

Sektörlerin **'normalleşme'** planları

Ekonomist

e-Dönüşüm

HAZİRAN 2020

QNB
eFİNANS
katkılarıyla

**Yeni dönemde
dijitalleşen
kazanacak**

“e-Dönüşüm
mükellefiyetini
hizmet ve
inovasyona
çeviriyoruz

“ONLINE
SATIŞLARIMIZ
BU DÖNEMDE
10 KAT BÜYÜDÜ”

QNB Finansbank'tan ücretsiz KOBİ e-Dönüşüm Paketi

Şirketlerini geleceğe taşımaya hazır olan KOBİ'ler e-Fatura, e-İrsaliye, e-Defter ve e-Arşiv'den oluşan KOBİ e-Dönüşüm Paketi'ne hiçbir koşul olmadan, 2022'ye kadar ücretsiz sahip olurlar.

Siz de KOBİ e-Dönüşüm Paketi'ne qnbfinansbank.com/dijitalkopru adresinden ya da 0 850 222 00 35 nolu çağrı merkezi üzerinden başvurabilirsiniz.

2022'ye
kadar
ücretsiz

Şubeye
gitmeye
gerek yok

Müşteri
olma
şartı yok

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. Bu ürünlerden ücretsiz olarak yararlanmak için başvuru tarihinden sonra 3 ay içerisinde QNB Finansbank'ta vadesiz mevduat hesabı açılması gerekmektedir. Aksi takdirde 3 ayın sonunda hizmet alımı sonlandırılacaktır. Bilgi için: qnbfinansbank.com

[editör]

Yeni dönem neler getirecek?

COVID-19 salgınının ülkemizdeki etkisinin yavaşlamasıyla birlikte, her sektörde yasal prosedürlerle kontrollü sosyal hayata geçiş başladı. Ancak, mart ayından bu yana salgının hayatımızda yaratmış olduğu büyük değişimler, yeni normalde de kalıcı izler bırakmaya devam edecek. Zira bu süreç önceki hayatımızın tüm kodlarını değiştirdi. Şirketler dijitalleşmenin önemini bir kez daha anladı. Önümüzdeki süreçte dijitalleşmenin daha da hız kazanacağını düşünüyoruz.

Birkaç örnek vermek gerekirse, artık AVM'lerde her 10 metrekaareye bir kişi kuralı, maskesiz girişlerin sınırlandırılması gibi genel önlemlerin yanı sıra ziyaretçilerin ateş ölçümü Sağlık Bakanlığı'nın önerdiği kriterlerdeki termal kameralar ile temassız olarak yapılıyor.

Bu süreç kuşkusuz seyahat alışkanlıklarımızı da değiştirdi. Koronavirüs süreciyle birlikte, insanların artık kendi araçları veya kiraladıkları araçlarla seyahat etmeyi tercih ettikleri ortaya çıktı.

Haziran ayı itibarıyla minibüs ve SUV araç kiralamalarında çok ciddi artışlar yaşandı. Çünkü insanlar ailece seyahatlerini uçak veya otobüslerden bireysel kiralamaya yönlendirdi. Bu noktada, bavul kullanımı ve kişi sayısı, minibüs ve SUV gövde tipli araç ihtiyacını ortaya çıkardı.

Özellikle araçlarda aylık kiralamada geçen yıla göre yüzde 60'a varan artışlar yaşandı. Çin'de ortaya çıkan ilk veriler de mayıs ayı itibarıyla araç kiralamada geçen yıla göre artışların yaşandığını Uber benzeri araç paylaşım uygulamalarına olan ilginin azaldığını gösteriyor. Yani, araç sahipliği ve kişisel araç kullanımı yeniden popüler oldu diyebiliriz. Kapak haberimizde yeni normalleşmenin sektörlere yansımalarını araştırdık.

Hepinize sağlıklı dolu günler dilerim.



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 Kuruca

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



16



18



22



26



24



28



30



34

5 "Akıllı çözümlere ağırlık vereceğiz"

6 **DİJİTAL GÜNDEM**

8 **KAPAK KONUSU**

**ŞİRKETLER DİJİTALLEŞMEYLE
YENİ NORMALE DÖNÜYOR**

12 "e-Dönüşüm mükellefiyetini hizmet ve inovasyona çeviriyoruz"

16 **DUAYEN**

"Online satışlarımız bu dönemde 10 kat büyüdü"

18 Geliştirdiği yazılımlarla turizmde teması en aza indireyecek

20 **TEKNOPANO**

22 "Şirketlere rekabette çeviklik sağlıyoruz"

24 "İK süreçlerini dijitalleştiriyoruz"

26 "Dijitalleşme yolundaki şirketlere yön gösteriyoruz"

28 "Dijital yatırımlar artarak devam edecek"

30 "Teması en aza indirecek çözümlere odaklanıyoruz"

32 **İlke Altın:**

Lojistik ve Taşımacılıkta yepyeni bir dönem

34 **VERGİ TAKVİMİ**

"AKILLI ÇÖZÜMLERE AĞIRLIK VERECEĞİZ"

200'den fazla firmaya entegrasyon projeleri, bulut tabanlı akıllı sistemler, e-Dönüşüm ve web/mobil uygulamaları ile hizmet veren MDP Teknoloji, akıllı çözümlere ağırlık verecek. Şirket bu yıl, yurtdışı satışlarını yüzde 50'nin üzerine çıkarmayı planlıyor.

Özlem Bay Yılmaz



Temelleri 2013 yılında atılan MDP Teknoloji, MDP Group çatısı altında faaliyet gösteriyor. Fintech ve AR-GE projelerine yaptığı yatırımlar ile müşterilerine inovatif, yaratıcı ve katma değeri yüksek, yenilikçi çözümler sunan şirket, kurumsal şirketlerin dijital dönüşüm yolculuğuna eşlik eden, sektörün öncü SAP danışmanlık ve yazılım firmalarından biri. MDP Teknoloji Genel Müdürü Fatih Kökce, "200'den fazla firmaya entegrasyon projeleri, bulut tabanlı akıllı sistemler, e-Dönüşüm ve web/mobil uygulamaları ile hizmet veriyoruz" diyor.

Kökce, sorularımızı şöyle yanıtlıyor:

Dijital dönüşüm ve e-Dönüşüm yolculuğunuz ne zaman başladı?

2013 yılından itibaren e-Dönüşüm yazılımları yapıyoruz. O dönemde geçişlerin en çok yaşandığı e-Fatura sistemine odaklandık, ilk yazılımlarımızı ve entegrasyonlarımızı e-Fatura'ya yönelik gerçekleştirdik. Ardından e-Arşiv ve e-Defter uygulamaları geldi. Şu anda ise e-İrsaliye, e-Mutabakat, e-DBA, e-KSG gibi pek çok e-Dönüşüm uygulamamız da bulunuyor.

Dijital dönüşüm ve e-Dönüşüm konusunda bugüne kadar ne gibi adımlar attınız?

e-Dönüşüm alanında her yıl en az bir yeni uygulamayı portföyümüze kattık. 2020 yılı içerisinde gelen e-Arşiv Faturlarının Otomatik Muhasebeleştirilmesi, Mobil e-İrsaliye, e-Muhasebe fişi ve e-Defter Saklama gibi yeni uygulamalarımızı piyasaya çıkardık.

Attığımız en büyük adımlardan biri de 2018 yılında AR-GE merkezimizi kurmamız oldu. AR-GE merkezimizde yaptığımız çalışmalarda, Türkiye'nin önde gelen üniversiteleriyle işbirliği halindeyiz. Projelerimizi akademik üyelerle birlikte tasarlıyoruz, hayata geçiriyoruz. Böylece bir taraftan



akademik çalışmalarını yakından takip ederken, diğer taraftan bu çalışmalarını hızlı bir şekilde endüstriye aktarabiliyoruz. En büyük yatırımımız olan insan kaynağımızı her yıl ortalama yüzde 30-40

arttırarak ilerliyoruz.

QNB eFinans ile yapmış olduğunuz işbirlikleri hakkında bilgi verir misiniz?

Tüm e-dönüşüm süreçlerinde QNB eFinans ile işbirliği halindeyiz. Özel entegratörler, e-Belgelerin düzenlenmesi, gönderilmesi ve saklanması süreçlerinde büyük kolaylıklar sağladığı için mükellefler tarafından sıklıkla tercih ediliyor. QNB eFinans da bu anlamda en büyük özel entegratörlerden biri. QNB eFinans sistemlerine entegre ürünlerimizi kullanan mükellefler, sunucu kurulum masraflarından tasarruf ederek büyük avantaj sağlıyor. Bizler de QNB eFinans sayesinde müşterilerimize çok daha kısa sürelerde e-dönüşüm süreçlerini tamamlayabilme fırsatı sunuyoruz.

Yurtdışı hedefleri

AKILLI ÇÖZÜMLER 2020 yılında bulut tabanlı ve makine öğrenmesi içeren, akıllı çözümlerimize ağırlık vermeyi hedefliyoruz. 2019'da satışlarımızın yüzde 42'sini kapsayan yurtdışı satışlarımızı bu yıl yüzde 50'nin üzerine çıkarmayı planlıyoruz.

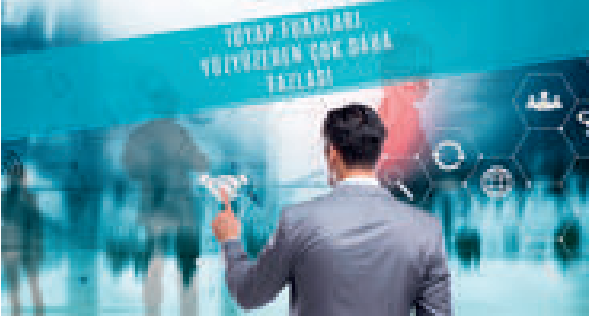
KULLANILAN YENİLİKLER Servis yönetiminde ITIL süreçlerini uyguluyoruz. Servis masası uygulamasıyla müşterilerimizden gelen talepleri daha kolay ve organize bir şekilde yönetebiliyoruz. Yazılım geliştirme süreçlerimizde Scrum ve Kanban metodolojilerini, proje yönetiminde ise PMI yaklaşımlarını uyguluyoruz. Piyasadaki yıllık bakım desteği en az gerektiren SAP e-Dönüşüm çözümlerine sahibiz.

DIJİTAL GÜNDEM

► Burcu Tuvay btuvay@ekonomist.com.tr

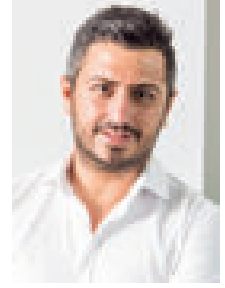
İŞ BAĞLANTILARINI SANALA TAŞIDI

Akıllı eşleşme programını tüm katılımcılarına ücretsiz olarak açan Tüyap 365 gün boyunca müşterilerine iş bağlantıları sunmaya devam edecek. Tüyap Fuarcılık Grubu alıcı ve satıcıları bir araya getiren dijital platformlarının en önemli özelliği yıl boyu açık olması. Web ve mobilden erişilebilen platformlarda fuar katılımcıları ürün ve hizmetlerini 365 gün sergiliyor, akıllı B2B eşleştirme sistemi ile ilgili alıcılara öneriyor, fuar süresiyle sınırlı olmayan iletişim kanalları sunuyor. Yine bu süreçte katılımcılara çeviri ve tanıtım konusunda da destek olunuyor. Tüyap Fuarcılık Grubu Stratejik Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı Zeynep Öztop "Yaptığımız yatırımlar ile ticaretiniz artık fuar alanı ve tarihleri ile sınırlı değil. Geliştirdiğimiz yeni nesil fuarcılık uygulamaları ile sizlere yıl boyu iş bağlantıları sunuyoruz" diyor.



E-TİCARETTE İSTİHDAM İHTİYACI DEĞİŞTİ

Türkiye'nin 2023 hedefi bilgi teknolojileri alanında 500 bin çalışana ulaşılmasıydı. Ancak yaşanan pandemi süreciyle her sektörde iş yükünün dijitalleştirilmesi, hem hedef rakamı artırdı hem de hedef süresini kısalttı. Birçok sektörde yeni dijital becerilere sahip personel ihtiyacı artmış durumda. Ticimax E-ticaret Sistemleri Kurucusu Cenk Çiğdemli, pandemi sonrası işini e-ticarete taşımak isteyen firma sayısındaki artışın, istihdam ihtiyaçlarını değiştirdiğini belirtti. Çiğdemli, "Hem bizim hem de altyapı sağladığımız paydaşlarımızın, e-ticaret yönetiminden teknik işlere kadar çeşitli katmanlarda yeni personele ihtiyacımız var. e-ticaret sektöründe istihdam ihtiyacında ciddi bir artış oldu. İstihdam ihtiyaçları da değişti. Biz de gençlere yeni beceriler kazandırmak ve yeni nesil istihdam ihtiyaçlarını karşılayabilmek adına, Ticimax Akademisi bünyesinde ücretsiz e-ticaret eğitimleri veriyoruz" diyor.



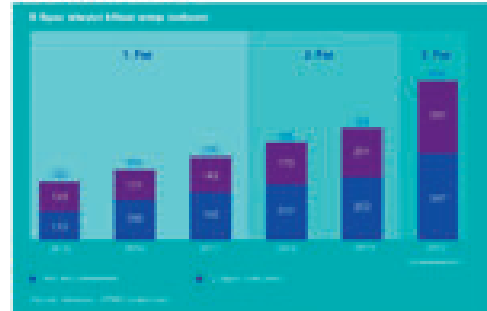
PERAKENDECİLERDEN DIJİTAL İK UYGULAMASI

Türkiye Perakendeciler Federasyonu, yapay zekâ destekli mobil uygulamalar geliştiren IOTTECH Bilişim iş ortaklığı kapsamında geliştirilen TÜBİTAK destekli ve ödüllü "TPF DİJİTAL İK" uygulamasını tüm üyelerinin hizmetine soktu. Uygulama sayesinde, Türkiye'nin dört bir yanındaki yerel market çalışanlarının SGK Prim Teşvikleri ve İŞKUR İş Başı Eğitim (İEP) başvurusu sonrasındaki süreçleri, kişi bağımsız robotik süreçler üzerinden doğru ve eksiksiz bir şekilde yürütülmeye, kontrol edilmeye ve izlenmeye başlandı.



E-SPOR 1,5 MİLYAR DOLARA KOŞUYOR

Koronavirüs pandemisi nedeniyle dünyadaki tüm spor organizasyonları dururken, bu süreçte e-Spor'a ilgi arttı. KPMG Football Benchmark ekibi E-Spor dünyasını araştırdı. Küresel karantina döneminde büyümeye devam eden e-Spor dünyasında oyun satışları yüzde 63 arttı. Araştırmaya göre e-Spor'un 2021 yılına kadar yüzde 21,7 oranında büyümesi, piyasa değerinin 1,5 milyar dolara çıkması bekleniyor. Aynı dönemde sinema endüstrisinin yüzde 4,4, müziğin yüzde 3,5, radyonun ise yüzde 2,1 küçülmesi öngörülüyor. KPMG Spor Sektör Lideri Hakan Uçak şu bilgileri verdi: "Koronavirüs döneminde her yerde e-Spor turnuvaları izledik. E-Spor çok büyük bir endüstri olmaya koşuyor. Koronavirüs bunu hızlandırdı. Şu anda yaklaşık 32 milyon E-Spor sporcusu var. Bu gelecek yıllarda daha da artacaktır. Olimpiyatların e-Spor'a açılması halinde rakamların katlanarak büyüdüğünü görebileceğiz."





MİCROSOFT'TAN COVID-19 ARAŞTIRMALARINA DESTEK

Microsoft, COVID-19 araştırmalarına desteğini artırmak için "Sağlık için Yapay Zekâ" girişiminin tüm imkânlarını seferber etti. Bu alanda çalışan veri bilimcilerini güçlendirmek ve araştırmaları hızlandırmak için 20 milyon dolarlık destek paketi sunan Microsoft, COVID-19 ile mücadele eden sivil toplum kuruluşları, hükümetler ve akademik araştırmacılarla iş birlikleri geliştirecek. Microsoft bu adımla, kurumların yapay zekâ çalışmalarına, teknik uzmanlara ve veri bilimcilerine erişimini sağlayacak.

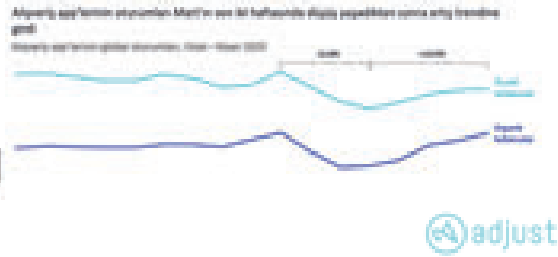
YERLİ ROBOT KONTROL ÜNİTESİ ÜRETİLDİ

Robot otomasyon sistemlerinin kontrol mekanizmasını yapamadığı için dışa bağımlı olan Türkiye, kendi yerli ve milli 2.5 eksen kontrol ünitesini üretti. Otomotiv, savunma, havacılık, genel makine imalatı, kalıpcılık, beyaz eşya gibi sektörlerin temel imalat enstrümanı olarak nitelendirilen takım tezgahları sektörünün lider markası Tezmaxsan tarafından üretilen ROBOCAM, şirketin Türkiye Endüstri 4.0 dünyasına CUBEBOX ve Kapasitematik'ten sonra kazandırdığı üçüncü çalışması oldu. Kendi üretimi olan robotlu otomasyon sistemi CUBEBOX'ta kullanılmak üzere geliştirilen ROBOCAM Türkiye'nin alanında yerli-milli tek kontrol ünitesi olarak görülüyor. Tezmaxsan Genel Müdürü Hakan Aydoğdu, "Türkiye kontrol ünitesi üretmediği için küresel piyasada ürünlerinin rekabetçiliği, ne yazık ki istenen seviyede değil. Biz bu açığı kapatmak için robotları kontrol edebilme yeteneğine sahip yazılımın kapsamını genişlettik ve ROBOCAM böylelikle doğdu" dedi.



MOBİL ALIŞVERİŞ COVID DURGUNLUĞUNDAN KURTULDU

COVID-19 salgını yeni bir evreye girerken ve gündelik hayattaki kısıtlamaların gevşemesiyle tüketici alışkanlıkları eski haline dönerken, bu trendi en iyi e-Ticaret ve internet alışverişi yansıtıyor. Global app pazarlaması platformu Adjust'ın verileri, tüketiciler COVID öncesi tüketim alışkanlıklarına geri dönerken pazarlamacıların kullanıcı edinimi için dondurdukları reklam harcamasına yeniden başladıklarını gösteriyor. Karantina kararları sonrasında çoğu mobil e-ticaret uygulaması, kullanıcı edinimi için yaptıkları harcamayı kesti ve Mart sonuna doğru uygulama kurulumları ve uygulama içinde geçirilen zaman düşüş gösterdi. Ancak Adjust'a göre, e-Ticaret uygulamaları nisan ayının başından sonra eski performanslarına geri dönmeye başladı. Kurulumların ve uygulama içinde geçirilen zamanın artması, kullanıcı edinimi için yapılan reklam harcamasının arttığını gösteriyor.



GELECEĞİN KOBİ'Sİ DİJİTAL KOBİ

KOBİ'lerin iş sürekliliklerini sağlamalarına ve kapasitelerini geliştirmelerine destek sağlamak amacıyla çalışmalarına devam eden Sağlam KOBİ projesi kapsamında "Geleceğin KOBİ'si #DijitalKOBİ" mottosu ile e-ticaret webinar eğitimi gerçekleştirildi. IDEMA Uluslararası Kalkınma Ajansı, UPS Türkiye, Ideasoft, iyzico ve Fabrikatör iş birliğiyle hayata geçirilen dijital buluşmada, katılımcı KOBİ'lere e-ticaret, ödeme sistemleri, lojistik, üretim yönetimi, afetlere hazırlık ve müdahale modülleri gibi konularda eğitimler verildi. Eğitim etkinliğinin açılış konuşmasını yapan UPS Türkiye Genel Müdürü Burak Kılıç, "Bu pandemi sürecinin de gösterdiği üzere dijitalleşme oldukça önemli. Geleceğin KOBİ'si Dijital KOBİ mottosuyla biz de KOBİ'lerimize teknolojik çözümlere kaynak ayırmalarını öneriyoruz. UPS olarak KOBİ'lere destek olduğumuz bu süreçte, daha fazla özel sektör temsilcisini paydaşımız olması KOBİ'ler için sağladığımız faydayı da katlayacak. O yüzden onları da projemize dahil olmaya davet ediyoruz" dedi.



DİJİTALLEŞMEYLE 'YENİ NORMAL'E DÖNÜLÜYOR

Koronavirüs salgını, her sektöre dijitalleşmenin bir kez daha önemini gösterdi. Çoğu sektör yeni normal dönemde dijitalleşmeye yönelik alt yapı çalışmalarını artırdı. Temassız ödeme, mobil uygulamalar, bireysel seyahat gibi konular, yeni dönemle birlikte en önde gelen konu başlıkları olacak.

Burcu Tuvay

Koronavirüs salgını, tüm yaşamımızı ve iş yapış şekillerimizi değiştirdi. Kademeli olarak normalleşme sürecine girdiğimiz bu dönemde hayatımıza 'yeni normaller' şekil vermeye başlayacak. Bu; alışverişten sosyal hayatımıza, ofis ortamlarımızdan ulaşıma kadar her şeyi etkileyecek. Yaşadığımız bu olağanüstü dönem, eğer sağlam bir altyapınız varsa ve güvenliği sağlayabiliyorsanız, uzaktan çalışmanın, online toplantı ve etkinlik yapmanın mümkün olduğu kanıtlandı.

Her ne kadar birçok ülkede normalleşme süreci başladıysa da eskiye dönmek kısa ve orta vadede pek mümkün görünmüyor. Çok sayıda insanın fiziksel olarak bir araya gelerek etkinlik izleyebilecekleri günlere daha çok var. Dijitalleşme uzun zamandır hayatlarımızın bir parçası. COVID-19 ile mücadele kapsamında evlerimizde kalırken sevdiğimizle görüşmelerimiz, sosyal hayatla bağımız, sanatsal etkinliklere katılımımız ve kişisel gelişimimiz hep online etkinlikler ile oldu. Bu durum hepimize yeni bir çalışma sistemi, yaşam pratiği kazandırdı.

DİJİTALLEŞMENİN ÖNEMİ ARTTI

Bu süreçte her sektörde dijitalleşme daha da önem kazandı ve deneyimlerimizi daha da zenginleştirdi. Online alışverişe dair çarpıcı sonuçlar yaşandı. Örneğin daha önce cüzdanda duran ve

hiç kullanılmayan milyonlarca kredi kartının, ilk defa bu dönemde kullanılmaya başladığını gördük.

Her yaştan kullanıcı, e-Ticaretin sağladığı kolaylıkları bu dönemde keşfetmeye başlamış görünüyor. Biz de kapak haberimizde dönüş sürecinin sektörler üzerindeki etkisini ve bu kapsamda yapacakları çalışmaları araştırdık.

10 KİŞİDEN 4'Ü EVDEN ÇALIŞACAK

RE-SET Workspace pandemi sonrası yeni dünyanın yeni insanı için iş hayatının nasıl değişeceğini ve bu değişimin mekansal etkilerinin ortaya konduğu bir araştırma yayınladı. Araştırmanın sonuçlarına göre, salgın sonrası dönem için çalışanların yarısı ofise geri döneceğini düşünürken;



EY Türkiye Sağlık ve Yaşam Bilimleri Sektör Lideri, EY Orta, Güney ve Doğu Avrupa Sağlık Sektörü Kıdemli Danışmanı **T. Ufuk Eren:**

“Tele-sağlık hizmetleri yaygınlaşacak”

“Nisan ayı ortasında insanların Covid-19 dışı rahatsızlıklar için hastaneye gitmekten kaçınacaklarını düşündüğümüzü belirtmiştik. Bu hala devam ediyor ve bununla ilgili hastaneler birtakım çözümler üretmeye başladı. Bunun orta vadede ekonomi üzerinde ciddi bir etkisinin olacağını öngörüyoruz. Öte yandan tele-sağlık konusuna artık her hastane bir şekilde girmeye piyasaya yeni birtakım ürünler girmeye başladı.”



EY olarak biz de tele-sağlık konusunda bir çözümümüzü piyasaya yakın zamanda sunduk. Diğer bir konu da evde sağlık bakımı; bu, önümüzdeki dönemde de talebi artmaya devam edecek alanlardan biri. Bu konuya özel dijital çözümler de üretilmeye başladı. Bu dönemde işbirliklerinin güçlenmesi bekleniyor ancak en önemli konular arasında hastanelerin etkinliklerini artırması ve maliyetlerini azaltması yer alıyor.”

her 10 kişiden 4’ü bir süre daha evden çalışılacağını öngörüyor. Diğer yandan yaklaşık her 10 çalışandan 6’sı, 6 ay içerisinde hayatın normale döneceğini düşünürken, azımsanmayacak bir bölüm de (yüzde 35) bu sürecin 6 aydan fazla süreceği düşüncesine hakim.

Araştırmaya göre salgın sonrası dönemde çalışanların yüzde 52’si bir süre daha evden çalışılacağını düşünüyor. Ofise döneceğini düşünenlerin oranı yüzde 48 iken evden çalışmanın kalıcı olacağını düşünenlerin oranı yüzde 16, bir süre daha böyle devam edeceğini düşünenlerin oranı ise yüzde 39 olarak belirtildi.

EVDEN YEMEK GETİRİLECEK

Salgın sonrası iş yerine ulaşım konusunda büyük değişiklikler planlanmasa da toplu taşıma ya da şirket servisi yerine, özel araç tercihi, bir nebze daha artacak görünüyor. Covid-19 süreci sonrası, çalışanlar iş yerlerinde evden getirdiği yemeği eskiye nazaran çok daha baskın şekilde tercih etmeyi planlarken; ofis dışı kafe, restoran tarzı yerlerin tercihinin azalacağı görülüyor. Covid-19 öncesinde evden yemek getirip yiyenlerin oranı yüzde 13 iken, Covid-19 sonrasında bu oran yüzde 49’u bulacağı öngörülüyor.

BEKLENEN ÖNLEMLER

Araştırmaya göre çalışanların sadece yüzde 36’sı şirketinin salgın sonrası çalışma koşulları için aldığı önlemler olduğunu belirtiyor. Ofis binalarındaki asansör kullanımının düzenlenmesi ve bina giriş çıkışlarında ateş ölçümü yapılması, salgın süreci sonrasında çalışanların en çok olması gerektiğini düşündüğü önlemler oluyor. Toplantıların normalleşme döneminden sonra da online

olarak devam etmesi çalışanların, ofis içi sosyal alanlar konusunda beklenen konuların başında geliyor.

Ofis içi çalışma düzeni konusunda, öncelik verilmesi gerektiği düşünülen tedbirler arasında ofislerin düzenli dezenfekte edilmesi, fiziksel mesafeye uygun oturma düzenleri, evden çalışmaya imkan verilmesi ve maske-eldiven-el dezenfektanı gibi ürünlerin temin edilmesi en çok üzerinde durulan önlemler oluyor.

MARKETLER CEBE GİRDİ

Koronavirüs salgının getirdiği en büyük dönü-

Mesafeyi koruyan bileklik

Giyilebilir teknoloji şirketi Thread in Motion, yeni ürünü Skadi’yi piyasaya sundu. Çalışanlar arasında 1,5 metrelik mesafeyi sürekli tarayan akıllı bileklik sayesinde yeni normale hayatlarımıza dönmeye hazırladığımız bugünlerde sosyal mesafe korunurken; ofis, atölye, servis gibi daha ufak çalışma alanlarından, plaza, fabrika gibi çok daha büyük topluluklara hitap edebilmeye hazır şekilde tasarlandı. Akıllı bileklik ortak çalışma alanlarında temassız giriş ve çıkışlara olanak sağlarken, sıkça karşılaştığımız iş makinelerinde olası çarpışmaları önüyor ve acil durumlarda toplanmayı kolaylaştırıyor. İçerdiği yazılım platformuyla geriye dönük tarama yapan bileklik, diğer bilekliklerle olan etkileşimin kaydını tutarak topladığı verileri ilgili birimlerle paylaşıyor. Böylece kullanıcıların ne zaman, nerede, kaç kez temas halinde olduğu tespit edilebilirken, tek bir COVID-19 teşhisiyle hangi kullanıcıların karantinaya ihtiyaç duyduğunu raporlayabilen akıllı bir aygıt olarak öne çıkıyor.

Kapak Konusu

şümlerden biri de kuşkusuz market alışverişlerinde yaşandı. Özellikle mobil alışveriş artarken, marketler de kendi içlerinde dönüşüme gitti. Örneğin Migros, dijitalleşmeden faydalanarak ürünleri daha uygun fiyatlarla müşterilerine ulaştırmaya çalışıyor. Bu sayede satın almanın ilk adımından başlayarak, online kanallarda ve mağazalarda kullanılan teknolojilere kadar dijitalleşmeyi artırarak maliyetleri optimize ediyor. Migros Sanal Market ile taze ürünler dahil tüm siparişleri müşterilerin adreslerine teslim ediliyor. Hızlı teslimat modeliyle öne çıkan Migros Hemen'in hizmet sunduğu mağaza sayısı da yüzde 50 artırıldı.

Migros yetkilileri, online operasyonlarda evlere teslim sipariş sayısının Sanal Market'te dört kat, kendi online operasyonları bulunan Macrocenter ve Tazedirekt'te ise 6-7 kat arttığını ifade ediyor. Bu süreci dengelemek için 5 bin kişilik ek istihdam sağlandı. Ayrıca alışverişte teması minimuma indirilen, Mağazadan Teslim seçeneği hayata geçirildi. Müşteriler Migros Sanal Market web sitesi ya da uygulamasından yaptıkları alışverişin ödemesini online olarak yapıyor ve istediği saat aralığında, seçtiği mağazadan ürünlerini teslim alıyor. Bunlara ek olarak, eve teslimde 9:15-12:15 saat aralığında 65 yaş ve üzeri müşterilerin tüm ürünleri, servis ücreti alınmadan kapılarına kadar ulaştırılıyor. Bu uygulamalar ile Migros Sanal Market'ten alışveriş yapan 60 yaş üstü müşteri sayısı yaklaşık üç kat arttı.

MASKESİZ MÜŞTERİ ALINMAYACAK

COVID-19 salgınının ülkemizdeki etkisinin yavaşlamasıyla birlikte, her sektörde olduğu gibi gıda sektöründe de yasal prosedürlerle kontrollü sosyal hayata geçiş başladı. Ancak, mart ayından

bu yana salgının hayatımızda yaratmış olduğu büyük değişimler, yeni normalde de kalıcı izler bırakmaya devam edecek.

Bu anlamda, önümüzdeki süreçte paket servis ve temassız teslimata olan talebin devam edeceği ifade ediliyor. Bir yandan paket servis altın çağını yaşarken diğer yandan restoranlarda yeniden tedbirli bir şekilde misafir ağırlanmaya başlandı. TFI TAB Gıda Yatırımları CMO'su Sinan Ünal, önümüzdeki süreçte de bu hassasiyetin devam edeceğini söylüyor. Ünal, "Oturma alanlarında ve bizim sektörümüz gibi self-servis hizmet veren işletmelerde 1,5-2 metre aralıklar oluşturulacak. İçeriye maskesiz müşteri alınmayacak ve müşterilerin ateşleri restoran girişlerinde ölçülecek. Teması minimumda tutacak şekilde hizmet vermek artık hayatımızın bir parçası olacak" diyor.

OFİSLERDE İKİ METRE KURALI

Koronavirüsten korunma amacıyla evden çalışma sistemine geçen firmalar yavaş yavaş ofislerine dönmeye başladı. Ancak tüm süreç boyunca alınan tedbirleri sürdürmek bu aşamada oldukça önem taşıyor. TürkGüven CEO'su Alp Timurhan Çevik, "Virüsün bulaşma riskini ortadan kaldırmak için uzaktan çalışma sistemine geçen firmalar, kontrollü bir şekilde normalleşme dönemine geçiş yapıyor. Ancak bu süreçte de tedbiri elden bırakmamız gerekiyor. İşveren ve çalışanlar temel hijyen kurallarına dikkat etmeli ve sosyal mesafelendirme işyerlerinde mümkün olduğu kadar sağlanmalı" diyor. Sosyal mesafenin işe dönüş sürecinde en önemli nokta olduğunu belirten Çevik, "İşyerindeki herkesin en az 2 metre mesafe kuralını sürdürmesi gerekiyor. Aradaki mesafe, teması ortadan

Kaşıbeyaz Lezzet Grubu YKB Vekili **Murat Kaşıbeyaz:**

"Tedarikçilerden online sipariş alacağız"

"Paket servis şu aşamadan sonra daha ağırlık kazanacak. Hatta, müşterilerimizin artık evlerinde de kebab keyfi yaşamaları için şişlerde kebabları evlerine hazır getiriyoruz. Onlara sadece evlerinde pişirmek kalıyor. Öte yandan online sistemler



üzerinden sipariş alma, temassız ödeme sistemlerini de kullanıyoruz. Bundan sonra tedarikçilerimizle de siparişlerimizi online üzerinden geçebileceğimiz yazılımları kullanmaya başlayacağız. Artık her şey giderek dijitale taşınacak."

Akiş GYO Yönetim Kurulu Üyesi ve Genel Müdürü **Gökşin Durusoy**:

“Dijital ekranlarda doluluk oranını takip ediyoruz”

“Havalandırma sistemi yüzde 100 taze hava ile beslenerek iklimlendirme oluşturuldu. Ayrıca bu kapsamda NASA'nın uzay istasyonları ve mekiklerinde havayı filtrelemek için kullandığı teknolojinin benzerinin bina havalandırmalarında da kullanılması için geliştirilmiş cihazları ABD'den getiriyoruz. Bu cihaz sayesinde hem Akasya'da hem Akbatı'da, ortak alanlarda kendimizi bakteri ve virüslere karşı yüzde 99,9 oranında korumuş olacağız. Asansörlerde temassız kullanım için kat yönlendirmeleri ayak pedalları ile sağlanıyor. Ayrıca yürüyen



merdivenlerin el bantları için UV ışıkları ile sterilize eden cihazlar kullanılıyor. Her 10 metrekareye bir kişi kuralı gözetilerek ziyaretçi sayısını kontrol altında tutmak ve misafirlerimizi bilgilendirmek amacıyla alışveriş merkezi içindeki kişi sayısı giriş kapılarında bulunan ekranlardan anlık olarak takip ediliyor. Aynı zamanda ziyaretçilerin ateş ölçümü termal kameralar ile temassız olarak yapılıyor. Tuvaletlerin girişlerinde bulunan dijital ekranlar da yine doluluk oranlarına göre gerekli yönlendirmeleri sağlanıyor.”

kaldırabileceği gibi solunum yolu damlacıklarıyla virüsün diğer kişilere bulaşmasını da önüyor” diye konuşuyor.

BİREYSEL SEYAHAT ARTACAK

Koronavirüs salgınıyla birlikte ulaşım alışkanlıkları da değişti. Pandeminin ilk anlarından itibaren insanlar ihtiyaçlarını görebilmek için ofislere gelmek yerine adreslerine araçların getirilmesini tercih etti. Şehir içindeki mobilite ihtiyaçları için haftalık ve aylık kiralamalara yöneldi. Özellikle aylık kiralamada geçen yıla göre yüzde 60'a varan artışlar yaşandı. Yani, araç sahipliği ve kişisel araç kullanımı yeniden popüler oldu. Yeni normalin araç sahipliği ve ulaşım süreçlerindeki alışkanlıklarını değiştirecek mobilite ihtiyaçları ortaya koyduğunu belirten Enterprise Türkiye CEO'su Özarslan Tangün, pandeminin ardından insanların gerek şehir içi gerekse şehirlerarası her türlü toplu taşımaya olan talebinin hızla azaldığını vurguluyor.

SESLİ KİTAP PAZARI BÜYÜYOR

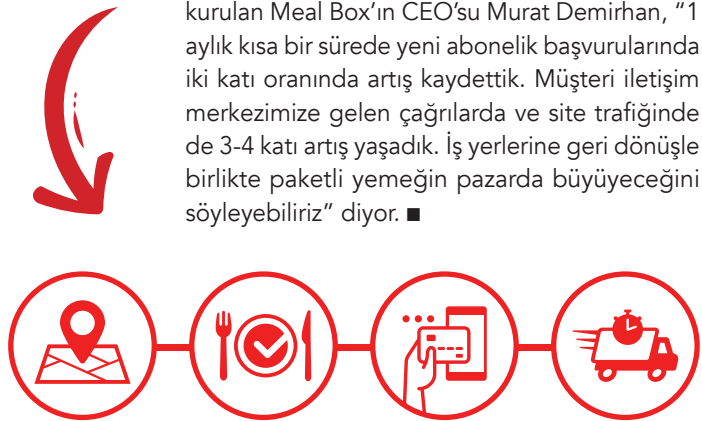
Korona virüs sürecinde öne çıkan alanlardan biri de sesli kitap pazarı oldu. Deloitte'in tahminlerine göre 2020 yılında küresel sesli kitap pazarı yüzde 25 büyüyerek büyüklüğü 3,5 milyar dolara çıkacak. 2020'de büyüyen sektörler kervanına katılması beklenen sesli kitap indirme sayılarında Türkiye'de ise yaklaşık yüzde 20 seviyelerinde artış olduğu düşünülüyor.

Dünya genelinde 6 milyon üyesi olan Audioteka Türkiye'nin Genel Müdürü Göktuğ Okan

Oğuz, Audioteka olarak hem bu farkındalığı artırmak hem de Türkiye'de sesli kitap pazarını büyütmek istediklerini anlatıyor. Oğuz, “Türkiye'nin önde gelen yayınevleri ile her geçen gün işbirlikleri geliştirmeye devam ediyoruz. Yakın zamanda İngilizce, Fransızca, Almanca ve Rusça sesli kitapları da sistemimize ekleyeceğiz. Bu işbirlikleri ve farklı içeriklerimizle Türkiye sesli kitap pazarının hızlı büyümesine katkı sağlıyoruz” diye konuşuyor.

PAKET EV YEMEKLERİNE İLGİ ARTTI

Bu dönemin en çok etkilediği alanlardan biri ise yeme içme alışkanlarımız oldu. Ofislerde yemek yeme şekli dönüşüyor. Her ne kadar yapılan araştırmalar, dışardan yemek siparişi verme konusunda güvensizlik olduğunu gösterse de, hijyen koşullarına uygun olarak üretim ve paketlenmeyle müşterilerine ulaşan şirketlere ise talep arttı. Bu alanda hizmet vermek üzere 4 yıl önce kurulan Meal Box'ın CEO'su Murat Demirhan, “1 aylık kısa bir sürede yeni abonelik başvurularında iki katı oranında artış kaydettik. Müşteri iletişim merkezimize gelen çağrılarda ve site trafiğinde de 3-4 katı artış yaşadık. İş yerlerine geri dönüşle birlikte paketli yemeğin pazarda büyüyeceğini söyleyebiliriz” diyor. ■



"E-DÖNÜŞÜM MÜKELLEFIYETİNİ, HİZMET VE İNOVASYONA ÇEVİRİYORUZ"

Altyapısını müşterilerine dijital bir deneyim yaşatma ve uzaktan kesintisiz hizmet üzerine inşa eden ve pandemi döneminde aksama yaşamayan QNB eFinans, 'yeni normal'e de hazır. QNB eFinans Genel Müdürü Okay Yıldırım, "Pandemiyle e-Dönüşüm'ün ihtiyaç olduğunu gördük. e-Dönüşüm'de inovasyonlarımızla öncü olmayı sürdüreceğiz" diyor. Dijital Köprü'nün şirketlerin ihtiyaçlarını dijital olarak karşılayabilecekleri, e-Dönüşüm ile sınırlı olmayan bir kanal olduğunu kaydeden Yıldırım, Dijital Köprü'de sunulan çözümler ve banka ile aralarındaki entegrasyonları API'lar aracılığıyla geliştirdiklerini kaydediyor.

Ceren Oral Balaban



QNB eFinans; müşterilerine e-Dönüşüm'ün tüm ürünlerinde yenilikçi çözümler ve katma değerli hizmetler sunuyor. Şirket, ERP bağımsız yapısıyla e-Dönüşüm'e ihtiyaç duyan tüm şirketlerin en yüksek hizmet kalitesine ulaşabilmesi için yatırımlarını sürdürüyor. QNB eFinans Genel Müdürü Okay Yıldırım, Gelir İdaresi Başkanlığı'nın (GİB) tebliği doğrultusunda yıllık cirosu 5 milyon TL ve üzeri olan mükelleflerin 1 Temmuz'a kadar e-Fatura'ya geçmesinin zorunlu olmasının kritik olduğu kanaatinde. Bu geçiş için hazırlıklarını tamamladıklarını belirten Yıldırım, "Müşterilerimiz; ihtiyaç duydukları her an Dijital Köprü ve QNB eFinans Müşteri Hizmet Merkezleri aracılığıyla ve uzaktan erişimle tüm ürünlerimize ve desteğe ulaşabilecekleri bir altyapı oluşturduk" diyor. Şirketlere de 1 Temmuz'u beklemeden başvurularını tamamlamaları çağrısında bulunuyor.

Okay Yıldırım, hizmet yapısını 'yüzde 100 bulut altyapısında' olacak şekilde geliştirdiklerini, müşterilerinin ticari sırlarını korumak için gerekli önlemleri aldıklarının altını çiziyor. QNB eFinans Müşteri Hizmetleri üzerinden, Web Chat ve WhatsApp Chat ile müşterilerinin ihtiyaçlarına



QNB eFinans'ın fark yaratan özellikleri

QNB eFinans Genel Müdürü Okay Yıldırım, QNB eFinans'ı sektöründe öne çıkaran özellikleri şöyle anlatıyor:

■ ERP bağımsız yapımızla Türkiye'de e-Dönüşüm'e ihtiyaç duyan tüm şirketlerin makul ücretlerle, en yüksek hizmet kalitesine ulaşabilmesi amacıyla yola çıktık. Her şirkete yönelik bir çözümümüz var.

■ Altyapımızı, yazılımımızı, donanımımızı güçlendiriyoruz. Müşterilerimize 7 gün 24 saat, kesintisiz ve kaliteli bir hizmet vermek için çalışıyoruz. Hizmet kalitemizinle sektörün en iyisiz.

■ Her yeni çıkan ürünü ayrıntılı şekilde inceliyoruz. Örneğin e-İrsaliye, leasing sektörünün birebir ihtiyaç duyduğu bir ürün. Biz bunu yaklaşık bir yıl önce tespit etmiş ve ihtiyaçları karşılamak adına geliştirmelerimizi tamamlamıştık. Sektördeki öncü, mükellefiyeti hizmet ve inovasyona çeviren rolümüzü devam ettireceğiz.

■ 1 Temmuz sonrasına hazırız. İnsan kaynağı ve donanım yatırımlarımızı geliştirdik, iyi bir ekip kurduk. Müşteri Hizmet Merkezi'mizi büyüttük. Tüm çalışanlarımızın kullandığı altyapıyı yeniledik. Bugün tüm şirketler, ihtiyaç duyduğu tüm ürünleri internet sitemizden kolayca satın alabilir, kurulumlarını yapıp aktivasyonları kendileri gerçekleştirebilirler.

■ Anlık çalışan altyapımızla örnek oluşturuyoruz. QNB eFinans olarak çok yeni Web Chat'i ve WhatsApp Chat'i devreye aldık. Akıllı Chatbot'umuz aracılığıyla müşterilerimizin ihtiyaçlarına anlık cevap veriyoruz.

■ Altyapımızı müşterilerimize dijital bir deneyim yaşatmak ve uzaktan erişimle hizmet verebilmek üzerine inşa ettik. Pandemi döneminde de çok doğru bir altyapı ve hizmet ağı kurduğumuzu gördük. Geçmişte altyapımıza, ekiplerimize yaptığımız tüm yatırımlar, dijitalleşme ve müşteri deneyiminde attığımız tüm doğru adımlar, 'yeni normal'de de bizi öne çıkaracak.

anlık cevap vererek sektörde örnek olduklarını kaydeden Yıldırım, bu yönleriyle pandemi sürecini başarıyla yönettiklerini ve 'yeni normal'e hazır olduklarını da sözlerine ekliyor.

Okay Yıldırım'dan QNB eFinans'ın yeni dönem stratejilerini, iş planlarını öğrendik. Yıldırım ile Dijital Köprü Projesi'ndeki son yenilikleri, 'yeni normal'i ve bu dönemde ihtiyaca dönüşen e-Dönüşüm'ün önemini de konuştuk.

QNB eFinans için 2020 nasıl geçiyor?

2020, e-Dönüşüm için uzun yıllardır hazırlandığımız ve beklediğimiz bir yıl. Birçok yeni ürünün çıkması ve GİB'in tebliği doğrultusunda cirosu 5 milyon TL ve üzeri olan mükelleflerin 1 Temmuz'a kadar e-Fatura sistemine geçmesinin zorunlu olması, oldukça kritik bir eşik. Bu doğrultuda müşteri sayımız ve işlem hacimlerimiz artıyor. Müşteri sayısı bazında yüzde 20 pazar payımız var. İşlem hacimlerimiz ise müşteri sayılarımızın üzerinde gerçekleşiyor. Sektöründe ciddi pazar payına sahip, büyük şirketler tarafından tercih ediliyoruz. Günlük ortalama işlem adedimiz 1 milyonun üzerinde seyrediyor.

Talep ve ilgi nasıl?

Yeni tebliğ ve düzenlemelerle ekosistem çok büyüyor, gönüllü geçiş de hızla arttı. Yıl

sonu itibarıyla e-Fatura mükellefi şirketlerin bireylere ve e-Fatura kullanmayan taraflara e-Arşiv fatura göndermesi zorunlu hale geldi. Dolayısıyla geçtiğimiz dönemde e-Fatura en çok talep edilen ürünken e-Arşiv Fatura'ya ilgi daha da yoğunlaştı.

Temmuz ayından itibaren e-İrsaliye'nin artış göstermesini bekliyoruz. Yine elektronik Serbest Meslek Makbuzu (e-SMM) ürünümüz de ciddi talep görüyor. Pandemiyle, e-SMM'nin kullanımı için zorunlu olan e-İmza tedarikinde çeşitli sıkıntılar yaşandı ve bundan dolayı e-SMM'de geçiş süreci 30 Haziran'a kadar esnetildi. Bu nedenle e-SMM'ye talepte de artış sürecektir. Biz de buradaki ihtiyacı gördüğümüz için e-İmza ürünü için yaptığımız anlaşma ile müşterilerimize kolaylıklar sağlıyoruz. Kısaca tüm e-Dönüşüm ürünleri tarafındaki yoğun talebin ve müşteri tabanımızdaki hızlı büyümenin devamını öngörüyoruz.

Yatırımlarınızın temelinde hangi stratejiler yatıyor?

Hizmet yapımızı 'yüzde 100 bulut altyapısında' olacak şekilde geliştiriyoruz. Pandemi döneminde bunun ne kadar doğru bir tercih olduğunu bizim dışımızda müşterilerimiz de deneyimleyerek görmüş oldu. Hem müşteriler-

Söyleşi

OKAY
YILDIRIM

rimizin bu hizmetlere her yerden portalimizi kullanarak erişebilmelerini sağlamak hem de hizmet kalitesinin artarak sürmesi için gerekli yatırımları yapıyoruz. Teknoloji şirketi olsak da kadrolarımızı da artırmaya devam ediyoruz. QNB Finansbank ile birlikte gerçekleştirdiğimiz Dijital Köprü Projesi, 2022'ye kadar müşteri edinimi tarafında ana kanalımız konumunda olmaya devam edecek.

2020 yılı için öncelikleriniz neler?

Yeni ürünlerin yanı sıra e-Fatura mükellefiyetinin 5 milyon TL'ye düşmesiyle de e-Fatura kullanımı müşteri sayısı tarafında ve adetsel olarak kabaca iki katına çıktı. Biz bu dönemde, hizmet kalitemizi artırmak ve müşterilerimizin dijital kanallar üzerinden aldıkları çözümleri kendilerinin kurabilmesini sağlayacak, kolaylaştırıcı dijital çözümler üretmek üzerine yoğunlaşmış durumdayız.

Müşterilerimizin; ihtiyaç duydukları anlarda Dijital Köprü ve QNB eFinans Müşteri Hizmet Merkezileri aracılığıyla ve uzaktan erişimle tüm bu ürünlere ve desteğe kolay-



lıkla ulaşabilecekleri bir altyapımız var. 2020 için önceliğimiz; e-Dönüşüm'de sağladığımız yüksek standartları ve hizmet kalitemizi daha da ileriye götürmek.

Müşteri portföyünüz açısından önde olduğunuz sektörler hangileri? Anadolu'daki ilgi nasıl?

Türkiye'nin en büyük şirketlerinden mikro seviyelerdeki şirketlere kadar geniş bir kapsamda hizmet veriyoruz. Lider olduğumuz sektörler turizm, perakende ve finans. Dijital Köprü içindeki diğer çözümleri de dâhil ettiğimizde, önümüzdeki süreçte sahada satış ekibi olan şirketler ile e-Ticaret şirketleri tarafında da pazar liderliğini elimize alacağımızı öngörüyoruz. Anadolu'da da yüksek ilgi görüyoruz. Çünkü Türkiye'nin tamamına hizmet verebileceğimiz bir altyapıyı kurduk.

Pandemi döneminde nasıl bir tablo oluştu?

2019'da QNB Finansbank ile başlattığımız Dijital Köprü Projesi içindeki e-Dönüşüm ürünleri, QNB Finansbank müşterilerine ücretsiz sunuluyor. Pandemi dönemiyle ise talep çok arttı. Hep 'Mükellefiyeti inovasyona çeviriyoruz' diyorduk ancak pandemiyle e-Dönüşüm

“Dijitalleşmek istiyorum” diyen KOBİ'lerin sayısı artıyor”

İNOVASYONDAN İHTİYACA: Pandemiyle beraber dijitalleşmenin inovasyonun yanında ciddi bir ihtiyaç olduğu da ortaya çıktı. KOBİ'ler yeni bir altyapıya, uygulamaya ve sisteme geçmenin endişelerini yaşıyordu. Ancak pandemiyle dijitalleşme konusundaki bu endişeler geri planda kalmaya başladı. 'Dijitalleşmek istiyorum' diyen KOBİ sayısı, son dönemde hızlı bir artış gösterdi.

ÇEVRECİ BİR ÜRÜN: Operasyonel birçok kolaylık sağlayan e-Dönüşüm'ün maliyet olarak da avantajları çok fazla. Aynı zamanda oldukça çevreci bir üründen bahsediyoruz. Dünyamızı ve doğamızı korumak adına en önemli özelliklerinden biri de bu. Yazılım aracılığıyla bulut altyapısı üzerinden hizmet veren çözümlerin kullanılması da bir diğer önemli nokta. Şirketler alışkanlıklarını değiştirmekten korkmamalı, bu ürünleri kullanmalılar.

"1 Temmuz'u beklemeden başvurularınızı tamamlayın"

ALTYAPIMIZ HAZIR: 1 Temmuz'dan itibaren çok sayıda küçük ve orta ölçekli işletme sisteme girecek. Genelde talep son günlerde çok yoğunlaşıyor. Ancak talep çok yoğunlaştığında özellikle şirketlerin istediği özel talepleri yerine getiremeyebiliriz ya da yerine getirirken çeşitli gecikmeler yaşayabiliriz. Şirketlere 1 Temmuz'u beklememeleri, altyapılarını hazırlamaları ve başvurularını tamamlamaları çağrısında bulunmak isterim. Ayrıca şimdiden başvurup çözümleri 1 Temmuz sonrasında kullanmak isteyen müşterilerimiz için de ileri tarihli aktivasyon hizmetimizi de geliştirdik.

500 BİN ŞİRKET: e-Fatura mükellefi şirket sayısı 200 binlerde. 1 Temmuz'dan sonra bu sayının 400 binleri bulacağını öngörüyoruz. Gönüllü geçişle de beraber bu sayı 500 binlere kadar çıkabilir. e-Fatura kullanımı ise iki katından daha fazla artacaktır. 2019 yılsonunda Dijital Köprü ile gelen başvurular arasında yüzde 50'ye yakın gönüllü geçiş vardı. Zaten e-Fatura mükellefi olmayan şirketlerin bile farklı kriterlere göre tekil faturalarını, e-Fatura olarak düzenlenmesi zorunluluğu geldi. Bu da ticari faaliyette bulunan tüm şirketlerin artık yavaş yavaş e-Dönüşüm'e geçeceği anlamına geliyor.

mükellefiyetten bir ihtiyaca da dönüştü. Tamamen dijitalden yönetilebilen bir hizmet verdiğimiz için de başvurular devam etti. Hiçbir hizmetimiz aksamadı.

Dijital Köprü Projesi nasıl gidiyor?

Dijital Köprü Projesi, ücretsiz KOBİ e-Dönüşüm Paketi ile başladı ve proje kapsamına birçok fintech de dâhil oldu. Tüm e-Dönüşüm, bankacılık ve farklı fintech çözümlerine tek bir şifreyle ulaşabilmeyi sağlayan, API'lar aracılığıyla çalışan Dijital Köprü Portalı hayata geçti. Yine Dijital Köprü müşterilerinin e-Dönüşüm ihtiyaçlarına birebir cevap bulabilmesi amacıyla Dijital Köprü Müşteri Hizmet Merkezi oluşturuldu. Bu merkez sayesinde kurulumları ve müşteri aktivasyonlarını hızlı şekilde yapıyor, özelleştirmeye yönelik ürün taleplerini çözümleyebiliyoruz.

Kaç başvuruya ulaştınız? Yılsonu hedefiniz nedir?

Haziran başı itibarıyla yaklaşık 30 bin KOBİ, Dijital Köprü hizmetlerinden faydalanmaya başladı. Bunun yaklaşık 27 bini de QNB eFinans'ın çözümlerini kullanıyor. QNB Finansbank ile beraber müşterilerimizin bu hizmetlerin hepsine tek bir çözümmüş gibi ulaşabilmesi noktasındaki deneyimlerini mükemmelleştirmek adına çalışmalarımızı devam ettiriyoruz. Yılsonuna kadar da Dijital Köprü'de müşteri sayımızı 80 bine çıkartma hedefimiz var.

Dijital Köprü kapsamında yeni hizmetler sunacak mısınız?

Dijital Köprü; şirketlerin e-Ticaret'ten İK'ya, Ön Muhasebe'den Satış Ekibi Yönetimi'ne kadar tüm ihtiyaçlarını dijital olarak karşılayabilecekleri bir kanal haline geliyor. Zaman



inde de hizmet ve çözümlerin kapsamında genişlemeler olacak. Biz de bu projenin bir paydaşı olarak yaratılan bu ekosistemdeki tüm çözümlerin birbirleriyle entegre şekilde çalışması noktasında geliştirmeler yapıyoruz. Ayrıca, yaratılan bu ekosistemdeki tüm çözümlerin senkronize çalışması için gereken geliştirmeleri yapıyoruz.

Şirketler neden bu projeye dâhil olmalı?

Dijital Köprü'yü kullanmaya başlayan şirketler, geçmişte ödedikleri yüksek bedele rağmen, uygun hizmet ve servis kalitesine ulaşamadıklarını, Dijital Köprü aracılığıyla aldıkları hizmetlerden ise çok memnun olduklarını söylüyor. Bu nedenle şirketlere Dijital Köprü'yü ve QNB eFinans'ın çözümlerini denemelerini ve karşılaştırma yapmalarını öneriyorum. QNB Finansbank çok ciddi bir maliyet üstleniyor ve bunu hiçbir koşul ve taahhüt olmadan, Türkiye'nin KOBİ'lerine bir hizmet olarak yapıyor.

NeoVade'den bahsedebilir misiniz?

Dijital Köprü Platformu içinde yer alan NeoVade, QNB eFinans'ın geliştirdiği, QNB Finansbank'a ait bir ürün ve e-Fatura'ya entegre çalışıyor. NeoVade, şirketlere alacakları ve vadeler konusunda farklı alternatifler getirme, onları bu konuda ortak noktada buluşturma hedefiyle geliştirilmiş, kredi dışı bir finansman platformu.

Şirketlerimiz kredi dışı çeşitli finansman ihtiyaçlarıyla karşılaşabiliyor, tedarikçiler ve ödeme yapacak olan şirketler vade ötelemesine ihtiyaç duyabiliyor. Pandemi döneminde de bu durum sıkça yaşandı. Şu an NeoVade'yi sadece QNB eFinans müşterileri kullanabiliyor ama ilerleyen dönemde QNB eFinans dışı e-Fatura kullanan şirketler de bu üründen faydalanabilecek. ■



ONLINE SATIŞLARIMIZ BU DÖNEMDE 10 KAT BÜYÜDÜ

Özdilek Holding birçok şirket gibi bu yıl ciroda yüzde 30 küçülme beklerken, üç aylık süreçte online satışlarda ise 10 kat büyüme elde etti. Bu yıl e-Ticaretten 30 milyon TL gelir elde etmeyi planladıklarını söyleyen Özdilek Holding Onursal Başkanı Hüseyin Özdilek, hedeflerinin e-ticaretin toplam cirodaki payını yüzde 30'lara çıkarmak olduğunu kaydediyor.

► Türkiye'nin en büyük havlu üreticisi olmasının yanı sıra 12 şehirde 21 AVM yatırımı olan Özdilek Holding, bu yıl ciroda yüzde 30 kaybı göze aldı. Perakende ve AVM yatırımlarıyla 3 milyar TL ciro ile geçen yılı kapatan Özdilek Holding bu yıl büyüme planlarken, koronavirüsün ekonomiye vurduğu ağır darbe ile hedefini revize etti. Her ne kadar bu süreçte kârlılık ve ciroda düşüş beklense de grup, karantina günlerinde ilginin arttığı e-ticarette ise sadece üç aylık süreçte 10 kat büyüme elde etti. Bu yıl e-Ticaretten 30 milyon TL gelir elde etmeyi planlayan grup, sahibi olduğu AVM ve mağazalarda dijitalleşme adımlarını hızlandırdı. Özdilek Holding Onursal Başkanı Hüseyin Özdilek, e-ticaret kanalının bir market cirosuna denk geldiğini ifade ediyor. Hedeflerinin ise bu oranı üçte bir orana çıkarmak olduğunu kaydediyor. 1967 yılında 30 metrekaarelik bir perakende mağazası ile iş hayatına başlayan ve 1971 yılında havlu imalatıyla sanayicilik yolculuğu başlayan



HÜSEYİN ÖZDİLEK

Hüseyin Özdilek, 1983 yılında Yalova yolu üzerinde 8 bin metrekaarelik bir alanda Türkiye'nin ilk AVM'sini kurdu. Bugünse 21 AVM'ye sahip olan Özdilek Holding'in onursal başkanı Hüseyin Özdilek ile yeni dönemi konuştuk...

E-TİCARETTE HIZLI ÇIKIŞ Özdilek Holding olarak perakendenin yanı sıra üretim ve AVM alanındaki yatırımlarımızla farklı iş alanlarında hizmet veriyoruz. Bu doğrultuda her sektöre özel bir yeni planımız var. Bir orkestra şefi gibi sistemin düzgün yürümesi için doğru kararları almaya çalışıyoruz. Artık AVM'lerimiz, mağazalarımız ve marketlerimiz açılmış durumda. Koronavirüsün ardından yeni bir sürece girmiş bulunuyoruz. Bu süreçte rekabet elbet daha zorlu, fakat şirketler bu zorlu süreçten belli dersler çıkarmalı. Bugünün koşullarında artık rekabet daha zorlu noktada, o nedenle üretim, katmadeğer ve dijitalleşmeyle her sektör kendi alanında fark yaratmaya odaklanmalı. Koronavirüs sürecinde e-Ticaret ekibimizde önemli bir adım attık. 10 kişinin çalıştığı e-Ticaret kanalında bu sayıyı 100'e çıkardık. e-ticaret 10 kat artmış durumda. Korona ile dijitalleşme normalin 10 katına çıktı. Fakat normalleşmeyle müşterilerin tekrar mağazalara uğrayacağını düşünüyorum. Şu an e-Ticarette ciromuz 30 milyon TL seviyelerinde. Bu bizim için önemli. Dijital dönüşümü tamamlayarak cirodaki payını yüzde 25-30'lara çıkarmayı planlıyoruz.

GELİR GİDER DENGESİNE ODAKLANDIK Ciroda bir önceki yıla göre yüzde 30 gerideyiz. Yeni bir alana yatırım planımız yok. Elimizdeki işleri korumaya odaklanacağız. Bu süreçte gelir gider dengesinin önemi daha da ortaya çıktı. Diğer taraftan kredibilite çok önem kazandı. Bizim kredibilitemiz iyi, dengeli götürmeye çalışıyoruz. Borçlarımızı ödemekte sorun yaşamıyoruz. Bu süreçten çıkabilmesi için şirketlerin kayıt içinde kalması gerekli. Kurumsallaşma lazım. Marka olmak, organizasyon, planlama, optimal üretim ve pazarlamanın önemi daha da anlaşıldı. İşe göre adam alacaksınız. Aldığınız yetenekleri elinizde tutmak için piyasanın en iyi ücretini vermelisiniz.

Verimlilik çok parayla olmaz, bilgiyle, teknolojiyle organizasyonla ve yüreğini koyan yöneticilerle kurumsallaşarak olur. İşlerimiz yılsonuna doğru normale dönecektir. İhtiyaçlar ertelenir ama yok edilemez.

YATIRIM YAPAMIYORUZ Holding olarak sözünü ettiğim gibi 2019 yılında 3 milyar TL olan ciromuzu bu yıl 3,6 TL'ye çıkarmak istiyorduk. Fakat koronavirüs nedeniyle ciromuz 2,7 milyar TL'ye geriler diye tahmin ediyorum. Tabii karlılıkların düşmesi yatırımları da etkiliyor. Yatırım yapacakken yapamıyoruz. Yatırıma yönelmek için çarkların tekrardan dönmesi gerekiyor. Ekonomideki normalleşme üretime bağlı. Üretim olacak ki vergi ve istihdam sağlanabilir. Bakınız sadece bizim grupta 8 bin kişi çalışıyor. Tokat Erbağ'da doğdum ve doğduğum kasaba 1965'li yıllarda 8 bin kişilik bir nüfusa sahipti. Dolayısıyla bu benim için büyük bir gurur kaynağı. Türkiye'de petrol yok. Ama sanayi, tarım ve hizmet sektöründe ciddi bir bilgi birikime sahibiz. Bu alanlarda verimli çalışmak gerekiyor.

FARK YARATMAK MÜMKÜN Öte yandan bizimde faaliyet gösterdiğiniz perakende sektöründe ise AVM'lerden markalara kadar her kesimin dersine iyi çalışması gereken bir dönemdeyiz. AVM'ler kiralarda piyasa koşullarına uygun bir şekilde hareket etmeli. Mağazalar ise güçleşen rekabet koşullarında yeni döneme iyi hazırlanmalılar. Bir mağaza bir kere gelen müşterilerle ayakta duramaz. En uygun fiyatlarla, rakipleri iyi analiz ederek ayakta kalmaları gerekiyor. Dışarıda Çin ile mücadele ederken, artık Vietnam'da da havlu fabrikalarının kurulduğunu görüyorum. Dolayısıyla bu gibi ülkelere karşı maliyetin yüksek olması zayıf noktalarımızdan biri olarak ön plana çıkıyor. Bu maliyetlere rağmen ihracatta erken teslim, kalite, yüksek tasarımla fark yaratmak mümkün. Mukayeseli üstünlükler teorisine göre yükte ağır pahada hafif olan malları üretmek yerine, yükte hafif pahada ağır ürünlere yönelmeliyiz.

GELİŞTİRDİĞİ YAZILIMLARLA TURİZMDE TEMASI EN AZA İNDİRECEK

Turistik tesislere özel yazılımlar geliştirmek üzere 24 yıl önce kurulan Asyasoft, koronavirüs nedeniyle turizmde değişen beklentileri karşılamak üzere harekete geçti. Şirket, mobil uygulamalarla misafir ile personel arasındaki teması azaltmayı hedefliyor.

Sibel Atik



Antalya'da merkez ve Akdeniz Üniversitesi Teknokent'te bulunan AR-GE ofisi ile turizm sektörünün kalbinde yer alan Asyasoft, geliştirdiği yazılımlarla 24 yıldır turizm sektörüne omuz veriyor. Koronavirüsle artan hijyen hassasiyeti nedeniyle şirket, bu süreçte oteller için temassız çözümlere odaklandı. Bir dizi yazılımı hayata geçiren şirket, sunduğu çözümlerle otel müşterileri için teması en aza indirmeyi hedefliyor. Koronavirüs nedeniyle oteller için geliştirdikleri ürün ve destek hizmetlerini uzaktan kesintisiz sağlamaya devam ettiklerini anlatan Asyasoft Satış ve Pazarlama Müdürü Şükrü Sinan, bu süreçte online ve mobil uygulamalara odaklandıklarını söylüyor. Şükrü Sinan şunları söylüyor:

"Şirket olarak uzun yıllardır uzaktan destek hizmetleri veriyorduk, buna ilave olarak talebe göre kullanıcı eğitimlerimizi bu şekilde sağlamaya devam ediyoruz. Yine virüs sebebiyle Asyasoft Otel Yönetim Sistemleri ile misafir ve personel iletişiminde temassız çözümler sunmak için geliştirmeler yaptık. Otel işletmeleri, işin gereği olarak temasın yoğun yaşandığı



yerler olduğu için temasın olabildiğince aza indirgenmesi gerekiyor. Asyasoft bu süreç için entegre çözüm olarak sunduğu online check in, kimlik - pasaport gönderimi, online rezervasyon ve mobil uygulamalarla misafir ile personel arasındaki teması azaltmayı hedefliyor.”

200'ÜN ÜZERİNDE TESİSE HİZMET

Turizm sektöründe faaliyet gösteren tesislere şehir otelciliği ve resort otelciliğine uygun otel yönetim yazılımları üreten şirket, 200'ün üzerinde tesise hizmet veriyor. Şirket geliştirdiği yazılımlarla otel zincirlerine ön büro yönetiminden satın alma, stok ve maliyet yönetimi, muhasebe, satış noktaları POS, devre mülk tatil yönetimi, kiosk anket ve alakart restoran -rezervasyon sistemleri, operasyon takip yönetimi, online rezervasyon, CRM, e-Fatura, e-Arşiv, e-Defter, mobil uygulamalar ve personel yönetimi çözümleri sunuyor.

Şükrü Sinan, turizm sektörüne özel otel yönetim yazılımları ürettiklerini ve ürettikleri yazılımların satış sonrası son kullanıcı eğitim destek hizmetlerini de üretici olarak doğrudan sağladıklarını anlatıyor.

TESİSE ÖZEL YAZILIM

Daha ziyade oda kapasitesi çok büyük resort tesislere hizmet verdiklerini ifade eden Sinan, “Özellikle portföyünüzde bu tip tesisler varsa ve otelin bilgi yönetim sistemi alt yapısını kurmaya adaysanız sunacağınız sistem baştan uca entegre olmalı” diyor.

Sinan'ın verdiği bilgiye göre tekrarlanacak veri girişleri ortaya koymamalı her departmanda emek ve zaman tasarrufu sağlamalı. Otel işletmecisine acenta entegrasyonundan başlayarak, otelin web sitesi rezervasyon motorunun - ön büro entegrasyonuna, ön büro muhasebe - stok ve Pos sistemlerinin entegrasyonuna, mobil uygulamalar entegrasyonlarından online kanal yönetim entegrasyonlarına kadar entegre çözüm sunulması gerekiyor.

Sundukları hizmet ve ürünlerde yaratıkları farka da değinen Şükrü Sinan, bu noktada tüm departmanlar arası entegre

Otelerde temassız çözümler

- Misafir rezervasyonunu online olarak yapması ve online ödeme alabilme.
- Misafir resepsiyona uğramadan online check in / kimlik bilgileri gönderim yapabilmesi, register kart imzalama.
- Misafir istek, şikayet, arıza bildirim ve taleplerini mobil olarak bildirmesi.
- Misafirin Anketlerini mobil ortamda gönderebilmesi.
- Misafir Alakart Restoranlar için rezervasyonlarını mobil olarak yapabileme imkanı.

üretim ve beraberinde sorunsuz sürdürülebilir hizmet anlayışıyla hareket ettiklerine işaret ediyor. Standart paket program satma yaklaşımından uzak bir yazılım şirketi olduklarını ve bu yaklaşımla hizmette önemli bir fark yakaladıklarını dile getiren Sinan, tesislerin işleyişine özel yazılım geliştirdiklerini söylüyor.

OTELLERDE DİJİTAL DÖNÜŞÜM

Dijitalleşme konusunda otellere destek verdiklerini anlatan Şükrü Sinan, bu alanda online rezervasyon motorunun çok ilgi gördüğünü dile getiriyor. Kanal yönetim entegrasyonları ve misafir mobil uygulamaları gibi yazılımlar geliştirmenin yanı sıra otelerde dijital dönüşümün bir parçası olacak olan yeni ürünleri hakkında da bilgi veren Sinan sözlerine şöyle devam ediyor:

“Yeni ürünümüz Asyasoft Doküman ve Süreç Yönetim Sistemi. Bu sistemi otellerin tüm departmanlarını sürece dahil ederek doküman, sözleşme, form ve aklınıza gelebilecek tüm belgeleri etkin biçimde arşivlemelerini, yönetmelerini ve ihtiyaç duyduklarında hızlı bir şekilde erişebilmelerini sağlayan doküman yönetim sistemi geliştirdik. Otellerimizde iş gücü ve zaman kaybı gibi birçok kayıbın önüne geçerken, düzenli belge arşiv sisteminin kullanılması, belgeye ve dolayısıyla da bilgiye erişim süresini kısaltmış oldu.”

QNB eFİNANS'IN KATKISI

Asyasoft olarak QNB eFinans ile e-Fatura entegrasyonu başlayan çalışmalarının e-Arşiv, e-Defter gibi süreçlerle devam ettirdiklerini söyleyen Şükrü Sinan, QNB eFinans ile işbirliği sayesinde hizmet verdikleri otellere sorunsuz ve sürdürülebilir hizmetler sunduklarını da aktarıyor.

Sinan “Dijitalleşme doğru yapılırsa her işletmeye ciddi zaman ve emek tasarrufu sağlar. Her işletmenin yapısına göre dijitalleşme kurgusu yapmak işletmeye kolaylıklar yanında sürdürülebilir bir yapıya kavuşturur” sözleriyle dijitalleşmenin önemine işaret ediyor.

Gelişen teknolojiler farklı cihazlar sunuyor

Çok yönlü drone

Drone cihazları, çeşitlenerek artıyor. Sivil drone ve havadan görüntüleme teknolojisi alanında dünya markalarından biri olan DJI, çok yönlü drone cihazı Mavic Air 2 modelinde birçok özelliği bir araya getirdi. Mavic Air 2 sahip olduğu Quad Bayer teknolojisi tarafından desteklenen 1/2 inç görüntü sensörü sayesinde yüksek dağların tepesinden, denizin en derinlerinde bulunan mercan resiflerinin detaylarına kadar fotoğraflar yakalayabiliyor. 48 megapiksel çözünürlükteki görüntü kalitesi sayesinde kristal netliğinde fotoğraflar çekilebiliyor. SmartPhoto özelliği, üç görüntü yakalama seçeneğinden birini otomatik olarak seçmek üzere sahne analizi ve derin öğrenme algoritmalarını kullanarak 12 megapiksel fotoğraflar kaydedebiliyor. Üç eksenli gimbal sistemini kullanan Mavic Air 2, rüzgarlı ve dengesiz ortamlarda bile sinematik stabilizasyon sağlıyor.



GÜVENLİ KAMERA TEKNOLOJİSİ

Logitech, yeni ürünü Circle View Kamera ile hem evleri hem de görüntüleri güvence altına alan bir ürün tasarladı. Apple HomeKit teknolojisiyle uyumlu gizlilik odaklı tasarımının yanı sıra Logitech TrueView video özelliğine de sahip. 1080P HD video kaydı yapabilen Circle View Kamera, 180 derecelik görüş açısı sunuyor. Karanlıkta 4,5 metreye kadar kızılötesi çekim yapabilen kamera, 2.4 GHz Wi-Fi desteğine sahip. Kamerayı kullanmak için iOS cihaz veya MAC bilgisayar gerekiyor. IP64 sertifikası, kötü hava şartlarında bile ürünün dış ortamlardaki görüntü kalitesinde sorun yaşanmamasına destek oluyor. Kamera aşağı eğildiği takdirde odadaki görüntü engelleniyor, arkadaki tuşu sayesinde kullanıcılar kamera ve mikrofonu istedikleri zaman hızlıca kapatabiliyor.



KOLAY KURULUMLU PROJEKTÖRLER

Panasonic, iki tane düşük maliyetli LCD projektör serisini duyurdu. Ofis ve sınıflar için ideal olduğu ifade edilen bu yeni seri, 3100-4100 lm arasında değişen WXGA ve XGA çözünürlük ve parlaklık sunan altı adet PT-LB426 serisi taşınabilir ve dört adet PT-TW381R serisi kısa izdüşümlü LCD projektör modelinden oluşuyor. Her iki seri de iyi aydınlatılmış sınıflarda ve toplantı alanlarında kullanım ömürleri boyunca neredeyse hiç bakım gerektirmeden net görüntüler sunduğu kaydediliyor. Yeni projektörler, kolay taşınmaları, sezgisel kullanımları ve kurulum esneklikleriyle tüm personelin görsellerden faydalanmasını sağlıyor. Projektörler, masa üzerine veya tavana kolay bir şekilde kurulabiliyor. İsteğe bağlı kablosuz modüller, sunum yapan kişilerin Windows için Presenter Light yazılımını ve iOS ile Android cihazlar için Wireless Projector uygulamasını kullanarak bir bilgisayardan veya mobil cihazdan kablosuz olarak büyük ekrana paylaşım yapmalarına olanak tanıyor.



Gelişen teknolojiler farklı birçok ürünün ortaya çıkmasına yardımcı oluyor. Bu sayıdaki köşemizde yer verdiğimiz yapay zekalı görüntü sensörü, ev ortamının ısını ölçen ve saati gösteren anahtar, bulunduğunuzun yerin havasını arındıran cihaz bunlardan bazıları.

KABLOSUZ KULAKLIK

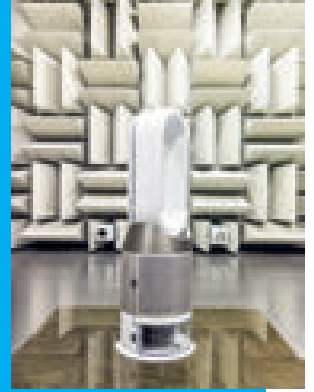
OPPO, kısa bir süre önce duyurduğu Enco W31 model kablosuz kulaklığını, Türkiye'de satışa sunuyor. Çoğu akıllı telefon ile uyumlu olarak çalışan kulaklık, frekans cevabını iyileştirmek için tasarlanmış çift kompozit termoplastik poliüretanlar (TPU) ve grafen diyaframlar kullanıyor. Enco W31, su ve toza dayanıklı. Rüzgardan dolayı oluşan hisirtici sesleri engelleyen kulaklığın her iki tarafında iki adet dahili yüksek hassasiyetli mikrofon ve aramalar sırasında arka plan gürültüsünü engellemek için tasarlanmış bir çevresel gürültü önleme algoritması mevcut. OPPO Enco W31 kulaklıkta tercih edilen müzik tarzına göre iki farklı ses modu bulunuyor. Pop ve klasik müzik dinlemeyi tercih edenler için frekans aralığında sesi eşitleyen bir denge modu, rock ve EDM tarz müzik dinleyenler için de düşük frekansları artıran bir bas modu kulaklığın özellikleri arasında yer alıyor. Beyaz renge sahip OPPO Enco W31 model kulaklıklar, 599 TL fiyatıyla Türkiye'de satışa sunulacak.



KİRLİLİĞE NEMLENDİRİCİLİ TEMİZLEME ÇÖZÜMÜ

Zamanımızın çoğunu kapalı kapılar ardında, gittikçe artan ve bizi kuru havaya maruz bırakan modern klima ve ısıtma cihazlarıyla geçiriyoruz.

Çok kuru veya nemli hava, bakteri ve virüslerin gelişmesi için en elverişli ortam olurken, nemlendirici cihazlar kuru havada nefes almak için çözüm sunuyor. Faydalarına rağmen, bazı cihazlar ise hijyenik olmayabiliyor. Su, bakterileri yok etmek için uygun şekilde artılmazsa odaya karışıp hava ile birleşerek açık havadan daha kötü olabilecek kirliliğe yol açabiliyor. Dyson ise buna bir çözüm geliştirdi. Dyson Pure Humidify + Cool Nemlendiricili Hava Temizleme fanı, hijyenik olarak havayı nemlendirmek, buharlaştırarak serinletmek ve etkili bir şekilde havayı arındırmak için farklı teknolojiye sahip. Dyson mikrobiyolog ve mühendislerinin tasarladığı yeni Dyson Pure Humidify + Cool Nemlendiricili Hava Temizleme fanı, ilk geçişte sudaki bakterilerin yüzde 99,9'unu yok etmek için UV-C teknolojisini kullanıyor.



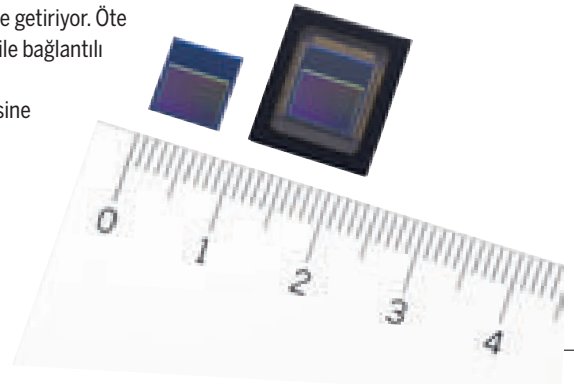
SAAT VE DERECE GÖSTERGELİ ANAHTAR

Değişen ihtiyaçlara yanıt veren ürünler hayatı kolaylaştırıyor. Günlük hayata pratik çözümler sunan teknolojiler, günümüzde daha fazla tercih ediliyor. Yaşam alanlarının ısıyı hayat kalitemizi ve sağlığımızı etkileyen faktörlerin başında geliyor. Evde ortamın ısıyı bebeklerden yaşlılara tüm ev halkı için önemli. Günsan Elektrik'in tasarladığı saat ve derece göstergeli anahtarlar, mutfaktan salona, evin her yerinde ortamın ısını ölçmenize ve saati görebilmenize yardımcı oluyor. Ortam sıcaklığını kontrol ederek ideal ısıyı ayarlayabilen olanağı sunan Günsan Eçona Pratik Saattli ve Dereceli Anahtar, termometre ve saat göstergesiyle bir bilgi ekranına dönüşüyor. Mutfaktan yatak odasına evin her yerinde ihtiyaç duyulan ideal sıcaklığı oluşturmanıza yardımcı olan anahtar, beyaz ve krem renk seçenekleriyle sunuluyor.



Yapay zekalı görüntü sensörü

Yapay zeka teknolojisi, son dönemde birçok sektörde itici güç olmaya devam ediyor. Bu teknolojiyi işlerine adapte eden şirketler, farklı bir kategori açmış oluyor. Bunlardan biri de Sony. Sony, Yapay Zekâ (AI) ile görüntü işleme fonksiyonuna sahip dünyanın ilk olduğunu iddia ettiği iki akıllı görüntü sensörü modelini piyasaya sunacağını duyurdu. AI görüntü işleme fonksiyonunun görüntü sensörüne yerleşik olması sayesinde yalnızca gerekli olan veriler ayıklanıyor ve yüksek hızda uç, AI ile işleniyor. Böylece şirketin iddiasına göre, bulut hizmetlerini kullanırken veri transferi süresi azalıyor, gizlilik endişeleri üzerine gidiliyor ve gerek enerji tüketimi gerekse iletişim masrafları aşağı çekiliyor. Söz konusu ürünler, AI donanımlı fotoğraf makineleri geliştirilmesi için fırsatları genişletirken bir yandan da perakende ve endüstriyel ekipman sektörlerinde çok çeşitli uygulamaları mümkün hale getiriyor. Öte yanda bulut ile bağlantılı sistemlerin kurulabilmesine katkıda bulunuyor.



"ŞİRKETLERE REKABETTE ÇEVİKLİK SAĞLIYORUZ"

Şirketlerin verimlilik sorunlarını çözmek üzere Kurumsal İş Uygulamaları geliştirdiklerini söyleyen IFS Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Ergin Öztürk, "Biz şirketlerin dijital dönüşüm yolculuklarında doğru temeller atmalarını sağlıyoruz. Onları uluslararası rakipleriyle rekabet edebilecekleri çevikliğe ulaştırıyoruz" diyor.

Özlem Bay Yılmaz



IFS, şirketlerin verimlilik sorunlarını çözmeye yardımcı Kurumsal İş Uygulamaları geliştiren, bugün itibarıyla 4 binden fazla çalışanı olan İsveç menşeli bir firma. 10 binden fazla müşterisiyle ve 1 milyon üzerinde kullanıcısıyla 60 ülkede hizmet sunuyor. 2004 yılında girdiği Türkiye pazarında ise bugün itibarıyla yaklaşık 750 şirkete hizmet verir durumda. Şirketleri geleceğe taşıyan, verimliliklerini ve kârlılıklarını artırmalarını sağlayan kurumsal iş uygulamaları (ERP/EAM/FSM) sunduklarını belirten IFS Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Ergin Öztürk, bu uygulamaların şirketlere kendi iş süreçlerini uluslararası standartlara getirme imkanı sunduğunu söylüyor. "Biz şirketlerin dijital dönüşüm yolculuklarında doğru temeller atmalarını sağlamakla başlayıp, onları uluslararası rakipleriyle rekabet edebilecekleri çevikliğe ulaştırıyoruz. Sürdürülebilir başarıyı sağlayacak altyapıyı sunuyoruz" diyen Ergin Öztürk, sorularımızı şöyle yanıtlıyor:

IFS'in şirketlerin dijital dönüşüm yolculuğuna katkıları neler?

Dijital dönüşüm şirketlere rekabet avantajı sağlayan bir iş stratejisi. Dijital dönüşümün mihenk taşı ise gerçekleştirdiğimiz başarılı

projelerde IFS ERP oluşturuyor. Sunduğumuz çözümler ile şirketler kendi süreçlerini ideal hale getiriyorlar. Sunulan çözümler, her biri sektörel tecrübeye sahip deneyimli danışmanlarımız tarafından devreye alınıyor. IFS'in ileri fonksiyonel derinliğe ve teknolojiye sahip kurumsal iş uygulamaları sayesinde, Türk şirketlerini uluslararası rakipleriyle rekabet edebilir şirketlere dönüştürüyoruz.

Covid 19 pandemisi sonrası müşterilerinizin ilk tepkileri ne oldu?

Elbette içinde bulunduğumuz pandemi süreci bütün dünya için büyük bir kriz etkisi yarattı. Bu krizin hem iş güvenliği hem ekonomi hem de sürdürülebilirlik boyutu öne çıktı. IFS olarak Türkiye'deki 100 müşterimiz ile yapmış olduğumuz bir ankete göre; krizin başlamasıyla birlikte 100 şirketten 63'ünde kısmen ya da tamamen beyaz yakalı çalışanların uzaktan çalışma yöntemine geçtiğini öğrendik. Müşterilerimiz, IFS Uygulamaları'nı evlerinden de etkin bir şekilde kullanabiliyorlar. Bu sayede tüm iş süreçlerini uzaktan da entegre ve aynı verimlilikle sürdürebiliyorlar.

Müşterileriniz, şirketleri ve endüstrileri



İş yapış şekilleri değişecek

FELAKET YÖNETİM SENARYOLARI Kriz döneminde bütün iş yapış biçimleri tekrar gözden geçirilecek. İnsanlar, "Neden fiziksel olarak görüşmem gerekiyor?", "Neden farklı şehirlerde toplantı yapmam gerekiyor?" gibi sorularla kendilerini sorgulayacaklar. Buna hiç yatkın olmayan belki bununla hiç tanışmamış olan insanlar da iş yapış şekillerini değiştirecekler. Bu dönem geçtiğinde eski yöntemlere geri dönecekler ama ben inanıyorum ki önemli bir bölümü bu yöntemi sevecekler ve artık eski iş yaşamlarına dönmeyecekler. Ayrıca şirketler, iş süreçlerinde

felaket yönetim senaryolarını pandemi içerisindeki koşulları da dikkate alarak oluşturacaklar.

YENİ NESİL TEKNOLOJİLER IFS olarak uzun yıllardır gerçekleştirdiğimiz AR-GE çalışmalarında bulut çözümler, mobilite ve yeni nesil teknolojileri ön planda tutuyoruz. Pandemi döneminde ise müşterilerimiz bunun faydalarını ölçülebilir şekilde yaşadılar. Yakın gelecekte şirketler yeni nesil teknolojilere hızlı adapte olabilen, yapay zeka, artırılmış gerçeklik gibi teknolojileri içinde bulunduran kurumsal iş uygulamalarını tercih edeceklerdir.

özelinde hangi temel değişimleri yaşıyorlar?

Yeni bir dünya düzeninin temelleri bu süreçte daha da belirgin atılmaya başlandı. Geçmişte şirketler için uzaktan çalışma çok tartışılan bir konuydu. Şartlar ilk defa şirketlerin bunu pratik olarak uygulayabilmelerini sağladı. Kendi tecrübelerimiz ve müşterilerimizin paylaştıkları tecrübelerden görüyoruz ki; pek çok insan kendisini güvende hissetmenin verdiği olumlu etki ile çok daha verimli bir şekilde çalışmalarını sürdürebiliyorlar. Aynı anda daha fazla işin sonuçlandırıldığına, daha fazla toplantı yapıldığına ve daha fazla sorunla ilgilenildiğine dair yorumları sık sık duyuyoruz. Salgın döneminin bizlere kazandırdığı alışkanlıklarımızın bazılarını benimseyerek bunları bırakmayacağımızı düşünüyoruz. Pandeminin ise ortadan kalkmasıyla uzaktan çalışmanın bazı avantajlarından şirketler yararlanmaya devam edecek.

Sektörler bazında baktığımızda hangileri bu dönemden daha çok etkilendi?

Fiziksel çalışma koşullarında önemli değişimler yaşandığı ve ekonomi genel olarak tüm dünyada etkilendiği için aslında tüm sektörler bu dönemde farklı boyutlarda etkilendi. Ancak talep düşüşleri sebebiyle otomotiv, inşaat, turizm, ulaşım gibi sektörlerin daha fazla etkilendiğini söyleyebiliriz.

Bu dönemde dijitalleşme sektörlerine ne gibi katkı sağladı?

Dijitalleşmenin sağladığı katkıları iki ana grupta sıralayabiliriz. İlk olarak dijital dönüşüm yeni çalışma şartlarında şirketlerin iş sürekliliğini sağladı. Bahsettiğimiz gibi gerekli alt yapıya sahip şirketler uzaktan da işlerini aksatmadan



sürdürebildiler. Diğer bir katkısı ise şirketlerin yeni dönemin koşullarına uygun olarak ürünlerini / hizmetlerini özelleştirebilmesini ve mevcut şartlara adapte edebilmesini sağladı. Bunda da tam entegre, teknolojik bir altyapıya sahip şirketlerin bir adım önde olduğunu görüyoruz. Ve eklemek isterim ki bu şirketlerimiz, krizlerden henüz dijital dönüşümlerini başlatmamış şirketlere göre daha az oranda etkilendiler.

Bu dönemde müşterileriniz nasıl pozisyon aldılar?

IFS Türkiye olarak her zaman müşterilerimizin yanında yer alan bir şirket olarak, çeviklikleri sayesinde faaliyetlerini büyük ölçüde sürdürebildiklerini gördük. IFS kullanan şirketler mevcut krizde faaliyetlerini sürdürmekle kalmayıp pandeminin etkilerini azaltmaya yönelik çalışmalarda bulundular. Bugün Türkiye'nin gururu olan ve sağlık sistemine büyük destek sunan yerli solunum cihazı üretiminde IFS Uygulamaları'nı kullanan Femsan ve SMS Tork gibi şirketlerin de aktif rol aldığını görmek bizleri gururlandırıyor.

Sizce yeni dünya düzeninde bir şirketin sürdürülebilir olması nelere bağlı olacak?

Dijital dönüşüm çağımızın en önemli konusu. Pandemi ile beraber şirketlerimiz bunun önemini ve gerçekliğini bir kez daha görmüş oldu. Sürdürülebilir olmak, global ligde mücadele edebilmek, yeni dünyaya hazır teknolojiler ile iş süreçlerimizi harmanlayabilmek gibi konular ancak dijital dönüşüm ile gerçekleştirilebilir. Yeni dünya düzeninde var olmaya devam etmek ve dünyayla rekabet etmek isteyen şirketler, dijital dönüşüme öncelik verecekler ve hız kesmeden çalışmalarına devam edecekler.

"İK SÜREÇLERİNİ DİJİTALLEŞTİRİYORUZ"

İş bulma problemlerine teknolojiyi kullanarak çözüm bulan Workindo.com diğer taraftan işçi, işveren ve taşeronları bir araya getiren bir platform olarak hizmet veriyor. Her ay yüzde 20 büyüdüklerini söyleyen Workindo Teknoloji CEO'su Erhan Kocabaş, salgın sonrası Asya Pasifik ülkelerine odaklanacaklarını belirtiyor.

Koronavirüs salgını nedeniyle şirketler pek çok süreci dijital ortama taşımaya başladı. Bu sürece en hızlı uyum sağlayan birimlerden biri de insan kaynakları oldu. İşe alımdan mülakata kadar pek çok süreç online'a taşındı. Workindo'da da bu süreçte öne çıkan girişimlerden biri oldu. İnşaat sektörüne özel bir istihdam merkezi olan Workindo, iş bulma problemlerine teknolojiyi kullanarak çözüm buluyor. Diğer taraftan işçi, işveren ve taşeronları bir araya getiren bir platform oluşturduklarını söyleyen Workindo Teknoloji CEO'su Erhan Kocabaş, "İnşaat firması bir proje yayınladığında taşeron ve tedarikçiler projenin her kalemiyle ilgili firmaya teklif sunabiliyor. Adil rekabet koşullarının bulunduğu bir pazar yeri modeli oluşturduk" diyor. Workindo, yurtdışında büyümeyi hedefliyor. Salgın sonrası Asya pasifik ülkelerine odaklanacaklarını belirten Kocabaş, büyüme hedeflerini anlattı.

Workindo'yu kurarken nasıl bir fikirle yola çıktınız?

İnşaat sektörü uzun yıllardır iç içe olduğum bir sektör. Sohbetlerimizde sık sık müteahhit arkadaşlarım kalifiye personel temini konusunda sorunlar yaşadıklarını, mühendis arkadaşlarım ise kendilerine uygun işi bulmada problem yaşadıklarını söylüyordu. Bu sorunlara



çözüm bulma hedefiyle Workindo'yu kurdum. Ocak 2020'de kurulduk, şirketimizi kurmadan altı ay boyunca pazar araştırması ve platformumuzun yazılımı üzerinde çalıştık.

Gündeminizde farklı projeleriniz var mı?

Bildiğiniz üzere inşaat sektörü lokomotif bir sektör ve 20'ye yakın sektör birlikte faaliyetlerine devam ediyor. Bu nedenle faaliyet alanımız dar gibi görünse de oldukça geniş. Spesifik olarak inşaat sektörü ve yan sektörleriyle ilgili istihdam aracılığı faaliyeti yürütüyoruz. Yanı sıra işçi, işveren ve taşeronları bir araya getiren bir platform oluşturduk. Örnek vermek gerekirse inşaat firması bir proje yayınladığında taşeron ve tedarikçiler projenin her kalemiyle ilgili firmaya teklif sunabilecek, işveren uygun olduğu tedarikçiyi aralarından seçebilecektir. Adil rekabet koşullarının bulunduğu bir pazar yeri modeli oluşturduk. Aynı zamanda işveren, proje için hem mavi yaka hem beyaz yaka istihdamını Workindo aracılığı ile sağlayabilecek. Mavi yaka istihdamı, adayların canlı CV'lerini oluşturma ve yetkinliklere birebir ilanlarla eşleşme sağlama gibi diğer platformlardan ayırt edici uygulamalarımız yer alıyor.

Nasıl bir katkı sağlıyorsunuz şirketlere?

Workindo'da adaylar birebir uygun olduğu iş fırsatlarını göre-

"Dijitalleşme olmazsa olmaz hale geldi

YENİ FIRSATLAR DOĞACAK Salgın süresince işe alımların duracağı ve mevcut taahhüt edilen işlerin kısmen devam ettirileceği kanaatindeyim. Tüm dünyada müteahhitlerin proje bitim tarihleriyle ilgili vaatleri bulunuyor, ödeme dengesi ve yapım süreci aksayacağı için salgın sonunda yüklenici firmalar mevcut projeleri hızlandıracaktır. Bu kendi içinde fırsatlar da doğuruyor. Özellikle salgın kontrol edildikten sonra ertelenmiş talep istihdamın artmasına neden olacaktır.

SÜREÇLER TAMAMEN ONLINE Şu an yavaşlayan projelerin bitim tarihleri yaklaştıkça firmalar gaza basacaklar. Servislerimizi ve süreçlerimizi tamamen online sistemler üzerinden tasarladık. İnsan kaynakları ve satınalma departmanlarının dijitalleşmesine yardımcı oluyoruz. Online görüşmeleri ilk günden onlar için yapıyoruz. Dijitalleşme Covid-19 öncesi önemliydi, Covid-19 sonrası artık hayatta kalmak için olmazsa olmaz hale geldi.

biliyor. Kendimizin geliştirdiği ve sürekli olarak güncellediğimiz uygun işçi ve uygun işvereni eşleştiren çok özel bir yapay zekâ destekli algoritmamız var ve işimizin kalbinde de bu algoritmanın başarısı yatıyor. Birlikte çalıştığımız şirketlerin İK süreçlerindeki maliyetleri yüzde 90 oranında indirdik.

Sektörde nasıl bir farklılık yaratıyorsunuz?

Benzer platformlardan çok temel noktalarda farklılaşıyoruz. Biz ilk günden itibaren sektörün ihtiyacı olan meslek kırımları ve teknik kuralları içimizde barındırıyoruz. Sadece sektöre odaklandığımız için MYK belge alma kuralları, meslek ilişkileri ve teknik yeterlilikleri yazılımımıza entegre ediyoruz. Rating sistemi ise sektöre getirdiğimiz bir diğer yenilik. Çalışanlarınızı oylayabilir, onların hakkında referans olabilirsiniz. Uzaktan online ön görüşmeleri ilan verenlerimiz için yapıyoruz. Teknik test ve kişilik envanteri testlerini yapıyoruz. Çoklu dil desteğimiz mevcut. Şu an İngilizce olan yabancı dil desteğimize çok yakın zamanda başka dil seçeneklerini de ekleyeceğiz. İngilizce desteğimiz sayesinde farklı ülkelerde ve uluslararası personel istihdamı hizmeti veriyoruz. Örneğin Vietnam'dan Almanya'ya çalışmaya giden personeller, Workindo'yu kullanabilme şansına sahip olacaklar. Platformumuzu Türkiye'de geliştirdik fakat hedefimiz global büyüme.

Yurtdışına hizmet veriyor musunuz?

Salgın dönemi sonrasında büyüme hızımızı arttıracakız ve böylelikle daha fazla ülkede hizmet veriyor olacağız. Mevcut durumda hizmet verdiğimiz ülkeler Türkmenistan, Katar, Rusya, Almanya, Kanada, Endonezya. Salgın sonrası Asya pasifik ülkelerine odaklanacağız. Özellikle

inşaat sektörünün milli gelir oranından en çok pay alan, hızla büyüyen ve altyapı yatırımlarını büyüten ülkelere odaklanıyoruz.

2020 sonuna kadar hedefiniz nedir?

İlk günden itibaren hızla büyüyüyoruz. Sektördeki tüm paydaşlarla birebir görüşmeler yapıp geri bildirimleri ile sistemimizi geliştirmeye devam ediyoruz. Bu günlerde Covid-19'un yarattığı belirsizlikler var ve bu bize platformumuzu daha fazla geliştirmek için zaman tanıdı. Covid-19 sonrası dönemde hem ülkemizin hem dünya inşaat sektörünün hızlıca toparlanması ile sektördeki tüm oyuncular ile çalışmayı hedefliyoruz. Her ay yüzde 20 büyüyüyoruz. 2020 sonunda hedefimizde sektörün büyük oyuncularına hizmet vermek ve mavi yaka özelinde en bilinen ve etkili çözüm sunan firma olmak var.

Dijital dönüşüm konusunda adım atmak isteyen şirketlere önerileriniz nelerdir?

Dijital dönüşümün ilk aşaması veriyi toplamaktır. Öncelikle iş yapış biçiminde veriye odaklı çalışmak temeli oluşturuyor. Bunu yapabilmek için de tüm süreçlerin yazılım ve teknolojinin yardımıyla hazırlamak çok önemli. Manuel takip edilen süreçlerin otomatik hale getirilmesi, dataya göre karar verme mekanizmalarının kurulması, şirket kültürünün dijital dönüşüme ayak uydurması gerekiyor. Birçok şirket kültürel gelişmeyi yakalayamadığı için tam anlamıyla dijitale geçemiyor. Özellikle bayilik, perakende gibi omnichannel kanallarda çalışan firmalar eskiden güçlü olan fiziksel alanları küstürmemek için dijitalleşemeyebiliyor. Bu sürece tüm paydaşların inanması ve fiziki kanalların da sürece dahil edilmesi kritik önem taşıyor.

“DİJİTALLEŞME YOLUNDAKİ ŞİRKETLERE YÖN GÖSTERİYORUZ”

Şirketlere dijitalleşme süreçlerinde yol gösterdiklerini söyleyen Navapp Yazılım ve Danışmanlık Kurucu Ortağı Semih Yazıcı, “ Şirketlerin muhasebe, finans, satınalma, depo, servis, üretim, satış pazarlama, proje yönetimi süreçlerini tek bir platformda yürütmelerine yardımcı oluyor, e-Dönüşüme hızla uyum sağlamalarını sağlıyoruz” diyor.

Talip Yılmaz



Dünyada şirketler arasındaki rekabet her geçen gün artıyor. Maliyetleri düşürmek, kârlılığı artırmak, nakit akışı, saha operasyonlarını yönetmek, potansiyel pazarlara ulaşmak, alınan işleri zamanında bitirmek ve teslim etmek son derece önemli. Bu süreçlerin herhangi birinde sorun yaşandığında şirketler ciddi sorunlarla karşılaşabiliyor. Günümüzde bütün bu süreçleri dijitalleşmeden yönetmek mümkün değil. “Eğer şirketlerimizin uluslararası arenada rekabette kalmalarını istiyorsak, hızlıca, en küçüğünden en büyüğüne kadar dijitalleşirmek zorundayız” diyen Navapp Yazılım ve Danışmanlık Kurucu Ortağı Semih Yazıcı, şirket olarak müşterilerin dijitalleşme süreçlerinde onlara yol gösterdiklerini ifade ediyor. Yazıcı ile Navapp’ı ve dijitalleşmenin önemini konuştuk.

Şirketinizi tanıyabilir miyiz? Ne gibi ürün ve hizmetler sunuyorsunuz?

Navapp, İstanbul merkezli bir teknoloji



ve danışmanlık şirketi. Ankara Hacettepe Teknokent içerisinde yer alan şubesi ile katma değerli yazılım çalışmalarına her iki lokasyon üzerinden Türkiye ve yurtdışı müşterilerine sunmaya devam ediyor. Navapp uzun yıllar ERP danışmanlığı yapmış bir ekip tarafından ERP dünyasına ‘ faydalı olmak’ sloganı ile 24 Şubat 2015 tarihinde kuruldu. Kurulduğumuz günden bu yana genç ve dinamik kadrosu ile müşterilerine hızlı ve güvenilir hizmetler sunuyoruz. Navapp kurulmasının ardından Microsoft’un ERP kategorisinde Silver iş ortaklığına yükseldi. Microsoft’un Dynamics 365 Business Central, Power BI ve iş çözümlerinde müşterilerine uçtan uca danışmanlık hizmetlerini yürütüyor. Son bir yıldır Logosoft ile yürüttüğümüz iş ortaklığı ile SAP’nin KOBİ segmentine uygun ERP’si SAP B1 ürününü çözüm ve hizmet portföyüne ekledik.

Firmalara ne gibi hizmetler sunuyorsunuz? Ne gibi katkılarda bulunuyorsunuz?

Navapp, Microsoft Dynamics iş çözüm-

leri tarafında Business Central, Power BI ürünleri SAP tarafında SAP B1 ürünü için satış, danışmanlık ve destek hizmetlerini yürütüyor. Müşterilerin ERP seçim süreçlerine danışmanlık etmek, ERP alımı sonrasında iş süreçlerinin analiz edilmesi, analizler sonrasında süreçlere uygun çözümlerin Dynamics 365 Business Central ve SAP B1 ürünü üzerinde gerçekleştirilmesi temel iş kollarımız arasında. Microsoft Dynamics365 iş çözümleri ve Sap B1 ürünleri ile müşterilerimizin süreçlerini iyileştirme, kârlılıklarını artırma, birbirinden kopuk çalışan şirket disiplinlerin uyum içerisinde çalışmasını sağlamak temel hedeflerimizi oluşturuyor. Şirketlerin hızla dijitalleşen dünyada geride kalmadan rekabette öne çıkmaları için finans, satınalma, depo, servis, üretim, satış pazarlama, proje yönetimi süreçlerini tek bir platformda yürütmelerine yardımcı oluyor, e-Dönüşüme hızla uyum sağlamalarını sağlıyoruz. e-Dönüşüm süreçlerinde e-Fatura, e-Defter, e-Arşiv, e-İrsaliye, e-Mutabakat, e-Beyanname modüllerimiz ile yer alıyoruz.

Özellikle yoğunlaştığınız sektörler var mı?

Microsoft Dynamics365 üzerinde dikey çözüm olarak geliştirdiğimiz Navappro Proje Yönetim modülüyle gayrimenkul yatırım ortaklığı (GYO), inşaat ve taahhüt şirketleri, proje yönetim ofisleri, elektrik ve mekanik taahhüt şirketlerinin şantiye süreçlerini kontrol altına alıp, bu süreçleri yönetmelerine

"QNB eFinans işbirliği, hizmet kalitemizi artırıyor"

"Navapp kurulduğundan bu yana getirilen regülasyonların entegrasyonunda QNB eFinans ile çalışıyor. QNB eFinans ile çalışan bütün müşterilerimiz mutlu, müşterilerimiz mutlu olduğu için biz de bu birliktelikten çok mutluyuz. QNB eFinans'ın iş ortaklarına sunduğu teknik alt yapı, entegrasyon araçları, dokümantasyon ve destek hizmetleri üst seviyede, istediğimiz an sorunsuz bir şekilde hizmet alabiliyoruz. Aldığımız bu hızlı hizmeti müşterilerimize yansıtıyoruz. Bu birliktelik müşterilerimize sunduğumuz hizmetin kalitesini artırıyor."

yardımcı oluyoruz. Taahhüt şirketlerinin şantiyelerinde yürütülen taşeron/işveren sözleşme süreçleri, sahada yapılan imalatların kontrol altına alınması, dönemsel hak-kediş süreçlerinin yönetilmesi, keşif, keşif değişimleri, bütçe ve nakit akış süreçlerinin tamamını Navappro modülü ile yönetip mali süreçlere entegre ediyoruz. İnşaat ve taahhüt sektörü dışında otomotiv yedek parça, medikal ekipman, iş elbisesi üretimi sektörleri için hazırladığımız modüllerimiz var. Mağazacılık ve perakende sektörü için Navapp perakende modülüyle de hizmet sunuyoruz. Özak Global Holding, Siemens ve Mitsubishi Heavy Endüstri'nin ortaklaşa kurdukları Primetals Teknoloji Türkiye, Kesir Mühendislik, Papiyon Savunma, Gourmet Garage, ODC İş Çözümleri, FBA İnşaat, Sığınmacılarla ve Göçmenlerle Yardımlaşma ve Dayanışma Derneği SGDD müşterilerimiz arasında yer alıyor.

Hedef kitlemeniz hangi şirketlerdir? Mikro işletmeler, KOBİ'ler de sizin ürün ve hizmetlerinizden faydalanabilir mi?

Sunduğumuz hizmet ve ürünler ile küçük, KOBİ ve büyük şirketler için katma değer yaratıyoruz. Son dönemde ERP sektöründe kiralama modeli ile donanım ve yazılım ilk yatırım maliyetleri çok uygun değerlere indi. Bu atılım ile küçük şirketlerin ERP'lere ulaşımı kolaylaştı bu tür şirketler de hedef kitemiz arasında yer alıyor.

e-Dönüşüme firmalar ne kadar hazır?

Tüm dünyada çok önce başlamış olan e-dönüşüm süreçleri, ülkemizde devletin getirdiği regülasyonlarla bir ivme kazandı. İlk zamanlarda şirketler teknolojiye yatırım yapmada çok gönüllü değillerdi ancak bu regülasyonların zorlamasıyla birlikte elde edilen faydayı gördüklerinde, regülasyonun getirdiği e-fatura, e-Defter, e-İrsaliye, e-Arşiv dışında, bulut teknolojileri, operasyonel süreçlerin dijitalleşmesi, üretim süreçlerinde IoT teknolojilerinin kullanımına daha sıcak bakıyorlar. Coğrafya olarak, dünyada yaşanan gelişmelere daha hızlı cevap verebiliyoruz. e-Dönüşümü de bu kapsamda değerlendiriyoruz. Dijitalleşmenin şirketlere sunacağı faydaları net anlatabilirsenez, ülkemizdeki tüm şirketler e-dönüşüme hazırdır aslında.

"DİJİTAL YATIRIMLAR ARTARAK DEVAM EDECEK"

Beymen Grup 2020 yılında kendi e-Ticaret sitelerinde 500 milyon TL'yi aşkın bir ciroya ulaşmayı hedefliyor. Beymen E-Ticaret Direktörü Ümit Arsoy, dijital yatırımların önümüzdeki dönemde artarak devam edeceğini söylüyor.

Ayşegül Sakarya Pehlivan



Beymen Grup, Türkiye'de lüks perakende denilince ilk akla gelen markalardan biri. Beymen Collection, Academia ve Beymen Club'ın yanı sıra 900'ü aşkın dünyaca ünlü markanın koleksiyonlarını aynı çatı altında buluşturan grup, 2019 yılını toplam 98 mağaza ile 56 bin metrekarelik net satış alanıyla tamamladı. Mağazalaşırken diğer taraftan dijitalleşmeye yönelik yatırımlara da önem veren Beymen Grup, pandemi döneminde bu yatırımların meyvesini topladı. Beymen.com'un nisan ayında sipariş hacmi yüzde 245 artarken, yeni müşteri sayısı yaklaşık yüzde 80 oranında artış gösterdi. Mayıs ayı için yüzde 350 gibi bir büyüme yakaladıklarını söyleyen Beymen e-Ticaret Direktörü Ümit Arsoy, dijitalleşmeye yönelik yatırımların artarak devam edeceğini belirtiyor. Beymen Grup olarak 2020 yılında kendi e-ticaret sitelerinde 500 milyon TL'yi aşkın bir ciro hedeflediklerini söyleyen Ümit Arsoy, Beymen'in dijitalleşme yolculuğunu anlattı.

Şirketinizin dijital dönüşüm yolculuğunu ne zaman başladı?

Dijitalleşme, Beymen olarak bizim en öncelikli konularımız arasında zaten yer alıyordu. Beymen.com kanalı ile 2010 yılından bu yana müşterilerimize ulaşıyoruz. Bu sayede Beymen mağazalarımızla, daha çok büyükşehirlerde müşterilerimize ulaşırken; beymen.com'la mağazamız olmayan

şehirlerde dahil olmak üzere tüm ülke genelinde müşterilerimize ulaşabiliyoruz, İstanbul, Ankara, İzmir dışındaki illerden de yüksek adetlerde sipariş alabiliyoruz.

Dijital dönüşümün nasıl bir katkısı oldu size?

Tüm müşterilerimiz için ortak bir CRM sistemi kullanıyoruz. Bu sayede mağazalarımızdan alışveriş yapan müşterilerimizi online'a, online'dan alışveriş yapan müşterilerimizi ise mağazalarımıza yönlendirebiliyoruz. Müşterilerin tüm kanallardaki alışverişini de birlikte değerlendiriyoruz. Bunu desteklemek için de omnichannel uygulamalarına düzenli olarak yatırım yapıyoruz.

Şirkette dijital dönüşüm konusunda bir ekibiniz var mı? Kaç kişi çalışıyor?

e-Ticaret ekibimizin içerisinde kategori yönetimi, dijital pazarlama, ürün geliştirme, teknoloji ve stüdyo ekipleri yer alıyor. e-Ticaret ekibimiz 74 kişiden oluşuyor.

Önümüzdeki dönemde dijital dönüşüm konusunda atacağınız yeni adımlar nelerdir?

Yeni teknolojileri yakından takip ediyoruz. Hem internet sitemizi hem de mobil uygulamamızı müşterilerimizin beklentileri ve davranışları doğrultusunda sürekli güncelliyoruz. Önümüzdeki dönemde dijital kanallarda sunduğumuz servisler ile mağazalarda sunduğumuz servisleri birbirine daha da yaklaştıracamız. Bu doğrultuda servis kalitemizi artırmak için çok sayıda proje üzerinde çalışıyoruz.

Koronavirüs salgını tüm dünyayı değiştirdi. Bu süreçte siz ne gibi önlemler aldınız?

Bu dönemde çok hızlı aksiyonlar aldık. Pandemi ile birlikte ortaya çıkan ihtiyaçlar paralelinde Beymen.com'daki ürün çeşitliliğimizi genişlettik. Evde bolca zaman geçirdiğimiz bugünlerde hayatımızı renklendirecek ve kolaylaştıracak casual giyimden spor aletlerine, ses sistemlerinden telefon aksesuarlarına, fotoğraf makinalarından koleksiyon figür oyuncaklara farklı kategorideki pek çok yeni markayı ürünlerimiz arasına kattık.

Beymen.com'u 56 milyon kişi ziyaret etti

OMNICHANNEL'A YATIRIM Yıllardır mağazalarımızda müşterilerimize sunduğumuz ayrıcalıklı alışveriş deneyimini, online kanallarımızda da müşterilerimize en iyi şekilde sunabilmek için omnichannel uygulamalarımıza büyük yatırım yaptık. Ayrıca mobilde de çok hızlı büyüdük.

CİRODAKI PAYI YÜZDE 10 Son dört yılda yaklaşık beş kat büyüyen ve yılın en başarılı lüks e-ticaret şirketi seçilen Beymen.com'u 2019 yılında 56 milyon kişi ziyaret etti. 2015 yılında toplam cirodaki payı yüzde 5 olan Beymen.com, 2019 yılında yüzde 40'ın üzerinde büyüdü ve toplam cirodaki payı yüzde 10'u geçti. 2016 yılından bu yana büyük yatırımlar yaptığımız Beymen App'in kullanım payı ise yüzde 50 oldu. Her yıl bu oranı daha da artırmak için çalışmalar yapıyoruz.

Hayata geçirdiğiniz yeni hizmetler oldu mu?

Pandemi ile birlikte değişen dünyanın gereklilikleri ile müşterilerimiz için yeni servislerimizi hayata geçirdik. Alışveriş keyfini evden sürdürmek isteyen müşterilerimiz için Beymen Danışmanım servisimiz ile WhatsApp üzerinden tercih ettikleri alışveriş danışmanımızla görüntülü konuşarak alışveriş yapma imkanı sunuyoruz. Koleksiyonlarımızı evlerinin ya da ofislerinin konforunda deneyimlemek isteyenler ise Beymen Özel Müşteri İlişkileri Hattı'nı (444 4 700) veya satış danışmanlarımızı arayarak Beymen Evimde servisimizden yararlanabiliyor.

Beymen Danışmanım ya da Beymen Evimde servislerimiz ile seçtikleri ürünleri BEYMEN 24' aracılığıyla aynı şehirde diledikleri adrese 24 saat içinde ücretsiz olarak ulaştırıyoruz. Mağazalarımızda özel alışveriş deneyimi yaşatmak isteyenler de VIP Randevu servisimizden yararlanabiliyor. Mağazalarımızda ise QR ile ödeme, instant check-out gibi temassız ödeme yöntemlerini uyguluyoruz. Satış sonrası servislerimizde de yine mağaza içerisinde olduğu gibi işlemleri temassız olarak tamamlıyoruz.

Bu süreçte dijitalleşmeye yönelik yatırımlarınız size nasıl bir katkı sağladı?

Pandemi dönemi ile birlikte mağazaların kapanmasıyla tüm satışlar online'a yöneldi, çok sayıda yeni tüketici bu süreçte online alışveriş ile tanıştı. Dijital alt yapıya ve omnichannel yatırım yapan markalar, bu yatırımların karşılığını aldı. Son yıllarda, müşterilerimize mağazalarımızda sunduğumuz ayrıcalıklı alışveriş deneyimini, online kanallarımızda da en iyi şekilde sunabilmek için omnichannel uygulamalarımıza büyük yatırım yapmıştık. Gerek beymen.com gerekse Beymen App'in operasyonumuz içindeki önemi ve katkısı her geçen gün daha da artıyordu. Pandemi dolayısıyla mağazalarımızın kapalı olduğu dönemde



online kanallarımız olan Beymen.com ve Beymen App üzerinden müşterilerimize hizmet vermeye devam ettik.

Bu süreçte online kanallarda ne kadarlık büyüme oldu?

Beymen.com olarak nisan ayında sipariş hacmimiz yüzde 245 artarken, yeni müşteri sayımız yaklaşık yüzde 80 oranında artış gösterdi. En yüksek artış gösteren kategorimiz yüzde 458 ile Home oldu. Home'un ardından yüzde 434 ile kozmetik ve yüzde 403 ile de çocuk, Beymen.com'da en çok yükseliş gösteren kategorilerimiz oldu. Mayıs ayında büyümeler daha da ivme kazandı ve şu an mayıs ayı için yüzde 350 gibi bir büyüme oranı ile ilerliyoruz. Beymen Grup olarak 2020 yılında kendi e-Ticaret sitelerimizde 500 milyon TL'yi aşkın bir ciro hacmi öngörümüz var. Grup olarak dijital yatırımlarımız önümüzdeki dönemde artarak devam edecek.

e-Dönüşüm konusunda attığınız adımlardan bahsedebilir misiniz?

Dijital dönüşüm beraberinde e-Dönüşümü getirdi. Beymen.com'un hızlı büyümesi ile birlikte özellikle e-Fatura ve e-Arşiv uygulamalarının hayatımıza girmesi bizim için büyük kolaylık sağladı. Tüm mağazalarımızda ve dijital kanallarımızda e-Fatura ve e-Arşiv fatura kullanıyoruz. Müşterilerimizden de bu konuda olumlu geri dönüşler alıyoruz. e-Fatura sayesinde hem operasyonlarımızda verimlilik artışı gözlemledik hem de çevreci olması nedeni ile basılı kağıt kullanımımızı azalttık.

e-Dönüşüm konusunda gündeminizde ne gibi projeler var?

Gündemimizde e-İrsaliye çalışmaları var. e-İrsaliye geçmek için geliştirmelerimize devam ediyoruz. Sonrasında e-gider pusulası sürecini başlatacağız. Bu geliştirmelerin de özellikle e-ticaretteki operasyonel süreçlere olumlu katkısının olmasını bekliyoruz.

"TEMASI EN AZA İNDİRECEK ÇÖZÜMLERE ODAKLANIYORUZ"

Başta turizm olmak üzere yiyecek içecek sektörüne yönelik çözümler geliştiren RMOS Bilgisayar, Covid 19 salgını sonrası şirketlerin değişen ihtiyaçlarına yönelik çözümlere odaklanıyor. RMOS Bilgisayar CEO'su Hayrettin Mendi, teması en aza indirecek online check-in ve mobil rezervasyon sistemleri geliştireceklerini söylüyor.

Ayşegül Sakarya Pehlivan



Turizm döviz girdisi sağlamanın yanı sıra yarattığı istihdamla da Türkiye ekonomisinin itici güçleri arasında yer alıyor. Konaklama, yiyecek-içecek ve seyahat acentelerinde çalışanların sayısı 1 milyonu aşıyor. Türkiye genelinde işletme ve yatırım belgeli 13 binin üzerinde işletme bulunuyor. Virüs salgınının işletmeler için ciddi bir tehdit haline geldiği bu günlerde dijitalleşmenin önemi de artmış durumda. RMOS Bilgisayar başta turizm olmak üzere yiyecek içecek sektörüne yönelik çözümler geliştiren bir teknoloji firması.

Ege, Marmara ve Akdeniz bölgesindeki ofislerden 450 civarında otel ve 600 civarında restoranta hizmet veren şirket, salgının ardından teması en aza indirecek online check-in ve mobil rezervasyon sistemleri üzerine odaklanmayı planlıyor. "Bunun dışında e-dönüşüm sürecine paralel olarak yapılmış olan e-fatura, e-Arşiv, e-Defter ve e-İrsaliye ürünlerinin yanında e-Dönüşüm sürecinde ortaya çıkacak diğer ürünler ile de entegrasyonlar yapacağız" diyen RMOS Bilgisayar CEO'su Hayrettin Mendi, şirket olarak hedeflerini ve turizm sektöründe dijitalleşmeyi anlattı.

RMOS Bilgisayar hangi alanlara odaklanıyor?

RMOS Bilgisayar başta turizm faaliyeti



olmak üzere yiyecek içecek sektörünün dijital ortama taşınması için kurulmuş olan bir teknoloji firması. Kurulduğu günden bu yana yazılım teknolojilerindeki gelişmeye paralel olarak yazılımlarımızı sürekli olarak geliştirdik. 24 yılı aşan bilgi birikimi ile turizm faaliyetinin yoğun olduğu üç bölgeye destek ofisleri kurduk. Ege, Marmara ve Akdeniz bölgesindeki bu ofislerden 450 civarında otel ve 600 civarında restoranta hizmet veriyoruz. 1996 yılından bu yana turizm işletmelerinin tek merkezden yönetim, kontrol ve takibi için detaylı yazılımlar geliştiriliyor. RMOS otelciliğin dijital ortama taşınmasını sağlayan ilk yerli yazılım firmaları arasında yer alıyoruz.

Nasıl bir farklılık yaratıyorsunuz sektörde?

Turizm otelcilik alanında 20 civarında yazılım otomasyonu geliştiren RMOS, bir turizm işletmesindeki tüm iş süreçlerini dijital ortama taşımayı başardı. Uçtan uca misafirin rezervasyon aşmasından başlayarak konaklama, muhasebe, tüketim, çıkış ve daha sonraki tüm işlemler bilgisayar ortamında takip ediliyor. Mevcut yazılım turizm otelcilik alanında yazılmış olan üçüncü nesil otelcilik otomasyonudur. İlk yazılan otelcilik sistem otomasyonu o dönemde yaygın kullanılan Unix işletim sistemi üzerinde çalışan ve siyah beyaz ekranlardan

oluşuyordu. Sırasıyla Acobol Gt grafik tabanlı ikinci otelcilik otomasyonu ve günümüzde son teknolojik yazılımlar kullanılarak geliştirilmiş olan üçüncü nesil otelcilik otomasyonlarımız turizm faaliyetinin hizmetine sunuldu. Yazılan tüm sistemler kullanıcıların isteğine göre şekillendiriliyor. Esas itibari ile bir AR-GE firması olan RMOS A.Ş kurulduğu günden bu yana en büyük yatırımlarını insanların eğitime ve yeni yazılımların geliştirilmesine yaptı.

Ekibinizde kaç kişi çalışıyor?

RMOS Bilgisayar'da 15'i yazılım mühendisi olmak üzere şubeler dahil 40 civarında çalışandan oluşuyor. Tüm ekibimiz bilgisayar mühendisliği veya yazılım eğitimi veren üniversite ve yüksek okullarından mezun olmuş kişilerden oluşuyor.

Salgın şirketlerin ihtiyaçlarını da değiştirdi. Bu noktada yeni projelerinizden bahsedebilir misiniz?

RMOS Bilgisayar olarak turizm işletmelerinden gelen isteklere paralel olarak KVKK yasasına uygunluk sağlamak için dijital arşiv otomasyonu, mobil sistem otomasyonları ve teması en aza indirecek online check-in, mobil rezervasyon sistemleri geliştirmeyi planlıyoruz. Bunun dışında e-dönüşüm sürecine paralel olarak yapılmış olan e-Fatura, e-Arşiv, e-Defter ve e-İrsaliye ürünlerinin yanında e-Dönüşüm sürecinde ortaya çıkacak diğer ürünler ile de entegrasyonlar yapacağız.

Pandemi süreci sizi nasıl etkiledi? Bu süreçte ne gibi önlemler aldınız?

Pandemi sürecinde firma olarak çalışanlarımızı ve müşterilerimizi korumak adına uzaktan çalışma modeline geçtik. Bu modelde gelen tüm istek ve sorunlar personelimiz tarafından çözüme kavuşturuldu.

QNB eFinans'la yaptığınız işbirliği şirketinize nasıl bir katkı sağladı?

e-Dönüşüm sürecinde RMOS olarak ilk entegrasyon yapmış olduğumuz firma QNB eFinans oldu. Yapılan entegrasyon sayesinde bir çok otel ve tatil köyü QNB eFinans çözümlerini (e-Arşiv, e-Fatura, e-Defter, e-İrsaliye) aktif olarak kullanılıyor. Sistem entegrasyonumuz sorunsuz olarak çalışıyor.

Şirketinizin hizmet ve süreçlerinde kullandığınızı yeniliklerden bahsedebilir misiniz?

Firmamız yerinde destek gerektiren durum-

"Esnek teknolojiler dizayn ediyor"

RMOS ULTIMATE otel otomasyonu RMOS tarafından yeni nesil yazılım dilleri kullanılarak geliştirilen bir ürün. Sistem teknolojik gelişmelere açık ve uyarlanabilme özelliğine sahip. Sistem otomasyonu modülleri otel ortamında kullanıcıların ihtiyaçlarına göre esnek, güvenilir ve teknolojik olarak dizayn edildi.

OTOMATİK HESAP YAPIYOR Ön büro rezervasyon sisteminde her türlü fiyat aksiyon ve indirimleri tanımlayabilir, otomatik hesaplamalar yaptırabilirsiniz. Özellikle zincir oteller için ön büro muhasebe, stok, satılma gibi tek merkezden kontrol sağlıyor. Bir turizm işletmesinin tüm sistem ihtiyacını tek noktadan komple bütünsel şekilde çözüyor. Yeni nesil cihazlarla (iphone, ipad, tablet, cep telefonu vs) işlem yapmanızı, uzak sistem kontrolü bilgi girişi ve raporlamalar yapmanızı sağlıyor.

KVKK'YLA UYUMLU Web ve mobil tabanlı modüller e-Mutabakat gibi ürünlerle tam entegrasyon ve hatasız çalışma imkanı veriyor. Pasaport ve kimlik okuyucuları KVKK uyumlu ve sistem ile tam entegrasyon sağlıyor. Okunan bilgiler önbüro ve CRM sisteminde tutuluyor ve KVKK'ya uygun misafir profile bank oluşturuluyor.

lar haricinde tüm hizmetleri internet üzerinden yapıyor. RMOS kullanan işletmelere uzak masa üstü ve değişik bağlantılar ile kesintisiz olarak hizmet veriliyor. Çalışanlarımız RMOS tarafında geliştirilmiş olan ticket sistemine düşen tüm istek ve sorunlar internet bağlantıları ile anında çözüme kavuşturuluyor.

2019 yılını nasıl geçirdiniz? 2020 yılı hedefleriniz nelerdir?

2019 yılında aramıza yeni katılan 30 civarında otel 40 civarında yeni tesise sistem otomasyonu kurduk. 2020 yılı ise pandemi sürecinin gelişimine bağlı olarak gerek çalışma şeklini uyarlayacağımız ve özellikle yeni yazılımların geliştirmesini yapacağımız bir AR-GE yılı olarak değerlendirileceğiz.

Kolay kullanım, en son teknolojilerin uygulanması, kesintisiz hızlı bir destek anlayışı, oteldeki tüm iş süreçlerinin dijital ortama taşınması, büyük zincir oteller için merkezi çözümler, veri, data güvenliği, KVKK yasasına uygunluk, mobil cihazların üst seviyede kullanımının sağlanması, güçlü ve sürekli bir eğitim anlayışı, müşteri ihtiyaçlarına uygun çözümler ve gelişen değişen ihtiyaçlara göre raporlama sistemlerinin yazılması en önemli ilkelerimiz arasında. Projelerimizi bu ilkeler doğrultuda geliştiriyoruz.

UZMAN GÖRÜŞÜ

QNB eFinans Kanal Satış ve İş Ortakları Bölüm Müdürü

İLKE ALTIN



LOJİSTİK VE TAŞIMACILIKTA YEPYENİ BİR DÖNEM

Değerli Ekonomist Dergisi okuyucuları,

3 ay süren çok farklı bir dönemi tamamlayarak normalleşme sürecine geçtik. Daha doğrusu artık bir 'Yeni Normal' var. Dijitalleşmeyi savunan bir çok kurum ve kişi bile oluşan büyük atlamada beklediğinden de öte yepyeni bir normalle karşılaştı. Bu dönemi yaşayan bizler aslında sessiz bir dijital devrime de tanıklık ettik.

Bu ayki yazımı özel olarak, 19/10/2019 tarihli ve 30923 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 509 Sıra Nolu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği'nde yer alan ve 1 Temmuz 2020 itibarıyla bir çok işletmeyi lojistik ve taşımacılıkta yepyeni dijital malı uygulamalara katacak olan e-İrsaliye kurallarına ayırmak istedim.

KİMLE E-İRSALİYE KULLANMAK ZORUNDA?

Başlamadan evvel kapsamı netleştirecek iki konu mevcut: birincisi kimler e-İrsaliye kullanacak, ikincisi ise e-İrsaliye hangi tutarlar için kesilecek. Ters gidip ikinciden başlayalım, e-İrsaliye mal sevki durumunda geçerlidir. Yani, hizmet satışlarında geçerli değildir. Geçenlerde ilginç bir soruyla da karşılaştım bahsetmeden geçemeyeceğim: enerji sevkiyatı mal sevki girmez. Peki e-İrsaliye kimlere zorunlu? Basitçe, enerji, petrokimya, maden, şeker, gübre alanlarında faaliyette olan mükellefler ve 2018 ve sonrası yıl sonu brüt ciroları 25 Milyon TL ve üzeri olan mükellefler. Sebze ve meyve ticareti yapanlar ise bildiğiniz gibi 01 Mart 2020'de sisteme dahil olmuştular.

YİNE E-FATURA...

Öncelikle, e-İrsaliye kullanmak için e-Fatura uygulamasını kullanıyor olmak şart. Hatta 01 Temmuz 2020'de ikisine beraber başlanacak olsa dahi e-İrsaliye uygulamasına giriş izni vermek için Gelir İdaresi Başkanlığı sistemi öncelikle e-Fatura gönderici ve alıcı kutusu var mı ona bakıyor. Onun için de tabii öncelikle mali mühür almış ve GİB portalinde e-fatura kullanımına başvurmuş olmak şart. Sonra e-Fatura gönderici ve alıcı kutuları açılmış olmalı ki, e-İrsaliye gönderici ve alıcı kutusu açma izni GİB sisteminden onaylanabilsin.

Özellikle dikkat çekmek istediğim yanlış bilinen bir doğru var: 17/12/2017 tarihli ve 30273 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 487 Sıra Nolu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği'nde mükelleflerce itiraz edilen bir nokta Madde 3.2.c bendinde yer alan ifadede mükelleflerin e-Fatura uygulamasında yararlandıkları yöntem dışında bir yöntem kullanamayacağıydı. Yani az faturası olan mükellef GİB portal kullanıyorsa e-İrsaliyesi belki de günde 1000 adet dahi olsa bu GİB portal kullanmalıydı. Neyse ki, 509 nolu tebliğle beraber IV.3.2.c altbendi ve takiben V.I fıkrasına göre mükellefler her bir e-belge türü için doğrudan entegrasyon, GİB portal ve özel entegratör servis sağlayıcılığı arasında dilediği yöntemi seçmek konusunda serbest durumdadır. Bu durumu da özellikle açığa kavuşturmak üzere 20 Şubat 2020'de GİB, internet sitesinde "e-İrsaliye Uygulama Kılavuzu"

yayınladı. Kılavuz içerisinde 6. Madde'nin 2. paragrafında açıkça uygulamadan yararlanma yönetiminin e-Fatura'dan bağımsız olduğu ve her bir e-belge farklı özel entegratörle de çalışılabileceği hususunun altı çizilmiştir.

E-İRSALİYE SADECE E-İRSALİYE ALICILARINA KESİLMEZ

Bu iki tebliğ arasında değişen bir konu da e-İrsaliye'nin kesileceği alıcılar yönünde. Her ne kadar ilk planda e-İrsaliyeler sadece her iki tarafın da e-İrsaliye kullanıcısı olduğu durumlarda kullanılacak olsa dahi, mükellefin ihtiyacını analiz eden GİB Ocak ayında biraz sessiz sedasız da olsa teknik bir yenilik getirdi: 20 Şubat 2020'de GİB'nin internet sitesinde "e-İrsaliye Uygulama Kılavuzu" içerisinde 8. Madde'de önemli bir nokta mevcut. Öncelikle e-İrsaliye kullanmaya zorunlu mükellefler mal sevki için uygulamaya başladıkların ayın sonundan itibaren tüm müşterilerine e-İrsaliye düzenlenmesi zorunludur. Karşıdaki alıcı e-İrsaliye kullanıcısı ise aynen e-Faturada olduğu gibi alıcının posta kutusu e-İrsaliye alıcılar rehberinde gözükecek. Peki alıcı e-İrsaliye listesinde yoksa?

Alıcı e-İrsaliye kullanmıyorsa e-İrsaliye yine düzenlenecek ve içerisine alıcının bilgileri yazılacak. Burada göndericinin kullandığı yöntemle göre e-İrsaliye dosyasını GİB'ne gelmeden sanal bir vergi mükellefi olan 3900892152 no'lu "Gelir İdaresi Başkanlığı e-İrsaliye Sanal Alıcı"sına göndermesi gerek. Burada bazı özel entegratörle çalışan mükellefler şanslı, çünkü bu özel entegratörler ve entegre oldukları yazılımlar bu hazırlıklarını yaptı ve çözümü kılavuzdan çok evvel 16 Ocak 2020'de devreye aldı.

Peki alıcı henüz belli değilse? Yani sıcak satışa çıkmış bir kamyon ve plasiyer düşünelim, ne yapacak? GİB buna da cevap vermiş durumda. Alıcı malın sevki sırasında bilinmiyorsa, matbu dünyadaki gibi, muhtelif müşteriler adına 5555555555 no'lu vergi numarası ve bölümüne "muhtelif müşteriler" alıcı adına e-İrsaliye düzenlenecek.

Yine dikkat: Malın fiili sevkinden önce, e-İrsaliyenin düzenlenmiş ve GİB üzerinden başarıyla geçmiş olmasıdır. e-İrsaliyenin tarihi ve zamanı sevkiyattan önce olabilir, ama asla sonradan olamaz.

E-İRSALİYE TESLİMATI NASIL OLMALI?

Teslimat konusunda bu 3 durum yine birbirinden farklılaşıyor. Alıcı e-İrsaliyedeyse e-İrsaliyenin varlığı ister kağıtla bir nüsha ile ister elektronik olarak ekranlara veya denetimcinin tarayabileceği QR kod veya barkodlarla sağlanabilir. Alıcın e-İrsaliye sistemine kayıtlı olmadığı durumlarda e-İrsaliyeler e-posta vb. elektronik yollarla ya da ya da kağıt çıktı verilerek suretiyle teslim edilir. Alıcının belirsiz olduğu haller ise çoğunlukla mal teslim anında faturanın oluştuğu durumlar olacağını düşünürsek burada

Teknik Kılavuzun 15.4. maddesi elektronik faturaların kağıt çıktısını sevk irsaliyesi yerine sayarak e-İrsaliyenin oluşmasını zorunlu kılmıyor. Tabii taşıma esnasında "muhtelif müşteriler" diye kamyon irsaliyesini kesmiş olmak şartıyla...

TESLİMAT ESNASI VE SONRASI NELER OLACAK?

Yıllar sonra hâlâ e-Fatura içinde sorulan bir sorunun cevabı e-İrsaliye için de geçerli: gönderici bu e-belgeleri iptal edemez. Malın sevkinden önce, içerik veya alıcı hatası varsa, alıcı e-İrsaliye kalemlerinin tamamına e-İrsaliye yanıtı ile ret yanıtı verilebilir. İade işlemi e-İrsaliye yanıtı ile gerçekleştirilemez. İade için alıcı, gönderici rolüne geçerek, yeni bir irsaliye oluşturur. e-İrsaliye yanıtı ile ayrıca kabul ve kısmi kabul yanıtları verilebilir. 100% kabul varsai herhangi bir yanıt vermek 509 nolu tebliğin IV.3.4. bendine göre alıcı tercihine bağlıdır. E-Fatura gibi, sistemsel olarak 7 gün içinde yanıt dönülmemiş e-İrsaliyelerde alıcıların tam olarak teslim aldığı ve göndericinin bu e-İrsaliye bedelinin tamamı için fatura düzenlenebileceği kabul edilmektedir.

İHRACATA DA DİKKAT!

Döviz kazandıracak o kıymetli sevkiyatı yaparken dikkat etmek önemli. e-İrsaliye kullanan mükellef mal ihracatında sevkiyat başlamadan e-İrsaliye düzenlemeli ve 3900892152 no'lu Sanal Alıcı'ya göndermeli. Malın gümrüğe doğru yola çıkarken yanında e-İrsaliyenin kağıt bir çıktısı olmalıdır. Tabii yakın tarihte aynen yolcu beraberliği eşya ihracı (tax-free) e-fatura uygulaması gibi GİB ve Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'nın sistemleri arasında entegrasyon çalışmaları tamamlandığında, kağıt çıktıya zorunluluk kalmayarak elektronik ortamda görüntülenebilir dosya ile sevkiyat işlemleri gerçekleştirilebilecek.

PEKİ BU ZORUNLULUKLARI SONRA HALLETSEK OLMUYOR MU?

Her ne kadar e-İrsaliye uygulamasına dahil olunan ay, yani zorunluluk anlamında 01 Temmuz 2020 öncesi başvuranlar için Temmuz ayı bitene dek kağıt irsaliye kesimi mümkün olsa da, dikkat! Uygulamaya dahil olmak demek, başvuru işlemlerini tamamlamak demektir. e-İrsaliye için e-Fatura veya e-Defterde olduğu gibi bir başvuru ekranı yok. Mükellef sadece e-İrsaliye alıcı ve gönderici kutularını açarak başvuru yapmış sayılıyor. Bu işlemler tamamlanmışsa Temmuz ayı zarfında kağıt irsaliye kesmeniz cezaî sonuçlar getirebilir. Temmuz'un bitişiyse beraber, 509 nolu tebliğin V.7 ve VIII numaralı bölümlerinde belirtilen istisnai durumlar dışında matbu sevk irsaliyesi düzenlenemez ve alınmaz.

Mali mühürlerinizi almakta ve GİB'ne başvurmakta geç kalmayınız. Sağlık ve esenlikle...

MALİ YÜKÜMLÜLÜKLER TAKVİMİ

15 Haziran Pazartesi

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

19 Haziran Cuma

- Kurumlar Vergisi Mükelleflerinin, Şubat 2020 Dönemine Ait Elektronik Defter Beratlarının Yüklenmesi
- Geçici Vergi Dönemleri Bazında Yükleme Tercihinde Bulunan mükelleflerden 518 Sıra Nolu VUK Tebliği kapsamında olmayanların, Ocak-Şubat-Mart/2020 Dönemlerine Ait Elektronik Defter Beratlarının Yüklenmesi
- Mayıs 2020 Dönemine Ait 5602 Sayılı Kanunda Tanımlanan Şans Oyunlarıyla İlgili Veraset ve İntikal Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

22 Haziran Pazartesi

- Mayıs 2020 Dönemine Ait İlan ve Reklam Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Mayıs 2020 Dönemine Ait Müşterek Bahislere İlişkin Eğlence Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ile Diğer Eğlence Vergilerine İlişkin Eğlence Vergisinin Ödemesi
- Mayıs 2020 Dönemine Ait Elektrik ve Havagazı Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Mayıs 2020 Dönemine Ait Yangın Sigortası Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Mayıs 2020 Dönemine Ait Şans Oyunları Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

24 Haziran Çarşamba

- 1-15 Haziran 2020 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödemesi

25 Haziran Perşembe

- 1-15 Haziran 2020 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

26 Haziran Cuma

- Mayıs 2020 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Beyanı ve Ödemesi(518 Sıra No.lu VUK Genel Tebliğine Göre Mücbir Sebep kapsamında olmayanlar)
- Mayıs 2020 Dönemine Ait GVK 94. Madde ile KVK 15. ve 30. Maddelerine Göre Yapılan Tevkifatların Muhtasar Beyanname(Muhtasar ve Prim Hizmet Beyannamesi dâhil) ile Beyanı ve Ödemesi(518 Sıra No.lu VUK Genel Tebliğine Göre Mücbir Sebep kapsamında olmayanlar)
- Mayıs 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 Haziran Salı

- Mayıs 2020 Dönemine Ait Dijital Hizmet Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Kurumlar Vergisi Mükelleflerinin, Mart 2020 Dönemine Ait Elektronik Defter Beratlarının Yüklenmesi
- Basit Usulde Vergilendirilen Mükelleflerin 2019 Yılına İlişkin Gelir Vergisi 2. Taksit Ödemesi
- Mayıs 2020 Dönemine Ait Turizm Payının Beyanı ve Ödemesi
- Mayıs 2020 Dönemine Ait Haberleşme Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Mayıs 2020 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Alımlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Ba) (518 Sıra No.lu VUK Genel Tebliğine Göre Mücbir Sebep kapsamında olmayanlar)
- Mayıs 2020 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Satışlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Bs) (518 Sıra No.lu VUK Genel Tebliğine Göre Mücbir Sebep kapsamında olmayanlar)
- Mayıs 2020 Dönemine Ait GVK 94. Madde ile KVK 15. ve 30. Maddelerine Göre Yapılan Tevkifatların Muhtasar Beyanname (Muhtasar ve Prim Hizmet Beyannamesi dâhil) ile Beyanı (518 Sıra No.lu VUK GT 3. Maddesine göre mücbir sebep kapsamında olanlar)

Dijital Köprü'yle e-Serbest Meslek Makbuzu'na ücretsiz sahip olmanın tam zamanı!

QNB Finansbank'ın Dijital Köprüsü'yle e-Serbest Meslek Makbuzu 2022'ye kadar ücretsiz. Ayrıca şubeye gitmenize, hatta QNB Finansbank müşterisi olmanıza* gerek yok.



*e-Serbest Meslek Makbuzu (e-SMM) ürününden ücretsiz olarak yararlanmak için başvuru alınmasını takip eden 3 ay içerisinde QNB Finansbank'ta vadesiz mevduat hesabı açılması gerekmektedir. Aksi takdirde 3 ay sonunda hizmeti alımı sonlandırılacaktır.

2022'ye
kadar
ücretsiz

Şubeye
gitmeye
gerek yok

Müşteri
olma
şartı yok

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.

