

Öne çıkan **online** platformlar

Ekonomist

NİSAN 2020

e-Dönüşüm

QNB
eFİNANS
katkılarıyla

Koronavirüsle
gelen yeni
iş modelleri



“Çarkların
yeniden
dönmesi
zaman
alacak”



CENK AKINCILAR

“ÖNCELİĞİMİZ,
ÇALIŞANLARIMIZIN
VE MÜŞTERİLERİMİZİN
SAĞLIĞI”



QNB Finansbank'tan ücretsiz KOBİ e-Dönüşüm Paketi

Şirketlerini geleceğe taşımaya hazır olan QNB Finansbank müşterileri e-Fatura, e-İrsaliye, e-Defter, e-Serbest Meslek Makbuzu, e-Müstahsil Makbuzu ve e-Arşiv'den oluşan Kobi e-Dönüşüm Paketi'ne hiçbir koşul olmadan, 2022'ye kadar ücretsiz sahip oluyorlar.

Siz de KOBİ e-Dönüşüm Paketi'ne qnbfinansbank.com/dijitalkopru adresinden veya 0 850 222 00 35 nolu çağrı merkezi üzerinden başvurun, sağlıklı evde kalın.

KOBİ e-Dönüşüm Paketi QNB eFinans'ın sağlayacağı ürün/hizmetlerden oluşmaktadır, farklı bir özel entegratörden alınacak ürün/hizmetler QNB Finansbank tarafından hediye edilmeyecektir. e-Fatura, e-Arşiv, e-İrsaliye, e-Serbest Meslek Makbuzu ve e-Müstahsil Makbuzu için kullanım kotası senelik toplam 100.000 adet, e-Defter için 1GB kullanımdır. Bilgi için: qnbfinansbank.com

[editör]

Yeni dönem, yeni işler...

Çok özel bir dönemden geçiyoruz. Bildiğimiz pek çok şeyin değiştiği, bildiklerimizin geçerli olmadığı bir dönem. Elbette iyileşeceğiz, elbette hayat tekrar normale dönecek. Normal de belki farklı olacak ancak en azından daha normal olacak.

Böylesine değişimin olduğu bir ortam özel hayatlarımızda ve iş dünyasında bir dizi belirsizliği beraberinde getirdi. Bu belirsizliği anlamak ve yönetmek, yeni beceriler gerektiriyor. Bu süreçte stresi ve kaygıyı yönetmek, kendimize ve sevdiğimizlere daha iyi bakmak, kendimizi geleceğe hazırlamak ve belki yeni iş alanlarında, mesleklerde kendimizi geliştirmek oldukça önemli.

Özel hayatımız ve iş hayatımız için pek çok konuda kendimizi geliştirmek ihtiyacı kaçınılmaz. Kendimizi geliştirmek için, teknolojiye faydalanmak ve bu yolla gelişimi daha etkin kılmak yine ancak teknolojiyle yani dijitalleşmeyle mümkün.

Dijitalleşmeyi sadece teknoloji kullanımı olarak görmemek gerekiyor. Dijital dönüşüm aslında başlı başına toptan bir dönüşüm. İnsanların ve fikirlerin dönüşmesi ve gelişmesi ile başlayabilir. Bugün hala fiziksel olarak bankaya gidip defter işleten bir şirketin ürünü ne olursa olsun yakın gelecekte başarılı olamayacağını görebiliriz.

Bunun yanı sıra Koronavirüs salgını sonrası kısıtlanan hareketlilik sebebiyle yerelde mikro ölçekte hizmet veren işletmelerin hayati öneme sahip olduğunu gördük. Mahallemizdeki market, fırın, eczane, şarküteri, kuru temizleme dükkanı, pizzacı, pastane, nalbur gibi işletmelerin bir anda yıldızı parladı. Dolayısıyla mikro ölçekte iş kuracak girişimciler artık kendi çevrelerindeki erişilebilir pazarın ihtiyaçları ekseninde yeni iş fikirleri geliştirecek.

Online eğitim, online market, online ödeme sistemleri, dijital iş zekaları bu dönemin en öne çıkacak iş modelleri olacak gibi görünüyor. Biz de kapak haberimizde bu iş modellerini ayrıntılı bir şekilde ele aldık.

Hepinize sevdiğinizle birlikte sağlıklı geçireceğiniz bir ay yaşamamız dileğiyle...



Burcu Tuvay
btuvay@ekonomist.com.tr

Ekonomist HAFTALIK EKONOMİ VE SİYASİ HABER DERGİSİ

e-Dönüşüm



YAYINCI
Doğan Burda Dergi
Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş.

GENEL MÜDÜR Cem M. Başar
YAYIN YÖNETMENİ Talat Yeşiloğlu
YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ (Sorumlu) Dr. Orhan Karaca
HABER MÜDÜRÜ Talip Yılmaz
GÖRSEL YÖNETMEN Özcan Çayçoşar

EDİTÖRLER
E-DÖNÜŞÜM Burcu Tuvay
BORSA - TEKNOLOJİ Gözde Yeniova
HABER MERKEZİ Levent Gökmen, Özlem Bay Yılmaz, Sibel Atik, Ayşegül Sakarya Pehlivan, Aram Ekin Duran, Ceren Oral
MARKA MÜDÜRÜ Arzu Sözeri
SAYFA UYGULAMA M. Engin Bilgin
FOTOĞRAFLAR Hüseyin S. Öngen, Gökhan Çelebi

ANKARA TEMSİLCİSİ Erdal İpekeşen
Tel: 0 312 207 00 71
ekonomist@doganburda.com

YÖNETİM
SATIŞ VE DAĞITIM DİREKTÖRÜ Egemen Erkorol
ÜRETİM PLANLAMA DİREKTÖRÜ
(TÜZEL KİŞİ TEMSİLCİSİ) Yakup Kurtulmuş
FİNANS DİREKTÖRÜ Didem Kuruç

ETKİNLİK VE PROJE DİREKTÖRÜ Ali Erman İleri
REKLAM GRUP BAŞKANI Nisa Aslı Erten Çokça
REKLAM GRUP BAŞKAN YRD. Seda Erdoğan Dal
REKLAM SATIŞ KOORDİNATÖRÜ
Neyran Çınar, Burcu Kevser Karaçam
REKLAM SATIŞ MÜDÜRÜ
Burcu Acavut - İpek Tunali - Ecem Arda
TEKNİK MÜDÜR Ayfer Kaygun Buka
Tel: 0 212 336 53 61 - 62
BÖLGELER SATIŞ MÜDÜRÜ Dilek Ünlü
Tel: 0212 336 53 72 Faks: 0 212 336 53 91
PROJE MÜDÜRÜ Selçuk Ergenç
Tel: 0 212 336 53 60 (3 hat) Faks: 0 212 336 53 90

REZERVASYON
Tel: 0 212 336 53 00/57/59 Faks: 0 212 336 53 92/93

ANKARA REKLAM SATIŞ KOORDİNATÖRÜ
Sezinur Balıkcıoğlu
ANKARA REKLAM SATIŞ MÜDÜRÜ
Beliz Balıbey Tel: 0 312 207 00 72/73
HEDEF SAYFALAR
Tel: 0 212 336 53 70 Faks: 0 212 336 53 91

YÖNETİM YERİ
Kuştepe Mahallesi, Mecidiyeköy Yolu Cad. No:12
Trump Towers Kule 2, Kat 21 - 22 - 23 34387 Şişli/İST.
Tel: 0 212 410 32 00 Faks: 0 212 410 35 81

BASKI
Bilnet Matbaacılık ve Yayıncılık A.Ş.
Dudullu Organize San. Bölgesi 1.Cad.
No:16 Ümraniye-İSTANBUL
Tel: 444 44 03 Faks: 0216 365 99 08/08
www.bilnet.net.com
Sertifika No: 42716

DAĞITIM
Turkuvaz Dağıtım Pazarlama A.Ş.

YAYIN TÜRÜ Yerel, süreli, haftalık

FİPP üyesidir.

© Ekonomist Dergisi Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş. tarafından T.C. yasalarına uygun olarak yayımlanmaktadır. Ekonomist Dergisi'nin isim ve yayın hakkı Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş. ye aittir. Dergide yayımlanan yazı, fotoğraf, harita, illüstrasyon ve konuların her hakkı saklıdır. İzinsiz, kaynak gösterilerek dahi alıntı yapılamaz.

DB OKUR HİZMETLERİ HATTI 0 212 478 0 300
okurhizmetleri@doganburda.com

DB ABONE HİZMETLERİ HATTI
Tel: (0 212) 478 0 300 Faks: (0 212) 410 35 12-13

ÇALIŞMA SAATLERİ
abone@doganburda.com / www.doganburda.com
Hergün saat 09.00-22.00 arasında hizmet verilmektedir.

[içindekiler]



5

12



8



16



18

5 Şirketlere özgün finansal yazılımlar sunuyor

6 **DİJİTAL GÜNDEM**

8 **KAPAK KONUSU**

Korona ile gelen dijitalleşme

12 "Önceliğimiz, çalışanlarımızın ve müşterilerimizin sağlığı"

DUAYEN

16 "Çarkların yeniden dönmesi zaman alacak"

18 QNB Finansbank Dijital Köprü şirketleri geleceğe taşıyor

20 "Yeni teknolojileri yakından takip ediyoruz"

22 "Perakendede dijitalleşme artacak"

24 **TEKNOPANO**

26 "Kişiye özel müşteri deneyimine odaklanıyoruz"

28 "Yeni teknolojileri yakından takip ediyoruz"

30 **İlke Altın:**

"Dijital serbest meslek sahipleri"

32 **VERGİ TAKVİMİ**

26

20

22

28



ŞİRKETLERE ÖZGÜN FİNANSAL YAZILIMLAR SUNUYOR

20 yıl önce kurulan ve bugün dokuz doğalgaz şirketi ve KGF'ye yazılım hizmeti veren Usta Yazılım, kesintinin olmaması gereken ve hata kabul etmeyen sektörlere alt yapı yönetim bilgi sistemi kuruyor. Usta Yazılım Genel Müdürü Serhan Poçan, hizmet verdikleri her bir şirkete ihtiyaçlarına özgün yazılım hizmeti verdiklerini söylüyor.

Sibel Atik satik@ekonomist.com.tr



Şirketlere özgün ihtiyaçları doğrultusunda finansal süreçleri yöneten yazılımlar sunan Usta, bu alanda 20 yılı geride bıraktı. Enerji ve finans sektörü başta olmak üzere birçok şirkete doğrudan hizmet vererek bu kurumların yazılım teknolojisi sorumluluğunu üstlenen Usta Yazılım, şu an doğalgaz dağıtımını yapan dokuz şirkete ve Kredi Garanti Fonu'na özel çözümler sunuyor.

Usta Yazılım'ın Genel Müdürü ve Kurucu Ortağı Serhan Poçan, "Biz dijital dünya ile tanışan vizyoner ve öncü firmaların excelde buldukları nimetleri kurum düzeyine yaymak, bütünlüklü sistemler kurmak konusunda görev aldık bugüne kadar. Biz iki prensiple hareket ediyoruz, öncelikle aldığımız projeyi sahipleniyoruz. İkincisi de kendimizi teknolojik olarak güncel tutup, organizasyonel olarak sağlam konumlandırarak hizmet veriyoruz" diyor.

25 BÖLGEDE HİZMET VERİYOR

Türkiye'de doğalgaz dağıtımını yapan dokuz firmanın, sorumlu olduğu yaklaşık 25 bölgede kendilerinin geliştirdiği Altyapı Yönetim Bilgi Sistemi'nin kullanıldığını aktarı



ran Serhan Poçan, KGF'ye de destek verdiklerini dile getiriyor. AR-GE yönü güçlü bir proje şirketi olma vizyonuyla hareket ettiklerini dile getiren Poçan, yaygın kullanılan ürünler geliştirmek yerine proje gereksinimine odaklanmayı seçtiklerini anlatıyor. Belki de bu odaklanma sayesinde geliştirdikleri birçok ürünün kurumları aşır sektörlerde yaygınlaştığını kaydediyor.

Şirketlere özgün ihtiyaçları doğrultusunda finansal yazılımlar sunduklarını belirten Poçan, "Usta'nın kuruluşuna denk gelen 90'ların sonu ülkemizde de dijital dönüşümün hızlandığı dönem oldu. İrili ufaklı tüm işletmelerde bilgisayar hızla yayıldı. Kağıt ortamın yerini excel dosyaları aldı. Kişisel boyutta en büyük dijital dönüşümü belki de excel gerçekleştirdi. Biz yazılım firmaları bu olanakla tanışan işletmelerin dijitalleşmelerini kurumsal seviyeye taşıma konusunda görev aldık. Geçen süreçte hizmet verdiğimiz her şirkette yazılım teknolojisi sorumluluğunu aldık. Enerji ve finans sektöründe 20 yıla yakın süredir ve üç nesildir ürün geliştiriyoruz" diye konuşuyor.



DIJİTAL GÜNDEM

► Burcu Tuvay btuvay@ekonomist.com.tr

ÇAĞRI MERKEZLERİ EVE TAŞINIYOR

Vodafone Business, Koronavirüs salgını sebebiyle evden çalışmaya başlayan işletmelerin ihtiyaçlarına uygun çözümler sunuyor. 8 bini aşkın çekici, kurtarıcı, rent a car, ambulans, ev onarım, otel gibi hizmet sağlayıcının oluşturduğu dev bir hizmet ağı olan Tur Assist, çalışanların sağlığını korumak ve uzaktan çalışmalarını sağlamak için Vodafone Business Bulut Santral Çözümü'nü seçti. Tur Assist, sabit veya mobil telefon altyapısını tek bir merkezden yönetmeyi sağlayan Bulut Santral Çözümü'nü kullanarak hem çalışanlarının hem hizmet sağlayıcılarının sağlığını

korurken müşteri memnuniyetini de sürdürülebilir kılıyor. Vodafone Business olarak önceliklerinin işletmelerin her koşulda işini yapmaya devam edebilmesini sağlamak olduğunu belirten Vodafone Türkiye İcra Kurulu Başkan Yardımcısı Meltem Bakiler Şahin, işletmelere Koronavirüs yüzünden yaşanan olağanüstü dönemde ihtiyaçlarına uygun ve çevik çözümler sunduklarını söyledi.



TÜRK TELEKOM'DAN DİJİTAL SAĞLIK ATAĞI

Türk Telekom'un kurumsal girişim sermayesi şirketi TT Ventures, dijital patoloji alanında yenilikçi teknolojiler üreten yerli yapay zeka firması Virasoft'la güç birliği yaptı. Türk Telekom Strateji, Planlama ve Dijital Genel Müdür Yardımcısı Barış Karakullukçu, geliştirdiği son teknoloji ürünleriyle kanser teşhisinde doğruluk oranını yüzde 60'lardan yüzde 96'lara çıkaran Virasoft'la yaptıkları işbirliğinin sektörde öncü niteliğinde olduğunu belirtti.



DİJİTAL PAZARLAMA 435 MİLYAR DOLARA KOŞUYOR

Statista verilerine göre, dünya çapındaki dijital reklam harcamaları 2020 sonunda 384 milyar dolara ulaşacak. Araştırmaya göre, 2021'de pazar hacminin 435 milyar dolara çıkması öngörülüyor. Şirketler, Covid-19'un olumsuz etkilerini azaltmak için dijital pazarlamaya ağırlık verme eğiliminde. Şirketlerin Koronavirüs belirsizliğinde dijital pazarlamaya yoğunlaştıklarını belirten Google SMB Premier Partneri EG Bilişim Teknolojileri CEO'su Gökhan Bülbül, "Küresel Dijital Raporu'na göre, Türkiye'de 59 milyon internet kullanıcısı var. Kullanıcıların yüzde 84'ü her gün internete giriyor. Toplam nüfusumuzun yüzde 63'ü sosyal medya platformlarını kullanıyor. Doğru hedef kitle analizi, pazarlama stratejisi ve uygulamayla hedeflenen satış oranına ulaşmak ve marka değerini artırmak mümkün" diyor.



ESTONYA E-NOTER HİZMETİNİ TANITTI

Estonya'dan dijital vatandaşlık (e-Residency) alan girişimciler programın test etmeye başladığı yeni e-Noter (online noter) hizmeti ile artık Estonya'ya gitmeden birçok işlemi uzaktan gerçekleştirebilecek.

Tanıtılan yeni e-Noter hizmeti sayesinde Estonya'dan dijital vatandaşlık (e-Residency) almış Türk kullanıcılar hem daha kolay ticaret yapabilecek hem de işlerini evlerinden yürütebilecek. e-Oturum sahipleri, hizmete sunulan yeni e-Noter uygulaması ile dünyanın neresinde olursa olsunlar, Avrupa Ekonomik Alanı'nın (EEA) bir üyesi olan Estonya'da noterden hizmet alır gibi işlem yapabilecek. Daha önce e-Oturum sahiplerinin Estonya'ya giderek gerçekleştirebileceği şirket hisse alım satımı, vekaletname ve kimlik doğrulama işlemleri ile hisse paylaşım işlemleri, uzaktan gerçekleştirilebilecek. Program yeni e-Noter hizmetiyle uzaktan iş yapmayı daha kolay hale getirmeyi amaçlarken, işlemler için Estonya'yı ziyaret etmeye gerek kalmayacak ve tüm işlemleri güvenli bir şekilde evlerinden halledebilecekler.



DİJİTALDE KULLANIM İKİ KAT ARTTI

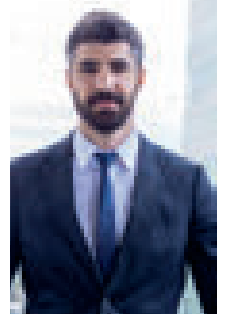
COVID-19 sonrasında her tür dijital içeriğin tüketimi iki kat artış gösterdi. Mobildeki büyümeye dikkat çeken Adform Türkiye Genel Müdürü ve MEA, APAC Bölgeleri Satış Direktörü Cem Eroğlu, dijital reklam dünyasındaki gelişmeleri değerlendirdi. Adform Türkiye Genel Müdürü ve MEA, APAC Bölgeleri Satış Direktörü Cem Eroğlu şu bilgileri verdi:

“COVID-19 dijitaldeki kullanım oranlarını iki kat artırdı. İnsanlar dışarı çıkmadıkları için TV ve internet kullanım payları büyüdü. Haber sitelerinde iki kata kadar artış var, e-ticarette ziyaretçi trafiği ciddi oranda arttı. Tüketici davranışları da değişiyor. Pazar şu anda bunlara ihtiyaç duyuyor ama bu sadece dijitalleşmeden değil, daha çok ihtiyaçtan” dedi.



TEKNOLOJİ SATIŞLARI CANLANDI

Salgın tedbirleri dolayısıyla iş ve eğlence hayatı evlere taşınınca elektronik ürünlerin online satışları da artış gösterdi. inceshesap.com'un verdiği bilgilere göre mart ayı sonunda tüketiciler, geçtiğimiz aya oranla ev ve sinema sistemleri ve PC ürünlerine yöneldi. Ev ve sinema sistemlerinin toplamında mart ayında şubat ayına göre yüzde 90 artış gözlenirken, LED TV satışlarında yüzde 260, kulaklıklarda ise yüzde 250 artış yaşandı. Koronavirüs tehdidi ile #EvdeKal çağrısına uyan vatandaşların iş ve eğlence teknolojilerini yeniden gözden geçirmeye ihtiyaç duyduğunu ifade eden inceshesap.com'un Kurucu Ortağı Nurettin Erzen, dışarı çıkmaktan çekinen tüketicilerin e-Ticarete yöneldiğini, teknolojik ürün satışlarında da bu trendin artarak devam ettiğini belirtti.



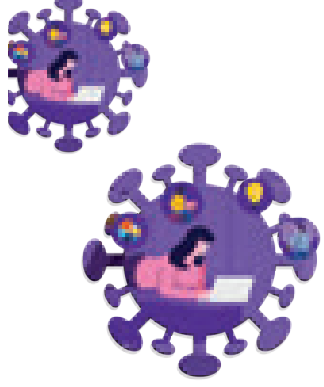
SİBER SALDIRILARA KARŞI DİKKAT

Kaspersky uzmanları, çevrim içi alışveriş ve yayın platformlarını taklit ederek gerçekleştirilen kimlik avı saldırılarının sayısında hızlı bir artış tespit etti. 2019'un ilk çeyreği ile bu yılın aynı dönemi karşılaştırıldığında, sahte alışveriş siteleri üzerinden saldırıya uğrayan kullanıcıların oranının yüzde 9'dan yüzde 18'e çıktığı, yayın servislerinde ise bu oranın üç kat artarak yüzde 4'e ulaştığı belirlendi. Kaspersky Güvenlik Araştırmacısı Tatiana Sidorina, “Evde kalmak isteyen veya zorunda olan insanlar gıdadan eğlenceye kadar hemen her şeyi internette almaya çalıştıklarından çevrim içi alışveriş sitelerine ve hizmetlere talep artıyor. İnsanların can sıkıntısından alışverişe yönelmesi ve ekonominin hareketlenmesi için yapılan kampanyalar da siber suçlular için ideal bir ortam oluşturuyor” dedi.



1.9 MİLYON VERGİ MÜKELLEFİNE İYİ HABER

Gelir İdaresi Başkanlığı, Koronavirüs salgını nedeniyle alınan tedbirlerden etkilenen mükelleflerinin vergi ödevlerini yerine getirebilmeleri amacıyla gelir vergisi tebliği hazırladı. Bu kapsamda, belirli sektörlerdeki mükelleflerin vergi bildirim süreçleri ileri tarihe ertelendi. COVID-19 ile mücadele için ülkemizde alınan tedbirler kapsamında Gelir İdaresi Başkanlığı tarafından yapılan açıklama ve tebliğe göre, mükelleflerin nisan, mayıs ve haziran aylarında vermeleri gereken muhtasar ve katma değer vergisi beyannamelerinin verilme süresi, 27 Temmuz 2020 günü sonuna kadar uzatıldı. Söz konusu beyannamelere istinaden tahakkuk eden vergilerin ödeme süreleri ise altışar ay uzatılarak ödemelerin ekim, kasım ve aralık aylarının son haftası içerisinde yapılabilmesi sağlandı.



KORONA İLE GELEN DİJİTALLEŞME

Koronavirüs salgını, tüm dünyada iş yapış şekillerini yeniden yazdırmaya başladı. Bu dönemde müşteri deneyimini yöneten markalar kazanacak. Tüketici taleplerini doğru değerlendiren markalar, rekabetten sıyrılarak öne geçmenin formülünü bulmuş olacak. Kapak haberimizde online eğitim, online market, dijital zeka gibi bu dönemin öne çıkacak girişimlerini araştırdık.

Burcu Tuvay @btuvay@ekonomist.com.tr

2000'li yılların başlangıcıyla birlikte, teknoloji devrimi ve artan mobilite, globalleşmeyi beraberinde getirdi. İş fikirlerimiz de bu eksende şekilleniyordu, nasıl bir iş kuracağımızı düşünürken pazar hep global ölçekte analiz ediyorduk, ancak Koronavirüs salgını, tüm dünyada iş yapış şekillerini değiştirdi. Bu dönemin etkisi, yakın geleceğin tüm ezberlerini bozacak gibi görünüyor. Örneğin, salgın sonrası kısıtlanan hareketlilik sebebiyle yerelde mikro ölçekte hizmet veren işletmelerin hayati öneme sahip olduğunu gördük. Mahallemizdeki market, fırın, eczane, şarküteri, kuaför, kuru temizleme dükkanı, pizzacı, pastane, nalbur gibi işletmelerin bir anda yıldızı parladı. Dolayısıyla mikro ölçekte iş kuracak girişimciler artık kendi çevrelerindeki erişilebilir pazarın ihtiyaçları ekseninde yeni iş fikirleri geliştirecek.

Bununla birlikte artan işçilik maliyetlerinden ötürü, daha az çalışanla yönetilebilen, aynı zamanda kaliteden ödün vermeyen fast-casual segmenti gıda alanında yatırımcıların dikkatini çekecek. Paket servis ağırlıklı dünyada 'dark



İSMAİL HAZNEDAR AKREDİTE KOBİ DANIŞMANI

“Tarım alanında yatırımlar artacak”

“Mevcut girişimler içerisinde eve teslimat yapan Getir, Banabi, İsteGelsin girişimlerinin ön planda olduğunu görüyoruz. Aynı zamanda sağlık ile ilgili ihtiyaçları karşılayan solunum cihazı vb. işlerin öneminin arttığını izleyeceğiz.

Çocuk eğitim ve gelişimi alanı yakın gelecekte ön plana çıkacak fırsat alanlarından birisi olacak. Özellikle de işe dönüşün adım adım gerçekleşeceği dönemde çocukların güvenli bir alanda olmaları ihtiyacı ve buna yönelik hizmetlere talep yükselecek. Bu süreçte tarım alanında yatırım ve üretime odaklandığımız çalışmalarda da yoğunluk görmeye başlayacağımızı öngörüyoruz. Dijitalin önemi konusunu bu süreçte herkes daha iyi kavramış oldu. Uzaktan çalışma, süreçleri dijitalleştirme, iletişimi güçlendirme öncelikle yapılacak yatırım alanları olacaktır. Desteklerden faydalanmak üzere takip etmek, problemlere çözümler geliştirecek girişimlere dahil olmak için fırsatlar dönemi olacak.”



store' hayalet mutfak olarak adlandırılan, satış noktasının dekorasyonu ve görünürlüğü dışında, standartlarından taviz vermeden adrese teslim yemek konseptleri de çok hızla artış gösterecek.

Aslında bu yıl tam anlamıyla dijital pazarlamaya dönüşüm yılı olacak. Rakiplerinin önüne geçmek isteyen markalar, pazarlamada yeni yöntemler keşfedecek. Bu anlamda dijital pazarlama kanalları markaların elini güçlendiren önemli bir silah olacak ancak birbirini tek-

rar eden uygulamalar yerine; yenilikçi, yaratıcı enstrümanları test eden firmalar öne çıkacaklar.

Kapak haberimizde online eğitim, online market, dijital zeka gibi bu dönemin öne çıkacak girişimlerini araştırdık.

ONLINE ÖDEME SİSTEMLERİ

Özellikle yüksek hacimli nakit akışı olan işletmeler, alacaklarının takibinde sıkıntı yaşayabiliyor. Ödemenin, satın alma sürecinin en kritik noktası olduğu düşünüldüğünde bu durum işletmenin varlığını da tehlikeye sokan bir durum. Teknolojinin geldiği noktada sorunları çözmek için geleneksel modeller verimlilik ve işlevsellik açısından yetersiz kalıyor. İşletmelerin en üst seviye güvenlik standartlarına sahip alt yapıda ödeme alması, kullanıcıya sağlam bir güven veriyor ve kolaylık sunuyor. Bu günlerde evine kapanan ve biraz da zorunlu olarak online alışverişi tercih eden insanların da, süreçten olumsuz etkilenmemek için direnen işletmelerin de beklentisi kolaylık. İyzico, hız ve verimliliği odak noktasına alıp bu süreçte işletmelere de tüketicilere de tutunacak bir dal sunuyor.

e-Ticaret sektöründe dijital ürün, fiziksel ürün veya hizmet fark etmeksizin satıcıların “İyzico ile Öde” hizmetiyle ve korumalı alışveriş güvencesinde gerçek bir temassız ödeme deneyimi sunuluyor. 50 bin kurumsal, 10 binden fazla linkle satış yapan İyzico üyesi ve 1 milyondan fazla korumalı alışveriş ile alışveriş yapan son kullanıcı bulunuyor. İyzico CEO'su Barbaros Özbugutu, “Blokaj süresini iki güne düşürdük. İyzico Korumalı Alışveriş de ekonominin denge kaybetme-



Barbaros Özbugutu

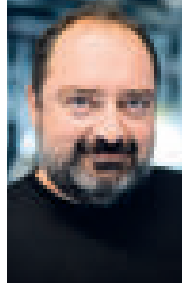
Kapak Konusu

mesi açısından büyük rol oynuyor. "Ödemem güvende mi, ya satıcıya ulaşamazsam" gibi endişelere karşı güvenli alışveriş deneyimi artıyor ve karantina döneminde zorunlu olarak online alışverişi tercih edenlerin endişeleri ortadan kalkıyor" diyor.

ONLINE MARKET

İnsanların evlerinden çıkmaya çekindikleri bu dönemde, online alışverişe olan talep doğal olarak artış gösteriyor. Yemeksepeti Banabi, tüm kullanıcıların market ihtiyaçlarını giderebilmek için online hizmet veriyor. Tek seferde verilen siparişlerde ürün adetinin arttığını ve dolayısıyla ürün adetinin artışından kaynaklı ortalama sepet tutarında da artışlar yaşandığını söyleyen Yemeksepeti CEO'su Nevzat Aydın, bunun da bir önceki döneme göre kullanıcıların siparişlerini toplu olarak vermeyi tercih ettiklerini ortaya koyduğunu belirtiyor. "Temassız Teslimat" özelliğini devreye alarak hem kullanıcıların hem de kuryelerin içinde bulunduğu dönem için uygun çözüm geliştirdiklerini vurgulayan Aydın, sözlerini şöyle sürdürüyor:

"Böylelikle yakın teması ortadan kaldırdık. 50 yaş ve üzeri mevcut kullanıcılarımız için Yemeksepeti Banabi'de gönderim ücreti almamaya başladık. Yemeksepeti siparişleri "Cüzdan" ile ödendiği takdirde tutarın yüzde 10'u kadar Cüzdan bakiyesini kullanıcılara iade ediyoruz. Limitli sayıda bulabildiğimiz maskeleri, Yemeksepeti



Nevzat Aydın

Banabi üzerinden tedarik ettiğimiz fiyattan satarak bu konudaki ihtiyacı mümkün olduğunca gidermeye çalışıyoruz. Tek şubeli restoranlarımız için mart faturasını bir ay öteledik. 1 Nisan'da tüm online kredi kartı ödemeleri, mahsuplaşma olmaksızın restoranların hesaplara yatırılacak."

ONLINE EĞİTİM

Bugün uzaktan eğitim, bugün yönetmek ve geleceğe hazırlanmak, yeni dünyaya adapte olmak için en önemli dayanağımız. Biz yetişkinler için durum böyleyken, çocuklarımız ve üniversite gençliği için ise uzaktan eğitim ayrı bir önem taşıyor. Okulların ve kampüslerin yerini, online eğitim portalleri ve canlı sınıf araçları alıyor. Bu açıdan bakıldığında uzaktan eğitim çocukların ve gençlerin eğitimi için tek araç olarak öne çıkıyor. Enocta, uzaktan eğitim çözümlerini sunuyor. Uzaktan eğitim altyapısı ile insanların eğitimlere sertifika programlarına ve canlı online eğitimlere erişimini sağlıyor. Ayrıca geniş bir Türkçe dijital eğitim kataloğu sunuyor. Böylelikle insanların cepten ve bilgisayardan en iyi bilgiye, eğitime erişmesi mümkün oluyor. 500'e yakın kurumda, 3 milyon kişi her gün Enocta uzaktan eğitim sistemlerinde vakit geçiriyor. Enocta CEO'su Ahmet Hançer, özellikle son üç haftada katılımın çok arttığını söylüyor. Ahmet Hançer, "Bu dönem olabildiğince herkese ulaştırmaya çalışıyoruz. Gündeme uygun yeni eğitimler üretiyoruz ve



AYCAN HELVACIOĞLU FRANCHISE COMPANY ORTAĞI

"Video konferans ve online eğitim öne çıkıyor"

"Koronavirüs nedeniyle e-Ticaret ve mobil uygulamalar üzerinden olan girişimlerin arttığını hepimiz gözlemliyoruz. 19 Mart sonrası restoran ve kafelerin kapanması ile gıda tarafında, alt yapısı olan tüm işletmeler paket servis ağırlıklı çalışıyor. Sektörden al-git modelinin de artış gösterdiğini duyuyoruz. Süreç nedeniyle evden çalışma döneminde kullanılan video konferans ve online eğitim girişimleri de ciddi öne çıkmış durumda. Markalar doğru strateji ile dijital pazarlamanın tüm kanallarını kullanmak zorundalar. Özellikle genç girişimcileri hedefleyen markalar bu konuda ciddi yatırım yapmalılar. Koronavirüs sonrası değişen ekonomik dengeler bir taraftan sektörel bazlı daralmaları tetiklerken, diğer yandan insanların girişimcilik seçeneğini daha fazla değerlendirmesine neden olacak. Yeni dönemde eğitim, sağlık, çocuk- bebek sektörü, temizlik- hijyen ivme kazanacak. Hizmet sektörü franchise modelleri talep görecek. Gıdada doğal, saf ve otantik olana ilgi çoğalıyor dolayısıyla organik gıda ürünlerine olan talep de artıyor. Bu konuda e-Ticaret projelerine dönüşüm hızlı olacak. Şu anda ev yemeğine olan ilgi de devam edecek gibi görünüyor."



SERKAN SEVİM MEDIANOVA CEO'SU

“Dijitalleşen hayatlarımız çok hızlı değişecek”

“Salgın sonrasında dijital oyun, uzaktan eğitim ve OTT dediğimiz BluTV tarzı video servislerinin trafiklerinin çok arttığını görüyoruz. Yapılan araştırmalara göre birçok tüketici daha önce duymalarına ve bilmelerine rağmen e-Ticaret üzerinden alışveriş yapmadıklarını, ama ilk denemelerden sonra pratikliğini görünce salgın sonrası da devam edeceklerini söylüyor. Bu da salgın sonrası yavaş yavaş değişen ve dijitalleşen hayatlarımızın çok daha hızlı değişeceğini gösteriyor. Birçok KOBİ'mizin artık e-Ticareti de ciddi bir satış kanalı olarak algılayarak buraya yatırım yapmalarında, gerek yurtiçi, gerekse yurtdışına yönelik çalışmaya başlamalarında ciddi fayda görüyorum. Normal perakende şirketleri de dönüşümlerini hızlandıracak, daha çok dağıtım noktası ve deneyim merkezi gibi konumlanacak; fiziksel, az sayıda dükkan ile dijital ticarete daha da büyüyecekler. e-Ticaret derken aklımıza hep fiziksel ürün satışı geliyor. Ama şirketlerin buradaki hizmetlere daha geniş bakması, yakında oluşacak internet üzerinden webinar hizmetleri, online toplantılar ve hatta belki e-Sağlık gibi portaller ile e-ticaret tanımının daha çok dijital ticaret tanımına doğru gideceğini düşünüyoruz.”



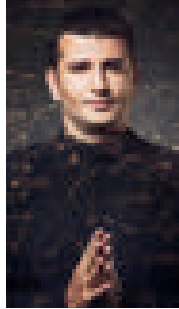
“yeni ücretsiz eğitimlerle insanların yanında olmaya devam ediyoruz” diyor.

DİJİTAL ENERJİ ZEKASI

İnavitas, enerji maliyetlerini azaltmak ve enerji verimliliğini artırmak için özelleştirilmiş, dağıtım şirketlerinden, yenilenebilir enerji santrallerine, işletmelerden evlere, enerjinin üretildiği, tüketildiği ve dağıtımının yapıldığı her alanda kullanılan gerçek zamanlı bir enerji zekası platformu. Yenilenebilir enerji santrallerinde, enerji üretimindeki kayıpları önleyip ve bakım süreçlerini dijitalleştirirken, işletme ve evlerde, aylık fatura takibi yükünden kurtulmayı ve sıkı kontrollerle enerji tasarrufu yapılmasını sağlıyor. Dağıtım şirketlerinin de elektriği etkin yönetmesine, uzaktan arızaları ve insan kaynağını yönetmesine yardımcı olan bir platform sunuyor. Platform, kurulumunu yaptığı akıllı cihazlar enerji verisini işliyor, bilgi haline getiriyor, sonrasında da bunu karar verebilecek bir enerji zekasına dönüştürüyor.

Enerjide Dijitalleşme Derneği Genel Sekreteri ve İnavitas CEO'su Alper Terciyanlı, şunları söylüyor:

“Korona salgınıyla dijital dönüşümün hızlanacağını ve enerji zekası kullanımının artacağını öngörebiliriz. Açıkçası 5-6 yıl içerisinde ulaşacağımız enerji zekası kullanımlarına, Korona salgını sonrası iki yılda erişebileceğimizi düşünüyoruz. Enerji zekası platformu kullanımı her alanda çok hızlı bir şekilde artıyor. Yakın bir zamanda Türkiye'de de evlerin de enerji zekası platformlarını kullanmasından bahsedebiliriz. Özellikle Türkiye'de işyerlerinde ciddi bir artış olacak.”



Dinçer Güner

ONLINE ASTROLOJİ

Geçirdiğimiz bu zorlu dönemde online platformların kullanım oranı oldukça arttı. Ve bundan elbette astrolojide nasibini aldı. Özellikle online danışmanlıklar ve online eğitimler sayesinde belki de şimdilik astroloji bu küresel krizden çalışma ortamı açısından en az etkilenen sektörlerden biri. Sorumgeldi.com, Türkiye'de astroloji konusunu kurumsal olarak insanların hizmetine sunan ilk platform. Zira yapılan uygulama online danışmanlıklardan, yazılı soru-cevap, güncel astroloji bilgileri, astroloji dükkanı ve doğum saati hesaplama hizmetinin hepsini bir arada barındırdığı için dünyada bir ilk olma özelliğine sahip.

Sitenin kurucusu Dinçer Güner, “Uygulamamız içinde sadece astroloji temalı bir çok ürünün yer aldığı bir astroloji dükkanı olacak ve bu dükkan için evde çalışan kadınlarla birlikte işbirliği. Online seminerler ve broadcast yayınlar yaparak toplumda astrolojik önyargıyı değiştirerek astrolojinin gerçek değerine ulaşmasını hedefliyoruz” diye konuşuyor. ■



"ÖNCELİĞİMİZ, ÇALIŞANLARIMIZIN VE MÜŞTERİLERİMİZİN SAĞLIĞI"

Koronavirüs salgını, teknolojinin iş süreçlerine adapte edilmesinin önemini bir kez daha gözler önüne serdi. QNB Finansbank İnsan Kaynakları Genel Müdür Yardımcısı Cenk Akıncılar, dijital dönüşümü, uzaktan çalışma süreçleriyle de kurum geneline yaydıklarını söylüyor. Akıncılar, "Teknolojiye ve dijitale yaptığımız yatırımlarla bugün çalışanlarımızı ve müşterilerimizi daha iyi koruyabiliyoruz" diyor. Tüm İK süreçlerini teknolojiye ve dijitale uygun projelerle dönüştüreceklerini söyleyen Akıncılar, dijital çağ ile yaşanan değişimi, kurumun ihtiyacı olan değişim ve toplum beklentileriyle birleştirerek verimliliği artıracaklarının altını çiziyor.

Ceren Oral Balaban coral@ekonomist.com.tr



Dünya ve Türkiye, Koronavirüs salgınıyla belirsiz ve öngörülemeyen bir süreçten geçiyor. Endişeleri de beraberinde getiren bu süreç, günlük yaşamı da iş yaşamını da oldukça etkiledi. Kurumların birçoğu önemli aksiyonlar alırken teknoloji sayesinde yaygınlaşan evden çalışma sistemi ve dijitalleşme, iş süreçlerini uzun vadede değiştirecekmiş gibi gözüküyor. QNB Finansbank da kişi ve kurumların hayatlarını sürdürebilmeleri için gerekli para akışını sağlayan bir sektörde hizmet vermenin bilinciyile iş süreçlerini çok hızlı şekilde bu yeni düzene ve dijitale adapte

etmiş durumda. Banka, çalışanlarının ve müşterilerinin sağlığını korumak için pek çok uygulamayı hızla hayata geçirerek ve müşterilerinin dijitalleşmesine de destek olarak iş süreçlerinin aksamadan ilerlemesini sağlıyor.

QNB Finansbank İnsan Kaynakları Genel Müdür Yardımcısı Cenk Akıncılar, "'Önce çalışan sağlığı' diyerek IT ekibimizin altyapı ve süreç çalışmasıyla evden çalışma sistemini en hızlı ve iyi uygulayan kurum olduk" diyor. Akıncılar, yeni iş yapma sistemleri geliştirdiklerini, çalışanlarına sağlık, kaygı yönetimi, hijyen gibi birçok konuda e-egitim, destek ve danışmanlık verdiklerini

aktarıyor. Dijitalleşmenin iş hayatının değişmez bir parçası olacağını söyleyen Cenk Akıncılar, bu durumun da hem iş yapış hem İK hem de işe alım süreçlerini etkileyeceğine dikkat çekiyor. Cenk Akıncılar ile QNB Finansbank İK bölümünün çalışmalarını ve yeni dönem iş planlarını konuştuk. Akıncılar'dan İK bölümünün salgın sürecini nasıl yönettiğini, ne tür önlemler aldığını ve bundan sonraki süreçte iş yapış şekillerinde meydana gelebilecek değişiklikleri de öğrendik.

QNB Finansbank İK bölümü olarak salgın sürecinde nasıl bir yol izliyorsunuz?

Bu gibi kriz ya da acil durum-



“Çalışanlarımızı dijital ortamlara hazırlıyoruz”

“Projelerimizi ve uygulamalarımızı üç ana hedefimiz doğrultusunda gerçekleştiriyoruz. Bu hedefler; sürdürülebilir olmak, çalışan bağlılığı ve memnuniyetinin etkisini artırmak, çalışanlarımızın liderlik ve teknik gelişimlerine sürekli yatırım yapmak. Sürdürülebilirlik kapsamında, yetenek kazanımı ve gelişimi banka ve paydaşlar için önemli öncelik teşkil ediyor. Bu amaçla sürdürülebilir başarıyı sağlamanın, bankanın saygınlığına, tercih edilebilirliğine ve rakamlarına direkt etki ettiği görüşündeyiz. Çalışan deneyimini düşünerek şirket kültür yönetimini ve teknolojik alt yapıyı göz önünde bulunduruyoruz. Her bir çalışanı bir yetenek olarak kabul edip devam ettiğimiz bu yolda, çalışanlarımızı kapsamlı dijital ve teknolojik ortamlara hazırlıyoruz.”

larda İK olarak bize düşen en büyük görevlerden biri, süreç boyunca şeffaf olmak ve hem kurumun yönetim kademesindeki yetkililerle hem de çalışanlarla iletişimi sürekli kılmak. Bankamızın üst yönetimi de tüm çalışanlarımızla sürekli ve yakın bir iletişim içinde. Bu süreçte önceliğimiz çalışma arkadaşlarımızın, ailelerinin, sevdiklerinin ve müşterilerimizin sağlığı ile güvenliği.

Koronavirüsün ülkemizde gündem olmaya başlamasından itibaren, önce çalışan sağlığı dedik ve IT ekibimizin altyapı ve süreç çalışması ile evden çalışma sistemini en

hızlı ve iyi uygulayan kurum olduk. Genel müdürlükte, bölgelerde ve şubelerimizde çalışan ‘Finansçı’larımız için İK ve işkollarımızın koordine çalışmasıyla azami koruma önlemleri aldık.

Bu önlemlerden bahsedebilir misiniz?

Risk planlamaları çerçevesinde çalışanlarımızın gerektiğinde farklı yerlerde iş süreçlerini etkilemeden gerçekleştirebilmesi için gereken teknolojik altyapı ve uygulamaları devreye aldık. Çalışanlarımızın büyük bir kısmını teknolojik altyapısı hazırlanmış şekilde, görev/

süreçlere göre mümkün olduğunca evde çalıştırmaya gayret ediyoruz. Uzaktan erişim modeliyle sistemin işlerliği de kesintisiz sürüyor.

Çalışanlarımıza dönüşümlü çalışmayla destek veriyoruz. Yeni iş yapma sistemleri geliştiriyoruz. Öncelikle tüm çalışanlarımızı hastalıktan korunma yolları, hijyen gibi konularda bilgilendirme metinleriyle ve e-egitimlerle düzenli olarak bilgilendirdik, bilgilendirmeyi de sürdürüyoruz. İK ekibi olarak çalışanlarımızla iletişim halindeyiz. Bilgi akışını sağlıyor, düzenli aralıklarla farkındalık sağlayarak ve çözüm üretmek süreci yönetiyoruz.

Çalışanlarınızın sağlıklarını korumak adına ne gibi uygulamaları hayata geçirdiniz?

Kurum doktorlarımızla kurduğumuz iletişim kanalları aracılığıyla çalışanlarımızın sağlığını birebir takip ediyor, yönlendirme yapıyo-

ruz. Ayrıca bu dönemde özellikle 'Finansçı'larımızın 8'inci ve 12'nci sınıfta bulunan çocukları için LGS ve YKS sınavına dair kaygılarını azaltmak ve ebeveynlerine destek olmak amacıyla, özel bir danışmanlık şirketiyle grup koçluğu programı da başlattık.

Başka programlarınız var mı?

Leap Çalışan Destek Programı ile iş birliğimiz bulunuyor. Bu süreçte, günün 24 saati hizmet veren Çalışan Destek Programı, her bir çalışanla birebir ilgilenerek ihtiyaç duyulan konularda destek ve yardım sağlıyor. Koronavirüs kaygısı altında yatan nedenleri anlamak ve bu kaygıyı kontrol altında tutulabilmek gibi pek çok konuda çalışanlarımıza destek sunuyoruz. Çalışanlarımızın bu stresli zamanlarda kendilerini güvende ve sağlıklı tutmaları konusunda pek çok destek mekanizmasını hayata geçirmeye odaklanıyoruz.

İK programları online olarak sürüyor mu?

Gelişim anlamında her zaman bakış açımız, zaman ve mekândan bağımsız olarak çalışanlarımıza katkı sağlamaktı. Bu perspektife sahip olunca da çalışanlarımızın büyük kısmının evden çalıştığı ve her geçen gün de evden çalışma rasyomuzun yükseldiği bu dönemi fırsata çevirerek 'Finansçı'ların teknik ve kişisel gelişim yolculuklarında kendilerine destek olmada hız kesmedik. Genel müdürlük, şubelerimiz ve bölge çalışanlarımız ile işbirliklerimizin eğitimlerini online platformdan desteklemeye devam ediyoruz. Oryantasyon programından Management Trainee Programı'na, saha gelişim programlarından liderlik programlarına kadar farklı gruplardaki sınıf eğitimlerimizi, mart ayından itibaren e-egitimler, webinarlar, sanal sınıflar, simülasyonlar ve diğer uzak-

"Salgın sürecinde bankacılık işlemlerimiz kesintiye uğramıyor"

ÖNCÜ KONUMDAYIZ Güçlü bilgi teknolojileri altyapımız ve tüm ekibin özverili çalışmalarıyla virüsten korunarak müşterilerimize hizmet veriyoruz. Bu konudaki uygulamalarımızla bankacılık sektörüne öncülük ediyoruz. Hiçbir bankacılık işleminin kesintiye uğramaması için gereken düzenlemeleri ve planlamaları yaptık. Çalışanlarımızın ve müşterilerimizin sağlığını korumak için pek çok uygulamayı hayata geçirdik. Şubelere sınırlı sayıda müşteriye aynı anda içeriye alma uygulamasını ilk başlatan banka olduk. Şubelerimizin müşteri hizmet saatlerini 12.00-17.00 arasında olacak şekilde düzenledik.

MÜŞTERİYE TAM DESTEK Temassız kart şifresiz işlem limitini 120 TL'den 250 TL'ye yükselttik. Cep ve internet şubelerinden yapılan EFT/havale işlemlerini nisan sonuna kadar ücretsiz hale getirdik. ATM'lerimizden kartla ve kare kod ile günlük para çekme limitini işlem kolaylığı için geçici olarak 5 bin TL'ye yükselttik. Bu kanallara daha önce temas etmemiş müşterilerimizin dijitalleşmesine destek olmak üzere bilgilendirici doküman ve videolar sunduk. Müşterilerimizin Cep Şubesi'ndeki 'Anında Destek' hizmetiyle işlemlerine yazışarak destek almalarını sağlıyoruz.

YÖNETİLEBİLİR TRAFİK Bankamızın alternatif bankacılık kanallarının kullanılması yönündeki duyuruları, ATM para çekme limitlerimizin yükseltilmesi ve daha birçok uygulamamız müşterilerimiz nezdinde karşılığını buldu ve şubelerimizdeki müşteri trafiği daha yönetilebilir oldu. En büyük önceliğimiz, toplum ve çalışanlarımızın sağlığı ve güvenliği. Tüm lokasyon ve şubelerimizde de hijyen kurallarına titizlikle uyuyor ve uyulmasını sağlıyoruz.

tan eğitim modelleri ile gerçekleştiriyoruz. Aynı zamanda eğitim öncesi ve sonrasında kullanılmak üzere birçok mobil uygulama ile öğrenmeyi sürekli hale getirmeyi de amaçlıyoruz.

Evden çalışma ve dijital sistemin kuruluşu için neler yapıldı?

Sürekli değişen ve gelişen teknolojik dünyanın faydalarını öğrendiğince erkenden keşfedip teknolojiyi iş süreçlerimize ve hizmetlerimize entegre ederek kusursuz

hizmet sunmaya çalıştık. Bu şekilde de iş yapış süreçlerimiz devam ediyor. Hâlihazırda uzun süredir işlemlerin, yönetmeliklerin de izin verdiği ölçüde, uzaktan ve dijital olarak yapılabilmesine, müşteri odaklı ve sürdürülebilir hizmet anlayışına önem ve öncelik vererek epey yol kat etmiştik. Dijital dönüşümü, uzaktan çalışma süreçleriyle de kurum geneline sistematik şekilde yaymaya başladık. Teknolojiye en doğru kaynaklarla ve doğru nok-

taya odaklanarak yaptığımız yatırımlarla bugün müşterilerimize de kesintisiz, güvenlik problemi yaşamadıkları ve tüm ihtiyaçlarına cevap veren ürünlerimizle bir bankacılık deneyimi sunabiliyoruz.

Salgının ardından iş yapış şekillerinde nasıl değişimler olabilir?

Pandeminin altından ülkece ve dünyaca kalktığımız zaman gelişimin yine dijital tarafta, olası pek çok olumsuzluğa karşı tedbirleri de içerecek şekilde değişmeye ve gelişmeye devam ettiğini gözlemleyeceğiz. Tüm sektörlerde ana hedefin akıllı, zamanı ve mekânı olmayan, sürdürülebilir hizmet anlayışı olacağına inanıyoruz.

İK sistemi için nasıl bir senaryo karşımıza çıkacak?

Dijitalleşme önümüzdeki dönemde de hem günlük hem de



iş hayatımızın değişmez bir parçası olmaya devam edecek. Biz de dijital çağ ile insan davranışlarında yaşanan değişimi, kurumun ihtiyacı olan değişim ve toplum beklentileri ile birleştirerek verimliliği artırmayı planlıyoruz. Tabii değişen tüm bu

ihtiyaçlar yeni ekipleri doğuracak. İnsanı dijitalleşmeye hazırlamak, dijitalleşmeyi ise insana değer katacak şekilde konumlandırmak, kurumların verimliliğini ve sürdürülebilir başarıya sahip olmasını sağlarken, çalışan bağlılığı ve memnuniyeti de gündemde kalmaya devam edecek. Biz de teknolojik gelişmelere açık, analitik ve yaratıcı düşünen, analiz yeteneğiyle karmaşık sorunları çözebilen, liderlik ve sosyal etki alanlarındaki ekiplerin gelişimine odaklanıyoruz.

İK'nın dijitalleşmesinin işe alım süreçlerine nasıl etkileri var?

Yeni kuşaklar teknoloji kullanımına daha çok önem veriyor. Dolayısıyla yüksek performans için tüm şirketlerin adaylara ve çalışanlara yönelik uygulamalarının bu yönde değişmesi gerekiyor. İK'nın dijitalleşmesinin işe alım sürecine doğru şekilde entegrasyonu, işe alım sürecini kısaltan ve sürecin etkinliğini arttıran bir faktör oluyor. Biz QNB Finansbank İK bölümü olarak, teknolojiyi yakından takip ediyor ve tüm süreçlerimizi bu anlamda dönüştüreceklerimiz projelere devam ediyoruz.

Koronavirüs önlemlerinde yeni işe alımları nasıl yapacaksınız?

Bu dönem, aday deneyiminin yapısını tamamen dijitale dönüştürüyor, kurumların buna hazır olması gerçekten kritik. İşe alım sürecinde aday portalları ve sosyal medyayı daha etkin ve aktif kullanacağımız kesin. Sınav ve mülakat süreçlerimiz de online devam edecek. Bu anlamda şubelerimiz, saha satış, çağrı merkezi ve genel müdürlük ekiplerimiz için ihtiyaç oluşturduğumuz işe alımlarımızı gerçekleştirmeye devam edeceğiz. Dijital ortamlardan da olsa adaylarımıza yine yakın şekilde dokunacağımız ve süreçlerimizi ilerleteceğimiz muhakkak. ■

"Zirve ve etkinliklere online olarak devam edeceğiz"

ÇALIŞANLARA ÖZEL PAYLAŞIMLAR Her gün eğitim portalımızdan tüm çalışanlarımıza iyi gelecek, bu belirsiz ortamda psikolojik dayanıklılıklarını artıracak, zamanı verimli geçirmelerini sağlayacakları ve gündemi takip edebilecekleri birçok paylaşım yapıyoruz. Uzaktan çalışma, kaygı yönetimi, kriz dönemlerinde karar almak, gelecek ekonomisi, belirsizlikte lider tavrı gibi konular bunlardan sadece birkaçı. Geçtiğimiz iki haftada toplam 57 içerikle farklı görev gruplarından çalışanlarımıza ulaştık.

SÜREÇLERDE YENİDEN YAPILANMA Bu süreçten en çok etkilenen gruplardan biri de öğrenciler oldu. Öğrenciler staj ve iş planlamalarını yaparken hayatlarında ilk kez pandemiyle karşılaştılar. Böyle zamanlarda hedef kitleyle online platformlarda iletişime geçmek çok önemli. Biz de işveren marka yönetimi çalışmaları kapsamında üniversite etkinliklerimizi yeniden yapılandırmak üzere çalışmalar yapıyoruz. Öğrencilerle online platformlarda bir araya gelecek, danışmanlarımız ile koçluk yapacağız. Profesyonellere yönelik zirvelere de iş ortaklarımızla planlama yaparak online devam edeceğiz.



ÇARKLARIN YENİDEN DÖNMESİ ZAMAN ALACAK

Anadolu Holding'in yönetim kurulu başkanı duayen iş insanı Tuncay Özilhan, salgın nedeniyle ekonomide çarkların yeniden dönmesinin zaman alacağını söylüyor. 60 yıllık iş hayatında politik, savaş, terör, ekonomik bir dizi krizle karşılaştığını fakat böylesi bir sürece hiç tanık olmadığını anlatan Özilhan, sürecin yarattığı krizden çıkış için yeni fırsatlara odaklanmak gerektiğini söylüyor.

► Büyük umutlarla girilen 2020 yılına damgasını vuran ve bütün dünyayı etkisi altına alan koronavirüs, iş dünyasını da yeni düzenin fırsatlarına yöneltti. Koronavirüsün yaratacağı hasarı azaltmaya ve krizden kurtulmak için çıkışa odaklanan ekonominin baş aktörleri, yeni ekonomi düzenindeki fırsat olan sektörleri masaya yatırdı.

Bu dönemde birçok sektörde talep düşüşü nedeniyle zor bir süreç yaşanırken, yoğun talebe yetişmeye çalışan sektörler ise işe alım süreçlerini hızlandırdı. Türkiye'nin 80 bin çalışanlı dev gruplarından biri olan Anadolu Hol-



TUNCAY ÖZILHAN

ding de iştirakleriyle bu dönemin belki de en yoğun çalışan ekiplerinden biri oldu. Migros ile gıda perakendesinde yer alan grup, içecek, tarım, sağlık gibi yatırımlarında da artan talebe doğru cevap verme gayretiyle yeni adımlar attı.

Anadolu Holding'in yönetim kurulu başkanı duayen iş insanı Tuncay Özilhan ile yaşanan krizden çıkışın yolları, yeni ekonomiye geçiş ve fırsatları konuştuk. Özilhan sözlerine 60 yıllık iş hayatında politik, savaş, terör, ekonomik bir dizi krizle karşılaştığını fakat böylesi bir sürece hiç tanık olmadığını anlatarak başlıyor.

Bütün dünyayı etkisi altına alan bu krizden çıkış yolunun elbet zaman alacağını anlatan Özilhan, devletin ve iş dünyasının yeni kararlar alarak yeni düzene adapte olmaya çalıştığını dile getiriyor. Çarkların yeniden dönmesi zaman alacağını ifade eden Özilhan kamunun açıkladığı paketlerle süreci yönetmeye çalıştığını fakat şu an piyasanın canlandırılması için atılabilecek başka adımlar da olduğunu kaydediyor. Özilhan, iş dünyasının ise yatırımlarını yeni alanlara yönelterek fırsatlara odaklanması gerektiğini söylüyor. Herkesin bu süreçten temel dersler aldığını dile getiren Tuncay Özilhan'a göre sermayedarlar için artık teknoloji, eğitim, gıda, sağlık ve tarım gibi alanlara yatırımın kaçınılmaz.

Dünyanın ise üretimi bir ülkeye yüklemesinin riskini yaşadığını ve çarkların dönmesi için bütün ülkelerin yeniden üretime dönük destekleri gündemine alacaklarını kaydediyor.

Koronavirüs nedeniyle dışarı çıkamadığımız ve evden çalıştığımız bugünlerde, Tuncay Özilhan ile online yaptığımız sohbetten çıkan mesajlar ise şöyle:

BÜYÜK TECRÜBE Koronavirüs salgını nedeniyle insanlık büyük bir tecrübe yaşıyor. Bilimin bu kadar geliştiği bir noktada salgının etkisi bütün dünyayı şaşırttı. Bu salgından dünyanın aldığı bir dizi temel dersler var. Bu kriz bütün ülkelere sağlık ve eğitime ayrılan kaynakların ne kadar önemli olduğunu gösterdi. Yıllardır söylüyoruz, tarıma yönelik üretimden depolamaya kadar her bir yatırımın önemi bir kez daha görüldü. Artık ülkelerin üretime dönük yatırımları güçlendirmeye

sini bekliyorum. Dünyanın üretim merkezi haline gelen Çin'den başlayan bu salgın üretimin bir ülkeye yüklenmesinin risklerini gösterdi. Artık ülkelerin üretime dönük yatırımları yeniden destekleyeceklerini düşünüyorum.

PIYASA CANLANDIRILMALI Türkiye'de ise açıklanan bir dizi paket var. Çarkların tekrar dönmesi zaman alacak. Birlik ve beraberlik dönemindeyiz, artık tartışmayı bir kenara bırakmalıyız. Devlet vatandaşın mutluluğu için önlemler almalı. Devletin devreye girerek para basması ve piyasayı canlandırması gerekiyor. Evet para basmak enflasyona sebep olabilir, ama bugünü kurtarmak önemli. Sonrasında önümüze çıkacak musibetlerin birlikte üstesinden gelmeye çalışırız. Bugünkü savaşımız yaşamak ve ayakta kalma odaklı. Ülkemizin geleceğe emin adımlarla ilerlemesi için özellikle üretim, sanayi ve tarım altyapılarımızı kuvvetlendirmemiz, inovasyon ve teknoloji alanında yatırımlar yapmamız, her alanda üreten bir ülke haline gelmemiz gerekiyor. Bu süreçte şirketler hızlı karar almaktan korkmamalı. Yatırım gündemlerine teknoloji, sağlık, eğitim, gıda ve tarım gibi sektörleri eklemeliler.

MİGROS SANALDA YENİ ALIMLAR Grubumuz bildiğiniz gibi perakendede Migros ile bir dizi uygulamayı hayata geçirdi. Tedarikte sorun olmasından korkuyorduk fakat üretim, lojistik ve dağıtım kanallarında bir sıkıntı yaşanmadı. 2200 mağazamızın yanı sıra sanal market tarafında da yeni alımlar yaprak talebi karşılamaya çalışıyoruz. Sanal market tarafına yatırımlar yaptık. Bu dönemde bir takdiri de market çalışanlarının hak ediyor.

HİÇBİR ÇALIŞANIMIZI İŞTEN ÇIKARMAYACAĞIZ Grubumuz gıda perakendesi dışında tarımda da üretimini sürdürüyor. Coca Cola İçecek ile su satışları da yapıyoruz. Otomotivde ise Isuzu'da AB'den siparişler durdu. Bu da üretimi etkiledi. Biz bu zorlu süreçte faaliyet gösterdiğimiz iş alanlarında yeni alımlar yaparken, hiçbir çalışanımızı da işten çıkarmayacağız.

QNB FİNANSBANK DİJİTAL KÖPRÜ ŞİRKETLERİ GELECEĞE TAŞIYOR

Dijital Köprü'ye eklenen yeni hizmetler ile kullanıcılar şirketlerinin ihtiyaçlarını tek tıkla karşılayabiliyor ve firmaların ihtiyaçlarına tek bir çatı altında çözümler sunuluyor. QNB Finansbank, Dijital Köprü ile müşterilerinin ihtiyaç duyduğunu gözlemlediği birçok ek hizmetle ayrıcalıklı bir dünyanın kapılarını açıyor.



KOBI'leri dijital dönüşüme hazırlamak üzere QNB Finansbank tarafından hayata geçirilen Dijital Köprü projesi Eylül 2019'da Ücretsiz e-Dönüşüm Paketi ile başladı ve Dijital Köprü'ye şimdiye kadar 25 binden fazla işletme başvurdu. Ücretsiz e-Dönüşüm Paketi'nde bir KOBİ'nin yılda ortalama 20 bin TL civarında bir bütçe ayırarak kullanabileceği; e-Fatura, e-Arşiv, e-İrsaliye, e-Defter, e-Müstahsil Makbuzu ile e-Serbest Meslek Makbuzu hizmetleri ücretsiz olarak sunuluyor. Dijital Köprü'nün sunduğu ücretsiz çözümlere Şubat 2020 itibariyle;

e-Dönüşüm çözümleri

e-Fatura, e-İrsaliye, e-Defter, e-Arşiv, e-Müstahsil Müstahsil Makbuzu, e-Serbest Meslek Makbuzu çözümleri 2022 yılına kadar QNB Finansbank müşterilerine ücretsiz sunuluyor. Takvim yılı boyunca e-Fatura, e-Arşiv Fatura, e-İrsaliye, e-Müstahsil Makbuzu ve e-Serbest Meslek Makbuzu için toplamda 100 bin adet kontör, e-Defter için 1 GB kullanım alanı kullanım kotası mevcut.

insan kaynakları yönetimi, saha ekip yönetimi, ön muhasebe programı, e-Ticaret pazaryeri yönetimi, mutabakat işlemleri hizmetleri ve QNB Finansbank'ın yeni ürünü NeoVade de eklendi.

Dijital Köprü'ye eklenen yeni hizmetler ile kullanıcılar şirketlerinin ihtiyaçlarını tek tıkla karşılayabiliyor ve firmaların ihtiyaçlarına tek bir çatı altında çözümler sunuluyor. QNB Finansbank, Dijital Köprü ile müşterilerinin ihtiyaç duyduğunu gözlemlediği birçok ek hizmetle ayrıcalıklı bir dünyanın kapılarını açıyor. Üstelik QNB Finansbank müşterileri tüm bu çözümlerden 2022 yılına kadar ücretsiz olarak faydalanabiliyor.

ALTERNATİF FİNANSMAN: NEOVADE

Neovade, alacaklısı ya da borçlusu olunan e-Faturalar için vadesinden önce ya da sonra ödenmesine yönelik teklifler oluşturabilen bir ticari iletişim platformu. NeoVade ile alıcı ve satıcı şirketler arasında alternatif finansman kaynağı sağlanıyor.

Kullanıcılar Neovade üzerinden; e-Faturaları için teklif üretebiliyor, karşı taraf ile bu teklifleri paylaşabiliyor ve oluşturulmuş olan tekliflerin kabul/onay takibini yapabiliyor. Böylelikle kendi müşterileri ve tedarikçileri ile tahsilat ve ödeme konularında hızlıca iletişim kurabiliyorlar. İlk aşamada QNB eFinans aracılığıyla e-Fatura kullanan müşterilerin

faidalanabileceği NeoVade'den, kısa bir süre sonra tüm e-Fatura mükellefleri, QNB Finansbank ya da QNB eFinans müşterisi şartı aranmaksızın faydalanabilecek. Dijital Köprü ile NeoVade 2022 yılına kadar ücretsiz olarak kullanılabilir.

KOLAY İK İLE İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ

Dijital Köprü'nün İnsan Kaynakları Yönetimi çözümü yeni nesil insan kaynakları yazılımı olan Kolay İK tarafından sağlanıyor. Kolay İK, kullanıcılarına izin yönetimi, özlük yönetimi, eğitim yönetimi, harcama takibi, fazla mesai yönetimi, zimmet takibi, bordrolama, yemek kartları, puantaj, şirket takvimi, BES Otomatik Katılım gibi hizmetleri bir arada sunuyor. Bu uygulama Dijital Köprü ile 2022 yılına kadar 60 çalışan için ücretsiz olarak kullanılabilir.

EKMOb İLE SAHA EKİP YÖNETİMİ

Dijital Köprü'nün Saha Ekip Yönetimi çözümü Ekmob tarafından sağlanıyor. Ekmob, saha operasyonu olan şirketlere daha etkin ekip yönetim imkanı sağlayan bulut tabanlı bir uygulama. Mobil CRM, mobil form, anketler, ziyaret planlama, sipariş, takım yönetimi/mesajlaşma ve lokasyon takibi özellikleriyle Ekmob, saha ekiplerinin tüm süreçlerini yüzde 40'a kadar daha verimli yönetmelerini sağlıyor. Sadece yöneticiler değil, saha ekipleri de bu uygulama sayesinde müşteri yönetimi, tahsilat yönetimi, iş takibi yönetimi, form yönetimi ve mesajlaşma ile verimini artırabiliyor. Bu uygulama Dijital Köprü ile 2022 yılına kadar 10 çalışan için ücretsiz olarak kullanılabilir.

KOLAYBİ İLE ÖN MUHASEBE PROGRAMI

KolayBi' işletmelerin finansal operasyonlarını hızlandırarak KOBİ'lerin iş verimliliğini ve sürdürülebilirliğini arttıran online bir ön muhasebe programı. Ön muhasebe; bir işletmenin ücretle ifade edilen işlemlerini, yani işletmenin nakit parası, müşterileri, stokları, çekleri, banka hesapları, senetleri gibi temel unsurlarının kayıtlarını ve bunların hareketlerini takip etmek için kullanılıyor. Ön muhasebe şirketin kendi bünyesinde tutuluyor. KolayBi' ile cari hesap takibi, gelir/gider takip programı, fatura takibi, stok takibi gibi işlemler yapılabilir. Bu program Dijital Köprü ile 2022 yılına kadar ücretsiz olarak kullanılabilir.



STOCKMOUNT İLE E-TİCARET PAZARYERİ YÖNETİMİ

Bu çözüm, e-Ticaret sitelerinde satış yapan firmaların tüm işlemlerini tek ekrandan gerçekleştirmelerini sağlayan Stockmount aracılığı ile veriliyor. e-Ticaret sitelerinde ve mobil uygulamalarda ürün satışı gerçekleştiren satıcılar, günlük rutin işlemlerinin tamamını bu program aracılığı ile gerçekleştirebiliyorlar. Otomatik ürün güncelleme, siparişlere özel fatura ve kargo etiketleri yazdırma ve genel, kategori bazlı veya ürün bazında fiyatlandırma gibi bir çok özelliği ile kullanım avantajı sunar. StockMount entegrasyonu ile e-Ticaret sitelerinde satış yapan şahıs ve firmalar tüm işlemlerini tek ekrandan gerçekleştirebiliyorlar. Dijital Köprü ile StockMount ürününü firmalar e-Ticaret sitelerinde sahip olduğu üç mağaza, iki alt kullanıcı kullanıcı, 1 XML için 2022 yılına kadar ücretsiz kullanabilecek.

KOLAYMUTABAKAT.COM İLE MUTABAKAT İŞLEMLERİ

Dijital Köprü'nün Mutabakat İşlemleri çözümü KolayMutabakat tarafından sağlanıyor. KolayMutabakat, şirketlerin elle yaptıkları tüm mutabakat süreçlerini web üzerine taşıyan bir platform. Platform, mutabakatın sürdürülebilir şekilde yapılmasını sağlayarak, şirketlerin iç kontrol süreçlerini güçlendiriyor ve vergi risklerinden korunmalarına yardımcı oluyor.

KolayMutabakat, iletişimin önündeki engelleri akılcı bir şekilde çözerek, mutabakata yanıt verecek doğru kişiye ulaşılmasını sağlıyor ve mutabakat farklarının kolayca bulunmasını sağlayacak uygulamaları içinde barındırıyor. Bu uygulama Dijital Köprü ile 2022 yılına kadar 1500 mutabakat işlemi için ücretsiz olarak kullanılabilir.

"DİJİTAL DÖNÜŞÜMLE UZAKTAN HİZMET VERECEĞİZ"

İzmir Doğalgaz, lisans sınırları içerisindeki 25 ilçede, 840 bin aboneye doğalgaz dağıtımını yapan bir şirket. Dijital dönüşüm projeleriyle öne çıkan şirket, abonelerine, çözüm ortaklarına ve diğer kurumlara günümüz teknoloji imkânlarını maksimum şekilde kullanarak uzaktan hizmet verebilmeyi hedefliyor.

Levent Gökmen Demirciler lgokmen@ekonomist.com.tr



İzmir Doğalgaz, dağıtım bölgesi sınırlarında, doğalgazın mahalli gaz boru hattı şebekesiyle dağıtım ve nakli faaliyetlerini gerçekleştirmek üzere 7 Temmuz 2005'te dağıtım lisansı aldı. Şirket, lisans sınırları içerisindeki 25 ilçede, 840 bin aboneye doğalgaz dağıtımını yapıyor. Dijital dönüşüm projeleriyle abonelerine, çözüm ortaklarına ve diğer kurumlara teknolojiyle uzaktan hizmet verdiklerini belirten İzmir Doğalgaz A.Ş. Genel Müdür Yardımcısı CebraİL Özdemir ile şirketin dijital dönüşüm yolculuğunu konuştuk.

Dijital dönüşüm yolculuğunuz ne zaman başladı?

Dijital dönüşüm yolculuğumuz şirketimizin kuruluşuyla başladı. Dijital yapıya geçmenin sadece teknolojik yatırımların yapıldığı bir süreç olmayıp, yeni iş yapış şekillerinin de adaptasyonunu içeren bir dönüşüm süreci olduğunun farkındayız. 2006'da

dört ana başlığı bir araya getirerek entegre bir yönetim sistemi oluşturduk. Bunlar; muhasebe finans, insan kaynakları, stok demirbaş iş emri yönetimi ve coğrafi bilgi sistemleri. Sonraki yıllarda bu dönüşüm sürecini artırarak devam ettirdik.

Dijital dönüşüm konusunda bugüne kadar ne gibi adımlar attınız?

İlk dijital projemizin sayaçların adreste el terminali ile okunması ve fatura çıktısı alınması olduğunu söyleyebilirim. 2012'de online banka tahsilat sistemine geçerek tüketicilerin banka talimatlarıyla; şube, ATM veya mobil uygulamalar üzerinden tüketim faturalarını ödenmesini sağladık. Yine 2012'de iç ve dış yazışmaların takibi için dijital evrak kayıt sistemini kullanmaya başladık. 2014'te e-Fatura, e-Defter uygulamasına geçişten dolayı muhasebe-finans ve insan kaynakları uygulamalarında değişime gidildi. 2017'de çağrı

“Yeni projeler planlıyoruz”

“Şirketimizin marka değerine katma değer sağlayan CC&B projesi ile birlikte iş zekâsı ve raporlama projesini de geliştirerek, tüm birimlere ve yöneticilere kurum faaliyetleri ve işleyişleri ile ilgili gerçek zamanlı ve geçmiş raporların alınmasına olanak tanıyacak bir sistem kurduk. Bu raporlama sisteminin bu yıl planlanan ikinci fazında, müşteri yönetim bilgi sisteminin birlikte çalıştığı diğer sistemlerinde raporlanabileceği bir veri madenine dönüşümünü gerçekleştirmeyi planlıyoruz. Bu yıl dönüşümün diğer bir ayağı olan Kurumsal Kaynak Planlama (ERP) projesi için çalışmaları başlattık. 2021’de bu projeyi de hayata geçirmeyi hedefliyoruz.”

merkezimizde analog yapıdan IP santral teknolojisine dönüşüm yapılarak hizmet kolaylığı ve hız sağlandı. 2018’den itibaren sistemde yapılan geliştirmeler ile tüm yazışmaların imza süreçleri dijital ortamda yönetilmeye başlandı. 2019’da e-Devlet portalı üzerinden abonelik ve fatura sorgulama, müşteri sözleşmesi başvuru ve sonlandırma talepleri abone merkezlerine gelmeden dijital ortam üzerinden yapılabilecek duruma getirildi.

SCADA, Coğrafi Bilgi Sistemleri ve CC&B projelerinizden bahsedebilir misiniz?

Doğalgaz dağıtım şebekesinin uzaktan kontrol ve gözetlenmesi olarak tanımladığımız SCADA sistemi 2015’te devreye alınarak RMS-A ve müşteri istasyonlarıyla birlikte bölge regülatörleri uzaktan takip ve kontrol edilmeye başlandı. Basınç düşürme ve ölçüm istasyonlarındaki RTU’larla giriş-çıkış basınçları, anlık tüketim bilgileri, vana pozisyon değişimleri gibi gaz arzında önemli birçok sinyal 7/24 takip ediliyor.

CBS (Coğrafi Bilgi Sistemleri) tabanlı olarak geliştirilen şirket içerisinde ve şirket dışındaki müşteriler, işbirliği içerisindeki kurumlarla bilgi paylaşımı yapılabilen bir sistem oluşturduk. Diğer önemli projemiz, dijital dönüşüm müşteri yönetim bilgi sistemleri ve faturalandırma yazılımı. 2017’de uluslararası bir ürün olan Oracle Utilities Customer Care and Billing (CC&B) yazılımı için imzalar atıldı, dünya yazılım devlerinden Wipro ile bu ürünün ilk defa Türkiye’de bir gaz şirketi için uyarlanması başlandı. Projede iki farklı ülke, yedi farklı lokasyonda ortalama altmış kişi çalıştı.

QNB Finansbank’la yaptığınız işbirliği şirketinize nasıl bir katkı sağladı?

QNB Finansbank gibi bankacılık sektöründe gelenekleri olan, sektöründe pek çok yeniliğe öncülük etmiş bir kurumsal yapıyla iş birliği içerisinde olmak bizlere önemli bir güven duygusu veriyor. Finansal ihtiyaçlarımız için kurumsal ve çalışanlar düzeyinde hızlı ve kolay çözümlerin sunulması bu işbirliğinde bizleri mutlu eden diğer önemli bir faktör. Şirket olarak hedefimiz evraksız iş süreçleri oluşturmak.

Şirket olarak ayda 700 bin adet e-Arşiv fatura ürettiyoruz. Bu yıl e-Arşiv fatura uygulamasının zorunlu hale gelmesiyle birlikte yaptığımız araştırmalar sonucunda bu zorlu süreci QNB eFinans ile yönetebileceğimizi gördük. Günlük olarak ürettiğimiz faturalar QNB eFinans portalı aracılığıyla güvenli bir şekilde arşivleniyor. Kullandığımız tüm dijital uygulamaları ile

QNB eFinans uygulamasını çok hızlı bir şekilde entegre ederek başarılı sonuçlar elde ettik.

Şirketinizin hizmet ve süreçlerinde kullandığı yeniliklerden bahsedebilir misiniz?

Amacımız dijital dönüşüm projeleriyle vatandaşlarımıza, çözüm ortaklarımıza ve diğer kurumlara günümüz teknoloji imkânlarını maksimum şekilde kullanarak uzaktan hizmet verebilmek. Kurumumuz abonelerimizin, işbirliği içinde olduğumuz kurum ve kuruluşların ihtiyaçlarını belirleyerek bu doğrultuda teknoloji yatırımlarımızı yönlendirmek.

Dijital dönüşümün şirketinizin verimliliğine katkısı nasıl oldu?

Kurum içi ve kurumlar arası iş süreçlerimizde dijital ortamda sağladığımız iletişim ve paylaşımlar şirketimize önemli bir verimlilik sağladı. Derecelendirsek müşteri hizmetleri müdürlüğü, yapım müdürlüğü, şebeke müdürlüğü dijital dönüşümün faydalarını daha çok hissetmiştir.

Dijital dönüşüm konusunda bir ekibiniz var mı?

Kendi bünyemizde bulunan bilgi teknolojileri grubumuz tarafından operasyonel hizmetlerde duyulan ihtiyaçlar karşılanıyor, gerekli düzenleme ve iyileştirmeler yapılıyor. Bununla birlikte bizim de iştiraki olduğumuz Kolin Grup bünyesinde bulunan SUBİLGİ Teknolojileri şirketinden de birçok projede teknoloji desteği alıyoruz. Ayrıca dış kaynaklı çözüm ortaklarımızla da birlikte çalışmalar yapılıyor. Tüm çalışanların önerilerini toplamak, değerlendirmek ve desteklemek için farklı birim temsilcilerinin yer aldığı AR-GE komisyonu oluşturuldu. Farklı birim temsilcilerinden oluşan bir yazılım komisyonu kuruldu. Bu komisyon, gelen tüm dijital dönüşüm projelerini değerlendiriyor ve önem sırasına göre hayata geçiriyor.

"PERAKENDEDE DİJİTALLEŞME ARTACAK"

Koronavirüs salgını perakende dünyasında yeni bir dönemin kapılarını açıyor. Yeni nesil perakende analitiği ve teknolojileri şirketi REM People'in CEO'su Bülent Peker'e göre önümüzdeki dönemde sektöre online satış, stok stratejisi, yerel ürünlere talep artışı, ambalajlı ürünlere yönelim gibi konular damgasını vuracak.

Burca Tuvay btuvay@ekonomist.com.tr



Dünyayı saran Koronavirüs salgını tüm sektörleri olduğu gibi perakendeyi de yeniden şekillendiriyor. Bu süreçte öne çıkan sektörlerden biri gıda perakendesi sektörü oldu. Başta gıda olmak üzere birçok hızlı tüketim ürününde talep patlaması yaşanırken toplumdaki endişe sebebiyle market rafları hızlı bir şekilde boşalmaya başladı. Aniden ortaya çıkan bu talebe karşı üreticilerin, perakendecilerin ve diğer tedarik zinciri unsurlarının hızlıca reaksiyon verdiğini söyleyen REM People'in Kurucusu ve CEO'su Bülent Peker, "Sonraki aşamada ise alışverişin ağırlıklı olarak organize perakende kanalına ve online kanala kaydığını gözlemliyoruz" diyor. Bülent Peker, sektördeki değişimine ve geleceğine dönük sorularımızı yanıtladı.

Perakende sektörü son yıllarda nasıl bir dönüşüm içinde?

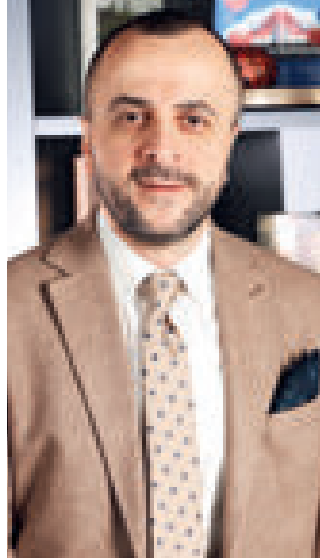
Perakende dünyası son yıllarda zaten büyük bir dönüşüm sürecindeydi. Sektör online ticaretin yanında fiziksel olarak da dönüşüm geçirdi. Dünyada 22 trilyon dolarlık büyüklüğe sahip perakende sektöründe her pazarın kendine ait bir özelliği var. Özellikle perakende kanallarının gelişmesi ve teknolojiyle birlikte Türkiye'de de pazar gelişim gösterdi. Geleneksel kanal yani bakkal ve küçük marketlerin yerini son 20 yılda modern kanallar yani zincir marketler aldı. Dünyada rekabetin artması, hammaddeye erişimin kolaylaşması, lojistik imkanların artması gibi gelişmelerle ürün çeşitliliği arttı.

Koronavirüs salgını perakende sektörünü nasıl etkiledi?

Türkiye, Koronavirüs salgının etkilerini her geçen gün daha fazla hissetmeye başladı. Salgının Türkiye'yi etkisi altına almaya başladığı ilk fazda, perakende sektöründe önemli değişiklikler oldu. Başta gıda olmak üzere birçok hızlı tüketim ürününde talep patlaması yaşandı. Toplumda oluşan endişe ve yaşamsal kaygılar sebebiyle market rafları hızlı bir şekilde boşaldı. Aniden ortaya çıkan bu talebe karşı üreticiler, perakendeciler ve diğer tedarik zinciri unsurlarının hızlıca reaksiyon vermesiyle durum kısa zamanda normale döndü. Bu süreçte alışverişin ağırlıklı olarak organize perakende kanalına ve online kanala kaydığını gözlemliyoruz.

En büyük satış kaybı hangi kanalda oldu?

Bakkal, büfe ve tekil marketlerden oluşan geleneksel kanalda ise ciddi bir satış kaybı söz konusu. Öyle ki; salgının ortaya çıkmasından sonraki ilk üç haftada Türkiye genelinde yaklaşık 20 bin geleneksel kanal, satış noktası faaliyetlerine kısmen veya tamamen ara verdi, durdu. Bu sürecin uzaması sayının artmasını da beraberinde getirecektir. Diğer taraftan perakendenin gıda dışı alanları bu krizden çok daha derin etkilenen kesim oldu. Özellikle tekstil, hazır giyim ve konfeksiyon, tüketici elektroniği gibi sektörlerdeki mağazalarda işler tamamen durma noktasına geldi. Tüm bu süreçten



Tüketici nasıl davranıyor?

ONLINE TİCARET ÖNE ÇIKIYOR Perakendede olumlu yönde en fazla etkilenen kanal online ticaret kanalı. e-Ticaret sitelerinde yaşanan talep artışı ve Getir & Banabi gibi iş modelleri hızla büyüdü. Bu trendin devam etmesini bekliyoruz.

MARKA SADAKATI AZALDI Tüketiciler yoğun bir ürün arzıyla karşı karşıya olduğu için davranışları da değişiklik gösteriyor. Müşterilerin belirli markalara olan sadakati azaldı. FMCG’de yani tüketici ürünlerinde marka sadakati yüzde 5’e geriledi. Hala en yüksek sadakat, teknoloji ürünlerine yönelik olsa da her geçen gün azalıyor.

2-3 SANİYEDA KARAR VERİYORLAR Tüketiciler ürünü almaya gittiğinde 2-3 saniye içinde karar veriyor. Tüketiciler rafı en güçlü ve büyük olan markayı, güçlü marka olarak algılayıp tercih ediyor.

PAKETLİ ÜRÜNLERE YÖNELİYORLAR Tüketiciler daha güvenli olduğunu düşünerek söz konusu dönemde paketli ürünlere daha fazla ilgi gösteriyor. Gelecekte bu doğrultuda markalar bu alana daha fazla yatırım yapabilir.

müspet yönde en fazla etkilenen kanal ise hiç şüphesiz online ticaret kanalı oldu. e-Ticaret sitelerinde yaşanan talep artışı ve özellikle D2C olarak tabir edilen Getir & Banabi gibi iş modelleri, kısa zaman içerisinde gerek müşteri sayısı gerekse ciro açısından önemli büyümeler kat ettiler.

Salgın sonrası perakende dünyasını nasıl bir gelecek bekliyor?

Koronavirüs pandemisi sonrasında perakende dünyasını da büyük bir değişim bekliyor. Artık hiçbir şey eskisi gibi olmayacak. Çin’de Koronavirüs sonrası birçok üretici karantina nedeniyle kapandı. Koronavirüs sonrası üretimle ilgili birçok alanda Çin pazarı liderliğini korusa bile bazı yerel alternatiflerine yani rakiplerine karşı güç kaybedeceğine kesin gözle bakılıyor.

Bu dönemde en çok merak edilenlerden biri şirketlerin stok politikası. Bu yönde nasıl bir değişim olacak?

Şimdiye kadar perakendeciler ‘tam zamanında’ ürün politikasını izliyordu. Yani ihtiyaca göre en düşük stokla çalışıyordu. Ancak karantinalar bu sistemin işe yaramadığını gösterdi. Artık kurumlar, belirsizliklere karşı envanterlerini yeniden ayarlayacak ve daha fazla stok tutacaklar. Öte yandan uluslararası nakliye ve seyahat kısıtlamaları, insanlar gibi ürünlerin de bir noktadan diğerine ulaşmasını engelliyor. Bu durum bağlantılı küresel bir ekonomide büyük sıkıntılar yaratabiliyor. Koronavirüs sonrasında ürünlerin satılacağı ülke içinde üretilmesine dikkat edilmesi bekleniyor.

Dijitalleşme perakendenin her alanına sızıyor. Bu trendi farklı yerlerde de görecek miyiz?

Tüm iş dünyasında olduğu gibi perakendede de dijitalleşme artacak. Dünyada hemen hemen her yerde büyük toplantıların yılın ikinci yarısına kadar erteleneceği bir gerçek. Ancak şirketlerin satış ziyaretleri, küçük top-



lantılar, seminerler ve sunumlar, dijital iletişim kanallarına kaymaya devam edecek. Koronavirüs salgını bitse bile uzaktan çalışma ve dijital platformlarda gerçekleşen toplantılar artık hayatın daha büyük bir parçası haline gelecek. Bu dönem evden çalışmanın gerçekten mümkün olup olmadığını ya da verimliliğini tüm şirketlere göstermek üzere. Salgın sonrası dönemde birçok şirket ofis alanlarına yapılan yatırımların ne kadar anlamlı olduğunu sorgulamaya devam edecek.

Sizin şirketlere önerileriniz nelerdir?

İçinde bulunduğumuz durumu da göz önünde bulundurarak kurumlara değişime açık olmayı öneriyoruz. Koronavirüs pandemisi son 100 yılın en önemli olayları arasında yerini aldı ve tarihi değiştirdi. Bundan sonraki süreçte başta devletler olmak üzere, birçok kamu ve özel kurumun benzer olaylara karşı acil eylem ve alternatif kaynak yönetim planının olması gerekecek. Dijital dönüşümün günümüzde bir zorunluluk olduğunun farkındayız. Verileri hızlı toplamak ve doğru analiz etmek, kurumlar için verimlilik artışı yakalamanın en doğru yolu olacak. Dijital dönüşümü kurumlarda ana faaliyet alanında başlatmalarını öneriyoruz. Yani en iyi bildiği konuda dijital dönüşümü başlatmalılar.

Bu süreçte kurumlara sizin nasıl bir katkınız oluyor?

REM People, sahadan edindiği tüm bilgileri ve raporları analiz ederek ilgili yöneticilere önerilerden oluşan raporlar sunuyor. Üst yönetim bulunurluk, raf payları, teşhir ürünlerinin konumlanması, fiyat takibi ve rakip fiyat takibini de içeren bilgilere her an ulaşım stratejilerini iyileştirebiliyor. REM People, sunduğu hizmetle birlikte iş ortaklarına sektörüne göre yüzde 18-25 oranında ciro artışı sağlıyor. Söz konusu dijital dönüşümle kurumların iş yapma biçimlerini değiştiriyor ve daha hızlı karar verebilmelerini sağlıyor.

Evden çalışmaya destek cihazlar

GÖZLÜĞE İHTİYAÇ DUYMAYAN 3D EKРАН

Continental, kullanıcıların gözlüğe ihtiyaç duymadan kullanabilecekleri 3D ekranı piyasaya sürdü. HMC Genesis GV80 modelinde kullanılan ekran otostereoskopik 3D teknolojisini kullanıyor. Görüntü ekranında üç boyutlu ölçekler, işaretçiler ve nesnelere bulunuyor. Örneğin, ekran sürücünün görüş alanında bir dur işareti uyarısında bulunabiliyor. Sistemde sürücünün görüş alanını algılayabilen ve üç boyutlu görüntüleri hassas kafa konumu için ayarlayabilen bir iç kamera da bulunuyor. Dikkatin dağılmasını önlemek için, kamera sürücünün dikkatinin dağılması ve yorgunluk anlarını tespit edebilen dikkat algılama özelliğine de sahip. Şirket ayrıca ön ve arka koltukta oturan kişilerin 3D deneyiminin keyfini çıkarmasını istiyor. Bunun için Doğal 3D Lightfield teknolojisine dayanan yeni bir 3D ekran geliştiriyor. Teknoloji yolcuların alışveriş, artırılmış gerçeklik oyunları oynama, 3D film izleme veya video konferanslara katılma gibi otomobilde her türlü şeyi yapmasına olanak tanıyor.



Evden çalışanlara webcam ve kulaklık

Evden çalışmanın en büyük zorluklarından biri, doğru ekipmanlarla bir 'ev ofisi' kurmak. Evden çalışanlar bu dönemde iyi ekipmana ihtiyaç duyuyor. Özellikle uzaktan yapılan toplantılar için webcam ve kulaklık gerekiyor. Bunlardan biri de Logitech C922 Web kamerası ve Zone Wireless Kulaklık seti. 'Tak çalıştır' özelliği olan her iki ürün de tüm video konferans yazılımlarıyla uyumlu çalışıyor. C922 web kamerası, 1080p HD çözünürlükle keskin görüntü kalitesine ek olarak HD otomatik odaklama ve ışık düzeltme teknolojileri sayesinde çalışanların arkadan aydınlatmalı ve düşük ışıklı ortamlardaki görsel kalitesini iyileştiriyor. Zone Wireless kulaklıklar, daha net görüşmeler için sesin dikkat dağıtan gürültüden yalıtımını sağlayan gürültü engelleyen mikrofona sahip. Kullanıcıların sesi doğru düzeye ayarlamasını sağlayan ayarlanabilir yan ton denetimi, sesi kapatmak için çevirme özellikli mikrofon, Qi kablosuz şarj ve 14 saatlik pille ev ortamını bir ofise dönüştürüyor.

TLC'DEN 5G ÖZELLİKLİ TELEFON

TCL, 5G özellikli ilk akıllı telefonu olan TCL 10 5G'yi tanıttı. TCL 10 5G, daha hızlı yükleme, indirme ve yükseltilmiş Wi-Fi bağlantı stabilitesi için artırılmış veri bant genişliği sunuyor. TCL 10 5G'nin arkasında bulunan dört kameralı kurulumda ise 64 MP yüksek çözünürlüklü ana kamera, 118 dereceli ultra geniş açılı kamera, kullanıcı iki cm gerideyken yakın kareler çekmesini sağlayan bir makro kamera ve Bokeh efektiyle derinlik kamerası yer alıyor. TCL 10 5G'nin ön tarafında yer alan 16 MP kamera ise daha parlak özçekim fotoğrafları oluşturmak için tasarlanmış.

Dördü bir arada büyük piksel teknolojisi ise daha parlak özçekim fotoğrafları oluşturmak için otomatik olarak dört pikseli birleştiriyor ve cihazın düşük ışıktaki özelliklerini iyileştiriyor. TCL 10 5G, tüm gün kullanım için büyük bir batarya ve Quick Charge 3.0 hızlı şarj özelliğine sahip. OTG Ters Şarj özelliği sayesinde küçük eşyaları şarj edebilen veya şarjı az olan bir arkadaşına yardım için portatif bir 'powerbank'e de dönüşebiliyor. TCL 10 5G, 399 Euro fiyat etiketiyle satışa çıkacak.



Yaklaşık bir aydır evden çalışma ve eğitime geçildi. Bu dönemde, teknoloji çözümleri de bu ihtiyaçlara göre şekilleniyor. Evden çalışanlara webcam ve kulaklık, uzaktan eğitime güç kaynağı cihazı bunlara birer örnek.

EVDEKİ HERKESE HİTAP EDEN PC

Acer'ın Aspire C serisi Hepsini Bir Arada bilgisayarları, geniş kullanım alanıyla evin tüm sakinlerine hitap etmeyi hedefliyor. 21,5 ve 23,8 inç büyüklüğünde ekranlara sahip Aspire C22 ve Aspire C24 modellerinden oluşan seride, Full HD çözünürlüklü IPS panel, sunduğu geniş görüntü açısı bulunuyor. Her yaşta kullanıcının keyifle kullanacağı özellikler gözetilerek donatılmış olan Aspire C serisi, Intel Core i3 ve i5 işlemcileri ile internette gezinti, film izleme, sosyal medya ve iş hayatı veya okul görevleri için gerek duyulan yazılımlar gibi her türlü günlük görevin yapılmasına olanak tanıyor. Her iki modelde de Acer'ın uzun süreli kullanımlarda göz sağlığını korumayı hedefleyen görüntü teknolojilerinden Acer BlueLight Shield ve Acer Flickerless özelliklerini görmek mümkün. Acer BlueLight Shield, gözler için zararlı olabilecek mavi ışığı filtreleyerek yüzde 54'e kadar azalttığı iddiasında. Flickerless ise rahatsız edici olan ve uzun süreli bilgisayar başında kalındığında gözleri yoran titreşimi ortadan kaldırıyor. Aspire C22-865 ve Aspire C24-865, 3.999 TL'den başlayan fiyatlarla satışta.



YAPAY ZEKALI SOYUNMA KABİNİ

Günümüzde özellikle perakende sektöründe yapay zeka çözümleri tüketicilerin alışkanlıklarına göre farklı teknolojiler geliştirilmesine yol açıyor. Bunlardan biri de LG tarafından geliyor. LG, perakende mağazalarında kullanılabilecek bir ürün geliştirmiş. LG'nin önümüzdeki dönemde sunacağı yapay zeka tabanlı ürünler arasında, tüketicilerin beğendikleri ürünleri giyip çıkartmadan denemelerini sağlayan sanal soyunma kabini LG ThinQ Fit gibi robotik çözümleri bulunuyor. LG ThinQ Fit, giysi alışverişi yapmaktan hoşlanan ancak soyunma kabinlerinde sıra beklemek, kıyafetleri değiştirip giyinmekten hoşlanmayan ya da bu kabinleri hijyenik bulmayanlar için uygun bir çözüm haline geliyor. LG ThinQ Fit ile tüketicilerin tam anlamıyla gerçeğe en yakın avatarları oluşturuluyor ve 3D kameraların yardımıyla seçtikleri kıyafetlerin üzerlerinde nasıl duracağı gösteriliyor. Böylelikle, alışverişi severler, seçtikleri ürünü denemeden satın alabiliyor, hem zaman, hem de enerjilerinden tasarruf ediyorlar.



30 GÜN PİL ÖMRÜNE SAHİP AKILLI SAAT

Son dönemde oldukça çeşitli markanın piyasaya sunduğu akıllı saatlere bir yenisi daha eklendi. Akıllı telefonlarıyla öne çıkan marka Xiaomi destekli Haylou, Haylou Solar isimli akıllı saati piyasaya sundu. İsminin aksine güneş ışınları ile şarj olmayan saat, buna karşın 30 günlük pil ömrüne sahip. Bünyesinde 340 mAh pile yer alan model, nabız sensörü aktif edildiği zaman ise 24 saat boyunca görev yapabiliyor. Yuvarlak bir gövde üstüne kurulan saat, birçok kalemde aktivite takibi yapıyor. Nabız ölçme ve aktivite takibi yapabilen saatin aynı zamanda uyku takibi özelliği de mevcut. Model, Android ya da iOS telefonlara Bluetooth 5.0 üstünden haberleşiyor. Şirketin kendi geliştirdiği bir işletim sistemine sahip olan Haylou Solar, bağlı telefonların bildirimlerini üzerine alabiliyor. Bünyesinde 1,28 inç 240x240 piksel OLED değil LCD ekran yer alan saat, 45,3 mm kasa üstüne kuruluyor ve metal bir gövdeye sahip. Saat, IP68 sertifikasıyla suya ve toza karşı da dayanıklılık sunuyor. Fiyatı ise 21 dolar.



Uzaktan eğitime güç kaynağı

Tüm öğrencilerin uzaktan eğitim aldığı bu dönemde Inform, Guardian UPS Serisi ile evler için güç kaynağı olacak çözümler sunuyor. Şirket, Line-İnteraktif mikroişlemci kontrollü teknolojisiyle yaşam alanlarında sürekliliği garanti altına aldığı iddia ediyor. Elektrik kesintileri, tesisata bağlı cihazlar için büyük bir risk oluşturuyor. Aniden değişen elektrik akımı, cihazların zarar görmesini sağlayabiliyor. Kesintisiz Güç Kaynağı (UPS) elektronik aletleri ise şebeke beslemesinin kesilmesine karşı koruyan bir cihaz. Guardian UPS serisi ile internetiniz kesilmiyor ve eğitiminiz yarıda kalmıyor. Guardian Serisi, LED veya LCD paneli sayesinde kullanıcıya kullanım kolaylığı sağlıyor. Ayrıca Guardian UPS Serisi, evler ve ofisler için güvenlik sunuyor. USB Port, RS232 ve RJ45 gibi genişletilmiş haberleşme seçeneğiyle çok farklı ihtiyaçlara cevap verebilen Guardian UPS Serisi, sesli uyarı sistemiyle de kullanıcıları gerekli durumlarda uyarıyor.



"KİŞİYE ÖZEL MÜŞTERİ DENEYİMİNE ODAKLANIYORUZ"

Tasarımdan üretime, planlamadan mağazalara kadar her alanda dijital dönüşüme odaklanan Gürmen Group, bugüne kadar 25 milyon TL'lik yatırım yaptı. Gürmen Group Markalardan Sorumlu Yönetim Kurulu Üyesi Zeynep Doğan, yatırımları müşterilerin tüm kanallardan mükemmel müşteri deneyimine odaklanacak şekilde kurguladıklarını söylüyor.

Ayşegül Sakarya Pehlivan asakarya@ekonomist.com.tr



Tekstil-hazır giyim başta olmak üzere enerji, tarım-hayvancılık ve teknoloji alanlarında yatırımları olan Gürmen Group'un kuruluş hikayesi, Avrupa'nın moda başkentlerinden Londra'ya uzanıyor. 1970'li yıllarda Londra'da bir hazır giyim atölyesiyle temelleri atılan grup sonrasında kurucularının doğduğu topraklara yatırım hedefiyle faaliyetlerini Türkiye'ye yönlendirdi. Günümüzde yaklaşık 2 bin kişiye istihdam sağlayan şirket, erkek moda markaları RAMSEY ve KİP ile 20 ülkede 130 mağazada hizmet veriyor. Üretimden tasarıma e-Ticaretten müşteri deneyimine kadar her alanda dijitalleşmeye odaklanan şirket, bu alanda fark yaratmak için 2017 yılında Gürmen Teknoloji'yi kurdu. Gürmen Teknoloji liderliğinde başlatılan dijital dönüşüm sürecinde yaklaşık 25 milyon TL'lik yatırımı hayata geçirildi. Önümüzdeki dönemde yapay zekayla kişiye özel müşteri deneyimine odaklanacaklarını söyleyen Gürmen Group Markalardan

Sorumlu Yönetim Kurulu Üyesi Zeynep Doğan, grubun dijitalleşme yolculuğunu anlattı.

Şirketinizin dijital dönüşüm yolculuğu ne zaman başladı?

Yoğun rekabet ortamında artık en iyi koleksiyonu, en iyi kalite ile üretmek ve iyi bir tedarik zinciri yeterli kalmıyor. Hem müşterinizi iyi tanımak hem de daha veri odaklı olup bu veriyi iyi, verimli kullanmak ve inovasyon farklılaşmak adına her zamankinden daha önemli. Biz de bu alanda fark yaratabilmek için 2017 yılında Yıldız Teknik Üniversitesi Teknopark'ta faaliyet gösteren bir teknoloji şirketi kurduk: Gürmen Teknoloji. Teknoloji şirketimizle birlikte hayata geçirdiğimiz bir dijital dönüşüm ajandamız var. Bu ajandaya uygun şekilde grubumuzun teknik alt yapısından raporlamalarına, müşteri analizinden iş süreçlerine kadar dijitalleşme sürecimize hizmet eden pek çok projeyi hayata geçirdik.

İnovasyona odaklanıyor

25 KİŞİLİK AR-GE EKİBİ İnovasyon markalarımızın DNA'sında var diyebiliriz. Yenilikçi ürün geliştirme anlayışımız çerçevesinde yaklaşık 25 kişiden oluşan AR-GE ekibimiz değişen moda dinamikleri, gelişen teknoloji ve erkeklerin beklentilerini güncel bir şekilde takip ederek inovatif ürünler, giyilebilir teknolojiler konusunda sürekli iş geliştiriyor.

TASARIM MERKEZİ SEÇİLDİ 2018'de "Tasarım Merkezi" seçilen tasarım departmanlarımız özellikle giyilebilir teknolojiler, dijital dünyayı tasarım ile daha etkin şekilde bir araya getirme konusunda müşteri beklentilerini karşılayacak yenilikçi ürünler konusunda yoğun mesai harcıyor. Bugüne kadar Gürmen Teknoloji liderliğinde başlatılan dijital dönüşüm sürecimizde yaklaşık 25 milyon TL'lik yatırımı hayata geçirdik.

Dijital dönüşüm konusunda ne gibi adımlar attınız bugüne kadar? Ne kadarlık yatırım yaptınız?

Dijital dönüşüm stratejimizi; üretim, koleksiyon ve tasarım, online ve e-Ticaret, müşteri deneyimi olmak üzere dört başlık altında topladık. Tekstilde üretim alanında da faaliyet gösteriyoruz ve fabrikalarımızda 1,5 milyon adetlik üretim kapasitemizi markalarımız RAMSEY ve KİP'in yanı sıra Avrupa'dan Amerika'ya birçok dünya devine koleksiyon üretimi için de kullanıyoruz. Biz de bu yüzden izlenebilirlik, şeffaflık ve hızlı- anlık - doğru bilgi akışını sağlayacak "Endüstri 4.0 dijital dönüşüm projesi"ne yöneldik. Dataların gerçek fayda yaratacak şekilde yapay zeka destekli raporlanabilmesi, bu veri üzerine dayalı verim, sevkiyat, kalite senaryoları hesaplanabilmesi, sanal fabrika yönetimine götürebilecek kadar kapsamlı bir yolculuğun ilk adımları. Bu uygulamayı hazır giyimde Türkiye'de ilk uygulayan fabrikalardan biriyiz.

Dijital dönüşümün nasıl bir katkısı oldu size?

Dijital dönüşüm sürecimize liderlik eden Gürmen Teknoloji ile yepyeni ve değer katan projeleri de hayata geçirme imkanı bulduk. Mobil satış ve akıllı algoritmalarla çeşitli öneriler sunarak mağazacılık alanında farklı bir bakış açısını markalarımıza kazandıran "ChicApp - mobil mağazacılık"; global olarak tüm mağazalarımızın dijital ekranlarını merkezi noktadan yönetebilmeyi sağlayan "digital signage" uygulamamız; müşteri davranışlarını daha iyi analiz edebilme ve mağaza konseptlerimizde bu bilgilere göre değişim yapabilme imkanı sunan, veri odaklı bir yönetim sergileme imkanı sağlayan "ısı haritası" uygulamamız Gürmen Teknoloji'nin geliştirdiği projelerden sadece birkaçı...

Önümüzdeki dönemde dijital dönüşüm konusunda atacağınız yeni adımlar nelerdir?

Artık tüketiciler ihtiyaç duydukları bilginin yapay zeka ile tespit edilmesini; aynı miktarda bilgiye kısa içeriklerle ulaşmak istiyor. Bu noktada; online ve offline perakendeliğin kesişimi yani omnichannel önemli bir yatırım alanı olarak karşımıza çıkıyor. Biz markalarımızla; müşterilerimizin tüm kanallardan mükemmel müşteri deneyimine



odaklanacak şekilde yatırımlarımızı kurguluyoruz. Online ve offline mağazalarda oluşan deneyimleri analiz edilmek ve bu analizler sonucunda toplu bir kampanya yönetimi yerine daha spesifik kişiye özel olarak tasarlanması gerekiyor. Bu tasarlanan yapılarda büyük datanın incelenerek anlamlandırılması ve tabii ki yapay zeka ile hızlı ve öğrenilmiş alışkanlıklara özel farklı seçenekler sunulması gelecekte daha da önem kazanacak. Yeni dönemde yeni projelerimiz de özellikle bu alana odaklanacak.

Koronavirüs salgını tüm dünyayı değiştiriyor. Dijital dönüşüm size nasıl bir katkı sağladı?

Bu süreç hemen hemen tüm devlet kurumlarında ve özel şirketlerde çalışma modellerinde uzaktan çalışma ve mobilize olma

ihtiyacını ortaya koydu. Şirketlerin neredeyse tümü ön hazırlık, kapasite test gibi süreçleri tamamladıktan sonra yeni çalışma modellerine geçiş yapabildi. Bu süreçte grup olarak herhangi bir hazırlık ve teste ihtiyaç duymadan dijital altyapımız üzerinden operasyonlarımızı normal bir şekilde sürdürmeye devam ettik. Mağazaların kapanmasıyla birlikte online tüketici için tek alışveriş kanalı haline geldi. Hijyen ve güvenlik kurallarına riayet edilerek yapılan hazırlık ve teslimatlar ile online kanalımızda hizmet vermeye devam ediyoruz. İçinde olduğumuz süreç tüketicinin online'da alışveriş yapma alışkanlığına hız kazandırdı; süreç sonrasında online'ın büyümesi daha da güçlenecek.

e-Dönüşüm konusunda attığınız adımlardan bahsedebilir misiniz?

Tüm grup şirketlerimizde e-Fatura, e-Arşiv ve e-Defter uygulamalarına geçiş sağladık. Tüm sevk irsaliyelerimizi elektronik ortamda düzenlemek için çalışmalara başladık. e-Mutabakat sistemine geçiş sağladık. Tüm mutabakatlarımızı elektronik ortamda yapıyoruz. Kayıtlı Elektronik Posta (KEP) kullanımımızı yaygınlaştırarak, hukuki konularda zaman ve maliyet tasarrufumuzu her geçen gün arttırıyoruz. Tüm satın alma kararlarımız elektronik ortamda hazırlanıyor, onayları sistem üzerinden yapılarak kağıt, zaman tasarrufu sağlıyoruz. Elektronik ortamda hazırladığımız satın alma kararlarını, bize kesilen e-Faturaların otomatik sistem tarafından kontrol edilmesini sağlanmasıyla ilgili bir projemiz var.

"YENİ TEKNOLOJİLERİ YAKINDAN TAKİP EDİYORUZ"

Sektörlerinde benzeri olmayan uygulamalar geliştireceklerini belirten Kınay Şirketler Grubu Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Barış Dillioğlu, "Yapay zeka, artırılmış gerçeklik, robotik süreç otomasyonu, nesnelerin interneti, blockchain teknolojilerini yakından takip ediyoruz ve dijital dönüşüm süreçlerimize dahil edebileceğimiz projeler tasarlıyoruz" diyor.

Özlem Bay Yılmaz obay@ekonomist.com.tr



Temelleri 1946 yılında Ali Rıza Kınay tarafından atılan Kınay Şirketler Grubu, bor yüklemesi için Bandırma Limanı'na yanaşan gemilere acentelik hizmetleri vermek için kuruldu. A. Rıza Kınay Shipping Agencies and Trading Inc. şirketinin kurulmasıyla faaliyete başlayan grup, bugün başta uluslararası deniz taşımacılığında ithalat ve ihracat konteyner taşımacılığı aracılık hizmeti olmak üzere farklı kulvarlarda deniz hava ve kara taşımacılığı yapıyor. Kınay Şirketler Grubu Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Barış Dillioğlu, şirketin hedeflerinden e-Dönüşüm yolculuğuna kadar pek çok sorumluluğu yanıtladı...

Hangi alanlarda faaliyet gösteriyorsunuz?

Başta uluslararası deniz taşımacılığında ithalat ve ihracat konteyner taşımacılığı aracılık hizmeti, uluslararası hava ithalat ihracat taşımacılık hizmetleri, uluslararası kara taşımacılığı aracılık hizmetleri, liman hizmetleri, yabancı ve Türk bayraklı gemilere

acentelik hizmeti, gemi kiralama ve brokerlik hizmetleri gibi uluslararası taşımacılık ve lojistiğin çeşitli alanlarında faaliyet gösteriyoruz.

e-Fatura konusunda ne gibi adımlar attınız?

e-Fatura süreçlerini şirketleri-



mizde başlatmamız, kanuni düzenlemeler ile getirilen geçiş zorunluluğu tarihinin öncesine 2012 yılına dayanıyor. O dönemde bu konuda işletmelere entegratörlük hizmeti veren şirketler ile görüşmelerimizi başlattık. Gerekli hazırlıklarımızı tamamlayıp altyapımızı oluşturduktan sonra 2013 yılından itibaren aktif olarak e-Fatura kullanımına başladık.

e-Faturaya geçiş size nasıl bir katkı sundu?

e-Fatura kullanımının bize sağladığı en büyük katkı zaman ve emek tasarrufu oldu. Ayrıca kesilen faturaların gönderim maliyetlerinin ortadan kalkması ve raporlama süreçlerinin kısılması gibi avantajlarını da unutmamak gerek.

Dijital dönüşüm ve e-Dönüşüm yolculuğunuz ne zaman başladı?

Özellikle 2005 yılı sonrası dünyada artan teknolojik gelişimlerle birlikte dijital dönüşüm stratejilerine hız verildi. Tüm şirketlerimizde, ilk e-Dönüşüm uygulamaları olan e-Bildirge, e-Beyanname, e-Gümrük

Hangi adımları attı

TEK BİR PLATFORM Dijital dönüşümü yaşayan bir süreç olarak tanımlıyor ve sürdürülebilir adımlar atıyoruz. Bu nedenle projelerimizin bir başlangıç zamanı olmakla birlikte, "proje bitti" denilerek rafa kaldırılmaz. Sürekli bir gelişim metodolojisi uygulanır. Şirketlerimizin birbirinden bağımsız kullandığı farklı ERP (Kurumsal Kaynak Planlama) yazılımlarını tek bir platformda birleştirdik.

ELEKTRONİK ORTAM Operasyon ve planlamaya ilişkin modüllerin yanı sıra finansal faaliyetlerimizi de dijital yapının içine aldık. CRM yazılımı edinerek, kendi iş süreçlerimize uygun bir satış ve müşteri ilişkileri yönetimini hayata geçirdik. e-Fatura, e-Bordro, e-Konşimento, e-ÖzetBeyan, tedarikçi ve müşteri entegrasyonları, personel self servis portalı, yük takip sistemleri gibi çalışmalarla bilgi akışını basılı ortamdaki elektronik ortama taşıdık.

DİJİTAL RAPORLAMA Çalışanların tamamının mobil ve uzaktan çalışabileceği teknolojik alt yapı yatırımlarını yaparak, mekan ve zaman kısıtlamalarını ortadan kaldırdık. Basılı olarak ve dijital ortamda dağınık işlenen raporlama süreçlerini dijital bir platformda topladık.

uygulamaları ile başlayan elektronik dönüşüm süreçleri, e-Defter, e-İrsaliye ve e-Arşiv fatura e-Konşimento, e-Özetbeyan gibi uygulamaların kullanımı ile olgunlaşarak bugünlere kadar geldi.

QNB eFinans ile yapmış olduğunuz işbirlikleri hakkında bilgi verir misiniz? Bu şirketinize nasıl bir katkı sağladı?

QNB eFinans bizim 2013 yılından beri büyük bir memnuniyet ve keyifle çalıştığımız iyi bir iş ve çözüm ortağımız. QNB eFinans'tan tüm şirketlerimizin e-Fatura, e-İrsaliye, e-Defter, e-Arşiv fatura düzenlenmesi, transferi ve saklanması hizmetlerini alıyoruz. Ayrıca QNB Finansbank'ın Dijital Köprü hizmetlerinin tamamını QNB eFinans aracılığıyla kullanıyoruz. QNB eFinans'tan aldığımız hizmetler özellikle muhasebe departmanımızın zaman tasarrufunu artırarak daha hızlı ve verimli çalışmasını sağlıyor.

Dijital dönüşüm alanında devreye aldığınız yatırımlar oldu mu?

Veri ambarı yapısına paralel olarak veri analizi ve raporlama alanında BI (İş Zekası) platformunu hayata geçirdik. Teknolojik donanımsal altyapımızı ve bilgi güvenliği yapısını gelişen trende uygun olarak yeniledik.

Dijital dönüşümün ve e-Dönüşümün şirketinize nasıl bir katkısı oldu?

Dijital dönüşümün bize en önemli katkısı, sağladığı verimlilik artışı ile grup şirketlerinin iş hacimindeki büyümenin önünü açtı. Verinin görünürlüğü, bilgiye hızlı ulaşım, karar alma süreçlerine olumlu yönde katkı sağladı. Yeni yasalara ve getirilen değişimlere uyum konusunda büyük kolaylık getirdi. Zira yeni yasal düzenlemeler ve değişimlerin öncesinde, zaten Kınay şirketleri kendi faaliyetlerini verimli şekilde yönetmek için bu uygulamaları kullanıyor durumda oluyor.

Örneğin; Kişisel Verileri Koruma Kanunu, 5651 sayılı İnternet ortamında yapılan yayınlara ilişkin kanun, e-Fatura hakkındaki yasal düzenlemeler çıktığında, zaten Kınay şirketleri bu kanunlara uyumlu çalışmaların içindeydi.

Dijital dönüşümü hangi birimlerinizde etkisini gördünüz?

Bildiğiniz gibi ağırlıklı olarak lojistik faaliyetler yürütüyoruz. İçinde bulunduğumuz sektör için bilişim sistemleri istisnasız tüm birimlere bir şekilde dokunuyor. Satış, planlama, operasyon, mali ve idari tüm birimlerimizde olumlu etkisini görüyoruz.

Dijital dönüşüm ve e-Dönüşüm

konusunda atacağınız yeni adımlar neler?

Henüz dönüşümü tamamlanmamış alanlarımızı da bu kapsama alarak yüzde 100 dijital dönüşüme yöneleceğiz. Diğer bir faz çalışması olarak ise zaten dönüşümü yapılmış ama geliştirilirse verim artışı sağlanabileceğini düşündüğümüz, sektörde benzeri olmayan uygulamalar geliştireceğiz. AI (Yapay Zeka), AR (Artırılmış Gerçeklik), RPA (Robotik Süreç Otomasyonu), IoT (Nesnelerin İnterneti), Blockchain teknolojisi başta olmak üzere yeni teknolojileri yakından takip ediyoruz ve dijital dönüşüm süreçlerimize nasıl dahil edebileceğimiz hakkında projeler tasarlıyoruz.

2020 hedefleriniz ve yapacağınız yatırımlardan bahsedebilir misiniz?

2020 yılı yatırım hedeflerimizin bir kısmını yılın ilk çeyreğinde tamamlayarak, Belçika merkezli KTL Benelux ve Güneydoğu Asya hedeflerimiz doğrultusunda kurduğumuz KTL Vietnam'ı faaliyete geçirdik. Ayrıca yine 2020 yatırım hedeflerimiz içinde yer alan, 5 farklı Kuzey Afrika ülkesinde ve Çin'de farklı şehirlerde kuracağımız yeni şubeler ile yatırım çalışmalarımızı tamamlayıp, Kınay markasının yurtdışındaki şirket ve şubelerinin sayısını artıracaktır.

SAHA OPERASYONUNU DİJİTALLEŞTİRİYORUZ"

Ekmob'un müşteri ile şirketler arasındaki saha operasyonunu dijitalleştiren bir köprü olarak çalıştığını söyleyen şirketin kurucusu ve CEO'su Sunay Şener, "Ekmob sadece yazılım satmıyor, satış ekibi yönetimine yönelik bir kültür inşa ediyor" diyor.

Burcu Tuvay btuvay@ekonomist.com.tr



Ekmob, saha satış operasyonu olan şirketlere daha etkin ekip yönetim imkanı sağlayan bulut tabanlı bir hizmet yazılımı sunarak çözümler geliştirmek üzerine hizmet sağlayan bir girişim. Ekmob kurulana kadar excel ve mesajlaşma üzerinden gerçekleşen saha operasyonlarına yönelik yönetim çalışmaları, Ekmob ile dijital dünyaya taşındı. Saha satış ekiplerinden 15-20 günde alınabilen bilgi ve gelişmelere Ekmob ile dakikalar içinde ulaşılmaya başlandı.

Ekmob'un müşteri ile şirketler arasındaki saha operasyonunu dijitalleştiren bir köprü olarak çalıştığını söyleyen şirketin kurucusu ve CEO'su Sunay Şener, "Ekmob sadece yazılım satmıyor, satış ekibi yönetimine yönelik bir kültür inşa ediyor. Satış ekiplerini veri ile yönetmeyi sağlayarak satış ekiplerinin günlük ihtiyaçlarına göre tasarlanmış mobil uygulama ile sahada daha hızlı ve efektif olmalarını sağlıyor" diyor. Şener, sorularımızı şöyle yanıtladı:

Şirket olarak müşterilerinize ne gibi hizmetler veriyorsunuz? Sektörde nasıl bir farklılık yaratıyorsunuz?

Ekmob saha satış profesyonelleri için geliştirilmiş bir uygulama. Sahada düzenli ziyaret yapan satış personellerinin tüm ihtiyaçları düşünülerek geliştirildi. Ofise gitmeden, ofisten desteğe ihtiyaç duymadan tüm süreçlerini yönetebilmesini sağlayan bir mobil asistan. Hem iOS hem Android cihazlarda çalışıyor. İnternet bağlantısı yokken de sorunsuz

bir şekilde kullanılıyor. Ekmob kullanıcıları, uygulama üzerinden tüm portföylerini takip edebilirler. En son kime ne zaman ziyaret yaptım, en son ne konuşuldu, ne form dolduruldu, ne sipariş alındı gibi sorulara üç saniyede cevap bulabilirler. Rut planlarını uygulama üzerinden yapabilir; yaptıkları tüm aktiviteleri ve ziyaretleri Ekmob sayesinde otomatik olarak raporlayabilirler. Ekmob, müşteri ile şirketler arasındaki saha operasyonunu dijital-



“FİRMALAR ÖNCE ANA İŞ KOLLARINDAN DİJİTAL DÖNÜŞÜME BAŞLAMALI”

“Dijital dönüşüme adım atmak isteyen firmalar, öncelikle dönüşümü ana iş biriminden başlatması gerekiyor. Kimi firmalar satış kasıyla, kimi firmalar üretim kasıyla kimi firmalar da pazarlama kasıyla ön planda olurlar. Kim hangi işi en iyi biliyorsa, dijital dönüşümüne de oradan başlamalı. Benim 10 yıllık tecrübemde gördüğüm yegane konu, firmaların dönüşümlerini bilgi birikimlerinin çok da yüksek olmadığı alanlarda başlatmaları. Eğer bir işi çok iyi biliyorsanız, dijital ortama taşımakta bir problem çekmezsiniz. Fakat süreçleri oturmamış, gri noktaları bol olan süreçleri, dijital ortama taşımak zor olur. Firmalar şapkalarını önlerine koyup en iyi çalışan departmanları ile dijital dönüşümlerine başlamalı.”

leştiren bir köprü olarak çalışıyor.

Bunun şirketlere nasıl bir katkısı oluyor?

Satış ekipleri için kurumların daha önce hiç denemediği bir deneyim sunuyor, saha satış kültürünü değiştirerek yeni bir şirket kültürü oluşturuyoruz. Saha satış ekibi yönetim otomasyonu kurumu olan Ekmob'un söz konusu hizmetleri Satış 4.0 olarak nitelendiriliyor. Ekmob, satış ekiplerinin faaliyetlerini kurumlara raporlayan yazılımlarla verimlilik artışı sağlıyor. Ekmob sadece yazılım satmıyor, satış ekibi yönetimine yönelik bir kültür inşa ediyor. Satış ekiplerini veri ile yönetmeyi sağlayarak satış ekiplerinin günlük ihtiyaçlarına göre tasarlanmış mobil uygulama ile sahada daha hızlı ve efektif olmalarını sağlıyor.

Dijital dönüşümün şirketlere nasıl bir katkısı oluyor? Verimlilik artışı konusunda bir rakam vermeniz mümkün mü?

Dijital dönüşüm artık bir rekabet avantajı değil, bir zorunluluk. Firmalar her yerden veri topluyor. Bu verileri doğru analiz eden firmalar tasarruf ederken, diğer firmalar rekabette geride kalıyor. Şöyle düşünün, 20 kişilik bir satış ekibiniz var. Haftada ortalama 30 ziyaretten 30 bin ziyaret gerçekleştiriyorlar. Şimdi herhangi bir firmanın Ekmob veya başka bir uygulama kullanmadan bu ziyaretleri analiz etmesini beklemek anlamlı değil. Analiz edemezler. Analiz etmiyorlar. Hangi müşteriye kaç kez gidilmiş? A personeli B firmasına yılda kaç ziyaret gerçekleştiriyor? C personeli portföyünün yüzde kaçına ziyaret gerçekleştirdi? Bu soruların cevabının olmadığını görüyoruz. Ekmob, kurumlara saha satış ekiplerine verimlilik, performans, proaktif yönetim, veri, kolay kullanım imkanlarını bir arada sunuyor. Bunu yaparken mobil uygulama ve portal ile sunarak kurumların saha operasyon-

Ekmob 2019 yılını yüzde 300 büyüme ile kapattı. 2019 yılı hedef pazarın belirlendiği ve ürünün konumlandırıldığı bir yıl oldu. 2020 yılında cirosunun 5 milyon TL olması hedefleniyor.



larını dijital dönüşümüne yardımcı oluyor.

QNB Finansbank'la nasıl bir işbirliğiniz var, size nasıl bir katkısı oluyor? Bu işbirliğiyle şirketlere nasıl bir katkı sağlıyorsunuz?

QNB Finansbank Dijital Köprü projesi kapsamında Ekmob'un hizmetlerini KOBİ'lere ücretsiz olarak sunuyoruz. Bu KOBİ'lerin dijital dönüşümlerini destekleyen, saha satış ekiplerinin üretkenliğini arttıran bir çözüm. Saha satış ekipleri özgür bireylerdir, mobil ekiplerdir. Siz onlardan görüşme sonrası bilgisayarını açıp, arabada rapor girmesini istedikçe üretkenliklerini kaybediyorlar. Ekmob kullanan firmalarda ise ERP ve CRM sistemlerine veri girişinin yüzde 50 arttığını görüyoruz. Bu da haliyle firmaların kurumsal bilgi hafızasını güçlendiriyor. QNB Dijital Köprü kapsamında beklediğimiz çok üstünde bir ilgi ile karşılaştık. Ayda yaklaşık 800 firma Ekmob'dan faydalanmak üzere başvuruda bulunuyor ki bu inanılmaz bir hız. QNB Dijital Köprü sayesinde üç yılda yakalayacağımız müşteri adedini bir yılda yakalayacağımızı öngörüyoruz.

Önümüzdeki dönemde yeni projeleriniz var mı, bunlardan bahsedebilir misiniz?

Malum salgın ve evden çalışma dönemi içerisinde iş yapış şekilleri değişti. Biz de bu sebeple hızlıca bir call-center entegrasyonu gerçekleştirdik. En yakın zamanda video konferans çözümü de ekleyeceğiz. Bugün Ekmob üzerinden yapılan tüm aramaların kaydı sisteme otomatik işleniyor. Ayrıca satış ekiplerinin hedeflerine yönelik önerilerde bulunan bir algoritma geliştiriyoruz. Burada hem sektöre yön veren isimlerden hem akademisyenlerden destek alıyoruz. Biz hem firmaların hem satış ekiplerinin hayatını kolaylaştıracak projelerin her zaman geliştiricisi olma motivasyonundayız.

UZMAN GÖRÜŞÜ

QNB eFinans Kanal Satış ve İş Ortakları Bölüm Müdürü

İLKE ALTIN



DİJİTAL SERBEST MESLEK SAHİPLERİ

Değerli Ekonomist Dergisi okuyucuları,

Geçen ayki yazımda uzaktan finansman imkânlarındaki gelişmelerden bahsederken bir sonraki yazımı evimde oturup dışarı pek de çıkmadan yazacağımı düşünmemiştim. Ülkemiz COVID-19 ile mücadelesini sürdürürken her yayın ortamında sıkça geçen “uzaktan” ve “dijital” kelimeleri ne kadar da hayatımıza girdi. Sokakta oynamasını istediğimiz çocuğumuzu ders dinlemesi için ekran önüne biz zorla oturtur olduk. Her konuda daha fazla bilgisayarlar, sistemler, telefonlar, tabletlerle haşır neşir bir hale geçtik.

Malî alanda dijitalleşme konusunda e-Fatura uygulamasından beri öncü ve örnek olan ülkemiz uzun bir süre evvel elektronik uygulamasını canlıya aldığı serbest meslek sahiplerinin ödeme belgesi olan serbest meslek makbuzlarını bir süre evvel zorunlu elektronik uygulamaya alacağını duyurmuştu. Uygulamanın başlangıcı 1 Haziran 2020 olacak.

Türkiye Cumhuriyeti sınırlarında serbest meslek faaliyetinde bulunan serbest meslek erbabı, meslek faaliyetlerine ilişkin her türlü tahsilatı için iki nüsha “Serbest Meslek Makbuzu” düzenleyerek, bir nüshasını müşterisine vermek bir nüshasını da kayıtlarında bulundurmak zorunda. Geçmişte kırtasiyelerden temin edilmiş makbuzları hatırlayanlar vardır. Bazı meslek sahipleri halen bu belgeleri elle doldurup alıcıya teslim etmekte. Bir de tabii son dönemde daha çok serbest meslek faaliyetinde bulunan hekimlerin (diş hekimleri ile veteriner

hekimler dahil) şahsî muayenehanelerinde kredi kartı ile yapılan ödemelerde POS cihazlarından çıkmaya başlayan makbuzlar çoğu kez kredi kartı slipinin ekinde farkında olmadan aldığımız belgeler. Bu belgelerin de, 5 Ocak 2008 tarihinde 26 bin 747 no’lu Resmi Gazete’de yayınlanan 379 sıra no’lu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği ile serbest meslek makbuzu olarak kabul edilmesi uygun görülmüştü ve dolayısıyla artık tam elektronikleşecekler.

Bahsedilen matbu makbuz ve POS cihazından çıkan makbuz (“slip makbuz” diyelim adına), 17 Aralık 2017 tarihinde 30 bin 273 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanan 487 Sıra No.lu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği’yle elektronikleşmeye müsait hale getirilmiştir. Yaygın olarak kullanılan belgeler arasında yer alan serbest meslek makbuzu belgesi bu tebliğe istinaden kağıt belge yerine, elektronik ortamda elektronik belge olarak düzenlenebilir, iletilebilir, muhafaza ve ibraz edilebilir hale gelmiştir. Ancak bu tebliğde e-SMM zorunlu bir uygulama olarak duyurulmamıştı. Alışkanlıklardan vazgeçmenin zor olduğu insan doğasından herhalde, ilk dönemde ancak bin kadar serbest meslek sahibinin bu uygulamaya geçtiğini gördük.

2019 yılında ise dijitalleşmeyi daha yaygın hale getirme kararı alan GİB tarafından 19 Ekim 2019 tarihinde 30 bin 923 no’lu Resmi Gazete’de yayınlanan 509 sıra No.lu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği içeriğinde bu sefer e-Serbest Meslek Makbuzu uygulamasına belirlenmiş meslek mensuplarının geçişi zorunlu kılındı.

KİMLER E-SERBEST MESLEK MAKBUZU KESECEK?

Sıkça soru işareti yaratan bir konu da bu. En son 11 Mart 2020’de GİB tarafından yapılan duyuruda da yer aldığı üzere; vergiden muaf olmayan serbest meslek erbapları,1 Haziran 2020 itibariyle kağıt makbuz kesimine veda edip dijital belgeye geçiş yapacak, yani; e-SMM kesimi başlıyor. 1 Şubat 2020 sonrası mesleğine başlayanlar ise işe başladıkları ayı izleyen 3’üncü ayın sonuna kadar dijitalleşmek durumunda. Örneğin, belgesini alıp 1 Haziran 2020’de işe başlayan genç mali müşavir 30 Eylül 2020’ye kadar kağıt makbuz kesebilse de bu tarihten sonra e-SMM kesmek zorunda.

Serbest meslek faaliyetinde bulunan kişilerin ortak özellikleri GİB tarafından şöyle tanımlanıyor: “Bir işletme veya firma gibi sermaye koyarak oluşturulmamış, vergi mükellefi kurum ya da şahıs işletmelerinden farklı şekilde şahsi mesaisi, ilmi veya uzmanlık alanına dayanan yani ticari olmayan bilgi ve becerilerini sermayeleştirerek bu işlerin icrasından belirli bir kazanç karşılığı yapanlar. Bu kazanç haliyle vergiye tabii hale gelir. Birden fazla serbest meslek erbabı bir araya gelip bir ortaklık kursa dahi bu hâlen serbest meslek faaliyeti olarak görülmekte.”

Vergiden muaf olmayan serbest meslek erbapları kendilerini bilirler tabii de, biz isterseniz bir kısa liste yapalım: doktor, diş hekimi, veteriner, mühendis, sanatçı (ressam, heykeltıraş, bestekâr, şarkıcı, müzisyen vb.), sporcu, sanatçı menajeri, sporcu menajeri, arabulucular, gümrük komisyoncuları, ticari borsa ajan veya acenteleri, dava vekilleri veya avukatlar, telif hakkına sahip kişiler veya mirasçıları. 1 no’lu Vergi Usul Kanunu’na göre muhtelif haller ve nüfusa dayalı şekilde bu kapsama girip girmeyeceği değişen arzuhalci, sağlık memuru vb. bir grup var, ancak oralara inmeyelim.

Netice itibariyle, 6 Kasım 1961 tarihli 10 bin 700 no’lu Resmî Gazete’de yayınlanan 193 no’lu Gelir Vergisi kanunu yıllar içinde değişikliklere uğramış olsa da, özünde yer alan, kurumlardan farklı şekilde serbest meslek erbaplarının gerçek kişi olması ve gelir vergisine tabii olmasıdır. Bu resmî gelirin tespitinin de esaslarından biri yazımız konusu olan serbest meslek makbuzudur.

UYGULAMAYA BAŞVURULAR NASIL OLACAK?

Öncelikle altını çizmek istediğim önemli konu, serbest meslek sahiplerinin bir kısmının hal-i hazırda kullandıkları e-İmzaların yerine mali mühür veya farklı bir e-İmza ürünü almaya gerek yoktur. Bu maliyetler açısından iyi bir haber. Mali mühür de tercih edilebilir, tercih serbest meslek erbabına bırakılmış durumda.

Sistemin kullanımı için başvuru noktasında iyi haber; e-SMM konusunda GİB’den lisans temin etmiş bir servis sağlayıcı, yani; “özel entegratör” ile çalışılacaksa ayrıca GİB’e Başvuru yapmaya gerek yok. Ayrıca bu seçenekte makbuz kesimi ve kaydı için kullanılan bir yazılım mevcut ise sistemsel olarak özel entegratör sistemlerine bağlanarak işlem yapmak, yani; ofis yazılımının içinden çıkmadan işleri yürütme imkanı doğuyor. GİB portal üzerinden bir kullanım düşünüyorsanız GİB tarafından açıklanan e-Arşiv Başvuru Kılavuzu’na uygun süreçlerden geçmeleri gere-

kecek. GİB sistemlerine doğrudan entegrasyon sistemi tabii ki bir ihtimal ancak yıllık makbuz adedine bölündüğünde altyapı ve sertifikasyon yatırım ve yıllık maliyeti tek bir makbuzun maliyetini neredeyse meslek mensubunun bir işlemdeki kâr marjını eritme noktasına kadar götürebilir.

Değerli serbest meslek sahiplerine yakında girecekleri dijital dünyaya hoş geldin diyor, kendilerine ve tüm ülkemize sağlıklı günler diliyorum.



MALİ YÜKÜMLÜLÜKLER TAKVİMİ

20 Nisan 2020 Pazartesi

- Mart 2020 Dönemine Ait 5602 Sayılı Kanunda Tanımlanan Şans Oyunlarıyla İlgili Veraset ve İntikal Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Mart 2020 Dönemine Ait İlan ve Reklam Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Mart 2020 Dönemine Ait Müşterek Bahislere İlişkin Eğlence Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ile Diğer Eğlence Vergilerine İlişkin Eğlence Vergisinin Ödemesi
- Mart 2020 Dönemine Ait Elektrik ve Havagazı Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Mart 2020 Dönemine Ait Yangın Sigortası Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

27 Nisan 2020 Pazartesi

- 1-15 Nisan 2020 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödemesi
- 1-15 Nisan 2020 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Mart 2020 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Ocak-Şubat-Mart 2020 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Mart 2020 Dönemine Ait GVK 94. Madde ile KVK 15. ve 30. Maddelerine Göre Yapılan Tevkifatların Muhtasar ve Prim Hizmet Beyannamesi ile Beyanı ve Ödemesi
- Ocak-Şubat-Mart 2020 Dönemine Ait Tevkifatların Muhtasar ve Prim Hizmet Beyannamesi ile Beyanı ve Ödemesi (GVK 98. Maddesinin 3. Fıkrasına Göre Üçer Aylık Beyanname Verme Hakkından Yararlananlar İçin)
- Ocak-Şubat-Mart 2020 Dönemine Ait GVK Geçici 67. Madde Kapsamında Yapılan Tevkifatların Beyanı ve Ödemesi
- 2020 Dönemine Ait İstihkaktan Kesinti Suretiyle Tahsil Edilen Damga Vergisi ile Sürekli Mükellefiyeti Bulunanlar İçin Makbuz Karşılığı Ödenmesi Gereken Damga Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

30 Nisan 2020 Perşembe

- Elektrik Üretimi Lisans Harçları Yıllık Harç Bildirimi Verilmesi
- Denetim Kuruluşları Yetkilendirme Belgesi Yıllık Harç Bildirimi Verilmesi
- Mart 2020 Dönemine Ait Turizm Payının Beyanı ve Ödemesi
- Ocak-Şubat-Mart 2020 Dönemine Ait Turizm Payının Beyanı ve Ödemesi
- Mart 2020 Dönemine Ait Haberleşme Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Mart 2020 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Alımlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Ba)
- 2020 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Satışlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Bs)
- Mart 2020 Dönemine Ait Dijital Hizmet Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- 2019 Yılına İlişkin Kurumlar Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

11 Mayıs 2020 Pazartesi

- 16-30 Nisan 2020 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

12 Mayıs 2020 Salı

- 16-30 Nisan 2020 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödemesi

15 Mayıs 2020 Cuma

- Nisan 2020 Dönemine Ait Kaynak Kullanımını Destekleme Fonu Kesintisi Bildirimi ve Ödemesi
- 2020 Dönemine Ait Ticaret Sicili Harçları Bildirimi Verilmesi ve Ödemesi
- Nisan 2020 Dönemine Ait Alkollü İçecekler, Alkolsüz İçecekler, Tütün Mamulleri ve Makaronlara İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Nisan 2020 Dönemine Ait Dayanımlı Tüketim ve Diğer Mallara İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- 2020 Dönemine Ait Motorlu Taşıt Araçlarına İlişkin Özel Tüketim Vergisinin (Tescile Tabi Olmayanlar) Beyanı ve Ödemesi
- Nisan 2020 Dönemine Ait Özel İletişim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- 2020 Dönemine Ait Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

Döviz transferinizi takip etmek artık çok kolay!

SWIFT GPI (Global Payments Innovations) özelliği sayesinde döviz transferlerinizin durumunu, aracı banka bilgilerini, işlemlerin tarih ve saat bilgilerini kolayca adım adım izleyebilirsiniz.

QNB Finansbank, şubeleri ve internet şubesiyle döviz transferlerinizi takip ederken de yanınızda.



e-Dönüşüm'ün ÖNCÜSÜ: QNB eFinans

CIO Applications tarafından Avrupa'daki e-Fatura sağlayıcıları arasında ilk 10 şirketten biri seçilen QNB eFinans; yenilikçi, güvenilir ve pratik e-Dönüşüm ürünleriyle ihtiyaçlarınıza uygun çözümler sunuyor, hayatınızı kolaylaştırıyor.

