

“KOBİ’ler dijital çözüm arayışında”

Ekonomist

e-Dönüşüm

AĞUSTOS 2020

QNB
EFİNANS
katkılarıyla

Girişimcilikte
→ yapay zeka
dönemi



“Çalışmanın
geleceğinde
video
konferans
var”

İBRAHİM
ERDEMOĞLU
*Yeni yatırımlarla
büyümede hız
kesmeyecek*

OKAY YILDIRIM

“HİZMET
KALİTEMİZİ
YENİ PROJE VE
YATIRIMLARLA
GELİŞTİRİYORUZ”



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 Finans'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]

Yapay zekayı kullanan verimliliği artırıyor

Yapay zeka artık hayatımızın her alanında diyebiliriz. Yapılan araştırmalar yapay zekayı müşteri ilişkilerine dahil eden şirketlerin operasyonel verimliliklerini de yüzde 25 oranında artırdığını gösteriyor. Gartner'ın yaptığı bir araştırmaya göre 2021 yılına kadar şirketlerin yüzde 50'sinde chatbot geliştirme bütçesinin mobil uygulama geliştirmeye ayrılan bütçeden fazla olacağı öngörülüyor.

Teleperformance Müşteri Deneyimi Laboratuvarı (CX LAB), dünya genelinde tüketici anlayışlarını, duygularını, tercihlerini ve eğilimlerini yakalamak için tüm nesilleri ve segmentleri kapsayan anket çalışmaları düzenliyor. Buradan edinilen verileri mevcut pazar ve sektör koşullarıyla birleştirerek müşteri deneyiminde özellikle chatbotların etkisiyle ilgili bazı öngörülerde bulundu. Bu öngörüler şöyle:

- Online hizmet üzerinden gelen müşteri hizmetleri taleplerinde büyük bir artış yaşanıyor. COVID-19 öncesi yapılan ankete göre şirketler müşteri başına yılda ortalama 1,5 temas gerçekleştiriyordu. Yapılan araştırmalar 2019'da müşterilerin yaklaşık üçte birinin mobil uygulamaları benimsediğini gösteriyor. Bu oran 2021'de yüzde 39'a ulaşacak.
- 2021 yılı itibarıyla chatbot, e-posta ve web formlarına göre daha çok tercih edilecek. Chatbotlar iki yıl içinde neredeyse iki kat daha fazla kullanıcıyla etkileşim kuracak.
- İletişim kanal çeşitliliğinin artmasıyla birlikte Anında Mesajlaşma (IM), kullanım açısından 5'inci sıraya yükselecek.
- Farklı kanal seçeneklerine sahip müşteriler, markalarla hiçbir müşteri hizmeti sorunu yaşamamışlara göre daha sadık olmakla kalmayıp daha memnun ve daha fazla tavsiye etmeye gönüllü olacaklar.

Bu ay kapak haberimizde yapay zeka ile sağlıktan bankacılığa, medyadan perakendeye kadar üretilen teknolojik çözümleri araştırdık. İçerisinde gerçekten gelecek vaat eden girişimler var. Hepinize güzel ve sağlıklı bir ay geçirmenizi 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 Kuruç

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

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

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

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

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

DAĞITIM
Turkuvaz Dağıtım Pazarlama A.Ş.

YAYIN TÜRÜ Yerel, süreli, haftalık

FİPP üyesidir.

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

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

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

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

[içindekiler]

5



16



12



22



18



5 Dijital markalar yükseliyor
6 **DİJİTAL GÜNDEM**
8 **KAPAK KONUSU**
YAPAY ZEKA GİRİŞİMCİLERİ
DÜNYAYA AÇILIYOR

12 "Hizmet kalitemizi yeni proje ve yatırımlarla geliştiriyoruz"

16 Yeni yatırımlarla büyümede hız kesmeyecek

18 "KOBİ'ler dijital çözüm arayışında"

20 **TEKNO PANO**

22 "Çalışmanın geleceğinde video konferans var"

24 "Yurtdışı rotamızda Avrupa ve Afrika var"

26 Online satışta rekor kırdı

28 "Yeni ürünlere ve bulut bilişime odaklandık"

30 Mobilyacılar dijitalleşmeye gidiyor

32 **İlke Altın:** e-İrsaliyenin evrimi sürüyor

34 **VERGİ TAKVİMİ**

26



24



28



30



DİJİTAL MARKALAR YÜKSELİYOR

KPMG, 12 ülkede 12 bin 334 kişiyle tüketicinin 'yeni normal'ini araştırdı. Pandemiyle birlikte dijitalin getirdiği kolaylıkları iyice benimseyen tüketici, bundan sonra dijitalde bilgili ve hızlı şirketlerle etkileşimini artıracak.

Dünya Covid-19'la mücadelede devam ederken şirketler de yeni düzende değişen tüketici tiplerini anlamaya ve aksiyon almaya çalışıyor. Pandemi nedeniyle finansal olarak kısıtlanmış ama dijital teknolojilerde daha gelişmiş, karar alma süreçlerinde daha seçici ve düşünceli olan tüketici, dünyadaki değerleri yeniden oluşturmak için Covid-19'u bir fırsat olarak görüyor. KPMG'nin 12 ülkede 12 bin 334 kişiyle yaptığı araştırma, şirketlere karar alma süreçlerinde ve planlarında yeni dönemin yeni zorluklarıyla mücadele etmek için odak noktaları sunuyor.



tici şirketlerin çevresel ve sosyal aktiviteleri konusunda da daha duyarlı.

- Tüketicilerin çoğu kendilerini dijital kanalların kullanımında daha rahat hissediyor. Online alışveriş, temassız teslimat, online ödeme gibi konularda daha aktifler.

- Önümüzdeki dönemde şirketlerle başlıca iletişim aracının sosyal medya kanalları olacağını düşünen tüketicilerin sayısı üç kat arttı.

- Katılımcılar gelecekte yapacakları alışverişlerinde nakitten çok dijital cüzdan ve kart seçeneklerini kullanmayı düşünüyor.

ARAŞTIRMADA ÖNE ÇIKANLAR

- Yeni tüketici dijitalin getirdiği kolaylığı benimsiyor. Dijitalde bilgili şirketleri tercih eden tüketici, markasına duyduğu güveni de ilk sıraya koydu. Genç tüke-



DİJİTAL BANKALAR KAZANIYOR

- Bankalar arasında tercih yaparken müşterilerin dikkat ettiği konular arasında yüzde 46 ile ödenen paranın karşılığının alınması başı çekiyor.

- Paranın karşılığının alındığını hissettiren hizmet ve ücret banka tercihlerini en çok etkileyen etkenler olarak karşımıza çıkıyor.

- Covid-19 döneminde müşterilerin kendi bankalarına duydukları güven yüzde 15 oranında arttı. Tüm tüketiciler bankalarına duydukları güvenin yüzde 96 oranında en az Covid-19 öncesi dönemdeki seviyede olduğunu belirtiyor.

- 10 kişiden biri Covid-19 salgını sonucunda bankalarını değiştirmeyi düşündüğünü belirtiyor. Bu şekilde düşünen katılımcıların 10 kişiden dördünün ise dijital bankalara geçme ihtimali daha yüksek.

KPMG Türkiye Finansal Hizmetler Sektör Lideri **Kerem Vardar**:

"Güven farklı bir anlam kazandı"

"Güven ilk defa karşımıza çıkan bir kavram olmasa da Covid-19 döneminde farklı bir anlam kazandı. Tüketici ilk defa şirketlerin kârdan çok tüketicilerin ve çalışanların sağlık durumlarını ilk sıraya aldığını gördü. Diğer taraftan dünyanın her yerinde Covid-19 salgını döneminde geçici süreyle bankaların kapanması tüketicilerin bankalarla ilişkilerinde kalıcı değişikliklere yol açtı. Müşterilerin büyük bir çoğunluğu özellikle yatırım hesapları ve yüksek değerli ürün alımlarında internet bankacılığını ve dijital uygulamaları daha çok kullanmaya devam edecek."

DİJİTAL GÜNDEM

► Burcu Tuvay btuvay@ekonomist.com.tr

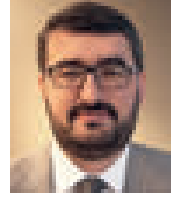
DİJİTAL TARAFTA 1,5 MİLYON DOLAR YATIRIM YAPACAK

Üretimden satışların 157 milyara ulaştığı İSO İkinci 500 açıklandı. Mobilya markası Kilim, sıralamada 337'nci oldu. Kilim Mobilya Genel Müdürü Cihat Şahin, güçlü ekonomilerin üretim temelli ekonomi olduğunu söyleyerek, "Türkiye için tasarım yönü güçlü, şık, sağlıklı ve kaliteli mobilya üretmeye devam edeceğiz. 44 ülkeye de ihracat yapıyoruz. Üreterek istihdama ve ülke ekonomimize destek vermek, bunu yaparken de dünyanın önemli markalarından biri haline gelmek öncelikli hedefimiz. Bu sene için sadece teknoloji tarafına 1,5 milyon dolarlık artı yatırım yapacağız" dedi.



DİJİTAL GÜVENLİĞE YATIRIM ŞART

Verilerin gizliliğini, bütünlüğünü ve kullanılabilirliğini koruyarak güvenliğini sağlamak için ürün ve çözümler üreten Procenne, iş süreçlerini hızlandırmak ve riskleri önlemek adına yapılabilecek dijital güvenlik yatırımlarının önemine dikkat çekiyor. Procenne Genel Müdürü Resul Yeşilyurt; her geçen gün yenisiyle karşılaştığımız dijital saldırıların bireyleri tehdit ettiği gibi asıl büyük hedef konumunda olan kurum ve kuruluşlar için de ciddi bir tehdit oluşturduğunu, verilerin korunmasının ve siber saldırıların önlenmesinin iş hayatı için kritik önem taşıdığını söylüyor. Yeşilyurt; dijital güvenliğe yapılan yatırımlar sayesinde iş kesintilerinin engellenip kârlılıkların yükseldiğini ve iş süreçlerindeki genel risklerin azaldığını vurguluyor.



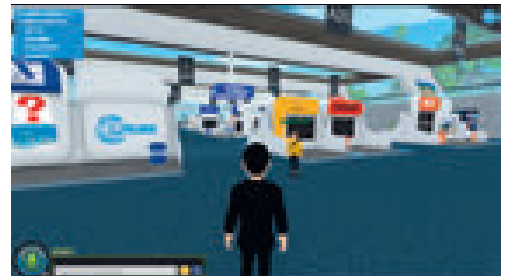
EMEA BÖLGESİNDE HIZLI BÜYÜYOR

BDDK tarafından 2016'da yetkilendirilen, Türk mühendisler tarafından geliştirilen ödeme kuruluşu PayTR; Avrupa, Ortadoğu ve Afrika (EMEA) bölgesindeki en hızlı büyüyen teknoloji firmalarının belirlendiği Deloitte Technology Fast 500 EMEA 2019 listesinde yer aldı. Avro kuru üzerinden büyüme oranlarının hesaplandığı 2019 programında Türkiye'den 21 şirket listeye girmeye hak kazandı. 35 binin üzerinde işyerine Sanal POS ile ödeme alma, pazaryeri (marketplace) sahtecilik önleme ve tek tıkla ödeme (kart saklama) hizmeti sunan PayTR, 2015 ve 2016 yıllarında da aynı listede yer almıştı. EMEA bölgesinde en hızlı büyüyen teknoloji firmalarının arasında yer almanın oldukça önemli ve gurur verici bir başarı olduğunu belirten PayTR Genel Müdürü Tarık Tombul, "Hem Türkiye'de hem de bölgede büyüme devam edeceğiz. 2020 yılının ikinci yarısı için sektörde etkimizi artırmaya yönelik planlarımız hazır" dedi.



SANAL ETKİNLİK PLATFORMU

Dünyada dijital dönüşüm hızla yaşanırken iş yapış biçimleri de değişiyor, bugünün ve geleceğin iş modelleri şekilleniyor. Türkiye'ye şirketlerin bu dönüşümünde iş ortağı olarak hizmet veren Age Provocateur kanalı ile giriş yapan VirBELA Event Farm Türkiye'de bu kapsamda hizmet veren ilk ve tek sanal etkinlik katılım platformu olma özelliği taşıyor. Sanal bir platform olan VirBELA Event Farm gerçek hayattaki etkinlik deneyimlerini sürükleyici bir yöntemle sunarak herkesin kendi oluşturduğu avatarları ile aynı anda karşılıklı sesli ve yazılı etkileşimde bulunma imkânı sağlarken sunum yapma, öğrenme ve networking olanağı da sunuyor. Dünyanın her yerinden aynı anda 10.000'den fazla kullanıcıyı destekleyecek şekilde tasarlanmış olan, bir iş adası mantığında faaliyet gösteren VirBELA Event Farm, çok sayıda firmanın ve ziyaretçinin eş zamanlı olarak katılım sağladığı sanal fuarların düzenlenmesini, ekip toplantısından İcra Kurulu toplantılarına kadar tüm buluşmaların yapılabildiği sanal ofis ortamları oluşturulmasını, sanal kongre/konferans salonları ve oditoryumlarda 5 bin kişinin aynı anda katılım sağlayabileceği etkinlikler düzenlenmesini sağlıyor.



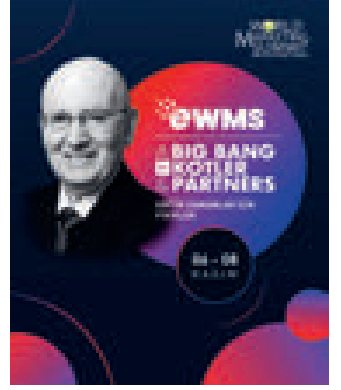
E-TİCARETTE AKILLI ASİSTAN DÖNEMİ

İşletmeler de artık satışlarını dijital ortamlara yönlendirme konusunda ortak noktada buluşmaya başladı. Salgın süreciyle birlikte daha önce internetten satışı olmayan işletmelerin e-Ticaret çözüm ve uygulamalarına ilgisi yılın ilk 5 ayında, 2019'un aynı dönemine göre yüzde bin 400 arttı. Bu dönemde e-Ticaret sitesi olmayan şirketlerin yüzde 62'si ise doğrudan bu alana yöneldi. Bu kapsamda, dijital ajans Webolizma tarafından geliştirilen 'Akıllı Asistan' sistemi, kullanıcılara kolaylık sağlama amacıyla geliştirildi. Sistem, e-Ticaret platformunda bir ürüne harcanan bütçe ölçüsünde elde edilecek geliri hesaplayarak kişilere daha geniş pazar fırsatları sunabilecek. İlk defa pazarlama tabanlı bir e-Ticaret sistemi yazıldığına dikkat çeken Webolizma Dijital Reklam Ajansı Başkanı Ecevit Saraç, "e-Ticaret sitelerinin, pazarlama yapmadan maalesef hiçbir anlamı yok. Bu nedenle e-Eicarete başlayan firmaların birçoğu, profesyonel destek almadığı için 1 yıl içerisinde sitesini kapatıyor. Biz de bunu düşünüp tamamen bu platformlar üzerine kurulmuş bir yapı oluşturacağız. Bu sayede pazarlama, satıcı üzerine kurulmuş bir e-Ticaret platformu olacak." dedi.



DÜNYANIN EN BÜYÜK DİJİTAL ZİRVESİ

World Marketing Summit International (eWMS), Prof. Dr. Philip Kotler öncülüğünde pazarlamanın duayeneler isimlerini bir araya getiriyor. 6 – 8 Kasım tarihleri arasında düzenlenecek zirvenin bu yılki teması "Kritik Zamanlarda Fikirler" oldu. 'Pazarlamanın babası' olarak ifade edilen Prof. Dr. Philip Kotler öncülüğünde 10 yıldır dünyanın farklı ülkelerinde düzenlenen World Marketing Summit bu yıl ilk kez online olarak pazarlama dünyasını bir araya getirecek. Dünyanın 104 ülkesinde eş zamanlı olarak düzenlenecek olan eWMS, 48 saat süreyle pazarlama profesyonelleri, yöneticiler ve liderlerden oluşan 5 milyondan fazla kişiye ulaşacak. Zirvede, "Yeni Ürün Geliştirme", "İnovasyon", "Sosyo-Girişimcilik", "Veri Yönetimi", "Hizmet Pazarlaması", "Lüks Ürünlerin Pazarlaması", "Değer Yaratma", "Çevrimiçi Ticaret", "Konsept Pazarlaması", "Nesnelere İnterneti" gibi başlıklar ele alınacak.



İNTERNETE BAĞLI ARAÇLARDA RİSK

Günümüzde otomobillerin ürettiği veriler internet üzerinden diğer araçlar, trafik altyapısı, özel ve kamu kuruluşları ile paylaşılıyor. IoT tabanlı internete bağlı araçların sahip güvenlik açığı risklerinin de başta kişisel veriler olmak üzere birçok verinin tehlikeye açık olmasına sebebiyet verdiğini aktaran Siberasist Genel Müdürü Serap Günal, bu araçların sadece otomobil sistemleri ve sürüş davranışı hakkındaki verileri toplamakla kalmadığını belirtiyor. Günal, aynı zamanda biyometrik, sağlık, konum, iletişim ve eğlence sistemleri verilerini de işleyebildiğine dikkat çekiyor. Günal, sürücülerin verileri koruma konusunda uyarıyor. McKinsey danışmanlık firmasının tahminlerine göre de bu araçlardan elde edilen verilerin 2030 yılına kadar 750 milyar dolarlık bir pazar oluşturacağı öngörülüyor. Böylesine güçlü veri üretiminin ve üzerinden elde edilecek değerlemenin yaratacağı sorunlara dikkat çeken Serap Günal, IoT tabanlı internete bağlı araçlardaki verilerin doğrudan veya dolaylı olarak birbirine bağlı ve etkileşim içerisinde olmasının kişisel verileri tehlikeye soktuğunu ifade ediyor.



EN BÜYÜK YAZILIM TEST ETKİNLİĞİ

Güney Doğu Avrupa ve Orta Doğu'nun en büyük yazılım test etkinliği Uluslararası Testİstanbul

Konferansı, bu yıl 11'inci kez "Test ve Test Otomasyonunda Robotik Süreç Otomasyonu" ana temasıyla gerçekleştirilecek. Yazılım Test ve Kalite Derneği (Turkish Testing Board - TTB) tarafından hayata geçirilen konferans, 8 Ekim tarihinde bir ilki gerçekleştirerek hibrit bir formatta hem sanal hem fiziksel platformlarda yapılacak. Toplam 6 Keynote ve 30 konuşmacının 25'in üzerinde oturumda katılımcılarla bir araya geleceği konferansta, Continuous Delivery, DevOps ve Yazılım Geliştirme konularında dünyanın önde gelen isimlerinden Dave Farley, yazılım mühendisliği dinamiklerini masaya yatıracak. Test.ai'nin ana mühendisi Tariq King de yapay zekanın yazılım testinde nasıl kullanılabileceğini anlatacak. Pandemi etkisiyle bir ilke de imza atılacak konferansta etkinlikler hibrit bir formatta hem sanal platformda hem Hilton Bomonti Hotel'de yapılacak.



YAPAY ZEKA GİRİŞİMCİLERİ DÜNYAYA AÇILIYOR

Dijitalleşmenin hayatımızın en önemli parçalarından biri olmasıyla birlikte yapay zekanın etkisi ve kullanımı da hızla artıyor. Sağlıktan medyaya, bankacılık sektöründen perakendeye kadar Türkiye'deki teknoloji şirketleri yapay zekayı kullanarak önemli çözümler sunuyor. Bu şirketlerin bir kısmı projelerini yurtdışına taşıırken, bir kısmı da yatırım olarak büyümesini sürdürüyor.

Burcu Tuvay btuvay@ekonomist.com.tr

Yapay zeka tüm teknolojilerin geleceğini ciddi şekilde değiştiriyor. Uzmanlara göre, yapay zeka 2025 yılına kadar 118.6 milyar dolarlık bir sektöre dönüşecek. Yine yapılan bir araştırmaya göre yapay zeka destekli Chatbotlar, 2022'ye kadar çevrimiçi işletmelere 8 milyar dolar değerinde işletme maliyeti kazandıracak. Gartner raporunda, bu yıl müşteri etkileşimlerinin yüzde 85'i yapay zeka chatbots tarafından ele alınacak. 2023 itibarıyla, sohbetlerde toplam 2,3 milyar saat iş ve tüketici kurtarılacak. Global Market Insights tarafından yayınlanan bir raporda, sohbetlerin genel pazar büyüklüğü 2024 itibarıyla 1,3 milyar dolara ulaşması bekleniyor.

Siber Güvenlik Pazarında Yapay Zeka adlı araştırma sonuçlarına göre de yapay zekanın siber güvenlikteki pazar payının 2026 yılına kadar 8,8 milyar dolardan 38,2 milyar dolara ulaşması öngörülmüyor. Pazarın büyümesinin temel itici gücü olarak IoT cihazları ve siber güvenlikteki tehditleri başı çekiyor. Veri güvenliği endişelerinin ve Wi-Fi



ağlarına yönelik tehditlerin artmasının da yapay zekanın siber güvenlikteki yükselişine neden olacağı öngörülüyor.

IHS Markit tarafından paylaşılan piyasa araştırmasında, finansal servisler yapay zeka kurulumlarının değerinin 2030 yılında 300 milyar dolara ulaşacağı ifade ediliyor. Rakamlar, hızlı bir şekilde büyümeye devam eden yapay zeka uygulamalarının neredeyse bütün iş süreçlerinde etkin bir şekilde kullanıldığı bir yapı haline geldiğini gözler önüne seriyor. Biz de kapak haberimizde Türkiye’de yapay zeka konusunda hızla büyüyen girişimleri ve gelecek planlarını araştırdık.

CHATBOT'TA BÜYÜYOR

Örneğin diyalog bazlı yapay zeka çözüm şirketi CBOT, yapay zeka ihracatı ve hayata geçirdiği kapsamlı projelerle iki yılda Türkiye ekonomisine 250 milyon TL katkıda bulundu. CBOT’un QNB Finansbank için geliştirdiği “Anında Destek” chatbotu ile kullanıcılar kredi ihtiyaçları ve mevduatları için hesaplamalar, döviz hesaplamaları, kredi kartı borç ödemesi gibi işlemler yapabiliyor. Anında Destek ile müşteriler mobil uygulama içinde sordukları spesifik bir sorunun cevabına saniyeler içinde yazışarak ulaşabiliyor. QNB Finansbank, müşterilerine doğrudan, doğal ve kesintisiz bir dijital deneyim sunuyor. Anında Destek, bankanın mobil uygulaması Cep Şubesi’nde, şifre ile girilen alanda bulunduğu için sadece bankanın müşterilerine hizmet veriyor.

Önceliklerinin Türkiye ekonomisine değer katmak olduğunu söyleyen CBOTKurucu ve CEO’su Mete Aktaş şöyle devam ediyor: “Yapay zeka alanındaki mühendislik gücümüz ülkemizin bu teknolojiye dışa bağımlılığını önemli ölçüde azalttı. Şirketlere, talep etmeleri halinde çok kısa sürelerde ihtiyaçlarını uygun, kişiselleştirme özellikleri gelişmiş yapay zeka tabanlı chatbotlar sunabiliyoruz. Şirketlerimizin yapay zeka teknolojisini ithal etme gerekliliğini ortadan kaldırdık. 2025’de 102,29milyar dolara ulaşması beklenen chatbot pazarından ciddi bir pay alacağız.”

YETENEK YÖNETİMİ PLATFORMU

Schneider Electric, yapay zeka teknolojilerinden yararlanarak kurum için bir yetenek yönetimi platformuna imza attı. Küresel iş dünyasında ilkler arasında giren Şeffaf Yetenek Platformu, şirketin 144 bin çalışanına kendilerini geliştirme ve kariyer

Yatırım aldı

Global pazara açılma hedefiyle yola çıkan Medialyzer, geleneksel medya kanallarındaki reklam verenlere, reklamlarının maliyet analizini, kanal ve program bazında geri dönüşünü ve zaman bazlı performans analizlerini görme imkanı sunuyor. Kısa süre içerisinde TV ve radyo reklamlarının ölçümü dışında VoD platformlarının ve açık hava reklamlarının etkilerinin de ölçülebileceği ürünlerini aktif hale getirecek olan Medialyzer geleneksel medya kanallarına reklam veren kullanıcılar için bir veri deposu haline gelecek.

Medialyzer
MEDYA VERİLERİ ANALİZİ

Medialyzer, 3.2 milyon TL değerleme ile TechOne ve twozero Ventures’dan tohum yatırım aldı. Mustafa Güllü, Abdurrahman Beşinci, Emre Gönültaş ve Can Üzüm tarafından kurulan Medialyzer, yapay zeka destekli görüntü tanıma teknolojisi ile geleneksel medya reklamlarının analiz edilerek takip edilmesine imkan sunuyor. Offline medya kanallarındaki reklamların etkilerinin ölçülemediğini belirten Medialyzer Kurucu Ortağı Mustafa Güllü şunları söylüyor: “Reklam verenler başta TV olmak üzere offline medya kanallarına yaptıkları yatırımların sonuçlarını yeterince ölçemiyor. Kullanıcı tarafındaki çoklu ekran kullanımı sonucu ortaya çıkan dijital verileri, sahip olduğumuz video tanıma ve yapay zeka teknolojileriyle anlamlı hale getiriyoruz. Platformumuz sayesinde reklam verenler reklamlarının geri dönüşlerini analiz edip verimliliklerini artırabiliyor.



Kapak Konusu

planlarında teknolojinin gücünden yararlanma fırsatları sunuyor. Şeffaf Yetenek Platformu (Open Talent Market), Schneider Electric içinde yetenek arz ve talebini karşılamak amacıyla kariyer gelişimi sağlamak anlamında yenilikçi bir teknoloji. Profillerini bu platforma yükleyen (veya LinkedIn hesaplarını bağlayan) Schneider Electric çalışanları, sahip oldukları beceri ve yetkinliklerin yanı sıra geleceğe yönelik hedeflerine göre AI tarafından tavsiye edilen gelişim ve kariyer fırsatlarından faydalanabiliyor. Bunlar; tam zamanlı görevler gibi yeni kariyer atılımları, yarı zamanlı projeler, kısa süreli işler ya da yan görevler, mentorluk fırsatları ve Eğitim Yönetimi Sistemi üzerinden eğitim tavsiyeleri olmak üzere dört ana başlıkta sunuluyor. Dijital teknolojilerin gücüyle İnsan Kaynakları alanında yeni bir ilke imza attıklarını belirten Schneider Electric Türkiye, Orta Asya ve Pakistan Bölgesi İnsan Kaynakları Genel Müdür Yardımcısı Yıldız Estreya Hayim "Yapay zeka destekli Şeffaf Yetenek Platformumuz (Open Talent Market) ile çalışan gelişimi ve kurum içi mobilitenin dijitalleşmesini sağlayarak 'İşte Geleceğin' en güçlü temsilcilerinden biri olduğumuza ve bu çalışmamızın iş dünyasında fark yaratan sonuçlar doğuracağına inanıyoruz" diyor.

SOSYAL MESAFELİ YAPAY ZEKA

Koronavirüs ile birlikte hayatımıza giriş yapan "sosyal mesafe" kavramı, tüm sektörlerdeki çalışanlar için de büyük önem taşıyor. Dünya genelinde hayatın sosyal mesafe kurallarına göre düzenlenmesine yönelik uzun vadeli planlamalar yapılırken sanayideki çalışanlar için bir destek de teknoloji şirketi Doruk'tan geldi. Türkiye'de üretim yönetiminde dijitalleşme pazarını inşa eden ve akıllı üretim yönetim sistemi ProManage ile sanayicilerin dijital dönüşüm mentorluğunu yapan Doruk, çalışan sağlığının korunarak üretime devam edilebilmesi için Yapay zekâ ile görüntü işleme teknolojisinin kullanıldığı ProManage KiT (Kontrollü İnsan Trafığı) adını verdiği sosyal mesafe ölçüm ve uyarı sistemini geliştirdi. Canlı kamera görüntülerinin işlenmesiyle oluşturulan sosyal mesafe uyarılarının ekranlara yansıtılması sayesinde çalışanlar, kendi ihlal durumlarını anlık olarak görüntüleyebiliyorlar. Birbirine güvenli sosyal mesafeden fazla yaklaşan çalışanlar tespit edilerek uyarı üretiliyor ve

raporlanıyor. Raporlamada söz konusu lokasyonun yanı sıra sosyal mesafenin ihlal başlangıç ve bitiş zamanlarına yer veriliyor. Uygulama kapsamında; ihlal durumları ve alarmları görüntülenebiliyor, operatör ilgili kişilerin adlarını kayda ekleyerek not yazabiliyor. Sesli ve iki farklı renk kodunda ışıklı alarm sisteminin yanı sıra e-posta, SMS veya anlık mobil bildirimleri sayesinde hiçbir risk gözden kaçmıyor. Şüpheli bir durum oluştuğunda ise geriye dönük olarak geçmiş uyarı kayıtları takip edilebiliyor ve böylece olası etkilenenler anında tespit edilebiliyor. Pandemi gibi beklenmeyen durumlarda bile ek yatırıma ihtiyaç kalmadan "Fabrikalar Açık Kalsın" diyerek bu ürüne imza attıklarını belirten Doruk Yönetim Kurulu Üyesi Aylin Tülay Özden, ProManage KiT ile Türk sanayisine ve sanayi çalışanlarına katkı sağlamayı ve çalışanlarının sağlığını üst düzey teknolojiyle korumayı amaçladıklarını söyledi.

OTOMATİK YAPAY ÖĞRENİM

Otomatik yapay öğrenim platformu olan İTÜ ARI Teknokent firması Tazi'nin, platformunun alt yapısı, yapay zeka alanında 30 yılı aşkın deneyim ve 21 patenti birleştiren bir mimariye dayanıyor. Tazi, iş uzmanlarının ve veri bilimcilerinin yapay öğrenme ile kolayca model oluşturma, güncelleme, uygulama ve işlem yapmalarını sağlıyor.

Tazi, modellerin sonuçlarını açıklayabilen ve sürekli olarak verilerden ve insanlardan öğrenen bir yapıya sahip. Tazi, yapay zekayı herkes için ulaşılabilir olmasını sağlamakla birlikte bankacılık, sigorta ve perakende sektörlerinin daha akıllı iş kararları almasına yardımcı oluyor. Tazi Kurucusu Prof. Dr. Zehra Çataltepe, "Tazi, şirketlerin kendi belirlediği KPI'lara ve sundukları verilere göre, çok önceden tahminlerde bulunup şirketlerin buna göre aksiyon almasını sağlıyor. Böylece bir çok sorunun önüne geçebiliyor. Örneğin, alacakların tahsilatı sağlanabilir, riskler tahmin edilebilir, müşterilerin sadakati artırılabilir, şirketin maliyetleri azaltılabilir" diyor.

ABD VE İNGİLTERE'YE AÇILACAK

Tarentum, 2017 yılında, yapay zeka ve makine öğrenmesi odaklı çözümler geliştirmek ve bu konuda Türkiye'de yetkin bir AR-GE merkezi oluşturmak amacıyla kuruldu. İTÜ ARI Teknokent'in içerisinde yer alan Tarentum, şirketler için önemli olan



Zehra Çataltepe

COVID 19 projeleri

X-RAY İLE DERİN ÖĞRENME: GOSB Teknopark Kuluçka Merkezi'nde yürüten Eravis Yazılım, sektörde birçok firmanın görüntü analizi ile kalite kontrol süreçlerine katkı sunarken pandemi döneminde mevcut potansiyelini kullanarak yararlı bir proje geliştirdi. Projenin hedefi; X-Ray ve bilgisayarlı tomografi resimlerinin derin öğrenme ile görüntü analizi konusunun geliştirilmesine yönelik. Yapılacak çalışmalar çerçevesinde anlık ve yüksek doğruluk payına sahip test sistemi ile yetkili kişilere koronavirüs test sonuçları, web uygulamaları üzerinden bildirilebiliyor.

VERİ TOPLAMA VE HASTA TAKİBİ: Yıldız Kuluçka bünyesinde faaliyet gösteren Polonom Teknoloji, Otonom Hastane Robotu projesi ile hastane içinde çeşitli tıbbi malzeme ve atıkların, üzerinde bulunan dezenfektasyon kabinlerine konularak farklı noktalara güvenli şekilde taşınması, ortamın düzenli olarak dezenfekte edilmesi, veri toplama ve hasta takibi işlerinin yapılması için tasarlanıyor. Bu proje Yıldız Prototip Atölyesi'nin bir projesi. Yıldız Kuluçka firması Polonom da yazılım kısmı ile ilgili çalışıyor. Kısa vadede hedef pandemi ile mücadelede öncelikle sağlık çalışanlarının

yükünü azaltacak şekilde geliştirilecek robotların ilk modellerini sahada kullanıma sokmak.

ZİYARETÇİ SAYIM VE ANALİZ: Türk AR-GE şirketi Ayvos, yapay zeka tabanlı görüntü işleme teknolojileri ile ziyaretçi sayım ve analiz projesine başladı. Proje ile yapay zeka tabanlı görüntü işleme teknolojileri ile kapalı alanlara ziyaret eden misafirler, termal kameralı ölçümlere ek olarak yüz tanıma sistemi ile kayıt altına alarak sonraki gelişlerinde vücut ısısı değişimlerini kayıt altına alabiliyor.

AKILLI BİLEKLİK: Medron Medikal Teknoloji, iş kazalarını önlemek, verimliliği artırmak adına personel, nesne ve iş makinelerinin takibini yapabilen akıllı bileklik geliştiriyor. Avrupa Birliği destekli bu cihazı bugün pek çok büyük kurum fabrikalarında kullanıyor. COVID 19 salgını sonrasında bu cihazda bazı geliştirmeler yapıldı. Cihaz artık insanlar arasındaki mesafeyi ve birlikte kaldığı süreyi ölçüyor, mesafe ve süre geçildiğinde titreşerek uyarı veriyor. Kapalı alanlarda kullanılan bu cihazın bir özelliği de kişinin nerelerde zaman geçirdiğini kayıt etmesi. Böylece bir kişide bulaş olduğunda o kişinin hangi ortamlarda kimlerle temas ettiği bilindiği için kolaylıkla müdahale edilebiliyor.

iş problemlerini çözen ve arka planda yapay zeka algoritmalarının çalıştığı yazılım ürünleri geliştiriyor. İlk ürün olarak 2018'in sonunda enerji alanında, rüzgar sahalarında ne kadar elektrik üretileceğini tahminleyen Forecast+'ı hayata geçirdi. Türkiye'nin sayılı enerji şirketleri müşterileri arasında bulunuyor. Enerji sektörü dahil üretim ortamları için kestirimci bakım (Predict+) odaklı ürününü geliştirmeye devam ediyor. Tarentum Kurucu Ortağı Oğuz Silah-tar, "Kurulduğumuzdan bu yana, e-Ticaret ve oyun alanında birçok başarılı proje tamamladık. Yakın bir zaman içinde bu alanda geliştirdiğimiz ürünleri de piyasaya çıkartacağız. Hedefimiz, başta ABD ve İngiltere olmak üzere yurtdışı açılımını hızlandırmak. Global ölçekte yapay zeka şirketi olma yolunda emin adımlarla ilerliyoruz. Şu an 30 kişilik profesyonel bir ekibe sahibiz ve hızla büyümeye devam ediyoruz" diyor.

DENEYİMİ MÜKEMMELLEŞTİRİYOR

Teleperformance, chatbotlardan NLP ve yapay zeka tabanlı bir diğer çözüm TP Bot'lara, yapay



Güray Yılmaz

zeka ve makine öğrenmesine müşteri deneyimini mükemmelleştiren çözümleriyle şirketlerin performansını daha da artırmayı hedefliyor. Teleperformance Türkiye, hali hazırda kullanmakta olduğu 10'dan fazla botu hem müşteri operasyonlarına hem çalışanların teknik ya da insan kaynakları gibi alanlardaki ihtiyaçlarına destek olmak için konumlanıyor. Günden güne botların sayılarını ve kullanım alanlarını genişlettiklerini ifade eden Teleperformance CIO'su Güray Yılmaz, şöyle devam ediyor:

"Türkiye, yazılım üretimi konusunda hem dünya geneliyle hem TP Group çatısı altındaki diğer ülkelerle karşılaştırıldığında bir başarı hikayesi. Teleperformance Türkiye'den yurtdışına destek sunduğumuz projeler hatta başka ülkelerde üst pozisyonlarda çalışmak üzere yönlendirdiğimiz arkadaşlarımız mevcut. Teleperformance olarak şirketlere en çok değer kattığımızı düşündüğümüz yapay zeka teknolojilerimizle şirketlerin müşterilerine en iyi müşteri deneyimini yaşatmalarını sağlıyoruz." ■

"HİZMET KALİTEMİZİ YENİ PROJE VE YATIRIMLARLA GELİŞTİRİYORUZ"

2020, QNB eFinans'ın en hızlı büyüdüğü yıl olma özelliği taşıyor. QNB eFinans Genel Müdürü Okay Yıldırım, bankalarla entegre çözümler geliştiren QNB eFinans'ın Dijital Köprü Projesi ile fintechlerle de ortak çözümler sunmaya başladığını söylüyor. "e-Dönüşüm; dijital, öncü ve inovatif bir sektör. Yenilik ve altyapı yatırımı bitmez" diyen Yıldırım, kusursuz hizmet kalitesini daha iyi hale getirmek için yeni proje ve yatırımları hayata geçireceklerini kaydediyor. Okay Yıldırım, yenilikçi iş yapış şekillerini ve çözümlerini müşterileriyle buluşturmaya devam edeceğini de belirtiyor.

Ceren Oral Balaban coral@ekonomist.com.tr

Altyapısına sürekli yatırım yapan ve müşterilerinin hayatlarını kolaylaştıracak yenilikleri hayata geçirmeye devam eden QNB eFinans, müşteri tabanını ve müşteri memnuniyet seviyesini artırmaya devam ediyor. QNB eFinans Genel Müdürü Okay Yıldırım, bu yatırımlarla dünyada belki de bugüne kadar yapılmış en büyük e-Dönüşüm geçişini sorunsuz şekilde atlattıklarını söylüyor. İş modelinin uzaktan bağlantıyla hizmet üzerine geliştirildiğinden bahseden Yıldırım, pandeminin en yüksek dönemlerini bile müşteri deneyiminde ve hizmet kalitesinde aksama yaşanmadan tamamladıklarını vurguluyor.

e-Dönüşüm paketinin devamında kapsamı genişletilen Dijital Köprü Projesi bir platform haline geldi. Okay Yıldırım, Dijital Köprü'deki çözümlerle entegrasyonlarını tamamladıklarını belirtiyor. Web siteleri üzerinden 'Canlı Destek' uygulamasını hayata geçirdiklerinden bahseden Yıldırım, "QNB eFinans Dijital Asistan ile de Whatsapp hattı aracılığıyla müşterilerimize anlık cevap vererek sektörde büyük yeniliğe imza attık" diyor. Dijital Köprü Akademi'yi ise daha da zenginleştirerek KOBİ'leri geleceğe



“Dijital Köprü her geçen gün geliyor”

MÜŞTERİ OLMAYA GEREK YOK:

Dijitalleşme artık bir zorunluluk haline geldi ve şirketlerin rekabetçi olmalarının da ötesinde işlerini yürütebilmek için dijital dönüşümü içselleştirmenin gerekliliğini bize kanıtladı. Dijital Köprü hizmet noktalarının uçtan uca dijitalleşmesi proje adına atılan en önemli adımlardan biri oldu. Şöyle ki; Dijital Köprü'nün ürünlerini kullanmaya başlamak için müşterilerin şubeye gitmesine, QNB Finansbank müşterisi olmalarına gerek yok. Dijital Köprü'nün internet sitesinden ya da Dijital Köprü çağrı merkezinden başvuruda bulunmaları yeterli.

YENİ ÇÖZÜMLER İÇİN ÇALIŞIYORUZ: Projeyi sürekli yenilenerek müşterilerine ticari hayatlarını kolaylaştıracak hizmetler sunan bir platform olacak şekilde tasarladık. Ürünlerin tümü farklı çözüm sağlayıcıları aracılığıyla sunuluyor ve

yeni çözümler eklemek için sürekli çalışma söz konusu. Müşteri görüşmeleri, düzenli yapılan pazar araştırmaları ve inovasyon odaklı yenilikçi girişimleri destekleyen QNBeyond aracılığıyla Dijital Köprü sürekli olarak geliyor.

‘DİJİTALLEŞMEK İSTİYORUM’: Dijital Köprü Müşteri Hizmet Merkezi ile ürün kurulumları ve müşteri aktivasyonları hızla yapılabiliyor. KOBİ’ler yeni bir altyapıya, uygulamaya ve sisteme geçmenin endişelerini yaşıyordu. Ancak bu endişelerin de alternatif hizmet kanalları sayesinde geri planda kalmaya başlamasıyla ‘Dijitalleşmek istiyorum’ diyen KOBİ sayısı hızla arttı. Ağustos ayı itibarıyla 40 binin üzerinde KOBİ, Dijital Köprü hizmetlerinden faydalanmak üzere başvurdu. 2022 itibarıyla 100 bin adet müşteriye Dijital Köprü ürünleriyle dokunmak hedefleniyor.

taşıyacak fikirlerle buluşturmaya devam edeceklerini de sözlerine ekliyor.

Okay Yıldırım ile e-Dönüşüm sektöründe yaşanan gelişmeleri, QNB eFinans’ın bu süreçteki rolünü, yeni projelerini ve hedeflerini konuştuk.

e-Dönüşüm’de gelinen durum hakkında bilgi verir misiniz?

e-Dönüşüm, uzun yıllardır dijitalleşme için kullandığımız araçlardan birisi. Biz bu dönemi hep bu geçişle beraber oluşacak müşteri tabanına yönelik çözümler üretmekle geçirdik. Bunların içinde QNB Finansbank ile yaptığımız e-Fatura teminatlı kredi, e-Defterden Mali Analiz, ‘Neovade’ gibi yeni projeler vardı. Temmuz geçişiyle şirket sayısı 300 bine ulaştı. 2020 başından itibaren e-Dönüşüm sektörü 200 binlerden 280 binlere geldi ve bu büyümenin yılsonu itibarıyla 300 binleri bulmasını bekliyorum. Bu ciddi bir büyüme.

Bu süreçte QNB eFinans nasıl bir değişim yaşadı?

Bir regtech’ten, yani regülasyonlara paralel geliştirmeler yapan bir teknoloji şirketinden fintech’e evrilen bir dönüşüm gerçekleştiriyoruz. Bu dönüşümü gerçekleştirirken de hep katma değerli ürünler düşündük. Dijital ürünler kullanan müşteri tabanı çok genişledi. Bu durumda artık bizler yani sektördeki aktörler, yeni inovatif ürünler sunarak e-Dönüşüm’ün

müşteriler tarafındaki algısını çok daha pozitif ve faydalı hale getirmeliyiz.

e-SMM’de ne gibi yenilikler yapıyorsunuz?

e-SMM ve e-İrsaliye, çok yeni ürünler. Biz e-SMM için QNB eFinans uygulamamızı Google Store’da ve Apple Store’da güncelledik, yeniledik. Portalimizdeki deneyimi geliştirdik. Müşteri deneyimiyle bu tarafı daha da genişleteceğiz. Çünkü e-SMM, bireysel olarak çalışan profesyonelleri kapsıyor. POS ve kredi kartına dayalı e-SMM’ye entegre çözümlerin artacağını ve çeşitleneceğini öngörüyorum. Biz de mobil kullanımın özellikle bireyseldeki yoğunluğunun bu tarafta da yaşanacağını düşündüğümüz için e-SMM ürünü ile QNB eFinans uygulamasına da yatırım yaptık. e-SMM ürünümüzü Dijital Köprü’ye dahil ettik.

e-İrsaliye’de son durum ne?

e-İrsaliye, özellikle e-Dönüşüm’e ilk geçen şirketlerin kullanmaya başladığı yeni bir ürün. Bir adet e-Fatura işlemi yapan mükellef, yaklaşık üç adet e-İrsaliye işlemi yapıyor. e-İrsaliye’de yoğun kullanım olmasını bekliyoruz. Burada da birçok katma değerli ürünler çıkacaktır. e-İrsaliye’nin leasingde kullanımının çok yoğun olduğunu gözlemledim. Servis sağlayıcılar leasing şirketlerinin ihtiyacına yönelik farklı çözümleri hızla üreteceklerdir.

QNB eFinans için 2020 nasıl geçiyor?

2020, en hızlı ve en fazla büyüdüğümüz yıl.

Müşteri tabanımızı ciddi şekilde, aritmetik olarak artırıyoruz. Altyapıya sürekli yatırım yapıyoruz. Bu yatırımlarla dünyada belki de bugüne kadar yapılmış en büyük e-Dönüşüm geçişini sorunsuz atlattık, müşteri memnuniyet seviyemizi de çok artırdık.

Pandemi iş süreçlerinizi nasıl etkiledi?

İş modelimiz, müşterilerimize müşteri çözümü merkezi aracılığıyla uzaktan bağlantı yaparak hizmet vermek üzere geliştirilmişti. Ne kadar doğru bir iş modeli kurduğumuzu bu dönemde gördük. Pandeminin en yüksek olduğu dönemleri bile müşteri deneyimimizi ve hizmet kalitemizi hiçbir aksamaya yer vermeden tamamladık.

Yılın kalanı için beklentileriniz neler?

Şirketlerin iş yapılarında neler değiştiğini, ne gibi yeni ihtiyaçlar oluştuğunu tespit ediyor, bunlara yönelik yeni çalışmalarımızı tamamlıyoruz. e-Dönüşüm sektörü; dijital, öncü ve inovatif bir sektör. Çalışma, yenilik, altyapı yatırımı asla bitmez. Artan işlem hacimleri nedeniyle kusursuz hizmet kalitemizi eskisinden de daha iyi hale getirmek için birçok projemiz tamamlandı. Bazıları devam ediyor, yenileri de gelecek.

Daha uzmanlaşmış çağrı merkezi çözümlerinizden bahsedebilir misiniz?

Bizler dahi eskiden gelen bir alışkanlıkla mobil hizmet hattımıza çağrı merkezi demeye devam ediyoruz ama doğrusu, burası bir müşteri destek merkezi, hizmet merkezi. Çünkü burada müşterilerin ekranlarına uzaktan bağlanıyor, bilgisayar programcılığı çalıştırıyor, terzi işi çözümlerle müşterimizin ihtiyacına cevap veriyoruz. Hatta kod yazıyoruz.

Birinci seviye destek hizmetlerimizde ağırlıklı aktivasyon işlemleri, ikinci seviye destek hizmetlerinde kod yazımı ve kurulumlar yapılıyor. Burada çalışanlar çok uzman ve teknik bir kadrodan oluşuyor. Bu 2020'de öne çıkmamızı sağlayan, müşterilerimize sunduğumuz çözümlerimizden biri oldu. İlerleyen dönemde, kurguladığımız bu iş modelinin örnek alınarak artacağını düşünüyoruz.

Dijital Köprü Projesi nasıl gidiyor?

Dijital Köprü'yü KOBİ'lerin dijital dönüşüm süreçlerini kolaylaştırabilme hedefiyle Eylül 2019'da QNB Finansbank ile hayata geçirdik. Projenin lansmanı e-Dönüşüm paketiyle yapıldı. Çünkü e-Fatura, e-Arşiv, e-İrsaliye ve e-Defter'den oluşan e-Dönüşüm çözümleri KOBİ'lerin



zaman ve maliyet ayırmaları gereken ürünler olarak ortaya çıktı. QNB Finansbank da Ücretsiz e-Dönüşüm Paketi'ni oluşturdu.

e-Dönüşüm paketinin devamında Dijital Köprü'nün kapsamı genişletildi ve şirketlerin e-ticaretten İK'ya, ön muhasebeden satış ekibi yönetimine kadar tüm ihtiyaçlarını dijital olarak karşılayabilecekleri bir platform haline geldi. Gelişen noktada, bankacılık ve farklı fintech çözümlerine tek bir şifreyle ulaşabilmeyi sağ-

“Hayatı kolaylaştıracak yeniliklere devam edeceğiz”

DİJİTAL ASİSTAN İLE ANLIK CEVAP:

Değişen müşteri alışkanlıklarını gözlemliyoruz ve müşterilerin iletişim tercihinin telefonun sesinden klavyeye doğru değiştiğini görüyoruz. Buradan hareketle Mayıs ayında web sitemiz üzerinden ‘Canlı Destek’ uygulamasını hayata geçirdik. Yapay zekâ altyapısını kullandığımız QNB eFinans Dijital Asistan ile Whatsapp hattı aracılığıyla müşterilerimize anlık cevap vererek sektörde büyük yeniliğe imza attık. Dijital Asistan sayesinde müşterilerimiz QNB eFinans ürünleriyle ilgili soru ve sorunlarını iletebildikleri gibi Dijital Köprü kampanyası ile ilgili olarak da 7/24 kesintisiz destek alabiliyorlar.

KUSURSUZ DENEYİM: Müşteriler 0850 250 07 50 çağrı merkezi numarası üzerinden hizmet almaya devam ederken aynı numarayı kullanarak Whatsapp hattı üzerinden QNB eFinans Dijital Asistanı ile kampanyaları öğrenebiliyor, e-Dönüşüm ürünleri ve aktivasyonları hakkında bilgi alabiliyor. Ayrıca müşterilerimizi, Whatsapp hattımız üzerinden sadece satın almak istedikleri ürünü belirttiklerinde onları avantajlı paketlere yönlendirerek ihtiyaç duydukları ürünü alabilmelerini sağlıyoruz. Müşteri ihtiyaçlarını takip ediyoruz. Müşterilerimizin hayatlarını kolaylaştıracak yenilikleri hayata geçirmeyi ve kusursuz müşteri deneyimini katlanarak devam ettirmeyi hedefliyoruz.

layan, API’lar aracılığıyla çalışan Dijital Köprü Portal hayata geçti. Biz de Dijital Köprü’deki hemen hemen tüm çözümlerle entegrasyonlarımızı tamamladık. Böylece bugüne kadar bankalarla entegre çözümler geliştiren QNB eFinans, Dijital Köprü ile fintechlerle de ortak çözümler sunmaya başladı.

Dijital Köprü Akademi’den bahsedebilir misiniz?

Dijital Köprü Akademi, Dijital Köprü’nün bir hizmeti olarak, KOBİ’lerimizi dijital dönüşüm çağında işlerini ve değişimi kolayca yönetmelerini sağlayacak iş fikirleriyle buluşturmak için Mayıs ayında oluşturuldu. Şirketleri konularının uzmanlarıyla bir araya getirerek eğitim ve ürün videolarından oluşan geniş bir yelpazede içerik sağlayan Dijital Köprü Akademi’ye katkıda bulunuyoruz.

Akademi’de yenilikler olacak mı?

Müşteriler canlı yayınlara istedikleri yerden

katılıp sorularını iletebilecekleri gibi bu yayınları sonradan da izleyebiliyorlar. Müşterilerimizin en çok e-Dönüşüm ürünleriyle ilgili destek aradıklarını gözlemlediğimiz için Dijital Köprü Akademi’de her hafta e-Dönüşüm ürünlerinin kullanımına dair canlı yayınlar düzenliyoruz. İleriki dönemde e-Ticaret’ten İK’ya, farklı konulardaki uzmanlarla canlı yayınlarla içerik daha da zenginleşecek.

QNB Finansbank Dijital Köprü ekibi KOBİ’lerle uzun yıllar çalışmış ve çözüm geliştirmiş eğitim şirketleriyle ve sektörlerinin başarılı isimleriyle çalışarak özelleşmiş içerikler oluşturuyor. Dijital Köprü’nün yaratıcı ve yenilikçi ürünleri hakkında bilgilendirmeler ve bu ürünlerin kullanımına dair videolar da Akademi’de paylaşıyor. Dijital Köprü Akademi’yi daha da zenginleştirerek KOBİ’lerimizi geleceğe taşıyacak fikirlerle buluşturmaya devam edeceğiz. ■

“Mobil tarafta ciddi yatırımlara başladık”

“İlk günden beri ERP bağımsız yapımızla Türkiye’de bizimle çalışmak isteyen her şirketin eksiksiz ve tam, yenilikçi yüksek standart ve kaliteyle çalışan bir altyapıyla hizmet alabilmesi için çalıştık. Bulut teknolojilerini ilk uygulayan şirketlerden olduk. Şirketlerin bilgilerine 7/24 uzaktan ulaşabilmesine, bizimle çalışan her şirkete ücretsiz sağladığımız portalimiz sayesinde olanak tanıdık. Tüm e-Dönüşüm ürünlerini Dijital Köprü çözümleriyle de buluşturarak etki alanımızı daha da geliştiriyoruz. e-Dönüşüm ürünleri tarafında mobil uygulamaya çok bir talep olmuyordu ancak e-SMM ile mobil tarafta ciddi yatırımlara başladık. Yenilikçi iş yapış şeklimizi ve çözümlerimizi QNB eFinans kullanan şirketlerle buluşturmaya devam edeceğiz.”



YENİ YATIRIMLARLA BÜYÜMEDE HIZ KESMEYECEK

Geçen yıl 1,1 milyar dolarlık bir ciroya imza atan ve bu yıl pandemi koşullarına rağmen büyüme yolculuğuna devam eden Erdemoğlu Holding, krizi fırsata çevirecek yeni yatırıma karar verdi. Sasa'yı satın alarak polyester sektörüne giriş yapan şirket, gündeme aldığı yeni yatırım planıyla polyesterin hammaddesini de üretmeyi hedefliyor. Erdemoğlu Holding Yönetim Kurulu Başkanı İbrahim Erdemoğlu, yaptıkları teknolojik ve katma değerli üretim hamlesiyle bu yıl büyümede hız kesmeyeceklerini söylüyor.



Halı, mobilya, tekstil gibi alanlarda faaliyet gösterirken bundan altı yıl önce Sabancı Holding'e ait Sasa'nın yüzde 51'ini alarak polyester sektörüne giriş yapan Erdemoğlu Holding için bu karar bir dönüm noktası oldu diyebiliriz. Bugün 1,1 milyar dolar büyüklüğe sahip Erdemoğlu Holding'in son yıllarda hızlı büyümesinin ardından bu satın almanın önemli bir payı var şüphesiz. Bu satın alma ve beraberinde alınan yeni yatırım kararlarıyla grubun son yıllarda hızlı çıkışı bu yıl da pandemiye rağmen devam edecek. İbrahim Erdemoğlu kaptanlığında yeni kararlara imza atmaya devam eden holding, pandemi sürecinde krizi fırsata çevirerek polyesterin hammaddesini üretmek için kolları sıvadı.

Polyesterin hammaddesi PTA üretimi için yatırım planlayan grup, halı sektöründe ise etkinliğini artırmak hedefiyle duvardan duvara halı üretimi için ek yatırımı gündemine aldı. Erdemoğlu Holding Yönetim Kurulu Başkanı İbrahim Erdemoğlu, pandemi sürecini bir fırsat gibi görüp, mevcut yatırımları tamamlayıp yeni yatırımlara da hız verecekleri bir dönem olarak geçirdiklerini anlatıyor. İbrahim Erdemoğlu, holding olarak yaptıkları teknolojik yatırımlarla hem cirosal anlamda hem de istihdam anlamında büyümeye devam edeceklerini söylüyor. Erdemoğlu, grubun ileri teknoloji ile katma değerli üretimi bir araya getirdiği yatırım hamlesini konuştuk...

İBRAHİM ERDEMOĞLU

BÜYÜME VE YATIRIMA DEVAM Erdemoğlu Holding grup şirketleri açısından 2019 yılı bir önceki yıla göre daha başarılı ve parlak kapandı. Geçen yıl ki performansımız, grup şirketlerimiz toplamda 1.1 milyar dolarlık ciro ile önemli bir büyümeye imza attı. 2019 yılı toplam çalışan sayımız da yüzde 26 artışla 10 bin 65 kişiye ulaştı. Erdemoğlu Holding 2020 yılı vizyonuna yine büyümeyi ve yeni yatırımları koyarak planlama yaptık. 2020 yılında büyüme hedefimiz yüzde 20 ile yüzde 30 arasında, istihdamda da yaklaşık yüzde 20'lik bir büyümeye hedefliyoruz. Pandemi sürecinin tüm dünyayı kasıp kavurduğu bu süreçte büyüme planlarımızla ilgili herhangi bir revizyon yapmadık. Sözü ettiğim gibi yıl sonuna kadar yüzde 20 - yüzde 30 aralığında bir büyüme planımız var.

DİJİTALLEŞMEYLE YENİ ÇALIŞMA DÜZENİ Pandemi süreci insan sağlığını ve ülke ekonomilerini çok ciddi şekilde etkiledi. Bu süreçte önceliği sağlıklı ve güvenli üretim yapma planı üzerine kurduk. İlk önceliğimiz işçilerimizin sağlığı oldu, ürün verdiğimiz hiçbir kurumu mağdur etmemeye çalıştık ve bunda da başarılı olduk. Dijital dönüşümün sağladığı avantajlarla evden çalışma, yarım gün çalışma gibi çalışma planlarını hayata geçirdik. İşçilerimizin çalışma ortamlarını tekrar düzenledik. Böylece bu süreçte çok şükür işçilerimizin sağlığıyla ilgili olumsuz bir olayla karşılaşmadık.

YENİ YATIRIM İÇİN DÜĞMEYE BASTI Bu zorlu süreçte önemli kararlara imza attık. Yeni dönemde özellikle POY ve Tekstüre olmak üzere duvardan duvara halı, parça halı ve geri dönüşüm tesisleri kurmak için ve mevcut tesislerimizi daha modern hale getirebilmek için çalışmalarımızı hızlandırdık. Bu arada günlük bin ton POY tesisimiz devreye girdi. Asıl planımız olan polyesterin hammaddesi PTA yatırımımız için de düğmeye basmış bulunuyoruz. Dünyaca ünlü pek çok şirketle bu konuda görüşmelerimiz devam ederken, kullanacağımız teknolojiye de karar verdik. Erdemoğlu Holding olarak 2020 yılı pandemi sürecini de bir fırsat gibi değerlendirerek mevcut yatırımlarımızı tamamlayıp yeni yatırımlarımıza da hız vereceğiz.

İHRACAT ARTTI Pandemi sürecinde hijyen grubuna çalışan tesislerimizi öncelikle yurtiçi ihtiyaçları karşılamak için kapasite arttırarak üre-

2021'de ekonomi yüzde 5 büyür

2020 yılı dünya ve ülkemiz için gerçekten zor bir yıl olacak. Üretimler kısıldı, fabrikalar kapatıldı, işsizlik arttı. Dünya genelinde gelecekle ilgili bir belirsizlik oluştu. Fakat bu durumun 2020 yılı sonunda ortadan kalkacağını ve 2021 yılının dünya için yeni bir başlangıç yılı olacağını düşünüyoruz. Daha çevreci, daha insani ve insan sağlığını öne alan yatırımların önünün açılacağına, 2021 yılında ülkemizin yüzde 5 civarında bir büyümeye imza atacağına inanıyoruz.

time devam ettik. Böylece yurt içindeki hiçbir müşterimizi mağdur etmedik. Üretimimizin geri kalan kısmında da yurtdışındaki müşterilerimizin istedikleri sağlıklı ve kaliteli malları üreterek ihracat yaptık. Bu süreçte hem ihracatımızda hem de yurtiçi satışlarımızda artışlar yaşadık. Burada bizim için önemli olan ülkemizin ve dünyanın içinde bulunduğu zor süreçte üretimimizi insan sağlığını öne alacak şekilde belirledik. Hijyen grubuna ağırlık verdik. Islak mendil, çocuk bezi, tek kullanımlık malzemeler, ambalaj sanayi ve tarım sektöründeki firmalara hammadde üretimini arttırdık. Bu vesileyle hem ülkemizdeki hem de dünyadaki üretime katkıda bulunduk.

Özellikle şirketimizin sağlık konusunda ürettiği mamuller ilaç sanayi, hijyen ve sağlık grubu ürünleri olduğu için bu konuda taviz vermeden ve her müşterimizin ihtiyacını karşılayacak şekilde bir çalışma programı yaptık.

SON ÇEYREKTE TOPARLANMA OLUR 2020 son çeyreğin ciddi bir toparlanma süreci olacağını, virüsün dünya üzerindeki etkisinin önümüzdeki üç beş ay içerisinde azalmasını bekliyoruz. Yeni tedavi ve aşı bulunması halinde dünyanın ekonomik anlamda çok hızlı bir şekilde büyüyeceğini düşünüyoruz. Ülkemizin de bu süreçten daha başarılı çıkacağını, gelişmekte olan ülkeler içerisinde pozitif ayrışacağını tahmin ediyoruz. Erdemoğlu Holding olarak bu büyümeye bizim de hem cirosal anlamda hem de istihdam anlamında ciddi katkıda bulunacağımıza inanıyoruz.

"KOBİ'LER DİJİTAL ÇÖZÜM ARAYIŞINDA"

KOBİ'ler için kiralama yöntemi ile bulut bazlı mağaza, stok ve sipariş yönetimi hizmeti veren Kobiks, pandemi dönemini fırsata çevirmeyi başaran şirketlerden biri. Şirketin kurucusu Bürkan Beyli, "Virüs salgınında perakende sektörünün ekonomik anlamda olumsuz etkilenmesi, KOBİ'leri daha ekonomik ve dijital çözümlere itti. 2020'de 10 kat büyümeyi hedefliyoruz" diyor.

Aram Ekin Duran eduran@ekonomist.com.tr



KOBİ'ler için bulut bazlı mağaza, stok ve sipariş yönetimi hizmeti veren bir perakende teknoloji firması olan Kobiks, faaliyete geçtiği 2018'den beri SaaS (kiralama) iş modeli ile çalışıyor. Kobiks, pandemi dönemini fırsata çevirmeyi başaran şirketlerden biri. Şirketin kurucusu Bürkan Beyli, "Virüs salgınında perakende sektörünün ekonomik anlamda olumsuz etkilenmesi, KOBİ'leri daha ekonomik ve dijital çözümlere itti. 2020'de 10 kat büyümeyi hedefliyoruz" diyor.

Şirketin kurucusu Bürkan Beyli ile gelecek planlarını ve QNB Finansbank ile işbirliğinin Kobiks'e kattıklarını konuştuk. Sorularımız ve aldığımız yanıtlar şöyle:

Şirketinizi kurarken nasıl bir fikirle yola çıktınız?

Türkiye'de özellikle mağazacılık sektöründe yıllardır faaliyet gösteren deneyimli yazılım firmaları var. Bu firmalar yerleşik düzende çözümler sundukları için ana dağıtım kanallarını bayiler üzerine kurmuşlar. Bulut tabanlı, ekonomik çözümler sunarak kendilerini yenileyemiyorlar

çünkü ana satış kanallarını parçalamak anlamına geliyor. Bu süreç hem ekosistemlerinin kültürü hem maliyet yönetimi açısından oldukça zor bir dönüşüm. Benzer şekilde, yerleşik düzende hizmet veren perakende yazılım firmalarının hantal yapıları ve bayi kanallarına olan bağımlılıkları bizim gibi çevik ve inovatif teknoloji firmalarına yol açıyor. Kobiks, özellikle mikro ve orta ölçek KOBİ'lerin faaliyet gösterdiği perakende pazarında gördüğü bu mavi okyanus fırsatlarını hayata geçirme fikriyle yola çıktı.

Şirket olarak müşterilerinize ne gibi hizmetler veriyorsunuz?

Üç ana hedef müşteri kitlesine farklı alanlarda katma değer yaratıyoruz. Birincisi esnaf olarak nitelendirdiğimiz, tek lokasyondan satış yapan, kasap, çiçekçi, bakkal, kitapçı, vs. gibi genellikle aile bireyleri tarafından yönetilen, 100 TL'nin hesabını yapan mikro KOBİ'ler. Bu kitleye başka bir yerde bulamayacakları fiyatta, kurulumu ve kullanımı kolay satış noktası çözümü sunuyoruz. Kobiks müşterileri beş dakikada sisteme üye olup, ürün

"QNB Finansbank ile müşteri kazanımı hızlandı"

"QNB Finansbank iştiraki olan eFinans ile dijital dönüşüm hızlandırmak adına bir sitem entegrasyonu gerçekleştirdik. Bu iş birliği sonucunda kullanıcılarımız beş dakika içerisinde QNB eFinans hesaplarını Kobiks'te tanımlayıp mağazalarında işledikleri satışların e-Arşiv ve e-Faturalarını QNB eFinans üzerinden yaratabiliyor, müşterileri ile paylaşabiliyorlar. QNB Finansbank'ın iki yıl ücretsiz e-Dönüşüm kampanyası dijital dönüşümü tetiklediği için Kobiks'in müşteri kazanımını hızlandırdığını çok net olarak söyleyebiliriz."

tanımlayıp stok, sipariş ve satışlarının takibini ellerindeki IOS, Android veya Microsoft tabanlı akıllı cihazlardan veya dokunmatik ekranlardan yapabiliyorlar. İkincisi, KOBİ olarak nitelendirdiğimiz, genellikle çoklu kanal çalışan, 2-5 mağazası olan, konsinye, online ve toptan çalışan ufak işletmeler. Bu müşterilerimize merkezlerinde ve mağazalarında çoklu kanal yönetim çözümleri sunuyoruz. Alternatif yerleşik yazılımlara oranla ekonomik ve eğitim gerektirmeyen bulut bazlı çözümümüz KOBİ'lerin dijitalleşmesine yardımcı oluyor.

Şirketlere ne gibi çözümler sunuyorsunuz?

Çözümümüz, KVKK, CRM, kampanya, ön muhasebe ve finans yönetimi gibi kritik yetkinlikleri de kapsıyor. Üçüncüsü, kurumsal olarak nitelendirdiğimiz firmalara merkezi mağaza ve bayi yönetimi ve raporlama hizmetleri veriyoruz. Birçok kurumsal firma hala eski nesil ERP yazılımları kullandıkları için bulut çözümlerin avantajları ile yeni tanışıyorlar. Kobiks'i kullanmaya başlayan büyük firmalar hem operasyon maliyetlerini ciddi anlamda düşürüyorlar hem de stratejik karar alma yetkinliklerini veriye daha hızlı ulaşıyorlar. Kurumsal firmaların büyük paralar harcadıkları Logo Tiger, SAP, Nebim gibi ERP sistemlerini değiştirmelerini tabii ki beklemiyoruz. Bu sebeple merkezi ERP sistemleri ile bütünleşik çalışan, özellikle bayi satış noktalarında, yeni nesil mağazacılık çözümleri sunuyoruz.

Küresel virüs salgını işlerinizi nasıl etkiliyor?

Salgın öncesi her potansiyel müşteri, bizden yüz yüze ziyaret talep ediyordu. Yüz yüze görüşmeler artık sağlık riski oluşturduğu için video konferansları ile satışlarımızı çok daha hızlı ve ekonomik gerçekleştirebiliyoruz. Virüs salgınının perakende sektörünün ekonomik anlamda olumsuz etkilenmesi, KOBİ'leri daha ekonomik ve dijital çözüm arayışına itti. Bu gelişme, Kobiks için hem mavi okyanusları büyütüyor hem de rekabet avantajı yaratıyor.

2020 sonunda büyüme hedefiniz nedir?

2019 yılında şirketimiz 4 kat büyüdü. 2020 yılına FAVÖK pozitif olarak giren şirketimizi yıl sonunda 10 kat büyütmeyi hedefliyoruz.



Dijital dönüşümün şirketlere nasıl bir katkısı oluyor?

Dijital dönüşüm öncesi mikro ve ufak müşterilerimizin birçoğu kendi yönettikleri yerel yazılımlar veya MS Excel üzerinden sipariş, stok ve satışlarını takip ediyorlardı. Kobiks sayesinde artık ellerindeki telefonlar üzerinden anında satış yapıp, e-fatura kesip, rapor alabiliyorlar. Kobiks kullanan müşterilerimiz yüzde 80 oranında verimlilik sağladığını gözlemliyoruz. Ortalama 5 kişilik bir işin tek kişi ile yapıldığına şahit oluyoruz. Büyük firmalarda ise bulut ortamında bilginin hızlanması ile karar mekanizmaları daha sağlıklı yürüyor. Özellikle dijitalleşen bayi kanal yönetiminde benzer oranlarda verimliliğin arttığını fark ediyoruz.

Önümüzdeki dönemde yeni projeleriniz var mı?

Önümüzdeki dönemde, fintechler, e-Ticaret altyapı firmaları, bankalar, yazar kasa pos firmaları ve kurumsal ERP yazılım firmaları ile iş ortaklıklarına devam etmek ve dijital bütünleşme süreçlerimizi müşterilerimize daha iyi hizmet vermek adına derinleştirmeyi amaçlıyoruz. Özellikle vergi usul kanununun 507 sıra no'lu tebliği ile ödeme kaydedici cihazların ve yazar kasaların yürürlükten kalkıyor olması önümüzü oldukça açtı. Tahsilat işlemleri bu tebliğ ile (IOS, Android veya Microsoft tabanlı) akıllı telefonlardan veya dokunmatik ekranlardan yapılabilecek. Dolayısı ile bu cihazlara uyumlu mağazacılık özelinde yazılım geliştirme yetkinliklerimizin olması Kobiks'in katma değerli hizmetlerini daha cazip kılıyor. Bu tebliğ ile yurtdışında unicorn olan Square deneyimini mağazalarda sunabiliyor olmak bizi çok heyecanlandırıyor.

Yurtdışında büyüme hedefiniz var mı?

Hiçbir pazarlama faaliyetinde bulunmadan Ortadoğu ve Doğu Avrupa'dan müşteriler bizi bulmaya başladı. Özellikle fiyat avantajından dolayı yurt dışında faaliyet gösteren KOBİ'ler Kobiks'i tercih edebiliyor. Türkiye'deki mavi okyanuslara odaklanmış olsak da özellikle Avrupa ve Orta Doğu'da organik büyümeye istesek de engel olamayacağız gibi düşünüyoruz.

ZAMAN VE ENERJİDEN TASARRUF ETTİREN CİHAZLAR

EV TEMİZLEYEN ROBOT

Düzenli ve otomatik çalışarak temizlik için ayrılan vakit ve enerjiden tasarruf ettiren robot süpürgeler, sürekli çeşitleniyor. Anker'in robot süpürge markası Eufy ailesine yeni eklediği RoboVac G10 Hybrid de bunlardan biri. Cihaz, kuru temizliğin yanı sıra ıslak temizlik görevini de üstlenebiliyor. Akıllı Dinamik Navigasyon teknolojisi sayesinde tüm evin dijital haritasını çıkartarak temizlik yapan RoboVac G10 Hybrid, bu sayede ev temizliğini standart bir robot vakum süpürgeye göre iki kat daha hızlı tamamladığı iddiasında. Verilen bilgiye göre, standart süpürgelerin 100 dakikada tamamlayabildiği ev temizliği, G10 Hybrid ile 50 dakikada yapılabiliyor. Wi-Fi bağlantısı sayesinde mobil uygulaması üzerinden de her yerden yönetilebiliyor. Bir kez programlandığında, belirtilen sıklıkta ve zamanda kendiliğinden çalışan robot süpürge, 90 dakikaya kadar kapasiteye sahip. Şarjı bittiğinde istasyonuna otomatik olarak dönebiliyor. Google Asistan ve Amazon Alexa gibi sesli asistanlarla bağlantı kurabiliyor.



Robot İngilizce öğretmeni!

İngilizce dil gelişimine yardımcı olan mobil uygulama Donut Language Game, İngilizce kelime, dilbilgisi ile telaffuz hatalarını otomatik ve güvenilir bir şekilde analiz eden ve puanlayabilen bir yapay zekaya sahip. Kullanım süresi ve tekrar kısıtlaması yok. Her tekrarda başarı puanı hesaplıyor ve hatta uygulamayı kullanan diğer kişiler arasında durumunuza ilişkin kıyaslama yapma olanağı sunuyor. Uygulamada arka planda çalışan ve sisteme entegre edilmiş, insan beyninin çalışma sistemiyle eş değer 10 farklı yapay zeka sistemi bulunuyor. Uygulama, günlük İngilizcesini geliştirme ihtiyacı duyanlardan, TOFEL ve IELTS gibi zorlu sınavlara hazırlanan profesyonellere kadar her seviyeye uygun hazırlanmış. Türklerin İngilizce öğrenme becerisi, sıkça yaptığı hatalar ve dil yapısı gözetilerek geliştirilen uygulama aynı zamanda oyunlaştıran bir eğitim sistemine sahip.

TESİSLERE ÖZEL MAKİNE ÖĞRENİM ARACI

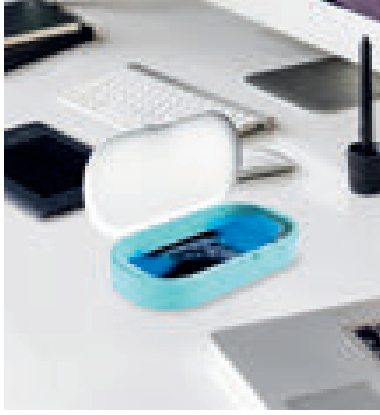
Endüstri 4.0 ve dijitalleşmeyle birlikte yapay zeka ve makine öğrenimi teknolojileri, endüstriyel tesislerin olmazsa olmazları arasında yerini aldı. Makine ve tesislerin yanı sıra üretim süreçleri de sürekli olarak veri üretiyor. Veri analizi ile kestirimci bakım gibi planlamaların yapılması ve veri odaklı adımların atılması maliyetleri büyük ölçüde düşürürken iş planlarındaki kalite de artıyor. Industrial AutoML (Otomatikleştirilmiş Makine Öğrenimi) çözümü ile makine modelleri oluşturmaya olanak tanıyan Weidmüller de üretim tesislerinde verimliliği yükseltmeye ve maliyetleri azaltmaya odaklanıyor. Weidmüller'in otomatik makine öğrenimi aracı, çalışanların modellerini kendi başına oluşturmasına ve kullanmasına olanak tanıyor. Bu araç sayesinde kullanıcılar kendi verilerine ve uygulama bilgilerine dayanarak makinelerin hatalı davranışlarının farkına varabiliyor. Platformdan bağımsız yazılım, bunu otomatik model oluşturma ve sezgisel bir kullanıcı arayüzü ile yapıyor. Bu modellerin bulut sistemlerine taşınmasına ise kişi kendi karar verebiliyor.



Zaman ve enerjiden tasarruf ettiren teknolojiler giderek artıyor. Ev temizleyen robot, makine öğrenimi sağlayan tesislere özel araçlar ve yapay zeka özellikli sunucular bunlara birer örnek. İşte bu ay seçtiğimiz yedi cihaz.

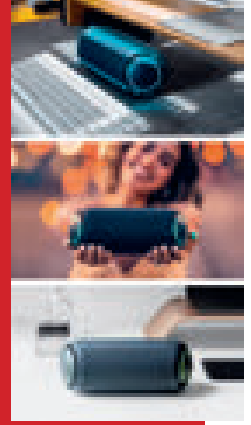
TELEFON VE AKSESUARLARA STERİLİZASYON ÇÖZÜMÜ

Covid-19 salgını ile kişisel hijyen konusu gündeme taşınırken, sık kullanılan aksesuarların nasıl sterilize edilebileceği de konuşulmaya başlandı. İçinde bulunduğumuz normalleşme sürecinde, akıllı telefon, kulaklık gibi aksesuarların yanı sıra maske, anahtar gibi sık kullandığımız eşyaların steril olması her şeyden önemli. Celly ProSterilizer UV-C ışınları sayesinde, günlük yaşamda sıklıkla kullanılan aksesuarlar üzerindeki mikroorganizmaların yüzde 99 oranında yok edildiği ifade ediliyor. Celly ProSterilizer, UV-C'nin yapısı gereği içerisindeki objelere herhangi bir zarar vermeden çalışıyor. Sterilizasyon sürecini beş dakikada tamamlayarak, otomatik olarak kapanan cihaz, aromaterapi işleviyle birkaç damla likit yağ veya parfüm ile bu objelerin 10 dakika içerisinde güzel kokmasını sağlıyor. Celly ProSterilizer, kompakt tasarımıyla çantada taşınabilir ve Micro USB bağlantısı ile şarj edilebiliyor.



TAŞINABİLİR HOPARLÖR

LG Electronics (LG), LG XBOOMGo PL serisi taşınabilir bluetooth hoparlörü piyasaya sunuyor. 30W ses çıkış gücüne sahip LG XBOOMGo PL7, çift etkili bası, yan taraflarındaki renkli aydınlatması ve 24 saatlik pil ömrü ile kullanıcı neredeyse cihazı oraya taşıyor. Daha dengeli ses deneyimi için yeniden tasarlanan yuvarlak hatlı dizaynı, woofer ışıklandırmaları, kauçuk kaplaması ve elde taşımaya uygun yapısıyla da dikkat çekiyor. LG XBOOMGo PL Serisi IPX5 sınıfı olması nedeniyle sudan etkilenmiyor. Kullanıcılar bluetooth hoparlörlerini duşta, plajda, yağmur altında kesintisiz olarak kullanabiliyorlar. LG XBOOMGo PL serisinin 24 saat süren pil ömrü de bulunuyor. LG XBOOMGo PL2 PL5 ve PL7, Bluetooth Surround Ready özelliğiyle de TV sesini de etkiliyor. İki LG XBOOM Go PL serisi, bir LG TV'ye bağlandığında kullanıcılar diledikleri içeriği canlı surround ses kalitesi ile izleyebiliyorlar.



YAPAZ ZEKA HIZLANDIRMALI SUNUCU

Fujitsu, işletmelerin dijital alanda yürüttükleri işlerinde kullandıkları veri odaklı iş dönüşümünü hızlandıran BT altyapısını duyurdu. PRIMERGY RX4770 M6 sunucusu, iş yüklerinde en yüksek talepleri bile sorunsuz karşılamak için Intel Deep Learning desteği aracılığıyla yerleşik yapay zeka hızlandırıcı dört adet yeni 3. Nesil Intel Xeon ölçeklenebilir işlemci tarafından desteklenmiş. Sistem başına 112 çekirdeğe kadar yükseltilebilen yeni sistem tasarımı, küçük kaplama alanıyla kuruluşların şirket içi veri merkezlerini küçültmelerine olanak sağlayacak. Intel Optane kalıcı belleğinde 24 adet olmak üzere, 48 adede kadar DIMM modülüne yükseltilebilen hızlı, yüksek kapasiteli ve düşük maliyetli büyük veri setleri ile uygulamaların daha hızlı çalışması hedefleniyor. Fujitsu, yeni sistemi sayesinde, kurumların dijital ortamın artık vazgeçilmez parçası haline gelen büyük sanal uygulamalar gibi iş yüklerindeki büyük artışlarına olanak sağlama hedefinde.



Yeni nesil sanal gerçeklik gözlüğü

Valve ve Microsoft ile birlikte geliştirilen HP Reverb G2, dünyanın en yüksek çözünürlüklü sanal gerçeklik gözlüğü olarak duyuruldu. Reverb G2, yeni oyun oynama, içerik üretme, birlikte çalışma ve öğrenme yöntemlerini geliştirecek şekilde tasarlandı. Gelişmiş optiklere, içten dışı takip etme özelliğine, üç boyutlu sese ve mimik teknolojisine sahip olan yeni gözlük, Windows Mixed Reality ve SteamVR platformlarına da entegre olabiliyor. Gözlük, 14 derecelik alan ve her göze 2K çözünürlük sunan lenslerle görüntüleme deneyimi, serbestlik derecesini devam ettirmek için dört kameralı izleme, ses için üç boyutlu ses olanağı sunan yeni hoparlörler gibi özelliklere sahip. Ayrıca iyileştirilmiş tuş yerleşimi ve bluetooth ile önceden bağlanma özelliği gibi yeni kontrol özellikleri, yüz bölgelerinde büyütülen yastıklar ve opsiyonel değiştirilebilir şeritler gibi özellikler de sunuyor. Takıldığı anda kullanma deneyimi için Windows Mixed Reality desteğine, oyunlara ve uygulamalara erişim için de SteamVR uyumluluğuna da sahip.



"ÇALIŞMANIN GELECEĞİNDE VIDEO KONFERANS VAR"

Bu yılın ilk çeyreğinde toplam 328,2 milyon dolar gelir elde ederek, önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 169 büyüme yaşayan Zoom, Türkiye'deki ücretsiz kullanıcı kayıt sayısını da nisanda ocak ayına göre 139 kat artırdı. Zoom Video Communications Gelişen Pazarlar Pazarlama Müdürü Emrah Aydın, "Çalışmanın geleceğinde video konferansın önemli bir yerinin olacağına inanıyoruz" diyor.

Burcu Tuvay btuvay@ekonomist.com.tr



Koronavirüs salgını nedeniyle tüm dünya toplantılarını sanal ortamlara taşıdı. Sanal ortamda toplantı olanağı sunan uygulama Zoom, bu süreçten en olumlu etkilenen şirketlerden biri oldu. Bu yılın ilk çeyreğinde toplam 328,2 milyon dolar gelir elde ederek, önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 169 büyüme yaşayan Zoom, Türkiye'deki ücretsiz kullanıcı kayıt sayısını da Nisan 2020'de ocak ayına göre 139 kat artırdı.

Zoom Video Communications Gelişen Pazarlar Pazarlama Müdürü Emrah Aydın, "Zoom olarak, çalışmanın geleceğinde video konferansın önemli bir yerinin olacağına inanıyoruz. Aslında pandemi ile bunun bir demo'sunu gördük, tüm dünya adeta bir video konferans deneyi gerçekleştirdi. Bu da, iş dünyasında çalışanların da liderlerin de nelerin mümkün olduğunu görmelerine yardımcı oldu. Artık hibrit

zoom

çalışma dönemine giriyoruz" diyor.

Aydın, sorularımızı şöyle yanıtladı:

Zoom'un pandemi sürecinde sadece etkili bir iletişim aracı olmasında kesintisiz ve hızlı bağlantı kurulabilmesi oldu. Milyonlarca kişinin kullandığı bir platformun başarısının ardında ne yatıyor?

Biliyorsunuz, koronavirüs salgınına tüm dünya hazırlıksız yakalandı. Bunun bizim için anlamı, bir anda onlarca kat artan kullanıcı sayısı demek oldu. Aralık ayında günlük 10 milyon olan toplantı katılımcı sayımız, mart ayında 200 milyon, nisan ayında ise 300 milyonu aştı. Ancak en yoğun zamanımızda bile kurulan platformun yapısı, kaynaklarımızın yüzde 50'sinden fazlasını kullanmamızı gerektirmiyordu. Tüm veri merkezimiz stres altına girse bile, Amazon Web Services ve sonradan eklediğimiz Oracle gibi 'bir hizmet olarak altyapı' (IaaS) ortaklarımızın altyapı-

"2022'de toplantıların yüzde 40'ı sanal sistemlerle yapılacak"

"İşletmeler çalışanların aynı fiziksel konumda olmamaları sebebiyle yüz yüze iletişim olamayacağını düşündüklerinden, bunun iç iletişimlerini etkileyeceğini düşünüyorlardı. Ancak, çalışanlar artık dünyanın neresinde olursa olsun, iç iletişimi başarıyla yönetmek mümkün. İşletmelerin video webinar'lar gibi uygulamalarla, her ne kadar bugünkünden daha farklı olsalar da online görüşmeleri yaptıklarını koronavirüs öncesinde de görüyorduk. Gartner, 2022'de tüm iş toplantılarının yüzde 40'ının sanal sistemler ve gelişmiş analitik sayesinde gerçekleşeceğini söylüyor. Her seviyedeki çalışan için şirketin iyi durumda olması, stratejik açıdan ilerlediği yol önemlidir. Videolu görüşmeler bunlara yardımcı oluyorlar ve dünyayı nasıl değiştirebildiğini hepimiz gördük. Gelecekte de herkesin uzaktan ortak çalışma araçlarını kullanacağına yürekten inanıyoruz."

ları üzerinden kesintisiz çalışmaya devam edebiliyor.

Güvenlik ile ilgili de çok kez gündeme geldiniz. Hatta bunun için 90 günlük bir çalışma planı açıkladınız. Bu süreci değerlendirir misiniz?

Zoom, 1 Nisan'da tüm mühendislik kaynaklarını güvenlik ve gizlilik problemlerine aktardı. Üç aylık süreçte kullanıcılarımıza 100'den fazla özellik sunduk. Zoom 5.0 sürümü ile toplantı yöneticilerinin çoklu cihaz girişini engelleyebilmesi, kullanıcıların mikrofonu açılırken kullanıcının rızasının alınması, bulut kayıtlarının saklanma süresinin belirlenebilmesi ve daha sıkı Zoom Chat kontrolleri gibi diğer özellikler platformumuza eklendi. Keybase satın alması ile ücretli ve ücretsiz tüm kullanıcılar için uçtan uca şifreleme çalışmaları başladı. Coğrafi konuma göre veri yönlendirme seçimi getirdik. Zoom'dan talep edilen veri, kayıt ve içeriklerle ilgili bilgileri detaylandıran saydamlık raporu için yaklaşım ve çerçeveyi belirledik. İlerleyen dönemde, ilk raporumuzu 2020 mali yılı ikinci çeyrek bilgileriyle paylaşacağız.

Birçok ülkede normalleşme uygulamalarına başladı. Artık bu kadar kişinin evden çalışmadığı bir ortamda Zoom'u neler bekliyor?

Zoom olarak kurulduğumuz günden beri, çalışmanın geleceğinde video konferansın önemli bir yerinin olacağına inanıyoruz. Aslında pandemi ile bunun bir demo'sunu gördük, tüm dünya adeta bir video konferans deneyi gerçekleştirdi. Bu da, iş dünyasında çalışanların da liderlerin de nelerin mümkün olduğunu görmelerine yardımcı oldu.

Artık hibrit çalışma dönemine giriyoruz. İş dünyası, çalışan deneyimi aynı olduğu sürece teknolojiden faydalanmak istiyor. Dolayısıyla ne zaman nerede olduğunuzdan çok, nasıl çalıştığınız ve ne kadar fayda sağladığınız önem kazanıyor. Bu sebeple çalışan deneyimini artırmak için çalışıyoruz.

Ne gibi çalışmalar yapıyorsunuz?

Kısa süre önce duyurusunu yaptığımız Bir Hizmet Olarak Donanım (Hardware as a Service) programı ile iş dünyasına donanımları kiralayarak platformumuz üzerinde kullanma olanağı sağlıyoruz. Böylece satın alma maliyeti olmadan en yüksek kalitede görüşme ve çalışma olanağı veriyoruz. Bu program ile KOBİ'leri ve küçük işletmeleri destekliyoruz. Bu program sadece konferans



sistemleriyle sınırlı değil. Programdaki iş ortaklarımızla çalışma kapsamımızı genişleterek, ABD, Avrupa, Avustralya ve Yeni Zelanda'da devreye aldığımız Zoom for Home ile alanımızda yeni bir kategori açmanın mutluluğunu ve gururunu yaşıyoruz. Hepsi bir arada ortak çalışma aracı diyebileceğimiz Zoom for Home, 27 inçlik ekranında tek dokunmayla toplantı yapabilmek, yüksek ses kalitesinde çağrılar yapabilmek, içerik paylaşımı, interaktif beyaz tahta ve ortak çalışma özelliklerini bir araya getiriyor.

Tüm bu süreçlerin Türkiye'de yansımaları nasıl oldu, özellikle kurumsal tarafta yaklaşımı nasıl buluyorsunuz?

Zoom'un özellikle uzak bağlantılarda yaşanabilen kesinti ve donma gibi problemler olmaması sebebiyle beğeniyle karşılandığı yönünde geri bildirim alıyoruz. Bireysel ve iş dünyasındaki kullanımın yanı sıra, birçok eğitim kurumunda da tercih ediliyor. İş dünyasında, koronavirüs öncesinde de çözüm olarak tercih ediliyorduk. Ancak pandemi sürecine bakarsak, Ocak-Nisan 2020 arasında ücretsiz kullanıcı kayıt sayısı Nisan 2020'de Ocak ayına göre 139 kat artış gösterdi. İş dünyası için de şöyle bir veri paylaşabilirim; 10 ve daha fazla çalışana sahip kurumlarda, ücretli Zoom kullanıcı sayısı yine aynı süre zarfında 10 kat büyüdü.

Zoom'un hızlı büyümesinin gelirlere ve genel olarak Zoom'a nasıl etkisi oldu?

2020 mali yılı 1'inci çeyrek rakamlarımıza göre, toplam 328,2 milyon dolar gelir elde ederek, önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 169 büyüme yaşadık. Çalışan sayısı 10'dan fazla olan müşteri sayımız 265 bin 400 olurken, yine önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 354 büyüdük. Son bir yıl içinde gelirlere 100 bin doların üzerinde katkıda bulunan 769 müşteriden elde edilen gelir, geçen yılın aynı çeyreğine göre yaklaşık yüzde 90 artış gösterdi. Geçen mali yılın aynı çeyreğini izleyen 12 aylık dönemde, 10'dan fazla çalışanı olan müşterilerde dolar bazında büyüme oranı, arka arkaya 8 çeyrek boyunca yüzde 130'u aştı. Nisan 2020 kullanım oranları baz alındığında toplam toplantı süresi 2 trilyon dakikayı geçti. Dünyanın dört bir yanında 100 binden fazla K-12 seviyesinde okul, en iyi online eğitim deneyimi için Zoom'u seçti. Ayrıca, dünya genelinde Zoom çalışanlarının sayısı 2 bin 800'ü aştı

"YURTDIŞI ROTAMIZDA AVRUPA VE AFRIKA VAR"

Crede Danışmanlık; dijital ortamdaki veriden potansiyel müşteri, risk/istihbarat, sahtecilik ve operasyonel iyileştirme sonuçları sağlayan servisler ve terzi işi danışmanlık projeleri üretiyor. Crede Danışmanlık Kurucu ve Yönetici Ortağı Ahmet Kocamaz, salgının dijitalleşmeyi hızlandırması sonucu yakaladıkları ivmeyle yılı hedeflerin üzerinde kapatacaklarını söylüyor. Kocamaz, "Avrupa'da ve Afrika'da birer ülkede potansiyel partner şirketlerle görüşüyoruz" diyor.

Ceren Oral Balaban coral@ekonomist.com.tr



2011'de analitik çözümleri tüm sektörlere yayma vizyonu ile kurulan Crede Danışmanlık ve Veri Servisleri, 2016'da analitik veri servisleri şirketi haline geldi. Risk, pazarlama ve dijital dönüşümün her alanında analitik ürünler ve servisler üreten şirket, müşterilerinin ihtiyaçlarına odaklanarak verimlilik artışına katkı sağlıyor. Crede Danışmanlık ve Veri Servisleri Kurucu ve Yönetici Ortağı Ahmet Kocamaz, 2018'de ilk yatırımı olarak ürünleşme sürecine hız verdiklerini, son iki yıldır gelirlerin yüzde 80'den fazlasının ürünlerden geldiğini kaydediyor. Yeni yatırım almak için iki kurumla görüştikleri bilgisini de veriyor. Kocamaz, "CredIS Lite isimli yeni ürünümüzle mikro işletmeler ve KOBİ'ler tedarikçilerinin, bayilerinin ve müşterilerinin risk istihbaratını anında yapabiliyor. Bu ürün evden çalışmanın yaygınlaştığı bugünlerde KOBİ'lere ciddi katkı yapacak" diyor.

Ahmet Kocamaz ile Crede'in hiz-

metlerini ve yeni dönem planlarını konuştuk. Kocamaz'ın dijital dönüşüm konusunda şirketlere önerilerini de öğrendik.

Crede Danışmanlık'ı tanıyabilir miyiz?



Crede Danışmanlık'ı 2011'de analitik çözümleri tüm sektörlere yayma vizyonu ile, iki ortak kurduk. Zaman içinde gördüğümüz fırsatları takip ederek 2016'da analitik veri servislerine dönüştük. Bugün sekiz kişilik ekibimizle risk ve pazarlama alanlarında analitik ürünler ve servisler üretme vizyonu ile çalışmaya devam ediyoruz.

Faaliyetlerinizden bahsedermisiniz?

Crede, dijital ortamdaki veriyi tarayarak bu veriden potansiyel müşteri, risk/istihbarat, sahtecilik ve operasyonel iyileştirme sonuçları sağlayan servisler üretiyor. İstihbarat servislerimiz kurumların müşterileri, bayileri, tedarikçileri ile ilgili her türlü dijital bilgi ve haberi topluyor. Eğer bunların içinde daha önce sorun yaşayan şirketlere benzer davranışlar varsa bunları anında raporluyor. Çalıştığımız kurumların yeni müşteri kazanmalarına istihbarat servislerimizle yardım ediyoruz. Sahtecilik yapma niyetiyle kurulan

şirketleri, daha kuruluş aşamasında tahmin edebilen analitik modellerimizle kurumların zararlarını azaltıyoruz. API servislerimizle de kurumların verilerini zenginleştirerek pazarlama ve operasyonel verimliliklerini arttırıyoruz.

İş modeliniz nasıl?

Öncelikle analitik ürünlerimizi kullanan müşterilerimiz aylık kullanım ücreti ödüyorlar. Dijital ortamdaki veri üzerinde metin madenciliği yaklaşımıyla veri toplayarak mevcut bakış açılarından çok başka sonuçlar üretiyoruz. Analitik projelerimiz ise terzi işi ama veri tabanımızın gücünden sıklıkla yararlanıyor ve müşterilerimizin verilerini güncelliyor ve zenginleştiriyoruz. Bu sayede çalıştığımız kurumların verimliliklerini arttırırken büyümelerine katkı sağlıyoruz.

Kuruluştan bu yana nasıl bir gelişim sergilediniz?

İlk yıllarımızda analitik danışmanlık projelerinde yer alarak bilinirliğini arttırmayı hedefledik. 2013'ten itibaren veri servislerini geliştirmeye başladık, 2014 itibarıyla ilk servisimiz hayata geçti. Ülke ekonomisinin de hızlı büyüdüğü bir dönem olduğu için daha çok iş geliştirme bağağında çözümler ürettik. Gelişmiş risk tahminleme projeleri yapmaya da devam ettik. 2018'de ilk yatırımımızı aldık ve ürünleşme sürecimize hız verdik. 2018, neredeyse tamamen ofise kapanıp ürün geliştirdiğimiz bir yıl oldu. Son iki yıldır gelirlerimizin yüzde 80'den fazlası ürünlerimizden geliyor. Terzi işi danışmanlık projelerimizi yapmaya da devam ediyoruz.

Hangi sektörlere yoğunlaşıyorsunuz?

Büyük kurumsal şirketlerden KOBİ'lere kadar onlarca müşterimiz var. Herhangi bir sektör tercihimiz yok. Fakat risk ürünleri her zaman önce bankalar tarafından kullanılmaya başlıyor. Tabiri caizse, ürünü

"QNB eFinans'ı çok başarılı buluyorum"

"QNB eFinans ile beş yılı aşkın süredir devam eden bir iş ortaklığımız var. Dijitalleşmede öncü bir şirket olmayı seviyoruz. Bu nedenle QNB eFinans'ın yeni ürünlerini ilk biz kullanmaya çalışıyoruz. Dijitalleşme sadece fonksiyonlar demek değil. Aynı zamanda kullanıcı deneyiminizin de mükemmel olması gerekiyor. Bu noktada QNB eFinans'ı çok başarılı buluyorum. Birbirimizi karşılıklı olarak çok iyi beslediğimizi düşünüyorum. Yine QNB eFinans'ın Whatsapp destek hattı çözümünü çok yenilikçi buluyorum. Bu çözüm, dijital dönüşüm sürecindeki şirketlerin sorularını hiçbir ek mecraya ihtiyaç duymadan anında uzmanlara sormalarına olanak tanıyor."

onlar şekillendiriyor, daha sonra diğer sektörlerle ulaşıyor. Sigorta, factoring, leasing, ödeme sistemleri, enerji ve üretim sektörlerinden şirketlerle çalışıyoruz.

Mikro işletme ve KOBİ'lere özel ürünleriniz var mı?

Yakın zamanda mikro işletmeler ve KOBİ'lerin kullanabileceği Credit Lite isimli bir ürün çıkardık. Bu sistemle tedarikçilerin, bayilerin ve müşterilerin risk istihbaratı anında yapılabilir. Özellikle evden çalışmanın yaygınlaştığı bugünlerde KOBİ'lere ciddi katkı yapacağını düşünüyoruz.

2019 nasıl bir yıl oldu? 2020 nasıl geçiyor?

2019, Software-as-a-service ve Data-as-a-service uygulamamızın önemli bölümünü piyasaya sunduğumuz yıl oldu. İlk defa Software-as-a-service ürünlerimizin cirodaki payı yüzde 50'yi geçti. 2020'de ise salgının dijitalleşmeyi hızlandırmasıyla iyi bir ivme yakaladık ve bütçe planlarımızı revize etmedik. Yılı hedeflerimizin üzerinde kapatacağımızı düşünüyoruz.

Yatırım aldınız mı?

2018'de ilk yatırımımızı aldık. Şu an da iki kurumla görüşmelerimiz sürüyor.

Yurtdışına hizmet vermeyi planlıyor musunuz?

Orta vadede yurtdışı hedeflerimiz olmakla birlikte Türkiye odak noktamız olmaya devam edecek. Dış pazarlara erişim için partnerlikler modelini düşünüyoruz. Avrupa'da ve Afrika'da birer ülkede potansiyel partner şirketlerle görüşüyoruz.

Pandemi ve dijitale artan talep sizi nasıl etkiledi?

Salgın yatırım planlarımızı değiştirmedim. Çünkü dijitalleşmeye çözüm üreten bir şirketiz. Proje listemiz etkilenmedi ama piyasadaki dijitalleşme ihtiyaçları öne çekildiği için üretim hızımızı arttırmamız gerekti. Bu dönemde ekibimizi daha da güçlendirdik.

Dijital dönüşüm konusunda şirketlere önerileriniz neler?

Öncelikli yapılması gereken şirketlerin dönüşüm önceliklerine karar vermeleri ve bir planlarının olması. Operasyon, pazarlama, risk, finans gibi başlıklardan hangilerinde yapılacak dönüşümlerin kurum için daha etkili olacaklarının değerlendirilip sıraya koyulması gerekir. Crede bu alanların tümünde çeşitli servisler sunuyor. Müşterilerimizle çalışırken öncelikli olarak onların ihtiyaçlarına odaklanıyor, plan yapmalarına yardımcı oluyoruz.

Söyleşi

BÜLENT
GÜRÇAN

ONLINE SATIŞTA REKOR KIRDI

2019 yılında 'Yeni Neslin Teknosa'sı dönüşüm programını başlatan Teknosa, pandemi döneminde yaptığı yatırımların meyvesini topladı. Teknosa CEO'su Bülent Gürçan, "Pandemiye rağmen yılın ilk yarısında ciro geçen yıl aynı dönemine oranla yüzde 8,7 artış göstererek 2,4 milyar TL'ye ulaştı. Online satışlar altı kat arttı" diyor.

Ayşegül Sakarya Pehlivan asakarya@ekonomist.com.tr



Teknosa, 2019 yılının ikinci yarısında en iyi müşteri deneyimi ve operasyonel mükemmellik hedefiyle 'Yeni Neslin Teknosa'sı dönüşüm programını başlattı. Bu kapsamda mağaza ve satış süreçlerinden kategori yönetimi ve tedarik zincirine kadar pek çok alanda iyileştirme ve otomasyon çalışmaları yapıldı. Dijital dönüşümün rekabet gücünün artırılmasında kritik rol oynamanın yanı sıra aynı zamanda işin sürdürülebilirliği için de olmazsa olmaz olduğunu söyleyen Teknosa CEO'su Bülent Gürçan, "Pandeminin ardından bu daha da iyi anlaşıldı" diyor.

Şirket, bugüne kadar teknoloji ve müşteri deneyimine yaptığı yatırımların neticesini aldı. Pandemiye rağmen yılın ilk yarısında ciro geçen yıl aynı dönemine oranla yüzde 8,7 artış göstererek 2 milyar 4 milyon TL'ye ulaştı. İkinci çeyrekte online satışlarda geçen yıla kıyasla altı kata yakın rekor büyüme elde ettiklerini söyleyen Gürçan'la Teknosa'nın dijital dönüşüm hikayesini konuştuk.

Şirketinizin dijital dönüşüm yolculuğu ne zaman başladı?

Teknosa olarak uzun süredir dijital dönüşüm ve şirketin yeni dünyaya tam entegrasyonu için çalışıyoruz. İştiraki olduğumuz Sabancı Holding'in vizyonu ile yapı taşlarını oluşturduğumuz dijital dönüşümde son iki yılda hızımızı artırdık ve bundan sonra daha

da hızlanmaya devam edeceğiz. Odağına insanı ve deneyimi koyduğumuz, teknolojiyi etkin kullanırken, ileri veri analitiğini akıllı iş uygulamalarıyla bütünleştirdiğimiz bir dönüşüm yol haritamız var.

Dijital dönüşüm konusunda ne gibi adımlar attınız bugüne kadar?

Son yıllarda yaptığımız yatırımların odağında dijital dönüşüm var. Müşterilerimizi diledikleri her an, her yerden, istedikleri şekilde teknoloji ihtiyaçlarıyla buluşturmamıza imkan sağlayan 'omnichannel' stratejimiz doğrultusunda 2018 yılında şirkette bütünsel bir proje hayata geçirdik. Şu anda 16 milyondan fazla müşteri verisine sahibiz ve bunun değerini biliyoruz. Mağazalarımızda satış ve operasyon süreçlerimizin etkinliğini artırmak amacıyla dijitalleşme adımlarını da atmaya başladık. Özellikle satış danışmanlarımızın işlerini kolaylaştıracak çözümleri 2020 yılı sonuna kadar hayata geçirmek için proje adımlarımızı hızlandırıyoruz.

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

Teknosa olarak bu zor dönemde müşteri odaklı dijitalleşme ve dönüşüm konusunda son yıllarda attığımız adımların avantajını yaşadık. Veriye dayalı ve omnichannel iş modelimiz sayesinde müşterilerimize erişme, onların beklentilerini hızlı anlama ve buna uygun hizmet ve öneri sunma konusunda hızlı aksiyon

alabildik. Mart ayında online siparişlerde aynı gün teslimat hizmetimizi 10 şehre, ertesi gün teslimat hizmetimizi 26 şehre yaygınlaştırdık. Müşterilerimize siparişlerini daha hızlı ulaştırmak için 11 ilde 12 mağazamızı gölge mağazaya (dark store) dönüştürdük.

Farklı örnek projeleriniz var mı?

Sektörde bir ilk olan 'Araçta Teslimat' (Click & Drive) hizmetini de devreye aldık. Müşterilerimiz online alışverişlerinde eve hızlı teslimat ve mağazadan al (Click & Collect) seçeneklerine ek olarak mağazaya girmeden, mağaza ile anlaştığı teslimat/otopark noktasından ürününü teslim alabiliyor. Türkiye'de 11 ilde 19 mağazada hayata geçirdiğimiz araçta teslimat hizmetini, tüketicilerden gelecek talep doğrultusunda geliştirip, diğer mağazalara da yaygınlaştırmayı planlıyoruz. Covid-19 ile öne çıkan ihtiyaç ve trendleri adresleyecek spor ve hijyen ürünlerini portföyümüze kattık. Pandeminin ardından mağazalarımızın kapalı kaldığı dönemde, tüketicilerin artan teknoloji alternatif kanaldan erişmesi için 23 Carrefoursa marketinin içerisinde teknoloji köşeleri oluşturduk. Bu alanlar bundan sonraki dönemde de mağaza ağımızın önemli bir parçası olarak faaliyetlerini sürdürecektir.

e-Ticarette nasıl bir ivme yakaladınız?

2020 yılına da hızlı başladık. İlk çeyrekte e-Ticaret kanalındaki performansımız ikiye katlanırken, online satışlarımızın payı toplam ciromuz içinde yüzde 10,7'ye yükseldi. Pandemi sürecinin başlaması ve mağazaların da kapanmasının ardından online satışlar tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de hızlandı. İlk kez internetten alışveriş yapan pek çok insan oldu. Kısa sürede beş yıl sonrasının e-Ticaret trendlerine geçiş yapıldı. Teknosa olarak hem güçlü altyapımız hem de değişen müşteri ihtiyaçlarına göre çok hızlı pozisyon performansımızı pozitif etkiledi. Yılın ikinci çeyreğinde online satışlarımız geçen sene aynı döneme göre yüzde 580 arttı ve netice olarak ilk altı ay online ciromuz da 559 milyon TL'ye ulaştı.

Dijital dönüşümün nasıl bir katkısı oldu size? Verimlilik artışı konusunda bir rakam vermeniz mümkün mü?

Dijitalleşme ile müşteri deneyimini iyileştirerek performansımızı artırma, yeni müşterilere erişme, iş geliştirme ve operasyonel verimlilik noktasında önemli kazanımlar sağlıyoruz. 2019 yılının ikinci yarısında en iyi müşteri deneyimi ve operasyonel mükemmellik hedefiyle 'Yeni Neslin Teknosa'sı

Yeni projelere odaklanacak

İYİ DENEYİM Önümüzdeki dönemde dönüşüm programımızın yapı taşları yine veri analitiği, kültür, yetenek yönetimi ve teknoloji alanlarında yapacağımız geliştirmeler olacak. Yeni dönemde satışları artırmak için sadece ürünü sunmak, bulundurmak ya da kampanyalar yapmak yeterli değil. Müşteriler iyi deneyim, hızlı servis istiyor. Daha da önemlisi kendisine özel önerilere ilgi gösteriyor. Biz de bu çerçevede derinlemesine müşteri verisi ile deneyimi daha da kişiselleştirme noktasında geliştirmeler yapıyor, sadakat programımızı bu yönde tasarlıyoruz.

ÇOKLU KANALA YATIRIM Yeni normalde online ve offline birlikte büyüyecek. Bunun işaretlerini uzun süredir görüyoruz aslında. Pandemi öncesinde de müşterilerimizin yüzde 80'i önce online'ı ziyaret edip sonra mağazalara geliyordu. Müşterilerin omnichannel olduğu süreci yaşıyorduk. Bunu dikkate alarak yüz yüze yaşatabildiğimiz deneyimleri online kanalda sunmak için yeni uygulamaları değerlendiriyoruz.

YENİ HİZMETLER VAR Teknosa.com'da pandemi döneminde başlattığımız, sektörümüzde ilk olan canlı destek hizmeti müşterilerimize fayda sağlayan önemli örneklerden biri. İnternet alışverişi yapmamış, az yapmış ya da ürün bilgisinden teslimata uzmanlarımıza danışmak isteyen müşterilerimiz için webchat ile destek vermeye başladık. Mobil uygulamamız üzerinden de Whatsapp'ta da destek sağlıyoruz. Yakında video chat uygulamasını da devreye alıp, müşterilerimize daha kapsamlı şekilde hizmet vereceğiz.

TESLİMAT ALANLARI ARTACAK Dijital dünya ve e-Ticaret ekosistemi içinde teslimat müşteriler için önemli bir karar parametresi. Bu doğrultuda anlık sipariş takibi, teslimat süresi, mağazada/otoparkta teslimat gibi süreçlerimizi zenginleştireceğiz. Kargo ve lojistik konularında da kabiliyetlerimizi artırmayı hedefliyoruz.

dönüşüm programını başlattık.

Bu verimlilik artışı rakamlara yansdı mı?

Pandemiye rağmen, bugüne kadar teknoloji ve müşteri deneyimine yaptığımız yatırımların neticesini aldık. Yılın ilk yarısında ciromuz geçen yıl aynı döneme oranla yüzde 8,7 artış göstererek 2 milyar 4 milyon TL'ye ulaştı. Özellikle nisan ve mayıs aylarında mağazaların kapalı olduğu süreci de kapsayan yılın ikinci çeyreğinde 955 milyon TL'lik ciroya ve 27,5 milyon TL esas faaliyet karına ulaştık. İkinci çeyrekte online satışlarda geçen yıla kıyasla altı kata yakın rekor büyüme elde ettik. Haziran ayında mağazalarımızın açılması da güçlü sonuçlara önemli katkı sağladı.

QNB eFinans'la bir işbirliğiniz oldu mu, bunun size nasıl bir katkısı oldu?

Yeni ödeme yöntemleri geliştirmemize katkısı oldu, hem e-Ticarette hem de mağazalarda ödemeyi kolaylaştıran, finansman yöntemlerini zenginleştirmeyi hedefleyen projelerimizi ortaklarımız ile beraber daha hızlı bir şekilde hayata geçiriyoruz.

"YENİ ÜRÜNLERE VE BULUT BİLİŞİME ODAKLANDIK"

Önümüzdeki dönemde ürün ailesini genişletmeyi planlayan Partnera, müşteri ihtiyaçlarını analiz ederek mevzuatların getireceği zorunlulukları fırsata çevirmeyi hedefliyor. Bulut iş uygulamaları projelerindeki yaygınlıklarını artırmayı da planladıklarını söyleyen Partnera Satış ve Pazarlama Müdürü Yavuz Yıldırım, "2020'de yatırımlarımız en çok yeni ürünler için AR-GE çalışmalarında ve bulut bilişim alanında olacak" diyor.

Özlem Bay Yılmaz obay@ekonomist.com.tr



Partnera, 2010 yılında, tamamı Oracle iş uygulamaları projelerinde danışmanlık faaliyetleri yürüten tecrübeli mühendisler tarafından kurulmuş bir teknoloji şirketi. Şirket; Oracle iş uygulamaları ve teknoloji alanlarında danışmanlık hizmeti vermek için çıktığı yolda, zaman içerisinde kompleks entegrasyon projelerine imza attığı, müşterileriyle birlikte farklı teknolojiler deneyimlediği, kendi ürünlerini geliştirdiği bir noktaya geldi. "Müşteri-tedarikçi yaklaşımından ziyade, güvenilir bir iş ortağı olabilmek hedefimiz geçtiğimiz on yılda bizi mütevazi bir danışmanlık şirketinden, alanında lider bir teknoloji şirketi haline getirdi" diyen Partnera Satış ve Pazarlama Müdürü Yavuz Yıldırım, 100 kişinin üzerinde kadrosu ve 50'yi aşkın müşterisiyle Partnera'nın, hem kendi ürünleri hem de danışmanlık faaliyetleriyle hizmet veren Türkiye'deki en büyük Oracle iş ortaklarından biri olduğunu söylüyor.

Yavuz Yıldırım sorularımız şöyle yanıtıyor:

Hangi alanlarda faaliyet gösteriyorsunuz?

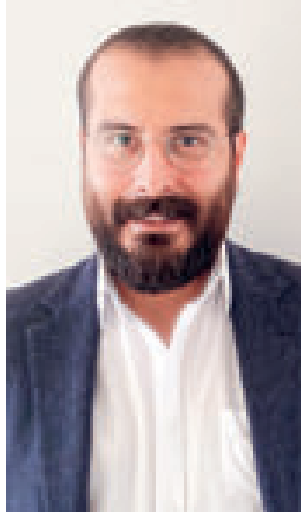
Temel faaliyet alanımız Oracle Kurumsal İş Uygulamaları (Oracle Bulut İş Uygulamaları ve Oracle e-Business Suite) üzerinde implementasyon, uygulama geliştirme ve destek faaliyetleri. İş uygulamalarının yanı sıra Oracle servis odaklı mimari ürünleri ile

(SOA) entegrasyon projeleri, donanım kurulum ve yönetim çalışmaları ve kurumsal mobil uygulama geliştirme projeleri yürütüyoruz. Diğer taraftan e-Dönüşüm ürün ailemizi de sürekli büyütüyoruz. e-Fatura, e-Defter, e-Arşiv ve e-İrsaliye ürünlerimize, e-Hesap Özeti ve e-Mutabakat ürünlerimizi de ekledik. Oracle iş uygulamalarıyla tamamen entegre çalışan bu ürünler şu anda Türkiye'deki Oracle iş uygulamaları müşterilerinin yüzde 80'i tarafından kullanılmakta.

e-Fatura konusunda ne gibi adımlar attınız?

Aslında e-Fatura konusunda Oracle alanında ilk çalışmayı yapan ve Oracle iş uygulamalarıyla e-Faturayı uçtan uca entegre eden ilk şirketiz. Bu çalışmayı 2013 yılında lojistik sektöründe lider bir müşterimizle birlikte yaptık ve sonrasında Türkiye'deki Oracle müşterilerinin çok büyük bir kısmında e-Fatura ve e-Defter ürünlerimiz hızlıca yaygınlaştı. Partnera e-Dönüşüm ürünlerini ilk etapta Gelir İdaresi Başkanlığı ile doğrudan entegre olacak şekilde geliştirdik ancak sonrasında müşterilerimizden gelen talepler

doğrultusunda özel entegratörlerle de entegre olan ikinci bir versiyonunu da portföyümüze kattık. Şu anda Partnera e-Dönüşüm ürünleri başta QNB eFinans olmak



Yeni adımları neler olacak?

AR-GE ÇALIŞMALARI Önümüzdeki dönemde ürün ailemizi genişletmek istiyoruz. Bu amaçla satış ve ürün geliştirme ekiplerimiz büyük bir uyum içerisinde müşteri ihtiyaçlarını analiz ediyor ve AR-GE çalışmaları yapıyor. Ayrıca Gelir İdaresi Başkanlığı'nı da çok yakından takip ederek mevzuatların getireceği zorunlulukları fırsata çevirmeyi hedefliyoruz.

BULUT BİLİŞİM Diğer taraftan dijital dönüşüm alanında en önemli Oracle iş ortaklarından biri olarak amacımız, bulut iş uygulamaları projelerindeki sayımızı ve yaygınlığımızı artırmak olacak. 2020 yılında yatırımlarımız en çok yeni ürünler için AR-GE çalışmalarında ve bulut bilişim alanında olacak. Son birkaç yıldır en çok odaklandığımız konuların başında bunlar geliyor.

üzere büyük özel entegratörlerin hemen hepsi ile hazır entegrasyona ender ürünlerden.

e-Faturaya geçiş size nasıl bir katkı sundu?

Burada iki önemli faydadan bahsedebiliriz. Birincisi, müşterilerimize sağladığımız katma değerli projeler ile dijital dönüşüm yolculuklarına önemli bir destek vermiş olmak. e-Fatura projeleri ile birlikte müşterilerimizin fatura süreçlerini yeniden gözden geçirme ve iyileştirme fırsatı bulduk. Bununla birlikte, kâğıt kullanımını, arşivleme, gönderim maliyetlerini en aza indirdik. Bu çalışmaları bir danışmanlık hizmetinden ziyade ürünlerimizle yapmamız müşterilerimizdeki güvenilir iş ortağı imajımızı oldukça güçlendirdi. Karşılıklı bir faydadan söz edebiliriz yani. İkinci en büyük katkısı ise yeni müşterilerle çalışma fırsatı yakalamamız oldu, mevcut müşterilerimizde yakaladığımız memnuniyet bize yeni müşterilere ulaşma fırsatı verdi.

Dijital dönüşüm ve e-Dönüşüm yolculuğunuz ne zaman başladı?

2013 yılında e-Fatura ve e-Defter mevzuatlarına uyumlu ilk e-Fatura ve e-Defter ürünlerini geliştirerek başladı.

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

Burada en önemli konu az önce de belirttiğim gibi, e-Dönüşüm konusunu her zaman bir danışmanlık hizmeti değil bir ürün olarak ele almamız oldu. Bu yaklaşımla, e-Fatura ve e-Defter ürünlerini geliştirdikten sonra, e-Arşiv ve e-İrsaliye ürünlerimizi geliştirdik. Bu ürünlere destek verecek çevre ürünler niteliğinde e-Hesap Özeti ve e- Mutabakat ürünlerimizi geliştirdik. Ürünlerimiz sürekli destek vermek amacıyla destek ekipleri kurduk ve müşterilerimizdeki fatura, defter, irsaliye süreçlerini sürekli izler ve gerektiğinde, proaktif yaklaşımla, sorunlara müdahale eder hale geldik. Ürünlerimiz doğrudan GİB tarafından yayınlanan tebliğlerle şekillendiği için buradaki mevzuatı da yakından takip ederek, ürünlerin sürekli uyumluluğunu sağlıyoruz.

Bu alanda son dönemde devreye aldığınız yatırımlar oldu mu?

e-Dönüşüm alanında en son çalışmalarımız e-İrsaliye ürünü konusunda oldu, bildiğiniz gibi temmuz ayında bir çok şirket için e-İrsaliye geçişi zorunlu hale geldi. Biz de tüm müşterilerimizde e-İrsaliye ürünümüzü canlı kullanıma geçirerek projelerini tamamladık.

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

Bir ürün portföyümüzün oluşmasını sağladı bu dönüşüm. Müşteri ağımızı genişletti. En önemli katkılarından biri de e-Finans gibi alanında en iyi özel entegratörlerle hem ticari hem de teknolojik bir iş birliği fırsatı yakalamamız oldu.

Dijital dönüşüm konusunda bir ekibiniz var mı?

Evet, aslında birden fazla ekibimiz var. Dijital dönüşüm için ürün geliştiren bir geliştirme şirketimiz var. Bu şirket hem ilgili mevzuatları yakından izleyerek mevcut ürünlerin uyumluluklarını güncel tutuyor hem de mevzuat ve müşteri taleplerini değerlendirerek yeni ürünler geliştiriyor. Bir de destek ekiplerimiz var, buradaki arkadaşlarımız da müşterilerimizdeki ürünlerimizi sürekli izleyerek hem son kullanıcılara destek oluyor hem de ürünlerle ilgili kesintisiz bakım, destek faaliyeti veriyor.

QNB eFinans ile yapmış olduğunuz işbirlikleri hakkında bilgi verir misiniz?

e-Dönüşüm ürünlerini Oracle iş uygulamaları gibi ERP yazılımlarına entegre etmek ve daha sonra bu entegrasyonu sürdürülebilir tutmak hem bizim gibi iş ortaklarının hem de özel entegratörlerin en önemli gündemidir ve ciddi bir teknolojik yetkinlik ister. Bu anlamda QNB eFinans ile çalışmaktan oldukça memnunuz. Bunun yanı sıra müşteri memnuniyetini üst seviyede tutmak için satış ve kanal ekiplerinin çabası, iş ortaklığı yaklaşımları, yeni müşterilere ulaşma konusundaki teşvik edici ve destekleyici yaklaşımları bizi QNB eFinans'ı özel entegratör olarak müşterilere önerme konusunda motive ediyor.

MOBİLYACILAR DİJİTALLEŞMEYE GİDİYOR

İhracat tarafında dünyanın 12'nci, üretimde ise 13'üncü büyüğü olan Türkiye mobilya sektörü, Covid-19 salgınının olumsuz etkilerinin çözümünü dijitalleşmede görüyor. Mobilya Dernekleri Federasyonu (MOSFED) tarafından hazırlanan sektörel etki araştırmasına katılan markaların yüzde 73'ü satış ve pazarlama tarafında dijitalleşmeye gideceklerini söylüyor.

Burcu Tuvay btuvay@ekonomist.com.tr



Türkiye geneline yayılan üretim tesislerinde tasarlanan mobilyalarının yüzde 42'si ihraç ediliyor. Hammadde ve işçiliği ile yüzde 90 oranında yerli ve milli olan Türk mobilya sektörü, bu özelliklerinden ötürü dünyanın 12'nci büyük ihracatçısı, 13'üncü büyük üreticisi olarak tanımlanıyor. 36 bin mobilyacıdan 15 bini aynı zamanda ihracat da yaparken sektörün çatı kuruluşu Mobilya Dernekleri Federasyonu (MOSFED), Covid-19 sonrası sektörün yönelimlerini görmek için bir araştırma yaptı.

Araştırma ile "pandemi salgınının en çok hangi faaliyetleri etkilediği, desteklerden nasıl ve ne ölçüde faydalandığı, salgın ile mücadele için hangi stratejilerin uygulandığı, dijitalleşmeye bakış, hangi alanlarda dijitalleşme çalışmalarının yapıldığı, ihracat tarafında en çok hangi sorunlarla karşılaşıldığı, tehdit ve risklerin neler olduğu, salgının negatif etkisinin daha ne kadar devam edeceği" sorularının cevabı arandı.



ÇARE DİJİTAL PLATFORM

Araştırmaya göre, sağlık ve güvenlikten ötürü sosyal mesafenin iş yapma biçimlerini şekillendiği yeni dönemde dijitalleşmeye yönelim arttı. Katılımcıların yüzde 43'ü satış, yüzde 40'ı ise pazarlama süreçlerinde dijitalleşmeye gidilmesinin son derece önemli olacağını düşünürken, satış ve pazarlama tarafında dijital alt yapı çalışmalarına başladığını söyleyenlerin toplam oranı yüzde 73 olarak gerçekleşti.

Araştırmanın bir diğer çıktısı ise pandemi krizi ile başa çıkmak için izlenen stratejilere ilişkindi. Buna göre katılımcıların yüzde 35'i pazarlama faaliyetlerine ağırlık verdi, yüzde 20'si banka kredilerini yeniden yapılandırdı, yüzde 20'si ise istihdamda geçici olarak kısıtlamaya gitti. Bütün bu stratejileri kullananların oranı ise yüzde 10 olarak gerçekleşti. Araştırma kapsamında katılımcılara devlet desteklerinden ne oranda yararlandıkları da soruldu. Katılımcıların yüzde 58'i kısa çalışma ödeneğinden faydalandığını, yüzde 35'i KGF desteklerini kullandığını, yüzde 5'i de tüm desteklere başvurduğunu söyledi.

"Hareketli bir süreç bekliyoruz"

Türk mobilya sektörü olarak 2019 yılında 3,5 milyar dolarlık ihracat yaptıklarını, aynı şekilde iç piyasada 50 milyar liralık satış gerçekleştirdiklerini aktaran Ahmet Güleç, şöyle devam ediyor:

"Kovid-19 salgını olmasaydı 2020 sonu için projeksiyonumuz iç piyasada 60 milyar liralık satış, ihracat tarafında ise 4,5 milyar dolarlık ekonomik büyüklüktü. Ocak ve şubat aylarını ihracat tarafında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 15'lik büyüme ile tamamladık. Mobilyada KDV indiriminin

sürekli hale getirilmesi de yılın devamı için çok daha pozitif tablolar taşıyordu. Fakat salgın, stratejilerimizi yeniden oluşturmamıza neden oldu. Haziran itibarıyla başlayan normalleşme ve mobilya almak isteyenleri finansal açıdan destekleyecek kredi paketleri hane halkının ertelediği ihtiyaçlarını hızla hayata geçirmesine neden olacak. Bu anlamıyla mobilyada ikinci yarı dönemde daha hareketli bir süreç bekliyoruz; üreticilerimiz çalışmalarıyla, indirimleriyle, kampanyalarıyla sürece iyi hazırlandılar."

SANAL FUAR DESTEKLENİYOR

15 bini ihracatçı olmak üzere 36 bin mobilya üreticisinin toplam 250 bin kişiyi istihdam ettiğini sözlerine ekleyen MOSFED Başkanı Ahmet Güleç, ticaret yollarını değiştiren salgından sektör adına bir başarı hikayesi çıkarmak için yeni tanıtım ve pazarlama kanalları üzerine çalıştıklarını söyledi. Güleç, şöyle devam ediyor: "Sektör olarak dijital satış, e-b2b görüşmelerine imkan tanıyan platformlar, ülke ticaret heyetlerinin sanal olarak gerçekleşmesine izin veren online yapılar konusunda çalışmalarımız tüm hızıyla devam ediyor." Sağlık ve güvenlik için mesafeyi korumanın önemli bir hale geldiği dönemde, değeri iyice artan bu kanalları etkin kullanmanın ve tanıtımları buralardan yapmanın jeopolitik avantajlarla birleşince ihracat tarafında çok daha pozitif bir hikaye oluşabileceğini söylüyor. Güleç, firmaların özellikle ihracat tarafında e-Ticaret sitelerine üyeliklerinin, sanal ticaret heyetlerine ve sanal fuarlara katılımlarının yakın zamanda destek kapsamına da alındığını ifade ediyor.

HEDEF 10 MİLYAR DOLAR

Ihracat tarafında yaşanan zorlukları da gözler önüne seren araştırmanın çıktısına göre, katılımcılar siparişlerin iptal edilmesinin yanı sıra kısmen devam

eden faaliyetler sırasında gümrük ve lojistikte sorunlar yaşadı. Katılımcılara pandeminin iş kabiliyetleri üzerindeki negatif etkisinin ne kadar daha sürmesini bekledikleri de soruldu. Salgının etkisinin 6-12 ay devam edeceğini düşünenlerin oranı yüzde 50

olurken, 1-2 yıl devam edeceğini düşünenler yüzde 25'te kaldı. Katılımcıların yüzde 20'si ise 4-6 ay gibi kısa bir dönem içinde sürecin olumluya döneceğini aktardı.

Güleç, araştırmadaki her bir sorunun çıktısının bundan sonraki stratejileri belirlemede etkili olacağını, araştırmanın bu açıdan son derece kıymetli olduğunu ifade ediyor. Mobilyanın üretim olarak Türkiye'nin geneline yayıldığı, yüzde 90 oranında yerli

ve milli olduğunu ve bu açıdan dışarıya hammadde bağımlılığının bulunmadığını söyleyen Güleç, şöyle devam ediyor: "Son 20 yılda mobilya sektörü olarak gösterdiğimiz atılım ve buradan aldığımız güç ile oluşturduğumuz stratejinin hedefi 2023 yılında 10 milyar dolar ihracattı. Aynı şekilde dünyanın 5'inci büyük mobilya ihracatçılarından biri olmayı hedefliyorduk. Kimsenin beklemediği ve bir dünya krizine neden olan Kovid-19 salgını, bütün ülke ve sektörleri etkilediği gibi bizi de etkiledi. 10 milyar dolar ve beşinci büyük ihracatçı olma hedeflerinden vazgeçmiş değiliz. Bunu yapabilmemizin yeni yolları ve stratejilerine bakıyoruz" diye konuştu.



UZMAN GÖRÜŞÜ

QNB eFinans Kanal Satış ve
İş Ortakları Bölüm Müdürü

İLKE ALTIN



E-İRSALİYENİN EVRİMİ SÜRÜYOR

Değerli Ekonomist Dergisi okuyucuları,
14 Temmuz 2019'da Gelir İdaresi Başkanlığı'nca (GİB) Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği (Sıra No: 509)'da Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ Taslak, GİB e-belge internet sitesinde duyurulmasından sadece iki gün sonra yine aynı mecrada e-İrsaliye Uygulama Kılavuzu güncellenerek yayımlandı. Böylece, 19 Ekim 2019 tarihli ve 30923 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmış olan 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 dahil

etmiş olan e-İrsaliyenin uygulamasında bir çok değişiklik olmuştur. Bir çok sektörde ve geniş operasyonlu firmada faturaya nazaran oldukça karmaşık ve fiziksel aşamaları değişken olan irsaliye uygulamaları sebebiyle, GİB analizleri ve mükelleflerce iletilen farklı uygulamalara dair soruları cevaplayan bir çok değişiklik, bu güncel kılavuzla karşılanmıştır.

Bu durumda, 14 Temmuz 2020 tarihli değişiklik taslağında yer alan bir çok e-irsaliye senaryosu ve uygulama değişikliğini e-İrsaliye kullanıcıları ve aracı servis sağlayıcıları açısından fiilî halde uygulanabilir hale getirdiği gibi merkezî ve özel entegratör sistemleri buna uygun hale getirmiştir. Bu durumda, bu ayki yazımızı da Haziran ayı başlığımız e-İrsaliyenin bir devamı olarak bu evrimine ayırmak gerekiyor.

MAL SEVKİ İÇİN ARTIK BEKLEME YOK

Kılavuzun 13. maddesine göre artık malın sevkiyatına başlanması için alıcı tarafından sistem yanıtının beklenmesine gerek kalmamıştır. Özellikle ihracat sevkiyatlarında mükelleflerin kafasına karıştıran sistem yanıtı bekleme sorusu böylelikle mükellef açısından daha kolay bir noktaya evrilmiştir. Sıkça soru yaratan bir diğer konu olan alıcı tarafın e-irsaliyede olmaması halinde sistem yanıtını alıcının aslında sistemde var olmayan kimlik numarasından bekleme hatası da böylece daha kolay yönetilebilir hale gelmiştir. Tabii ki bu durumlarda alıcının yani istem yanıtı verenin GİB sanal kullanıcısı olduğunu



unutmamak gerek. Bu arada alıcının da sistem yanıtı aynı şekilde beklenmeyecek. e-İrsaliyenin GİB merkezi sisteminden alıcıya başarılı olarak iletilmesi malın fiili sevki için yeterlidir. 15.8. maddede de belirtildiği gibi, özel entegratör müşterileri için ise iş daha da kolay, özel entegratörlerin bilgi sistemlerine iletilmesi fiili sevkiyatın başlatılması açısından yeterli. e-İrsaliye ulaştıktan sonra GİB'e 15 dakika içinde iletim artık özel entegratörlerin sorumluluğunda.

Bu durumda devamında konu olan e-İrsaliye yanıtı hususu da mevcut Kılavuz'un 12. Maddesinde bahsedildiği üzere alıcının malın ulaştığı adreste bulunmaması, sevkiyatın alıcıya ulaşmaması gibi durumlar sebebiyle malların geri götürülmesi veya farklı bir alıcıya götürülmesi öncesinde alıcının e-İrsaliyeyi haliyle reddetmesi gibi durumlarda, gönderici mükellef üzerinde "e-İrsaliyeye Dönüştürülecektir" ibaresi ve şoförün ismi ve TCKN'si yanı sıra araç plaka bilgileri yer alacak şekilde matbu sevk irsaliyesine imkan verilmiştir. Ancak unutulmaması gereken detay, bu matbu belgenin en geç 24 saat içerisinde "matbudan" tipindeki e-İrsaliye karşılığı gönderici tarafından düzenlenerek GİB sistemlerine iletilme gerekliliğidir.

Yine sıkça soruya sebep olan bir hususta daha kolaylık Kılavuz'un 15.5. maddesiyle gelmiştir. Teknik imkansızlıklar sebebiyle sevkiyatın başladığı lokasyonda e-irsaliye oluşturulamıyorsa, gönderici e-irsaliyeyi farklı bir lokasyonunda artık düzenleyebilmekte. Sevkiyatın aslen başladığı lokasyonda matbu irsaliye düzenlenir ve matbu irsaliye üzerine diğer lokasyonda oluşturulan e-İrsaliye belge numarası ve belge düzenleme tarihi, şoför ve araç plaka bilgileri, ve "e-İrsaliyesi ayrıca düzenlenmiştir" ibaresi yazılmasına izin verilmiştir. Sevkiyatın başladığı lokasyonda matbu irsaliye de mevcut değilse; mal sevkiyatını yapan kişi ya da kuruma e-İrsaliye belgesinin elektronik ortamda görüntülenmesine olanak sağlamak üzere e-İrsaliye belge numarası ve e-İrsaliye düzenleyicisinin VKN bilgisi iletilmelidir. Bu şekilde alıcıya mal ulaştığında veya sevkiyat esnasında denetim halinde GİB ana sisteminde söz konusu e-İrsaliyenin tespiti kolaylaştırılmıştır.

MUHTELİF MÜŞTERİLERE SEVKİYAT

Bu husus uzun süredir özellikle çimento satış firmaları veya şantiyeler ve depolama alanı arasında kendi iç sevkiyatını yapan inşaat firmaları için soru işareti olmuştur. Bazı ürün türleri doğaları gereği müşterilerine tam ölçüde sevk edilemez veya ölçüm ancak satış tamamlandığında (misalen çimento dökümü ihtiyaç kadar yapıp bittiğinde) tespit edilebilir. Bu satış ve sevkiyat modeli haliyle e-İrsaliyenin önceden oluşması ve belirgin birim ve toplam tutara sahip olması açısından daha zorlu bir süreç

getirmekteydi. Kılavuzun 15.11. maddesi sayesinde müşterinin/müşterilerin ya da teslim edilecek mal miktarının sevkiyat başlangıcında bilinmediği hallerde ve hatta teslimat yapılan lokasyonda elektronik belge oluşturmada teknik imkansızlıklar olması durumu öngörülmüştür. Bu halde satıcı rolündeki mükellef sevkiyatı "muhtelif müşteriler" diye genel bir alıcı ile tanımlamayı e-İrsaliye belgesi oluşturulmalıdır. 15.5. maddesinde olduğu gibi teknik imkansızlık mevcutsa, gerekli ibare ve bilgiler konarak matbu sevk irsaliyesi düzenlenebilir. Tabii, yine, en geç 24 saat içerisinde de bu belgenin elektronik karşılığı düzenlenmesi şartıyla.

KİM, NEREDEN, NEREYE, NEYİ TAŞIYOR?

15.27'den 15.39. maddeye kadar bir çok alanda konsinye teslim, ihracat işlemlerinde e-irsaliye, e-irsaliyede bulunması gereken alanların bir kısmının bilinmemesi durumunda yapılacaklar, sıcak satışlarda e-irsaliye oluşturulamaması gibi bir çok konuya değinilmiştir.

Burada özellikle dikkat çekici bir madde 15.34. olmuştur. Bu maddede, Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı ile paralel biçimde UETDS (Ulaştırma Elektronik Takip ve Denetim Sistemi) ile bir bağlantı dikkati çekiyor. UETDS sistemi, 4925 no'lu Karayolu Taşıma Kanunu ve 08.01.2018 tarih ve 30295 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren Karayolu Taşıma Yönetmeliği çerçevesinde taşımacılık faaliyetinde bulunan firmaların taşıdıkları eşya, kargo ve yolcu hareketlerinin elektronik olarak gerçek zamanlı takibi, değerlendirilmesi ve denetimini yapmaktadır.

Bu kapsamda e-İrsaliyelerde şoförün ad-soyad ve TCKN bilgisinin UETDS yük taşıma bildirimleri bakımından da zorunlu bir alan olması gerekliliği vurgulanmıştır. Taşımayı gerçekleştiren şoförlerin ilgili mevzuatlarınca yetkilendirilmiş ve yeterliklerinin bulunması veya taşınan mal cinsinin (mesela patlayıcı maddeler için gereken Tehlikeli Madde Taşımacılığı Şoförlük seviyesi) gerektirdiği ehliyetlere sahip olmalarının tespiti bakımından önemli olan bu bilgi, şoförün adı-soyadı ve TCKN veya pasaport bilgisinin e-İrsaliye ilgili elektronik belge alanında doğru şekilde yazılması zorunludur. Ülkemizde geçen aylarda yaşanan üzücü bazı patlamaları düşündüğümüzde, bu aşırı detaylı olarak görülebilecek verilerin aslında bu tip sevkiyatların doğru şekilde ve şartlarda yapılması açısından daha sevkiyat başlamadan denetlenmesi ve kontrolü açısından önemli olarak görmek işten bile değil.

Artık e-İrsaliyelerin kağıt kesilmesi izni de bitti sisteme girmekte geç kalmayınız. Sağlık ve esenlikle...



Ağustos 2020

MALİ YÜKÜMLÜLÜKLER TAKVİMİ

17 Ağustos Pazartesi

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

20 Ağustos Perşembe

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

25 Ağustos Salı

- 1-15 Ağustos 2020 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödemesi
- 1-15 Ağustos 2020 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

26 Ağustos Çarşamba

- Temmuz 2020 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Temmuz 2020 Dönemine Ait GVK 94. Madde ile KVK 15. ve 30. Maddelerine Göre Yapılan Tevkifatların Muhtasar ve Prim Hizmet Beyannamesi ile Beyanı ve Ödemesi
- Temmuz 2020 Dönemine Ait İstihkaktan Kesinti Suretiyle Tahsil Edilen Damga Vergisi ile Sürekli Mükellefiyeti Bulunanlar İçin Makbuz Karşılığı Ödenmesi Gereken Damga Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

31 Ağustos Pazartesi

- Temmuz 2020 Dönemine Ait Dijital Hizmet Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Mayıs 2020 Dönemine Ait Elektronik Defter Beratlarının Yüklenmesi
- Geçici Vergi Dönemleri Bazında Yükleme Tercihinde Bulunanların Nisan-Mayıs-Haziran/2020 Dönemlerine Ait Elektronik Defter Beratlarının Yüklenmesi
- Diğer Ücretlerin Gelir Vergisi 2. Taksit Ödemesi
- Temmuz 2020 Dönemine Ait Turizm Payının Beyanı ve Ödemesi
- Temmuz 2020 Dönemine Ait Haberleşme Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Temmuz 2020 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Alımlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Ba)
- Temmuz 2020 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Satışlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Bs)

Geleceği Dijital Köprü Akademi'yle keşfetme zamanı!

KOBİ'ler, hayatlarını kolaylaştıracak gelişmeleri Dijital Köprü Akademi'yle konunun uzmanlarından dinliyorlar. Siz de Dijital Köprü Akademi'deki canlı yayınlara katılabilir ya da içerikleri istediğiniz zaman izleyebilirsiniz.



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.

