şirketlerin, siber güvenlik önlemlerini güçlendirmesi ve müşteri verilerinin korunmasına özel önem göstermesi gerekiyor.

MÜŞTERİ DENEYİMİ Müşteri deneyimini geliştirmeye odaklanmak da büyük önem taşıyor. Müşteri taleplerini ve ihtiyaçlarını analiz ederek dijital çözümlerle daha iyi bir müşteri deneyimi sunmak, şirketin müşteri sadakatini artırmasına ve pazarda rekabet gücünü yükseltmesine yardımcı oluyor.

Aracını alırken, satarken, kullanırken ihtiyaç duyacağın tüm hizmetler arabam.com'da

İlan Platformu

Türkiye'nin ilk araç ilanı platformu arabam.com'da, aradığınız marka model araçlar için on binlerce ilan yer alıyor.

Trink sat!

Aracını değerinde, aynı gün, zahmetsiz ve güvenle arabam.com'a sat, paran 15 dakikada cebine gelsin.

arabam garaj

Periyodik Bakım'dan Oto Kuaför'e kadar aracın için her şey!

Arabam Kaç Para?

Aracının gerçek piyasa değerini anında ve ücretsiz öğren!

Oto ekspertiz

Uzman gözünden detaylı ekspertiz.



arabam **com**

Yol haritamız, yenilikçi ve teknolojik çözümler

34

Global arenada ülkemizin bayrağını başarıyla dalgalandıran FLO Group, 3 kıtada, 30 ülkede, 800'ü aşkın mağazası ve yaygınlaşan global operasyonları ile her geçen gün daha da büyüyerek yoluna devam ediyor. 360 derece entegre perakendecilik yaklaşımıyla alışveriş deneyimini ileri seviyeye taşıdıklarını belirten **FLO Group CEO'su Yenal Gökyıldırım**; Yıldız Teknopark'ta kurdukları FLO Teknoloji şirketiyle birlikte grubun teknoloji yol haritasını nasıl belirlediklerini anlattı.

FLO Group olarak, Türkiye'den çıkan ve global arenada bayrağımızı başarı ile dalgalandıran ender markalardan biriyiz. Bugün, 3 kıtada 30 ülkede 800'ü aşkın mağazamızla ve yaygınlaşan global operasyonlarımız ile de sağlıklı bir şekilde büyüyerek yolumuza devam ediyoruz.

Kendi e-ticaret kanallarımızın yanı sıra yurt dışında 20'den fazla ülkede global ve lokal pazaryerlerine entegre olarak online satış çalışmalarımızı yürütüyoruz. Tüm bu entegre yapıyı birlikte değerlendirdiğimizde ürün uzmanlığımız, çok kanallı ve çok markalı yapımız bizi dünyada eşine az rastlanır bir şirket haline getiriyor.

Bu yapıyı etkin şekilde yönetmek için de elbette çok ciddi bir teknolojik altyapı gerekiyor. Bu kapsamda 2018 yılında başlattığımız teknolojik yatırımlarımıza 2023 yılında hız vererek; planlamadan tedarik yönetimine, lojistik süreçlerden satış fonksiyonlarına kadar her alanda dijital kaslarımızı oldukça güçlendirdik. Gerçekleştirdiğimiz teknoloji yatırımlarımız ile perakende sektörüne öncülük ederek, alışverişte online ve offline kanallar arasındaki duvarları ortadan kaldırarak yeni nesil dijital çözümlerimiz ile müşteri deneyimini uçtan uca geliştirmeye



odaklandık. Bu anlayışla, geçtiğimiz 2 yılda, 150 milyon TL'yi aşan bir teknoloji yatırımı gerçekleştirdik. 2023 yılında yaklaşık 280 milyon TL daha yatırım yaparak bu alandaki adımlarımızı daha da hızlandırdık.

YOĞUNLAŞTIĞIMIZ 4 BAŞLIK

FLO Group olarak 2023 yılında önemli bir adım atarak Yıldız Teknik Üniversitesi Teknopark'ta FLO Teknoloji şirketimizi kurduk. 200 kişilik büyük bir ekibin görev aldığı FLO Teknoloji'de

kendi yazılımlarımızı üretiyor, altyapımızı sürekli olarak güçlendiriyor ve her türlü dönüşüme çok hızlı reaksiyon gösterebiliyoruz. FLO Teknoloji şirketimizde, altyapımızı ve güvenlik süreçlerini güçlendirirken diğer taraftan da müşteri deneyimini ve e-ticaret tarafındaki alışveriş deneyimini iyileştirecek projelerimizi hayata geçiriyoruz. Teknolojik yol haritamızı oluştururken “güvenlik, dijital dönüşüm, inovasyon ve know-how inşası” olmak üzere 4 başlık üzerine yoğunlaşıyoruz. Yaptığımız tüm çalışmalar ile veri güvenliği konusunda çalışmalar yürüten SecurityScorecard’ın verilerine göre sektördeki diğer oyuncuları da geçerek yüzde 96’lık bir güvenlik skoruna ulaşmanın da gururunu yaşıyoruz.

ÇOK KANALLI YAKLAŞIM

FLO Group olarak kendimizi çok kanallı ve çok markalı dijital odaklı, müşteriye merkeze alan entegre bir perakende şirketi olarak tanımlıyoruz. 360 derece entegre perakendecilik yaklaşımına sahip global bir yapı olarak, dijitalleşmenin şirketlerin yakın gelecekteki var oluşları üzerinde kilit rol oynadığını düşünüyoruz. Bu anlamda küresel çaptaki gelişmeleri doğru okuyor, her türlü dönüşüme, çok hızlı reaksiyon gösterebiliyor ve dijitalleşme konusunda önemli yatırımlar yapıyoruz.

Faaliyet gösterdiğimiz tüm kanallarımızı omni-channel alışverişin adresi yapma hedefiyle çıktığımız bu yolda, tüm stratejimizi müşterilerimizi online ve offline olarak ayırmadan tek bir müşteri deneyimi yaratmak üzerine kurduk. Bu hedef doğrultusunda tüm kanallarımız ve markalarımız ile güçlü bir omni-channel perakende uygulaması yarattık. İş süreçlerimizin dijital dönüşümü için önemli bir çaba harcarken, satış kanallarımızın dönüşen rollerine paralel olarak teknolojik yetkinliklerimizi de günden güne artırdık.

SEKTÖRE KAZANDIRDIĞIMIZ İLKLER

Özellikle son 3 yılda, pek çoğu perakende sektörü için bir ilk olan ve müşteri deneyimini geliştiren birçok uygulamayı hayata geçirdik. Bunlardan bir tanesi de FLO Dijital. Hayata

geçirdiğimiz FLO Dijital uygulamamız ile 800’ü aşkın FLO, IN STREET, Lumberjack, Reebok ve Nine West mağazalarımızın stokları ile e-ticaret stoklarımızın tamamını tek platform üzerinden görebiliyoruz. Bu uygulama sayesinde mağazada müşterimizin aradığı ürünün stoğu olmasa bile, FLO Dijital üzerinden oluşturulan sanal sepet ile satış o anda gerçekleştirilebiliyor. Müşterilerimiz ise, online kanallar üzerinden verdikleri siparişleri diledikleri mağazadan teslim alabiliyor ya da mağazalarımızdan aldıkları ürünleri doğrudan adreslerine isteyebiliyorlar. Böylece offline ve online kanallar arasında bariyerler kalkarken, üst düzey bir lojistik operasyonu yürütüyoruz.

Tüm bunlara ek olarak dijital dönüşümü sürdürülebilir dönüşümden ayrı tutmuyoruz. Teknolojinin eşitsizlikteki azaltmadaki hızlandırıcı rolüne inanıyoruz. Bu kapsamda BlindLook ile iş birliği yaparak görme engellilerin özel gereksinimlerine uygun şekilde erişilebilir hizmet modeline geçtik.



“Güçlü teknolojik altyapımız sayesinde müşterilerimize en doğru ürünü, en doğru zamanda, en doğru kanaldan sunuyoruz ve tüm faaliyetlerimizi dijitalleşme odaklı olarak gerçekleştiriyoruz.”

CEO olarak 3 önceliğim

1 MÜŞTERİ En önemli önceliklerimizden biri olan ‘Müşteri Odaklılık’ yaklaşımımız doğrultusunda teknolojinin de sağladığı güç ile müşterilerimizin geri bildirimlerine odaklandık ve elde ettiğimiz verileri analiz ederek, her bir temas noktamızı iyileştirdik.

2 VERİ YÖNETİMİ Tüm sektörlerde olduğu gibi bizim sektörümüzde de veriyi iyi kullanan ve mobiliteyi sağlayan dijital şirketlerin, sektörlerin değişimine ve dönüşümüne öncülük edeceğini biliyorduk. Bizler de bu nedenle şirketimizi yalnızca bugüne değil, geleceğe de hazırlamak için dijitalleşme ve mobiliteyi iş kültürümüzün ayrılmaz bir parçası haline getirdik. Sektör öncüsü bir şirket olarak, veriyi iyi kullanan ve mobiliteyi sağlayan bir şirket haline dönüştük.

3 YAPAY ZEKA Yapay zeka kullanımı da en önemli gündemlerimizden biri. Bugüne kadar olduğu gibi gelecekte de müşteri beklentisini önceleyen bir bakış açısıyla yapay zeka teknolojisini kullanmaya devam edecek, perakende sektörüne öncülük edecek ve fark yaratacak projelerimizi hayata geçireceğiz. FLO Teknoloji ekibimiz ile sektörümüze öncülük edecek projelere imza atmaya devam edeceğiz.

Önce e-ticaret sitemiz flo.com.tr üzerinden yapay zeka desteği ile online satışlarımızı erişilebilir hale getirdik. Akabinde mağazalarımızı yine yapay zeka tabanlı bir uygulama ile görme engellilerin hiç kimsenden destek almadan alışverişlerini yapabilecekleri şekilde erişilebilir hale getirerek sektörümüzde bir ilke daha imza attık.

YAPAY ZEKA STRATEJİMİZ

Hem müşterilerimizin alışveriş deneyimlerini hem de tüm iş süreçlerimizi kolaylaştırabilmek adına bugüne kadar pek çok başarılı projeyi hayata geçirdik. Özellikle satış sonrası iade değişim hizmetleri konusunda yapay zekadan sıklıkla faydalandık ve bu başlıktaki çalışmalara oldukça ağırlık verdik. Bunlardan bir tanesi de çok sayıda ödül aldığımız yapay zeka destekli uygulamamız FLO Wise oldu.

FLO Wise uygulamamız ile, müşterilerimizin kusurlu olduğunu düşündükleri bir ürünü mağazaya götürmelerinin ardından, incelenmesinin tamamlanması için 15-20 gün beklemlerinin önüne geçtik. Mağazaya getirilen ürünlerin geçmiş iade bilgilerine ulaşabilen, ürünün temel özelliklerini, hasar tipi arasındaki ilişkiyi, mevsim koşullarına dayanan etmenleri, ürünü üreten tedarikçinin kalite geçmişini, benzer ürünlerdeki iade istatistiklerini ve hatta geçmiş müşteri davranışlarının analizini anlık olarak sunabilen bir yapay zeka asistanını

devreye aldık. Geliştirdiğimiz bu teknoloji sayesinde çıkan sonuca bağlı olarak dakikalar içerisinde ürün ile ilgili kararı satış danışmanlarımız verebiliyor olduklar ve müşterilerimizi bekletmeden anlık çözümler yaratabildik.

ÖNCÜ UYGULAMALARIMIZ

E-ticaret tarafında da imaj analitiği olarak konumlandırılan ‘Kombinini Tamamla’ ve ‘Benzer Ürün Önerileri’ gibi uygulamaları yapay zeka tabanlı yazılımlar aracılığıyla gerçekleştiriyoruz. Bunlardan bir tanesi de yine çok ödül aldığımız ‘Ayağında Gör’ AI/VR projemiz. Ayağında Gör özelliği ile mobil uygulamamız üzerinden beğendiğiniz ayakkabıların mağazaya gitmeden ayağınızda nasıl durduğunu görebiliyorsunuz. Bunun fiziki ve online dünyanın kesişiminde öncü bir uygulama olduğunu söyleyebilirim.

Kısa bir süre önce bu projemizi bir adım öteye taşıyarak ‘Ortamda Gör’ modülünü de devreye almak için ön hazırlıklarımızı tamamladık. Ayrıca şu anda deneme süreci devam eden mağazalarda ‘Dijital Ayak Ölçümü’ projesi ile müşterilerimize kişiselleştirilmiş deneyim sunmayı amaçlıyoruz. Kişinin ayak analizine göre en uygun ürünü önerecek bir sistem kurmayı hedefliyoruz. Gelecek dönemde de yapay zeka destekli projelerimiz artarak devam edecek. ■

E-ticaretin payını nasıl yükselttik?

TEK MÜŞTERİ: Mağazalarımızda olduğu gibi e-ticaret kanallarımızda da müşterilerimize geniş bir ürün seçkisi sunmak, görünürlüğümüzü en üst düzeyde tutmak, alışverişin kolayca yapılmasını sağlamak ve müşteri deneyimini iyileştirmek ana hedeflerimiz arasında yer alıyor. Karşımızda omni-müşteri var. Yani hangi kanaldan alışveriş yapıyor olursa olsun bizim için tek bir müşteri var.

ORTAK DENEYİM: Asıl amacımız tüm müşterilerimize kanal fark etmeksizin ortak bir deneyim sunmak. Bu nedenle de tüm kanallarımızı birbirine entegre ederek, müşterilerimizin beklentilerine uygun 360 derece çözümler ile geliştiriyoruz. Perakende kanallarımızın ve markalarımızın online satış kanallarında da müşterilerimize doğrudan temas ediyoruz.

PAZARYERİYİZ: flo.com.tr’yi bir pazaryeri olarak konumlandırıyor ve hem kendi ürünlerimizi hem de başka satıcıların ürünlerini web sitemiz üzerinden müşterilerimize sunuyoruz. E-ticaretin ciromuzdaki payını sürekli artırıyoruz. Pandemi öncesine yüzde 10 civarında olan payımızı yüzde 20’lere çıkardık.

20’DEN FAZLA ÜLKEDEYİZ: FLO Group olarak Avrupa, CIS ve MENA gibi çeşitli bölgelerde lokal ve global pazaryerleri ile olan iş birliklerimiz vasıtasıyla, bugün kendi e-ticaret kanallarımızın yanı sıra yurt dışında 20’den fazla ülkede global ve lokal pazaryerlerine entegre olarak online satış çalışmalarımızı yürütüyoruz.

HEDEFİMİZ: Bugüne kadar olduğu gibi gelecekte de büyüme ivmemizi sürdüreceğiz ve başarılarımızı sürdürülebilir kılaacak güçlü adımlar atmaya devam edeceğiz.



Türkiye'nin Dijital Geleceğini Şekillendirmeye Devam Ediyoruz...

2000 yılında doğan bir misyonun peşindeyiz; Türkiye'nin dijital dönüşüm sürecine öncülük etmek.

Bu hedef doğrultusunda, Türk internet ekosistemine yatırımlarını sürdüren grup şirketlerimiz, fark yaratan iş modellerini her gün yenilikçi teknolojilerle geliştiriyor ve yeni başarı hikayelerine imza atıyorlar.

kariyer.net »iŞiNOLSUN tech career.net We Brand We Hire COENSIO PeopleBox

arabam.com Trink sat! arabam garaj arabam.com oto ekspertiz

HangiKredi HangiPara

sigortam.net

emlakjet endeksa

cimri cimrimarkette neredekal.com

ChemOrbis SteelOrbis
CONNECTING MARKETS CONNECTING MARKETS



“Stratejimizin merkezinde inovasyon ve deneyim var”

Son teknolojilere ve inovasyona yatırım, oyun şirketi Petrolig'in "varoluşunun" temelinde yer alıyor. **Petrolig Games Genel Müdürü Burçin Cafer** "Ajandamızın ilk sırasında, mevcut oyun portföyümüzün oyuncu kitlesini artırmak ve trendlere uygun, fark yaratacak yeni oyunlar geliştirmek var" diye kaydediyor.

Bizim gibi teknoloji yatırımı yapan ve yeniliklerden beslenen şirketler "inovasyon ve deneyimi" ön plana alan bir anlayışla yönetilmek zorunda. Stratejimizi bu dinamiklere göre belirliyor, hem yarattığımız oyunlarda hem de yürüttüğümüz iletişim çalışmalarında en son dijital trendleri yakından takip ediyor ve etkin biçimde süreçlerimize yansıtmaya çalışıyoruz.

2023 yılı bizi aslında ekip olarak oldukça heyecanlandıran bir yıldır. Öncelikle Türkiye Süper Ligi'ne özel ilk ve en popüler futbol ve menajerlik oyunu Petrol Ofisi Sosyal Lig'de oyuncu deneyimini iyileştirmeye odaklandık. 3.5 milyonu aşkın oyuncusu olan Petrol Ofisi Sosyal Lig'de kullandığımız araçlarda iyileştirme yaptık, yapay zeka kullanımını hem veri analitiği hem de oyun kurgusunun içine entegre ettik. Oyuncu verilerini analiz ederek kullanıcı davranışları hakkında daha derinlemesine bilgi edindik, bu sayede aylık aktif oyuncu sayımızı 1.8 milyonun üzerine, oyuncuların oyunda geçirdikleri süreyi de 1 saat üzerine çıkararak ikiye katladık.

İLK TÜRK ŞİRKET

Petrol Ofisi Sosyal Lig'i geliştiren ekip olarak, yakın zamanda The Sandbox Metaverse'te yer alan ilk Türk oyun şirketi olmayı başardık.

Son teknoloji, oyun dünyasının birçok platformda ve iş kolunda var olması, bizim geleceğin teknolojilerini deneyimleme ve bugünden bu anlamda içerik yaratma arzumuz birleşti ve internetin bir sonraki aşaması olarak tanımlanan Metaverse'te Sosyal Lig'i futbol temalı oyun parkı olarak tekrar yorumladık.

Yaklaşık sekiz ay süren geliştirme döneminden sonra sürükleyici bir oyun deneyiminin lansmanını gerçekleştirdik.

DEPREM FARKINDALIĞI

Tatbikat adlı eğitici deprem bilinçlendirme uygulamamızla önemli bir sosyal sorumluluk projesine de imza attık. 6 Şubat depremlerinden sonra, Petrol Ofisi Grubu olarak arama kurtarma ve enkaz kaldırma çalışmalarını sürdürebilmek amacıyla harekete geçtik. Petrol Ofisi Grubu'nun oyun teknolojileri şirketi olarak uzmanlık alanımızı kullanarak ülkemizde benzer acıların tekrar yaşanmaması umuduyla Tatbikat'ı geliştirdik. Projeyi, İstanbul Teknik Üniversitesi Afet Yönetimi Enstitüsü öğretim üyeleri, pedagoglar ve Sosyal Lig oyuncularının katkılarıyla yaklaşık 20 günde tamamladık ve App Store ve Google Play'de yayınladık. Eğitici oyunumuz, sosyal sorumluluk bilinciyle yürüttüğümüz iletişim kampanyası, gönüllü influencer'lar, ünlüler ve iş ortaklarımızın desteğiyle büyük ses getirdi ve kısa sürede geniş kitlelere ulaştı.

TEKNOLOJİYLE FARK YARATIYORUZ

Oyun şirketi olarak, varoluşumuzun temeli olan son teknolojiye ve inovasyona odaklanan bir yatırım stratejimiz var. Her adımımızı mevcut ya da gelecekte büyük potansiyele sahip teknolojiler ve platformlar etrafında konumlandırmaya çalışıyoruz. Sürekli olarak en son teknolojiyi takip ediyor ve iş süreçlerimize entegre etme çabası içindeyiz. Bizi farklılaştıran temel odak noktamız, yenilikçi ve teknolojik açıdan ileri



seviyede oyunlar geliştirmek ve bu oyunları pazarın dinamiklerine uygun platformlarda yayınlamak. Mobil oyunların ötesinde farklı alanlarda ve platformlarda oyun yaratmak, bu oyunların pazarlama yatırımlarını doğru hedef kitlelere ve dijital topluluklara yönlendirebilmek en güçlü kasımız. Pazarlama alanında da teknolojiyi etkin bir şekilde kullanarak performansımızı maksimize etmeye odaklanıyoruz.

Doğru teknoloji kullanımımız ve performans, deneyim odaklı bakış açımız sayesinde de pek çok yerel ve global platformda içlerinde “Best Mobile Game”, “Best Sports Game”, “Best Gamification” da olan 80’i aşkın ödülümüz var. 2022 yılında Fast Company’nin düzenlediği Türkiye’nin En Yenilikçi 50 Şirketi listesine giren ilk ve tek oyun şirketi olma başarısını gösterdik.

YAPAY ZEKA YAKLAŞIMI

Yapay zeka, oyun sektöründe geliştirme süreçlerini optimize etmek ve oyunculara daha zengin, kişiselleştirilmiş deneyimler sunmak için büyük potansiyele sahip. Şirket olarak, yayınlanmış ve geliştirme aşamasında olan oyunlarımızda yapay zeka kullanıyoruz. Örneğin, Sosyal Lig oyunumuzda bir yıldan beri yapay zeka algoritmalarını kullanarak oyuncu deneyimini iyileştiriyor ve kişiselleştirilmiş içerik sunuyoruz. İletişim çalışmalarında oyuncu verilerini analiz ederek kişiselleştirilmiş fırsatlar sunabiliyoruz. Geliştirme aşamasındaki oyunlarımızda ise yapay zekayı, dünya tasarımı, karakterler ve görevler gibi alanlarda kullanarak oyun içi dünyayı zenginleştirmeyi hedefliyoruz. Yapay zekayı, daha akıllı kararlar almak, oyuncu deneyimini iyileştirmek ve operasyonel mükemmelliği sağlamak için kullanıyoruz. Bu yaklaşım çerçevesinde teknolojik yenilikleri sürekli entegre ediyor ve şirket içindeki performansı artırıyoruz.

OYUN İÇİ SATIN ALMA VE İŞ BİRLİKLERİ

Sosyal Lig’de geçtiğimiz sezon denemeye başladığımız oyun içi satın alma opsiyonlarını 23/24 futbol sezonunda çeşitlendirerek geliştirdik. Bu satın alma opsiyonları, oyun deneyimini zenginleştirirken ilk senede gelirlerimiz içinde yüzde 24’lük bir paya ulaştı. Ayrıca, Apple, İş Bankası’nın yeni nesil bankacılık

uygulaması Nays, Getir, Coca Cola gibi güçlü markalara bir platform olarak ulaşmak istedikleri hedef kitleye uygun doğru iletişim kanalları sunarak iş birlikleri geliştirdik.

Bu iş birlikleriyle hem oyuncularımızın oyun deneyimini zenginleştirdik hem de markaların hedef kitesine etkili bir şekilde erişim sağlamaları ve online ticaret üzerinden hacim yaratmaları yolunda önemli adımlar attık. Önümüzdeki dönemde farklı markalar için futbolsever kitlelere ulaşmalarını sağlayan bir platform olmaya devam edeceğiz.

METVERSE UYGULAMALARI

Metaverse evrenindeki diğeri oyunumuz Sosyal Lig Arena, online ticaretin farklı bir alanında çeşitli fırsatlar sunmaya devam ediyor. Burada öne çıkan reklam alanlarının ötesinde NFT satışları ve etkinlikler. NFT’ler, oyuncu kitlesi ve blockchain teknolojisi meraklıları tarafından yakından takip ediliyor. Özellikle nadir ve benzersiz olmaları ve ayrıca yatırım aracı olmaları nedeniyle yüksek talep görüyorlar. Yakın zamanda, Sosyal Lig Arena’nın ilk NFT koleksiyonu olan ‘Arena Spirit: Football Hat Collection’ı satışa sunacağız. Ayrıca, yaratıcılığı desteklemek ve metaverse hedef kitesini çekmek için futbol özelinde çeşitli etkinlikler düzenliyoruz. Bu NFT koleksiyonları, avatarlar ve özel etkinlikler, futbol tutkunlarına olduğu kadar oyun ve kripto meraklılarına da hitap etmeye devam edecek.

Öncelikli konular

Dijital dünyada faaliyet gösteren bir şirket olarak, önceliklerimiz mevcut oyun portföyümüzün oyuncu kitlesini artırmak ve trendlere uygun, fark yaratacak yeni oyunlar eklemek. 2023’te Rune Games şirketini kurarak teknoloji üretimi ve yatırımında farklı kaynaklara bağımlılığımızı ortadan kaldırdık, güçlü bir oyun geliştirme ve pazarlama yapısına geçtik. Hedefimiz pazardaki trendleri doğru okuyarak büyümek, üretmek ve rekabette fark yaratmak. İnsan kaynağına yatırım yaparak nitelikli, motive ve heyecanlı bir ekiple uzun vadeli başarıları destekliyoruz. Bir diğeri önceliğimiz oyuncular; beklentilerini karşılamak için teknoloji ve oyuncu deneyimine odaklanarak etkileyici oyunlar sunmayı amaçlıyoruz.

İstanbulkart'ın dijital yolculuğu

İstanbulkart'ı yalnızca bir ulaşım kartı olmaktan çıkarıp "Şehir Yaşam Kartı" haline getirdiklerini ve 100 binden fazla noktada alışveriş ödemelerine açtıklarını ifade eden **İBB İştirakler Teknoloji Grup Başkanı ve BELBİM A.Ş. Genel Müdürü Nihat Narin**, "Her geçen gün yenisini eklediğimiz fintech hizmetleriyle İstanbulkart Mobil'i bir bankacılık uygulamasına taşıyoruz" diyor.

İstanbul Büyükşehir Belediyesinin bir iştiraki olarak 4.5 sene önce bir değişim rüzgarını arkamıza alarak daha iyi bir İstanbul için yola çıktık. Çıktığımız bu yolda önümüzde tek bir hedef vardı: İstanbul'a hak ettiği şekilde hizmet etmek, İstanbullulara değer katmak. Bu vizyon ve misyon çerçevesinde tüm belediye hizmetlerini yeniden değerlendirdik. Her bir ürünü ve projeyi katma değer yaratacak ya da değeri artacak şekilde değiştirmek üzere çalışmalar yaptık.

Bu çalışmalar neticesinde milyonların cebinde, ulaşım kartı olarak yer bulan İstanbulkart yalnızca bir ulaşım kartı olmaktan çıktı, Şehir Yaşam Kartı oldu. Niteliklerini değiştirdiğimiz İstanbulkart'ı, İstanbul'da 100 binden fazla noktada alışveriş ödemelerine açtık. Bu sayede, İstanbullular bugün, semt bakkallarından zincir marketlere, gıdadan kozmetiğe, benzin istasyonlarına kadar çok geniş bir yelpazede, dünün ulaşım kartını, bugünün ödeme alternatifi olarak kullanabilir oldu.

İSTANBULKART DÜNYAYA AÇILIYOR

İçinde olduğumuz inovatif üretim sürecinde artık nostalji diyebileceğim Akbil, bugün hayal dahi edilemeyecek bir boyuta geldi. Geçtiğimiz yıl içerisinde Mastercard ile yaptığımız iş birliği ve ardından Bankalararası Kart Merkezi (BKM) lisansımızı almamız sayesinde İstanbulkart çok yakında dünyaya açılıyor. Bu ortak çalışma birçok amaca hizmet ediyor.

Projenin ilk bacağı olan, toplu ulaşım ödemelerinde temassız banka ve kredi kartlarının kullanımına açılması, hem kent sakinlerinin hem de yerli yabancı ziyaretçilerimizin hayatını kolaylaştıracak bir özellik. Ziyaretçi sayısı her geçen gün artan bir metropolde bu hizmet ile yeni kart olarak oluşacak israfın, çevreye verilecek zararın önüne geçiyoruz.

İş birliğimizin sonraki aşamalarında da İstanbulkart'ı dünyaya açıyoruz. Mastercard logolu dijital İstanbulkartlar ile yurt içi ve yurt dışı tüm e-ticaret siteleri ile anlaşmalı POS'larda QR ile ödeme yapılabilecek ve ilerleyen aşamalarda kullanıma sunulacak Mastercard logolu fiziksel İstanbulkartlar ile de yurt içi ve yurt dışı fiziksel ödeme noktalarında ödeme yapılabilecek.

AVRUPA'DA BİLE EŞİ YOK

16 milyon nüfusa ev sahipliği yapan İstanbul'da her geçen gün kalabalıklaşan şehir hayatını kolaylaştırmak, sürdürülebilir ve kapsamlı bir şehir oluşmasına destek olmak için kentimize değer katan çözümler sunmak şart.

Son birkaç yıldır gündemimizde, kamusal hizmetleri teknolojinin tüm imkanlarıyla donatmak ve akıllı şehir vizyonunu İstanbul'un merkezine almak vardı. Dinamik bir kadro ile benimsediğimiz bu vizyon bizi dijital dönüşüme, ortaya koyduğumuz stratejik dönüşüm hamleleri de başarıya götürdü.

Rakamlarla İstanbulkart

13 milyon

İstanbulkart Mobil 13 milyon indirilmeye sahip.

130 milyon

Bugüne kadar yaklaşık 130 milyondan fazla QR geçişi yapıldı.

%30

Tüm yükleme kanalları içinde İstanbulkart Mobil'in payı yüzde 30'a ulaştı.

2 kat

Son 1 yılda ulaşım dışı alışverişlerde işlem hacmimiz 2 katına çıktı.

İstanbul'da dijital dönüşüm denildiğinde İstanbulluların kentte en aktif, en yoğun kullanım alanlarına odaklanmak, o alanları geliştirmek gerekiyor. Burada da biz devreye giriyoruz. İstanbullu için toplu ulaşımın aksamaması, işine, okuluna, evine ve sevdiklerine zamanında ve sorunsuz bir şekilde ulaşması demek. Bugün sorunsuz ulaşımın anahtarı ise İstanbulkart Mobil. Dijitalleşme odağında İstanbulkart'ın tüm niteliklerini ve hatta daha fazlasını içerisine taşıdığımız İstanbulkart Mobil ile fiziksel karta ve nakit paraya bağımlılığı tamamen ortadan kaldırdık. İstanbulkart Mobil ile İstanbul'da toplu ulaşım ödemelerini yüzde 100 dijitalleştirdik. Bu sayede, tüm toplu ulaşım araçlarında cep telefonuyla ödeme yaparak şehri uçtan uca dolaşabiliyorsunuz. Uygulama içerisindeki QR ile ödeme sistemi, statüye özel indirimler, mesafe bazlı ödeme sistemiyle aktarmaları da içinde barındıran Avrupa'da bile eşi bulunmayan örnek bir hizmet. İstanbullular bu değişime çok hızlı adapte oldu ve QR ödemeleri günlük 420 bini buldu.

İstanbul'un akıllı şehir yolculuğuna



katkıda bulunmak için teknoloji ve finans alanındaki yetkinliklerimizi sosyal belediyecilik kasımızla geliştirdik. İçinde bulunduğumuz makro ekonomik krizde İstanbul halkına bir nebze nefes almasını sağlamak üzere İstanbulkart Mobil'den faizsiz, masrafsız veya düşük faiz oranlarıyla nakit destek imkanı sağladık. Farklı bankalarla yaptığımız iş birliği neticesinde sunduğumuz bu imkanın özellikle eğitim öğretim dönemi başında velilere, üniversite öğrencilerine ve bayramlarda ailelere nefes olduğunu gördük.

YETERSİZ BAKİYE DEVİRİ BİTİYOR

Yakın zamanda, İstanbul'un kesintisiz ulaşım hizmeti alabilmesi için İstanbulkart Mobil ile toplu ulaşımında bir devri kapattık. Otomatik Yükleme Talimatı ve Acil Limit Özelliklerini devreye aldık ve yetersiz bakiye nedeniyle ulaşım hizmeti aksayan İstanbullulara çare olduk. Hayata geçirdiğimiz bu iki yeni fonksiyon ile İstanbulkart'a verilen Otomatik Yükleme Talimatıyla bakiye alt limite düştüğünde otomatik yükleme yaparak kartta daima 'yeterli' bakiye olmasını sağlıyoruz ve Acil Limit ile de geçiş sırasında 'yetersiz bakiye' uyarısı anında bakiyenin 'yetersiz' kalan kısmının belediyemiz tarafından karşılanmasıyla İstanbulluların ulaşım rutininin devamlılığını sağlıyoruz. ■



Dönüşümün yeni yol haritası

İstanbulkart Mobil'de uygulama içi servislerin kapsamını genişletiyoruz. Böylece her geçen gün yenisini eklediğimiz fintech hizmetleriyle İstanbulkart Mobil'i, bir zamanlar yalnızca otobüse, metroya binmeye yarayan bir kartı sırım noktasından alıp bir bankacılık uygulamasına taşımış oluyoruz.

PARA TRANSFERİ Anlık ödemeler, dijital cüzdanlarla küresel çapta nakit kullanımı istikrarlı bir şekilde azalıyor. Bu doğrultuda biz de dijital kimlik doğrulama ve İstanbulkart Mobil'de para transferini çok yakında hayata geçireceğiz. Böylece, kullanıcılarımızın güvenle yaptığı işlemler arasında, kendisine ait veya tanımlanmış olduğu diğer İstanbulkartlar arasında ücretsiz bir şekilde para transferi de eklenecek. Aynı zamanda yine devreye alacağımız FAST ve KOLAS ile bankalar arası para transferine başlayacağız.

AKILLI ŞEHİR STRATEJİSİ Dijital alandaki yol haritamızda İstanbul'u en kısa ama en tasarruflu yoldan akıllı şehirler arasında taşıyacak bir rotamız var. Gelecek projelerimiz arasında, İstanbulkart Mobil'den QR kodla alışveriş, İstanbulkart Cüzdanıyla online alışveriş, İstanbulkart Mobil'den fatura ödeme ve açık bankacılık işlemleri yer alıyor. Çok yakında BELBİM'i sektörün çok önemli bir fintech oyuncusu haline getirecek bu stratejik adımlar için kararlılıkla çalışmalarımıza devam ediyoruz.

30 DİJİTALLEŞME PROJESİ İstanbul'un geleceğine dönük yeni bir vizyon geliştirmek için üretiyoruz. Bugüne kadar dijitalleşme vizyonumuza hizmet eden 30'a yakın projeyi tamamladık. Cumhuriyetimizin 100. yılını geride bırakırken İstanbullulara hizmet misyonuyla geliştirdiğimiz projelerle İstanbulluların hayat kalitesinin artmasına katkı sağladık. Gururla söylüyorum ki görev süremizde örnek teşkil eden projelerimizle toplam 68 ödüle layık görüldük. Yeni yılda planlarımız arasında BELBİM'i bir fintech şirketten dijital bankacılık hizmetleri sunan bir şirkete dönüştürmek var. 2024 bu kapsamda, İstanbul'da dijital devrimi iliklerimize kadar hissedeceğimiz bir yıl olacak.

FAST RELIABLE WIDESPREAD

Come to PayPorter
Service Points and
transfer money to

185
countries



 PayPorter



“Kusursuz dijital deneyimle fark yaratıyoruz”

44

Kurumsal tedarik ve satın alma çözümleri uzmanı **KoçZer'in Satış ve Dijital Platformlar İş Birimi Genel Müdür Yardımcısı Orçun Güven**, iş ortaklarının kullanacağı dijital platformlar geliştirmeye devam edeceklerini belirterek, kusursuz dijital deneyim için sektörde ve ticarete fark yaratmaya odaklandıklarını söyledi.

Koç Topluluğu'nun bünyesinde kurulan bir şirket olarak dijitalleşme yolculuğumuza, Topluluğumuzun tüm şirketleriyle eş zamanlı başladık. Bu durum, sektörümüzde birçok şirket, dijital platformları ve araçları yeni keşfederken KoçZer'in dijital dönüşümü bir iş modeli olarak ele almasına imkan verdi. 2016 yılından bu yana, Koç Topluluğu kültürel dönüşüm programıyla çevik yönetimi ve dijital dönüşümü işlerimizin her aşamasına dahil etmeye gayret ediyoruz. Satın alma ve tedarik zinciri yönetiminde faaliyet gösterdiğimiz her alanda, iş ortaklarımızın kullanımına sunabileceğimiz dijital platformları geliştirmek üzere çalışıyoruz. Önümüzdeki 5 yıl içinde dijital platformlarımızdan gelen ciromuzun, toplam ciromuz içerisindeki payını yüzde 40 seviyesine çıkarma planımız var.

2023 yılı da aslında bu bakışın bir yansıması şeklinde geçti. Mevcutta piyasaya sunduğumuz satın alma çözümleri platformumuz Promena, online sipariş yönetimi sistemimiz ZerOnline için teknoloji ve süreç yenilemeleri gerçekleştirdik. Platform yapılarımızı güncel teknolojilerle geliştirecek yatırımlarımızı devreye aldık. Promena'nın globaldeki gücünü artırabilmek için alanlarında uzman şirketlerle iş birliği yoluna gittik. Bu sürede, dijital satın alma platformlarımız ISG Provider Lens, Spendmatters

gibi global listelerde yerini korudu, yeni ödüllere layık görüldü. Ayrıca Zervis, ZerLog gibi satın almasını yönettiğimiz diğer alanlarda da kolaylık ve izlenebilirlik sunan platformlarımızla da çalışmaya devam ediyoruz.

Tüm bunların yanında, tedarik zinciri ve satın alma yönetiminde Türkiye'nin lider şirketi olarak ticaretin de dijital dönüşüm ihtiyacını yakından takip ediyoruz. Bu kapsamda geçtiğimiz yıl iki yeni dijital ürünümüzü lanse ettik.

“ÖNÜMÜZDEKİ 5 YIL İÇİNDE DİJİTAL PLATFORMLARIMIZDAN GELEN CİROMUZUN, TOPLAM CİROMUZ İÇERİSİNDEKİ PAYINI YÜZDE 40 SEVİYESİNE ÇIKARMA PLANIMIZ VAR.”

YENİ BİR PAZARYERİ

İlk olarak, 2022 yılının sonu itibarıyla Deloitte Digital ile çalışmaya başladığımız dijital B2B pazaryeri platformumuz ZerGo'nun lansmanını yaptık. Artık alıcı ve satıcı şirketler güvenli ve dijital bir ortamda, işlerinin ihtiyaçlarını kolaylıkla satın alabilecekler. “İşinizin ihtiyaçları için durmayın, ZerGo'layın!” sloganıyla lanse ettiğimiz pazaryerimiz şimdiden birçok tedarikçimizin ürünlerini sergilemek ve rekabetçi fiyatlar sunmak için radarına girdi, alıcı ağızımız da günden güne genişliyor.

İkinci olarak ise çalışan ve bayi ödüllendirme sistemlerine yeni bir platformla giriş yaptık. ZerCard adını verdiğimiz mobil ürünümüzle, şirketler çalışanlarının ve

bayilerinin nakite yaklaşan bir ödüllendirme yöntemiyle bağlılıklarını ve memnuniyetlerini arttırabilecek. ZerCard ile 81 ilde, 50'den fazla markada ve 20 binden fazla ödeme noktasında özgürce ödülleri harcama imkânı sunabiliyoruz.

TEKNOLOJİNİN YARATTIĞI FARK

Pandemiden bu yana, oluşan belirsizlikle birlikte dijital platformlara önemli oranda artan bir yönelim olduğunu görüyoruz. Sektörümüzde daha stratejik

olabilmek için doğru veriye, güvenli iş birliklerine ve sektör uzmanlıklarına ihtiyaç duyuluyor. Satın alma süreçleri ve tedarik zinciri boyunca şeffaflığın sağlanması, saklanan verinin kullanılabilir ve yorumlanabilir şekilde olması gerekiyor. Bu anlamda sektörümüzde var olan sistemlere entegre olabilen, mevcut dataya uyularak yeni verilerle birlikte birçok analizi sunabilen platformların önemini arttığını görüyoruz. Açık bir şekilde, geniş tabanlı kurumsal satın alma sistemlerinden eski sistemlerin



Online ticarete kritik unsur 'güven'

ŞEFFAFLIĞA İNANIYORUZ KoçZer olarak ticarete güvenin inşasında ve belirsizlikler karşısında dayanıklı ve esnek kurumlar oluşturulabilmesi için şeffaflığı ve izlenebilirliği sunan dijital platformların önemine inanıyoruz.

SÜRDÜRÜLEBİLİR GÜVENİN İNŞASI Dijital platformlarımıza olan yatırımlarımız, sürekli gelişim arzumuz ve 20 yıldır sektörümüzde paydaşlarımızla birlikte inşa ettiğimiz güven ile ticaretin ağırlarını ören satın alma yönetiminde güvenilir sözleşmeler, şeffaf ve izlenebilir dijital platformlarla paydaşlarımızın işlerini sürdürülebilir kılmalarını sağlıyoruz.

YARININ ÖNCÜSÜYÜZ Çoğu satın alma deneyiminin bir butona tıklanarak sunulduğu bugünden bakarsak yarının satın alma ve tedarik zinciri yönetiminin muhtemelen kusursuz bir dijital deneyim sağlamaya doğru gelişecek. KoçZer olarak bu adımların öncüsü olup sektörümüzde ve ticarete fark yaratmaya odaklanıyoruz.

üzerine oturan esnek veri yapılarına, verilerin daha hızlı çıkarılmasına ve analizine izin veren modüler ve entegre edilebilir platformlara geçiş yaşanıyor.

Teknolojinin hızına ve kullanıcı beklentilerine dayanan bu dönüşüm süreci, eş zamanlı olarak ticarete güvenle perçinleniyor. Güven ortamı sunan dijital platformların yükseldiğini görüyoruz.

GÜVEN DAHA KRİTİK

Geçtiğimiz haftalarda “Güvenin Yeniden İnşası” temasıyla gerçekleşen, Koç Holding CEO’su Levent Çakıroğlu’nun da konuşmacılarından olduğu Davos Zirvesi’ni yakından takip ettik. Tüm dünya, ticaretin güven ve şeffaflık ekseninde ilerlemesi için fikirlerini ortak bir zeminde paylaştı, yeni çıkış yolları arandı. Belirsizlik ve belirsizliğin nasıl tamir edilebileceğine dair başlıklar ve teknoloji kullanımı ön plandaydı.

KoçZer olarak biz de ticarete güvenin inşasında ve belirsizlikler karşısında dayanıklı ve esnek kurumlar oluşturulabilmesi için şeffaflığı ve izlenebilirliği sunan dijital platformların önemine inanıyoruz.

Dijital platformlarımıza olan yatırımlarımız, sürekli gelişim arzumuz ve 20 yıldır sektörümüzde paydaşlarımızla birlikte inşa ettiğimiz güven ile ticaretin ağlarını ören satın alma yönetiminde güvenilir sözleşmeler, şeffaf ve izlenebilir dijital platformlarla paydaşlarımızın işlerini sürdürülebilir kılmalarını sağlıyoruz.

Çoğu satın alma deneyiminin bir butona tıklanarak sunulduğu bugünden bakarsak yarının satın alma ve tedarik zinciri yönetimlerinin muhtemelen kusursuz bir dijital deneyim sağlamaya doğru gidecek. KoçZer olarak bu adımların öncüsü olup sektörümüzde ve ticarete fark yaratmaya odaklanıyoruz.

ONLINE TİCARET HEDEFLERİ

Dünyada ve Türkiye’de online ticaretin yükselişte olduğunu görüyoruz. B2C’de yaşanan büyüme artık B2B’ye de sıçramaya başladı. Ancak bu alandaki

gelişimin en önemli odağı güven. Biz de online ticaret imkanı sunduğumuz platformlarımızda güveni inceliyoruz. B2B ticarete alıcılar ve satıcılar kurumlar olduğu için kurumların öncelikleri bireysel alım davranışlarının önünde geliyor. Platformun sunacağı kolaylık ve avantajlar, faturalaşma, sipariş takibi ve operasyonun yönetimi gibi konularda şirketler ne bekler diye düşünerek platformlarımızı inşa ediyoruz.

Bu alanda ilk olarak kapalı devre e-ticaret platformumuz ZerOnline ile yola çıktık. Şirketlere özel katalog sunuyor, ürün çeşitliliğimizi, tedarikçilerimizi ve sunacağımız teknolojik entegrasyonları şirketlerin ihtiyaçlarına özel olarak belirliyoruz. Terzi usulü diye adlandırdığımız bu platformumuzdan online ticarete dair çok şey öğrendik. Hem kullanıcı beklentileri hem de teknolojinin B2B pazaryerleri açısından ulaştığı nokta bizi yeni bir platform oluşturmaya yönlendirdi. ZerGo da bu öğrenimlerin sonucunda daha güçlü bir şekilde doğdu. ZerGo’da tam anlamıyla internete açık bir ticaret deneyimi yaşıyoruz. Firmalar ürünlerini sergilerken baremli fiyat belirleme özelliği ile müşteriye özel avantajları kendileri belirleyebiliyor, alıcılar da spot alımlarından çoklu

alımlarına kadar her alanda farklı seçeneklere ulaşabiliyor. KoçZer olarak görevimiz ise bu alanı güvenli ticaret alanı kılmak, gerekli geliştirmeler ve gözetimlerle platformumuzu en iyi şekilde sunmak. Önümüzdeki dönemde daha fazla şirketin dijital platformlara yönelmesiyle ZerGo’nun B2B dikeyinde ülkemizin ilk pazaryeri konumundan en büyük pazaryeri konumuna taşınacağına inancımız tam. ■

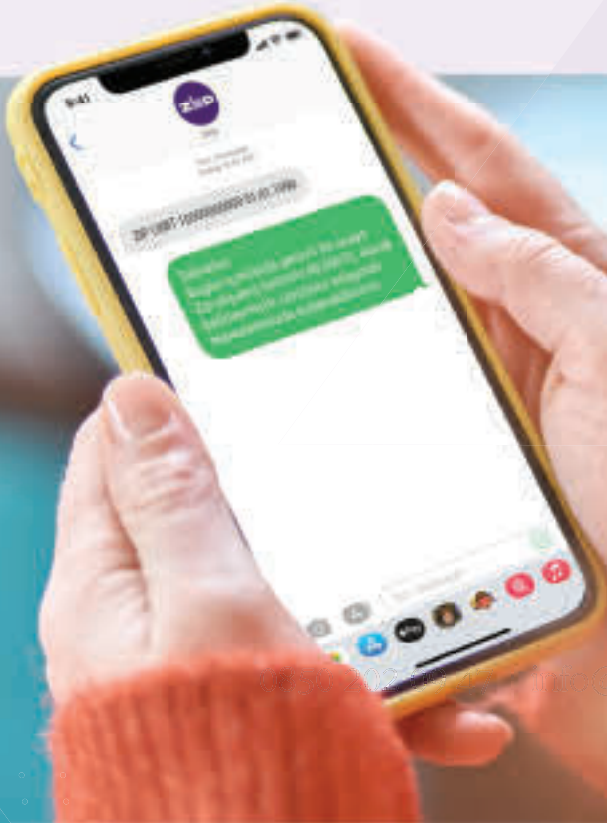


ZIP



ZIP LIMIT boşluk bırakarak
TCKN ve doğum tarihini **Gün. Ay. Yıl** formatında yaz, **2322**'ye SMS gönder.

**Alışveriş Limitini
Hemen Öğren!**



Zip limitini kullan, alışverişini taksitlendir.

tr.zip.co

Tüm anlaşmalı
markalar için okut



“Deneyim şampiyonu olmayı hedefliyoruz”

Geçen yıl dijitalleşmede önemli adımlar atan MediaMarkt Türkiye'nin bu yılki genel hedefi ise 'Deneyim Şampiyonu' olmak. **Pazarlama, E-Ticaret ve Kurumsal İletişim Direktörü Tolga Ünvan**, bu vizyon çerçevesinde Alışveriş Deneyimi, Kullanım Deneyimi, Çalışan Deneyimi, Sosyal ve Çevresel Etki Deneyimi alanlarında ilk tercih edilen deneyim elektroniği perakendecisi olmayı hedeflediklerini söyledi.

Geçtiğimiz yıl MediaMarkt Türkiye için dijitalleşme açısından oldukça önemli bir yıl oldu. Bu süreçte odaklandığımız üç ana alan öncelikli olarak Müşteri Deneyimi ve Dijital Entegrasyon, Operasyonel Verimlilik ve Teknolojik Yenilikler, Sürdürülebilir ve Güvenli E-Ticaret Pratikleriydi. Fiziksel mağazalarımızın dijital teknolojilerle entegrasyonu üzerine yoğunlaştık. Bu sayede, müşterilere hem mağazalarda hem de online platformlarda kesintisiz ve zenginleştirilmiş bir alışveriş deneyimi sunabildik. Özellikle, müşteri tercihlerine dayalı öneriler ve interaktif ürün deneyimleri ile mağazalarımızı daha dinamik ve etkileşimli hale getirdik. Yapay zeka ve veri analitiği teknolojilerini kullanarak, müşterilere kişiselleştirilmiş alışveriş deneyimleri sunduk. 'Anne AI' gibi yenilikçi projeler sayesinde, müşterilerin ihtiyaç ve tercihlerine göre özelleştirilmiş öneriler geliştirdik. Bu da müşteri sadakatini ve memnuniyetini artırdı.

İş süreçlerimizi dijitalleştirerek, operasyonel verimliliğimizi artırdık. Otomasyon teknolojileri sayesinde stok yönetimi, lojistik ve tedarik zinciri yönetimi gibi alanlarda hız ve verimlilik kazandık. Bu adımlar, hem maliyet tasarrufu hem de daha hızlı ve hatasız hizmet sunmamızı sağladı. Yeni teknolojilere yaptığımız yatırımlar, bizi sektörde daha da öne çıkardı. Özellikle bulut tabanlı çözümler ve gelişmiş veri yönetim sistemleri, iş kararlarımızda daha hızlı ve etkili olmamıza olanak tanıdı.

E-ticaret platformlarımızda güvenlik önlemlerini geliştirdik. Güvenli ödeme sistemleri, veri şifreleme ve gelişmiş kullanıcı doğrulama yöntemleri ile

müşterilerimize güvenli bir online alışveriş ortamı sunduk.

Dijitalleşme sürecinde sürdürülebilirlik de temel bir unsur oluşturdu. Elektronik atıkların azaltılması, enerji verimliliği ve çevre dostu ürün seçeneklerini artırmak gibi konularda önemli adımlar attık. Bu kapsamda, yenilenmiş cihazlarımız ve kiralık telefon uygulamalarımız ile hem müşterilerimize ekonomik seçenekler sunduk hem de atık azaltma ve kaynakları daha verimli kullanma hedefimize katkıda bulunduk.

TEKNOLOJİK YATIRIMA DEVAM

MediaMarkt olarak kendimizi deneyimi sadece bir ürün satışıyla sınırlamayan, müşteri odaklı, sürdürülebilir ve teknolojiye tutkulu bir perakende markası olarak tanımlıyoruz. Gelecekte de müşterilerimize en iyi deneyimi sunarak, elektronik perakende sektöründe lider bir rol oynamaya teknolojik yatırımlarımızla birlikte devam etmeyi hedefliyoruz.

Pandemi süreci, dijitalleşmenin ivme kazanmasının ana sebeplerinden biri oldu. Biz de MediaMarkt olarak dijital dünyaya yatırımlarımızı sürdürürken mağazalarımıza da farklı roller yükleyerek onları çoklu kanal stratejimizde yapı taşı olarak konumlandırıyoruz. Önceliğimiz, bu değişen ortamda dijital ve çok kanallı satış operasyonlarımızın tamamında elektronik perakendenin en çok tercih edilen oyuncusu olmak. Bu doğrultuda, müşterilerimizi dinliyor ve beklentilerini anlamaya çalışıyoruz. Verileri kullanarak kişiselleştirilmiş bir alışveriş deneyimi sunuyoruz. Ayrıca satın alma işleminden sonra da müşterilerimizle

iletişimimizi sürdürüyor, müşterimizin e-ticaret alanında da mükemmel bir deneyim yaşamasına odaklanıyoruz. Sistemlerimizi de buna göre mükemmelleştiriyor ve pazarlama faaliyetlerimizin tamamını deneyim üzerine kurguluyoruz.

Tüketicilerin online kanallarımızı kullanarak satın aldıkları ürünleri, mağazaya gelmeden önce hazırlayıp, teslim aşamasına getiriyoruz. Tüm ürün gruplarında aynı gün teslimat imkanı sunuyoruz. Büyük ürün grupları için Türkiye'nin yüzde 70'ine 1 gün içinde, küçük ürün grupları için ise saatli teslimat gerçekleştiriyoruz. Ürün yaşam döngüsü boyunca sunduğumuz hizmetlerle müşterilerimizin ürünleri en iyi şekilde deneyimlemesini sağlıyoruz.

MÜŞTERİYİ ANLAYAN YAPAY ZEKA

MediaMarkt Türkiye olarak yapay zeka (AI) teknolojilerine yönelik yaklaşımımız, müşteri deneyimini iyileştirmeye, iş süreçlerini otomatikleştirmeye ve veri analitiğinden maksimum fayda sağlamaya odaklanıyor. 2023 yılında yapay zeka konusunda önemli ilerlemeler kaydettik ve bu alandaki hedeflerimizi daha da genişlettik.

Müşteri deneyimi alanında, yapay zeka tabanlı çözümlerimizi, özellikle kişiselleştirilmiş öneri ve pazarlama stratejilerinde kullanıyoruz. 'Anne AI' projesi, bu alandaki en dikkat çekici girişimlerimizden biri oldu. Bu proje, yapay zekanın müşterilerin ihtiyaçlarını anlama ve onlara en uygun ürünleri önerme kapasitesini gösteriyor. Bu tür uygulamalar sayesinde, müşteri sadakatini ve memnuniyetini artırıyor, aynı zamanda pazarlama kampanyalarımızın etkinliğini maksimize ediyoruz.

MediaMarkt Türkiye'nin yapay zeka alanındaki ilerlemeleri, 'Yeni Yıl Hediye AI' projesi ile daha da belirginleşti. Yeni yıl döneminde kullanıcıların hediye seçim süreçlerini kolaylaştırmak ve kişiselleştirilmiş hediye alternatifleri sunmak amacıyla bu projeyi hayata geçirdik. 'Anne AI' projesinin devamı niteliğindeki bu yenilik, geniş ürün yelpazemizi derinlemesine analiz ederek, kullanıcılara bireysel tercih ve ihtiyaçlarına uygun en iyi hediyeleri önerdi. Yapay zeka teknolojisi sayesinde, kullanıcılar hızlı ve etkili bir şekilde sevdiklerine uygun hediyeleri bulabildiler. Bu proje,



MediaMarkt'ın müşteri deneyimini geliştirme ve teknolojiyi etkin bir şekilde kullanma konusundaki sürekli çabalarının bir parçası olarak, hem yenilikçi ve öncü yaklaşımımızı, hem de teknolojinin alışveriş deneyimlerini nasıl dönüştürebileceğini gözler önüne serdi.

VERİMLİLİK İÇİN TEKNOLOJİ

İş süreçlerinde otomasyon ve verimlilik artışı için de yapay zeka teknolojilerinden yararlanıyoruz. Özellikle, stok yönetimi, lojistik ve tedarik zinciri optimizasyonu gibi alanlarda yapay zeka, iş akışlarımızı hızlandırıyor ve daha verimli hale getiriyor. Bu teknolojiler sayesinde, operasyonel maliyetlerimizi düşürüyor ve müşteri hizmetlerimizi iyileştiriyoruz.

Gelecek hedeflerimiz arasında, yapay zekanın kapasitesini ve uygulama alanlarını genişletmek yer alıyor. Özellikle, müşteri hizmetlerinde otomatikleştirme ve kişiselleştirme, ürün ve hizmet geliştirme, ve pazarlama stratejilerinde yapay zekanın daha yoğun kullanımını planlıyoruz. Ayrıca, yapay zeka tabanlı analitik araçları kullanarak, iş süreçlerimizi daha da optimize etmeyi ve stratejik karar alma süreçlerimizi geliştirmeyi hedefliyoruz.

Dolayısıyla, MediaMarkt Türkiye olarak yapay zeka teknolojilerine büyük önem veriyor ve bu alandaki



2024 yılındaki 3 önceliğimiz

1. Dijital inovasyon ve yeni teknolojilerin entegrasyonu:

Bu alanda, sadece mevcut dijital araçları iyileştirmekten öte, yeni teknolojileri keşfetmeye ve bunları iş modelimize entegre etmeye odaklanıyoruz.

2. Veri yönetimi ve analitiği: Veri yönetimi sistemlerimizi geliştirerek, müşteri verilerini daha etkin analiz edip, pazarlama stratejilerimiz ve ürün geliştirme süreçlerimizde kullanmayı hedefliyoruz.

3. Dijital kültürün ve yetkinliklerin geliştirilmesi:

Çalışanlarımızın dijital becerilerini geliştirmek için sürekli eğitim ve gelişim programları hazırlıyoruz. Şirket içi inovasyon ve yaratıcılığı teşvik ederek, çalışanlarımızın yeni fikirlerini iş süreçlerimize entegre etmesini hedefliyoruz.

gelişmeleri yakından takip ediyoruz. Yapay zekanın, hem müşteri deneyimini zenginleştirme hem de iş verimliliğini artırma konusunda büyük potansiyeli olduğuna inanıyoruz.

YÜKSEK ETKİLEŞİMLİ ALIŞVERİŞ DENEYİMİ

MediaMarkt Türkiye olarak, online ticareti iş modelimizin merkezine yerleştirerek, hem tüketici hem de B2B pazarlarında önemli başarılar elde ettik. Bu süreçte, dijital platformlarımızı sürekli geliştirerek, müşterilerimize hem çevrimiçi hem de fiziksel mağazalarımızda kesintisiz ve entegre bir alışveriş deneyimi sunmayı amaçladık.

Tüketici pazarında, online alışveriş deneyimini, kullanıcı dostu arayüzler, hızlı ve güvenilir ödeme sistemleri ve geniş ürün yelpazesi ile zenginleştirdik. Müşterilerimize, istedikleri zaman, istedikleri yerden alışveriş yapma imkanı sunarak, alışverişin kolaylığını ve konforunu artırdık. Özellikle, mobil uygulamalarımız ve web sitemiz aracılığıyla, kullanıcılara kişiselleştirilmiş öneriler ve promosyonlar sunarak, alışveriş deneyimlerini daha kişisel ve etkileşimli hale getirdik.

Gelecek hedeflerimize gelince, online ticaretin her iki alanda da kullanımını genişletmeyi ve entegrasyonunu artırmayı planlıyoruz. Tüketici pazarında, yapay zeka ve büyük veri analitiği kullanarak müşteri deneyimini daha da kişiselleştirmeyi ve müşteri sadakatini artırmayı hedefliyoruz. B2B alanda ise, özel ihtiyaçlara yönelik daha fazla çözüm geliştirerek, iş müşterilerimizin iş süreçlerini daha da iyileştirmeyi amaçlıyoruz.

2024 ÖNCELİK VE HEDEFLERİMİZ

İlk önceliğimiz, dijital inovasyon ve yeni teknolojilerin entegrasyonu. Bu alanda, sadece mevcut dijital araçları iyileştirmekten öte, yeni teknolojileri keşfetmeye ve bunları iş modelimize entegre etmeye odaklanıyoruz.

İkinci olarak, veri yönetimi ve analitiğine odaklanmayı sayabiliriz. Dijitalleşme yolculuğumuzda, verinin gücünü anlamak ve bu veriyi stratejik kararlarımızda etkin bir şekilde kullanmak önceliklerimiz arasında. Veri yönetimi sistemlerimizi geliştirerek, müşteri verilerini daha etkin analiz edip, bu bilgileri pazarlama stratejilerimiz ve ürün geliştirme süreçlerimizde kullanmayı hedefliyoruz. Bu sayede, müşteri ihtiyaçlarını daha iyi anlayarak, onlara daha uygun ürün ve hizmetler sunmayı planlıyoruz.

Üçüncü önceliğimiz ise dijital kültürün ve

yetkinliklerin geliştirilmesi. Teknoloji sadece araçlar ve sistemlerle sınırlı değil, aynı zamanda insan kaynakları ve kurum kültürüyle de yakından ilişkili. Bu nedenle, çalışanlarımızın dijital becerilerini geliştirmek ve onları dijital dönüşüme adapte etmek için sürekli eğitim ve gelişim programları sunuyoruz. Ayrıca, şirket içi inovasyon ve yaratıcılığı teşvik ederek, çalışanlarımızın yeni fikirler üretmesini ve bu fikirleri iş süreçlerimize entegre etmesini hedefliyoruz. Bu yaklaşım, MediaMarkt'ı sadece teknoloji anlamında değil, aynı zamanda kurumsal kültür ve insan kaynakları açısından da dijitalleşen bir şirket haline getirmeyi amaçlıyor.

Genel önceliklerimiz arasında da "Deneyim Şampiyonu" olma vizyonumuz yer alıyor. Deneyim Şampiyonluğu yol haritamızı 4 ana başlık altında şekillendirdik: Bütünleşik kanal yaklaşımıyla, mağazalarımızda ve tüm dijital platformlarda sunduğumuz Alışveriş Deneyimi, sağladığımız servis ve hizmetlerde Kullanım Deneyimi, işini seven uzman çalışanlarımız için Çalışan Deneyimi, sürdürülebilirliğe katkıda bulunacak Sosyal ve Çevresel Etki Deneyimi. Hedefimiz bu alanların tamamında ilk tercih edilen deneyim elektroniği perakendecisi olmak. ■

Dijitalleşmede nasıl fark yarattık?

MÜŞTERİ DENEYİMİ VE DİJİTAL ENTEGRASYON: Fiziksel mağazalarımızın dijital teknolojilerle entegrasyonu üzerine yoğunlaştık. İnteraktif ürün deneyimleri ile mağazalarımızı daha dinamik ve etkileşimli hale getirdik. Yapay zeka ve veri analitiği teknolojilerini kullanarak, müşterilere kişiselleştirilmiş alışveriş deneyimleri sunduk.

OPERASYONEL VERİMLİLİK Otomasyon teknolojileri sayesinde stok yönetimi, lojistik ve tedarik zinciri yönetimi gibi alanlarda hız ve verimlilik kazandık. Bulut tabanlı çözümler ve gelişmiş veri yönetim sistemleri, iş kararlarımızda daha hızlı ve etkili olmamıza olanak tanıdı.

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK UYGULAMALARI Yenilenmiş cihazlarımız ve kiralık telefon uygulamalarımız ile hem müşterilerimize ekonomik seçenekler sunduk hem de atık azaltma ve kaynakları verimli kullanma hedefimize katkıda bulduk.

GÜVENLİ E-TİCARET PRATİKLERİ E-ticaret platformlarımızda güvenli ödeme sistemleri, veri şifreleme ve gelişmiş kullanıcı doğrulama yöntemleri ile müşterilerimize güvenli bir alışveriş ortamı sunduk.



Milyarlarca veri arasından tek bir bakış açısına giden en hızlı yol

Her zamankinden daha fazla veri üreten bir dünyada, yanıtları 30 kat daha hızlı bulun. SAS Viya, modelleri daha hızlı oluşturabilmeniz ve daha fazla ölçeklendirebilmeniz için bulut işletim maliyetlerini ortalama %86 oranında azaltan yapay zeka ve analitik platformu.* sas.com/viya adresinden verileri içgörülere dönüştürmeye başlayın.

sas viya.
More Productive AI & Analytics

*Kaynak: The Futurum Group, Performance at Scale – Comparing AI/ML Performance of SAS Viya vs. Alternatives, 2023

SAS ve diğer tüm SAS Institute Inc. ürün veya hizmet adları, ABD ve diğer ülkelerde SAS Institute Inc.'in tescilli ticari markaları veya ticari markalarıdır. © ABD kayıtlıdır. Diğer marka ve ürün adları ilgili şirketlerin ticari markalarıdır. © 2024 SAS Institute Inc. Tüm hakları saklıdır. XXXXXX.06

Yapay zekâ destekli dijital sigortacılık

Yapay zekâ, dijital yaşamın ayrılmaz bir parçası haline geldi. Bu alanda öncülerden biri de Sigortam.net. 23 yıldır 'Insurtech' olarak dijital dünyada faaliyet gösteren **şirketin CEO'su Ataman Kalkan**, "Türkiye'de dijital sigortacılık alanında bir ilke imza atarak, yapay zekâ algoritmasıyla müşterilerimize düşük fiyat, geniş kapsam ve fiyat-performans dengesi açısından öne çıkan ürün olmak üzere alternatifli bir yönlendirme de sunuyoruz." diyor.

Türkiye'nin ilk ve lider dijital sigorta platformu Sigortam.net olarak biz, dijitalleşmeye öncülük eden platformları bünyesinde bulunduran iLab grubunun bir parçasıyız. 2001'de broker lisansımızı aldık ve o günden bu yana dijital dünyada öncü bir rol oynuyoruz. iLab'in vizyonu ve desteği ile devam ettiğimiz yolculuğumuzda, sektörü dijitalleştirmenin yanı sıra ciddi fark yaratan hizmetleri de hayata geçiriyoruz.

Öncelikle sunduğumuz hizmet modelimiz tamamen dijitalleşme üzerine kurulu ve teknoloji hayatımızı ne kadar değiştirirse değiştirsin, sigortacılık için en önemli başlığın her zaman "güven" olarak öne çıktığını biliyoruz. Sunduğumuz dijital tabanlı hizmet modelini de şeffaflık üzerine kuruyor ve anlaşılabilir olduğumuz 20'yi aşkın sigorta şirketinin teklifini müşterilerimiz için şeffaf bir şekilde sıralayarak karşılıklarına getiriyoruz. Yani sahip olduğumuz teknolojiyi, müşterilerimizle aramızda bir güven inşa etmek için kullanıyoruz.

Bunun yanı sıra 2022'de Türkiye'de dijital sigortacılık alanında bir ilke imza atarak,

yapay zekâ algoritmasıyla müşterilerimize düşük fiyat, geniş kapsam ve fiyat-performans dengesi açısından öne çıkan ürün olmak üzere üç alternatifli bir yönlendirme de sunmaya başladık ve web sitemizi tamamen yeniledik. Bu sayede müşterilerimizin, teminat içeriğini daha iyi anlayarak, kendilerine en uygun ürünü tercih edebilmelerini sağlıyoruz.

QR TEKNOLOJİSİYLE TEKLİF

Müşterilerimize zaman kazandırmak için kasko ve trafik sigortası tekliflerimizi QR teknolojisi hızıyla sunmaya başladık. Bunun

için müşterilerimizin cep telefonlarından internet sitesine girerek araç ruhsatındaki QR kodu okutması yeterli oluyor. Böylece bilgiler ekrana otomatik olarak taşınıyor ve istenilen teklif çok hızlı bir şekilde oluşturulabiliyor. Bu teknoloji müşterilerimiz tarafından da çok benimsendi. 2021 yılının Ağustos ayında uygulamaya aldığımız bu yeniliğimizden bugüne kadar müşterilerimizin yaklaşık yüzde 22'si faydalandı, bu oranın ilerleyen dönemlerde



daha da artacağını düşünüyoruz.

Güçlü online varlığımız ve lider konumumuz ile ayda yaklaşık 2,5 milyona yakın ziyaret sayımız, Türkiye'nin insurtech ekosisteminde tartışmasız lider konumunda olduğumuzu gösteriyor. Sayısı 10 milyona yaklaşan müşterilerimize dijital platformumuz aracılığıyla kolay erişim ve güvenilir hizmet sunmaktan gurur duyuyor ve onları, anlaşmalı olduğumuz 20'yi aşkın sigorta şirketinin ürünleri ile buluşturuyoruz.

Bugün fark yaratan tüm bu çalışmalarımız aynı zamanda 24 yıl önceki vizyoner ve inovatif bakış açımızı da gösteriyor. Müşteri odaklı ve yenilikçi bir dijital gelecek inşa etme vizyonumuzu daha da güçlendirerek yolumuza devam ediyoruz.

NASIL FARK YARATIYORUZ?

Liderlik bilinciyle müşteri memnuniyetini en üst düzeye çıkarmak ve sorumluluklarımızı yerine getirmek için dijitalleşme odaklı vizyonumuzla hizmetlerimizi geliştirmeyi sürdürdük. Geniş bir yelpazede sunduğumuz ürünlerimizi geliştirerek müşterilerimizin tüm sigortacılık ihtiyaçlarında rehberlik etmeyi ve en uygun çözümleri sunmaya devam ettik. Kasko, Zorunlu Trafik, İMM, Özel Sağlık, Tamamlayıcı Sağlık, Seyahat Sağlık, DASK, Konut, Evcil Hayvan, Cep Telefonu

Sigortası gibi ihtiyaçlarında müşterilerimiz bir tık ile bize ulaşabiliyor.

Ürün portföyümüzü her geçen gün zenginleştirerek, müşterilerimize her türlü sigorta ihtiyaçlarında aynı kolaylık ve hızda çözüme ulaşma imkanı yaratmak için çalışıyoruz. Örneğin çok kısa bir süre önce motor tutkunu müşterilerimizi 'Motosiklet Kaskosu' ile buluşturduk. Daha önce de patili dostlarının sağlığını güvenceye almak isteyenler için Evcil Hayvan Sigortası'nı ve vize başvurularında ihtiyaç duyulan, seyahatlerde sağlığı korumaya alan Seyahat Sağlık Sigortası'nı da kısa süre önce ürünlerimiz arasına kattık.

FİZİKSEL ENGELLERE SON!

Dijitalleşme, internet tabanlı platformlar, mobil uygulamalar, yapay zeka ve büyük veri analitiği gibi teknolojilerle müşterilerimize daha hızlı, kolay ve kişiselleştirilmiş hizmetler sunma imkanı sağlıyor. Bu sayede müşterilerimiz zamandan ve mekândan tasarruf ederken, poliçe seçimi, fiyat karşılaştırması ve sigorta teklifleri alma süreçlerini dakikalar içinde gerçekleştirebiliyorlar. Dijital sigortacılık, hasar durumlarında müşterilere hızlı ve kolay dosya işlemleri sunarak süreci daha zahmetsiz hale getiriyor. Aynı zamanda coğrafi ve fiziksel engelleri ortadan kaldırarak daha fazla kişiye ulaşmayı mümkün kılıyor, bu da sigortalılık

"Sigorta gibi karmaşık bir ürünü daha anlaşılır ve erişilir hale getirme çabamızla, teknoloji ve insan gücünü birleştirerek müşterilerimize en iyi fiyat, deneyim ve hizmeti sunma hedefiyle büyümeye devam ediyoruz."

E-ticaret odaklı iş modeli

İŞ SÜREÇLERİ: Sigortam.net olarak iş modelimiz tamamen e-ticaret üzerine odaklanmış durumda. İş süreçlerimizi "pure digital" ve "dijital lead" kategorilerinde sınıflandırabiliriz. "Pure digital" ile tanımlanan, dijitalde başlayıp dijitalde tamamlanan işlemler ile "dijital lead" olarak adlandırılan, dijitalde başlayıp telemarketing ile sonlandırılan süreçler arasında bir ayrım bulunuyor.

DİJİTALLEŞME SÜREÇLERİ: Müşteri deneyimi, dijitalleşme ve satış performansı arasında optimal bir dengeyi kurabilmek adına yürüttüğümüz analitik çalışmalarla sürekli gelişimi hedefliyoruz. İhtiyaç duyulduğunda iç süreçlerimizi revize ediyor ve tamamen dijital yürütülen süreçlerin oranını artırmak için çalışıyoruz.

KİŞİSELLEŞTİRİLMİŞ HİZMETLER: Altyapımıza yaptığımız yatırımlar da bu hedef doğrultusunda işlevsel bir rol oynuyor. Gelecekte daha fazla dijitalleşme ile müşterilerimize daha etkili, hızlı ve kişiselleştirilmiş hizmetler sunma amacımız doğrultusunda sürekli olarak gelişmeye devam ediyoruz.

oranlarının artmasına katkı sağlıyor.

Müşteri odaklılık anlayışımızla, dijital çözümlerimizi tüm satış kanallarımızda müşterilerimize sunuyor ve en iyi müşteri deneyimini sağlamak için teknoloji ve insan tecrübesini birleştiriyoruz. “Müşterinin Şampiyonu” olma vizyonu, müşterilerimizin yanında ve menfaatlerini koruyan bir danışman olarak hareket etmeye devam ediyoruz. Sigorta gibi karmaşık bir ürünü daha anlaşılır ve erişilir hale getirme çabamızla, teknoloji ve insan gücünü birleştirerek müşterilerimize en iyi fiyat, deneyim ve hizmeti sunma hedefiyle büyümeye devam ediyoruz.

YAPAY ZEKÂ DÖNÜŞÜMÜ

Aslında yürüttüğümüz çalışmalarda en önemli yardımcılarımız Robotik Süreç Otomasyonu (RPA) ve Yapay Zekâ. RPA, tekrar eden operasyonel işlerin yükünü insan yerine yazılım robotlara yükleyerek hem çalışanlarımıza gelişim alanı yaratıyor hem de verimliliği artırarak, insandan kaynaklanan hataları minimuma indiriyor. Önümüzdeki dönemde daha fazla manuel sürecin yükünü bu şekilde çalışanlarımızın üzerinden almak için çalışmalarımız olacak. Yapay zekâ bizim gibi çok fazla veriyi işleme gereken sektörlerde büyük fırsatlar sunuyor. Bu alana yaptığımız yatırımlarla müşterilerimize daha doğru ürün önerilerinde bulunma, daha iyi fiyatlamalar sunma, risk ölçümünü daha etkili gerçekleştirme ve daha kişiselleşmiş bir hizmet sunma yolunda kendimizi daha da geliştiriyoruz.

Sigortayı daha anlaşılır ve erişilir hale getirme hedefimiz doğrultusunda yapay zekâ teknolojilerinden yararlanarak müşterilerimiz için seçim sürecini çok daha kolay hale getirecek bir süreç başlattık.

TÜRKİYE’DE BİR İLK

Türkiye’de dijital sigortacılık alanında bir ilke imza atarak müşterilerimize sigorta poliçesi seçerken bilinçli kararlar verme yeteneği kazandıran Yapay Zekâ Destekli Sigorta Kapsam Puanlaması altyapısıyla hizmet vermeye başladık. Yapay zekâ algoritmasıyla müşterilerimize sadece tüm teklifleri birbiriyle karşılaştırma imkanı sunmakla ya da teklifleri ucuzdan pahalıya sıralamakla kalmıyoruz. Aynı zamanda düşük fiyatlı, geniş kapsamlı ve fiyat-performans dengesi açısından öne çıkan poliçe tekliflerini üçlü bir gösterim ile müşterilerimizin değerlendirmesine sunuyoruz.

Böylece daha şeffaf bir yönlendirme sağlamış oluyoruz ve müşterilerimiz de kafalarındaki soru işaretlerine daha net yanıtlar bulabiliyor, kendilerine en uygun ürünü tercih edebiliyorlar.

Bu şeffaf yönlendirme ve bağımsız skorlama altyapısı için kendi bünyemizdeki Türk mühendislerimizin yanı sıra Türkiye’nin köklü üniversitelerinden ODTÜ ve Hacettepe ile birlikte çalıştık. Geliştirdiğimiz bu ve buna benzer ürünlerimizle Türkiye’nin teknolojik gelişimine de katkı sağladığımız için ayrıca mutluluk duyuyoruz. ■

CEO olarak 4 önceliğim

1 İNOVASYON Insurtech alanında lider olma hedefimiz doğrultusunda, sektördeki tüm paydaşların yaşamını kolaylaştıracak inovatif çözümleri içeren insurtech trendine odaklanıyoruz. Dijitalleşme yolculuğumuzun merkezinde, insurtech dikeyindeki penetrasyonu artırarak sektörü ileriye taşımayı öncelikli bir hedef olarak belirliyoruz.

2 SATIŞ DENEYİMİ Broker konumumuzu göz önünde bulundurarak, teknoloji yatırımlarımızı hızlandırılmış hasar takip süreçleri, kişiselleştirilmiş ürün öneri araçları ve satış sonrası deneyimi iyileştirmeye odaklanacak şekilde yönlendiriyoruz. Bu sayede müşterilerimize daha etkili ve özelleştirilmiş hizmetler sunma kapasitemizi artırmayı amaçlıyoruz.

3 YARATICI ORTAM İnsan kaynağımızı ön planda tutarak, herkesin özgürce fikirlerini paylaşabildiği, yaratıcı bir atmosferin oluşturulduğu bir iş ortamı inşa etmeye odaklanıyoruz. Bu, ekiplerimizin çevik ve hızlı kararlar alabilme yeteneklerini geliştirmelerine olanak tanıyarak dijital dönüşüm sürecimizi destekliyor.

4 YETENEK YÖNETİMİ Yetenekli, egosundan arınmış ve büyük işlere imza atmak isteyen profesyonelleri şirketimize dahil etmeye devam ediyoruz. Tüm çalışanlarımıza kendi potansiyellerini keşfedecekleri ve mutlulukla çalışabilecekleri bir ortam sunmayı da her zaman önceliklendiriyoruz.

Yemeksepeti

100TL

indirim



Kupon Kodu: SEPETTE100

Kampanya 02.01.2024 00:01 - 11.03.2024 23:59 arasında seçili restoranlardan online kredi kartı ile verilecek siparişlerde 500.000 adet stok ile sınırlıdır. Minimum sipariş tutarı restorana göre değişiklik göstermektedir. Görseller reklam amaçlıdır. Sağlığınız için aşırı şeker, yağ ve tuz tüketimini azaltın. Bilgi: yemeksepeti.com

“Teknolojiyle rakiplerden ayrışıyoruz”

Dinçer Logistics YKB Mustafa Dinçer, şirketini “Lojistiğe yatırım yapan teknoloji şirketi” olarak konumlandırıyor. Bu vizyon kapsamında sektörün bakanlık onaylı ilk Ar-Ge merkezlerinden birini açtıklarını ve Dinçer SuperApp’i hayata geçirdiklerini söylüyor. “Bu stratejiyle sektörde fark yaratıyoruz” diye konuşuyor.



Dinçer Logistics olarak kurulduğumuz günden bu yana teknoloji odaklı iş anlayışımızı geliştirmek için gayret gösteriyoruz. Lojistik gibi rekabetin yoğun olduğu, farklılaşmanın vizyon ve büyük çaba gerektirdiği bir sektörde rakiplerimizden teknoloji kullanım kapasitemiz ve yetkinliğimizle ile ayrışmayı planladık.

Bunun için 2017 yılında Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı onaylı sektörün ilk Ar-Ge merkezlerinden birini hayata geçirdik. Uzunca yıllar yaptığımız yatırım ve çalışmaların meyvelerini son birkaç yıl içinde topladığımızı söyleyebilirim. Bu bağlamda 2023 yılı bizim için oldukça önemliydi.

İlk olarak Ar-Ge merkezimizde çalışan arkadaşlarımız tarafından hayata geçirilen Dinçer Superapp’i yayına aldık. Superapp’te müşterilerimize, iş ortaklarımıza ve çalışanlarımıza yönelik 12 farklı uygulama yer alıyor. Bu uygulamalar sayesinde işlerimizi daha hızlı ve daha pratik bir şekilde halledebiliyor, daha fazla müşteri memnuniyeti elde edebiliyoruz.

DÜNYADA BİR İLK!

Dünyada sektörel olarak ilk olma özelliği taşıyan Dinçer Superapp, tüm lojistik hizmetlerinin tek bir uygulamayla tüm paydaşlarımıza sunduğumuz bir teknoloji. Müşterilerimiz ürünlerin hangi depoda olduğunu, hangi araçla nereye hangi sürede gideceğini,

"2024 yılında odaklanacağımız alanlar"

SABIR VE YATIRIM Özellikle lojistikte teknoloji anlamında gelişme göstermek için vizyon, sabır ve ciddi yatırım gerekiyor. Ben bu vizyonu ortaya koyarak şirketimin bu alanda dünyanın en iyisi olması için çalışıyorum. 5 yıl önce Dinçer Ar-Ge merkeziyle başlayan süreçte şu an da teknoloji üreten seviyeye geldik. Halen yolun çok başında olduğumuzu düşünüyorum ama rakiplerimize göre de önemli bir mesafe kat ettiğimizin de farkındayım.

TEKNOLOJİ ŞİRKETİ Ben firmamızı 'lojistiğe yatırım yapan teknoloji şirketi' olarak konumlandırıyorum. Bu motto bizim için bir hedef ve bu hedef doğrultusunda çalışmaya devam ediyoruz.

YAPAY ZEKA Dinçer Logistics olarak yapay zeka konusunda yaşanan gelişmeleri büyük bir dikkatle takip ediyoruz. Çünkü, bu alanın müthiş fırsatlar sunabileceğinin ve bu gelişmeleri kendi süreçlerine entegre etmek konusunda geç kalan şirketlerin ileride büyük problemlerle karşı karşıya kalacağını farkındayız. Yine RPA konusunda tüm beyaz yaka çalışanlarımızı en azından temel düzeyde RPA eğitimi vermeyi ve onları kendi süreçlerinde maksimum verimliliğe ulaşmaları konusunda yatırımlar yapıyoruz.

VERİMLİLİK Bunun yanında operasyonel verimlilik ve mobilite konusunda önemli çalışmalar yapıyoruz. Sahip olduğumuz teknoloji kapasitesini sürekli arttırarak bu konuda mükemmeli yakalama arzusundayız.

maaliyet hesaplamalarını bu uygulama üzerinden takip edebiliyor. Bunun yanında taşımacılık konusunda destek aldığımız şoförlerimiz de hangi yükü nereden alacakları, nereye götüreceklerini, kaç kilometre yol yapacakları ve karşılığında ne kadar ödeme alacakları gibi tüm detayları bu uygulamada görebilecekler. Yine satın alma, finans, İnsan kaynakları gibi tüm süreçlerimiz bu uygulama sayesinde işlerini çok daha hızlı bir şekilde çözüme kavuşturabiliyorlar.

GİRİŞİMCİYE ÖZEL YAKLAŞIM

Superapp'in yanında sektörde son teknolojik trendleri takip etmek, girişim ve girişimcilere destek olmak amacıyla son üç yıldır düzenlediğimiz Dinçer Demoday ve Hackathon'u bu yıl da düzenledik. Finalinin geçen ay yaptığımız Dinçer Demoday'e 200'e yakın başvuru geldi ve en iyi 12 startup etkinliğin finalinde uzman jüri tarafından değerlendirildi.

Her demoday sonrası sadece finalist ya da kazanan değil, tüm başvuru yapan girişimlere olan diyalogumuzu sürdürmeye ve uygun şartlar oluştuğunda yatırım yaparak onları desteklemeye çalışıyoruz.

Demoday'ın yanı sıra yeni mezun yazılımcılara destek olmak amacıyla düzenlediğimiz Dinçer Hackathon da bizim üzerinde durduğumuz konulardan biri. Çünkü yeni fikirleri takip etmenin,

trendleri geç olmadan fark etmenin en güzel yolu bu. Yine her yıl yüzlerce genç yarışmamıza başvuru yapıyor ve diledikleri her an bize ulaşabiliyorlar.

Biz de kendilerine elimizden gelen tüm desteği kendilerine sunmaktan geri durmuyoruz. Hatta gençler ve yeni fikirlerin gelişmesi için Dinçer Kuluçka Merkezi'ni hayata geçirip onlara daha profesyonel bir yaklaşımla destek olmayı planlıyoruz. Hedefimiz bu yıl kuluçka merkezinin alt yapısını tamamlayarak yıl sonuna doğru hayata geçirmeyi hedefliyoruz.

DİJİTALLEŞMEYLE FARK YARATIYORUZ

Teknoloji ve dijitalleşme bizim için sürekli ulaşmak için gayret göstereceğimiz bir hedef olacak. Çünkü, ancak bu yolla işte mükemmeliyeti yakalayabileceğimizi, müşterilerimizi memnun edebileceğimizi ve rakiplerimizle aramızdaki farkı açabileceğimizi biliyoruz.

Yeni dönemde lojistik, özellikle pandemiden sonra insanların beklentilerinin sürekli yükseldiği bir sektör haline geldi. Örneğin, önceden herhangi bir ürünün teslimi için 3-4 gün oldukça makul sayılabilirken, günümüzde şirketler aynı gün teslimat için birbirleriyle yarışır vaziyettedir.

Peki, biz lojistik şirketleri olarak benzer kapasiteleri araçları kullanarak, benzer depoları kullanarak nasıl fark yaratacağız? Elbette

"DÜNYADA SEKTÖREL OLARAK İLK OLMA ÖZELLİĞİ TAŞIYAN DİNÇER SUPERAPP, TÜM LOJİSTİK HİZMETLERİNİN TEK BİR UYGULAMAYLA TÜM PAYDAŞLARIMIZA SUNDUĞUMUZ BİR TEKNOLOJİ. MÜŞTERİLERİMİZ ÜRÜNLERİN HANGİ DEPODA OLDUĞUNU, HANGİ ARAÇLA NEREYE HANGİ SÜREDE GİDECEĞİNİ, MAALİYET HESAPLAMALARINI BU UYGULAMA ÜZERİNDEN TAKİP EDEBİLİYOR."

teknolojiyle, ancak teknolojiyi iyi kullanırsanız fark yaratırsınız. Biz de şirket olarak bu hedef doğrultusunda çalışmalarımızı devam ettiriyoruz.

Biraz önce bahsettiğim Dinçer Superapp gibi bir uygulama kullanan lojistik şirketleri var ancak 12 uygulamayı aynı anda sunan başka bir lojistik şirketi dünyada yok. Bunun yanında dünyada startup'lara yönelik demoday düzenleyen lojistik şirketleri görebilirsiniz ancak bunu üç yıl peş peşe düzenleyen lojistik şirketi, aynı zamanda yeni mezun yazılımcılara yönelik hackathon düzenleyen bir lojistik şirketinin sadece Dinçer Logistics olduğunu düşünüyorum. Üstelik bu yarışmalarda dereceye giren 3 şirkete de yatırım yapmış, onlara ortak olmuş bir şirketiz. Tüm bu çalışmalar Dinçer Logistics olarak teknoloji alanında bizim farkımızı diyebiliriz.

RPA ROBOTLAR İŞ BAŞINDA

Yapay zeka çok yakından takip ettiğimiz bir konu. İş süreçlerimize nasıl entegre

edebileceğimizi, yapay zekanın hangi becerilerinden yararlanabileceğimizi sürekli tartışıyoruz.

Şu anda RPA robotlarımız iş yükümüzü hafifletiyor diyebiliriz. Şirketimizde 2 yıldır düzenlediğimiz eğitimlerle beyaz yaka çalışanlarımızın yüzde 11'ini RPA projeleri geliştirebilir hale getirdik. 2023 yılında RPA'den aldığımız verimle toplam 101 adam gün tasarruf sağladık. Bu sene geliştirdiğimiz projelerle ise 176 adam gün tasarruf edip, iş verimliliğimizi arttırmayı amaçlıyoruz.

Ayrıca depo yönetim sistemlerimizde yapay zekanın önemi büyük. Özellikle insan kaynaklı hataları minimuma indirmek için yapay zekadan faydalıyoruz. Böylelikle daha düzenli ve daha hızlı bir depo yönetimine sahibiz. Ayrıca rotalama konusunda da yapay zeka oldukça önemli. Yakıt tasarrufu ve hız başta olmak üzere sürdürülebilirlik konusunda yapay zekadan faydalıyoruz diyebiliriz. ■



E-ticaret vizyonumuz

E-ticaret lojistiği bizim önemli bir iş kolumuzu oluşturuyor. Bu alanda Türkiye'nin ilk decacorn'uyla iş birliğimiz var ve bu markanın tüm lojistik hizmetlerini biz üstlenmiş durumdayız. Türkiye'nin 81 ilinde ve Avrupa'nın 6 ülkesinde tüm depolama ve nakliye süreçlerini yönetiyoruz.

Ayrıca cep depo ve minivan operasyonlarımızla üreticiden son tüketiciye kadar uçtan uca lojistik süreçlerini yönettiğimiz operasyonlarımız toplam iş hacmimizde önemli yere sahip. E-ticarette hız ve teknoloji çok önemli, eğer bu konularda eksik kalırsanız başarılı olma şansınız neredeyse sıfır. Biz de işin lojistik tarafı olarak üstüme düşeni fazlasıyla yapıyoruz diyebilirim. Öyle ki tüm depolama ve nakliye operasyonlarımızda üst düzey yazılımlar, depo otomasyon sistemleri ve rota optimizasyonu sistemleri kullanıyoruz.

Takdir edersiniz ki her teknolojiyi kendi bünyemizde üretmemiz mümkün olmuyor, bu nedenle teknoloji firmaları ve startup'larla iş birlikleri yaparak teknoloji kullanım kapasitemizi arttırmayı hedefliyoruz.

MASRAFF İLE 3 ADIMDA ŞİRKET GİDERLERİ KONTROL ALTINDA!



1

Yapay Zeka ile Veri Girişi

Masraff'ın yapay zeka algoritmaları fişi tarar, bilgileri çıkarır ve gerekli bütün alanları kullanıcı için doldurarak sisteme entegre edilen şirket politikalarına uyumunu denetler.

2

Şirket Kuralları ve Regülasyon Uyumu

Yapay zeka ile masraf kontrol süreçlerini sıfır hata ile sistem üzerinden otomatize ederek sulistimallerin önüne geçer! Girilen masrafları otomatik yönetici onayına gönderir. Yönetici ise esnek onay mekanizması sayesinde masrafları mobilden kolayca onaylar.



3

Gerçek Zamanlı Analitik Raporlar

Gerçek zamanlı yönetici raporları ile şirket harcamalarını anlık takip ederek gelecek mali duruma dair içgörü sağlar. Entegrasyonlar sayesinde masrafları 17+ ERP'ye (SAP, Logo vb.) tek tuşla zamanında ve hatasız ulaştırır.



0 546 627 72 41



www.masraff.co



Masraff | Akıllı Masraf Yönetimi



masraff.co



Hemen indir!



“Global oyuncular arasına gireceğiz”

Şirketlerin dijital dönüşümü hızlanırken, başta bulut olmak üzere dijital altyapı sistemlerine ihtiyaç arttı. **Digital Transformation Group CEO’su Tolga Dinçer**, “DT Cloud, kendi geliştirdiğimiz bir dijital altyapı platformu. Bunu tüm sektörlere ulaştırarak yapay zekanın endüstrilerde etkinleştirilmesini destekleyeceğiz ve global oyuncular arasına gireceğiz” diyor.

Türkiye’de özellikle finans ve KOBİ sektörlerinin dijital dönüşüm yolculuğunda bulut teknolojileri, büyük veri ve yapay zekanın önemli bir yeri var. Bu teknolojiler, müşteri ihtiyaçlarını anlama, verimliliği artırma ve rekabet avantajı sağlama açısından kritik önem taşıyor. Ancak, Türkiye’deki şirketlerin dijital dönüşümde adaptasyon hızı ve etkinliği konusunda eksiklikler var. Bu sorunların üstesinden gelmek için yerel ve global iş birliklerine, Ar-Ge yatırımlarına ve eğitim programlarına daha fazla ağırlık verilmesi, dijital altyapıların güçlendirilmesi ve müşteri ihtiyaçlarına yönelik çözümlerin geliştirilmesi gerekiyor. Yerleşmiş ve güçlü altyapıların yanı sıra, uluslararası standartlara uygun hizmet sunulması da büyük önem taşıyor.

Türkiye’nin bulut pazarı, büyük bir potansiyele sahip olmasına rağmen, bu potansiyelin yalnızca yaklaşık yüzde 10’u kullanılıyor. Dijitalleşme seviyesi, ülkelerin gelişmişlik ve gelişme potansiyelini gösteren önemli bir ölçüt. Türkiye’nin bulut teknolojilerindeki genişleme ve yenilikleri takip etmesi, yerel ve global rekabette güçlü olmasını sağlayacaktır. Sektörde yenilikçi ve güvenilir hizmetler sunmak ve müşteri ihtiyaçlarını doğru analiz ederek uygun çözümler geliştirmek bu süreçte büyük önem taşıyor.

SAĞLADIĞIMIZ AVANTAJLAR

Bulut teknolojisi, verilerin ve uygulamaların internet üzerinden servis edilirken ölçeklenebilir, yüksek erişilebilir ve kolay yönetilebilir olmasını sağlayan bir teknolojik yenilik. Sunduğu esneklik, ölçeklenebilirlik ve yüksek güvenlik ile iş süreçlerini optimize etmeye ve maliyetleri düşürmeye yardımcı oluyor. DT Cloud olarak müşterilerimize sağladığımız ve pazarda ayrıştığımız temel üç nokta var:

İlk olarak, bulut teknolojilerimizi grup iştirakimiz yani kendimize ait olan Ar-Ge şirketimiz sayesinde kendimiz geliştiriyoruz; böylece müşterilerimizin özel ihtiyaçlarına cevap verebildiğimiz gibi küresel yenilikleri eşzamanlı olarak DT Cloud’da da sunmak için büyük yarış veriyoruz. Bu da bizi kendi Ar-Ge’sini yapabilen ve teknoloji bilgi birikimini içeride hizmet teslimatı ve müşteri hizmetleri birimlerine transfer edebilmiş, gelişmiş hizmet sunumu için regülasyonlara ve sertifikasyonlara uygunluğunu tamamlamış lider bir

oyuncu olarak konumlandırıyor. En önemli farkımız ise hizmetlerimiz müşteriler tarafından kolayca kullanılacak ve regülasyonların gereksinimlerini platform içerisinde kompakt olarak sunacak şekilde tasarlanıyor. Son olarak da veri egemenliği (data sovereignty) ihtiyaçlarına cevap vererek, Türkiye’nin ve Avrupa’nın stratejik bölgelerindeki hizmet noktalarımız sayesinde veri düzenlemelerine tam uyumlu hizmet sunabiliyoruz.



DT Cloud'dan ayrıcalıklı hizmetler



VERİ ANALİTİĞİ VE YAPAY ZEKA Müşterilerimizin büyük veri setlerinden anlamlı bilgiler çıkarmalarını sağlamak için teknolojiyi veri analitiği ve yapay zeka çözümleri ile destekliyoruz. Müşteri davranışlarını anlamak, talep tahminleri oluşturmak ve iş süreçlerini optimize etmek için geliştirilmiş analitik araçları kullanıyoruz. Böylece iş ortaklarımız rekabet avantajı elde ediyor.

SİBER GÜVENLİK Müşterilerimizi uçtan uca veri güvenliği hizmetleriyle koruyoruz. Saldırı tespiti, veri şifreleme, güvenlik duvarları ve kimlik doğrulama gibi önemli bileşenleri içeren kapsamlı güvenlik çözümlerimizle, dijital varlıklarını güvende tutmalarına destek oluyoruz.

İOT PROJELERİ Endüstriyel sensörler, akıllı cihazlar ve nesnel arasında veri alışverişi için özel olarak tasarlanmış altyapıları içeren İOT (nesnelerin interneti) projelerimizle müşterilerimizin projelerini verimli bir şekilde yönetmelerini sağlıyoruz.

PLATFORM MÜHENDİSLİĞİ Müşterilerimizin özel yazılım uygulamaları geliştirebilmeleri ve yönetmeleri konusunda, kapsamlı bir ihtiyaç analiziyle birlikte yenilikçi olarak platform mühendisliği ve yönetim hizmetlerimizle de destek veriyoruz.

61

TEKNOLOJİ TUTKUSUYLA BAŞLADI

DT Cloud'un hikayesi benim 9 yaşında bilgisayar programlamaya başlamamla ve teknolojiye olan tutkuyla şekillendi. Bahçeşehir Üniversitesi'nde Bilgisayar Mühendisliği eğitimim sırasında ve sonrasında bu alandaki bilgi ve becerilerimi geliştirdim. 18 yaşında ilk şirketim DT'yi kurarak, teknoloji ve yazılım geliştirme alanında önemli bir adım attım. 10 yıl içinde DT, bir yazılım geliştirici ve Ar-Ge şirketinden, telekomünikasyon sektöründe 2G'den 5G'ye kadar uzanan bir yelpazede bulut servisleri merkezli bir yapıya dönüştü.

DTG (Digital Transformation Group), 2006 yılında kuruldu ve bu süreçte bilgi ve iletişim teknolojileri alanında önemli bir dönüşüm yaşadı. DTG, bilgi ve teknoloji birikimiyle, özellikle 2018 yılından itibaren Ar-Ge yatırımlarına hız verdi. Bu süreçte, DT Cloud'u geliştirdik. DT Cloud, 5G'ye hazır, az karmaşıklıkla mevcut altyapılara entegre olabilen, çok bölgesel ve yerel regülasyonlara tam uyumlu bir bulut platformu. DT'nin 17 yılı aşan iletişim altyapıları ve kurumsal mimari tecrübesi ile DT Cloud, yüksek derecede ölçeklenebilir bulut teknolojileri geliştirerek dijital dönüşümü ekonomik, hızlı ve güvenli bir şekilde gerçekleştirmeyi hedefliyor.

YAPAY ZEKA ÇALIŞMALARI

Yapay zeka konusunda stratejik ve odaklı yatırımlar yapan DTG, grup bünyesinde bu faaliyetlerini Ar-Ge şirketi olan DT Teknoloji A.Ş. iştiraki ile yürütüyor. DT Teknoloji, yapay zeka ekosisteminin küresel devi NVIDIA'nın ekosistem hızlandırma programı olan Inception iş ortaklığı programına seçildi. Bu sayede DT Cloud üzerinde geliştirmekte olduğumuz büyük veri ve yapay zeka platformu için en üst düzey

teknoloji ve veri bilimi uzmanlığına küresel olarak erişim imkanına ulaştık. Yapay zekayı, sunduğumuz ürün ve hizmetlerin temel bir bileşeni haline getirerek, platformumuzda bu teknolojiyi kullanan müşterilere daha akıllı, ölçeklenebilir ve özelleştirilebilir çözümler veriyoruz. Ayrıca, endüstri ihtiyaçlarına özel olarak uyarlanmış çözümler de geliştirebiliyoruz. Örneğin, enerji sektöründe enerji tüketimini optimize etmek için yapay zeka tabanlı analizler sunuyoruz ve yapay zeka destekli ürünlerimizi artırmayı hedefliyoruz.

YEREL BULUT PLATFORMU

DTG, online ticarete hem tüketici hem de B2B pazarlarında güçlü bir varlık oluşturdu. Çevrimiçi platformlar aracılığıyla sunduğumuz ürün ve hizmetlerle müşterilere kolay erişim, hızlı kurulum ve güvenilir alışveriş deneyimi sağlıyoruz. Bunlardan ilki DT Cloud Bulut Platformumuz için dt.net.tr olarak self-servis satın alma ve hizmete açık durumda.

E-ticaretteki etkinliğimizi de artırmak amacıyla hem dijital pazarlama stratejilerimizi güncelliyor ve müşteri sadakatini teşvik eden çeşitli programlar uyguluyoruz, hem de sektörün ihtiyaçlarına göre yeni ürünler tasarlıyoruz. B2B müşterilerimize özel olarak tasarlanmış online portal ve çözümlerle iş süreçlerini optimize etmelerine yardımcı oluyoruz. Bu yıl özellikle KOBİ'lerin dijitalleşme süreçlerini bulut teknolojilerimizle desteklemek için yeni bir markamızı ve online ticaret platformumuzu da devreye alıyoruz.

GENİŞ MÜŞTERİ PORTFÖYÜ

Müşteri portföyümüz enerji, finans, eğitim, perakende gibi çok çeşitli sektörlerden oluşuyor. Yabancı yatırımcılar, teknoloji ve inovasyon alanındaki başarılarımıza büyük ilgi gösteriyor. İsviçre'den Malta'ya çeşitli ülkelerden teklifler geliyor, ancak



biz şirketi yerli tutmaya öncelik veriyoruz. Bu sebeple 2023 yılı ilk yarısında Omurga Portföy altında, SPK onayı alarak Digital Transformation Girişim Sermayesi Yatırım Fonumuzu (DT GSYF) kurduk ve yerli nitelikli yatırımcılarımız ile ilk tur fonlamamızı tamamladık. Yatırımcılarımızdan gördüğümüz ilgi, şirketimizin uluslararası pazarlardaki varlığını da güçlendiriyor.

KÜRESEL PAZARLARDA AKTİF

Global bir oyuncu olarak yurt dışı pazarlara açılmak stratejik hedeflerimiz arasında yer alıyor. Çeşitli ülkelerde ortaklıklar ve iş birlikleri geliştirerek, globalde varlığımızı güçlendiriyor ve markamızın uluslararası alanda etkinliğini artırıyoruz. Özellikle Avrupa, Asya ve Orta Doğu pazarlarına odaklanarak, bu bölgelerdeki müşteri ihtiyaçlarına uygun çözümler geliştiriyoruz. Doğu Avrupa, Batı Balkanlar'da 2022 yılında kıta operasyon merkezimiz olan Sırbistan'ın Belgrad kentinde merkezimizi faaliyete geçirdik. Özellikle Doğu Avrupa ve Balkan'ların bulut ile dijitalleşmesini etkinleştirmek adına bizim için stratejik bir başlangıç noktası oldu. Bugün bölge merkezimize ev sahipliği yapan Sırbistan'da ülkenin dijital dönüşümüne katkı sağlayan önemli bir oyuncu konumuna ulaştık.

Doğu Avrupa'dan başlayan operasyonlarımızı Avrupa Birliği ülkelerine ulaştırmak için veri merkezleri sağlayıcısı olan EQUINIX ile yaptığımız Fabric ve Metal (sunucu ve ağ donanımları) anlaşmaları ve entegrasyonlarımızı tamamladık. Bu anlaşmalar ile DT Cloud Avrupa'da

50'nin üzerinde lokasyonda yerleşerek veri egemenliği çözümleri sunabilme kabiliyetini artırdı. Bu faaliyetlerimizi de Avrupa Birliği'ne, Estonya'da kurduğumuz iştirakimizde istihdam edeceğimiz müşteri temsilcilerimizle yerleşerek ulaştırıyor olacağız.

Türki Cumhuriyetler ve Körfez ülkelerinde de iş ortaklarımız ile altyapıların olgunlaştırılması üzerine çalışıyoruz. Tabi küresel rakiplerimizin olduğu gibi, bizim de Afrika pazarına ilgimiz ve dinamiğine inancımız var; uygun altyapıların oluşması ve yeterliliği yüksek bir iş ortaklığı ile gündeme her an alabiliriz.

GELECEK HEDEFLERİ

Geleceğe yönelik hedeflerimiz arasında dijital sürdürülebilirlik, inovasyon, bölgesel ve takiben global liderlik ön plana çıkıyor. Çevre dostu teknolojiler geliştirerek karbon ayak izinin azaltılmasında sorumluluk sahibi, teknolojik yenilikleri takip eden değil yaratanlardan olarak sektörde öncü ve global pazarda etkin bir oyuncu olmayı amaçlıyoruz. Bu hedefler doğrultusunda yenilenebilir enerji, akıllı şehir çözümleri ve sürdürülebilir iş modelleri üzerine yoğunlaşıyoruz.

Kuruluş amacımız ve bilgi birikim mirasımızı en doğru şekilde taşıyan bir mühendislik ve teknoloji şirketi olmanın vizyonu ile, geleceğin en güvenilir lider dijital altyapılarını oluşturan ve yüksek teknoloji sağlayan bir teknoloji devi olmak en büyük hedefimiz. ■

2023'te yarattığımız 4 fark

1 Yerleşmiş ve Güçlü Altyapı: ICT (Bilgi ve İletişim Teknolojisi) sektöründeki lider konumumuzu pekiştirmek amacıyla yatırımlar gerçekleştirdik. Müşterilerimize küresel çözümlere alternatif yerel veri merkezi altyapısına sahip, Türkiye'de veri egemenliği konusunda güvenilir bir çözüm sunmamızı sağlayan adımlar attık. Bu kapsamda kurduğumuz 6 veri merkezi ile bulut altyapımızı güçlendirdik.

2 Avrupa Birliği Gaia-X İnisiatifi Üyeliği: AB veri ve altyapı projesi olan Gaia-X'e, bulut platformumuz DT Cloud ile dahil olduk. Böylece Avrupa'daki veri yerleşmesi ve egemenliğine yönelik çalışmalara katkıda bulunarak, özellikle bölgemizden AB'ye ihracatı olan müşterilerimize Avrupa genelinde regülasyonlara uygun hizmet sunma yeteneğimizi artırdık.

3 Fintech Sektöründe Yetkilendirme: Zorunlu hale gelen Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) yetki onayını DT Cloud'a alarak, Türkiye'nin finans sektörüne yönelik 'topluluk bulut dış hizmet sağlayıcısı' olduk. Bu yetkilendirme ile finans sektöründeki müşterilerimize özel ve güvenli bir bulut altyapısı sağlama kapasitemiz daha da güçlenmiş oldu.

4 Büyük Veri ve Yapay Zeka: Araştırma ve geliştirme yatırımları tamamlanmış yerel dijital altyapımız ile büyük veri altyapısı ve yapay zeka hizmetlerini finans regülasyonlarına uygun şekilde sektöre ulaştırmaya başladık.

Türkiye'nin en büyük HRTech Ekosistemi



kariyer.net

Dijital İK'nın öncüsü olarak yeni nesil teknolojileri insan kaynakları süreçlerini kolaylaştıracak çözümlere dönüştürüyoruz.

Yılda **2.8 milyon**, günde **7 bin** yeni aday Kariyer.net platformlarına katılırken, bugüne kadar **148 binden** fazla işverenin çözüm ortağı olduk.



»İŞİN OLSUN

Mavi yaka işe alımları için lokasyon bazlı çözüm.

10 milyondan fazla uygulama indirme.

techcareer.net

Türkiye'nin teknoloji kariyeri platformu.

100 bin kişilik yetenek havuzu.

We Brand

Yeni nesil, yaratıcı ve veri odaklı çözümler ile yeni bir işveren markası yaklaşımı.

İlan başvurularında **39% artış**.

We Hire

İşe alım sürecinize yetkin danışmanlar ile A'dan Z'ye çözüm.

1.000'den fazla şirket.

PeopleBox

Mükemmel işe alım deneyimi sunan aday takip sistemi.

900'den fazla işveren.

COENSIO

İşe alımda ön yargıları kaldıran yapay zeka destekli ön değerlendirme platformu.

88% daha hızlı.

“Finansal hizmetleri yeniden tanımlıyoruz”

Octet, fintech alanının önde gelen şirketlerinden... **Şirketin CEO'su Derya Ekemen Fidan**, “finansal hizmetleri dijitalleşmeyle yeniden tanımlamaya devam ettiklerini” söylüyor. Fidan, “2024'te de şimdiye kadar olduğu gibi Octet olarak tahsilat yöntemleri ve ödeme çözümlerimizle müşterilerimizin iş süreçlerini kolaylaştırmaya devam edeceğiz” diye konuşuyor.

Tahsilat yöntemleri ve ödeme çözümleriyle müşterilerinin iş süreçlerini kolaylaştıran Octet, fintek sektörünün son dönemde öne çıkan oyuncularından biri oldu. Octet Türkiye'nin CEO'su Derya Ekemen Fidan ile yılı nasıl geçirdiklerini, yeni yıla dair hedeflerini, dijitalleşmenin geldiği boyutu, yapay zekaya ilişkin bakış açılarını ve CEO olarak dijitalleşme serüvenine nasıl liderlik ettiğini konuştuk.

2023 yılını dijitalleşme açısından nasıl geçirdiniz?

Bir fintek şirketi olarak sunduğumuz dijital ürünleri değerlendirerek sorunuza yanıt vermek isteriz. Tüm zorluklarına rağmen finansal kapsayıcılığımızın arttığı, hizmetlerimizin çeşitlendiği, yeni teknolojilerin önümüzde farklı yollar ve fırsatlar açtığı bir yılı geride bıraktık. Gerek teknolojik gelişmelerin sonucu olarak gerekse müşterilerin değişen ve dönüşen talepleri paralelinde fintek



sektörü, dünyada ve ülkemizde en gözde sektörlerden biri haline geldi. Bu yıl içinde bizim gibi finteklerin sunduğu yenilikçi, çığır açan, hayat kolaylaştıran çözümlere talebin arttığını gördük.

Octet Türkiye olarak piyasanın ihtiyaçlarını doğru analiz ederek, yeni ürünlerle firmaların nakit akışını dijital ortamda yönetmelerini kolaylaştırmaya devam ediyoruz. 2022 yıl sonunda geliştirdiğimiz Master Merchant ürünümüzü yaygın olarak 2023 yılında müşterilerimizin kullanımına sunduk ve oldukça fazla talep aldık. Bu ürünümüzle müşterilerimizin tedarikçilerine hemen ödeme yapmalarına olanak sağlarken, kendi nakit akışları doğrultusunda kendi vadelerini belirlemelerine de imkan tanıyan özelliğiyle sektöre önemli bir katkı sunduk.

Hem nakit akışını dijitalleştirmek üzere sunduğumuz mevcut ürünlerimize hem de 2023 yılında yaygın olarak sunduğumuz yeni ürünümüz Master Merchant'a talep sayesinde 2023'ü geçen yıl sonu ile karşılaştırdığımızda kıyaslama konularına göre 7 ila 9 kat büyüterek kapattık.

Dijitalleşme, teknolojiye yatırım sayesinde sektörde nasıl fark yaratıyorsunuz? 2024 hedefleriniz bu bağlamda nedir?

2024'te de şimdiye kadar olduğu gibi Octet olarak tahsilat yöntemleri ve ödeme çözümlerimizle müşterilerimizin iş süreçlerini kolaylaştırmaya devam edeceğiz. 2024'ün ilk çeyreğinde NFC ve açık bankacılık gibi alanlarda

2024'te de şimdiye kadar olduğu gibi Octet olarak tahsilat yöntemleri ve ödeme çözümlerimizle müşterilerimizin iş süreçlerini kolaylaştırmaya devam edeceğiz. 2024'ün ilk çeyreğinde NFC ve açık bankacılık gibi alanlarda geliştirdiğimiz ürünleri sunmayı hedefliyoruz.



geliştirdiğimiz ürünleri sunmayı hedefliyoruz. Vadeli ve bayi ağı ile çalışan tüm sektörlerle dönük özelleştirilmiş çözümlerimiz, nakit akışının dijitalleşerek yönetilmesine hizmet etmeye devam edecek. Aynı zamanda yapay zekâ, dünyanın ve ülkemizin gündemindeki en sıcak konulardan biri. Octet Türkiye olarak en yoğun odaklandığımız

bu alanda çalışmalarımız hızlanarak sürecektir. Finans ve fintek sektöründe yapay zekâda 2024'te önemli gelişmeler görürken Octet Türkiye de bu gelişmelerin bir parçası olacak. Aynı zamanda, 2024'te finteklerin sunduğu çözümlere talep ile fintek şirketlerinin çözüm ve inovasyon çeşitliliğinin de artacağını göreceğiz.

Fintek hizmetlerinin B2C kadar B2B'de de önem kazandığını görüyoruz. Sektörde B2B'ye yönelişin 2024'te de artarak sürmesini



“HEM NAKİT AKIŞINI DİJİTALLEŞTİRMEK ÜZERE SUNDUĞUMUZ MEVCUT ÜRÜNLERİMİZE HEM DE 2023 YILINDA YAYGIN OLARAK SUNDUĞUMUZ YENİ ÜRÜNÜMÜZ MASTER MERCHANT'A TALEP SAYESİNDE 2023'Ü GEÇEN YIL SONU İLE KARŞILAŞTIRDIĞIMIZDA KIYASLAMA KONULARINA GÖRE 7 İLA 9 KAT BÜYÜYEREK KAPATTIK.”

Fidan'ın 2024 yılı ajandası

TEKNOLOJİ Öncelikle dijitalleşmenin sadece bir iş hedefi ve sadece bir strateji olmadığının çok iyi şekilde özümsemesi gerekiyor. Dijitalleşme ve dijital dönüşüm her şeyden önce bir kültürdür. Dijitalleşme artık her şeyin başlangıç noktasıdır. Bu bilinçle tüm kurumlar için dijitalleşme IT veya teknoloji birimlerini ötesinde ilgilenilmesi gereken bir konu.

KURUM KÜLTÜRÜ Ben de dijitalleşme perspektifinde her zaman için bu kurum kültürünü çok önemsiyorum, liderliğimde de bu kültürü geliştirmeye, hep daha fazla özümsetmeye büyük önem veriyorum. Dijitalleşme hiç durmadan devam eden bir süreç. Bu yüzden sürekli kendimizi liderler olarak güncel durumda tutmamız gerekiyor.

YENİ FIRSATLAR Dünyada ve de Türkiye'de yaşanan tüm teknolojik gelişmeleri en iyi şekilde okuyabilmek ve analiz edebilmek, bunlardan geleceğe dair müşterilerimizin ihtiyaçlarına, sektörümüze ve de şirket yetkinliklerimize en iyi fırsatları çıkarmaya çalışmak en önemli önceliğimizdir.

öngörüyoruz. Şirketlerin finansal dijital dönüşüm adımlarının ve stratejilerinin ana parçası olan tahsilat ve ödeme çözümleri ile diğer dijital dönüşüm adımlarının finteklerin çözümleriyle hızla tamamlandığı ve meyvelerinin toplanmaya başladığı bir dönemin içindeyiz. Henüz dijital dönüşümünü tamamlamamış şirketler, finteklerin sunduğu çözümlerle bu yolda ciddi ve hızlı mesafe kat edecek.

Yapay zekâ için nasıl bir yaklaşım izliyorsunuz? Bu konuda aldığınız mesafeyi ve hedefleri paylaşır mısınız?

Yapay zekâ, sadece teknoloji alanında değil istisnasız her sektörde dünyada ve Türkiye’de gündemin en önemli maddelerinin başında geliyor. Öyle ki, 2023’te belki de en çok konuşulan konuların başında yapay zekâ geldi. Hiç kuşkusuz bu durum 2024’te de devam edecek.

İş dünyası, kendini yapay zekayla yaşanan ve yaşanacak büyük dönüşüme hem hazır tutmak hem de gelecek için hazırlamak istiyor. Finans ve fintek sektörü de yapay zekayla yaşanan dönüşümün en yakın mesafede olduğu sektörlerin başında geliyor.

Şu an yapay zekânın fintek sektöründe kullanımıyla risk değerlendirmesi, dolandırıcılık tespiti, işlem güvenliğinin sağlanması, daha doğru satış stratejilerinin belirlenmesi, müşteri ihtiyaçlarının önceden öngörülebilmesi gibi birçok alanda çok önemli avantajlar sağlanıyor. Yapay zekâ, fintek şirketlerinin yenilikçi çözümler geliştirmelerinin en önemli itici güçlerinden biri haline gelmiş durumda.

Firmalar nakit akışını yapay zekayla artık sorunsuz, basit ve güvenli şekilde yönetilebiliyor. Yapay zekanın işletme sermayesi yönetiminde kullanımı yavaş yavaş başlamış durumda. Fakat bu alan gelişme potansiyeli çok açık bir alan olarak öne çıkıyor. Kısa süre içinde bu kullanımın yaygınlaşmasını bekliyoruz. Bununla birlikte başlayacak yeni dönemde, doğru verinin yapay zekâ teknolojisi ve algoritmalarından yararlanarak makine öğreniminin desteğiyle işletme sermayesinin ileriye dönük minimum sapma ile öngörülebilmesi sağlanabilecek. İşletme sermayesinin yapay zekâ ile etkin yönetimi finans yöneticilerinin işlerini ciddi anlamda kolaylaştıracak diye düşünüyorum. ■

“Yapay zekayı daha çok entegre edeceğiz”

VERİ ÖNEMLİ Yapay zekâ sayesinde içerideki verinin analiziyle önümüzdeki dönemlerin nakit akışı raporlanabiliyor. Sağlıklı bir veriye sahip olduğunuz zaman makine öğrendiğini çok iyi analiz edebiliyor. Örneğin, iyi bir veri girişiyle bugünden gelecek aydaki nakit ihtiyacınızı size söyleyen bir sistemle şu an çalışabiliyorsunuz.

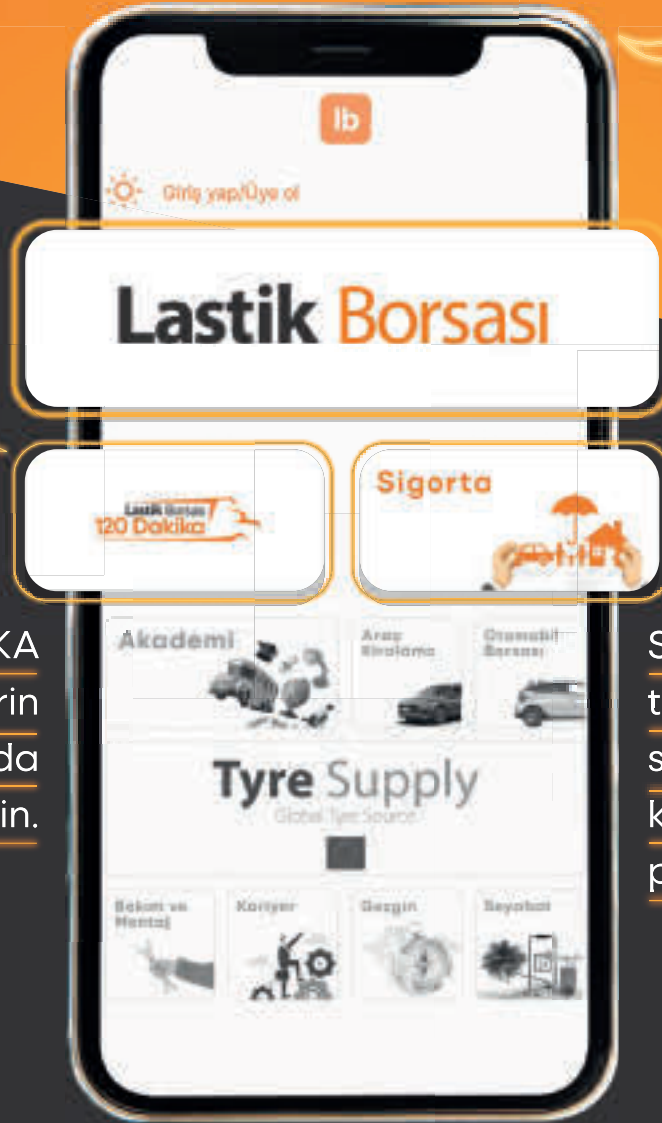
İNSAN KAYNAĞI Bu noktada şuna dikkat çekmek isterim. Temel unsur sağlıklı dataya sahip olmak ve de ardından bu datadan nitelikli veriyi üretebilecek düşünme modelini geliştirebilecek nitelikli insan kaynağı. Yapay zekâ, nitelikli data ve insan kaynağının birleşiminin her sektörde olduğu gibi finans ve fintek sektöründe de buluşması ile diğer sektörleri ve iş süreçlerini de pozitif şekilde etkileyecek.

DÖNÜŞÜM Diğer hizmet, servis ve teknolojilerin de yapay zekâ ile entegrasyonu hızlandıkça fintek şirketlerinin de yetkinlikleri daha da artacak böylelikle hem dijital hem de finansal dönüşüm yolculuklarında çok büyük bir yol kat edilmiş olacak.

YENİ DÖNEM İşletmelerin 2024’te yapay zekâ temelli inovasyonları benimsemesi, veri temelli çözümler aracılığıyla daha hızlı, doğru ve bağlamsal sonuçlara ulaşmalarına olanak tanıyacak. Üretken yapay zekâ 2023 yılında adeta çığ gibi büyümüştü, bu yüksek hızda büyüme 2024’te de güçlü bir şekilde devam edecek. Daha fazla işletme, operasyonlarına üretken yapay zekayı entegre etme yoluna gidecek.

LB SUPER APP'TE YOK YOK!

Lastik Borsası ile aracının ihtiyacı olan
tüm ürünleri tek tıkla bul ve hemen satın al!



LB 120 DAKİKA
ile ürünlerin
120 dakika'da
kapına gelsin.

Sigorta kategorisini
tıkla, aradığın tüm
sigorta tekliflerini
karşılaştırarak
poliçeni hemen yaptır!



Lastik Borsası



“Türkiye’nin Tech-Fin şirketiyiz”

Bankacılık ve Fintech sektöründe dijital dönüşümün öncüsü olmak hedefiyle birçok ihtiyaca çözüm üreten ürünler geliştiren **Enqura’nın kurucusu ve CEO’su Metin Karabiber**, sektörde nasıl fark yarattıklarını ve neden tercih edildiklerini anlattı.

Enqura için 2023 oldukça başarılı ve hareketli bir yıl oldu. Yeni düzenlemeler ve dijital bankaların hayatımıza girmesiyle birlikte yapay zekâ tabanlı kimlik/yüz tanıma ve doğrulama ürünümüz EnQualify’ya ve dijital cüzdan platformumuz EnWallet’a kurumların ilgisi daha da arttı. Yine geçtiğimiz yıl 2023 Visa İnovasyon Programı Avrupa ve Mastercard Engage programına seçilen birkaç kurumdan biri olduk ve ekosistemdeki yatırımcılara erişim sağladık. Müşterilerin değişen talepleri ve iyileştirilen regülasyonlara uyum sağlamak amacıyla ürünlerimizi sürekli geliştirmeye devam ediyoruz. Dijital cüzdan platformumuz EnWallet ile müşterilere kolay, hızlı ve güvenli bir şekilde para transferi, ödeme, alışveriş yapma imkânı sunuyoruz. Üstelik “Açık Bankacılık” modülümüz, müşterilerinin 15 günde BKM sertifikasyonuna hazır hale gelmelerini sağlıyor, bu da kurumların zorlu ve uzun lisans-sertifikasyon süresini kısalttığı için EnWallet’ı tercih edilir kılıyor. Böylece müşterilerimiz kolaylıkla farklı banka hesaplarını, tek bir uygulama üzerinden yönetebiliyor.

Uzaktan kimlik/yüz tanıma ve doğrulama ürünümüz EnQualify’ın ise Türkiye’deki müşteri sayısı geçen yıl 50’ye yaklaştı. Bu başarının altındaki en önemli özellik EnQualify’ı rakiplerinden ayıran “AI on Mobile Edge” teknolojisi. Global rakiplerinin



bile neredeyse hiçbirinde olmayan bu özellik sayesinde EnQualify non-custodial (gözetimsiz) cüzdanlarda bile ‘serverless KYC’ (sunucusuz Müşterini Tanı hizmeti) gerçekleştirebiliyor.

Odaklandığımız bir diğer fark ise müşterilerimize tek noktadan alışveriş deneyimi yaşatmak. Enqura FinTech Suite paketimiz ile iş modelleri için gereken tüm temel teknoloji ürünlerini bir arada tek noktadan sunarak yüzde 50’ye varan zaman ve maliyet tasarrufu sağlarken, müşteri deneyiminde de fark yaratıyoruz. Enqura FinTech Suite içerisinde hesap ve kart,

para transferi, QR ile ödeme, fatura ödeme, Açık Bankacılık modülü gibi 50’den fazla hazır fonksiyon bulunuyor. Bunlar; EnWallet Dijital Cüzdan Platformu, tarz sahibi mobil ve web uygulamalar sunan EnNovate Dijital Kanallar Platformu, uzaktan kimlik/yüz tanıma ve doğrulama ürünü EnQualify, çok faktörlü güçlü kimlik doğrulama ürünü EnSecure ve chatbot ve live chat özellikleri içeren kurumsal mesajlaşma platformu EnConnect.

FARK YARATAN ÜRÜNLER

Enqura olarak, bankacılık ve fintech sektöründe dijital dönüşümün öncüsü olmak için birçok ürün geliştirdik ve geliştirmeye devam ediyoruz. Bu ürünlerimiz, sektördeki farklı ihtiyaçlara cevap veriyor. Ürünlerimizde öne çıkmasını ve fark

Dijitalleşme yolunda 3 önceliğimiz

YENİLİKÇİ ÜRÜNLERİMİZLE ÖNCÜLÜK Ürünlerimizi sürekli olarak geliştirmek ve yenilemek için yapay zekâ ve blok zinciri tabanlı en son teknolojileri kullanmaya devam edeceğiz. Bu sayede, sektördeki değişen talep ve beklentilere cevap verebiliyor ve farklılaşabiliyoruz. Enqura'nın ürünleri sektörde öncü olma rolünü daima koruyacak.

MÜKEMMEL MÜŞTERİ DENEYİMİ Müşterilerimizin ihtiyaçlarını daha iyi anlamak ve daha hızlı ve etkili destek olmak için chatbot, video görüşme gibi araçları kullanıyoruz. Geçtiğimiz yılın müşteri memnuniyeti anketinde yüzde 84 gibi başarılı bir oran elde ettik, daha da artırmayı hedefliyoruz.

DİJİTAL KÜLTÜRÜ YAYGINLAŞTIRMA MİSYONU Dijitalleşme sadece teknoloji değil, aynı zamanda kültür ve insan kaynağı meselesi. Bu nedenle, çalışanlarımızın dijital dönüşüme uyum sağlamalarını ve katkıda bulunmalarını sağlamak için eğitim, mentorluk, ödüllendirme gibi programlar uyguluyoruz. Ayrıca, dijitalleşme vizyonumuzu tüm paydaşlarımızla paylaşıyor ve onları da dahil ediyoruz.

69

yaratmasını hedeflediğimiz özellikleri şöyle özetleyebilirim:

Müşteri Deneyimi: Ürünlerimizi geliştirirken ve müşterilerimizle çalışırken insanı merkezde tutuyoruz. Özellikle Z kuşağının hem çalışma hayatına girmesi hem de teknolojiyi daha aktif kullanmaya başlamasıyla birlikte değişen ve gelişen müşteri deneyimini ürünlerimize entegre ediyoruz.

Hız: Zaman kavramının hiç olmadığı kadar değerli olduğu bir çağdayız. Buna ayak uydurarak ürünlerimizin hızına önem veriyor, entegrasyon süreci kolay ve hızlı olacak şekilde ürünlerimizi geliştiriyoruz. Soft OTP tabanlı çok faktörlü güçlü kimlik doğrulama ürünümüz EnSecure, sadece 1 haftada müşterilerin mobil/web uygulamalarına entegre edilebilirken, müşterilerimiz dijital cüzdan platformumuz EnWallet ile 15 günde BKM sertifikasyonuna hazır hale gelebiliyor.

Yenilikçilik: Her zaman en son teknolojiyi kullanmaya özen gösteriyoruz. Ürünlerimiz oldukça modüler yapıda geliştirildiği ve oldukça donanımlı bir teknik ekibe sahip olduğumuz için her yeni teknolojiyi dahil etmekte zorluk yaşamıyoruz.

YAPAY ZEKÂ DENEYİMİ

Hem benim hem de ürünlerimizi geliştiren ekiplerimizin yöneticilerinin bankacılık sektöründe, yapay zekâ, makine öğrenimi gibi alanlarda deneyimi

Enqura

"EnQualify ürünümüzün sunduğu uzaktan kimlik tespitinin, gelecekte sadece finansla sınırlı kalmayarak oyun, sağlık, e-ticaret, telekomünikasyon gibi sektörlerinde de daha çok talep edileceğini tahmin ediyoruz."

bulunuyor, aynı zamanda blok zinciri ile de ilgileniyoruz. Buradaki deneyim ve bilgi birikimimizle mevzuat düzenlemelerin uzun vadede yapay zekâ tabanlı regülatif teknolojileri karşımıza çıkaracağını bilincindeydik. Bu sebeple yatırımlarımızı AI teknolojilerine yönelttik. Borsa İstanbul ile birlikte Türkiye'nin ilk finansal blockchain projesini hayata geçirdik, makine öğrenimi, yapay zekâ tabanlı chatbot çalışmaları yaptık. Ve bir üst seviyeye geçmek için doğru yerin uzaktan kimlik tespiti olduğuna karar vererek yapay zekâ destekli uzaktan kimlik tespiti ürünümüz EnQualify'ı geliştirdik.

EnQualify sahip olduğu benzersiz AI on Mobile teknolojisi ile 50 ye yakın banka ve fintech'in tercihi olarak yüzde 82'ye varan başarılı uzaktan hesap açılışı sağlıyor, bu sektör ortalamasının neredeyse üç katına denk geliyor. Self servis ya da görüntülü görüşme ile uzaktan müşteri edinimi yapabilen EnQualify, AI on Mobile teknolojisi ile sunucu bağımlılığı olmadan yapay zekâ kararlarını cihazın işlemci gücünü kullanarak anında verebiliyor ve mükemmel müşteri deneyimi sunuyor. "AI on Mobile Edge" teknolojisi sayesinde biz yapay zekâyı mobil uygulama üzerinde çalıştırıyoruz. Bu da sunucu bağımlılığını ortadan kaldırarak yapay zekanın kararlarını cihazın işlemci gücünü kullanarak

anında verebilmesi demek. Böylece EnQualify'ı kullanan müşterilerimiz aynı anda sisteme bağlanan kişi sayısından etkilenmiyor, görüntü işlemek için tanesi on binlerce dolar olan GPU yatırımına ihtiyaç duymuyor.

Hayatımıza her geçen gün yeni kavramlar girmeye devam ediyor, sektörde var olabilmek için bu yeniliklere ayak uydurmak şart. Enqura olarak bu yenilikleri, müşteri talebi ile orantılı şekilde ürünlerimize dahil etmeyi sürdüreceğiz.

HEDEF YENİ SEKTÖRLER

Finans için teknoloji çok önemli. İster küçük bir FinTech girişimi isterseniz kocaman bir bankanın hâkimi olun, mutlaka teknoloji yatırımı yapmanız gerekir. TechFin kavramı ise finans alanındaki eski yöntemleri ortadan kaldırıp finans danışmanlığı ve otomasyonu ilgili teknolojik cihazların kullanımını öne çıkaran, finans sektörünü teknolojiyle birleştiren bir sistem olarak özetleniyor. Bizim de odağımızda finans şirketlerinin hayatını teknolojiyi kullanarak kolaylaştırmak var ve bu sebeple kendimizi TechFin şirketi olarak konumlandırıyoruz.

Bu noktada 2023 yılında Enqura FinTech Suite platformumuz öne çıktı. Her sektörde olduğu gibi finansta da çok farklı tedarikçilerle uğraşmak, farklı farklı ürünler ve çözümler için dışarıdan destek almak zahmetli bir süreç. Enqura olarak sağladığımız 5 ana ürünü Enqura FinTech Suite adı altında paket olarak sunarak finans şirketlerinin tek kontak noktası olmaya çalışıyoruz. Kurumsal müşterilerimizin ihtiyaçlarını tek noktadan gidermeye çalışıyoruz.

Ana odağımızda finans olmasına rağmen her sektörden gelen talebi de tabii ki geri çevirmiyoruz. Özellikle EnQualify ürünümüzün sunduğu uzaktan kimlik tespitinin, gelecekte sadece finansla sınırlı kalmayarak oyun, sağlık, e-ticaret, telekomünikasyon gibi sektörlerde de ihtiyacı artmasıyla birlikte daha çok talep edileceğinin bilincindeyiz. ■



Enqura neden tercih ediliyor?

15 günde BKM sertifikasyonu için hazır

Açık Bankacılık modülümüz, müşterilerinin 15 günde BKM sertifikasyonuna hazır hale gelmelerini sağlıyor. Bu da lisans-sertifikasyon süresini kısalttığı için EnWallet'ı tercih edilir kılıyor.

EnQualify 50 müşteriye ulaştı

Uzaktan kimlik/yüz tanıma ve doğrulama ürünümüz EnQualify'ın Türkiye'deki müşteri sayısı geçen yıl 50'ye yaklaştı. EnQualify'ı rakiplerinden ayıran teknoloji, "AI on Mobile Edge."

Yüzde 82 başarılı uzaktan hesap açılışı

EnQualify sahip olduğu benzersiz AI on Mobile teknolojisi ile 50 ye yakın banka ve fintech'in tercihi olarak yüzde 82'ye varan başarılı uzaktan hesap açılışı sağlıyor. Bu da sektör ortalamasının neredeyse üç katı.

Bir haftada entegrasyon tamamlanıyor

Soft OTP tabanlı çok faktörlü güçlü kimlik doğrulama ürünümüz EnSecure, sadece 1 haftada müşterilerin mobil/web uygulamalarına entegre olabilesini sağlıyor.

Yüzde 50 zaman ve maliyet tasarrufu

Enqura FinTech Suite paketimiz, iş modelleri için gereken tüm temel teknoloji ürünlerini bir arada tek noktadan sunarak yüzde 50'ye varan zaman ve maliyet tasarrufu sağlıyor.



Sanal POS



Sipay Cüzdan



Fiziki POS



Sipay Kart



Walletgate / Cardgate



Kurumsal Dijital
Cüzdan



sipay

www.sipay.com.tr

“Büyüyen telekom pazarının yerli ve global oyuncusuyuz”

2000 yılında kurulan bilgi teknolojileri sektöründe faaliyet gösteren ODINE, Yeni Zelanda'dan İsviçre'ye, Amerika'dan Endonezya'ya kadar geniş bir coğrafyada hizmet ihracatı yapıyor. **Şirketin CEO'su Alper Tunga Burak**, “Ses şebekesi çözümlerimiz son derece esnek ve her lokasyona uzaktan uygulanabilen bir teknoloji barındırıyor. Bu nedenle dünyanın dört bir yanında da geniş bir müşteri kitlesine sahibiz” diyor.



Odine, 2000 yılında kuruldu ve bilgi teknolojileri sektörü ile bu sektörün alt bileşenleri olan yazılım, hizmet ve donanım alanlarında faaliyet gösteriyor. Ulusal ve uluslararası telekomünikasyon şirketlerine şebeke altyapı çözümleri ve telekomünikasyon mühendislik hizmetleri sağlıyor. İki ana kolda çözüm ve hizmet sunuyoruz; Birincisi, Telekomünikasyon ses şebekesi çözümleri. Bünyemizde geliştirdiğimiz Odine Nebula® ve Odine Orion® çözümleri ile kendi bulut platformumuz üzerinden tüm dünyadaki telekom operatörlerine yazılım tabanlı altyapı hizmetleri veriyoruz.

İkincisi de, telekomünikasyon veri şebekesi çözümlerimiz. Bu hizmetimiz telekom operatörlerinin ana şebeke altyapıları ile ilgili. En basit anlatımla telekom operatörlerinin fiziksel altyapılarının sanallaştırılması ve buluta taşınması.

Basit diyorum ama aslında çok büyük bir iş. 35-40 milyon aboneye hizmet veren bir yapının merkezi olan çekirdek şebekeyi sanallaştırıyoruz. Yani, operatör için bir telekom bulutu kurup, çekirdek şebekeyi o buluta

Yazılımlaştırma, sanallaştırma ve bulutlaştırma

TELEKOMUN GÜNDEMİ: Başta teknoloji şirketleri olmak üzere dijital dönüşüm artık çağımızın olmazsa olmazı. Telekomünikasyon sektörü için de durum böyle. Bugün, dünyadaki tüm telekom operatörlerinin gündeminde tüm şebekelerinin yazılımlaştırılması, sanallaştırılması ve bulutlaştırılması var.

VERİMLİLİK: Bu teknolojiler sayesinde telekom şirketleri önden büyük altyapı yatırımları yapmadan sadece abone ihtiyaçları çerçevesinde harcama yapıyorlar. Çok daha maliyet etkin, çok daha az kaynak tüketen ve çok daha az karbon salımı sağlayan, daha verimli sistemleri hayata geçirebiliyorlar.

GLOBAL HİZMET: Biz de ses şebekesi hizmetimizle şimdiye kadar 40'a yakın ülkede hizmet vermiş, şu anda da 19 farklı ülkeye hizmet ihracatı gerçekleştiren global telekomünikasyon teknolojileri şirketiyiz. Ek olarak Türkiye'de telekom operatörlerinin eski tip geleneksel sistemlerden, yazılım tabanlı sanal sistemlere dönüşümünü sağlıyoruz.

TELEKOM BULUTU: Dünyadaki en büyük telekom bulutlarından bir tanesini de Türkiye'deki köklü operatörlerden biri için kurma başarısını gösterdik. Şimdi, odağımızda bu hizmeti yurtdışındaki operatörlere taşımak var.

taşıyoruz. Telekom dünyasında artık geleneksel sistemler bulut ve yazılım tabanlı sistemlere dönüyor. Bu sayede şebeke kullanımındaki verimlilik her seviyede artırılarak, ciddi maliyet avantajları sağlanıyor. Biz de Türkiye'de dünya ölçeğinde bir telekom bulutu kurarak rüştümüzü ispatlamış olmanın gururunu yaşıyoruz.

Türkiye'deki üç telekom operatörü de hizmet verdiğimiz çeşitli alanlarda müşterimiz.

Ciromuzun yüzde 70'e yakını Türkiye'de verdiğimiz hizmetlerden gerçekleştiriyoruz. Ülkemizde olduğu gibi tüm dünyada da telekom şebekelerinin buluta dönüşümü yaşanıyor. Dolayısıyla ile artık mevcut ses şebekesi çözümlerimizle halihazırda iş yapmakta olduğumuz global pazara, veri şebekesi hizmetimizi de taşımaya amaçlıyoruz. Yurt dışında büyüme stratejimiz doğrultusunda satış ve pazarlama dahil önemli yatırımlar için gerekli adımları atmaya başladık.

DÜNYADA SES GETİREN PROJE

2023 yılında telekomünikasyonda dijitalleşme alanında çalışmalarımız hız kazandı. Bu kapsamda hem insan kaynağına hem de Ar-Ge çalışmalarına yapılan yatırımları çok önemli buluyoruz.

Şu anda Odine, bünyesindeki 39 kişilik AR-GE kadrosuyla İTÜ Teknopark'ta dört ana proje üzerinde çalışıyor. Bunlar arasında en önemlilerinden biri olan 5G Hücrelerinde Büyük Veri Analizinde Makine Öğrenmesi ile Anomali Tespiti projesi tamamlandı, iyileştirme çalışmaları devam ediyor. Bir diğer ve belki de en çok ses getiren işimiz de Türkiye'de dünya ölçeğinde bir

telekom bulutu kurmak oldu.

Bu çalışmalarımız sonucunda telekom sektörünün en etkili yayın kuruluşlarından biri olan Londra merkezli Capacity Media'nın yayınladığı 20 Top Telco Vendors Power List'de ilk 20'ye giren tek Türk şirketi olduk. Telekomünikasyon altyapıları hızla buluta dönüşürken, aldığımız bu ödül bizim global pazardaki hedeflerimize ulaşma yolunda motivasyonumuzu daha da artırdı.

Ayrıca 2023 yılında telekom sektörü yayınlarının diğer bir öncü kuruluşu olan Carrier Community tarafından da 2023 yılında ikinci kez The Cloud Innovative (Bulut İnovasyon) ödülüne layık görüldük.

5G KULLANIMI KAÇINILMAZ

Aslında yaptığımız iş, son kullanıcıya dokunmuyor gibi görünse de günün sonunda verdiğimiz hizmetler ile operatörlerin son kullanıcı deneyimlerinde kalite artışı sağlanıyor. Dünyada 5,6 milyar mobil operatör aboneliği var ve sayı sürekli artıyor. Birbirine bağlı cihaz sayısına baktığımızda 12 milyar olduğunu görüyoruz. Bu cihaz sayısı nesnelere internetinin (IoT) hayatımıza tam anlamıyla girmesiyle gelecekte 2-3 katına çıkacak. Bu cihazların hayatımızda daha çok yer alması, otonom araçların, dronelerin hayatımıza girmesi, yüksek kalitede yüksek kapasitede, düşük gecikmeli anlık bağlantı ihtiyaçları ortaya çıkaracak bu da 5G kullanımını zaruri hale getirecek.

- “ULAŞTIRMA VE ALTYAPI BAKANLIĞI TÜRKİYE’DE 5G GEÇİŞİ İÇİN YERLİ VE MİLLİ 14 ŞİRKETTEN OLUŞAN BİR KONSORSİYUM OLUŞTURDU. BİZ DE ÜLKEMİZİN 5G GELECEĞİNİ ŞEKİLLENDİRECEK BU 14 SEÇKİN TÜRK ŞİRKETİ ARASINDA BULUNMAKTAN GURUR DUYUYORUZ.”

Biz de 5G gibi şimdiye kadar yapılmış şebekelerden (3G/4G/4.5G) çok daha karmaşık olan bu şebekenin orkestrasyon yazılımını yapmaya aday bir şirketiz. 2023 yılı Kasım ayında, Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı Türkiye’de 5G geçişi için yerli ve milli 14 şirketten oluşan bir konsorsiyum oluşturdu. Ülkemizin 5G geleceğini şekillendirecek bu 14 seçkin Türk şirketi arasında bulunmaktan gurur duyuyoruz.

Bu ekosistem kapsamında geliştirilen ürünler hazır olduğunda, Türkiye’deki tüm telekom operatörlerinin, dolayısı ile müşterilerinin de hizmetinde olacak. Ses şebekesi çözümleri alanında Odine bugün artık dünyanın dört bir yanına hizmet ihracatı sunan bir teknoloji şirketi konumunda. Yeni Zelanda, Endonezya, İsviçre, Amerika, İngiltere, Hollanda gibi yaygın bir coğrafi alanda faaliyet gösteriyoruz. Ses şebekesi çözümlerimiz son derece esnek ve her lokasyona uzaktan uygulanabilen bir teknoloji barındırıyor. Bu nedenle dünyanın dört bir yanında da geniş bir müşteri kitlesine sahibiz. ■



Telekom sektörünün bulut analizi

HIZLI BÜYÜME: Ciddi bir maliyet avantajı sağlaması nedeniyle telekomünikasyon sektörü geleneksel sistemlerden bulut ve yazılım tabanlı sistemlere dönüşüyor. Markets and Markets Telecom Cloud Market raporuna göre, telekomünikasyon bulut pazarının, 2027 yılına kadar, yüzde 23,1 yıllık bileşik büyüme oranı ile 32,5 milyar dolar düzeyine ulaşması öngörülmüyor. Telekomünikasyon pazarındaki bu potansiyeli çok iyi biliyor ve değerlendiriyoruz.

ÇÖZÜMLERİMİZ: Uluslararası alanda telekom operatörlerine kendi bulut ortamımız üzerinden ticari operasyonlarını sürdürebilmeleri için gereken altyapı donanımını, depolama hizmetini ve ağ ortamını sağlıyoruz. Böylece operatörler ekipman satın almadan, yönetmeden veya bakımını yapmadan sürdürülebilir bir altyapıya kavuşmuş oluyor. Sağladığımız çözüm ve hizmetlerle, fiziksel sunucu bağımlılığını ortadan kaldırmaya ve operasyon verimliliğini artırmaya odaklanıyoruz.

REKABET AVANTAJI: Odine olarak telekomünikasyon bulut pazarındaki bu önemli büyüme fırsatını değerlendiriyor ve geleceğin telekomünikasyon ihtiyaçlarına öncülük ederek, müşterilerimizi bu dinamik sektörde güçlü kılmaya misyonu ile ilerliyoruz. Sektöre yönelik sunduğumuz sanallaştırma altyapı çözümleri ile müşterilerimiz, operasyonel süreçlerini optimize ederek rekabet avantajı elde edebiliyorlar.

KoçZer

KoçZer, dijital platformlarıyla işinizin yanında!

Promena

**Satın Alma İçin Tasarlandı.
Teknoloji ile Donatıldı.**

- E-Satın Alma, Teklif Toplama & E-İhale, Tedarikçi Yönetimi, Sözleşme Yönetimi ve Tedarikçi Ağı modülleriyle, stratejik satın alma çözümleri sektöründe Türkiye'nin sektör lideri.
- Profesyonel yaklaşım ve tecrübeli bir ekiple tedarik zincirinin uçtan uca yönetimi.

ZerONLINE

Türkiye'nin En Büyük Teknik ve Endüstriyel Sipariş Kataloğu.

- Kurumsal sipariş hacminiz üzerinden daha düşük satın alma maliyeti.
- Size özel oluşturulan kategori ağacı yapısıyla şirketinizin sürekli ihtiyaç duyduğu malzemeleri ZerOnline'a kayıtlı, anlaşmalı tedarikçilerden düzenli olarak satın alma imkanı.

Zergo

İşinizin İhtiyaçları İçin Siz de ZerGO'layın!

- KoçZer'in 20 yıllık tecrübesiyle iş dünyasının satın alma süreçlerini dönüştüren yeni B2B pazaryeri ZerGO.
- Kullanıcı dostu arayüzüyle, alıcılar için kolay ürün ve tedarikçi bulma; baremli fiyat özelliğiyle satıcılar için ürün fiyatlarını iş planlarına göre belirleme fırsatı.

ZerCARD

Çalışana Çalışan Kart!

- 81 ilde, 50+ markada ve 20.000'den fazla ödeme noktasında geçerli ZerCard ile çalışanlarınızın ve bayilerinizin şirket motivasyonunu artırma imkanı.
- ZerCard uygulaması üzerinden kolayca harcama imkanının yanı sıra, talebe göre oluşturulacak fiziksel kartlar ile tüm çalışanlarınıza ulaşma avantajı.

Dijital platformlarımızı keşfetmek için
QR kodu okutabilirsiniz.



“Pazarlama planları için gelecek tahmini yapıyoruz”

Yenilikçi pazarlama ajansı **GAIA Ajans COO'su Kıvanç Kaçakgil**, çağın getirdiği teknolojilerle, ihtiyaçlara uygun gözümler ürettiklerini söylüyor. “Markalar için anlamlı ve özgün sonuçları” hedeflediklerini belirtiyor ve ekliyor: “Yazılımlarımız ve yapay zekanın desteğiyle, büyük çaplı gelişmelerin ne zaman, nasıl gerçekleşeceğini önceden tahmin edebiliyoruz.”



2023 yılı, ülkemizde yaşanan ve hepimizi derinden etkileyen 6 Şubat depremi ile başladı. Bu olay, özellikle pazarlama sektörü için bir ‘uyum sağlama’ yılına işaret etti. İki seçim arasında geçen sürecin de etkisiyle pazarlama faaliyetlerinde üst düzey hassasiyet, doğru bütçe yönetimi ve stratejik yaklaşım, hayatımızın merkezine yerleşti. Bu dönemi doğru yönetebilmek adına, teknolojiyi işlerimize adapte ederken, aynı zamanda insan kaynakları açısından da stratejik ve yenilikçi adımlar attık. Dijital dünyayı, yazılım ve yapay zeka desteğiyle takip ettiğimiz

araçlarımızı geliştirirken, pazarlama ve analiz uzmanlarımızı da istihdam ederek, sadece güncel bilgileri sunmakla kalmayıp, gelecekteki trendleri de tahmin etmeye yönelik yöntemler geliştirdik.

Ek olarak, tasarım ve metin yazımı süreçlerinde yapay zeka araçlarını bir ‘stajyer’ gibi kullanarak, temel işlerin hızlı ve etkin bir şekilde çözülmesini sağladık. Uzman arkadaşlarımızın manuel müdahaleleriyle çıktılarımızı özgün ve mükemmel hale getirdik.

Tüm bu adımları hayata geçirmek için,

yeni teknolojiler hakkında ilk günden itibaren deneyimlerimizi paylaştık. Uzun süredir farklı alanlarda kullanılan analiz araçları gibi çözümler için, alanının uzmanlarından aldığımız eğitimlerle ekibimizin bilgi seviyesini eşitledik. Bilginin ve insan kaynağının sektörümüzdeki önemini göz önünde bulundurarak, teknoloji ile bilgi düzeyini dengelemeyi hedefledik.

Sonuç olarak, çağın getirdiği teknolojik yenilikleri yeni ihtiyaçlara uygun dijital çözümlerle destekleyerek, hızlı ve tam teşekküllü hizmetler sunduk. Bu süreçte, hizmet verdiğimiz markalar için anlamlı ve özgün sonuçlar elde etmeyi amaçlayarak, insan elinin değerini her zaman ön planda tuttuk.

TEKNOLOJİYLE FARK YARATMAK

Sektörde çok sayıda ve değerli oyuncu olduğundan, 'kimsenin yapamadığını yapıyoruz' demek haddini aşan bir iddia olabilir. Ancak, bizim fark yarattığımızı düşündüğümüz en önemli nokta, çıktılarımızı ihtiyaca uygun şekilde özelleştirmek için harcadığımız el emeğidir. Yapay zeka çıktılarını kullanarak hızlandırdığımız temel işler, yazar ve tasarımcı arkadaşlarımızın yeniden ele alması ve düzenlemesiyle daha da eşsiz bir nitelik kazanıyor. Analiz yazılımları ve yapay zeka desteğiyle elde ettiğimiz gelecek tahminleri ve risk/fırsat haritalarımızı, geçmiş tecrübelerimiz ve uzmanlarımızın olayları detaylı bir şekilde analiz etme yetenekleriyle zenginleştiriyoruz. Bu şekilde, dijital dönüşümü insan faktörüyle bütünleştirerek, özel ve etkileyici işler ortaya koymayı; ve nihayetinde insanların kalbine dokunabilmeyi hedefliyoruz.

GELECEĞİ OKUMA MÜMKÜN MÜ?

'Gelecek tahmini' fikri, dijital mecraları tarayıp raporladığımız 'sosyal dinleme' (monitoring) hizmetimizin bir uzantısı olarak ortaya çıktı. Bu hizmette öncelikle, sosyal medyada marka, ilgili sektör ve rakiplerle alakalı gelişmeleri takip ediyoruz. Ardından bu bilgileri analizler, iç görüler ve detaylı raporlarla destekleyerek çıktılarını veriyoruz.

"Ajans olarak dijitalleşmenin önemini her zaman gündemimizde tutuyoruz. Her alanda yaratıcı çözümler üretmek ve doğru iletişim stratejileri geliştirmek için dijital çözümlerin değeri büyük."



Data analizi konusunda yetenekli arkadaşlarımızla çalışıyoruz. Manuel gözlemlerimiz sırasında, özellikle kriz ve fırsat iletişimleri öncesinde tekrar eden bazı modeller keşfettik. Belirli mecralarda paylaşılan bazı konuların daha geniş kitlelere yayıldığını, bunun ardından benzer kriz veya fırsatlar için

kamuoyunda bir zemin oluştuğunu ve konunun ülke gündemine girdiğini gözlemledik.

Bu çıktıların haritasını çıkardıktan sonra, geliştirdiğimiz yazılımlar ve yapay zekanın desteğiyle, büyük çaplı (makro) gelişmelerin ne zaman ve nasıl gerçekleşebileceğini önceden tahmin edebileceğimizi fark ettik. Hatta büyük pazarlama planları veya odaklı iletişim projeleri hazırlayabileceğimizi anladık.

Örneğin, geçtiğimiz yıllarda Kasım ayı indirimleriyle ilgili insanların tepkilerini ve konuşma hacmini analiz ettikten sonra, bu yıl nasıl bir ilgi ve katılım beklenebileceğini tahmin edebiliyoruz. Ancak, bu tahmin için yalnızca geçmiş yılların seyrini değil, mevcut ekonomik hareketlerdeki beklentilerimizi, öngördüğümüz diğer toplumsal gelişmeleri ve farklı sektörlerden edindiğimiz tecrübe ve bilgileri de dikkate alıyoruz. Böylece algoritmamızı zenginleştiriyoruz.

Sonuç olarak, perakende sektöründe yer alan bir marka için bu sene nasıl bir kampanya yapılacağı, ne zaman yapılacağı, bütçeye göre nasıl bir planlama yapılacağı gibi konularda etkili öneriler sunabiliyoruz. Ayrıca, alanında uzman kreatif ekibimizle birlikte bu yönde kampanya kurgularını da hazırlayabiliyoruz.

YENİ DÖNEM AJANDAMIZ

Ajans olarak dijitalleşmenin önemini her zaman gündemimizde tutuyoruz. Her alanda

"PERAKENDE SEKTÖRÜNDE YER ALAN BİR MARKA İÇİN BU SENE NASIL BİR KAMPANYA YAPILACAĞI, NE ZAMAN YAPILACAĞI, BÜTÇEYE GÖRE NASIL BİR PLANLAMA YAPILACAĞI GİBİ KONULARDA ETKİLİ ÖNERİLER SUNABİLİYORUZ."

yaratıcı çözümler üretmek ve doğru iletişim stratejileri geliştirmek için dijital çözümlerin değeri büyük.

Bizim için en önemli öncelik, yeni teknolojileri süreçlerimize en hızlı şekilde adapte etmek. Bu doğrultuda, ilk günden itibaren yapay zeka uygulamalarını tüm ajansın erişebileceği şekilde kullanıma açacak çözümler üretiyoruz. Ayrıca, makine parkurumuzu yenileyerek en son teknolojiyi hızlıca kullanılabilir hale getiriyor ve çalışanlarımızı işlerine en uygun cihazlarla donatıyoruz. Böylece, işin temelini oluşturan yazılım ve donanım süreçlerini güncel tutmayı hedefliyoruz.

İkinci önceliğimiz ise bilgidir. İletişim gibi insan odaklı bir sektörde dijitalleşmenin anahtarı, kişilerin bilgili ve bilinçli bir şekilde teknolojinin sunduğu fırsatlardan faydalanabilmesidir. Bu bağlamda, şirket içindeki bilgi paylaşımını, talep edilen eğitimlerin

Liderin 3 önceliği

1. Teknolojiye adapte olmak
2. Bilginin paylaşımı
3. Süreç yönetimi



gerçekleştirilmesini ve önemli yenilikler hakkında zorunlu eğitimleri öncelikli olarak görüyoruz.

Üçüncü noktamız ise süreç yönetimidir. Performans ölçümü, finans yönetimi ve proje yönetimi

alanlarında teknolojiyi en verimli şekilde kullanmayı ve iş geliştirme amaçlı çıktılarını yönetim düzeyinde değerlendirilmesini hedefliyoruz. Böylece, yapının daha sağlıklı bir şekilde gelişmesini sağlamayı amaçlıyoruz. ■

Yapay zeka vizyonumuz

Yapay zeka ile olan ilişkimiz, teknolojinin getirdiği yenilikleri verimliliği artırma amacıyla kullanma yönünde şekilleniyor. Ajans olarak, hizmetlerimizi otomatik ve standart hale getirmenin yaratıcılığın doğasına aykırı olduğuna inanıyoruz. Bununla birlikte, hızın çok değerli olduğu çağımızda yaşıyoruz; bir konuya 10 dakika içinde tepki vermek bile çok geç olabiliyor.

Bu nedenle, yapay zekayı tekrar eden çıktıları daha hızlı özelleştirmek, temel işleri daha hızlı üretmek ve büyük veriyi daha hızlı anlamlandırmak için kullanıyoruz. Aynı zamanda bu alanın yeni ve gelişmekte olduğunu fark ederek, ajans içerisinde bu konuyla ilgili arkadaşlarımız arasında bilgi ve tecrübe paylaşımını teşvik ediyoruz.

Yakın gelecek planlarımız arasında, özellikle eğitimler yoluyla bu bilgileri tüm ekibe en doğru ve verimli şekilde yaymayı hedefliyoruz. Bireysel kullanımı ve çalışma sürecindeki verimi artırırken, özgünlüğü ve yaratıcı/eleştirel düşüncüyü korumayı amaçlıyoruz. Şu anda yapay zeka süreçlerimizin yaklaşık yüzde 40'ına dahiliz, ancak 2025 yılına kadar bu oranı yüzde 70'e çıkarmayı hedefliyoruz.



HAYATA CARDIF'LE BAK

Hayat Sigortası 

Bireysel Emeklilik 

Ferdi Kaza 

BNP Paribas Cardif
hayatın her anında
yanında.



BNP Paribas Cardif Emeklilik A.Ş. - BNP Paribas Cardif Sigorta A.Ş

bnpparibascardif.com.tr

“HR-tech markasına dönüşme sürecindeyiz”

Yemek kartı markasından ‘çalışan deneyimine’ odaklanan bir markaya dönüşen “Sodexo Avantaj Pluxee” adıyla yoluna devam edecek. **Şirketin CEO’su Eda Uluca Özcan**, “5 yıllık süreçte teknoloji yatırımlarımızın yüzde 94’ünü dijital yatırımlar üzerine olacak şekilde planladık” diyor ve ekliyor: “Çalışan deneyimine odaklanan bir HR-tech markasına dönüşmenin ilk adımlarını attık.”

30 yıldır iş dünyasının ihtiyaçlarını yakından takip eden, tüm ürün ve hizmetlerimizi bu ihtiyaçlara göre yeniden tasarlayan bir marka olarak sektörümüzde sayısız ilke imza attık. Sektörün en kapsamlı ve uçtan uca dijital platformu olma vizyonumuz doğrultusunda 2023 yılında da dijitalleşme adımlarımıza hız kesmeden devam ettik. 2023 yılında önemli paydaşlarımız olan müşterilerimiz ve çalışanları için “çalışan deneyimini” odağımıza alarak yan haklar dünyasını geliştirmeye, teknolojiyi kullanarak daha ileri yetenekler ile donatmaya ve paydaşlarımızın kullanım alışkanlıklarını da dikkate alarak hizmet ağıımızı ve iş birliklerimizi genişletmeye devam ettik.

ÇALIŞAN DENEYİMİNE YENİ BAKIŞ

Çalışan deneyimi ve yan haklar dünyasına yepyeni bir bakış açısı getirmek amacıyla, yemek kartı markasından çalışan deneyimine odaklanan bir HR-tech markasına dönüşmenin ilk adımlarını attık. Deneyimimiz ve ekosistemimiz ile kurduğumuz sağlam bağların verdiği güçle faaliyetlerimize artık tüm dünyada ‘Pluxee’ markası ile devam ediyoruz.



Dijitalleşme, küreselleşme ve sosyo-ekonomik değişimlerle sürekli bir dönüşüm içinde olan iş dünyasında veri toplama ve iş süreçlerinin yaratıcılıkla harmanlandığı yeni bir dönemdeyiz. Bu dönüşüm sürecinde verimli ve başarılı İK ekipleri de gücünü teknolojiyen alıyor. Bu bağlamda biz de Pluxee olarak HR teknolojisinde yenilikçi ve kişiselleştirilmiş çözümler sunarak şirketlerin çalışanlarıyla daha kuvvetli bağlar kurmasına ve işveren markalarının güçlenmesine katkıda bulunacağız.

2024'teki dönüşüm yolculuğumuz

AJANDAMIZ: 2024 yılında ajandamızın en önemli gündem maddesi Pluxee olarak hayatımıza devam etmemiz olacak. Bu doğrultuda müşterilerimize, tüketicilerimize, üye iş yeri ağımıza ve iş ortaklarımıza, her gün daha sorumlu ve sürdürülebilir seçimler yapmaları için imkanlar sunacağız.

ÖNCELİĞİMİZ: Her zaman olduğu gibi yine datayı işimizin merkezine koyarak çalışanların sesini işverene duyurmayı önceliklendireceğiz. Çalışanların ihtiyaç ve beklentilerini yakından takip ederek işverenlere yan hak ve çalışan deneyimi konusunda en doğru bilgileri vermeleri ve en verimli tercihleri yapmaları konusunda destek olacağız.

DİJİTAL DENEYİM: Bunları yaparken dijital deneyimi kusursuzlaştırmaya devam etmek istiyoruz. Ürün ve hizmetlerimizle de çalışan yan hak dünyasını zenginleştirmeye odaklanacağız.

KÜÇÜK ESNAFLA BÜYÜME: Ayrıca küçük esnaf ve yerel kalkınmaya katkı sağlamaya devam edeceğiz. 2026 yılına kadar küçük esnaf ve işletmeler için yarattığımız iş hacmini 3 katına çıkarmayı hedefliyoruz.

81

Yemek ve gıdadan kültüre, hediyeden sağlık ve mobiliteye kadar pek çok alanda insanlara daha fazla değer katmak için tasarladığımız ürün ve hizmetlerimizle bireylerin iş hayatlarında ve ötesinde, refahına katkıda bulunacak anlamlı, ilgi alanlarına hitap eden ve kişiselleştirilmiş deneyimler yaratacağız.

DİJİTALLEŞME ORANI ARTIYOR

Sektörün Türkiye'ye yaygın en geniş üye ağına sahip şirket olarak, dijital altyapımızın gücünü kullanıyoruz ve tüm paydaşlarımıza kişiselleştirilmiş, ayrıcalıklı ve bütünlük bir deneyim sunmaya odaklanıyoruz.

Dijital yatırımlarımız ve inovatif ürünlerimiz sayesinde bugün tüketicilerimizin yüzde 91'i, kullanımlarını mobil uygulama üzerinden tamamen dijital olarak yapıyor. Mobil ödeme oranımız, yüzde 85'ten fazla. Restoranlardaki mobil ödemeli işlem adedi ise son 2 senede 3 kat artış gösterdi.

Teknolojik yetkinliklerimiz sayesinde birçok marka ile Türkiye'de alanında ilk ve tek iş birliği örneklerini gerçekleştirdik. Teknolojiyi doğru kullanmak, tüm paydaşlar için kazan-kazan ilkesi ile iş modelleri geliştirmek ve ekosistemi geliştirme yaklaşımımız bizi rekabetten ayıran en önemli unsurlar. Geniş bir ekosistemin tek bir platform üzerinden birbiriyle değer paylaşmasını sağlayan yaklaşımımızla, müşterilerimizin ve iş ortaklarımızın stratejik açıdan önemli bir paydaşı haline geldik.

Önümüzdeki 5 yıllık süreçte teknoloji yatırımlarımızın yüzde 94'ünü dijital yatırımlar üzerine olacak şekilde planladık. Böylece 5 yıl içinde teknoloji

yatırımlarımızı 6 kat artırmayı hedefleyerek sektörde fark yaratmaya devam edeceğiz.

2 YILDA 10 KAT BÜYÜME

Deneyimi dijitalleştirirken, paydaşlarımızın kullanım alışkanlıklarını da dikkate alarak uygulamalarımızı güncelliyor, hizmet ağımızı gelen geribildirimler doğrultusunda yeni iş birlikleri ile genişletiyor ve çeşitlendiriyoruz. Örneğin, pandemi döneminde fiziksel kartları dijital kartlara dönüştürürken mobil uygulamamıza Online

Alışveriş fonksiyonu ekledik. Kullanıcılarımızı her yerden yemek ve tüketime hazır gıda siparişi vermelerini sağlayacak online sipariş mecraları ile buluşturarak 2 sene içinde işlem adedimizin 10 kat artmasını sağladık.

Bununla birlikte firmaların hızlı, kolay ve self servis olarak ürünlerimize ulaşabildiği ve dakikalar içerisinde Pluxee müşterisi olabildiği Online Sözleşme Platformu'nu hem güncel tasarım trendleri hem de e-ticaret deneyimi ile yenileyerek müşterilerimizin de deneyimini kolay ve kusursuz hale getirmeyi hedefledik. Bu sayede müşteri olma süreçleri fiziksel sözleşme, ıslak imza ve evrak lojistiği yerine, uçtan uca dijital olarak yürütülmeye başlandı.

Aynı zamanda, müşterilerimizin, iş süreçlerinin de tamamen dijital olarak yürütülmesi sağlanıyor. Bugün müşterilerimizin yüzde 92'si siparişlerini dijital kanallardan veriyor, tüm kart ve hesap yönetimlerini self servis kanallardan yürütüyor.

“BUGÜN
MÜŞTERİLERİMİZİN
YÜZDE 92'Sİ
SİPARİŞLERİNİ DİJİTAL
KANALLARDAN VERİYOR,
TÜM KART VE HESAP
YÖNETİMLERİNİ SELF
SERVİS KANALLARDAN
YÜRÜTÜYOR.”

“Fintek sektörü daha yolun başında”

Fintek alanının önde gelen şirketlerinden **Sipay'in CEO'su Semih Muşabak**, başarılarında “360 derece” ödeme çözümleri yaratmalarının etkili olduğunu söylüyor. 2024'de de teknolojiye yatırım yaparak, yeni nesil çözümlere odaklanacaklarını belirtiyor ve ekliyor: “Finansal teknoloji tarafında sürtünmesiz ödeme noktasında daha fark yaratabileceğimiz çok nokta bulunduğu inanıyorum.”

Sipay olarak kurulduğumuz günden bu yana yenilikçi çözümlere odaklanıyoruz. Global tecrübeye sahip yönetim kadromuz, danışman kökenli yöneticilerimiz, alanında uzman ve geniş Ar-Ge gücümüzün yanı sıra faaliyet alanımızın tümünü kapsayan 360 derece ödeme çözümleri geliştirme vizyonumuzla diğer ödeme kuruluşlarından ayırıyoruz.

Geçen yıl da dijitalleşmeye, yeni teknolojilere yatırım yaptığımız bir yıl oldu. Yerinde Ar-Ge Merkezi'mizi faaliyete geçirdik. 60 kişilik Ar-Ge ekibimizle inovatif çözümler geliştiriyoruz. 3 patent başvurumuz ve uluslararası 3 bilimsel yayınımız bulunuyor. Ar-Ge Merkezi'ni devreye almamızla birlikte her yıl Ar-Ge projemizden en az bir bilimsel yayın oluşturmayı ve en az bir patent başvurusu yapmayı hedefliyoruz.

YENİ NESİL ÜRÜNLER

Ürünler ve çözümler bazında önemli fark yarattığımızı söyleyebilirim. Sektörümüzde bir ilke imza atarak hizmete sunduğumuz “Açık bankacılık” sayesinde dijital cüzdanımız üzerinden, kullanıcılarımızın farklı banka hesap



“E-TİCARET TARAFINDA KURUM VE KURULUŞLARA BAŞTA SANAL POS OLMAK ÜZERE PEK ÇOK ÜRÜNLE HİZMET SUNARKEN, ANDROID FİZİKİ POS İLE MAĞAZALARDA ÖDEME SÜREÇLERİNDE KOLAYLIK VE HIZI ERİŞİLEBİLİR HALE GETİRİYORUZ. “



hareketlerini görüntülemelerine ve para transferi yapabilmelerine imkân sunmaya başladık.

Ayrıca kullanıcılarımız artık IBAN sahibi olabiliyor. Kısa süre önce katıldığımız FAST sistemi ile doğrudan 7 gün 24 saat anında para transferi yapılabilir. Buna ek olarak Sipay IBAN'larını telefon numarası, vergi numarası, T.C. kimlik numarası veya yabancı kimlik numarası bilgileriyle KOLAS (Kolay Adres) altyapısında eşleştiren kullanıcılarımız, para transferlerinde artık hesap numarası yerine bu bilginin kullanılmasını isteyebiliyor.

Tüm bu başarılı çalışmalarımız sayesinde geçen yıl finansal teknolojiler dünyasının Oscar'ı olarak anılan PSM Awards'da 2 "altın" ödüle birden layık görülmekten ve Deloitte Teknoloji Fast 50 listesinde fintek kuruluşları arasında zirvede yer alarak Türkiye'nin en hızlı büyüyen dördüncü şirketi olmaktan gurur duyuyoruz.

TEKNOLOJİYE BÜYÜK YATIRIM

Stratejimizin merkezine yeni teknolojileri hayata geçirmenin yanı sıra, fintek sektörüne yön verici konumda bulunmayı da alıyoruz. Bu kapsamda şirketlerin Sanal POS, Fiziksel POS, Linkle Ödeme, Havale /EFT gibi yöntemlerle ödeme alabilmelerinin birçok alternatif yolunu sağlıyoruz.

Bireylere ise Sipay Cüzdan ve Sipay Card ile finansal çözümler sunuyor, bu çözümleri yeni özelliklerle sürekli güncelliyoruz. Dijital cüzdan alt yapımızda kartlı ve cüzdandan ödeme, para transferi ve diğer alternatif ödemelerin tamamını tek bir çatı altında birleştiriyoruz.

Kullanıcılarımız Sipay'den IBAN sahibi oluyor, FAST'e katılmış bankalara 7/24 para gönderip, alabiliyor. Dahil olduğumuz KOLAS (Kolay Adres) sistemi ile kullanıcılarımız Sipay uygulaması üzerinden Sipay IBAN'larını cep telefonu numarası, T.C. kimlik numarası gibi en sık kullandığı bilgileri ile eşleştirerek pratik bir şekilde para transferlerini gerçekleştirebiliyor.

Tüm bunların yanında Açık Bankacılık lisansını ilk hayata geçiren e-para ve ödeme kuruluşuyuz. Böylece kullanıcılarımızın tek finansal uygulamadan tüm banka hesaplarına erişimini sağlayıp, hayatlarını kolaylaştırıyoruz. En önemlisi de tüm bu ürün ve çözümleri kendimize ait yazılımlarımızla yapay zekâ teknolojisinin etkili bir şekilde kullanarak geliştirebiliyoruz ve sunuyoruz.

Yapay zekaya yakın takip

Sipay olarak bu noktada hem kullanıcılarımızı anlama, ihtiyaçlarını belirleme ve onlar için en verimli çözümü sunma noktasında hem de operasyonel süreçlerimiz gibi şirket içi alanlarda etkin yönetim sağlama anlamında dünya trendlerini ve yapay zekâ teknolojilerindeki gelişmeleri yakından takip ediyor ve denemeler yapıyoruz.

ONLINE TİCARETE İLGI

E-ticaret tarafında kurum ve kuruluşlara başta sanal POS olmak üzere pek çok ürünle hizmet sunarken, Android fiziki POS ile mağazalarda ödeme süreçlerinde kolaylık ve hızı erişilebilir hale getiriyoruz. Müşterilerimizin doğrudan ödeme alabilecekleri Link ile Ödeme Alma, düzenli ödemeler için kullanabilecekleri Abonelik Yöntemi ve çoklu para transferlerini saniyeler içinde gerçekleştirmeye yarayan Toplu Para Gönderimi gibi seçeneklerimizle sektörde fintek dünyasını uçtan uca kavırıyoruz.

YENİ DÖNEM AJANDAM

Dijitalleşmenin artmasıyla değişen tüketici alışkanlıkları sektörümüzü şekillendirmeye devam ediyor. Fintekler özelinde henüz yolun çok başında olduğumuzu söyleyebilirim. Finansal teknoloji tarafında süratlenmesiz ödeme noktasında daha fark yaratabileceğimiz çok nokta bulunduğu inanıyorum. Bu bağlamda şirketlerin ve bireylerin farklı finansal ihtiyaçlarına yönelik daha hızlı, şeffaf, temassız, görünmez, basit, kesintisiz ve güvenilir çözüm sunan finteklerin ortaya çıkmasını ve rekabetlik içerisinde pazarın büyümesini çok kıymetli buluyorum.

Diğer taraftan dijitalleşmeyi sadece işimizin doğası gereği değil, müşteri memnuniyetini sağlama noktasında da çok önemsiyorum. Bugünün dünyasında dijital kanallardan gelen her bir geri bildirim titizlikle dikkate alıyorum.

“Gidilecek çok yol var”



Lastik Borsası, odağına ‘yapay zeka, kullanıcı deneyimi ve sürdürülebilirliği’ alıyor. **Şirketin Yönetim Kurulu Başkanı Ferhat Değer**, “2019 yılından bu yana yolumuza fikirleri, teknolojiyi, gelişime açık olma arzusunu ve özellikle otomotiv sektörünü dijitalleştirme hedefini koyduk” diye kaydediyor.

Lastik Borsası’nın tüm süreçlerinin bilgilendirmesini yerinde vermenin yanı sıra iş ortaklarımızın dijital alt yapılarını geliştirmelerine katkı sağladık. Bu katkıyı artırmak adına aralık ayında saha ekibini yüzde 100 artırma kararı aldık.

Yeni yılda iş ortaklarımıza 5 bölge müdürü ve 30 saha yöneticisi ile destek olmaya devam edeceğiz.

TEKNOLOJİYE BÜYÜK YATIRIM

Geliştirdiğimiz bütün projelerde microservice mimarisine geçişimizi büyük ölçüde sağladık. Aynı zamanda sunucu alt



“HEDEFLERİMİZİ AŞMIŞ OLMANIN DA VERDİĞİ GURURLA, DUVARLARIMIZI KIRARAK 2023 YILININ SON ÇEYREĞİNDE #GİDİLECEKÇOKYOLVAR MOTTOMUZLA LB SÜPER APP’İ HAYATA GEÇİRDİK.”

2024 için öne çıkan mesajlar

BÜYÜYÖRÜZ Lastik Borsası; iş ortaklarıyla, ekibiyle, kullanıcıları ve iş hacmi ile her yıl katlanarak büyüyor ve gelişiyor.

YÜZDE 100 İş ortaklarımızın işlerini kolaylaştıracak yüzde 100 entegre bir alt yapı geliştiriyoruz.

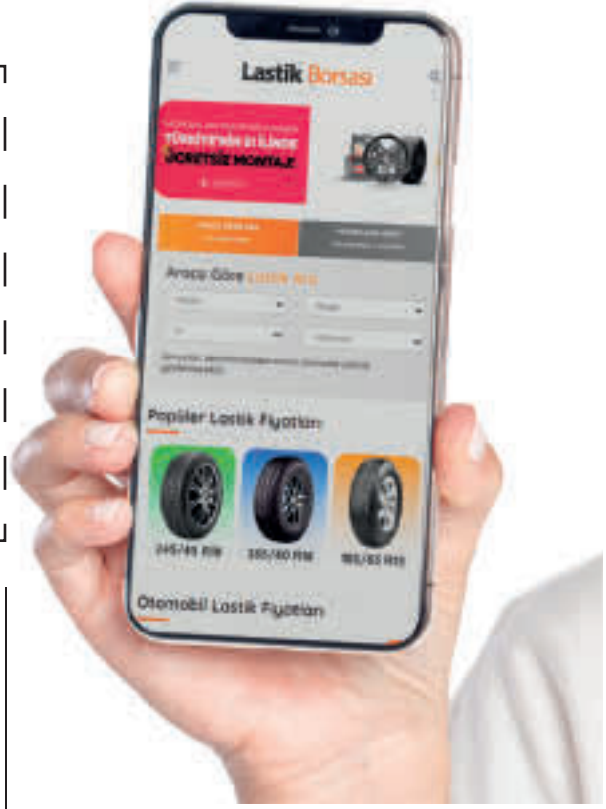
YOL UZUN Başladığımız günden bugüne baktığımızda, tüm paydaşlarımızın takdirini topladığımız birçok iş başarmışız. Ama durmuyoruz, çünkü sizlerle gidilecek daha çok yolumuz var.

yapımızı bu anlamda değiştirdik.

İş süreçlerimizde yapay zeka altyapısıyla çalışan uygulamalar geliştiriyoruz. Chatbot ve araç konfigüratör projelerimiz bunlardan birkaç tanesi. Ayrıca, Teknoloji ekibimiz, yapay zekayı kendi yetenekleriyle birleştirerek etkili verimlilik elde ettiler, bu da kavramsallaşan projelerimizin hayata geçirilmesinde kolaylık sağladı.

TEK EKRANDA ÇÖZÜM

Son çeyrekte yayına aldığımız sigorta uygulaması ile LB Süper App'i her geçen gün sektörel anlamda zenginleştiriyoruz. "Turkcell iş birliği ile başlattığımız LB Akademi uygulamamız Ocak 2024 itibari ile hem şirket çalışanlarımızla hem de iş ortaklarımızla buluştu. Çok yakın zaman içinde ise LB Super App



kullanıcılarının hizmetine açıyoruz.” Sektörün geleneksel alt yapısından aldığımız geri bildirimler ile başladığımız yolculuğumuza günümüz şartlarının dijital beklentilerini ekleyerek benzersiz bir iş modeli yarattık.

YÜZDE 100 ENTEGRE

Rahatlıkla söyleyebilirim ki 2024 yılında yapacağımız yeni geliştirmeler ile kullanıcılarımızın ve iş ortaklarımızın vazgeçilmezi olmayı devam ettireceğiz.

İş ortaklarımızın işlerini kolaylaştıracak yüzde 100 entegre bir alt yapı geliştiriyoruz. Dijital bir platformun başarısının, kullanıcılarının ihtiyaçlarını ne kadar iyi karşıladığına bağlı olduğunu biliyoruz. Bu yüzden geliştirme fikirlerimizin odağına kullanıcı memnuniyetini aldık. Özellikle yapay zeka ve mikroservis mimarisi gibi teknolojilere yönelik adımlarımız iş süreçlerimizde verimliliği büyük ölçüde artıracak. Bugün olduğu gibi gelecekte de odağımıza yapay zekayı, kullanıcı deneyimini ve sürdürülebilirliği alarak iş süreçlerimizi bu başlıklar doğrultusunda geliştirmeye devam edeceğiz.

“Yeniliklerle büyüme devam”

PınarOnline, alanının hızlı büyüyen platformlarından... **PınarOnline E-Ticaret Direktörü Bilge Kalpaklıoğlu Eyilik**, hızla büyüyen online ticarete, yeni yatırım, teknoloji ve ürünlerle büyüyeceklerini söylüyor ve ekliyor: “Artık dijital dünyada markaların vizyonu müşterileri tanımaktan geçiyor, biz de bunu gerçekleştiriyoruz.”

E-ticaret, pandemi döneminde büyük bir ivme yakaladı. Devamında da hem büyümesini sürdürdü hem de toplam ticaret içindeki payı arttı. Yani, artık daha fazla tüketici daha çok ve sık bir şekilde alışverişini online olarak yapmaya başladı.

Günümüzde bilgiye hızlı ulaşmak ve kendisine sunulandan daha çok isteyen, özelleştirilmiş ve kendisi için değer ifade eden ürün ve deneyimler arayan, deneyimlerini çevresi ile paylaşmak için sabırsızlanan ve işletmelerinin faaliyetlerine yön veren bir tüketici profili var.

Biz de tüketicilerden aldığımız iç görü ve datayla, beslenme trendlerini de göz önüne alarak ürün portföyümüzü geliştirdik. Vegan, organik ve Pınar’ın sadece PınarOnline’a özel Pınar Kasap ürünleriyle hem sağlıklı hem de lezzetli ürünlerimizi tüketicilerimizle buluşturduk.

Bugün artık yalnızca kendi platformumuzda değil, Hepsiburada ve Trendyol gibi iki büyük pazaryerinde de yer alarak ürünlerimizi daha geniş bir kitleye ulaştırıyoruz. Kuruluş felsefemizde yer alan sürdürülebilirlik ile ilgili farkındalık yaratmak ve karbon ayak izimizi azaltmak için projeler geliştirdik. Sürdürülebilirliği mutfağa da taşıyarak gıda israfına da yönelik bilinçlendirme projelerini hayata geçirdik.

TÜKETİCİ İÇİN FAZLASI!

Teknoloji ile sürekli gelişen ve kendini hızla yenileyen bir iş modelinin içerisinde yer almak



“Abone sistemi kuruyoruz”

MÜŞTERİ İHTİYACI Big Data'ya erişim, verinin analizi ve hizmet ağında entegrasyonu diyebiliriz. PınarOnline olarak her zaman önceliğimiz müşterilerimizin ihtiyaçlarına doğru ve hızlı cevaplar vermek...

OMNICHANNEL Müşterilerimizin bizimle etkileşim kurarken kullandığı tüm kanallarda bütünleşen bir deneyim yaşamasını hedefliyoruz. Bu sebeple omnichannel deneyimlerini arttırmak için çeşitli uygulamalar geliştirmek ve (üreticiden tüketiciye) D2C iş modelimiz içinde müşterilerimiz için tüm kanallardan ulaşılabilir olarak kolaylıklar sunmak istiyoruz.

YAPAY ZEKA Yapay zekayı kullanıcı deneyimi üzerinde daha etkin ve verimli bir şekilde kullanacağız. Sosyal ticareti arttıracamız, yani kullanıcıların her gün vakit geçirdiği sosyal medya ağları üzerinden de hedef kitlemizle daha çok buluşacağız.

YENİLİK YOLDA Sürdürülebilir bir alışveriş deneyimi sağlamak için abonelik modelini hayata geçireceğiz. Ayrıca kullanıcılarımıza trendlere uygun olacak şekilde AR ve VR ile zenginleştirilmiş bir alışveriş deneyimi yaşatmayı hedefliyoruz.

bizi daima güncelliğimizi korumaya ve çevik davranmaya sevk ediyor. Artık dijital dünyada markaların vizyonu müşterileri tanımaktan geçiyor, biz de bunu gerçekleştiriyoruz.

Bu doğrultuda daha fazla şehirde daha geniş bir ürün yelpazesi ile tüketicilere erişmek için çalışıyoruz. Daha iyisi için, tüketicilerden aldığımız datayı analiz ediyor, sepet içeriğine göre ihtiyaçları kategorize ederek yeni ürünleri platforma ekliyoruz.

Siparişi satışa döndürdükten sonraki en önemli adımın teslimat olduğu bilinciyle kuru, soğuk ve donuk olarak 3 farklı ısı rejimine sahip Ayazağ'daki depomuzu devreye aldık, böylelikle lojistik açıdan daha fazla siparişe cevap verir hale geldik. Bu tür depolarımızın sayısını arttırmayı planlıyoruz. Filomuzdaki elektrikli mini kamyonetlerin sayısını arttırmak adına yatırım planlamaları gerçekleştiriyoruz, bu konuda sahip olduğumuz öncü konumu korumak istiyoruz.

VERİ ÇOK ÖNEMLİ

PınarOnline'da müşterilerimizi çok yakından takip ediyoruz. Çünkü bizim için veri gerçekten çok önemli... Trendlerde şunu görüyoruz, müşteri biraz daha markanın onu tanımasını bekliyor. Artık çok fazla kampanya, indirim gibi özellikleri verirken de her konuda indirim kampanya duymaktan ziyade kendi ilgili alanlarındaki kampanyaları duymayı istiyorlar. O yüzden şu anda kullandığımız farklı yapay zeka araçları ile birlikte müşteriyi daha iyi tanıyarak onların hayatları içerisinde bir yer bulmaya çalışıyoruz.

MÜŞTERİYLE ÜRÜN GELİŞTİRME

Öncelikle ürün gamına yönelik çalışmalara devam ediyoruz. Bu noktada tüketicilerden aldığımız veriyi analiz ediyor, sepet içeriğine göre ihtiyaçları kategorize ederek yeni ürünleri platforma ekliyoruz.

2023'te bu yaklaşımdan yola çıkarak 142 ürünü portföyümüze ekledik. Alışıl gelmiş alışveriş kanallarının dışında platforma özel olarak hazırlanan ürünler ve hizmetler sunarak, müşterilerimize benzersiz bir alışveriş deneyimi yaşıyor. PınarOnline müşterileri Pınar Box ile avantajlı alışverişin keyfini çıkarıyor. Pınar Kasap, platforma özgü kaliteli ve gurme taze etler sunarken, Pınar Chef ise lezzet dolu sofralar için özel tariflerini paylaşıyor.

PınarOnline, Pınar markasının da çevrimiçi varlığını güçlendiren ve tüketicilerle doğrudan iletişim kurma hedefiyle yoluna devam ediyor. Bu bağlamda esnek ve çevik yapımızla bir yıl içinde 82 bin müşteri ve 2,5 milyon ziyaretçi sayısına ulaştık. PınarOnline'ı sadece online alışveriş kanalı olarak düşünmüyoruz, tüketicilerle doğrudan bağ kurduğumuz onların alışveriş alışkanlıklarını dakikası dakikasına takip edebildiğimiz ve ona göre Pınar ana markasını da besleyebilen bir data havuzu olarak da görüyoruz.

“2024 YILINDA ALTYAPIMIZDA GELİŞTİRMELER YAPMAYA DEVAM EDECEĞİZ, WEB VE MOBİL UYGULAMAMIZDA DAHA KULLANICI DOSTU VE HIZLI BİR YÜZE SAHİP OLACAĞIZ.”

“Dijital ikiz’le dönüşüm hızlanıyor”

88

Endüstri 4.0’a hazırlanan ve dijital dönüşümünü gerçekleştirmek isteyen iş ortaklarına sundukları dijital ikiz teknolojisi ve yüksek performanslı yazılım sistemleri gibi çözümlerle nasıl fark yarattıklarını anlatan **Siemens Türkiye Dijital Endüstriler Genel Müdürü Kerim Oal**, “Dijital İki’le gerçekleştirdiğimiz projeler, büyük verimlilik ve tasarruf katkısı sağlıyor” diyor.

Tüm dünyada 176, Türkiye’de ise 168 yıldır faaliyet gösteren Siemens Türkiye olarak uzun vadeli, kalıcı ve başarılı işlere imza atıyoruz. Geçtiğimiz yıla baktığımızda da yarattığımız en büyük farkın yeni hayata geçirdiğimiz Siemens Xcelerator olduğunu söyleyebilirim. Siemens Xcelerator ile yeni bir dönem başlattık. Tamamen açık, esnek ve dijital bir ortak platform olan Siemens Xcelerator ile tüm sektörlerin dijital dönüşümünü hızlandırıyoruz. Bu platformumuz ile altyapı, ulaşım hizmetleri, gıda, kimya, otomotiv, sağlık ve daha birçok kilit endüstriye yönelik, farklı iş ortaklarımızın, her ölçekten müşterilerimizin ihtiyaçlarına uygun çözümlere ulaşmasını mümkün hale getiriyoruz. Siemens Xcelerator, iş ortaklarımız ile değer yaratmamıza, bir ekosistem oluşturmamıza ve aynı zamanda gelecek için bugünün dönüşümüne hız kazandırmamıza da katkı sağlıyor.

DİJİTAL İKİZ FARKI!

Endüstri, binalar, şebekeler ve ulaşım alanlarında faaliyet gösteren her ölçekten müşterimizin dijital dönüşümünü destekliyor ve değer yaratıyoruz. Marmaray demiryolu hattındaki sinyalizasyondan, yüksek hızlı trenlere; havalimanındaki enerji yönetiminden, yangın güvenliğine; en gelişmiş sağlık teknolojilerinden, hastanelerin güvenliği ve iklimlendirmesine kadar hayatın her alana dokunuyoruz.

Dijital ikiz teknolojimizle gerçek dünyayı sanal ortama taşıyoruz. Fiziksel üretimin birebir kopyasını dijital ortamda yaratarak simülasyonlar gerçekleştiriyoruz. Bu teknoloji bir fabrikanın üretim aşamasına geçmeden önce sanal ortamda inşa edilip üretim süreçlerinin tamamının simüle edilebilmesine olanak sağlıyor. Bu sayede şirket ve



Dijitalleşme yolunda 3 önceliğim

1 YENİLİKLERİ SÜREKLİ TAKİP ETMEK

Küresel değişim ve dönüşümün hızla arttığı günümüzde en önemli önceliğimin yeni teknolojileri takip etmek ve sürekli öğrenmek olduğunu söyleyebilirim. Etkili ve verimli çözümler üretebilmek için değişimleri takip etmek, anlamak ve analiz etmek, yeni keşifler yapmak büyük önem taşıyor.

2 SÜREKLİ GELİŞİM SAĞLAMAK

Bunun için de değişimde sınırlara bağlı kalmamak, sınırsız bir değişim seçeneği olduğunu bilerek sürekli gelişim sağlamak da benim için diğer önemli bir öncelik.

3 PAYDAŞLAR ARASI İŞ BİRLİĞİ

Son olarak değişimlerin bu denli hızlı olduğu, öğrenmenin sınırlarının olmadığı böylesi bir çağda her şeye tek başımıza çözüm bulmak yerine, hep birlikte yol almak, paydaşlar arası iş birliğine giderek yardımlaşmak ve birlikte öğrenmenin ve üretmenin mümkün olduğu ekosistemler kurmayı da bu öncelikler arasında sıralayabilirim.

kurumların araştırma, test ve üretim süreçleri çok daha hızlı, verimli ve ekonomik hale geliyor.

Bugüne kadar Dijital İkiz'le gerçekleştirdiğimiz dijitalizasyon projeleri, paydaşlarımızın iş süreçlerine büyük verimlilik ve tasarruf katkısı sağladı.

BUGÜNÜN VE YARININ TRENDİ

Dijitalizasyon sayesinde Endüstri 4.0'ın ana hedefleri olan pazara çıkış hızı, yüksek esneklik, verimlilik ve kalite için her geçen gün yeni bir araç dijital fabrikaların ilgi odağına yerleşiyor. Bugünün ve yarının trendi olarak görülen dijital ikizler, kendi evrimini sürdürerek, işletmeleri her geçen gün daha verimli hale getiriyor.

Yılın son aylarında ise performans ve hassasiyet, gelişmiş güvenlik ve kullanım kolaylığı sunan SINAMICS S200 Servo sürücü sistemi ailemizin lansmanını gerçekleştirdik. Bu sistem, günümüzün hızla değişen ve dönüşen dünyasında daha yüksek üretkenlik, verimlilik ve düşük maliyet avantajı sağlıyor. Sistem, aynı zamanda optimize edilmiş ve kullanım kolaylığı ile standart uygulamaların gereksinimlerine de tam olarak uyumlu geliştirildi. SINAMICS S200 Servo sürücü sistemi, optimum fiyat-performans dengesiyle en uygun maliyet çözümlerini sunuyor. Ürünlerimizi, ürünlerimizi üretecek makineleri ve bu makinelerden oluşan hatları, fabrikaları daha ilk betonu dökülmeden, vida sıkmadan sanal ortamda yaratabiliyor ve devreye alıp çalıştırabiliyoruz. Dijital ikiz konsepti bize bu olanakları sağlıyor rekabet avantajları yaratıyor. Hedef sürdürülebilir büyüme, pazara hızlı çıkmak ve hatta

karbon sıfır ayak izine ulaşmaksa, dijitalizasyon endüstrideki en güçlü kozunuzdur. Bizim hedefimiz de dijital dönüşümü mümkün olan en kolay hale getirmek.

SANAL MODELLE TEST İMKANI

Yüksek performanslı yazılımlarımız sayesinde müşterilerimize dijital ikiz geliştirme imkanı sunuyor, bu sayede fikirlerin gerçek imalat başlamadan önce test edilebilmesini sağlıyoruz. Bu da ürünlerin daha fazla geliştirilmesini mümkün kılıyor. Tasarım aşamasından itibaren gerçek makineye ait veriler, bu sanal modele yükleniyor. Bu sayede makinenin tüm yaşam ömrü boyunca aktarım işlemleri ve ürün akışının simülasyonunu sağlayan dijital bir ikiz doğuruyor. Üretilen öğelerin kesinti analizleri, hata oranı ve enerji verileri gibi KPI verilerini değerlendirmek bir bulut bağlantısıyla mümkün oluyor. Elbette hassas üretim

verilerini korumak amacıyla uçtan uca endüstriyel güvenlik sistemlerinin kullanımı da kritik önem taşıyor. Dijitalizasyon için en iyi teknolojiye sahip yazılım araçlarını kullanmak, kullanıcıya makinenin tasarımı ve operasyonu ile ilgili kayda değer bir esneklik sağlıyor. Bu da makine üretiminde devrim yaratıyor.

MALİYETLERİ DÜŞÜRÜYOR

Dijital Fabrika teknolojimiz ile bir fabrika kurulmadan önce fabrikanın tüm bileşenleri bilgisayar ortamına uygun yazılımlarla tasarlanıyor

"Hedef sürdürülebilir büyüme, pazara hızlı çıkmak ve hatta karbon sıfır ayak izine ulaşmaksa, dijitalizasyon endüstrideki en güçlü kozunuzdur. Bizim hedefimiz de dijital dönüşümü mümkün olan en kolay hale getirmek."

ve fabrika sanal ortamda çalıştırılıyor. Bu sayede maliyetler düşerken kalite yükseliyor ve aynı zamanda hız kazanılıyor. Böylece fabrikanın kendisi ortada yokken fabrikanın nasıl çalıştığı öğreniliyor ve en iyi çalışma sisteminin kurulması için gerekli düzenlemeler yapılabilir.

Dijital İkiz teknolojisinin yanı sıra SIMATIC, SINUMERIK, SIMOTION gibi otomasyon sistemlerini ve endüstriye açık, bulut tabanlı bir Nesnelere İnterneti İşletim Sistemi olan MindSphere'i sunarak bir fabrikanın kurulumundan üretim ve üretim sonrası süreçlerine kadar her noktasını dijitalleştiriyoruz.

Değer zincirinde dijitalizasyonu tamamlamak için gereken tüm temel bileşenleri dijital fabrika portföyümüzle sağlıyor, dijital fabrikalara uçtan uca çözümler üretiyoruz. Fark yaratan üretim için tüm değer zincirini dijital olarak destekleyen merkezi bir veri platformu oluşturmak için gereken yazılım; farklı üretim modülleri arasında basit veri alışverişi ve operasyonel veriyi temin etmek üzere zemin oluşturacak endüstriyel iletişim için akıllı şebekeler; sayısı hızla artan ağa bağlı sistemler için dijital fabrikaları siber tehditlerden koruyacak etkin güvenlik çözümleri Siemens Türkiye tarafından sağlanıyor.

EKOSİSTEM AVANTAJI

Dijital ile fiziksel dünyayı buluşturan teknolojilerimiz arasında yer alan Siemens Xcelerator da sektör oyuncularının güçlerini birleştirmelerini sağlayan, çözümler sunan açık, esnek ve dijital bir ortak platform olma özelliği taşıyor. Bu platformda sadece Siemens'in sunduğu çözümler değil, iş ortaklarımızın çözümleri de yer alıyor ve birbirini tamamlayarak kullanıcılarının hayatlarını kolaylaştırıyor. Binlerce onaylı geliştirici, uygulama ve yüzlerce çözümün yer aldığı platformdaki çözümler sayesinde maliyet ve zaman tasarrufu sağlanıyor; üretim, dijital dünyaya çok daha hızlı bir şekilde optimize ediliyor. Ekosistemimizin içerisinde uzmanlardan oluşturduğumuz bir network bulunuyor. Bu ağ yalnızca büyük ölçekli şirketler için değil, KOBİ'ler için de çok kıymetli bilgiler ve çözümler içeriyor. Ayrıca burada sektörde oluşturduğumuz sektörel topluluklar da kullanıcılarımıza çok büyük kolaylıklar ve avantajlar sağlıyor.

Dijitalizasyon alanındaki uzmanlığımız, dijital ikiz teknolojimiz, yüksek performanslı yazılım sistemlerimiz tüm alanlarda yaptığımız çalışmalarımıza güç katıyor. ■

Fark yaratan teknolojiler

1 DİJİTAL İKİZ TEKNOLOJİSİ

Bu teknolojiyle gerçek dünyayı sanal ortama taşıyoruz. Fiziksel üretimin birebir kopyasını dijital ortamda yaratarak simülasyonlar gerçekleştiriyoruz. Dijital İkiz teknolojsi bir fabrikanın üretim aşamasına geçmeden önce sanal ortamda inşa edilip üretim süreçlerinin tamamının simüle edilebilmesi olanak sağlıyor. Bu sayede şirket ve kurumların araştırma, test ve üretim süreçleri çok daha hızlı, verimli ve ekonomik hale geliyor.

2 SIEMENS XCELERATOR

Tamamen açık, esnek ve dijital bir ortak platform olan Siemens Xcelerator ile altyapı, ulaşım hizmetleri, gıda, kimya, otomotiv, sağlık ve daha birçok kilit endüstriye yönelik, her ölçekten müşterilerimizin dijitalleşme ihtiyaçlarına uygun çözümler sunuyor, dijital dönüşümlerini hızlandırıyoruz.

3 SINAMICS S200 SERVO

Geçen yılın son aylarında performans ve hassasiyet, gelişmiş güvenlik ve kullanım kolaylığı sunan SINAMICS S200 Servo sürücü sisteminin lansmanını gerçekleştirdik. Bu sistem, günümüzün hızla değişen ve dönen dünyasında daha yüksek üretkenlik, verimlilik ve düşük maliyet avantajı sağlıyor.

4 OTOMASYON SİSTEMLERİ

Dijital İkiz teknolojisinin yanı sıra SIMATIC, SINUMERIK, SIMOTION gibi otomasyon sistemlerini ve endüstriye açık, bulut tabanlı bir Nesnelere İnterneti İşletim Sistemi olan MindSphere'i sunarak bir fabrikanın kurulumundan üretim ve üretim sonrası süreçlerine kadar her noktasını dijitalleştiriyoruz.



 **Petrol Ofisi**

 **Sosyal Lig**
Fantasy Football

Petrol Ofisi Sosyal Lig, 3.5 milyonu aşan oyuncu sayısı ile Türkiye'nin ilk ve en popüler fantezi futbol ve menajerlik oyunu.

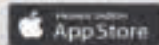


 **Sosyal Lig**
Arena

The Sandbox Metaverse'te bir Türk oyun şirketi tarafından geliştirilmiş ilk oyun olarak yerini alan Sosyal Lig Arena, futbol tutkunlarını amatörükten profesyonelliğe uzanan benzersiz bir futbol yolculuğuna çıkarıyor.



Depreme hazırlık, deprem anı ve deprem sonrası olmak üzere 3 aşamadan oluşan 'Tatbikat', 7'den 70'e herkese hitap eden oyunlaştırılmış bir deprem bilinçlendirme uygulaması.



PetroLiGGames

www.petroliggames.com

İşe alım sürecinde yapay zeka dönüşümü

92

Online istihdam platformu Kariyer.net, yapay zeka destekli algoritmaları ve dijitale yaptığı yatırımlarla öne çıkıyor. **Kariyer.net CEO'su Fatih Uysal**, "Hedefimiz yapay zekaya dayalı ve işe alım süreçlerini kolaylaştıran yeni ürünler üretirken hâlihazırda sunduğumuz çözümleri de ileriye taşımak" ifadelerini kullanıyor.

Türkiye'nin en büyük online istihdam platformu olarak, 100'den fazla mühendisimiz ve ürün uzmanımız ile işe alım süreçlerini uçtan uca dijitalleştiren ürün ve hizmetler geliştiriyoruz. Ar-Ge merkezimizde yapay zekâ, makine öğrenmesi gibi teknolojileri kullanarak işverenler ve adayların iş ve çalışan arama süreçlerini kolaylaştırmayı amaçlıyoruz.

Bu amaç doğrultusunda, son dönemde devreye aldığımız ürünlerden biri Kariyer.net KoPilot. KoPilot, üretimsel yapay zekâ teknolojisi ile geliştirilen ve adayların iş arama sürecindeki tüm sorularını cevaplayarak onlara yol arkadaşlığı yapan bir robot. Yine 2023 içerisinde; işverenlerin işe alım süreçlerini kolaylaştırmak için Otopilot Modu adlı ürünümüzü devreye aldık. İlanlarını otopilot moduna alan işe alım uzmanları için yapay zeka tabanlı algoritmamız ile en uygun performans ürününü en doğru zamanda devreye alıyor ve işe alım sürecini kısaltıyoruz. Sadece kendi geliştirdiğimiz ürün ve hizmetler ile değil, hayata geçirdiğimiz iş ortaklıkları ile de İnsan Kaynakları süreçlerinin dijitalleşmesini hızlandırmaya çalışıyoruz. Bunun örneklerinden biri My Security Analytics iş ortaklığı ile işverenlerin kullanımına



sunduğumuz FinalCheck ürünü. FinalCheck işe girişteki belge kontrolü sürecini dijitalleştiriyor; şirketler, çalışanlarının belgelerini tek bir platformda, güvenli ve hızlı bir şekilde doğrularak belge sahteciliğinin önüne geçebiliyorlar.

YENİ YATIRIMLAR

Yeni ürün ve hizmetlerimiz, kurum içi girişimlerimiz ve yatırım yaptığımız girişimlerle işe alım süreçlerini uçtan uca dijitalleştiren çözümler sunuyoruz. Sektörümüzde Ar-Ge merkezine sahip ilk kurumuz; Ar-Ge süreçlerimiz ile işe alım ve iş arama konusunda çok spesifik sorunların çözümüne odaklanan makaleler yayınlıyoruz. Bu başlık altında Türkçe Dil İşleme alanındaki çözümlerimiz, aday-pozisyon-işveren

Kritik önceliğimiz

ÇEVİK YAPI Kariyer.net olarak 25 yıldır insanı odağa alan uçtan uca dijital çözümler geliştirerek çalışanların ve işverenlerin hayatını kolaylaştırıyoruz. Yeni teknolojilere hızlı adapte olan çevik yapımızla, geliştirdiğimiz dijital teknolojilerle sektöre öncülük eden bir kurumuz.

İNOVASYON Bu doğrultuda, inovasyon bizim dijitalleşme yolundaki ilk önceliğimiz. Başlangıçta sadece iş ilanları yayınlayan ve kariyer gelişimi ipuçları sunan bir siteyken 2017'den itibaren köklü bir değişime giderek inovasyona daha fazla öncelik vermeye, yapay zekâyı ürünlerimize daha fazla dahil etmeye ve ürün portföyümüzü genişletmeye başladık.

YAPAY ZEKA Artık yapay zekâ neredeyse tüm ürün ve hizmetlerimizde temel bileşen haline geldi. 28 milyonu aşkın özgeçmiş ile ülkenin en büyük aday veri tabanına sahip, 600 binden fazla şirketin ihtiyaç duyduğu iş gücünü aramasına aracılık eden bir şirket olarak online istihdam platformundan yapay zekâ desteğiyle daha kapsamlı İK teknolojileri ekosistemine dönüşme ve büyüme yolculuğumuz Harvard Business School'da Case Study (Vaka Analizi) oldu.

VERİMLİLİK Dijitalleşme yolculuğumuzda diğer bir önceliğimiz ise verimlilik. İşverenler için işe alım süreçlerini hızlandıran, verimliliği artıran, daha az eforla daha uygun adayı işe almalarını sağlayan çözümlerimizin sayısını artırmak, daha fazla işverenin daha çok ürün ve hizmeti kullanması için çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

DİJİTALLEŞME Son olarak dijitalleşme, şirket içi süreçlerimizin de ayrılmaz bir parçası. İK Çözüm ortaklarımız ve Kariyer Danışmanlarımız ile daha fazla aday ve işverene hizmet verebilmek için iç süreçlerimizi de sürekli dijitalleştirmeyi son derece önemli görüyoruz.

eşleşmesini mükemmelleştirmek üzere geliştirdiğimiz öneri sistemleri ve Akıllı İlan gibi ürünlerimizden söz etmek mümkün.

Diğer taraftan, teknoloji alanındaki yetenek açığının kapanmasına destek olmak için 3 yıldır teknoloji yeteneği platformumuz Techcareer.net'e yatırım yapıyoruz. Techcareer.net, alanında uzman ekibi ile teknoloji yeteneklerinin ihtiyaçlarına özel bir platform inşa etti; aynı zamanda bilişim ve teknoloji ekosistemine yetenekli adaylar kazandırma amacıyla şirketlerin ihtiyaçlarına özel Bootcamp isimli yoğun eğitim kampları, Hackathon ve Hiring Challenge'lar düzenliyor.

ADAY TAKİP SİSTEMİ

Yatırım yaptığımız PeopleBox, sadece işe alım konusuna odaklanan yeni nesil bir aday takip sistemi sunuyor. Her bir şirkete özel, birbirinden farklı tasarlanan işe alım süreçleri ile işe alım sürecinin ilk adımı olan personel talep formundan, on-boarding adımına kadar olan tüm süreci dijitalleştiriyor ve verimli bir şekilde yönetilmesini sağlıyor.

Bir diğer yatırımımız Coensio, iş ilanlarına gelen başvurular arasından, nitelikli adayların en az eforla seçilmesini sağlıyor. Pozisyona başvuran tüm adaylara gönderilen 20 dakikalık kısa testler ile önyargılardan bağımsız, yetkinlik odaklı işe alım yapma imkânı sunuyor. Kurumların işe alım süreçlerindeki veri setlerini bilgiye dönüştürerek, yönetici karar sistemlerini de destekliyor.

YAPAY ZEKA YAKLAŞIMI

"iLab grup şirketlerinden Kariyer.net olarak her yıl milyonlarca aday ve işverene hizmet veriyoruz; bu durum Kariyer.net, Techcareer.net ve İşin Olsun gibi farklı aday kitlelerine hitap eden platformlarımızda toplanan, aday ve işverenlerin davranışlarını içeren büyük veriyi oluşturuyor. Yapay zekâ teknolojilerini kullanarak bu veriden, iş ve çalışan aramak için yolu bizimle kesişen kullanıcılarımızın hayatını kolaylaştıracak, onlara iyi bir deneyim sunan ürün ve hizmetler ortaya çıkarmaya çalışıyoruz.

Türkiye'nin en çok kullanılan aday takip sistemi Kariyer.net 360, yapay zekâ tabanlı teknolojimiz ile milyonlarca aday arasından, işverenlerin en doğru adaya en kısa sürede ulaşmasını sağlıyor. Hedefimiz yapay zekâyı dayalı ve işe alım süreçlerini kolaylaştıran yeni ürünler üretirken hâlihazırda sunduğumuz çözümleri de ileriye taşımak.



"TEKNOLOJİ ALANINDAKİ YETENEK AÇIĞININ KAPANMASINA DESTEK OLMAK İÇİN 3 YILDIR TEKNOLOJİ YETENEĞİ PLATFORMUMUZ TECHCAREER.NET'E YATIRIM YAPIYORUZ."

“Katma değeri yüksek teknoloji üretiyoruz”

94

Ulaşım teknolojileri alanında öncü markalardan Bozankaya dışa bağımlılığı en aza indirerek, katma değeri en yükseğe çıkarma hedefiyle inovatif projelere imza atıyor.

Bozankaya Yönetim Kurulu Başkanı Aytunç Günay, “Yüksek kapasiteli batarya ve yüksek hızlı şarj teknolojileri, araç kontrol sistemleri ve otomotiv sektörüne yön verecek teknolojiler geliştirerek alanımızda dünya lideri olmayı hedefliyoruz” diye kaydediyor.

1 989 yılında Almanya’da Murat Bozankaya tarafından bir Ar-Ge şirketi olarak kurulan Bozankaya, toplu ulaşımda yatırım ve işletme maliyetleri açısından en ideal çözümleri sunan inovatif bir şirket olma vizyonuyla 2003 yılında anavatanı Türkiye’ye geldi.

Yıllar içinde edindiğimiz tecrübe, bilgi ve birikimle çevre dostu, enerji tasarrufu sağlayan, yeni nesil, sürdürülebilir ve gürültüsüz çalışan elektrikli otobüs ve raylı sistem araçları üretimini yüzde 100 Türk mühendisliğiyle gerçekleştirmeye devam ediyoruz.

20’DEN BİN KİŞİYE

Ülkemizin ulaşım teknolojileri alanında öncü markalarından biri haline gelen firmamız, 2003 yılında Türkiye’de 20 çalışanla faaliyetlerine başladı. Bugün ise Ar-Ge Merkezi’nde 150 Ar-Ge mühendisi ve 1000’den fazla çalışanımız bulunuyor.

Ankara Sincan 1. Organize Sanayi Bölgesi’nde 100.000 m2 alan üzerine kurulu üretim merkezimizde fikri mülkiyet hakları kendimize ait, yüzde 100 yerli ve milli kaynaklarla geliştirdiğimiz yeni nesil batarya sistemleri, trambus, elektrikli otobüs, metro ve tramvay gibi raylı sistem araçlarını tasarlıyor ve üretiyoruz.

Kendi tesislerimizde üretilen yerli tasarım araçlarımız hem ülkemizde, hem de Amerika, Avrupa ve Asya kıtasında kullanılıyor ve yolcu güvenliği ile konforu açısından üstün memnuniyet ve yüksek performansla hizmet veriyor.

YENİ DİJİTALLEŞME STRATEJİMİZ

Şirketimiz kurulduğu günden bugüne teknolojiyi yön veren, bu kapsamda yatırımlar yapan ülkemizin en önde gelen firmalarından biri. Birçok uluslararası



Hedeflerimiz

MOBİLİTENİN GELECEĞİ Bozankaya'nın mottolarında biri de mobilitenin geleceğini şekillendirmek. Elektrikli otobüsü Almanya ve Türkiye'de üreten ilk firma olarak daima inovasyon temelli Ar-Ge ve üretim yaparak gelecekte daha verimli ve konforlu elektrikli araçlar yapmayı hedefliyoruz.

ELEKTRİKLİ ULAŞIM Özellikle kısmi olarak katenerden beslenen ve şarj olan bataryalı trambüs sisteminin ÜR-GE'sini geliştirerek, statik şarja gerek duymaksızın 7/24 menzil sınırı olmayan elektrikli ulaşımı kentlerde yaygın hale getirmek amacındayız. Kendi bataryasını tasarlayan ve üreten bir firma olarak daha uzun menzil ve uzun ömürlü çözümler ile gelecekte fosil yakıtların kullanılmayacağı bir dünyada sürdürülebilir e-mobilitiyi hedeflemekteyiz.

KATMA DEĞER Ayrıca dışa bağımlılığı en aza indirerek kendi bünyemizdeki katma değeri en yükseğe çıkarmak amacındayız. Yüksek kapasiteli batarya ve yüksek hızlı şarj teknolojileri, araç kontrol sistemleri ve otomotiv sektörüne yön verecek teknolojiler geliştirerek alanımızda dünya lideri olmayı hedefliyoruz.

95

şirket e-mobiliteye henüz yeni yatırım yapma kararı almamışken firmamız elektrikli otobüslerini ticarileştirdi ve Almanya gibi otomotiv sektörünün önderi kabul edilen bir ülkeye onlarca araç üretti ve üretmeye de devam ediyor.

Yurt içinde ise kamu ihale kanunu ile yapılan tüm 10m ve üstü, 25m de dahil olmak üzere elektrikli otobüs ve lastik tekerlekli toplu ulaşım sistemleri ihalelerini kazandı ve paydaşlarımızdan seneler önce geliştirdiğimiz elektrikli otobüsleri vatandaşlarımızın hizmetine sunduk.

BATARYA TEKNOLOJİLERİ

Son birkaç yılda ivme kazanan batarya teknolojileri konusunda ise yine öncü firmalardan biriyiz ve firmamızın ürettiği ilk elektrikli otobüslerde de yine Bozankaya üretimi yüksek menzilli tahrik bataryaları kullanıldı. Bu batarya sistemleri teknolojisi geliştirilerek 2. ve 3. nesil araçlarımızda da kullanılmaya devam ediliyor.

Bu batarya paketleri aynı zamanda 2021 yılında firmamıza "Avrupa'nın En İnovatif Şirketi" unvanını kazandıran ve AB'nin kültür başkenti olan Timişioara için üretilen bataryalı tramvaylarımızda da kullanıldı. Bu araçlar geliştirdiğimiz batarya sistemi sayesinde katener hattına bağlı olmadan en az 70 km menzil yapabiliyor. Kendi hat testlerimizde 100 km üzerinde menzil rekoruna da sahibiz.

YATIRIMLARI ARTIRIYORUZ

Tüm bunlar göze alındığında şirketimiz dünyanın önde gelen teknoloji yatırımcılarından ve bundan sonra da yeni nesil araçlarımızda en son teknolojileri,

üstün mühendislik ve tasarım kabiliyetlerini ile bir araya getirip bu sektörde en önde gelen şirketi olma hedefimiz devam edecek.

Günümüzde teknolojinin ve dijitalleşmenin hayatımıza kattığı sayısız yenilik olduğu gibi, otomotiv sektöründe de güvenlik, konfor ve eğlence alanları başta olmak üzere onlarca yenilik standartlaşmaya başladı. Biz de Bozankaya olarak yatırımlarımızı bu kapsamlara özellikle özen göstererek, her geçen yıl arttırıyoruz ve bu teknolojileri ülkemize kazandırmayı, yerli ve milli imkânlarla üreterek uluslararası piyasada rekabetçi fiyatlarıyla birinci tercih olmayı hedefliyoruz.

"Farklı ihtiyaçlara, kullanıcılara ve özel isteklere göre tasarlanan 3. nesil lastik tekerlekli elektrikli araçlarımızın (e-bus ve trolleybüs) lansmanını, Mayıs ayında İstanbul'da gerçekleşecek olan Busworld fuarında gerçekleştireceğiz."

ELEKTRİKLİ OTOBÜS PROJESİ

2010 yılında Almanya ve Türkiye'de başlattığımız teknik çalışmalarla elektrikli otobüs ve trolleybüs sektörlerine önemli bir katkıda bulunduk. 2012 yılında ilk örneklerimiz yollarda test edilmeye başladı. 2014 yılı itibarıyla, firmamız Almanya ve Türkiye'deki müşterilerine ulaşım çözümleri sunmaya başladı. Elektrikli otobüslerde (e-bus) ve trolleybüslerde, 10,7, 12, 18 ve 25 metre uzunluklarda olmak üzere 4 farklı modelde tasarım ve üretim gerçekleştirdik.

Bozankaya olarak teknolojinin yaşamımızın ayrılmaz bir parçası olduğu bu dönemde, her geçen yıl daha da güçlenen ve modernize olan ulaşım araçlarıyla kullanıcılara en iyi çevreci taşımacılığı sunma vizyonuyla ilerliyoruz. Hızla değişen dünya koşulları ve çevresel bilinç, firmamızı araçlarını her



geçen gün daha çevreci, daha enerji verimli ve daha yenilikçi hale getirme konusunda motive ediyor.

Bozankaya'nın araçları, farklı ihtiyaçlara ve özel isteklere göre modernize edilebilen bir esneklik sunuyor. Bu, şirketin müşteri odaklı yaklaşımını ve çeşitli taşıma gereksinimlerine uygun çözümler üretme yeteneğini de vurguluyor. Her bir araç modeli, sadece çevre dostu olmakla kalmayıp aynı zamanda kullanıcının taleplerini karşılamak üzere tasarlanıyor.

3.NESİL OTOBÜS

Elektrikli araçlar sektöründeki mevcut ve gelecekteki talepleri karşılayan, yeni standartları ve teknolojileri içeren araçlarımızla Türkiye'yi temsil etmekten, tasarımlarımızı ve kullanılan komponentlerdeki yerlilik payının her geçen gün



Bozankaya'nın 1.nesil otobüslerinden

artırmaktan gurur duyuyoruz. 3.nesil elektrikli otobüsümüz batarya teknolojisi, araç yazılımları, traction sistemi, menzili, çok düşük bakım maliyeti, enerji tüketimi, performansı ve sürdürülebilirliği ile uzun yıllar boyunca sektördeki herkesin ilgisini çekeceğine inanıyoruz. ■

Sürdürülebilir ulaşım

ÇEVRECİ ÜRÜNLER Firmamız, sürdürülebilir ulaşımın geleceğine odaklanarak çevreci ürünlerin tasarımından yazılımına, üretim süreçlerine kadar birçok aşamada kendini kanıtladı.

YENİLİKÇİ ÇÖZÜMLER Bunu başarabilmek için, sektördeki standartları yakından takip ederken, yenilikçi çözümleri araçlarımıza entegre ediyor ve kullanıcı memnuniyetine de önem veriyoruz.

ENERJİ VERİMLİLİĞİ Elektrikli otobüs ve trolleybüs teknolojilerinde lider bir rol üstlenen firmamız, çevresel sürdürülebilirlik, enerji verimliliği ve teknolojik yenilik konularında sektöre yön vermeye devam ediyor.

Takip Listeniz

   +8 daha



Tesla

▲ 11.976,19 TRY



Bugüne kadar kazanılan
188,19 TRY

Colendi Menkul Değerler senin olduğun her yerde.

Borsa İstanbul, Nasdaq ve NYSE piyasalarında **anında işlem yap.**



ABD Borsalarında
parçalı hisse alım satım imkanı.

Geleneksel yatırım anlayışının gücünü ve geleceğin teknolojisini birleştirerek
herkes için yatırım yapmayı **hızlı, kolay ve erişilebilir hale getirdik.**

 **COLENDI**
Menkul Değerler

Yapay zeka ile akıllı masraf yönetimi

Hem çalışanlar hem de finans ekipleri için zaman maliyeti yaratan masraf sürecini baştan uca dijitalleştiren yapay zeka tabanlı akıllı masraf yönetim platformu **Masraff'ın kurucu ortağı ve CEO'su Begül Eray Sezgin** sağladıkları faydaları anlattı.

2023 yılında hem Türkiye'de hem de dünya genelinde yaşanan ekonomik konjonktür nedeniyle, şirketler finansal stratejilerini gözden geçirdiler. Bu dönemde, ekonomik koşullara uyum sağlamak amacıyla, birçok şirket verimliliklerini artırmak ve maliyetleri kontrol altına almak için dijitalleşme süreçlerini hızlandırdı.

Biz de bu süreçte, insan kaynağına ve teknolojiye yaptığımız yatırımlarımızı sürdürmeye devam ettik. Birçok yeni iş birliğine imza attık ve 300'den fazla şirketin masraf süreçlerini dijitalleştirerek, zaman ve gider tasarrufu yapmalarını sağladık. Yapay zeka tabanlı uygulamamızla veri girişini ortadan kaldırırken, yazılıma entegre ettiğimiz gider politikaları ve suistimal tespitleri sayesinde şirketlere masraf süreçlerini sıfır hata ile proaktif bir şekilde yönetme imkanı sunduk. Sağladığımız anlık yönetim raporları ile de şirketlerin, gelecek mali durumlarına ilişkin derinlemesine içgörüler elde etmelerini ve bu sayede finansal hedeflerine ulaşmalarına destek olduk.

SİSTEM NASIL ÇALIŞIYOR?

Yapay zeka tabanlı uygulamamız Masraff'ın, otomatik ve hızlı masraf girişi, mobilden onay, gider politikalarına uyum

ve denetim, suistimal tespiti, anlık yönetim raporları gibi birçok özelliği sayesinde şirketlerin masraf süreçlerini baştan uca dijitalleştirerek, proaktif bir şekilde yönetmelerini sağlıyoruz. Bu bağlamda üst düzey yöneticilere, finans ekiplerine ve son kullanıcılara, ayrı ayrı avantajlar sunuyoruz. Son kullanıcıyı yapay zeka desteği ile manuel veri girişinden kurtarıyor, sisteme entegre ettiğimiz gider politikaları, limit aşımı ve kurum engeli gibi uyarılarla kişileri ilk adımdan itibaren en doğru şekilde yönlendiriyoruz. Mobil onay sistemimizle yöneticilerin dilediği yerde ve dilediği anda masrafları inceleyerek onay sürecini yönetmesini sağlıyoruz. Gider politikalarına uyum ve denetim özelliğimizle finans/muhasebe ekiplerine, gelen fişlerin girişi ve kontrolü esnasında kaybettiği zamanı geri kazandırırken suistimallerin neden olduğu mali zararın da önüne geçiyoruz. Teslim edilen ve teslim edilmeyen form çıktılarının, belgelere eklenen QR kod sayesinde kolayca takibinin yapılmasını sağlıyor, böylece belge teslim sürecini de manuellikten çıkararak otomatize ediyoruz. Son olarak, geliştirdiğimiz departman, kategori ve proje bazlı raporlar sayesinde üst yönetim ekiplerinin, şirketin mali durumuna dair içgörü elde ederek maliyet kontrolü



Baştan uca dijital bir süreç

KULLANICIYA KOLAYLIK

Son kullanıcı yani masrafı yapan kişi yapay zeka desteği ile manuel veri girişi yapmaktan kurtuluyor. Gider politikaları, limit aşımı ve kurum engeli gibi daha önceden sisteme entegre ettiğimiz bilgiler sayesinde kişileri ilk adımdan itibaren en doğru şekilde yönlendiriyoruz.

YÖNETİCİYE KOLAYLIK

Mobil onay sistemimizle yöneticilerin dilediği yerde ve dilediği anda masrafları inceleyerek onay sürecini yönetmesini sağlıyoruz.

FİNANS EKİPLERİNE KOLAYLIK

Gider politikalarına uyum ve denetim özelliğimizle finans/muhasebe ekiplerine, gelen fişlerin girişi ve kontrolü esnasında kaybettiği zamanı geri kazandırırken suistimallerin neden olduğu mali zararın da önüne geçiyoruz. Teslim edilen ve teslim edilmeyen form çıktılarının, belgelere eklenen QR kod sayesinde kolayca takibinin yapılmasını sağlıyor, böylece belge teslim sürecini de manuellikten çıkararak otomatize ediyoruz.

ÜST YÖNETİME KOLAYLIK

Geliştirdiğimiz departman, kategori ve proje bazlı raporlar sayesinde üst yönetim ekiplerinin, şirketin mali durumuna dair içgörü elde ederek maliyet kontrolü yapabilmesine ve tasarruf kararları alabilmesine imkan tanıyoruz.

yapabilmesine ve tasarruf kararları alabilmesine imkan tanıyoruz. 17+ ERP entegrasyonumuz sayesinde de bu masrafların ERP ve muhasebe sistemlerine tek tuşla aktarımını sağlıyoruz.

CO-PILOT UYGULAMASI

Türkiye’de yapay zekayı sistemlerine entegre eden ilk markalardan biriyiz. Masraf yönetimi alanına odaklanmış niş bir marka olarak, şirketlerin personel masraf yönetimi süreçlerini baştan uca dijitalleştirirken, arka planda yapay zeka alanında yaptığımız Ar-Ge çalışmalarımızı da sürdürüyoruz.

Masraff olarak, veri girişini yapay zeka ile ortadan kaldırıyoruz. Masraf belgesi ne kadar eski ve yıpranmış olursa olsun yapay zeka sayesinde belge üzerindeki verileri otomatik olarak çıkararak sisteme işliyoruz. Bu masraf belgelerinin şirket politikalarına uyumu ve suistimal tespitlerini analiz etmek için yapay zekadan yararlanarak masraf kontrol süreçlerini sıfır hata ile sistem üzerinden otomatize ediyoruz. Son kullanıcıların da gider politikalarını takip edebilmesi için Co-Pilot’ı geliştirdik. Bu sayede yapay zeka ile sisteme entegre edilen gider politikaları üzerinden metin analizi yaparak soruya karşılık, kuralı ve detayları kullanıcıya

otomatik olarak ulaştırabiliyoruz. Bu uyarılar ve yönlendirmeler sayesinde dijitalleşen süreç ile departmanlar arası refahı sağlayarak, şirketlerin masraf yönetim süreçlerindeki iletişim akışını da pozitifte taşımış oluyoruz. Sağladığımız bu çözümler sayesinde çalışanların katma değeri olmayan işlere harcadığı vakit yüzünden kaybettiği zaman maliyetinin de önüne geçmiş oluyoruz. Alanında uzman çalışanların kendi zamanlarını daha etkili bir şekilde katma değeri yüksek işler için harcamasını, gerekli prosedürlerin ise yapay zeka tarafından yönetilmesini sağlıyoruz.

BU YILKI 3 ÖNCELİĞİMİZ

Dijitalleşme yolculuğunda önceliklerimizi belirlerken, ilk sırada müşteri odaklı bir dijital dönüşümü benimsemeye büyük önem veriyorum. Günümüzde müşteri ihtiyaçları sürekli değişen bir dinamik içerisinde evrim geçiriyor. Bu nedenle iş stratejilerimizi ve operasyonel süreçlerimizi müşteri deneyimini güçlendirmeye odaklı bir şekilde tasarlıyoruz. Müşteri geri bildirimlerine dayanarak ürün ve hizmetlerimizi sürekli olarak iyileştirmek, dijitalleşme sürecinde başarı için kilit bir unsur olarak öne çıkıyor. Buna ek olarak, dijital dönüşümde ikinci önceliğim veri odaklı bir organizasyon oluşturmak. Dijitalleşme, büyük miktarda veriyi etkin bir şekilde kullanmayı gerektirir. Veri analitiği ve yapay zeka gibi teknolojilerin kullanımı, iş süreçlerini optimize etmek ve stratejik kararlar almak için kritik öneme sahip.

Bu bağlamda, doğru veri analitiği araçlarını entegre etmeye ve veri güvenliğini sağlamaya odaklanıyorum. Son olarak, iş birliğini teşvik etmek dijital dönüşüm sürecinde başarı için hayati önemde. Çeşitli departmanlar arasında iletişimi artırmak, farklı uzmanlık alanlarındaki yetenekleri bir araya getirmek ve dijital stratejinin tüm organizasyonu kapsayacak şekilde uygulanmasını sağlamak, şirketin dijitalleşme hedeflerine ulaşmasını destekleyecektir. Bu süreçte birlikte çalıştığımız şirketlerin ekip üyelerini motive etmek ve ortak bir vizyon etrafında birleştirmeye özen gösteriyoruz.



“GEÇTİĞİMİZ YIL İNSAN KAYNAĞINA VE TEKNOLOJİYE YAPTIĞIMIZ YATIRIMLARIMIZI SÜRDÜRDÜK. BİRÇOK YENİ İŞ BİRLİĞİNE İMZA ATTIK VE 300’DEN FAZLA ŞİRKETİN MASRAF SÜREÇLERİNİ DİJİTALLEŞTİREREK, ZAMAN VE GİDER TASARRUFU YAPMALARINI SAĞLADIK.”

“İlk akla gelen marka olacağız”

23 yıl önce yolculuğuna başlayan Yemeksepeti, restoran oranını yüzde 49,3'e sipariş oranını ise yüzde 34,7'ye yükselterek 2023'ü yüksek başarıyla kapattı. **Yemeksepeti CEO'su Mert Baki**, "Vizyonumuz, 'yemek' denildiğinde akla gelen ilk marka olmak" diye konuşuyor.

Yemeksepeti olarak, "yemek denildiğinde akla ilk gelen marka olmak" vizyonumuz doğrultusunda, sadece bir yemek sipariş platformu olmanın ötesine geçmeyi ve yemekle ilgili kapsayıcı bir hizmet deneyimi sunmayı amaçlıyoruz.

Yemek siparişinden market alışverişine, mahalle esnafından anlık ihtiyaçlara kadar her alanda kullanıcılarımıza 360 derece hizmet veriyoruz.

ÖNCE KULLANICI DENEYİMİ!

2023'te kullanıcılarımızın günlük yaşamdaki ihtiyaçlarını pratik ve hızlı çözümlerle karşılayarak deneyimlerini zenginleştirmeye odaklandık. Uçtan uca tüm süreçlerimizde kullanıcı deneyimini bir üst seviyeye taşımak için Yemeksepeti Club, Yemeksepeti Express ve Yemeksepeti Gel Al gibi yeni projeler hayata geçirdik. Bu, hem işimizi çeşitlendirmemize hem de tüketicilerin değişen alışkanlıklarına cevap vermemize yardımcı oldu.

Yemeksepeti olarak, kullanıcı deneyimini iyileştirmek bizim için en önemli önceliklerden biri... Çünkü, biliyoruz ki kullanıcı deneyiminde kalpleri kazanan rekabeti de kazanır. Kalpleri kazanmak için çıktığımız bu yolda hizmetlerimizin yanı sıra teknolojik altyapımızı da sürekli geliştirdik. Son yıllarda teknolojik altyapımızda yaptığımız köklü yenilemeler ve geliştirmelerle, kullanıcılarımıza daha hızlı, güvenli ve kişiselleştirilmiş bir deneyim sunmaya başladık.

Bu geçiş, bize kullanıcı deneyiminde birçok önemli iyileştirme sağladı.

Yeni altyapı, binlerce uzmanın emeğiyle sürekli olarak geliştiriliyor ve çevik yapısı sayesinde, Yemeksepeti kullanıcılarına daha hızlı, görsel olarak daha zengin ve daha keyifli bir deneyim sunuyor.

ÇOKLU KANAL DENEYİMİ

Geçtiğimiz yıl tüm Türkiye'de uygulamaya geçirdiğimiz Gel Al hizmetimizle Yemeksepeti'nin çoklu kanal deneyimini bir adım öteye taşımayı hedefledik. Kullanıcılarımıza seçtikleri adresin yakınındaki üye restoranlardan sipariş vererek yemeklerini kendileri teslim alma imkânı sunuyoruz. Özellikle yoğun ve hareketli bir gün geçiren kullanıcılarımız için ideal olan bu hizmet, onların işe giderken veya eve dönerken, öğle molalarında veya günün herhangi bir diliminde sıra beklemeden yemeklerini alabilmesine olanak tanıyor.

Gel Al, kullanıcılara zaman kazandırmanın yanı sıra, Yemeksepeti'nin sunduğu indirim ve avantajlardan faydalanma imkânı da sağlıyor. 2023'te her ay 10 kat büyüyen ve 60 binden fazla restorana ulaşan Gel Al uygulamamızı sürdürülebilir indirimlerle daha da yaygınlaştırmayı hedefliyoruz.

TESLİMAT AĞI GÜÇLENİYOR

Yemeksepeti Express ile kendi yemek teslimat ağıımızı yenilemek ve güçlendirmek, bizim için çok



“Dijital devrimin öncüsü olduk”

DİJİTALDE ÖNCÜYÜZ Dijital doğan bir şirket olarak Türkiye’de öncü rol üstlendik. Yemeksepeti’ni, dijital bir devrimin öncüsü olarak görüyorum. 23 yıl önce başlangıcımız, yemek siparişini dijital ortama taşıyarak sektöre yeni bir soluk getirmekle oldu. Hızla, on binlerce restoran ve mahalle esnafının dijital dönüşümüne liderlik ettik.

VERİ ANALİZİ Yaptığımız geliştirmelerle veri analizi kapasitemizi sürekli artırıyoruz. Kullanıcı davranışlarını, sipariş alışkanlıklarını ve önemli günlerdeki sipariş trendlerini daha detaylı analiz edebiliyoruz. Bu analizler, stratejilerimizi sürekli güncel tutmamıza ve kullanıcı ihtiyaçlarına daha hızlı yanıt vermeye olanak tanıyor.

TEKNOLOJİYE YATIRIM Teknoloji ve inovasyon konusunda sürekli olarak adımlar atıyoruz. Derin öğrenme ve makine öğrenmesi teknolojilerini kullanarak kullanıcılarımızı daha iyi tanıyor ve kişiselleştirilmiş hizmetler sunuyoruz. Bu da kullanıcı odaklılığımızı pekiştiriyor. Kullanıcılarımızın motivasyonlarını ve karşılaştıkları bariyerleri daha iyi anlayarak, hizmetlerimizi ve iletişim stratejilerimizi sürekli geliştiriyoruz.

CRM’E ÖNEM Pazarlama stratejilerimizde CRM ve kişiselleştirilmiş pazarlama yöntemlerini kullanarak, kullanıcılarımıza daha etkili ve güncel kampanyalar sunuyoruz. İlerleyen dönemlerde, teknoloji ve inovasyon alanındaki gelişmeleri kullanarak kullanıcı deneyimini daha da iyileştirmeyi ve sektördeki lider konumumuzu güçlendirmeyi hedefliyoruz.

önemli bir adımdı. Bu hamlenin arkasında, teslimat süreçlerimizi daha iyi kontrol edebilmek ve siz değerli kullanıcılarımıza hatasız bir teslimat deneyimi sunabilmek gibi temel düşünceler yatıyor. Ayrıca, bu yenilikle restoran ortaklarımıza daha değerli bir teklif sunarak onların sadakatini kazanmayı ve markamızın görünürlüğünü daha da artırmayı hedefledik.

Yemeksepeti Express, kısa sürede yemek siparişi oranlarında kayda değer bir artış sağladı ve bu da bizim için büyük bir büyüme fırsatı oldu. Bu başarıya ulaşmak için kurye sayımızı artırdık ve restoran ağıımızı genişlettik. Bu adımlar, zamanında veya hatta vaat ettiğimizden daha erken teslimat yapma oranımızı artırmamızı sağladı. Özellikle bazı zincir restoranların Yemeksepeti Express’e geçiş yapması, hizmetimizin kapsamını ve etkinliğini önemli ölçüde genişletti.

RESTORAN VE KURYE AĞI

Bu ivme, 2023 yılının tamamında gözle görülür bir büyümeyle kendini gösterdi. 2023 yılında kurye sayımızı 3,5 kat artış gösterdi. Bu artış, sipariş kapasitemizi ve hızımızı önemli ölçüde yükseltti. Aynı zamanda, Yemeksepeti Express teslimatlı restoran ağıımızda da dikkat çekici bir büyüme yaşandı. Ocak 2023’te yüzde 22 olan restoran oranımız, Aralık ayına geldiğinde yüzde 49,3’e yükselerek, bu alandaki genişlememizi yüzde 27,3 oranında artırdı. Sipariş oranlarımızda da benzer bir yükseliş söz konusu oldu; Ocak ayında yüzde 8,9 olan sipariş oranı, Aralık’ta yüzde 34,7’ye çıkarak, yüzde 25,8’lik bir artış gösterdi. Bu rakamlar, Yemeksepeti Express’in, teslimat süreçlerimizi daha verimli yönetme ve müşterilerimizle restoran ortaklarımıza daha etkili hizmet sunma noktasında ne denli başarılı olduğunu kanıtıyor. Bu başarılar, Yemeksepeti olarak sektördeki lider konumumuzu daha

da pekiştiriyor ve bizi, yenilikçi hizmet anlayışımızı sürdürme konusunda motive ediyor.

Yemeksepeti Express, hız ve konfor açısından yemek teslimatında ciddi bir değişiklik yarattı. Kullanıcılarımız artık siparişlerini daha hızlı ve güvenilir bir şekilde alıyor. Bu yenilik sayesinde, kullanıcılarımıza daha üstün bir yemek siparişi deneyimi sunabiliyoruz. Bu, onların Yemeksepeti’ni tercih etme sebeplerinden biri haline geldi ve bizim için büyük bir gurur kaynağı.

SADAKAT PROGRAMI

Yeni sadakat programımızla pazar konumumuzu güçlendiriyoruz.

Yemeksepeti Club, Türkiye’nin dört bir yanındaki milyonlarca kullanıcıya, restoran ve ödeme tipi sınırı olmaksızın, yedikçe kupon kazanma imkanı sunuyor. Kullanıcılarımız, program kapsamında belirlenen görevleri tamamlayarak YemekPuan kazanıyor ve bu puanları ödül dükkanımızda indirim kuponuna dönüştürebiliyor. Bu sadakat programı, kullanıcılarımızın sık sık tercih ettiği restoranlarda daha fazla avantaj elde etmelerini sağlıyor ve kullanıcılarımızı sadakatleri için ödüllendiriyor.

Geçtiğimiz Mart ayında hayata geçirdiğimiz bu uygulama henüz bir yılını doldurmadan 4 milyondan fazla kullanıcıya ulaştı.

- “2023’TE HER AY 10 KAT BÜYÜYEN VE 60 BİNDEN FAZLA RESTORANA ULAŞAN GEL AL UYGULAMAMIZI SÜRDÜRÜLEBİLİR İNDİRİMLERLE DAHA DA YAYGINLAŞTIRMAYI HEDEFLİYORUZ.”

“Veriye dayalı karar çok kritik hale geldi”

Analitik ve yapay zeka çözümlerinde lider şirketlerden SAS, Türkiye’de 27 yılda 1000’in üzerinde dijital projeye imza attı. **SAS Türkiye ve Orta Asya Genel Müdürü Rasim Eğri**, tek işlerinin veri, analitik ve yapay zeka olduğuna dikkat çekiyor. Eğri, “Şirketler, kurumlar işlerini büyütmek, daha iyi müşteri deneyimi sunmak amacıyla her zamankinden daha fazla veriye dayalı karar almak ihtiyacı içinde bulunuyor” diyor.

Teknolojinin ilerlemesiyle dijital dönüşümün hız kazandığı bir dönemdeyiz. Artık dijitalleşme, yüksek maliyetli bir yatırım olmaktan çıkıp geniş kitleler tarafından kolayca erişilebilir bir hale geliyor. Dijitalleşme, geçmişe kıyasla daha düşük maliyetlerle genişlemeyi ve gelişmeyi mümkün kılarak sınırları kaldırıyor.

Refahı artırmak için önemli bir strateji olan dijitalleşmenin, artık sadece bir proje veya ek faaliyet alanı olarak değil, yönetim kurullarında sürdürülebilirlik stratejisi ve yatırımı olarak ele alınması gerekiyor.

EKOSİSTEME KATKI SAĞLIYORUZ

SAS Türkiye olarak 27 yıldır iş dünyasının ve kamu kurumlarımızın veri odaklı dijital dönüşüm süreçlerinde güvenilir bir yol arkadaşı ve paydaşı olduk. Yüzlerce müşterimizle, el birliğiyle, ülkemizde 1000’in üzerinde değer yaratan projeye imza atmanın gururunu yaşıyoruz, yaşıyoruz. SAS olarak kamu, özel sektör ve üniversitelerin bir araya getirilerek bir ekosistem oluşturulmasına, veri analitiği ile daha verimli iş süreçlerinin elde edilmesine destek oluyoruz.

AÇIKLANABİLİR VE ŞEFFAF

Dijitalleşmeyle birlikte riskler, sistematik girişimleri ve gelişmiş, otomatik kontrol mekanizmalarına olan ihtiyaç da artıyor.



3 önceliğimiz



VERİ BİLİMCİ YETİŞTİRMEK Bugün dünyada en aranan mesleklerin başında “veri bilimci”ler geliyor. Hem Türk gençlerinin geleceği hem ülkemizin güçlü yarınları için verinin önemini biliyoruz. Bu vizyonla binlerce gencimizi üniversitelerimiz ve bağımsız platformlarda veri analisti, veri bilimci olmaları yönünde eğitmeye devam ederek ülke istihdamına katkıda bulunmak, alanında yetkin kişileri yetiştirmek ve mevcut yetkinlikleri geliştirmek önceliğimiz.

DÖNÜŞÜME ÖNCÜLÜK Ülkemizde gerek kamu gerekse özel sektörde yaşanan veri odaklı dijital dönüşüme öncülük etmeye devam etmek.

İHRACAT SAS ekosistemi olarak Türkiye’de geliştirilen bilgi birikimi ile ülke dışında da projeler gerçekleştirmek suretiyle ülkemiz için bir ihracat potansiyelinin çıkarılması da diğer önceliklerimiz...

Uzman ekiplerimizin desteği ve müşterilerimizle yaptığımız ortak çalışmalarda iş süreçleri daha etkin yönetilebiliyor, suistimal tespitleri daha da kolaylaşıyor. Çevresel faktör ve sürdürülebilirlik hassasiyetlerin artmasıyla birlikte risklerin daha etkin yönetimi için de veri ve analitik sayesinde daha etkili ve daha verimli çözümler oluşturabiliyoruz. Dijitalleşme sürecinde önemli bir adım olarak öne çıkan veri analitiği alanında açıklanabilirlik ve şeffaflık öne çıkan özellikler. Bu alanlarda da değerli projelere öncülük ettik.

VERİ İLE KAZANIM

Dijitalleşmenin temelinde verinin dijitalleştirilmesi bulunuyor. Verinin dijital teknolojilerle oluşturulması, dijitalleşmenin maliyetini azaltırken getirisini önemli ölçüde artırıyor. Farklı teknolojilere tek tek yatırım yapmak yerine, kurumsal strateji ve kurumsal mimariyi göz önüne alarak; dijitalleşen veri ile iş süreçlerinde kazanımlar yaratmaya ve bunu yaparken verinin tekrar kullanılabilirliğini öne çıkaran tekil analitik platformlara odaklanmak önemlidir. Bu teknolojiler, verinin toplanmasından kullanılmasına kadar iş süreçlerini optimize ediyor ve şirketlerin farklı alanlardaki verimliliğini artırıyor.

YAPAY ZEKADA LİDER

SAS analitik ve yapay zeka çözümlerinde lider bir şirket... Bir akademi projesi ile başlayan ve ismi

“SAS Institute” olan SAS kurulduğu günden bu zamana, yaklaşık 50 yıldır bankacılıktan kamuya, sigortacılıktan üretime dünyanın her yerinden ve

öncü şirketlerle, kurumlarla yapay zeka projeleri gerçekleştiriyor. Tek işimiz veri, analitik ve yapay zeka.

Şirketler, kurumlar işlerini büyütmek, daha iyi müşteri deneyimi sunmak amacıyla her zamankinden daha fazla veriye dayalı karar almak ihtiyacı içinde bulunuyor. Şirketlerin stratejilerini uygularken veriye dayalı daha doğru adımları attığından emin olmaları için yapay zeka kullanımına ihtiyaç duyuluyor. Geleceği bugünden yakalamak için her geçen gün daha fazla sayıda öncü şirket SAS’a geliyor ve SAS’ın çözümlerine güveniyor.

1 MİLYAR DOLAR YATIRIM

SAS olarak yapay zeka ve analitik platformumuz SAS Viya’yı geliştirmeye devam ediyoruz. Hem çözüm hem de sektörel odakta yenilikler ekliyoruz. Platformumuzu çok az kod kullanımıyla veya hiç kod kullanmadan uygulama geliştirilen bir ortam haline getirerek daha esnek modelleme ortamı sunarken, eğitim içeriklerimizle veri, analitik, yapay zeka okur-yazarlığını artırmak üzere ekosisteme destek oluyoruz. Üç yıllık dönemde yapacağımızı açıkladığımız 1 milyar ABD doları değerindeki yatırım ile yapay zeka çözümlerimizi bir adım öteye taşımak üzere çalışmalarımıza devam ediyoruz.

Öte yandan, SAS olarak ülkemize gönülden katkı sağlıyoruz... 2019 yılında Türkiye Bilişim Vakfı ile duyurduğumuz, bugün yirmiden fazla üniversitenin dahil olduğu Dijital Teknoloji Geliştiriciler sosyal sorumluluk projesini de büyüterek ilerliyoruz.

“SAS TÜRKİYE EKİBİ UZMAN ÇALIŞANLARI VE ÇOK GÜÇLÜ, GÜVENİLİR İŞ ORTAKLARIYLA, PAZAR LİDERİ YAPAY ZEKAYA TEMELLİ ANALİTİK TEKNOLOJİLERİNİ TÜRKİYE’NİN GELECEĞİ İÇİN KONUMLAMAYI TÜM HIZIYLA SÜRDÜRÜYOR. SAS OLARAK, DİJİTAL DÖNÜŞÜMDE HIZLANDIRICI BİR ROL ÜSTLENMEYE DEVAM ETMEK İÇİN YENİLİKÇİ VE GÜVENİLİR TEKNOLOJİLERİMİZİ KULLANMAYA DEVAM EDECEĞİZ.”

Zip Türkiye'den teknoloji odaklı büyüme

Zip, dünyanın önde gelen finans teknolojisi şirketlerinden... **Türkiye CEO'su Burak Elgin**, büyüme süreçlerinde teknolojiye büyük yatırım yaptıklarını, müşteri deneyimi için 'yapay zekadan' da yararlandıklarını söylüyor. 2024 yılında teknolojiye yatırıma devam edip, deneyim, güvenlik, kullanıcı dostu olma gibi alanlarda fark yaratacaklarını ekliyor.

Dijitalleşme yolculuğumuzda, büyümeyi destekleyen, müşteri deneyimini geliştiren ve operasyonlarınızın güvenliğini sağlayan teknolojik yatırımlara öncelik verdik.

Sorunsuz ve kullanıcı dostu bir deneyim sağlamak adına mobil uygulamamızı, dijital araçlar ile edindiğimiz geri bildirimler, A/B testler, kullanıcı anketleri, topladığımız tüm içgörülerini değerlendirerek sürekli optimize ediyoruz. Optimizasyonların yanı sıra, yapay zeka ve veri analitiğinden yararlanarak sunduğumuz kişiselleştirilmiş finansman ve kampanyalarla müşteri etkileşimi ve memnuniyeti arttırdık.

Anomaliler ve potansiyel dolandırıcılık tespiti için işlem verilerini sürekli olarak analiz eden gerçek zamanlı izleme sistemleri kullanıyoruz. Böylece riski azaltırken, kredi onay sürelerini de minimuma indirebiliyoruz.

Diğer bir önceliğimiz güvenlik. Artan işlem hacimlerini yönetebilmek için yaptığımız sağlam ve ölçeklenebilir altyapıya yatırımları ile yüksek güvenlik seviyelerini korumayı başardık.

Müşterilerimize ve aynı zamanda mağaza ve online kanalda hizmet verdiğimiz iş ortaklarımıza yenilikçi, kolay ve işlerini kolaylaştıran uygulamalar sunmayı hedefliyoruz. Bu doğrultuda QR kodla alışveriş ile



"Geliştirdiğimiz API'ler sayesinde hızlı ve kolay bir şekilde online partner entegrasyonları gerçekleştirip en kısa sürede müşterilerimize Zip avantajlarını sunmaktayız."

mevzuata uygun şekilde bağlı krediyi birleştiren bir ürün geliştirdik. "QR kod ile ödeme" çözümümüz sayesinde mağazada alışveriş yapan bir müşterimiz, kasada pos cihazı üzerinden QR kod ile ödeyip Zip limitini kullanarak alışverişini taksitlendirebiliyor. Benzer şekilde iptal ve iade işlemlerini QR kod ile kolayca yapabiliyor.

TEKNOLOJİDE BÜYÜK FARK

Müşteri davranışları, tercihleri ve eğilimleri hakkında içgörü kazanmak için gelişmiş veri analitiğini, kredi riskini daha doğru bir şekilde değerlendirmek için ise tahmine dayalı analitiği kullanıyoruz. Süreçlerimizde veriden maksimum şekilde yararlanarak, onay işlemlerinde daha iyi kararlar veriyoruz.

Geliştirdiğimiz API'ler ile online alışveriş deneyimine her kanaldan entegreyiz. E-ticaret platformlarından online pazaryerlerine, altyapı sağlayıcı entegratörlerden, ödeme altyapısı sağlayıcılara kadar tüm iş ortaklarımıza uygun API entegrasyonlarımız bulunuyor.

İş ortaklarımızın ihtiyaçlarına uygun çözümler üretirken, iki taraf arasında gerçek zamanlı veri akışına göre oluşturduğumuz tekliflerle kişiselleştirilmiş finansman sağlıyoruz.

Kişiyi özel finansman sayesinde, esnek ödeme seçeneğine sahip tüketicilerin sepet terk oranları azalırken, iş ortaklarımızın satış dönüşüm oranları yükseliyor.

Popüler mobil cüzdan uygulamaları ile de entegreyiz. Tüketicilerin alışverişlerini taksitle ödemelerine olanak tanıyan uygulama içi finansman çözümünü sunuyoruz.



Bunların yanı sıra mağaza içi inovatif kredi çözümümüz ile hiçbir entegrasyon gerektirmeden hızlı ve kolay kredi kullanma olanağı sağlıyoruz.

Hem ödeme sürecinde hem mobil uygulamamızda müşteri deneyimini geliştirmeye odaklanırken, mevzuata uygun hareket etmek bizim için kritik öneme sahip. Gelişen finansal düzenlemelerle uyumluluğu sağlayan teknoloji çözümlerine yatırımlarımız devam edecek.

YAPAY ZEKA DEVREDE

Kredi riski değerlendirmesi, dolandırıcılık tespiti ve kullanıcı davranışı tahmini için yapay zeka modellerinden yararlanıyoruz.

Gelişen dolandırıcılık tekniklerini tespit etmek ve dolandırıcılık faaliyetlerini önlemek adına modellerimizi sürekli olarak iyileştiriyoruz. Gerçek zamanlı karar verme modeli ile anında kredi risk değerlendirmesi yapıp işlem onay sürelerimizi minimuma indirdik.

Müşterilerimize özel öneriler ve kampanyalar

sunarak kullanıcı deneyimlerini kişiselleştiriyoruz. Değişen kullanıcı davranışlarına uyum sağlayarak müşteri sadakatini ve memnuniyetini artırmak öncelikli hedeflerimizden.

Yapay zeka ve fintech alanında gelişen teknolojileri ve trendleri yakından takip etmeye, yeni teknikleri ve teknolojileri keşfederek bir inovasyon kültürünü teşvik etmeye devam edeceğiz. Bu yaklaşımla, şirketimizin karar verme sürecini geliştirmek, müşteri deneyimini iyileştirmek ve rekabet ortamında en önde olmayı hedefliyoruz.

ONLINE TİCARETE ENTEGRE

Online ticareti stratejimizin temel bir bileşeni olarak konumlandırıyoruz. Ürünümüzü e-ticaret platformları, online pazaryerleri, altyapı sağlayıcı entegratörler, ödeme altyapısı sağlayıcıları, mobil cüzdan uygulamaları ile başarılı bir şekilde entegre ettik. Tüketicilere satın alma noktasında sürtünmesiz bir deneyim sunuyoruz.

Tüketicilere ihtiyaçlarına ve satın alma davranışına uygun tanımladığımız alışveriş limitleri sayesinde sepet terk oranlarını azaltıp, satış dönüşümlerini artırıyoruz.

Mobil uygulamamız tüketici etkileşimi için önemli bir kanal. Uygulamamızın kullanıcı arayüzünü optimize etmek, zengin özelliklere sahip hale getirmek için yatırım yaptık. Kullanıcılar, uygulama üzerinden işlemlerini kolayca yönetebiliyor, ödemelerini takip edebiliyor ve satın alma geçmişlerine ve tercihlerine göre kişiselleştirilmiş kampanyaları görebiliyorlar.

Online ticaretin sunduğu fırsatlardan yararlanarak ve teknolojik gelişmeleri yakından takip ederek, sürekli gelişen dijital ortamda hem tüketicilere hem de iş ortaklarımıza benzersiz bir değer sunarak 2024 yılında sektördeki konumumuzu sağlamlaştırmayı hedefliyoruz.

"Bu konulara odaklanacağız"

MÜŞTERİ İHTİYAÇLARI Dijitalleşme yolculuğumuzu müşteri ilişkileri etrafında şekillendirerek, düzenli olarak geri bildirim topluyor, müşterilerimizin değişen ihtiyaç ve beklentilerini anlayıp uygun çözümler üretiyoruz.

DOST ARAYÜZ Sürtünmesiz bir deneyim için kullanıcı dostu arayüzler geliştiriyor; müşterimizin tercihleri, davranışları ve işlem geçmişleri gibi bilgilere göre gelişmiş veri analitiğinden yararlanarak kişiselleştirilmiş kampanyalar, özel öneriler sunuyoruz.

GERÇEK ZAMANLI İşlemleri ve müşteri etkileşimlerini gerçek zamanlı izleyerek, proaktif sorun çözümüne olanak tanıyan sistemlerle olası endişeleri büyümeden ele alıyor ve müşteri memnuniyeti sağlıyoruz.

“185 ülkeyle para transferi sağlıyoruz”

Uluslararası para transferi alanında faaliyet gösteren, sektörün önde gelen ödeme hizmetleri sağlayıcısı **PayPorter**, yurt içi ve yurt dışında yaygın aracı kurum, temsilci ve şube ağıyla her türlü para transferi ve ödeme işlemlerinde kolay, hızlı ve güvenli erişime aracılık ediyor.

Türkiye genelinde 400'den fazla temsilcisi ve 4 şubesi bulunan ve dünya genelinde 185 ülkeye para transferi sağlayan PayPorter, aynı zamanda geliştirdiği teknolojilerle ödeme sistemlerinde yenilikçi çözümler sunarak Türkiye'nin dijital dönüşümüne katkıda bulunuyor.

PayPorter olarak Türkiye'deki dijital ödeme sistemleri alanında öncü bir konuma sahibiz. Kolay, hızlı ve güvenli ödeme deneyimi sunarak müşterilerimize işlemlerini rahatlıkla gerçekleştirme imkânı sağlıyoruz. Şirketimizin geliştirdiği teknolojiler, ödeme sistemlerinde yenilikçi çözümler sunarak Türkiye'nin dijital dönüşümüne katkıda bulunuyor.

2023 yılı da dijitalleşme adına dolu dolu bir yıldır. Yurt dışına para gönderme hizmetine mobil olarak ulaşılabilen uygulamamız **kuiqpara**'nın, müşteri taleplerine en doğru şekilde yaklaşabilmesi için çok çalıştık. **MetropolCard** ve **İstanbulKart** ile beraber yaptığımız çalışmalarla kullanıcılarımıza **kuiqpara**'yı kullanabilecek yeni alanlar açtık.

Bunların dışında uygulama içi fonksiyonlarımızı daha kullanıcı dostu hale getirdik. Bu konuda yaptığımız çalışmalarla beraber **kuiqpara**'daki kullanıcı sayımızı ciddi miktarda artırdık. **kuiqpara** dijital cüzdan uygulamamız sayesinde kullanıcılarımız evlerinden çıkmadan 7/24 dünyanın her yerine isme, banka hesaplarına ve mobil cüzdanlara para gönderebiliyor. **kuiqpos** Sanal POS ürünümüzle her türlü işletme, kredi kartı ve banka kartlarından ürün ve hizmet bedellerini tahsil edebiliyor.

YENİ TEKNOLOJİLERE YATIRIM

Ana iş kolumuz olan uluslararası para transferi alanında sektörde önemli farklar yarattığımız gibi, teknolojik altyapımızla sektörün diğer katılımcılarına da katkılar sunuyoruz.

Öncelikle yurt dışındaki muhabirlerimizle yaptığımız teknolojik entegrasyon sayesinde tüm dünyaya anında para gönderip alabiliyoruz. Üstelik yaptığımız bu teknolojik yatırımımızı para transferi lisansına sahip olup da bu teknolojiye ve bağlantılara sahip olmayan diğer ödeme kuruluşları ve bankalara kullanıyoruz. Bir başka deyişle **Swift** ve **Kart Şemalarının** geleneksel ve monolitik olan altyapılarına çoklu alternatifler sunuyoruz.

Kritik rakamlar

% 43,2 Toplam işlem adedi içindeki payı 2022 yılında yüzde 8,3 olan dijital para transfer adedimizi, 2023 yılında yaptığımız yatırımlar, yeni entegrasyonlar ve müşteriler sayesinde yüzde 43,2'ye yükselttik.

185 Bugün yaygın muhabir ağıımız aracılığıyla 185 ülkeyle para transferi hizmetlerimizi sürdürüyoruz.

3 KAT ARTIŞ 2021 yılında başlayıp 2022 yılında süreçlerini oturttuğumuz **RippleNet** iş birliğimizin meyvelerini 2023'te toplamaya başladık. Türkiye'de mevzuata tamamen uygun olarak **RippleNet**'in **blockchain**'i üzerinden yurt dışına para transferi yapan ilk ve tek ödeme kuruluşu olarak bu kanal üzerinden yeni ülkeleri de devreye alarak işlem hacmimizi üç kat artırdık.



Halen ülkemizdeki üç Elektronik Para şirketi yurt dışı para transferlerini PayPorter API Hizmetleri sayesinde yapıyor. Hedefimiz, geniş ve güçlü muhabir ağıımızı başarısı kanıtlanmış teknolojik altyapımızla daha fazla ödeme kuruluşuna sunmak ve böylece pazara giriş bariyerinin görece yüksek olduğu bu alanda diğer şirketlerimiz için kolaylaştırıcı bir rol olarak kazan-kazan fırsatları yaratmak.

Dijital teknolojiye yatırımlarımız sonucunda ortaya çıkardığımız ve faaliyete geçirdiğimiz dijital cüzdan uygulamamız olan kuikpara, kullanıcılarımıza 7/24 dijital transfer olanağı sağlıyor. Bu uygulama sayesinde, müşterilerimiz örneğin Avrupa Birliği içindeki herhangi bir banka hesabına 7/24 evinin konforunda doğrudan euro transfer edebiliyor. Üstelik transfer edilen para sadece dakikalar içinde hiçbir masraf kesintisi olmadan alıcının hesabına geçiyor.

YAPAY ZEKA YAKLAŞIMIMIZ

Yapay zekayı iş hayatının her alanındaki süreçleri kolaylaştıracak bir araç olarak değerlendirmeyi düşündük ve bu yönde çalışmalar yapmaya başladık. Yapay zeka kapsamında şu anda devam eden

Sanal Asistan Ar-Ge projemiz bulunuyor. Kurumsal firmalarda çalışanların hayatlarını kolaylaştıracak bir araç tasarlıyoruz. Hedefimiz 2024 sonunda bunu hem PayPorter içinde hem de teknoloji firmamız CommitUp üzerinden diğer tüm orta ve büyük ölçekli firmalarda kullanıma sunabilmek olacak.

Bu projemize ek olarak yapay zeka ile temsilciliklerimizde ve şubelerimizde bulunması gereken nakdi önceden tahmin edebilecek bir algoritma tasarladık. Bu, 2023 yılında tamamladığımız ve hayata geçirdiğimiz yapay zekaya yönelik önemli projelerimizden biri oldu.

**“DİJİTAL TEKNOLOJİYE
YATIRIMLARIMIZ SONUCUNDA
ORTAYA ÇIKARDIĞIMIZ VE
FAALİYETE GEÇİRDİĞİMİZ DİJİTAL
CÜZDAN UYGULAMAMIZ OLAN
KUIKPARA, KULLANICILARIMIZA
7/24 DİJİTAL TRANSFER OLANAĞI
SAĞLIYOR. “**

serenurkuburcan

Dijitalleşmede 3 önceliğimiz

DİJİTALLEŞME DEVRİMİ Dijitalleşme geleneksel yöntemlerin dijital ortamlara taşınması ve mevcut sürecin iyileştirilmesi değil, ters yüz edilmesi, baştan tasarlanması demektir. O nedenle somut süreçler veya ürünlerden çok, dijitalleşme devrimini sürekli kılacak ilkelere önem verilmesi gerektiğini düşünüyorum.

STRATEJİK HEDEFLERİN BELİRLENMESİ İLK ÖNCELİĞİMİZ Çünkü genel geçer tüm sektörleri ve süreçleri kapsayan bir dijitalleşme stratejisi olamaz. Her sektör kendi stratejisini ve stratejik hedeflerini öncelikle belirlemelidir. Bunu da her sene gözden geçirmek gerekir.

ÇALIŞANLARIN DİJİTAL YETENEKLERİNİN GELİŞTİRİLMESİ İKİNCİ ÖNCELİĞİMİZ Dijitalleşme insansız süreçler anlamına gelmez. Aksine farklı nitelikleri ve uzmanlıkları olan çalışanlara ihtiyacımız olacak. Mevcut deneyimli çalışanlarımızı geliştirmek şirketimizde de önemli katma değerler sağlayacaktır.

MÜŞTERİ DENEYİMİNİN İYİLEŞTİRİLMESİ BİR DİĞER ÖNCELİĞİMİZ Nihayetinde dijitalleşmenin ana nedeni şirketimizin ürün ve hizmetlerini nihai kullanıcının cebine kadar indirmek olduğu için tüm süreci bu nihai hedefin en iyi müşteri memnuniyetiyle tamamlanmasını sağlamalıyız.

“Dijitalleşmenin öncülerinden olmaya devam edeceğiz”

Dijitalleşmeye öncülük eden internet platformlarını bünyesinde bulunduran iLab, 2023'te yapay zeka yatırımlarını artırarak özellikle üretken yapay zeka uygulamalarını odağına aldı. **iLab Kurucu ve Yönetici Ortağı Mustafa E. Say**, “iLab olarak yapay zeka teknolojilerini büyük bir fırsat ve iş modellerimizin devamlılığı için hayati öneme sahip görüyoruz. Dolayısıyla hem yapay zeka teknolojilerine hem de bu alanda çalışan yeteneklere ciddi yatırım yapıyoruz” diye kaydediyor.

Kendi alanlarında dijitalleşmeye öncülük eden markalardan oluşan bir internet şirketleri grubuyuz. iLab olarak yatırımlarımıza 2000 yılında başladık. Ne mutlu bize ki o günden bu yana Türkiye'nin dijital dönüşümüne önemli katkılarda bulduk ve çoğu dikeyde lider konumuna geldik.

2023 ana iş modellerimizi yenilikçi teknolojilerle zenginleştirmenin yanı sıra yeni ürün ve hizmetlerle alt sektörlere doğru genişlediğimiz bir sene oldu. Özellikle üretken yapay zeka alanına odaklanarak yatırımlarımızı artırdık. Diğer yandan veri ve ileri analitik çözümlerle kullanıcı davranışını ve tercihlerini daha derinlemesine incelediğimiz bir sene oldu.

EŞSİZ PLATFORMLAR

iLab markaları, kullanıcılara aradıkları ürün ve hizmetlere ulaşmalarını sağlayacak açık, doğrudan, kolay ulaşılabilir ve şeffaf bilgiler sunuyor. Veri ve yenilikçi teknolojilere yaptığımız yatırımlarla bulduğumuz dikeylerdeki süreçleri uçtan uca dijitalleşiren çözümler sunuyoruz.

Türkiye'nin en büyük online istihdam platformu olarak yılda 1,6 milyondan fazla kişinin yeni işini bulmasına aracılık eden Kariyer.net, doğru



adaya doğru işle buluşturulmasını sağlayarak ülkemizdeki istihdamı desteklemeye devam ediyor. Diğer yandan ülkemizin bilişim ve teknoloji ekosisteminde ciddi yetenek açığı var. Kariyer.net'in teknoloji yeteneği platformu olan Techcareer.net sadece bu alana odaklanarak buradaki ihtiyaçlara yanıt veriyor. Ara eleman sorunu için de Kariyer.net'in bir diğer kurum içi girişimi, lokasyon bazlı mavi yaka iş ve çalışan arama özelliğine sahip Türkiye'deki ilk uygulama olan İşin Olsun yenilikçi çözümler geliştiriyor.

SİGORTA VE FINANS ÇÖZÜMLERİ

Sigorta gibi karmaşık bir sektörü dijitalleşiren Sigortam.net, Türkiye'nin ilk ve lider platformu olarak sigorta şirketleriyle dolaysız entegrasyon yoluyla çok hızlı poliçe üretebiliyor. Yapay zeka teknolojilerinden yararlanarak tüm bu teklifleri birbiriyle karşılaştırma imkanı sunmakla ya da teklifleri ucuzdan pahalıya sıralamakla kalmıyor, aynı zamanda düşük fiyatlı, geniş kapsamlı ve fiyat-performans dengesi açısından öne çıkan poliçe tekliflerini üçlü bir gösterimle şeffaflıkla sunuyor.

Tüketicilerin en güvenilir finansal asistanı olma vizyonu ile çalışan HangiKredi buna yönelik geliştirdiği bankacılık ürünleri ile sektörde ciddi fark yaratmış durumda. 25'ten fazla bankanın 100'e yakın teklifinin kolayca karşılaştırıldığı ve güvenle başvuru yapılabildiği HangiKredi, “HangiKredi Finansal Raporu” ile de kullanıcılara finansal durumlarıyla ilgili detaylı analiz sunuyor. 2024'te HangiPara iştirakimiz ile açık bankacılık

çözümleri ve çeşitli ödeme hizmetlerini de sunmaya başlayacağız.

EKOSİSTEMİ DİJİTALLEŞTİRİYOR

Türkiye'nin otomobil dikeyinde kurulan ilk ikinci el araç ilan platformu olan arabam.com'un bugünkü başarısının ardında bir ilan sitesi olmanın ötesine geçerek yeni iş modelleriyle ikinci el araç ekosistemini dijitalleştiriyor. arabam.com sektörteki ihtiyaçlara tek elden yanıt veren bir platform, bu yönüyle de başlı başına fark yaratıyor. Aracını ikinci elde hızlı satmak isteyenlere yönelik araç alım sistemi Trink sat! ile lider konumda olan şirketimiz, yapay zeka ve büyük veri analizlerini kullanan fiyat algoritması Arabam Kaç Para? ile tüketicilerin fiyatlara şeffaflıkla erişmesini sağlıyor. arabam garaj, arabam.com oto ekspertiz ve arabam tedarik ise 360° hizmeti tamamlayan diğer yan çözümlerimiz.

YENİLİKÇİ TEKNOLOJİLERE YATIRIM

Dünyanın en büyük karşılaştırma platformları arasında yer alan Cimri, satıcılar için öncelikli kanal olmanın yanı sıra Türk tüketicileri için eşsiz bir referans platformu. Bugün fiyat karşılaştırma sitesi olmanın ötesine geçerek bir teknoloji platformu haline gelen Cimri, Cimri Markette projesi ile tüketicilerin artık sadece online değil mahalle marketlerinin de fiyat ve indirimlerine ulaşmasını sağlıyor.

Gelişmiş listeleme özellikleri, yapay zeka destekli gayrimenkul değerlendirme ve emlak uzmanlığı gibi dijital çözümleri ile Emlakjet, gayrimenkul sektöründe uçtan uca inovatif çözümler sunuyor.

Sektörde ilk olarak lansmanı yapılan Jet Fırsatlar özelliği ile avantajlı fiyatlı ilanları çok hızlı bir şekilde kullanıcılara sunuyor. Jethat ve Jettaşın gibi hizmetleri de bulunan şirketimiz, Arsa Dünyası lansmanı ile kullanıcılara çok yönlü çözüm sağlama vizyonunda ciddi bir adım attı.

Endeksa ise yapay zeka, büyük veri analizi ve makine öğrenimi yöntemlerini kullanarak; gayrimenkul değer hesabı, lokasyon veri analizi ve öngörülerini sunuyor. Endeksa sağladığı bağımsız ve güncel bilgilerle gayrimenkul sektöründe bir referans noktası haline gelmiş durumda.

Kullanıcılara 23.000'den fazla tesis arasından fiyat karşılaştırma ve birçok çevrimiçi seyahat acentesi teklifine erişme olanağı sağlayan Neredekal, E-Seyahat alanında yenilikçi bir tatil planlama ve karşılaştırma sitesi konumunda.

Önceliklerimiz

SÜRDÜRÜLEBİLİR BÜYÜME: Bünyemizdeki mevcut platformlarımıza yaptığımız yatırımların yanı sıra portföyümüzü tamamlayıcı yeni yatırımlar ile büyümeye devam edeceğiz.

YENİLİKÇİ TEKNOLOJİLER: Yapay zekanın sunduğu yeni olanaklardan en doğru ve hızlı şekilde faydalanmamız gerekiyor. Bunun için de dijitalleşmeye ivme kazandıracak inovasyon ve yapay zeka odaklı çözümlerin tüm iş modellerimize entegrasyonunu sağlamak önümüzdeki birkaç senenin ana odağı olacak.

YAPAY ZEKA YAKLAŞIMIMIZ

Son 25 yılda dijital araçlar birbirimizle ve dünyayla etkileşime girme biçimlerimizi değiştirdi, değiştirmeye de büyük bir hızla devam ediyor. Yapay zekanın son yıllardaki hızlı yükselişi ile dijitalleşmede yeni bir dönüm noktasına geldik. Bu gelişmeler uzun vadeli planlarımızı tekrar gözden geçirmemizi zorunlu kıldı.

iLab olarak yapay zeka teknolojilerini büyük bir fırsat ve iş modellerimizin devamlılığı için hayati öneme sahip olarak görüyoruz. Dolayısıyla hem yapay zeka teknolojilerine hem de bu alanda çalışan yeteneklere ciddi yatırım yapıyoruz. Bu yatırımlarımızı önümüzdeki senelerde artırarak sürdüreceğiz.

ULUSLARARASI FON

Yapay zeka teknolojilerinin kullanıcılar üzerindeki etkileri neler olacak ve bu teknolojiler bizim platformlarımıza nasıl katkı sağlayacak konuları gündemimizde daha fazla yer alacak. Bu doğrultuda proaktif bir yaklaşım benimseyerek, bu teknolojileri kendi bünyemizde geliştirmeyi ve kullanıcı deneyimini merkeze alan ürünler sunmayı önceliklendireceğiz.

Ayrıca, 2024'te yapay zeka odağında çalışan erken aşama start-up'lar için uluslararası bir fon oluşturmayı planlıyoruz. Radarımızda global ölçekte rekabet edebilecek teknolojileri geliştirebilen yüksek potansiyelli girişimler olacak. Bunun yanı sıra bu alanda çalışan yeteneklere de destek olarak onlara daha fazla imkân sağlamayı hedefliyoruz.

“HEM AI
TEKNOLOJİLERİNE
HEM DE BU
ALANDA ÇALIŞAN
YETENEKLERE CİDDİ
YATIRIM YAPIYORUZ.
BU YATIRIMLARIMIZI
ÖNÜMÜZDEKİ
SENELERDE
ARTIRARAK
SÜRDÜRECEĞİZ.”

iLab

arabam.com'un 3 önceliği

arabam.com, otomotiv sektöründe dijitalleşmenin öncülerinden... Hedefleri arasında 2024 yılında da liderliklerini, güçlendirerek korumak yer alıyor. Bu kapsamda "yapay zeka, dijital dönüşüm ve sürdürülebilir büyüme" konuları şirketin öncelik listesinde yer alacak.

Günümüzde, hızla dijitalleşen dünya düzeninde bu yönde yatırım yapmayan şirketlerin ayakta kalabilmesi çok zor. Teknolojiye en fazla yatırımı yapan şirketler rekabette öne çıkıyor.

Otomotiv sektöründe dijitalleşmenin öncü markalarından biri olarak biz de müşteriye dokunan her alana katma değer katıyoruz. Dijitalleşmenin sunduğu olanaklar sayesinde sektörümüzde müşteri odaklı, akıllı iş modellerini uygulayabilir hale geldik. Her geçen gün kullanıcı deneyimi için yeni hizmetler sunarken, var olan hizmetlerimizi dijitalleşme odağında geliştirmeyi sürdürüyoruz.



“OTOMOTİV TİCARET VE HİZMETLERİNİN LİDER, YENİLİKÇİ VE EN GÜVENİLİR TEKNOLOJİ PLATFORMU OLMA MİSYONUyla HİZMET VERİYORUZ. BU DOĞRULTUDA YENİ NESİL TEKNOLOJİLERİ, YAPAY ZEKÂ ÇÖZÜMLERİNİ VE GELİŞMİŞ ANALİTİK UYGULAMALARI KULLANARAK, KULLANICI DENEYİMİNİ MÜKEMMELLEŞTİRMEYE ODAKLANIYORUZ.”



DİJİTAL DÖNÜŞÜM HIZLANACAK

Dijital teknolojilerin sağladığı verimlilik, zamandan tasarruf, maliyet gibi kolaylık ve avantajlar, şirketlerin dijital dönüşüme önem vermesini, bu alana yatırım yapmasını zorunlu kılıyor. Dijitalleşme aynı zamanda tüketiciler tarafından da destekleniyor, ilgi görüyor.

Önümüzdeki dönemde artan dijitalleşme ve teknoloji ile yeni iş modelleri üzerine daha çok yoğunlaşan bir Türkiye göreceğimizi söyleyebilirim. Bir teknoloji şirketi olarak kullanıcı deneyimini mükemmelleştirmek için yaptığımız analizler doğrultusunda gerekli tüm çözümlere yatırımlarımızı sürdürüyor, bu konuda sektöre öncülük ediyoruz.

Teknolojik gelişmeleri yakından takip ediyor, bunları kullanarak ürün ve hizmetlerimizi

geliştiriyoruz. Tüketicileri dijital ortamda otomobil satın almayı teşvik eden hizmetlerle buluşturmaya bundan sonra da devam edeceğiz.

MÜŞTERİYİ ANLAMAK ÖNEMLİ

Otomotiv sektöründe dijitalleşmenin öncü markalarından biri olarak müşteriye dokunan her alana dijitalleşme ile değer katıyoruz. Teknolojinin her geçen gün kendini yenilediği dünyamızda dijital pazarlama sektörünün gelişmesiyle birlikte otomobil satışları online yürütülmeye başlandı. Biz de tüketici davranışlarındaki değişimi sürekli takip edip yenilikçi çözümler sunuyoruz. Dolayısıyla çok daha dijital ve şeffaf bir döneme giriş yapıyoruz.

Bu değişimle birlikte müşterilerin hayatını kolaylaştıracak, dijital alışveriş beklentisine biz de Trink sat! hizmetimizle karşılık verdik. Tüketiciler bu sayede araçlarını dakikalar içerisinde zahmetsizce satabiliyor. Arabam Kaç Para? hizmetimiz ile tüketicilere merak ettikleri araçlar için doğru fiyatlama sunarken arabam garaj ile otomobillere dair birçok hizmeti tek çatı altında sunduğumuz çalışmalarımız bulunuyor.

2024 YILI AJANDASI

Yapay zekâ, dijital dönüşüm ve sürdürülebilir büyümeyi, 2024 yılının 3 önceliği olarak belirledim. Yapay zekâ, rekabet avantajı elde etmek ve sektörde lider konuma gelmek için yeni yollar açıyor.

Rekabet avantajı yaratmak isteyen şirketlerin bu konuyu önceliklendirmesi gerekiyor. Bunun için dijital dönüşümü de kullanarak iş yapış biçimlerimizi ve şirket kültürümüzü bu yönde geliştiriyoruz. Uzun vadeli büyüme stratejilerimizle de sürdürülebilir iş modelleri üzerine çalışıyoruz.

arabam.com'un 3 farkı

1 SUPER APP Alanının lider internet platformlarını bünyesinde bulunduran iLab grubu vizyonu ile arabam.com, otomotiv dünyasının super app'i konumunda. Araç alım satımdan, tüm otomotiv hizmetlerine ve oto ekspertize kadar bütün ihtiyaç alanlarında kullanıcılar için uçtan uca dijital olarak çözümler sunabilen sektördeki tek oyuncuuz.

2 YAPAY ZEKÂ Ar-Ge merkezi olarak kullanıcının hayatını kolaylaştıracak yeni teknolojiler üreten bir teknoloji şirketi ve sektöre en çok yenilik getiren dijital otomotiv platformuyuz. 2023 mayıs ayında Bakanlık tarafından Ar-Ge belge iznimizi de aldık. Yapay zekâ odaklı çok sayıda proje üzerinde çalışıyoruz. Hizmet verdiğimiz sektörlere öncülük ederek Türkiye'de daha önce geliştirilmemiş yapay zekâ çözümleri üretiyoruz.

3 YENİ HİZMETLER Yılsonunda mobil uygulamamızın içerisinde yer alan “arabam garaj” hizmetimiz ile aracının bilgilerini arabam garaj'a ekleyen ve anlık piyasa değerini takip eden kullanıcı sayısı 1 milyonu geçti. Dijital araç fiyatlama algoritması gibi pek çok destekleyici teknolojiyi de kendi ekibimizle üretiyoruz. “Arabam Kaç Para?” hizmetimiz ile kullanıcılar merak ettikleri araçların ortalama piyasa değerini öğrenebiliyor. “Arabam Kaç Para?” üzerinden 2023 yılında 31 milyonu aşkın sorgu gerçekleştirildi.

“E-ticaretin çözüm şirketiyiz”

E-ticaret, Covid sonrasında da büyüme temposunu devam ettiriyor. Online ticaret alanına girmek isteyen şirketlerin çözüm ortaklarından birisi de Keyo Dijital. **Şirketin CEO'su Mustafa Kemal Sözkese**, “Her ay 70-80 şirketi online ticarete açıyoruz. Hedefimiz süper şirket olmak” diyor.

Pandemi sonrası, dijitalleşme alanında pek çok şirket için önemli bir dönüm noktası olmuştu. Aynı hızla 2023 yılı da ve bizim şirketimiz için aynı hızla dijitalleşerek geçti. Bu dönemde çok önemli gelişmeler yaşandı.

Biz bilindiği üzere Türkiye'nin en büyük e-ticaret alt yapı kurulum firmasıyız. 2023 yılında çalıştığımız e- ticaret alt yapılarının yapay zekayı desteklemeye başlaması sayesinde bizimde hizmet verme süreçlerimiz yapay zekaya uyum sağlamaya başladı.



Veri güvenliği ve KVKK kapsamı dijital dönüşümle beraber her geçen gün daha çok önem kazanmaya başladı. Biz geçtiğimiz yıl veri güvenliğini şirketimiz olarak en üst seviyeye çıkarttık. Bizden hizmet alan müşterilerimizin tüm dataları süreç itibarı ile bize açılıyor ve bu bizim için çok ciddi bir sorumluluk demek oluyor. Şirket içi ve dışı tüm güvenlik protokollerimizi geliştirdik. Ayrıca bu konuda düzenli danışmanlıklar almaya başladık.

Mobil uygulama entegrasyonlarımızın sayısını çok arttırdık. Mobil telefonların kullanımlarının artmasıyla beraber, e-ticaret sitelerinin mobil üzerinden girişlerin oranı web üzerinden girişlerin üzerine çıkmaya başladı. Bu sebeple müşterilerimize mobil uygulama üzerinden hizmet verebilmeleri için kurulumlar yaptık ve bunu yapay zeka ile destekleyerek devam edeceğiz.

YENİ DÖNEM PROJELER

Biz dijitalleşme sayesinde müşterilerimizin e-ticaret sitelerini çok daha hızlı ve çok daha hatasız kurmaya başladık. Küçük çapta yapay zeka modülleri kullanmaya başladık. Örnek verecek olursak, örneğin bir şirketin binlerce ürününü e-ticaret sitesine giriyoruz ve bunları pazar yerleri ile entegre ediyoruz. Bu ürünlerin bilgilerinin hatasız olması, görsellerinin sorunsuz görünmesi, barkodlarının ya da stok kodlarının başka ürünler ile çakışmamasını sağlamamız gerekiyor. Geçtiğimiz zamanlarda

bu süreçlerde manuel olarak verdiğimiz hizmetleri yavaş yavaş dijital bir şekilde yapmaya başladık. Böylece hem zaman kazanıyoruz hem de hata oranını çok azaltıyoruz. Bu bizim yarattığımız en büyük farklardan biri diyebiliriz. Bu kadar çok tercih edilmemizde de zamanın çok önemi var, bunu da dijitalleşme sayesinde yapabiliyoruz.

YAPAY ZEKÂ YAKLAŞIMIMIZ

Yapay zeka, 2023 yılı itibarı ile şirketimiz için çok önemli bir yer alıyor ve bu alanda izlediğimiz yaklaşım; hem iş süreçlerimizi optimize etmek hem de müşteri deneyimini geliştirmek üzerine kuracağız.

Biz aslında bir teknolojiye hizmet eden şirketiz. Emek yoğun bir iş yapıyoruz. Bir şirketin ürünlerinin siteme girilmesi, görsellerinin hazırlanması, pazaryeri entegrasyonları, kategori ağaçlarının oluşturulması, muhasebe entegrasyonları gibi daha bir çok hizmeti veriyoruz. Bu hizmetlerin büyük bir kısmını yapay zeka ile otomasyon haline getirmek istiyoruz.

Böylece kişilere bağımlı bir hizmetten çıkmak, hata oranını azaltmak istiyoruz. Ek olarak bu şirket için geliştireceğimiz yapay zeka tabanlı kurulum yazılımını kısa süre sonra kullanıcılara ürün olarak da satmayı hedefliyoruz.

Türkiye'nin önde gelen danışmanları ve yapay zeka şirketi ile bu konu üzerinde 6 aydır çalışmaya başladık.

ŞİRKETLERİ ONLINE'A TAŞIYORUZ

Biz aslında online ticaretin tam ortasındayız. Bu soru bizim için çok doğru olmayabilir. Biz Keyo Dijital Çözümler olarak şirketini online'a taşımak isteyen şirketler için varolan bir şirketiz.

Ulaştığımız düzey, Türkiye'nin en büyük kapasiteli kurulum şirketiyiz. Biz kendi grup şirketlerimizden olan Medipera Sağlık AŞ'nin de ihtiyaçlarından doğan bir şirketiz. Ayda yaklaşık 70-80 arası yeni şirketi online ticarete açıyoruz. Bunların içinde dünya devlerinden, çok küçük işletmelere kadar binlerce şirket var.

Keyo olarak hedefimiz e-ticaret alanına hizmet veren bir süper şirket olmak. Online ticaret yapmak isteyenlerin tüm ihtiyaçlarını

tek şirket olarak çözmek istiyoruz. Bunların içinde ürünün görsellerinin çekilmesinden, pazaryeri entegrasyonlarına, ödeme sistemleri anlaşmalarından, kargo süreçlerine kadar tüm ihtiyaçlarını sadece Keyo üzerinden çözmelerini hedefliyoruz. Yaklaşık 3-4 yıl içinde hedeflerimize ulaşacağımızı düşünüyoruz.

"Online ticaret yapmak isteyenlerin tüm ihtiyaçlarını tek şirket olarak çözmek istiyoruz. Bunların içinde ürünün görsellerinin çekilmesinden, pazaryeri entegrasyonlarına, ödeme sistemleri anlaşmalarından, kargo süreçlerine kadar tüm ihtiyaçlarını sadece Keyo üzerinden çözmelerini hedefliyoruz."

Yeni dönem hedeflerimiz

- 1. MÜŞTERİ ODAKLILIK:** Müşteri ihtiyaçlarını ve beklentileri doğrultusunda dijital çözümler geliştirmek. Kullanıcı deneyimini sürekli iyileştirmek ve özel hizmetler sunmak. Geri bildirimlere eskisinden çok çok daha önem vermek ve iş önceliğinde en ön sıralara koymak
- 2. TEKNOLOJİ ALTYAPISI:** Şirketimizin teknolojik altyapısını sürekli güncel tutmak ve yeni gelişmeleri anında uyarlamak. İş süreçlerinde yapay zeka çözümlerini entegre ederek verimliliği arttırmak, böylece zamandan kazanıp, hata oranlarını en aza indirmek.
- 3. SÜRDÜRÜLEBİLİR BÜYÜME:** Şirketlerin ve girişimlerin maalesef sürdürülebilir büyüme gibi bir stratejisi yok. Hep en iyi senaryoyu hesaplayarak çok fazla olumlu yapıyoruz hedeflerimizde. Oysa Türkiye gibi gelişen ve kırılabilir ekonomi ve gündemi olan ülkelerde bu olumlu senaryolar istediğimiz gibi olmayabiliyor. Bu sebeple sürdürülebilir kar / zarar hesabını iyi bir şekilde yapıp ayakta ve hayatta kalıp hizmetlerimizi uzun yıllar boyunca vermeye çalışmalıyız.
- 4. EĞİTİM:** Çalışan ekiplerimizin dijital becerilerini geliştirmek için şirketler olarak elimizden geleni fazlasıyla yapmalı ve insana yatırımı çok önemsemeliyiz. Yenilikçi fikirler ve sürekli öğrenme kültürünü her zaman önemsemeliyiz.

Dijital medyada yapay zeka devrimi

Yapay Zeka, reklam ve pazarlama dünyasında birçok sorunu çözmeye yardımcı oluyor. Adin.Ai Yapay Zeka tabanlı, Blockchain ile güçlendirilmiş yapısı ile bu sorunları çözen bir reklam zekası teknolojisi. **Adin.Ai Kurucusu Serhat Gürcü**, Adin.Ai'nin çözdüğü en temel problemleri, "Şeffaflık, verimlilik ve etki" olarak kaydediyor.

Adin.Ai'nin ilk etkisi 'şeffaflık sağlaması. Bugün pek çok araştırma 800 Milyar dolarlık dünya dijital reklam yatırımlarının ortalama yüzde 60 kadarının araçlar, verimsizlik ve şeffaflık eksikliği nedeniyle hedefine ulaşmadığını göstermektedir. Yani 100 TL reklam bütçeniz var ama aslında siz 40' TL'lik reklam satın alıyorsunuz. Peki bu rakam 40 değil 100 TL olsa ne değişirdi? En az 2.5 kat daha fazla reklam yapmış olursunuz, iş sonuçlarınız bundan pozitif etkilenirdi.

Adin.Ai AI tabanlı, Blockchain ile güçlendirilmiş yapısı ile bu sorunları çözen bir reklam zekası teknolojisidir.

ŞİRKETE VERİMLİLİK SAĞLIYOR

Dijital devrimle birlikte kararların veri odaklı alınacağı, daha hızlı ve verimli hareket edileceği



öngörüliyorduk ama böyle olmadı. Ajanslardaki insanları düşünelim, gecelere kadar çalışmaya devam ediyor bu insanlar ve işler hala yetişmiyor. Çalışanların durumu bu iken ajansların kâr marjları da erime içerisinde. Özellikle medya ajanslarında. Oysa medya, yapay zeka katkısına en açık işlerden birisi. Eğer medya konusunda eğitilmiş yapay zeka asistanınız olsaydı, örneğin 1 hafta süren bir medya planlama çalışmasını birkaç dakikada gerçekleştirebilirsiniz.

Bu örneği özellikle seçtim çünkü Adin.ai şu anda bunu yapabiliyor. Dakikalar içerisinde planlıyor, satın alıyor ve

optimize ediyor. Size de daha stratejik konular hakkında düşünmek, araştırmalar yapmak, hedef kitleyi anlamak ve yön vermek gibi konular için zaman kalıyor.



ASLINDA BİR SÜRE BOOTSTRAP YAPARAK İLERLEDİK FAKAT TÜRKİYE İŞ BANKASI YAPAY ZEKA FABRİKASI İLE İŞBİRLİĞİ FIRSATI ÇIKINCA DEĞERLENDİRMEK İSTEDİK VE ÇOK DA MUTLUYUZ. İLK YATIRIMCIMIZ İŞ BANKASI OLMUŞ OLDU BÖYLECE. ADİN PAZARDA ÖNEMLİ BİR BOŞLUĞU DOLDURDUĞU İÇİN HIZLI BÜYÜYOR VE YAKINDA BİR YATIRIM TURUNA ÇIKACAK.

Pazarlama dünyasını nasıl etkileyecek?

HEDEFLERİ DOĞRULUĞU: AI, tüketici davranışları ve tercihleri hakkında derinlemesine öğrenme yeteneğiyle, reklam kampanyalarının daha doğru hedeflenmesini sağlar. Bu, reklamların ilgili kitlelere ulaşmasını ve dönüşüm oranlarını artırmasını sağlar.

KİŞİSELLEŞTİRME: Müşterilere kişiselleştirilmiş deneyimler sunarak, markaların müşteri sadakatini ve angajmanını artırmalarına olanak tanır.

BÜTÇE OPTİMİZASYONU: AI, reklam bütçesini en etkili şekilde kullanarak, yatırım getirisini (ROI) artırır. Düşük performans gösteren reklam kampanyalarından yüksek performanslı olanlara kaynak aktarımını otomatize edebilir.

VERİ ANALİZİ: Büyük veri setlerini analiz ederek, pazarlama kampanyalarının etkinliğini artıracak içgörüler sunar. Veri yorumlama süreçlerini hızlandırır ve karar verme süreçlerini geliştirir.

OTOMASYON: Rutin ve tekrarlanan görevleri otomatize ederek, pazarlama ekiplerinin daha stratejik işlere odaklanmalarını sağlar.

PERFORMANS ÖLÇÜMLEME: Gerçek zamanlı performans izleme ve kampanya ayarlamaları ile pazarlama çabalarını sürekli olarak geliştirme imkanı sunar.

DİNAMİK İÇERİK OLUŞTURMA: AI, reklamları ve içerikleri otomatik olarak oluşturup test edebilir, bu da yaratıcı süreçleri hızlandırır ve içerik çeşitliliğini artırır.

ŞEFFAFLIK VE UYUM: Tüketicilerin gizlilik beklentilerine ve düzenleyici gereksinimlere AI destekli çözümlerle uyum sağlar.

MÜŞTERİ YOLCULUĞU ANALİZİ: Müşteri yolculuğunun her noktasında etkileşimleri anlayarak, müşteri deneyimini iyileştirir.

TREND TAHMİNİ: Pazar trendlerini ve tüketici davranışlarındaki değişiklikleri önceden tahmin ederek, pazarlama stratejilerinin proaktif bir şekilde ayarlanmasını sağlar.

SONUÇLARA YANSIYAN ETKİ

Adin.ai'nin kalbinde üretken yapay zeka teknolojisinden gücünü alan bir skorlama algoritması var. Bu algoritma 3 senede gelişti. Geçmiş tüm kampanyalarınızı, sektörünüzü, paternleri, mecraları, makro faktörleri ve yüzlerce farklı faktörü hesaplıyor ve en iyi sonuca göre hem planlama hem optimizasyon yapıyor. Bu da sonuçlara doğrudan yansıyor.

Örneğin, finans sektöründeki bir müşterimizin kart başvuru maliyetleri yüzde 64 azalırken, bir teknoloji şirketi müşterimizin "reklam hatırlanması" yüzde 52 arttı. Ya da farklı bir sektör, bir perakende müşterimizin yeni başvuru alma maliyeti yüzde 36 düştü. Bunun gibi çok sayıda örneği sektörümüzle paylaşmak için sabırsızlanıyoruz.

YAPAY ZEKADAN KORKMALI MIYIZ?

Aslında bu sorunun yanıtını tam olarak kimse bilmiyor. Hatta AI derken bile herkes başka bir şey kastediyor. Kişisel fikrim, eğer tekrarlanabilir görevler ve otomasyona uygun işler yapıyorsanız evet yakın gelecek için tedirgin olmak için çok sebep var gibi gözüküyor.

Fakat daha entelektüel, stratejik ya da ilişki yönetiminin içerisinde bir işiniz varsa AI asistanlarına zihin olarak açık olmanız sizi çok daha değerli yapabilir gibi gözüküyor.



%65

DÜNYA REKLAM YATIRIMLARININ BÜYÜKLÜĞÜ TOPLAM 900 MİLYAR DOLAR. TÜRKİYE'DE TAHMİNEN 3.5 MİLYAR DOLAR CİVARINDA. DİJİTALİN PAYI YÜZDE 65 SEVİYELERİNDE.

%64

YARATTIĞIMIZ ETKİNİN ÖRNEKLERİNDEN, FINANS SEKTÖRÜNDEKİ BİR MÜŞTERİMİZİN KART BAŞVURU MALİYETLERİ YÜZDE 64 AZALIRKEN, BİR TEKNOLOJİ ŞİRKETİ MÜŞTERİMİZİN REKLAM HATIRLANMASI YÜZDE 52 ARTTI.

%36

ADIN.AI KULLANAN BİR PERAKENDE MÜŞTERİMİZİN YENİ BAŞVURU ALMA MALİYETİ YÜZDE 36 DÜŞTÜ.

“Akıllı lastiklerin öncüsüyüz”

Prometeon, “en iyi lastik ve çözümlerini üretmek” sloganıyla sektörde fark yaratan şirketlerden... **Türkiye, AFME, Rusya ve CIS CEO’su Gökçe Şenocak**, bu vizyonla 1 milyon 850 bin adet üretime ulaştıklarını, yüzde 50’sini de ihraç ettiklerini söylüyor ve ekliyor: “Pazar payımızı 5 yılda 4 puan artırarak yüzde 25’e ulaştık. Her 4 lastikten 1’i Prometeon tarafından üretiliyor.”

Dünya hızlı bir dijitalleşme döneminde ve tüm iş süreçleri de hızlı bir şekilde bu sürece adaptasyon sağlamak için dönüşüyor. Müşterilerimizin beklenti ve ihtiyaçları da buna bağlı olarak geliyor ve çeşitleniyor. Bu gelişmelere paralel olarak lastik sektörü de ürün tedarikçiliğinden hizmet sağlayıcılığına doğru hızlı bir değişim içinde.

Prometeon olarak “en iyi lastiği ve çözümlerini üretmek” vizyonuyla çalışıyoruz. Bu dönüşümde aktif rol alıyor, şirketimizin sürdürülebilirlik anlayışıyla uyumlu şekilde, Prometeon mühendisliğini ve teknolojisini öne çıkaran inovasyonlar gerçekleştiriyoruz.

Türkiye’nin ilk lastik fabrikası olan Kocaeli üretim tesisimizde 2023 itibarıyla 1 milyon 850 bin adet üretime ulaştık. Türkiye’nin en yüksek ticari lastik üretim kapasitesine sahip fabrikamızda hem yenileme hem de orijinal ekipman pazarı için lastik üretiyor, üretimimizin yüzde 50’den fazlasını 87 ülkeye ihraç ediyoruz. Çevre duyarlılığı yüksek Avrupa ve ABD gibi zorlu pazarlar için yakıt verimliliği, yere tutunma ve frenleme gibi yüksek teknoloji gerektiren lastikleri Türkiye’deki Ar-Ge Merkezimizde geliştiriyoruz.

DİJİTALLEŞME VİZYONUMUZ

Dijitalleşme açısından baktığımızda ise stratejimizin ana hatlarını şöyle paylaşabilirim:

■ Akıllı lastik üretiminde Türkiye’de öncüyüz. Bizim için akıllı lastik; geleceğin araç teknolojileri ile uyumlu çalışan, tüm kullanım ömrü boyunca izlenebilen, kendi kendini yöneten, konuşan lastik demek. Halihazırda ürettiğimiz her üç lastikten biri RFID teknolojisine sahip. Böylelikle lastiğin üretimden hurdaya kadar tüm yaşam döngüsünde izlenebilirlik sağlıyor, kullanıcılarımıza verimlilik ve maliyet tasarrufu imkanı sunuyoruz. Lastik içi sensör sistemimiz TPMS ile lastiğin önleyici bakım, güvenlik ve veri analizi sayesinde de verimliliği artıran çalışmalar başlattık. Böylelikle yakıt ve lastik maliyetinde tasarruf imkanı sunarken, çevresel sürdürülebilirliğe de katkı sağlıyoruz.

■ Ticari araç üreticileri ile yaptığımız iş birlikleri ile araç sektöründeki trendleri izliyor, ticari araç lastiklerinde trendleri yaratıyoruz. Yeni teknoloji elektrikli ve çevre dostu araçlar için otomotiv endüstrisine yük taşıma kapasitesi yüksek, sürdürülebilir malzeme ve teknolojilerle üretilen lastikler tasarlıyoruz. Hidrojen ve elektrikli motorlar için orijinal ekipman üreticisi olan ağır vasıta ve şehir içi otobüs üreticileri ile ortak çalışmalar yürütüyoruz.

“Yapay zekayı süreçlere dahil ettik”

Yapay zeka için nasıl bir yaklaşım izliyorsunuz?

Bu konuda aldığınız mesafeyi ve hedefleri paylaşır mısınız?

Yapay zekayı ürün geliştirmeden üretime, verimlilikten iş sağlığı ve güvenliğine kadar tüm süreçlerimize entegre etme çalışmalarımız hızla sürüyor. Diğer yandan kullanıcılarımız için rota optimizasyonu, öngörülü bakım gibi süreçlerde de yapay zekayı kullanarak dijital servislerimizi güçlendirmeye devam ediyoruz.

■ Sadece ürünlerimizle değil servislerimizle de müşterilerimize dijital çözümler sunuyoruz. “Pro Services” çözüm ailemiz içinde yer alan hizmetlerimizle müşterilerimize lastik yönetimine ilişkin proaktif öneriler sunuyor, lastiğin ömrünü öngörerek bütçe projeksiyonu ile tasarrufu sağlıyoruz. Bir örnek olarak, lastik envanterinin anlık takip edilebileceği, stok yönetimi, maliyet analizi, detaylı raporlamalar sunan mobil uygulamamızla sektörde fark yaratan dijital lastik yönetimi sunuyoruz.

TEKNOLOJİYE BÜYÜK YATIRIM

Prometeon Tyre Group olarak geleceğimizi şekillendiren ve üzerinde en önemle durduğumuz konular inovasyon, dijital dönüşüm ve sürdürülebilirlik. Dijitalleşme ve teknolojiye yatırımlarımız Prometeon’u ürün ve hizmetlerin yanı sıra Ar-Ge çalışmalarında ve pazar payında öncü konuma taşıyor.

İnovasyonumuzu hızlandıran, dünyadaki en gelişmiş Ar-Ge Merkezimiz Türkiye’de yer alıyor. Sürdürülebilirliği ön planda tutan ve bunu inovatif çözümlerle destekleyen bir grup olarak, Ar-Ge çalışmalarına büyük önem veriyoruz. 2021’de yenilediğimiz merkezimizin çalışmalarına her yıl cirodan ayırdığımız yüzde 3 payı yüzde 3.5’in üzerine çıkardık. Grup olarak 2050’de tüm materyallerimizin sürdürülebilir olmasını hedefliyoruz.

Ar-Ge Merkezimizde sürdürülebilir ve teknoloji odaklı yakıt tüketimini ve CO2 emisyonlarını azaltan yeni lastik teknolojilerini geliştirmek için çalışmalar gerçekleştiriyoruz.

SEKTÖR HIZLI BÜYÜYOR

Türkiye ticari lastik pazarı büyüyen bir pazar. Özellikle pandemi ile tetiklenen ve e-ticaretin yükselişinin de etkilediği lojistik sektörünün büyümesi sektörümüzü olumlu yönde etkiledi. Türkiye’nin coğrafi konumu gereği önemli bir ulaşım hattı üzerinde olması,

Avrupa’nın en büyük kamyon filosuna ve endüstriyel lastik pazarına sahip ülke olması ve karayolu taşımacılığının oranının çok yüksek olması sayesinde Türkiye ticari lastik pazarı son 5 yılda yüzde 12 büyüdü.

Fabrikamızın üretim gücüyle ve yüksek teknoloji lastiklerimizin müşterilerimiz tarafından tercih edilmesiyle, adette pazarın 3 katına yakın bir büyüme gerçekleştirdik. Pazar payımızı 5 yılda 4 puan artırarak toplamda yüzde 25 pazar payına ulaştık. Halihazırda, pazardaki her 4 lastikten 1’i Prometeon tarafından üretilen ve satılan lastiklerden oluşuyor.

YENİ DÖNEMİN HEDEFLERİ

Dijital dönüşümde uygun teknolojik altyapı ve

sistemler olmazsa olmaz. Biz de Prometeon olarak fabrikamızın stratejik önemi ve Türkiye’ye duyduğumuz güvenle 2017’den bu yana Türkiye fabrikamıza doğrudan yabancı yatırımlarımızı kesintisiz sürdürüyoruz.

Yaptığımız yatırımlar 2024 sonu itibarıyla 175 milyon euro’ya ulaşıyor. Bu yatırımları kapasite artışı, teknoloji, kalite ve Ar-Ge çalışmaları için kullanıyoruz. Otomasyon, sensörler ve veri analitiği gibi teknolojileri kullanarak üretim, kalite kontrol süreçlerini ve ürünlerimizi daha verimli ve akıllı hale getiriyoruz.

Tüm iletişim süreçlerinde veriyi bilgiye çeviren uygulamalara öncelik veriyoruz.

Dijitalleşme sürecinde kurum kültürümüzü de buna uyumlu hale getiriyoruz. Çalışma

arkadaşlarımıza dijital beceriler kazandırmaya ve yeni teknolojileri kullanma konusunda becerilerimizi geliştirmeye öncelik veriyoruz.



“TÜRKİYE’NİN EN YÜKSEK TİCARİ LASTİK ÜRETİM KAPASİTESİNE SAHİP FABRİKAMIZDA HEM YENİLEME HEM DE ORJİNAL EKİPMAN PAZARI İÇİN LASTİK ÜRETİYOR, ÜRETİMİMİZİN YÜZDE 50’DEN FAZLASINI 87 ÜLKEYE İHRAÇ EDİYORUZ.”



“Müşteri hizmetleri veri merkezine dönüşüyor”

“Çağrı merkezleri birer veri merkezi haline geldi” diyen **Concentrix + Webhelp Türkiye ve Ortadoğu’dan Sorumlu Bölge Lideri Metin Tarakçı** tüketicideki beklentilere dair içgörüler sağlayan ve teknoloji tabanlı çözümleri müşterilerine sunduklarını söylüyor. Tarakçı, “Müşteri deneyimi alanındaki tüm trendleri ve gelişmeleri yakından takip ediyoruz” diyor.

Uzun bir süredir dijitalleşme üzerine çalışmalar yapan bir şirketiz. Geçtiğimiz zamanlarda işe alımdan kalite ölçüme

kadar birçok alanda dijitalleşme adımlarını atmıştık. Bu yılda, bu alandaki çalışmalarımızı sürdürdüğümüzü ve altyapımızı daha da güçlendirdiğimizi söyleyebilirim.

Diğer yandan hibrit ve mekan bağımsız çalışma biçimini kalıcı bir hale getirerek; Türkiye’nin farklı şehirlerinden istihdam yapıyoruz. Tabii, bu durumda bizim sürekli dijital sistemlerimizde ve süreçlerimizde iyileştirmeler ve yatırımlar yapmamız anlamına geliyor. Özellikle, çalışanlarımızı hayatını kolaylaştırmak, onları her alanda desteklemek amacıyla teknolojiye daha fazla yatırım yapıyoruz.

Bu açılardan değerlendirdiğimizde 2023 yılı için daha çok süreçlere odaklandığımız ve iyileştirmeler yaptığımız bir yıl diyebiliriz. Aynı zamanda, geçtiğimiz yıl, birçok yeni hizmetin test aşamasını başarıyla tamamlayıp, iş ortaklarımıza sunduk. Yenilikleri hayata geçirme konusunda verimli bir yıl olduğunu söyleyebilirim.

DEĞİŞİME AÇIK BİR ŞİRKETİZ

Müşteri hizmetleri, birer veri merkezi haline dönüşmeye başladı. Tüketicideki beklentilere dair

“SÜREKLİ VE TEKRARLI İŞLEMLERİ YAPAY ZEKAYA DAYALI SİSTEMLER ÜZERİNDEN GERÇEKLEŞTİRİRKEN, ANALİZ, YORUMLAMA GİBİ DAHA KATMA DEĞERİ YÜKSEK ALANLARDA ÇALIŞANLARIMIZI KONUMLANDIRIYORUZ.”

CONCENTRIX + Webhelp

içgörüler sağlayan, teknoloji tabanlı çözümler sunan yapılar olma yolunda ilerliyoruz. Bu değişimin en büyük tetikleyicisi ise teknolojinin hızla gelişmesi oldu diyebilirim. Değişime ve gelişime açık bir şirket olarak bu koşullara hızla adapte oluyor, uçtan uca birçok sürecimize, iş ortaklarımıza sunduğumuz hizmetlere teknolojiyi entegre ediyoruz. Süreçlerimizi dijitalleştirirken veya müşterimize sunacağımız her yeni hizmette teknolojiyle insan arasındaki harmanizasyona önem veriyoruz.

Sürekli ve tekrarlı işlemleri yapay zekaya dayalı sistemler üzerinden gerçekleştirirken, analiz, yorumlama gibi daha katma değeri yüksek alanlarda çalışanlarımızı konumlandırıyoruz. Bu durumda maliyetleri minimize etmemize yardımcı olurken; verimliliği ve performansı artırmamızı destekleyen birçok faydayı da beraberinde getiriyor.

MARKALARA ÖZEL DESTEKLER

İş çıktısı olarak baktığımızda ise iş ortaklarımızın müşterilerine daha iyi bir deneyim sunmalarını sağlayacak verileri onlara sunmamız, bizi bir adım ileriye taşıyor. Müşteri geri bildirimleriyle iş ortaklarımızın müşterilerini daha iyi anlamalarını sağlarken veri analizlerimizle müşteri davranışlarındaki

Yapay zeka tabanlı çözümlerimiz

OLMAZSA OLMAZIMIZ: İyi bir müşteri deneyimi yaratmak isteyen şirketler, artık her bir iletişim kanalında aynı standartta ve hızda müşterilerinin ihtiyaçlarını karşılamayı hedefliyor. Bu durumda, bizim gibi şirketlerin, yapay zeka tabanlı teknolojilerle dayanan çözümler sunması anlamına geliyor. Artık, yapay zeka bizim işimizin olmazsa olmaz bir parçası haline dönüşüyor.

YENİ TEKNOLOJİLER: İş ortaklarımızın müşteri deneyimlerini iyileştirmek için yapay zekaya dayalı birçok teknolojiyi bütünsel bir bakış açısıyla hayata geçiriyoruz. Robotik süreç otomasyonu (RPA), yapay zeka (AI), chatbot ve voicebot gibi otomasyon teknolojilerini müşterilerimizin ihtiyaçlarına yönelik olarak kurguluyoruz.

ESNEK YAPIYA DÖNÜŞÜM: Son dönemlerde birçok farklı alandaki uygulamasıyla gündeme gelen üretken yapay zekanın daha aktif kullanıldığı teknolojilere yönelik çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Yapay zeka sistemleri, uygulamaları ve teknolojileri sürekli geliyor. Bu doğrultuda, yeni teknolojileri ve uygulamaları içselleştirip, adapte etmeye çalışan esnek bir yapıya dönüşüyoruz. Bu yolculuğun hiç bitmeyecek, sürekli olarak kendimizi geliştirmemiz gereken bir alan olduğunu düşünüyorum.

119

değişikliği hızlı fark edip, markanın aksiyon almasına destek oluyoruz.

Böylece iş ortağımız sunduğu deneyimi iyileştiriyor, marka imajını güçlendiriyor ve sadık müşteri yaratma potansiyelini artırıyor. Aynı zamanda global bir şirket olmanın getirdiği gücü ve deneyimi yaptığımız her çalışmamızda kullanıyor, müşteri deneyimi alanındaki tüm trendleri ve gelişmeleri yakından takip ediyoruz. Bu durum, değişen teknolojileri hızlıca iş süreçlerimize, ürün ve hizmetlerimize adapte etmemizi sağlıyor.

DİJİTALLEŞMEDE 3 ÖNCELİĞİMİZ

Concentrix + Webhelp olarak dijitalleşme yolculuğumuzda bilgi güvenliğini ve müşteri deneyimini önceliğimiz olarak konumlandırıyoruz. Hem lokal hem de global alanda sektörünün öncü şirketleriyle çalıştığımız için bilgi güvenliği bizim önemini her geçen gün arttıran konularımızın başında geliyor. İş ortaklarımız bizlere en değerli varlıkları yani müşterilerini emanet ettikleri için güven bizim işimizin vazgeçilmez unsuru diyebilirim.

Biz, iş ortaklarımız için müşteri deneyimi ve yönetiminde çözümler sunan bir kurumuz. Bu nedenle müşteri deneyimi alanındaki tüm trendleri ve gelişmeleri yakından takip ederek iş süreçlerimizi, ürün ve hizmetlerimizi devamlı geliştiriyoruz. İş ortaklarımızın müşterilerindeki değişen beklentileri öngörüyor ve burada doğacak ihtiyaçları karşılayacak çözümler konusunda da devamlı çalışıyoruz. İş ortaklarımızın müşteri deneyimlerini dijitalleştirme süreçlerinde onlara öncülük ederek, onlarla birlikte ilerlemeyi amaçlıyoruz.



“Ortak akılla çözüm geliştiriyoruz”

120

2004'ten bu yana müşterilerinin iletişim (çağrı) merkezlerini dünya standartlarının üzerine çıkarma hedefiyle çalışan **Procat CEO'su Eniz Akdağ**, “Geleneksel ile dijital arasında bir köprü kurmak bu noktada son derece ikna edici bir yoldur” diyor...

Dünya, dijital bir dönüşüm sürecinden geçiyor. Teknoloji hızla ilerliyor ve iletişim merkezleri bu teknolojilere uyum sağlaması gereken sektörlerin en başında geliyor. Yüz yüze iletişimde olmamanın verdiği zorluk nedeniyle, bu merkezler hızlı ve sonuç odaklı, sistematik hareket ederek, iletişim (çağrı) merkezini arayan kişilerin ihtiyaçlarını karşılamak, taleplerini yerine getirmek ve işlemlerini tamamlamak için doğru ve etkili yöntemler kullanmak zorunda. Bu noktada Konuşma Tanıma (Speech Recognition), Doğal Dil Anlama (NLU) Konuşmacı Doğrulama (Voice Biometrics), Metni Sese Çevirme (Text-to-Speech) ve Konuşma Analizi (Speech Analytics) gibi teknolojiler, kullanıcılara verilen hizmetin hızını ve kolaylığını, yani müşteri deneyimini baştan sona etkiliyor.

Bununla birlikte teknoloji ve insan faktörü birçok sektörde olduğu gibi iletişim merkezi sektöründe de hiç olmadığı kadar birbirine entegre olmuş durumda. Bu durumun bir sonucu olarak, mevcut planlar, stratejiler, teknolojiler ve potansiyel koordinasyon alanları hakkında anlayış geliştirmek için IT, satış, pazarlama, operasyon ve İK gibi departmanların daha yakın iş birliği içinde olması gerekiyor. Bu gereklilik, organizasyonel kültür değişikliklerini de beraberinde getiriyor.

İNSAN FAKTÖRÜ ÖNEMLİ

Rekabet açısından dijitalleşme, iletişim merkezi sektöründe belirleyici bir faktör. Öte yandan dijitalleşme denildiğinde insan faktörünü ve insan emeğinin yarattığı katma değeri tamamen göz ardı etmemek gerekiyor. Teknoloji ve dijitalleşme iletişim merkezinde elbette bir zorunluluk haline geldi. Ancak “insan” faktörünü iletişim merkezi sektöründe ikinci plana atmanın uzun vadede olumsuz sonuçları olacağını düşünüyorum. Evet işlem süreleri kısalsın, insan hatasından kaynaklı hatalar en aza indirilsin; bunlar günümüz dünyasında “müşteri deneyimi” denildiğinde son derece kritik parametreler. Ancak insan bir makineden ibaret değil.

Şöyle bir örnek vereyim; uçağı kaçtı kaçacak durumda olan stresli bir yolcu olduğunuzu hayal edin. O anki ihtiyacınız ne yeni bir bilet almak, ne biletinizi iptal etmek. Tek derdiniz uçağınıza bir an önce yetişebilmek. Bunun için online check-in gibi size zaman kazandıracak bir şey yapmak zorundasınız. Ancak mobil cihazınızdan yaptığınız denemede uçşunun online check-in'e kapandığını görüyorsunuz. Havalimanına ulaştığınızda ise kontuarın açık olacağını bir garantisiz. Böyle stresli ve spesifik bir problemle karşı karşıyayken, hangi sesli yanıt sistemiyle veya dijital bir araçla sorunuzu çözmek isterdiniz? Bunlar ileride

teknoloji ve dijitalleşme çözümleri, makine öğrenmeleriyle detaylanıp elbette çözüme kavuşacaktır.

Ancak stres altında olduğunuz bu gibi durumlarda bir insanla konuşabilmek, ihtiyacınız olan yanıtı ve sonrasında aklınızda oluşacak soruları sorabilmek gibi duygusal ihtiyacınızın tatmini de yaşadığınız deneyimin damagingında bıraktığı tadı belirliyor.

Tüm bu sebepleri bir arada düşündüğümüzde müşteriler, rekabetin yoğun olduğu bir pazarda daha iyi müşteri deneyimi yaşadıkları firmalara yönelebilirler.



Yapay zekânın büyük potansiyeli

VERİMLİLİĞİ ARTIRIYOR: ChatGPT gibi Üretken Yapay Zekâ (Generative AI) teknolojilerinin faydalarından yararlanarak müşteri temsilcilerinin verimliliğini artırmak, aynı anda birden fazla müşteriyle etkileşim kurmak, ilk temasta çözüm sürelerini ve yanıt sürelerini, dolayısıyla müşteri deneyimini iyileştirmek ve iletişim merkezi hizmetlerinde fark yaratmak mümkün.

BİZİ DESTEKLEYEN YARDIMCI: Duygusal ve karmaşık sorunlarla başa çıkmada insanın benzersiz yetenekleri hala oldukça önemli. Bu nedenle ben, yapay zekâyı insanların yerine geçen bir araç olarak değil, onlarla birlikte çalışan ve onları destekleyen bir yardımcı olarak görüyorum.

AVANTAJLARI: Üretken yapay zekâların, birden fazla dille hizmet verebilme yeteneğine sahip olması da çok büyük bir avantaj. Üretken yapay zekâ teknolojisi, dil engellerini aşarak geniş bir müşteri kitlesine hitap etmenize olanak tanıyor.

YATIRIMLARI ARTIRIYORUZ: Türkiye'ye iletişim merkezi sektöründe yapay zekâ teknolojilerini kullanan ilk "Doğal Dil Anlama (NLU)" ve "Sesle Doğrulama" projelerini kazandırmış inovasyonda öncü bir şirket olarak, yapay zekâyı büyük önem veriyoruz ve bu alandaki yatırımlarımızı artırıyoruz.

Özetle müşteri memnuniyetini artırmak, rekabet avantajı elde etmek ve pazarda öne çıkmak için teknoloji ve insan etkileşimini dengeli bir şekilde harmanlamak gerekiyor.

ZORLUKLARA KARŞI ÖZEL ÇÖZÜMLER

Çoğu müşterilerimiz operasyonlarını bize emanet ederken yeniliklere son derece açık olabiliyorlar, geleneksel bakış açısına sahip müşterilerimizi yeni yöntemler ve dijital iletişim araçlarına ikna konusunda direnç gösterebiliyorlar. İletişim merkezinin dijitalleşme çabalarını benimsemekte zorlanabiliyorlar ve temelde insan odaklı bir hizmet beklentisi söz konusu olabiliyor. Bunun yanı sıra operasyonel güvenlik ve gizlilik endişesi de taşıyabiliyorlar.

Geleneksel müşteriler, her ne kadar iletişim kanallarının artmasını ve çeşitlenmesini anlamakta zorlansalar da Türkiye birçok Avrupa ülkesine kıyasla bu teknolojileri ve yöntemleri çok çabuk özümseyen ve hayatına entegre etmeyi seven bir toplum yapısına sahip. Müşteri kitleleri bu yeni yöntemlere bu kadar açıkken, yönettiğimiz operasyonlarda bu tip aksiyonları müşterilerimizle birlikte ve ortak akılla alarak ilerliyoruz. Geleneksel ile dijital arasında bir köprü kurmak bu noktada son derece ikna edici bir yol. Operasyonel başarı da peşinden geldiğinde, sonuçlarıyla kanıtlanmış oluyor.

Bunun yanı sıra müşteri ve etkileşim verisinin hızla artan boyutu, büyük veri setlerini etkili bir şekilde analiz etmek, müşteri memnuniyetini artırmak ve iş verimliliğini optimize etmek gibi işletmeler için yeni fırsatlar yaratırken aynı zamanda ek sorumluluklar da getiriyor. Bu değerli verilerin güvenliği ve gizliliği, müşteri güvenini sağlamak ve yasal düzenlemelere uyum sağlamak açısından giderek daha kritik bir konu haline geliyor.

İşletmeler, müşteri verilerini korumak için güçlü güvenlik önlemleri almalı ve aynı zamanda bu verileri etkili bir şekilde kullanarak iş süreçlerine katma

değer sağlamalıdır. Bu denge hem müşteri güvenini sürdürmek hem de iş stratejilerini geliştirmek için iletişim merkezi sektöründe hizmet veren şirketlerin dikkate alması gereken son derece önemli bir faktör. Procat olarak müşterilerimizin verilenin güvenliği ve gizliliğine son derece önem veriyor, ilgili yasal düzenlemeler ve kalite standartlarına tam uyum sağlıyoruz.

ROLE-PLAY UYGULAMALARIMIZ

Müşteri temsilcilerimizi operasyonel dijitalleşme süreçlerine başarıyla hazırlamak için bir dizi strateji ve program uyguluyoruz.

Müşteri temsilcilerimizin dijital araçları kullanma becerilerini geliştirmek amacıyla düzenli eğitim programları düzenliyoruz. Bu programlarla yeni teknolojilere uyum sağlamalarını sağlarken gerçek dünya senaryolarında nasıl hareket edebileceklerini öğrenmelerine yardımcı olan role-play uygulamaları yapıyoruz.

Yeni süreçlere geçişte, deneyimli çalışanlarımızdan oluşan mentorluk programlarıyla destek sağlıyoruz. Yeni gelen temsilciler, dijitalleşme konusundaki sorularını sormak ve pratik öğrenme süreçlerinde rehberlik almak için bu programlardan faydalanıyor. Yapılan eğitimleri ve uygulamaları değerlendirmek için sürekli geri bildirim mekanizmaları oluşturuyoruz. Böylece müşteri temsilcilerinin güçlü yönlerini anlamalarına ve gelişim alanlarını belirlemelerine yardımcı oluyoruz.

Açık ve şeffaf iletişim bakış açımızla operasyonda yenilenen süreçler hakkında güncelleme ve değişiklikleri müşteri temsilcilerimize düzenli olarak iletiyor, herkesin aynı sayfada olmasını sağlıyoruz. Bu stratejiler, müşteri temsilcilerimizin dijitalleşme süreçlerine olumlu bir şekilde uyum sağlamalarını sağlamakla birlikte sektördeki rekabet avantajımızı artırıyor.

“Odağımızda sürdürülebilir ve güvenli dijitalleşme var”

Şirketlere dijital imza, kimlik doğrulama gibi dijitalleşme çözümleri sağlayan **TechSign’ın CEO’su Abdullah Kip** hem kendi dijitalleşme yolculuklarını anlattı hem de müşterilerine sağladıkları ve tamamen kendilerinin geliştirdiği çözümlerle nasıl fark yarattıklarını anlattı.

2023 yılı, TechSign için dijitalleşme alanında önemli bir dönemdi. Başka şirketlere dijitalleşme çözümleri sağlayan bir firma olarak, kendi kurumsal dijitalleşme seviyemizi her süreçte yukarı çekmeye çalıştık.

TechSign olarak, 2023’te sürekli olarak inovasyonu teşvik ettik ve en son teknolojileri iş modelimize entegre ettik. Bu, müşterilerimize daha etkili ve kullanıcı dostu dijital çözümler sunmamıza olanak tanıdı. Özellikle, yapay zeka alanındaki gelişmeleri yakından takip ederek, ürün ve hizmet portföyümüzü sürekli olarak güncelledik.

Müşterilerimizin ihtiyaçlarına odaklanarak, 2023 boyunca dijital deneyimlerimizi daha da kişiselleştirdik. Müşterilerimiz ile olan bütün iletişimimizi, sözleşme süreçleri de dahil olmak üzere, dijital teknolojiler ile sürdürmeye özen gösterdik. Bunun yanında satın alma, insan kaynakları gibi iç süreçlerimizde de kağıt kullanımını ortadan kaldırdık.

Dijitalleşme sürecimizde sürdürülebilirlik ve güvenlik unsurlarını merkeze alarak, müşterilerimize daha güvenilir bir dijital ortam sunma hedefine odaklandık. Veri güvenliği standartlarını yükselttik. Bu sayede hem müşteri güvenini artırdık hem de sektörde sürdürülebilir dijital dönüşüm liderliğimizi pekiştirdik.

FARKI NEREDE YARATIYORUZ?

TechSign olarak dijitalleşme ve teknolojiye yatırım yapmamız, sektörde öncü bir konum elde etmemizi

sağlıyor. Bu bağlamda, sunduğumuz çeşitli hizmetler ve gerçekleştirdiğimiz projelerle sektörde nasıl fark yarattığımızı birkaç madde ile özetlemek isterim:

Dijital İmza Teknolojisi İle Verimlilik Artışı:

Şirketimiz, dijitalleşme sürecinde özellikle biyometrik dijital imza teknolojisi konusunda büyük bir uzmanlık geliştirdi. Bu teknoloji, belgelerin dijital ortamda güvenli ve hızlı bir şekilde imzalanmasını sağlayarak iş süreçlerini optimize ediyor. Müşterilerimize sunduğumuz bu çözüm, kağıt kullanımını azaltırken iş süreçlerindeki verimliliği artırıyor. Kağıt, yazıcı, kargolama, arşivleme gibi birçok maliyet kaleminin de ortadan kalkmasını sağlıyor.

Dijital Kimlik Doğrulama Çözümü

ile Güvenli İşlem Garantisi: TechSign olarak, dijitalleşme çabalarımızın merkezinde müşteri güvenliği ve işlemlerin güvenilirliği bulunuyor. Dijital kimlik doğrulama çözümümüz, müşterilerimize benzersiz ve güçlü bir kimlik doğrulama deneyimi sunarak dijital işlemlerini maksimum düzeyde güvence altına almalarını sağlıyor.

Yenilikçi Teknolojilerle Kullanıcı Dostu

Deneyim: Dijital kimlik doğrulama çözümümüzde kullanılan yenilikçi teknolojiler, müşterilerimizin güvenliğiyle birlikte kullanıcı dostu bir deneyim sunmamıza olanak tanıyor. Kullanıcılarımız, mekan bağımsız olarak basit ve etkili bir şekilde kimliklerini doğrulayabilirken aynı zamanda işlemlerini hızlı bir şekilde tamamlayabiliyor. Bu, müşteri memnuniyetini artırırken aynı zamanda rekabet avantajı sağlamanıza yardımcı oluyor.



Uyarlanabilir ve Ölçeklenebilir Çözümlerle

Sektör İhtiyaçlarına Cevap: Dijital kimlik doğrulama çözümümüz, sektördeki değişen ihtiyaçlara hızla adapte olabilen ve ölçeklenebilen bir yapıya sahiptir. Bu, müşterilerimize özelleştirilmiş çözümler sunma yeteneğimizi güçlendirirken, farklı sektörlerdeki müşterilerimize uygun ve etkili çözümler sunmamıza olanak tanımaktadır.

YAPAY ZEKA YAKLAŞIMI

TechSign olarak, yapay zeka konusuna stratejik bir yaklaşım benimsemekteyiz. Yapay zeka konusundaki hedefimiz, teknolojinin sunduğu olanakları en iyi şekilde değerlendirerek müşteri odaklı, güvenilir ve inovatif çözümler sunmak. Bu doğrultuda sürekli olarak Ar-Ge çalışmalarımızı güçlendiriyor ve sektördeki yapay zeka trendlerini yakından takip ediyoruz. Boğaziçi Üniversitesi ile ortaklaşa Ar-Ge çalışmaları yaparak, akademik bilgi ile sektörel bilginin mümkün olduğunca kaynaşmasını önemsiyoruz. Bu sayede, müşterilerimize değer katmaya devam ederek liderlik pozisyonumuzu sürdürmeyi hedefliyoruz. Birkaç madde halinde yapay zeka yaklaşımımızı şöyle özetleyebilirim:

- Derin öğrenme tekniklerini ve transfer öğrenme yöntemlerini değerlendirerek, yüksek performanslı state-of-the-art yapay zeka algoritmaları geliştiriyoruz.
- Veri şifreleme, güvenli iletişim ve güvenli depolama gibi güvenlik önlemlerini entegre ederek yapay zeka kullanılan iş süreçlerinde kullanıcıların hassas verilerini endüstri standartlarına ve düzenlemelere uygun şekilde koruyoruz.
- Yapay zeka modellerimizi zaman içinde öğrenebilen ve değişen koşullara adapte olabilen şekilde tasarlıyoruz.
- Yapay zeka ile ilgili yasal ve etik standartlara tam uyum sağlıyoruz.
- Ar-Ge faaliyetlerine önem vererek sektördeki ve akademik dünyadaki yeni gelişmeleri takip ediyoruz.

ONLINE TİCARETTE GÜÇLÜYÜZ

TechSign olarak online ticaret, işimizin temel bir bileşeni. Hem KOBİ'lere hem de büyük kurumsal müşterilerimize yönelik geniş kapsamlı bir online ticaret stratejisi benimseyerek sektördeki dinamiklere ayak uyduruyoruz.

Kurumsal web sitemiz olan www.techsign.com. tr üzerinden ürün ve hizmetlerimizi geniş bir kitleye ulaştırıyoruz.

TechSignDoc Doküman imzalama platformumuz

(www.techsigndoc.com), dokümanlarınızı hızlı ve güvenli imzalamanız için geliştirilmiştir. Doğrulanabilir elektronik imzalama yöntemleri ile dilediğiniz cihazla imzalamaya hemen başlayabiliyorsunuz.

ProveID Dijital müşteri edinim platformumuz (www.proveid.io), dijital kimlik doğrulama ve yönetimi çözümü ile uzaktan müşteri edinmek isteyen müşterilerimize hızlı bir başlangıç sağlıyor. Güçlü referansları ve sahada kanıtlanmış başarısı ile Prove ID, dijital ortamda regülasyona yüzde 100 uyumlu şekilde müşteri edinmenin oldukça kolay ve güvenli bir şekilde gerçekleştirilmesini sağlıyor.

Hedeflerimiz arasında online ticarete daha fazla büyüme, müşteri tabanımızı genişletme ve uluslararası pazarlara açılma yer alıyor. TechSign olarak, online ticaret stratejimizi müşteri memnuniyetini artırmak, iş ortaklarımızla daha etkili iş birlikleri kurmak ve sektörde liderliğimizi sürdürmek adına stratejik bir avantaj olarak görüyoruz.

“Dijital kimlik doğrulama çözümümüzde kullanılan yenilikçi teknolojiler sayesinde kullanıcılarımız, mekan bağımsız olarak basit ve etkili bir şekilde kimliklerini doğrulayabilirken işlemlerini de hızlı bir şekilde tamamlayabiliyor. Bu, müşteri memnuniyetini artırırken aynı zamanda rekabet avantajı sağlamamıza yardımcı oluyor.”

Dijital yolculuğumuzda ilk 3 önceliğimiz

- 1. MÜŞTERİ ODAKLI DİJİTAL DENEYİM** Müşteri memnuniyeti ve sadakati, dijitalleşme stratejisinin temelini oluşturmaktadır. Bu nedenle, müşteri odaklı dijital deneyimi geliştirmek ve müşterilerin ihtiyaçlarına uygun kişiselleştirilmiş çözümler sunmak öncelikli hedefimiz olmalıdır. Bu, kullanıcı dostu arayüzler, hızlı hizmet, etkili müşteri ilişkileri yönetimi ve müşteri geri bildirimlerini dikkate alma süreçleri gibi unsurları içermelidir.
- 2. VERİ GÜVENLİĞİ VE İŞ SÜREKLİLİĞİ** Dijitalleşme, büyük miktarda veri akışı ve iş süreçlerindeki dijital entegrasyonlarla birlikte gelir. Bu nedenle, öncelikli olarak veri güvenliğini sağlamak ve iş sürekliliğini güvence altına almak zorunludur.
- 3. İNOVASYON VE ÇEVİKLİK** Dijital dünya sürekli değişiyor ve gelişiyor. Bu nedenle, şirket içinde bir inovasyon kültürü oluşturmak ve çevik bir yapı kurmak önemlidir. Yenilikçi teknolojileri takip etmek, ekipleri sürekli olarak eğitmek ve yeni fırsatları hızla değerlendirebilmek, dijitalleşme yolculuğunda rekabet avantajı sağlamak adına kritik öneme sahiptir.

“Hızlı büyümemize 2024’te devam edeceğiz”

124

EasyCep, Türkiye’de yeni bir pazar oluşturan şirketlerden... **Şirketin CEO’su Mehmet Akif Özdemir**, riski yüksek ‘ikinci el’ pazarına güven getirerek, bu alanı büyüttüklerine dikkat çekiyor. 2023’te 200 bin ürünü müşteriyle buluşturdıklarını belirtiyor ve “Aldığımız yatırımla büyümemizi yurt dışına taşıdık. 2024’te de hızlı büyümemizi sürdürmeyi hedefliyoruz” diye konuşuyor.

Türkiye, tüketicilerin teknoloji ürünlerini benimsemesi bakımından çok dinamik bir ülke. Genç bir nüfusa sahip olmamızın da etkisiyle teknolojik gelişmeleri hızlı benimsiyor, bu teknolojilere erişim talep ediyoruz. Geçtiğimiz yıllarda akıllı telefon penetrasyonunun hızı bunu kanıtladı. Dolayısıyla yenilenmiş elektronik cihaz sektörü ülkemiz için yeni olsa da var olan potansiyelin hızla ortaya çıktığını görüyoruz.

Yeni bir pazar oluşturmanın zorluğuna rağmen, bu başarıda etkili olan en önemli faktörlerden biri, sunduğumuz faydaların yanı sıra tüketicilerin bize duyduğu güven oldu. Risklerle dolu ikinci el pazarına, tüketicilerin güven duyacağı bir alternatif getirdik. Bu güveni kazanmamızda teknik ve finansal altyapımız, uzman ekibimiz ve sürekli gelişime yaptığımız yatırımlar önemli rol oynadı. Bu doğrultuda gerçekleştirdiğimiz çalışmalar ve aldığımız ödüllerin, elde ettiğimiz başarıların bir göstergesi olduğunu söylemekten gurur duyuyoruz. Son olarak, Deloitte Teknoloji Fast 50 Türkiye listesinde üçüncü sıraya yerleşerek önemli bir başarı elde ettik.

Öte yandan, ekonomik iklim de hem ülkemizde hem de dünyada sektöre olan ilgiyi artırdı. Yenilenmiş telefon pazarının önümüzdeki yıllarda

büyümeye devam etmesi beklenirken, 2033’e kadar yüzde 11,9’luk yıllık bileşik büyüme oranıyla yaklaşık 172,09 milyar dolara ulaşması öngörülüyor.

EasyCep olarak gördüğümüz şu: Türkiye yenilenmiş elektronik ürünleri çok sevdi. Büyüme rakamlarımız artan talebi açıkça ortaya koyuyor. 2023 yılında 200 bine yakın yenilenmiş ürünü müşterilerimizle buluşturduk. Cep telefonu satışlarında yüzde 71, bilgisayarda 7 kattan fazla, akıllı saatlerde de 4 kattan fazla artış kaydettik. 2023’te 200 bin elektronik ürün EasyCep’e yenilenmek üzere satıldı.

“2023 YILINDA 200 BİNE YAKIN YENİLENMİŞ ÜRÜNÜ MÜŞTERİLERİMİZLE BULUŞTURDUK. CEP TELEFONU SATIŞLARINDA YÜZDE 71, BİLGİSAYARDA 7 KATTAN FAZLA, AKILLI SAATLERDE DE 4 KATTAN FAZLA ARTIŞ KAYDETTİK.”

TÜKETİCIYE BÜYÜK KATKI

EasyCep olarak, Türkiye’yi ABD ve Avrupa’da daha yerleşik bir sektörle tanıştırdık. Tüketiciler, sağladığımız faydayı anlıyor ve deneyimlemek için harekete geçiyor. Sunduğumuz değer oldukça açık: Eski cihazlarını kapılarından alıp değerlendiriyoruz.

Telefon alımlarında ise kredi kartına 12 ay taksit, 12 ay garanti ve 14 günde iade imkânı sunuyoruz. Bu avantajları tanıtmaya devam edeceğiz. Tüketicilere avantajlı koşullarla telefon sağlamanın yanı sıra, elektronik cihazların kullanım ömrünü uzatarak ülkemiz ekonomisine de katkıda bulunuyoruz. Ayrıca, iklim krizine

bağlı olarak artan çevre duyarlılığı da pazarın büyümesini destekliyor. Bu nedenle sıfır bir telefon almak yerine yenilenmiş bir telefon tercih etmek, karbon salımını azaltarak çevresel etkiyi en aza indirmemize yardımcı oluyor.

2024 YILI STRATEJİMİZ

Türkiye'nin öncü yenilenmiş elektronik ürün marketi olarak, 2022 yılında gerçekleştirdiğimiz Seri A yatırım turunda 100 milyon dolar değerleme üzerinden 11 milyon dolarlık yatırım almıştık. 2023 yılı Eylül ayında, tohum yatırımcılarımızdan olan Fibabanka'nın Finberg yatırım fonundan yeni bir yatırım daha alarak büyümemizi yurt dışına taşıdık. 2024'te de hızlı büyümemizi sürdürmeyi hedefliyoruz.

Ülkemizde elde ettiğimiz deneyimi kullanarak, tüketicilere sağladığımız avantajlı hizmetleri artık yakın coğrafyamızdan başlayarak küresel düzeye taşıyoruz. Eylül ayında global yolculuğumuza Katar'la başladık. Ülkedeki 3 perakende devi ile iş

birliğimiz sürüyor. Ardından Azeri iletişim devi Azerconnect ile güçlerimizi birleştirerek Azerbaycan'da hizmet vermeye başladık.

Hedefimiz, yabancı pazarlardaki konumumuzu güçlendirmek ve 2026 yılı itibarıyla Türkiye'den çıkan unicorn'lar arasına katılmak. Önümüzdeki dönemde başka ülkeleri de EasyCep'in yenilenmiş cihaz uzmanlığı ile tanıştırmak pazarımızı genişletmeyi amaçlıyoruz.



"Online ve mağazalardan tüketiciye hizmet sunuyoruz"

Türkiye nüfusunun yüzde 80'ine fiziksel mağazalarımız aracılığıyla erişebiliyoruz. Müşterilerimize deneyim sunma amacıyla 67 yeni EasyCep mağaza ve kiosku hizmete açtık. Bununla birlikte şu an 121 farklı fiziksel noktada tüketicilerle buluşarak onları yenilenmiş elektronik dünyasıyla tanıştıyoruz.

Ayrıca, Migros ve CarrefourSA ile gerçekleştirdiğimiz stratejik iş ortaklığı sayesinde, mağazalarımızın yanı sıra her gün binlerce ziyaretçiye yenilenmiş teknolojiyi tanıtmaya fırsatı buluyoruz.

Online platformumuz easycep.com, 2023 yılında 40 milyona yakın trafik elde ederken, EasyCep uygulamamız 300 bine yakın indirilme sayısına ulaştı. Web sitemizde ve uygulamamızda 25 binden fazla çeşitte sunulan yenilenmiş cihazları göstererek tüketicilere çeşitli seçenekler sunuyoruz.

Ek olarak, değerli blog içeriklerimizle müşterilerimizin teknoloji dünyalarına katma değer sağlamaya ve yenilenmiş ürün sektörüyle ilgili güncel içerikleri sunmaya devam ediyoruz.

“Markaların dijital dönüşümünü sağlıyoruz”

CovenLabs, Colendi Grubu içinde, “teknoloji ve topluluk destekli bir tasarım ve geliştirme laboratuvarı” olarak kuruldu. **Şirketin Kurucu Ortağı ve CEO’su Mihriban Ersin**, geniş bir hizmet yelpazesi ile sınırsız olanaklar sunacaklarını söylüyor. Ersin, “Dijitalleşme sürecinin bir parçası olarak hareket ediyor ve markaları da bu sürece dahil ediyoruz” diye konuşuyor.

Öncelikle sizlere CovenLabs’ten bahsetmenin benim için gerçekten oldukça heyecan verici olduğunu söylemeliyim. CovenLabs, kısaca, fiziksel ve dijital dünyalar arasındaki boşluğu kapatmak amacıyla kurulan teknoloji ve topluluk destekli bir tasarım ve geliştirme laboratuvarı.

Dijital dönüşümün öncü şirketlerinden biri olarak markaların dijital çağa ayak uydurmalarına, inovasyonu teşvik etmelerine ve müşteri katılımını artırmalarına yardımcı oluyoruz. Geniş bir hizmet yelpazesi ile olasılıkların sınırsız, bağlantıların anlamlı olduğu bir geleceği yeniden hayal ederek teknolojinin hızla evrim geçirdiği bu ortamda markaların dijitalleşmesi için dikkat çekici çözümler sunuyoruz.

3 ALANDA BÜYÜK FARK

CovenLabs ile 2023’te markaların dijitalleşmesi yolundaki öncülük rolümüzü güçlendirdik. İlk olarak, sektördeki en son teknolojik gelişmeleri yakından takip edip yatırımlarımızı markaların benzersiz ihtiyaçlarına özel çözümler sunma amacıyla şekillendirdik. Bu sayede dijital dönüşümleri daha da hızlandırmaya yönelik iddialı bir konumda bulunuyoruz.

İkinci olarak, dijitalleşme anlayışımızı temelde insan merkezli bir yaklaşıma yerleştirdik. Teknolojiyi sadece bir araç olarak değil, insanların yaşamlarını iyileştiren bir güç olarak kullandık. Müşteri deneyimini dijitalleşme sürecimizin merkezine yerleştirerek, kullanıcı dostu arayüzler, kişiselleştirilmiş öneriler ve hızlı geri dönüş süreçleri ile müşteri memnuniyetini artırmak için çalışmalar yaptık.

Puanların ve kademelerin ötesine geçerek,

müşterileri gerçekten tanıyan ve etkileşime giren yeni nesil sadakat programları, sadece veri toplamakla kalmayıp müşterileri anlayan ve ihtiyaçlarını analiz edebilen veri analizi programları ve verileri doğru zamanda doğru hedef kitle ile buluşturan pazarlama kampanyaları dizayn edebiliyoruz.

Son olarak, sürdürülebilirlik ve toplumsal sorumluluk ilkelerini dijitalleşme stratejimizin temeline yerleştirerek teknolojiyi çevresel ve toplumsal etkilerle dengeli bir şekilde harmanladık. Çevresel etkiyi minimize etmek ve topluma karşı sorumluluklarımızı yerine getirmek için teknolojiyi kullanma konusundaki taahhütlerimizi artırdık. Bu, sadece işimizin büyümesine değil, aynı zamanda sosyal ve çevresel bir fark yaratmaya olan inancımızı da güçlendirdi.

STRATEJİK YATIRIMLARA DEVAM

Biz CovenLabs olarak hem fiziksel hem de dijital dünyaya hakimiz, dolayısıyla dijitalleşme sürecinin bir parçası olarak hareket ediyor ve markaları da bu sürece dahil ediyoruz. Sektörde fark yaratmak amacıyla stratejik teknoloji yatırımları yapıyoruz. Temelde, teknolojiye entegre sistemler geliştirdiğimiz için de belirgin bir şekilde ayrışıyoruz.

Sektördeki sınırsız potansiyeli keşfetmek için sürekli olarak inovasyon ve gelişimle ilgileniyoruz, bu da müşterilere öncü ve özelleştirilmiş çözümler sunmamızı sağlıyor.

Aynı zamanda dijitalleşmenin getirdiği veri bolluğunu etik ve sorumlu bir şekilde yönetmeye odaklanarak müşteri güvenini en üst düzeye

çıkarmayı hedefliyoruz.

Burada sadakat programlarına getirdiğimiz yenilikçi çözümler ve veri analizi konusundaki öncü becerilerimiz bizi yönlendiriyor.

Müşterilere rekabet avantajı sağlamaya ve dijital dönüşümlerini en verimli şekilde yönetmelerine yardımcı olmaya odaklanan CovenLabs, teknolojiyi sadece bir araç olarak değil, bir ortaklık haline getirerek kullanıyor.

Bu vizyonumuzu daha da güçlendirmek adına, gizemli ve heyecan verici bir projeyi hayata geçiriyoruz: tamamen kullanıcı ihtiyaçları doğrultusunda geliştirmiş olduğumuz BudyBoo. Sürece başlamadan önce kullanıcı ihtiyaçlarını analiz ettik ve en doğru çözümleri bulmaya çalıştık. BudyBoo'yu ilk kullanıcılarına açmak üzereyiz, yeri gelmişken BudyBoo dünyasında ilk olmak isteyen herkesi de QR'ı okutup whitelist yapmaya davet ettiğimizi de söylemiş olayım. BudyBoo ile ilgili daha fazla detay vermeden; tek bir QR ile koca bir dünyanın kapılarını açma iddiamızı yineleyeyim. Bu sıra dışı deneyimin, CovenLabs'in dijital liderliği ve inovasyonu ile nasıl bütünleştiğini hep birlikte keşfedeceğiz.

YAPAY ZEKA PLANIMIZ

Yapay zeka, CovenLabs'in dijitalleşme ve dijitalleştirme stratejisinde kilit bir rol oynuyor ve bu alandaki sınırsız potansiyeli maksimum düzeyde değerlendirmeye odaklanıyoruz. İş süreçlerimizi optimize etmek, müşteri deneyimini kişiselleştirmek ve operasyonel verimliliği artırmak amacıyla geniş bir yelpazede yapay zeka çözümlerine stratejik ve özenli bir yaklaşım benimsiyoruz. Yapay zeka konusundaki hedefimiz, müşterilere daha akıllı, daha hızlı ve daha özelleştirilmiş deneyimler sunarak sektörde öncü olmak. Aynı zamanda, bu yaklaşımın verileri etkili bir şekilde analiz ederek müşteri davranışlarını anlamak ve öngörmek için bize olanak sağlayacağına inanıyoruz.

Yapay zeka hedeflerimiz, teknolojinin evrimine ayak uydurarak sektördeki standartları belirlemek ve müşterilere sağladığımız değeri sürekli olarak artırmak üzerine odaklı. Bu bağlamda, yapay zeka



çözümlerimizin inovatif ve etkili bir şekilde çalışarak müşteri memnuniyetini zirveye taşımasını hedefliyoruz.

Bunların yanında tıpkı dijitalleşmede olduğu gibi yapay zekayı da hayatın içine entegre ediyoruz. Hem kendi projelerimizde hem de partnerlik yaptığımız markaların projelerinde hayatın farklı bir yanını dijitalle ve yapay zekayla birleştiriyoruz. Çok yakında lansmanını yapmayı planladığımız birkaç projemiz var. Hepsinde de hayatın içinden farklı alanların dijitalle doğru şekilde birleştiğinde nasıl tamamlandığını ve kolaylaştığını gösteriyor olacağız.

Yeni yıl ajandamda ne var?

1 MÜŞTERİ ODAKLILIK İlk ve en önemli önceliğim müşteri odaklılık. Teknolojinin getirdiği yenilikleri, sadece iş süreçlerimizi değil, aynı zamanda müşterilerimizin hayatlarını nasıl zenginleştirebileceğimizi anlamak için kullanıyoruz. Bu, sadece bir ürün veya hizmet sağlayıcısı olmaktan öte, müşterilerimizin gerçek ihtiyaçlarına duyarlı, onları anlayan ve en üst düzeyde tatmin eden bir marka olmayı amaçlıyoruz.

2 SÜREKLİ İNOVASYON Dijital dünyada varlığını sürdürürebilmek ve öne çıkabilmek için teknolojik gelişmeleri yakından takip ediyor, iş modellerimizi sürekli olarak revize ediyoruz. Hızla evrilen bir ekosistemde liderlik yapmak, sadece mevcut trendlere uyum sağlamaktan öte, geleceği öngörmek ve şekillendirmekle mümkün. Bu nedenle, şirket içinde inovasyon kültürünü besliyor, çalışanlarımızı sürekli öğrenmeye teşvik ediyor ve farklı bakış açılarından ilham alarak kendimizi sürekli olarak yeniden keşfetmeye odaklanıyoruz.

3 SÜRDÜRÜBİLİRLİK VE TOPLUMSAL SORUMLULUK Teknoloji alanında ilerlemenin sadece maddi kazançlardan ibaret olmadığını, aynı zamanda çevremize ve topluma karşı sorumluluklarımız olduğunu biliyoruz. Bu nedenle, iş süreçlerimizi çevre dostu yöntemlere adapte ediyor, sürdürülebilirlik ilkelerini stratejik planlamamızın merkezine alıyoruz. Toplumsal sorumluluk projelerine aktif olarak katılıyor, eğitim ve fırsat eşitliği konularında öncü olmayı hedefliyoruz.

“Ayakta kalmak için dijitalleşme şart”

128

Gaziantep merkezli Anadolu'nun en büyük grubu Sanko Holding, tekstilden enerjiye çimentodan ambalaja kadar farklı alanlarda faaliyet gösteriyor. **Sanko Holding Yönetim Kurulu Başkanı Adil Sani Konukoğlu**, dijitalleşmenin kaçınılmaz olduğunu söyleyen patronlardan. Konukoğlu, “Dijitalleşmeyi sağlayamayan şirketler gelecekte büyük bir sıkıntı yaşayacak” diyor...

Dünya çok hızlı bir değişim sürecinden geçiyor. Dijitalleşme de şirketlerin geleceği açısından büyük önem taşıyor. Çünkü, dijitalleşme hızlı bir değişim sürecini de beraberinde getiriyor. Dijitalleşmeyi sağlayamayan şirketler ileride büyük sıkıntı yaşayacak.

Biz bir sanayi şirketleri topluluğu olarak teknolojiye en yüksek derecede önem veriyoruz ve babamız Sani Konukoğlu'nun çok güzel, anlamlı tespiti bize daima yol gösteriyor: “İşletmesini yenilemeyen tesis sahibini yeniler.” Dijital dönüşüm sanayi için şarttır. Teknolojiye yatırım yaparak, şirketlerimizde, bu yeni dönemin getirdiği dönüşümü sağlamak da kaçınılmaz bir durum. Bugünün gerçekleri olarak biliyoruz ki, dijital dönüşüm ve teknoloji geleceğin anahtarı...

Verimli ekonomiler, verimli şirketler, rekabette güçlü şirketler için bu teknoloji dönüşümünü gerçekleştirmeliyiz. Dijitalleşme gelecekte ayakta kalmanın yeni kuralı.



ÖRNEK ŞİRKETLERDEN BİRİSİYİZ

Biz, Sanko Holding altında başta söylediğim gibi hep teknolojiyi iyi kullanan bu konuda önderlik eden, örnek olan şirketlerden biri olduk. Pandemi özellikle bizim dönüşümümüzü her şirket gibi, hızlandırmamızı gerektirdi. Başta ana alanlarımız Tekstilden Enerji'ye, İnşaat ve Ambalaj'a pek çok sektörümüzde, önemli teknoloji yatırımları yaptık.

Değişim çok hızlı geliyor. Dünyanın her tarafına dijital olarak ulaştığımız bir dönem yaşıyoruz. Bugün konuştuklarımızın özünü babam uzun yıllar önce söylemiş.

Eğer kendinizi ve iş yapış şeklini yenilemezseniz bir sonraki döneme geçemezsiniz. Açılan hiçbir işletme kapanmaz bir başkası alır, o işi yeniler ve devam eder.

Geleceğin işletmelerini ve mesleklerini oluşturabilmenin tek yolu da geleceğe nasıl hazırlanılacağına fizibilitesini yapmaktır. Eğer önümüzdeki dönemde yaptığımız işin gerek geri dönüşümünü gerekse takip edilebilirliğini kontrol altına alamıyorsanız gelecekte çok büyük sıkıntılar yaşanır.

GRUBUN 2024 HEDEFLERİ

Sanko Holding, yeni yıldan, 2024'ten yana beklenti ve hedeflerimiz nedir diye soracak olursak, 2024 yılında bütün hedeflerinin yeşil dönüşüm ve dijitalleşmeyle ilgili yatırımları tamamlamak olduğunu söyleyebilirim.

Dijital ve yeşil dönüşümü birbirinden ayıramayız. 2023 yılını takip eden yatırımlarımızı yapıyoruz ve Yeşil Dönüşümle ilgili yapılan yatırımlarımız var. Gaziantep Sanayi Odası olarak da 2024 yılını İkiz Dönüşüm ile adlandırıyoruz.



Dijital Dönüşüm ve Yeşil Dönüşümü birbirinden ayıramayız.

Bu sene yapacağımız bütün yatırımlar doğrudan karbonu sıfırlama noktasında. Diğer şirketlerimizde de bu yönde çalışmalar yapıyoruz. Enerji sektörüne baktığımızda bugüne kadar yenilenebilir enerji dışında hiçbir yatırım yapmadık ve bu şekilde devam etmeye de kararlıyız. Yine tüm şirketlerimizde dünyayı koruma felsefemiz doğrultusunda, sürdürülebilirliğe de büyük yatırım yapıyoruz.

YEŞİL ENERJİYE ODAKLANDIK

Başta rüzgâr ve güneş enerjisi olmak üzere yeşil enerjiye odaklanıyoruz. Teknolojideki dönüşümümüz, grubumuzun bu açıdan sürdürülebilirlik hedeflerini de büyük oranda destekliyor. Artık verilerimizi takip ediyoruz. İplik ve kumaş üretiminde, döngüsel ekonomiyi hedefliyoruz ve sürdürülebilir teknolojik gelişmeleri entegre ediyoruz. Üretimden son kullanıcıya ürünlerimizin izlenebilirliğini bu teknolojilerimiz sayesinde gerçekleştiriyoruz.

Dijitalleşme, Yeşil Dönüşüm, Sürdürülebilirlik ve AR-GE için harcanan her kuruşun katlarıyla dönüşü olacağını söyleyebilirim. Herkes kendi sektöründe değişim ve dönüşüme uyum sağlayarak bundan sonraki sürecin yeşil dönüşüm olduğunu unutmamalı.



"Dijitalleşme, Yeşil Dönüşüm, Sürdürülebilirlik ve AR-GE için harcanan her kuruşun katlarıyla dönüşü olacağını söyleyebilirim. Herkes kendi sektöründe değişim ve dönüşüme uyum sağlayarak bundan sonraki sürecin yeşil dönüşüm olduğunu unutmamalı."

Dönüşümün adı: Sanshine projesi

Sanko Holding'in altında SANSHINE isimli Bilişim Teknolojileri firmamızı kurduk ve bu dönüşüm projesine de SANSHINE adını verdik. Sanko'nun San'ını kullandık ama bu bizim için aynı zamanda, şirketlerimizi teknoloji ile güneş ışığı gibi aydınlatmak anlamını da taşıyordu! Gelecekte de bugünkü gibi, bölgesi, ülkesi, çalışanları için parlayan bir Sanko'yu hedefliyoruz. Bu proje ile tüm şirketlerimizin süreçlerini dijital dönüşüm planlaması için masaya yatırdık. Global standartlarda teknolojik bir dönüşüm yarattık. Holding bazında standartlaşmamızı sağlayacak bir yapı oluşturduk.

5G ne getirecek?

130

Dünyanın ilk 5G şebekesi 2019'da açılarak mobil cihazlar için düşük gecikmeli bağlantı, daha yüksek veri hızları ve daha yüksek veri limitleri sundu. İlk önce hangi ülkenin 5G'yi açtığı konusu hala tartışılrsa da (ABD ve Güney Kore hâlâ övünme hakkı için savaşıyor) bu teknolojinin etkisi hakkında bir tartışma yok. Telekom şirketi Ericsson, 2023 yılında yayınladığı Mobilite Raporu'nda bu konuya açıklık getiriyor. Buna göre 2019 yılından bu yana 260 servis sağlayıcı, 92 ülkede ticari 5G hizmetleri açtı. 35 servis sağlayıcı da da bağımsız 5G (SA) şebekelerini devreye soktu.

Ericsson'un raporu, küresel 5G abone sayısının 2023'ün ilk çeyreğinde, 175 milyon artarak 1,3 milyara ulaştığını ortaya koyuyor. 2028'de ise kullanıcı sayısı 5 milyara ulaşacak.

4G'DEN GEÇİŞ HÂLÂ YAVAŞ

4G abone sayısı, aynı sürede 11 milyondan 5.2 milyar gibi önemli bir düzeye ulaştı. 5G'ye geçiş için en önemli engeli, tüketici tercihleri oluşturuyor. Deloitte'in geçen yıl yaptığı araştırmada, kullanıcıların yüzde 36'sı, iki kuşak teknoloji arasında büyük fark görmediklerini paylaştı.

Bazı uzmanlar, en azından Kuzey Amerika bölgesindeki çoğu kullanıcıyı, 5G için fazladan ödeme yapmak istemediğini, bunun özellikle de 4G'nin veri ihtiyaçlarını karşılama konusunda yeterli geldiğini düşündükleri için olduğunu belirtiyor. Bu trend, "5G'ye geçmek için genel tüketici isteğinin önemli miktarda yükselmediğini" gösteren YouGov raporuyla da onaylandı.

Güvenilir 4G teknolojisinden geçiş yapma konusundaki tüketici isteksizliği, güvenlik ve potansiyel çevre riskleriyle birleştiğinde, 5G teknolojisinin kusursuz bir şekilde entegre edilmesini engelliyor.

5G'NİN GELECEĞİ NASIL ŞEKİLLENECEK?

5G'nin bugünkü durumu, vaat ettiği küresel bağlanabilirlik rönesansını yakalayamıyor: PwC'nin



yakın zamanlı bir raporunda, 5G'nin tüm potansiyeline rağmen henüz vaatlerini gerçekleştirmediğine dikkat çekiliyor:

"Video ve 3D grafik işleme, üç boyutlu AR/VR/XR (artırılmış/sanal/genişletilmiş gerçeklik) deneyimleri, çok oyunculu mobil oyunlar, otonom robotlar ve bağlı araçlar gibi yoğun şekilde veri kullanan 'canavar' uygulamalar kısıtlı bir şekilde benimsendi, henüz tam anlamıyla ortaya çıkmadı veya 5G gerektirmedikleri anlaşıldı."

Bunun üstüne müşterilerin 5G'yi benimseme oranının düşük kaldığı ve GSMA'nın 2025'in sonunda 5G'nin yüzde 25 gibi küçük bir paya sahip olacağına yer veriliyor.

Bu zorluklara rağmen, 5G teknolojisinin gidişatı giderek daha fazla benimseneceğini ve çeşitli endüstrilere entegre edileceğini gösteriyor. ABI Research'ün bir raporuna göre, 5G'de güçlü olan ülkelerde gelecek daha parlak görünüyor. Özellikle de P5G şebekeleri şirketlerin üretim ve otomobil gibi dikeyler çapında yeni kullanım alanları açmasına imkan tanıyor.

Çalışanı Mutlu Eden Dünya

Sodexo dönüşüyor, Pluxee oluyor.

Çalışanlarınız için; daha fazla mutlu an, daha fazla fırsat ve daha dijital bir deneyim Pluxee'de.

Yemekten hediye, ulaşımdan tatile pek çok fayda ile yan haklar ve çalışan bağlılığı dünyasında daha fazla özgürlük pluxee.com.tr'de.

pluxee
bir *sodexo* markası



BİRLİKTE GÜÇLÜYÜZ

Türkiye'nin önde gelen sanayi kuruluşlarından biriyiz, bir asrı aşan başarılı geçmişimizle geleceğe güvenle bakmanın haklı gururunu yaşıyoruz.

Başta grubun amiral gemisi konumundaki tekstil sektöründe olmak üzere Türkiye'de ve global arenada pek çok alanda liderliğimizi sürdürürken, aynı zamanda Türkiye'nin en büyük yenilenebilir enerji, çimento ve ambalaj üreticileri arasında yer alıyoruz.

Binlerce çalışanımızla üreterek 100'ü aşkın ülkeye ihracat gerçekleştiriyoruz. Her adımda daha güçlü bir Türkiye hedefiyle ilerliyoruz.

