



### Dönüşümün merkezinde "insan" var

Dönüşüm programlarını ustalıkla yönetebilmek, temel performans göstergelerini ve hızını iki katına çıkarıyor.



### Veri gizliliği ve güvenlik için garanti

Veri gizliliği, güvenliği ile yetkilendirme, bilgi teknolojileri alanında son dönemin en kritik konuları.



### PaperWork, yapay zeka çözümleri için patent alacak

I-BPM Summit, PaperWork ana sponsorluğunda İstanbul'da düzenlendi.

# BThaber

1995'ten beri...

HAFTALIK BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ VE EKONOMİSİ GAZETESİ



## Çetrefilli transformasyon: Ying Yang felsefesi alışverişte

Bir bütün olarak perakende sektörü hem zorluklarla hem de benzersiz fırsatlarla karşı karşıya. Yılların sektörü, geleneksel alışkanlıklarını geride bırakıp rekabet ve tüketici taleplerine yanıt için kendini hızla yeniliyor. Mağaza alışverişinin yerini giderek online ve sosyal ticaret alırken, yapay zeka da perakendede stratejileri yeniden belirliyor. Ayrıntılar Dosya Sayfalarımızda.



**HCS**  
Kablolu Sistemleri  
Connecting Networks™



**CPR**  
Çevreli  
Yapay Zeka  
EN 50515

**Sağlığınız ve Güvenliğiniz için**  
HCS Kabloları ile AB CPR Mevzuatına Tam Uyumluluk  
[www.hescs.com](http://www.hescs.com)

CPR Sınıfı	Tavsiye edilen kullanım alanları
B2ca-s1a,d1,a1	Hastane koşu alanları, Kreş ve ilköğretim, Yangın çıkışları, Kamuya açık kaçış yolları, Havalimanları, Kamu binaları, Tren ve metro istasyonları, Yüksek binalar (16K), Veri merkezleri ve Kamu barınakları.
Cca-s1a,d1,a1	Hastanelerin genel alanları, Resmi kurumlar, Hükümet binaları, Eğlence tesisleri, Okullar (ilköğretim üzeri), Üniversiteler, Orta ve küçük ölçekli oteller, İdari ve ticari binalar.
Dca-s1a,d1,a1	Belirli bir oranda insanın ve yabancı maddelerin bulunduğu depolama tesisleri.
Eca	Yalnızca depolama amaçlı yapılar.
Fca	Yalnızca binadışı (outdoor) kurulumlarda.

## Desteklerin hedefi; veri merkezi, bulut bilişim ve platform hizmetleri



Telekom ve bilişim sektörlerinde veri merkezleri ve bulut hizmetleri öncelikli konu başlıkları.

# MARS

İSTANBUL

## Türkiye'nin İlk ve Tek Veri Merkezi Platformu

%100 bağlı, güçlü dijital alt yapı çözümleriyle datacenter çözüm ortağı.



Detaylı bilgi ve ihtiyacınıza özel çözümler için iletişime geçin.

+90 212 285 20 20  
sales@marsdatacenter.com  
marsdatacenter.com

ANKARA

ANTALYA

# uzman posta

YERLİ YAZILIM

**Kurumsal E-posta**  
**Toplu E-posta**  
**İşlemsel E-posta**

Türkiye Lokasyon

<https://uzmanposta.com>

# TRIPY ile

# YAZIN KEYFİNİ SÜRÜN!

Mobil uygulama aracılığıyla  
en yakın bisikleti bulun, **şehri**  
pedallayarak yazın tadını  
çıkartın!



@tripymobility

App Store'dan  
İndirin

Google Play  
DEN ALIN



www.tripy.mobi • tripy

# Dönüşümün merkezinde “insan” var

Şirketlerde dönüşüm programlarını ustalıkla yönetebilmek, temel performans göstergelerini ve program hızını yaklaşık iki katına çıkarıyor. Bu kritik evrelerin başarıyla yönetilmesinde insan önemli bir rol oynuyor. 23 ülkeden ve 16 farklı endüstriden 846 üst düzey lider ve 840 iş gücü üyesinin analizinin yanı sıra beş nitelikli vaka çalışmasına dayanan, EY ve Oxford Üniversitesi Said Business School iş birliğiyle gerçekleştirilen araştırmaya göre; neredeyse tüm dönüşüm programlarında önemli dönüm noktaları yaşanıyor. Katılımcıların %96'sı bir proje boyunca en az bir kritik evre yaşadığını, %79'u günümüzün öngörülemez iş ortamında bu durumun kaçınılmaz olduğunu belirtiyor. Liderler bu noktalarda insan odaklı yaklaşım benimsemese dönüşüm programının 1,6 kat düşük performans gösterme ve çalışanların da değişime yönelik 3,4 kat kaygı ve endişe gibi olumsuz duygular yaşama olasılığı oluyor. Buna karşılık, insan merkezli bakış açısına sahip liderlerin programı başarılı sürdürme ihtimali daha

yüksek. Bu sayede genel dönüşüm programının hızı potansiyel olarak yaklaşık iki katına (x2,1) çıkabilirken, program performansı da iki kat (x1,9) artırılabilir.

## Algılama, anlamlandırma ve harekete geçme

Araştırma, genel bir dönüşümün başarı şansını 12 kat artıran algılama, anlamlandırma ve harekete geçme aşamalarından oluşan üç adımlı insan odaklı bir yaklaşımı ortaya koyuyor:

- 1- Dönüşüm programlarında, sorunların ne zaman ortaya çıktığını hızla tespit etmek ve ne zaman müdahale edileceğine karar vermek için bir erken uyarı sistemi oluşturulması gerekiyor. Araştırmaya göre, “algılama” olarak adlandırılan bu adımda, yalnızca temel performans göstergeleri (KPI'lar) gibi geleneksel sinyallere bakmaktan ziyade çalışanların duygu ve davranışlarındaki değişikliklere dikkat edilmeli.
- 2- Bir sonraki aşama olan “anlamlandırma” adımı, dönüşüm programı genelinde



liderler ve ekip üyeleriyle iş birliği içinde sorunların temel nedenlerinin analiz edilmesi ve ileriye dönük yol haritasının oluşturulmasıyla ilgili. Bu kapsamda KPI'lar objektiflik gösterse de, geçmişe dönük yapılar, gelecekteki aksiyonları yönlendirmede daha az kullanışlı.

- 3- Son aşama olan “harekete geçme” adımı raporda ortaya koyulan başarılı dönüşümlerin koşullarını belirleyen; katılımcı liderlik, iş birliği, ilham kültürünün korunması, güçlendirilmesi, özen gösterilmesi ve teknolojinin duygusal etkisinin tanınması gibi altı temel etkenin güçlendirilmesi söz konusu.

## Başarı şansını artıran adımlar

Araştırma ile ilgili olarak EY Türkiye İş Gücü Danışmanlığı Lideri ve Şirket Ortağı Ersin Yıldırım şu

değerlendirmeyi yaptı: “Araştırma, dönüşüm programlarında yaşanan önemli evreleri geleneksel temel performans göstergelerinden (KPI) ziyade duygusal zekânın doğası ve rolü hakkında yeni bir bakış açısı ortaya koyuyor. Duygusal faktörlerin engel olarak görülmesi yerine, başarının artırılması için fırsat olarak değerlendirilebileceğini söylemek mümkün. Yapay zekânın ve makine öğreniminin hakim olduğu günümüzde yapılan bu araştırma; dönüşümlerin yönlendirilmesinde ileri görüşlü ve etkili verileri ortaya çıkarıyor. Ayrıca dönüşüm programlarında insan faktörünü odağa alan üç adımlı “algılama, anlamlandırma ve harekete geçme” yaklaşımını uygulamak başarı şansını 12 kat artırırken, bu dönüşüm programlarının geliştirilmesi, yönlendirilmesi ve sunulması liderler için kritik önem taşıyor.”

## PaperWork, yapay zeka çözümleri için patent alacak

Intelligence Business Process Management (I-BPM) Summit, PaperWork ana sponsorluğunda İstanbul'da düzenlendi. I-BPM Summit'te yaptığı konuşmasında, yakın zamanda Ar-Ge merkezi olmaya hak kazandıklarını duyuran PaperWork Satış Direktörü Tolga Eşiz, etkinlikte başka uygulamalardan PaperWork platformuna kolay geçiş, Migration Süreç tasarımı aracı, BMPMAP ve yapay zekâ çözümleri hakkında bilgi verdi. PaperWork'ün artık bir yapay zeka firması olduğunu vurgulayan Tolga Eşiz, “Hedefimiz; yeni çıktığımız üç tane yapay zeka çözümümüzle patent başvurusu yapmak. İlgili ön hazırlıklara başladık” bilgisini verdi. Eşiz şöyle devam etti: “PaperWork BPM, aktarım (migration) çözümüyle iş akışlarınızı yeniden canlandırıyor. Geliştirilen yenilikçi aktarım uygulaması ile mevcut iş akışlarının yeniden tasarlanması daha

kolay ve hızlı gerçekleşiyor. Formlarınız, iş akışlarınız ve tanımlarınız otomatik olarak PaperWork BPM'e aktarılıyor, böylece uyarılma süreci hızlanıyor ve maliyetler düşüyor. Yapay zekâ destekli, geliştirici dostu ve API merkezli bir platform olan PaperWork'ün içerik servisleri ise her türlü uygulamaya güçlü ve esnek şekilde entegre olmasına olanak tanır. Bu entegrasyonlar ihtiyaçlarınıza uygun olarak çeşitli erişim noktalarından belgelerinize ulaşmanızı sağlar. Çok sayıda belge arasında kaybolmadan farklı türdeki verileri verimli bir şekilde yönetebilirsiniz. Yılın başında çıkardığımız yeni tedarikçi ilişkileri yönetimi Performax sayesinde ise tedarikçi ile olan iletişimin yönetilmesi, performansının değerlendirilmesi ve sürdürülebilir iş ilişkilerinin kalıcı olarak oluşturulması mümkün. Bu uygulamayla tedarikçi performansının etkin şekilde

değerlendirilmesi ve yönetilmesini sağlayarak, kalite, teslimat ve maliyet açısından müşteri beklentilerini karşılamayı amaçladık. Uygulama aynı zamanda tedarikçi ile firma arasındaki belge paylaşımı ve görev yönetimi gibi iş süreçlerini de etkin şekilde kontrol edebilme imkanını sunuyor.” Öte yandan, etkinlikte bir sunum yapan PaperWork Yazılım Teknolojileri Direktörü Gürcan Yücel, Query Insight yapay zeka destekli soru-cevap uygulaması hakkında bilgi verdi. Query Insight, dosya sunucuları ve web sitelerindeki içeriği okuyor ve soru-cevap şeklinde bilgi sunuyor. Bu özellik, ChatGPT benzeri doğal dil işleme yetenekleri sayesinde kullanıcıların sormak istedikleri sorulara hızlı ve doğru cevaplar bulmalarını sağlıyor. Bu sayede, bilgiye erişim süreci hızlanıyor ve karar alma süreçleri geliştiriliyor.

# Özel etkinliklerle yeni ürünler tanıtılacak

Enerji yönetimi ve otomasyonun dijital dönüşümüne odaklanan Schneider Electric, devre kesiciler alanında iki yeni ürünü Easy9 Pro ve MasterPacT MTZ Active'i sektöre sundu. Son teknoloji ürünü bu çözümlerini iş ortakları ve sektör temsilcilerinin beğenisine sunmak üzere ise Mayıs ayı boyunca lansman etkinlikleri gerçekleştiriyor. İlki 15 Mayıs'ta Raffles Hotel İstanbul'da gerçekleşen etkinliğin ardından Schneider Electric uzmanları, yenilikçi ürünlerini Bursa, Ankara, Adana ve İzmir'de endüstri liderleriyle buluşturmaya devam edecek.

Schneider Electric Kanal Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı Alişan Çapan; "Pandemi sonrası daha dijital, daha bağlı ve daha hızlı bir dünyaya geçiş yaptık. Hem elektrikli olan talep arttı ve artmaya devam ediyor hem de kullandığımız sistemler daha kompleks bir yapıya dönüştü. Bu da güvenilir,

güvenli, verimli ve uygun maliyetli elektrik dağıtım sistemlerinin önemini artırdı. Bu hizmetlerin sağlanmasında elektrik şirketlerine önemli bir rol düşüyor. Elektrik yük seviyelerini karşılayan, güvenlik standartlarına uyumlu ve her projenin özel ihtiyaçlarına uygun elektrik sistemleri inşa etmek kritik önem taşıyor. Schneider Electric olarak iş ortaklarımızı ve sektör temsilcilerini destekleyecek iki yeni ürünü sektöre sunuyoruz. Easy9 Pro ve MasterPacT MTZ Active ile sade, kullanımı kolay ve akıllı sistemlerle iş ortaklarımızı destekliyoruz" dedi.

## Sade ve etkili çözümler

Easy9 Pro; tek bir ürünle konut ve konut dışı projelerde elektrik dağıtım gereksinimlerini karşılayan otomatik sigorta, kaçak akım koruma rölesi ve yardımcı kontakları ile projelerde kullanılmaya hazır eksiksiz bir seri. Hem konut hem de konut dışı



segmentlerde ihtiyaçlara tek bir çözümlerle yanıt veriyor. IEC 60898-1 (konut için) ve IEC 60947-2 (konut dışı için) standartlarına uyum sağlıyor ve TSE standardına da sahip. Böylece kompleks sistemler için dahi sade bir çözüm sunuyor ve hem bütçe dostu hem de doğa dostu bir alternatif oluşturuyor. 35 yıldır devre kesiciler alanında önemli bir marka haline gelen MasterPacT ailesinin son ürünü olan MasterPacT MTZ Active ise gerçek zamanlı güç izleme ve ölçümü sunarak iş sürekliliğini sağlamak, arıza süresini azaltmak ve sürdürülebilirlikte hız için geliştirildi. Gelişmiş elektromekanik bileşenlerle donatılan MasterPacT

MTZ Active'in aktif kontrol ünitesi, gerçek zamanlı bilgiye ihtiyaç duyan müşterilerin taleplerine yanıt veriyor ve farklı sensörlerden toplanan verileri gösteren sezgisel bir sistemle birlikte sunuluyor. Bu sistem, aşırı yükler, kısa devreler ve ekipman hataları da dahil olmak üzere kesintilerin önüne geçiyor. Sektörde yine bir ilk olarak bu çözüm, kontrol ünitesindeki QR kodunu taratarak arızaların kolay ve hızlı şekilde çözülmesini sağlıyor. Schneider Electric uzmanları, Easy9 Pro ve MasterPacT MTZ Active'i İstanbul'un ardından Bursa, Ankara, Adana ve İzmir'de iş ortakları ve sektör temsilcilerinin beğenisine sunacak.

## Veri gizliliği ve güvenlik için garanti

Veri gizliliği, güvenliği ile yetkilendirme, bilgi teknolojileri alanında son dönemin en kritik konuları. 6698 sayılı Kişilerin Verilerinin Korunması Kanunu (KVKK) kapsamında şirketler, sahip oldukları kişisel verilerin gizliliğini korumakla yükümlü. Bu da güvenilirlik ve gizlilik konusunda birçok sorumluluğu beraberinde getiriyor. Şirketler, bu verileri güvenli bir şekilde koruyabiliyor. Ancak bu sürecin bir aşaması daha var: Bu verileri saklama gerekliliği ortadan kalktığına, hem verilerin silinmesi veya anonimleştirilmesi hem de farklı alanlarda gizliliğini garanti edebilmek için kurum içindeki yetkilendirmeler. Bu konular, veri güvenliğinde kritik süreçleri içeriyor. Sonuçta kişisel verilerin anonim hale getirilmesi, bu verilerin başka verilerle eşleştirilse bile hiçbir şekilde kimliği belirli veya belirlenebilir bir gerçek kişiyle ilişkilendirilemeyecek hale getirilmesi anlamına da geliyor. SAP Gold Partner'ı Nagarro + MBIS, verilerin şifrenmesi veya anonimleştirilmesi konusunda "dera" (discover, encrypt, redact, anonymize); yetkilendirme alanında ise "aura"

(attribute based access control) ürünleriyle şirketlerin bu alandaki ihtiyaçlarına çözüm sunuyor.

Nagarro + MBIS ürünü "dera", SAP üzerindeki kişisel veri alanlarını otomatik olarak keşfederek KVKK uyumluluğunu sağlamak amacıyla şifreliyor. Yasal saklama süreleri sona erdiğinde kişisel verilerin anonim hale getirilmesini sağlayarak KVKK gerekliliklerini karşılıyor. Bu çözüm, veri tabanı seviyesinde kalıcı anonimleştirme işlemiyle SAP sistemlerinde kişisel verilerin güvenliğini garanti etmekle birlikte SQL tabanlı non-SAP sistemlerde ihtiyaç duyulan anonimleştirme işleminin de SAP üzerinden yürütülmesine olanak tanıyor.

## Alan bazlı yetkilendirme

Kurum içi yetkilendirmeler ve veri gizliliği bugüne kadar SAP kullanan pek çok şirket tarafından 5 katmanlı yapıya sahip SAP yetkilendirme mimarisi ile çözülmüyordu. Nagarro + MBIS, bu mimariyi bir üst seviyeye taşıyan ve SAP sistemlerindeki her alan için yetkilendirme yapabilmeye imkân tanıyan "aura" çözümüyle veri güvenliğini bir üst seviyeye taşıyor.

"aura", kullanıcı yetkilendirmelerini alan bazında koşul ve kurallara bağlıyor. Kullanıcıların istenmeyen veri girişlerini engelliyor, belirli alanların gizlenmesini sağlıyor veya belirlenen roller ve kişiler için ilgili alana ilişkin veri girişini zorunlu kılıyor. Ayrıca KVKK'ya uyum sağlamasını desteklerken esnek bir yapı sunuyor. Standart dışı ekranlar için de kullanılabilen "aura", yönetim kokpiti ile kolay bir şekilde yönetilebiliyor; sütun, satır ve buton bazlı yetkilendirme ile güvenliği artırıyor. Nagarro + MBIS Teknoloji Direktörlüğü - Uygulama Takım Lideri Kutay Ekici, şu değerlendirmeyi yaptı: "Kişisel veri gizliliği ve yetkilendirmenin çok önemli bir standart haline geldiği günümüzde "dera" ve "aura" çözümlerimizle SAP üzerindeki veri gizliliği ve güvenliğini sağlama konusunda müşterilerimize çözüm odaklı yaklaşım sunmaya devam ediyoruz. Bu yenilikçi çözümler sayesinde müşterilerimiz, KVKK uyumluluğunu kolayca sağlayabilmenin yanında SAP ekranlarında alan bazlı kontrol mekanizmasıyla verilerini güvenli koruyabilme standardı yakalıyor."

# Her Ay Binlerce İş SPIDYA Platformlarında Yönetiliyor!



info@spidya.com

0216 577 53 20

www.spidya.com

**SPIDYA**

# Desteklerin hedefi; veri merkezi, bulut bilişim ve platform hizmetleri

Telekom ve bilişim sektörlerinde veri merkezleri ve bulut hizmetleri öncelikli konu başlıkları. Dijital ekonomilerin güç kaynağı olan veri merkezi ekosisteminin gelişmesi için ülkeler önemli yasalar çıkarırken, küresel rekabet için sektör oyuncularıyla yakın iletişimde olup, arzu edilen destekleri sağlamaya çalışıyorlar. 22 yıldır telekomünikasyon sektöründe yer alan işletmecileri temsil eden TELKODER de yaptığı açıklamada, doğrudan sektörü ilgilendiren bir kanun taslağının hazırlandığına, söz konusu taslak hakkında sektör temsilcilerinin son görüşlerinin alınmasının ardından kanunlaşmasının kritik önemine dikkat çekiyor.

Türkiye’de son dönemde Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi tarafından hazırlanarak Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı’na gönderilen “Veri Merkezi, Bulut Bilişim Ve Platform Hizmetleri Sektörlerinin Geliştirilmesine Yönelik Destek Ve Tedbirler Hakkında Kanun Taslağı”nın son halinin sektör ve kamuoyuyla paylaşılmasının ardından kanunlaşması gerektiği belirtilen açıklamanın detayları şöyle:

## Sektör oyuncularının talepleri dikkate alınmalı

“Teknoloji ve internet kullanımının artmasıyla birlikte, veri merkezlerinin önemi her geçen gün artıyor. İşletmelerin, devletlerin ve

bireylerin dijital veriye olan talebi, veri merkezlerini vazgeçilmez hale getiriyor. Bu nedenle, Türkiye olarak, veri merkezi ekosistemine daha fazla önem verilmesi gerektiğine inanıyoruz. Bu bakış açısıyla TELKODER olarak Türkiye veri merkezi ekosisteminin uygun yöntemlerle neden ve nasıl desteklenmesi gerektiğini ayrıntılı olarak çeşitli yazı ve raporlarla ele almış ve Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı’na iletmiştik.

Veri merkezleri alanında küresel yarışta ülkemizin hak ettiği yeri alabilmesi için vakit kaybetmeden atılması gereken çok fazla adım bulunuyor. Özellikle veri merkezi işletmecilerinin artan yapay zekâ ve bulut hizmetleri taleplerine uygun gelişim sağlamaları gerekiyor.

Yakın zamanda yayınlanan bir rapor, yapay zekâ modellerinin eğitiminin ve uygulanmasının 2028 yılına kadar 76 milyar dolara mal olacağını öngörüyor. Bu rakam, dünyanın en büyük bulut hizmet sağlayıcılarından birisi olan Amazon Web Services’in (AWS) yıllık işletme maliyetinden (operating cost) iki kat fazlasına denk geliyor. Peki bu, veri merkezleri için ne anlama geliyor? Yeni ve mevcut teknolojinin talep ettiği güç, depolama ve bağlantıyı sağlamak için birçok alanda daha verimli hale gelmeleri gerekiyor. Sonuç olarak, yapay zekânın büyümesi, küresel veri merkezleri için benzeri görülmemiş bir talep oluşturuyor.



Yapay zekâya olan talep ile birlikte, veri merkezi depolama kapasitesinin 2023 yılı için 10,1 zettabayttan (ZB) 2027 yılında 21,0 ZB’ye çıkması ve beş yıllık bileşik büyüme oranının (CAGR) %18,5 olması bekleniyor. Bu artan depolama alanı yalnızca daha fazla veri merkezine ihtiyaç duyulmasına yol açmakla kalmayacak, aynı zamanda hesaplama gücüne yönelik artan talebe ayak uydurulmasını da gerektirecektir. Aşırı Büyük Ölçekli (Hyperscale) Veri Merkezlerinin (HDC) raf yoğunluklarını artırması öngörülmüyor. 2027 yılına kadar ortalama raf yoğunluğunun, %7,8’lik bir bileşik yıllık büyüme oranına sahip olacağı düşünülüyor.

Dünyadaki veri merkezi yatırımları son dönemde önemli bir artış gösteriyor. Anlaşılabileceği üzere bu büyüme, yapay zekâ tabanlı uygulamaların yaygınlaşmasıyla doğrudan ilişkilendirilebilir. Yapay zekâ, çağımızın en önemli teknolojik gelişmelerinden biri olarak öne çıkıyor ve bu gelişmelerin temelini oluşturan veri merkezleri, bu alandaki ilerlemenin temelini oluşturuyor. Yapay zekâ ve veri merkezi ekosistemindeki yaşanacak gelişmeler, ülkemizi küresel rekabetin ön saflarına taşıyabilir. Yapay zekâ ve veri merkezi işletmeciliği, Türkiye’de teknolojik ilerlemenin önemli bir parçası haline geliyor ve biz bu konuda ülkemizin

gelişimi için daha fazla katkı sağlamak istiyoruz.

Bulut hizmetleri ve yapay zekâ alanındaki yatırımların artması, hem ekonomik büyümeyi destekleyecek hem de ülkenin küresel rekabet gücünü artıracaktır. Türkiye, yapay zekâ ve veri merkezi teknolojilerinin sürdürülebilir olarak gelişmesini teşvik etmek için kararlı bir şekilde çalışmaya devam etmelidir. Bu doğrultuda, ülke olarak kazananlardan olmak istiyorsak, konuyu her yönüyle ele alıp, Türkiye veri merkezi ekosisteminin önemini kavramış bir şekilde hareket etmemiz gerekiyor. Bu noktada, Türkiye’nin veri merkezi ekosistemini güçlendirmek ve geliştirmek için Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı’nı harekete geçmeye çağırıyoruz.

Bu doğrultuda Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı’ndan;

- Cazibe Merkezleri Programında yer alan il ve beyaz alan sınırının kaldırılarak sektörün ihtiyaçlarına uygun hale getirilmesini ve hâlihazırda ülkemizde Altyapı Hizmeti (IaaS – Infrastructure as a Service), Platform Hizmeti (PaaS – Platform as a Service), Yazılım Hizmeti (SaaS – Software as a Service) gibi hizmetleri veren çeşitli Yerli Bulut Sağlayıcılarının da ilgili destek ve teşviklerden faydalandırılmalarını,
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi tarafından hazırlanarak Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı’na gönderilmiş olan “Veri Merkezi, Bulut Bilişim Ve Platform Hizmetleri Sektörlerinin Geliştirilmesine Yönelik Destek Ve Tedbirler Hakkında Kanun Taslağı”nın son halinin sektör ve kamuoyuyla paylaşılmasını ve ardından kanunlaştırılmasını talep ediyoruz.”



## DOSYA:

## PERAKENDEDE DİJİTAL DEVRİM



Ayhan Sevgi

## Çetrefilli transformasyon: Ying Yang felsefesi alışverişte

Bir bütün olarak perakende sektörü hem zorluklarla hem de benzersiz fırsatlarla karşı karşıya. Yılların sektörü, geleneksel alışkanlıklarını geride bırakıp rekabet ve tüketici taleplerine yanıt için kendini hızla yeniliyor. Mağaza alışverişinin yerini giderek online ve sosyal ticaret alırken, yapay zeka da perakendede stratejileri yeniden belirliyor. Sadece Türkiye için değil, global bazda önde gelen ülkelerin hepsinde ekonomik sıkıntılar var. Bu da dalgalı ve ertesi günü belirsiz tüketici talebi, yani süpermarketten lüks ürünlere, tekstilden online platformlara kadar tüm perakende paydaşları için risk demek. Bu nedenle perakende şirketleri gelişen teknolojilere yatırım yapmaya, kanallarını çeşitlendirmeye, giderek atan kişiselleştirilmiş ürün ve hizmet talebine yepyeni sunumlarla yanıt vermeye çalışıyor. Ama madalyonun diğer yüzünde bu sunumlar hem perakende şirketleri için maliyet riski taşıyor hem de çeşitlenen kanallarla gelişen siber risk potansiyeli oluşturuyor. Giderek sertleşen rekabette

perakende dünyası da marka sadakatine uzan duran Z ve Alfa nesilleri gerçeği karşısında, kazanılması zor ama kaybedilmesi kolay tüketici sadakatine odaklanıyor, müşteri deneyiminde istikrarlı yetkinliği hedefliyor, marka saygınlığını korumak için sürekli tetikte olurken, online ve offline, misal mağazada başlayıp mobilde sonuçlanan alışveriş deneyiminde kesintisizliği, platformlar arasında entegrasyonda sürekliliği gözetiyor. Son dönemde perakende dünyasının gözü yapay zekada. Her sektörde olduğu gibi perakende sektöründe de yapay zekanın yeni bir devrime kapı açması bekleniyor. Ama bu açılan kapı, yine benzersiz siber riskleri de beraberinde getirecek. Bu nedenle bir bütün olarak perakende sektörü temel riskleri ve fırsatları kesintisiz takip etmeli, tüketici tercihlerinin yönü, teknolojik gelişimin rotası, sürdürülebilirlik ve istihdamın da bu dönüşüme uyumu gibi kavramları ayda yılda bir değil, kurumsal varlığın devamlılığı için sürekli takip etmeli. Dinamik stratejiler, tercihleri sürekli değişen tüketici gerçeğinin de ışığında büyük önem taşıyor.

## DOSYA:

## PERAKENDEDE DİJİTAL DEVRİM

# Alışkanlıklar güncelleniyor!

Perakende sektörü için tüketici vazgeçilmezdir. Ama bu bağları eskiden ürün kalitesi, fiyat, markanın değeri gibi kriterler oluştururken, artık teknolojik yenilikler ve dijitalleşme ile kurulan bağlar söz konusu. Bu bağları kurmak kadar sürdürülebilirliği sağlamak, müşteri sadakatini oluşturup koruyabilmek de markalar için ayrı bir macera.

Alışveriş dünyası değişiyor ve kastımız “sezon modası” değil. Bir bütün olanak perakende sektörü değiştiği için alışveriş dünyası da kaçınılmaz olarak bu değişimde konumlanıyor. Bu değişim, perakende başlığında faaliyet gösteren her ölçekte şirketin strateji belirleme, bu stratejiyi düzenli olarak kontrol edip gerekli güncellemeleri yapabilme gerekliliği anlamını taşıyor. Perakende sektörü için her zaman önemli bir başlık olan “müşteriyi tanımak” kavramı, gelişen teknoloji ile çok farklı bir boyuta evrildi. Yani artık tüketici segmentasyonunda yaş, eğitim, ikamet edilen semt bilgisi gibi demirbaş veriler öncelik değil. Bunun yerine tüketicinin geçmiş verileri ve satın alma alışkanlıklarından önceliklendirme ve tercih ettiği ödeme sistemine göre segmentasyon gibi çok farklı kriterler markaların tüketici segmentasyonunda belirleyici oluyor. Bu da markaların söz konusu verileri doğru okuyup statik değil, dinamik stratejiler belirlemesini, tüketici alışkanlık ve ihtiyaçlarını doğru okuyabilmesini gerekli kılıyor.

## Yapay zeka ile yenilenen analizler

Teknoloji hızlı ve bütünsel bir gelişim içinde, ama son yılların en büyük “kuralları altüst eden” yeniliği yapay zeka. Her sektörün her ölçekte şirketini bu yeniliğe doğru adım ve strateji ile uyum sağlaması önemli. Yapay zeka araçlarından kişiselleştirilmiş pazarlamaya, perakende sektörünü geliştirecek trendleri yok saymamak gerek. Bu arada perakende sektörü şirketleri kurumsal işleyişi geliştirmek, rekabette öne çıkmak, tüketicilere yenilik sunmak gibi türlü hedeflerle yatırım adımı atabilir. Ama artık baskı gücü büyük ölçüde tüketicilerde. Yani marka istediğini yapsın, teknolojiye her türlü yeniliği benimsemiye hızıyla artık tüketiciler markanın esas rotasını tayin edecek. Çünkü tüketiciler iş uygulamaları ile kendilerine sunulan tekliflerin neler olduğunu biliyor. Yapay zeka teknolojisi yeni değil, ama bireylere yayılımı bu döneme denk geldi. Birçok sektör uzmanıma göre de yapay zeka başlığında kadar hızlı yayılan yenilik olmadı. Bunun en bilinen örneği olan ChatGPT tüm zamanların en hızlı büyüyen internet uygulaması ve kullanıcı sayısı da istikrarlı

biçimde artıyor. Perakendecilerin verimliliği ve süreçleri iyileştirmek için yapay zekayı nasıl kullanabileceklerine bakması ve bunu insan dokunuşunu koruyarak dengelemesi önem taşıyor.

Daha fazla işletme yapay zekayı benimserken, alışveriş yapanlar da insan etkileşimine önem veriyor. Bu strateji ile de kişiselleştirilmiş iletişim gündeme geliyor. Öyle ki, sektör temsilcilerine göre 2024, işletmelerin müşterileriyle kişiselleştirilmiş etkileşimi benimsemesini sağlayacak. Müşteriler, sektör fark etmeksizin, kişiselleştirilmiş iletişim istiyor. Cep telefonuna gelen SMS veya WhatsApp pazarlaması da nokta atışı olduğu sürece satışa dönüş potansiyelini yükseltiyor. Bu noktada da standart iş zekası ve analitik uygulamalarına karşı yapay zeka önemli bir araç olarak öne çıkıyor. Hele de konu doğru teklif sunumunda ve sektörel rekabette güç kazanmak olduğunda...

## Tüm platformlar bir arada

Hibrit alışveriş konsepti giderek daha sık konuşuluyor. Çünkü X ve önceki kuşakla Z ve Alfa kuşakları arasında teknolojik mazi apayrı. Ama tüm bu nesillerin ortak noktası alışveriş yapması. X kuşağı mağaza deneyimine önem verirken, Z kuşağı için online alışveriş her zaman öncelik. Bu iki neslin perakendede satın alma tercihleri de perakendecilere fiziksel ve çevrimiçi dünyalar yaratma fırsatı, bu iki platform arasında net ve sürekliliği olan bir denge oluşturulmasını gerekli kılıyor. Bu yönüyle başarılı perakendeciler, fiziksel ve dijital kanallarını sorunsuz bir şekilde entegre ederek, gelişmiş stok yönetim sistemlerini, CRM araçlarını ve sofistike analitikleri kullanarak tüm temas noktalarında operasyonları buluşturarak, müşterilerine tutarlı bir deneyim sunuyorlar.

## Reyonlarda yapay zeka etkisi

Yapay zeka (AI), perakende sektöründe kuralları yeniden yazıyor. Bunun bir örneği olarak perakendeciler, yüksek derecede kişiselleştirilmiş alışveriş deneyimleri sunmak için AI'nı gücünden yararlanıyorlar. Nihayetinde AI dünyasının temelini oluşturan

makine öğrenimi algoritmaları, tercihleri anlamak, belirli davranışları tahmin etmek ve sonunda bireysel tercihlere uygun ürün setlerini önermek için e-ticaret siteleri, sosyal medya ve pazarlama kanalları gibi çeşitli platformlardaki geniş veri miktarını hızlı biçimde analiz ediyor ve kısa sürede ortaya net bir öneri veya teklif çıkartıyor. Bu hızın satın almaya dönüşmesinin de hızlı olacağı düşünüldüğünde, tüketiciye bu fırsatı sunan perakendecinin karlılığının yükseleceği de açık bir gerçek oluyor.

Bazı ürünlerde ikinci el, kiralama veya yeniden satış gibi stratejiler de giderek öne çıkıyor ve perakende sektöründe değişimin itici gücü oluyor. Özellikle Avrupa'da önde gelen perakendeciler yeniden satış ve kiralama rotasını izliyor. Pandemi döneminde ticaretin, alışverişin, rutin hayatların yaşadığı kesinti, evde geçen zamanlar, çevrecilik ve sürdürülebilirlik kavramlarının pandemi dönemiyle birlikte belirginlik kazanması da ikinci el ve yeniden satış kavramlarının güç kazanmasını sağlıyor. Özellikle Z kuşağı için bu yapı önemli ve tercih sebebi.

## Lojistikte dönüşüm

Pandemi döneminde herkes evlerine kapanır, yemekten sabun ve deterjana demirbaş ev ihtiyaçlarının alışveriş için online platformlara akın ederken, lojistik süreçlerinde kesintisizlik her zamankinden daha da önemli oldu. Perakende ve e-ticaret şirketlerinin lojistik sektörü şirketleri ile iş birlikleri bu sürecin bir sonucu olurken, perakende başlığında sorunsuz teslimat tüm tarafların önceliği oldu. Öyle ki, pandemi dönemi geride kalmış olsa bile o dönemde teslimatta hayata geçirilen yenilikler, geliştirilerek devam ediyor ve yayılıyor. Bunun ilk akla gelen örneği drone teslimatı. Çevrimiçi siparişlerin birkaç saat içinde hedefe ulaştırılması için drone önemli bir fırsat ve ABD başta olmak üzere giderek yayılıyor. Türkiye'de de var olan sınırlı örneklerin artacağını tahmin etmek zor değil. Yurtiçi Kargo gibi bazı kargo şirketleri drone ile teslimat yaparken, Yemeksepeti de 2022 yazında drone ile yemek teslimatı yaptı. Perakende sektöründe bu adımların arkasının geleceğini tahmin etmek hiç de zor değil. ABD'de Amazon ve Walmart gibi perakende sektörü öncülerinin drone teslimatında yaygınlaşmanın itici gücü olacağı da aşikar.

## Gerçeklik artınca...

Artırılmış gerçeklik (AR) entegrasyonu, hem çevrimiçi hem de mağaza içinde tüketicilerin ürünlerle etkileşim kurma biçimini dönüştürüyor. Bu entegrasyon, alışveriş deneyimini yalnızca meraklılar için değil, herkes için yükselten bir trend ve giderek yayılacağı da aşikar. Perakende sektöründe



## DOSYA:

## PERAKENDEDE DİJİTAL DEVRİM

# Perakende, bulut teknolojilerini en çok kullanan sektörler arasında yer alacak

Perakende sektörü, müşterilerin beklentilerine yetişmek ve e-ticaretten gelen rekabete cevap verebilmek için çevik olmak, verimliliğe ve karlılığa odaklanmak zorunda.



**Bulutistan İcra Kurulu Danışmanı**

Orhan Dağlıoğlu

Teknoloji ve dijitalleşme hayatımızı değiştirmekle kalmayıp sektörleri de şekillendiriyor. Dijitalleşmeden en çok etkilenen sektörlerin başında perakende geliyor. Bulutistan İcra Kurulu Danışmanı Orhan Dağlıoğlu'nun verdiği bilgilere göre; müşteriyle farklı kanallarda yoğun temas içinde olan perakende sektörü, müşterilerin beklentilerine yetişmek ve e-ticaretten gelen

rekabete cevap verebilmek için çevik olmak, verimliliğe ve karlılığa odaklanmak zorunda. Orhan Dağlıoğlu, şunları kaydetti:

“Son yıllarda çoklu kanal (omnichannel) dönüşümü ve online ticaretin perakendecilerin ana gündemi oldu. Online ticarete perakendecilerin rakipleri dijital doğan teknoloji şirketleri, bu sebeple perakendeciler mevcut yetkinliklerini iyi planlanmış bir dijital dönüşüm süreci ile rekabete adapte etmek ve dijital ortama taşımak durumundalar. Bu yolculukta işbirlikleri de çok önemli, özellikle teknoloji iş ortakları, fintech ve yapay zeka odaklı firmalar.

Perakende sektörünün gelişiminde diğer önemli başlıkları pazaryerleri ve özellikle dikey pazaryerleri, müşteriye tanımak ve hizmet kalitesini artırmak için (hiper) kişiselleştirme, yapay zeka tabanlı uygulamalar ile verimlilik artışı, online perakendenin büyümesi için tedarik zinciri altyapı adaptasyonu ve otonom tedarik zinciri planlaması, veriyi bilgiye daha hızlı dönüştürmeye odaklı uygulamalar olarak sıralayabiliriz.”

Perakendedeki büyük veri ve müşteri trafiğinin gelir artırıcı bir modele dönüşmesi, müşteriye yeni servisler sunmak, varlık geliştirmek ve kurulacak ekosistem ile gelir artırmak

bazı inovatif başlıklar. Finansal servisler ve uygulamalar geliştirmek, seyahat ve oyun gibi ek servisler sunmak, servis olarak lojistik, perakende medyası, abonelik bazlı modeller ve veriden gelir elde etmek bu başlıklardan öne çıkanlar.

Bütün bu konularda adım atmak için gerekli teknolojilere ve kaynaklara sahip olmak, verimli kullanmak oldukça maliyetli. Bu başlıkların her biri yeni projeler, yetkin ekip, yeni entegrasyonlar, büyüyen veri ve kapasite anlamına geliyor. Çoğu perakendeci için işletme sermayesini dijital dönüşüm yatırımlarına harcamak zor bir karar, ancak burada güzel bir fırsat var, artık bulut teknolojileri ile dijitalleşme için gereken altyapı ve yazılımlara kiralama modeli ile erişmek, kullandığın kadar ödemek, performanslı ve güvenli bir şekilde işletmek, iş sürekliliği, bakım ve güncelleme maliyetlerinden kurtulmak mümkün.

Bu yüzden önümüzdeki dönemde bulut tabanlı uygulamalar ve altyapılar dünyada olduğu gibi Türkiye’de de öne çıkacak, perakende sektörü önümüzdeki dönemde bulut teknolojilerini en çok kullanan sektörler arasında yer alacak. Bulut teknolojileri, dijital dönüşümün dinamosu olarak sadece perakendecilere değil, perakende sektörüne yazılım ve hizmet üreten firmalara da fırsatlar sunacak.”



ev eşyasından kılık kıyafete yüzlerce çeşit ürün segmentinde AR entegrasyonu ile deneme ve test imkanı sunulması bazı global spor markalarının özellikle ayakkabı tasarımlarında öne çıkıyor. Bu özel tasarım sürecinin belli bir parasal bedeli var, ama hele de hedef kitle Z ve Alfa nesli olduğu zaman, kişiselleştirilmiş çözümleri tercih eden bu grup için AR ile yaratıcılığın da sıkıntı yaratmadığını söylemek mümkün. Nesilleri bir kenara bırakırsak, giderek daha çok insanın bir ürünü AR kullanarak test etme eğiliminde olduğunu söylemek mümkün.

## Sosyal medya ve ticaret iç içe

Daha önce “sosyal ticaret” olarak adlandırılan bu trend kendini geliştirerek gücünü artırıyor. Özellikle YouTube, Facebook, Instagram ve TikTok gibi sosyal medya platformlarının günlük

etkileşimlerimizi kolaylaştırmasıyla, sosyal alışverişi de günlük hayatla iç içe geçiyor. Ürün keşfinden satın almaya geçişe kadarki tüm süreç akıcı ve ölçülebilir hale gelirken, kullanıcılar da tercih ettikleri sosyal ağlarını terk etmeden ürünleri keşfedebilir, inceleyebilir ve satın alabilirler.

Perakendecilerin bu gerçeğin bilincinde olması ve sosyal medyada farklılık yaratmak için içerik geliştiricilerle verimli çalışmalar yapması bu noktada önem kazanıyor. Marka topluluklarını oluşturmak kadar bu toplulukların sürekliliğini de sağlamak için içerik üreticileri ile doğru bilgileri baz alan iletişim kritik. Perakende sektörünün hangi başlığından olursa olsun, bu stratejiyi benimseyen tüm markalar da bireyler ve ürünler arasında oluşturdukları bağı hep güçlü tutmaya odaklanmalı.

## Ödeme dünyasının evrimi

Dijital işlemlerin gelişimi paralelinde temassız ödeme yöntemleri ivme kazanıyor. Perakendeciler de hız, güvenlik ve kullanım kolaylığına öncelik veren yenilikçi ödeme çözümlerini benimsemekte. NFC gibi teknolojilerle kolaylaştırılan ödeme yöntemleri, müşterilerin temassız kartlarını, akıllı telefonlarını veya giyilebilir cihazlarını uyumlu bir terminalle temas ettirip işlem yapmalarını sağlayarak, fiziksel temas veya kartın takılması gereğini ortadan kaldırıyor. Son yıllarda perakendeciler temassız mağaza deneyimi sunmak için farklı yöntemler deniyor. Mesela Amazon, alıcıların, mağazada bulunan kameralar ve sensörlerle raflardan aldıklarını kaydederek, mağazadan çıkarken yanlarında götürdükleri her şey için fatura kesilmesini mümkün kılıyor.

## DOSYA:

## PERAKENDEDE DİJİTAL DEVRİM

# Tüm kanallarda entegrasyon esas!

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte perakende sektörü de köklü bir dönüşümün içinde.

Günümüzde sadece klasik mağazalar değil, internet satış siteleri ve 5.2 milyar kullanıcının olduğu YouTube, Instagram, Facebook, X (Twitter), TikTok, LinkedIn gibi sosyal medya platformları da birer perakende mecrasına dönüşmüş durumda. E-ticaretin hacmi, hangi dönemi ve hangi coğrafi bölgeyi incelediğinize bağlı olarak değişmekle birlikte Türkiye’de müthiş bir gelişim söz konusu. Armongate CTO’su Erinç Çakır’a göre, bu artışta online alışverişi mümkün kılan ağ altyapılarının, WiFi7 gibi hızlı internetin, artırılmış ve sanal gerçeklik (AR) (VR) teknolojilerinin payı çok büyük. 3’üncü taraf çerezleri ile markalar dijital reklamlarına yön verirken, Erinç Çakır’ın belirttiği gibi, tüketici alışkanlıkları yapay zeka ve makine öğrenimi tarafından destekleniyor, aynı zamanda da oluşturulmaya çalışılıyor. “Kişiyeye özel reklamlar, indirimler ve ürün tavsiyeleri bu kategoriye giriyor” örneğini veren Erinç Çakır, değişimi şu sözlerle ele aldı:

“Artık bir ürünü alırken önce YouTube’da en az 2 videosunu izliyoruz. Sonra Google’da ürünü satan siteleri geziyor, tüketicilerin verdiği puanları ele alıyor, yorumlarını okuyoruz.

Ardından en hızlı ve güvenli şekilde fintek yöntemi ile satış bedelini tahsil eden şirkete ücretini ödüyoruz. Ardından ya ürün kargo ile geliyor ya da gidip fiziksel mağazasından teslim alıyoruz. Bu süreçler 10 yıl önce bu kadar gelişkin değildi. Fakat perakende sektörü hangi ürünün satışa konulacağından ürüne ilişkin nasıl bir pazarlama faaliyeti yürütüleceğine, ürünün satış eğrisinin analiz edilmesinden Ar-Ge’de geliştirilmesine, hangi influencer tarafından tanıtılacağından depolama ve lojistik ile iade süreçlerine kadar her noktada teknolojiyi kullanıyor.”

## Ödeme yöntemleri gelişecek

Önümüzdeki dönemde perakende sektörü, bu gelişmelerin ışığında fiziksel mağazalarının da teknolojiye ayak uydurduğu bir döneme geçiş yapacak. Bu beklentiyi dile getiren Erinç Çakır, sektöre dair şu verileri paylaştı:

“Ülkemizde zincir marketlerin her birinin 10 binin üzerinde şubesi var. 50 bine yakın sadece market perakende mağazası bulunuyor. Buna zincir, hazır giyim ve gıda markalarını ekleyince rakam katlanıyor. Çalışanların mesai sadakatinin ölçülmesi gibi



Armongate CTO’su

Erinç Çakır

işlemler için geçiş teknolojileri de dahil olmak üzere birçok yeniliğin perakendede devreye alınacağını düşünüyorum.”

Erinç Çakır’a göre, yapay zeka, ürünlerin tasarlanmasından satışına kadar her alanda etkin rol üstlenecek. Kişileştirilmiş reklamlar, sanal turlar ve sanal ürün deneyimleri için 6G’nin de devreye girmesiyle birlikte dokunma, tat ve koku hissi veren teknolojiler kullanılacak. Erinç Çakır, IoT’nin sadece üretimde değil, perakendedeki soğutma araçları ve kasa arasında da etkili olacağı beklentisini dile getirdi. Erinç Çakır, ödeme başlığında da, “Fintech etkin rol oynayacak, sadece QR kodlu ödeme değil, blokzincir’den temassız ödeme de daha çok kullanımda olacaktır” değerlendirmesini yaptı.

⇒ Sayfa 9’dan devam

## Sürdürülebilir alışveriş

Giderek artan sayıda tüketici, satın alımlarının çevresel ve etik etkilerinin daha fazla farkında ve bu konuda hassasiyetleri var. Perakendeciler de bu trende sürdürülebilirlik, tedarik zinciri uygulamaları, ürün paketlemesi gibi birçok adımda sürdürülebilirliği benimseyerek yanıt veriyor. Bu başlıkta iş zekası çözümlerinin kullanımı da perakendecilere tahmin yapma ve satıştan stoğa öngörülebilir adımlar atma imkanı sunuyor. Bu yapıda çevre dostu ürün özelliklerinin etkin iletişimini sağlayarak tüketicilere sürdürülebilir seçimler yapma gücü vermek de mümkün.

## Lüks ve sürdürülebilirlik buluşması

Tüketiciler, ürünlerin markalamadan ziyade ince tasarım, yüksek kaliteli malzemeler ve titiz detaylara gösterdiği özenin arayışında. Bu trend, ürünlerin içsel güzelliğini markalamadan daha fazla öne çıkartıyor ve ürünlerin ötesinde, kişiselleştirilmiş ve özel

deneyimleri de kapsıyor. Perakendeciler, müşterilerle samimi ve özel etkileşimler oluşturarak, onlarda ayrıcalık hissi yaratabilir. Bunun bir örneği olarak sınırlı sayıda ürün, kişiselleştirilmiş hizmetler ve davetle sınırlı etkinlikler farklı bir “lüks” konseptine güç verir. Bu konseptin etik anlayış ve sürdürülebilir uygulamalarla buluşması da ek katma değer demek. Sonuçta bir tarafta da tüketiciler satın aldıkları ürün veya hizmetin çevresel etkisine artık daha fazla dikkat ediyorlar ve perakendeciler de çevre dostu malzemeleri, şeffaf tedarik zincirlerini ve sorumlu üretim yöntemlerini benimseyerek tüketici beklentilerine yanıt veriyor.

## Sanal asistanlar ilaç gibi geliyor

Perakendeciler, sesle etkinleştirilen teknolojiler tarafından desteklenen konuşma destekli alışveriş asistanlarını entegre etmeye önem veriyor. Bu sanal asistanlar, kullanıcı sorularını anlayıp yanıtlıyor ve asıl önemlisi, kullanıcıları da alışveriş yolculuğunun tamamında

yönlendiriyor, satın alma kararında belirleyici oluyor. Tüketiciler de biliyor ki, artık ürünlere kolayca göz atabilirler, öneriler alabilirler ve sesli komutlarla alışveriş yapabilirler. Sesli komutların perakende sektöründe ödeme sistemleri ile bağının daha da güçlenmesi bekleniyor. Çünkü tüketiciler daha da pratik olmak istiyor.

## Tedarik zincirine blockchain dopingi

Blockchain’in şeffaflığı, izlenebilirliği ve güvenliği artırması, tedarik zincirlerinin dayanıklılığını da pekiştiriyor. Blockchain’in merkezi olmayan ve değiştirilemez kayıt sistemi, tedarik zinciri sürecinde uçtan uca tüm işlemleri kaydetme ve doğrulama konusunda güvenli ve şeffaf bir yöntem sunuyor. Perakende tedarik zincirlerinde blockchain’in faydalarından bazıları artırılmış izlenebilirlik, verimli denetim ve sahtekarlığın azaltılması olarak gösterilebilir. Bu yapı perakendeciler için marka itibarını pekiştirdiği gibi tüketici güvenini de koruma imkanını sunar.

## DOSYA:

## PERAKENDEDE DİJİTAL DEVRİM

# “Müşteri beklentilerine verdiğimiz yanıtlarda sektörde fark yaratıyoruz”

Dünya genelinde ve Türkiye'de sürekli olarak değişen tüketici tercihleri, teknolojik ilerlemeler ve pazar dinamikleri gibi çeşitli faktörlerle perakende sektörünün yeniden şekillendiği bir dönemdeyiz. Özellikle son yıllarda dijitalleşme ve e-ticaretin yükselişi, sektörü dönüştürmeye devam ediyor. Boyner Büyük Mağazacılık Kurumsal Çözümler ve Siber Güvenlik Direktörü Hakan Türköner'in verdiği bilgilere göre; yalnızca ürün değil, ürünün sunulduğu şekli yani hizmet kalitesi ve deneyim de günümüz ajandasında üst sıralarda yer alıyor. Özellikle genç neslin yani 25-34 yaş arası tüketicilerin yüzde 64'ü ürünü hizmet ile birlikte sunan markaların daha iyi bir deneyim sağladığını düşünüyor. Yüzde 67'si ise ürününü hizmet ile birlikte sunan markaların kendisini daha iyi anladığını belirtiyor.

“Hızla değişen teknolojiyle markaların hareket alanlarının ve hızının artması tüketicilerden ilgi gördükçe perakende sektöründe rekabetin arttığını, buna paralel olarak tüketici beklentilerinin de yükseldiğini gözlemliyoruz” diyen Hakan Türköner'e göre, bu durumda pazarlama stratejilerinin sürekli olarak güncellenmesi gerekliliği gibi zorluklar şirketlerin değişen trendlere uyum sağlamasını ve müşteri odaklı bir yaklaşım benimsemesini gerekli kılıyor. Artık yıllık planlamalara bağlı kalmadan esnek ve çevik bir bakış açısıyla hareket etmek perakendenin anahtarı.

Boyner'de, 2022'den bu yana büyük bir dönüşüm süreci içinde olduklarının altını çizen Hakan Türköner, şunları kaydetti:

“Aslında bu dönüşümün dinamizm getirdiğine ve şirket kültürü olarak yer edinmesi gerektiğine inanıyor, buna uygun şekilde datanın da gücüyle birçok farklı algoritmayı değerlendirip eş zamanlı olarak farklı stratejik adımları hayata geçiriyoruz. Odaklandığımız ana tema ise 'deneyim'. Sanatın, sürdürülebilirliğin, gastronominin, düşünülmüş marka karmasının ve alışveriş pratiği, eğlenceli hale getiren farklı deneyim alanlarının bütünselliğinden ortaya çıkan mağazalar yaratıyoruz. Boyner Cadde bu konuya bakış açımızı yansıtan başlangıç noktamız. Şimdi Boyner İstinyePark İstanbul'da bir üst seviyeye taşıdığımız; içinde mağazaya özel sanat eserlerinin, deneyim alanlarının yer aldığı, sadece Boyner'de yer alan markalarla özel alanlar yarattığımız bir mağaza tasarladık. Müşteri deneyimi ve memnuniyetini ön planda tutan fiziki mağazacılık faaliyetlerimizin yanı sıra online platformlarda da varlığımızı koruyoruz. Fizikselden dijital uzanan omni kanal bir yapı ile varlığımızı güçlendiriyoruz. Bu yaklaşım ile perakende sektörünün hem tüketiciler için daha iyi bir alışveriş deneyimi sunabileceğini hem de perakendeciler için daha verimli bir iş modeli oluşturabileceğine inanıyoruz.”

Bilişim teknolojilerinin, perakende sektöründeki dönüşüme hız katan ve yeniden biçimlendiren kritik bir rol üstlendiğini belirten Hakan Türköner, sözlerini şöyle sürdürdü. “Verimlilik, tüm iş yapış şekillerinin merkezinde yer alan bir odak noktası. Bilişim teknolojilerine karşı yatırımların artması



Boyner Büyük Mağazacılık Kurumsal Çözümler ve Siber Güvenlik Direktörü Hakan Türköner

da bu odak noktalarından doğan bir gereklilik olarak karşımıza çıkıyor. Müşterinin beklentilerine hızlı ve doğru seçenekler ile cevap vermek ise sektörde fark yaratmamızı sağlayan deneyimlerini iyileştirmenin ilk adımı. Gartner, Top 10 Strategic Technology Trends 2024 raporuna göre öne çıkacak 10 trend arasında Yapay Zeka Güven, Risk ve Güvenlik yönetimi (AITRISM), Sürekli Tehdit Maruziyet Yönetimi (CTEM), Sürdürülebilir Teknoloji, Platform Mühendisliği, Yapay Zeka Destekli Gelişim, Endüstri Bulut Platformları, Akıllı Uygulamalar, Demokratikleştirilmiş Üretimsel Yapay Zeka, Artırılmış Bağlantılı İş Gücü ve Makine Müşteriler yer alıyor. Benim beklentilerime göre de, yapay zeka ve makine öğrenimi müşteri tercihlerini analiz etmek, satış tahminlerinde bulunmak, kişiselleştirilmiş pazarlama stratejileri oluşturmak ve stok yönetimini optimize etmek gibi birçok alanda daha da öne çıkacak. Ayrıca, geniş veri analitiği sayesinde yapay zeka destekli chatbotlar da müşteri hizmetlerini iyileştiren ve müşteriye özel öneriler sunan çözümleri beraberinde getiren teknolojiler olarak pek çok şirketin odağında yer alacak. Özellikle blockchain teknolojisi, tedarik zinciri yönetimi ve ürün takibi gibi alanlarda perakendecilere şeffaflık ve güvenilirlik sağlayacağını düşündüğüm önemli teknolojilerden biri. Tabii ki teknolojik yetkinliklerin sektörde karşılık bulabilmesi için perakendecilerin müşteri odaklı bir yaklaşım benimsemesi ve sürekli olarak yenilikçi çözümleri takip etmeleri gerekiyor.”

“Bizim en büyük rekabet avantajımız, değişimin çağrısına kulak vermemiz” diyen Hakan Türköner, sözlerini şöyle sürdürdü:

“Özellikle teknolojiyle bu kadar iç içe geçen bir çağda, hiçbir iş kolunun etkilenmemesi mümkün değil. Biz de Boyner olarak bu dönüşüme hızla ayak uyduran öncü şirketler arasında yer aldık. Özellikle online alışveriş deneyimimizde birçok farklı uygulamayı hayata geçirdik. Müşteri yorumlarını Generative AI ile yorumlayan 'Akıllı Yorum Özetleri', ürün özelliklerini öne çıkararak içerikler oluşturan 'Ürün İçerik Oluşturucu', GenAI modelleri kullanarak kişiselleştirilmiş hediye önerileri sunan botu 'Akıllı Hediye Asistanı', müşterilerimizin online sitemiz üzerinde sadece aradıkları kelimelere uygun ürün bulmalarını değil aynı zamana anlam ve bağlamını anlayan yapay zeka destekli arama asistanı olan 'AI Search' uygulamalarımız perakendede fark yaratacak adımlarımızdan olacak. Bu başarımızın temelinde müşteri deneyimi odaklı teknolojik yatırımlarımız da yer alıyor. Veri odaklı teknolojilerin geleneksel perakendeciliğe entegre edilmesi artık daha hızlı aksiyon alabilmemize ve süreç optimizasyonlarını gerçekleştirebilmemize olanak tanıyor. Bu teknolojiler sayesinde müşterinin hız talebini karşılamanın yanı sıra belki de dile getirmediği talepleri de tahmin edebiliyor ve Boyner deneyimine dahil ediyoruz.

Önümüzdeki dönemde mağaza içi satışları ve müşteri memnuniyetini artırmak için yoğun mağaza değişiklikleri planlıyoruz ve bu değişikliklerle müşteri deneyimini güçlendirerek satış performansını daha da artırmayı hedefliyoruz. Bütüncül yaklaşımımızla müşterilerimize özel içerikler sunan perakende sektörünün öncü bir markası olarak üretken yapay zeka ve analitik modellerde yeni bir altyapı üzerinde çalışıyor ve daha fazla değer üretmeyi hedefliyoruz.”

## DOSYA:

## PERAKENDEDE DİJİTAL DEVRİM

# Müşterilere dokunan her noktada artık yapay zeka var

Perakende sektörü birçok bileşeniyle birlikte çok geniş bir yelpazede işletmeleri kapsayan, dinamik ve oldukça rekabetçi bir sektör. Pandemi döneminin etkisiyle çok kanallı perakendeciliğe ve çevrimiçi satın almaya geçiş hızlandı. eBebek CTO'su Barış Şimşek'in verdiği bilgilere göre bu durum satıcıları değişen müşteri tercihleri ve ihtiyaçlarına yanıt olarak yenilik yapmaya ve uyum sağlamaya zorladı. "Günümüzde değişen tüketici zevkleri ve alışkanlıklar, teknolojik gelişmeler nedeniyle muazzam bir geçiş yaşıyor. Bununla birlikte, birçok perakendecinin ana odağının özellikle bilgi teknolojisi ve tedarik zinciri işlevlerine odaklanarak, kârlılığı artırmaya ve daha fazla iş verimliliği elde etmeye doğru kaydığını görüyoruz" diyen Barış Şimşek, şunları kaydetti:

"Farklı ülkelerde perakende sektörü hükümet politikaları, vergiler, jeopolitik sorunlar ve pazar büyüklüğü nedeniyle farklı büyüme dinamikleri gösteriyor. Lider pazarlara baktığımızda önümüzdeki 5 yıllık dönemde yüzde 8'lik bir büyüme öngörüyoruz. Türkiye'de 2023'ün ilk yarısını deprem ve seçim gündemiyle geçirdik. Sonrasında ise enflasyonist ortamın sektörde fiyatlamayı zorlaştırdığı bir dönem yaşadık. Buna karşın gerek lojistik altyapımızın gelişmesi gerekse teknolojiye gelişmelere hızlı uyumumuz sayesinde sektörün büyümesi devam etti. Perakende harcama dinamikleri gözlemlendiğinde, perakende pazarında 2024 yılında da büyümenin devam edeceğini öngörüyoruz.

Teknoloji çağında yaşıyoruz. Bu çağda şirketler bilişim teknolojileri alanında benzeri görülmemiş düzeydeki teknolojik ilerlemelere ayak uydurmak zorunda. Pandemi etkisiyle online kanallara yönelimde 4 yıllık mesafe 1 yılda kat edildi. Bu müşterilerin yüzde 90'a yakınının da orada kalıcı olacağını söylersek, teknolojiye yatırım rekabet için kaçınılmaz.

Sektördeki büyük rekabet nedeniyle perakendecilerin, kusursuz bir alışveriş deneyimine yönelik tüketici talebini karşılamak için dijital ve fiziksel deneyimleri harmanlaması gerekiyor.

Müşteri deneyimi ve hızlı tedarik konularına yatırım yapan firmaların sektörde olumlu olarak ayrışacağını düşünüyorum.

Müşteriye bir değer önerisi sunmak istediğimizde; beklenti sadece bir ürünü veya bir hizmeti almakla bitmiyor. Çok fazla beklentileri ve ihtiyaçları var. Bu yüzden birçok farklı şirketin aynı platform üzerinde bir araya geldiğini, ekosistemler oluşturduklarını görüyoruz. Bu da SuperApp'lerin hızla yayılmasını sağlıyor. Müşterilerine online kanallarda üretken yapay zekanın da (GenAI) desteği ile özel ürünler sunan kişiselleştirilmiş çözümler fark yaratıyor.

Finteklerle birlikte ödeme yöntemlerinin çeşitlenmesi müşterilere bütçelerine uygun alışveriş esnekliği sunuyor. Chatbotlarla müşterilere



eBebek CTO'su  
Barış Şimşek

24 saat aktif hizmet sunuluyor. Arttırılmış gerçeklikle sanal ve fiziksel dünyalar arasındaki boşluk dolduruluyor. Tabii tüm bu dijitalleşen dünyada veri gizliliği ve güvenliği de çok büyük önem kazanıyor. Tüketicinin güvenini kazanmanın yolu bu alana yapılan yatırımlardan geçiyor."

eBebek olarak müşterilere dokunan her noktada üretken yapay zekayı konumlandırmaya çalıştıklarının altını çizen Barış Şimşek, sözlerini şöyle sürdürdü:

"Mağazalarımızda müşterilerimize benzersiz bir deneyim yaşatabilmek için robotları kullanmayı, self-checkout ödeme sistemleri ile hızlı ödeme yapabilmelerini projelendiriyoruz.

Online kanallarımızda yapay zeka destekli arama motoru ile hızlı ve kaliteli arama imkanı, arttırılmış gerçeklik ile ürünleri gerçek dünyada gibi görebilmeyi, çok çeşitli ödeme yöntemleri ile bütçeye uygun alışveriş yapabilmeyi ve müşteri alışkanlıklarını anlayıp kişiselleştirilmiş ürün önerilerini sunuyoruz. Depolarımızı akıllı depolara dönüştürmeye başladık. Yapay zeka destekli toplama ve sıralama algoritmaları üzerinde çalışıyoruz. Ar-Ge ekibimizle Akıllı Stok Tahminleme, Akıllı Satış Tahminleme ve benzeri projelerimizi geliştiriyoruz."



Armongate COO'su  
Gökşun Aktaş

# QR kod ile kolaylık ve takip avantajı

**Armongate, QR kodun cep telefonu ile okutulması prensibine dayanan geçiş teknolojisi ile işyerlerinden AVM'lere ve Ar-Ge merkezlerine uzanan çok geniş bir lokasyon zincirinde giriş-çıkışları kontrol imkanı sunuyor.**

ve sağlık merkezlerinin üyelerinin turnike önünde beklemekten ve zaman kaybı olmadan aktivitelerine başlamasını sağlıyoruz. Araçla yapılan ziyaretlerde aynı kapıdan giriş çıkış zorunluluğunu ortadan kaldırıyoruz. Ruhsat almak, ehliyet bırakmak yerine QR kod ile geçişi ve plaka tanımlamayı sağlıyoruz. Aynı zamanda AVM'lerde belli bir süre sonrası ödenmesi gereken ücretin QR kod ile tahsilatını sağlıyor bu alanda yığılma, birikme oluşmasının önüne geçiyoruz."

## Bilgiler, ilgili birimlerle paylaşılıyor

Armongate için perakende sektörü çok önemli. Gökşun Aktaş, konuyu ikiye ayırdıklarına dikkat çekti. Birincisi perakende şirketlerinin yönetim merkezlerinin, çalışan, ziyaretçi ve araç trafiğinin yönetimi. İkincisi ise perakende markalarının Türkiye çapındaki tüm şubelerinin geçiş sistemlerini tasarlamak ve yönetmek. Plazalar ve binalarda, çalışanların ve ziyaretçilerin kartla geçiş yapmak yerine, mobil uygulamada yer alan QR kod dahil teknolojileri kullanarak turnikelerde yoğunluk oluşturmadan geçiş yapmalarını sağladıklarını belirten Gökşun Aktaş, "Bu bilgileri insan kaynakları ve güvenlik birimlerinin kayıt altında tutmalarını ve raporlamalarını, ayrıca ziyaretçilerin de yaya ve araçla gelişlerinde QR kod kullanarak ziyaretlerini hızlı ve etkin bir şekilde gerçekleştirmelerini sağlıyoruz" dedi.

Bunların yanı sıra Armongate, perakende şirketlerinin 81 ildeki binlerce mağazasında çalışanların mesai sadakatlerini yine QR kod kullanarak, yani her bir mağaza için ayrıca sunucu yatırımına gerek kalmadan kayıt altına alıyor. Bu bilgilere firmanın merkezinden anlık olarak erişebilmesini de sağlayan Armongate, bu noktada perakende şirketlerinin hem çalışanları hem ziyaretçi yönetimleri konusunda çok başarılı sonuçlar elde etti. Yeni perakende zincirleriyle de çalışmalarını artırmak için temaslarını sürdürdüklerini ifade eden Gökşun

Aktaş, Armongate olarak sundukları bu çözüm ve hizmetlerle perakende sektörü şirketlerinin elde ettikleri avantajları şu sözlerle anlattı:

## "Çalışma dünyasına hız kazandırıyoruz"

"Bugün ziyaretçi yönetimi yapan tüm firmalar KVKK kurallarına uymak zorundalar. Yani ziyaretçilerinden kimliklerini istedikleri zaman bu bilgileri çalınmayacak, kopyalanmayacak şekilde muhafaza etmeliler. Armongate olarak sunduğumuz QR kodlu ziyaretçi yönetim teknolojisi ile bu sorunu ortadan kaldırıyoruz. Aynı zamanda yine turnikede kart alma, verme, bekleme sorununu çözüyoruz. Çalışma dünyasına hız ve prestij kazandırıyoruz. En önemlisi de bulut tabanlı sistemimiz sayesinde tüm verileri Türkiye'deki veri merkezinde tutuyor, ayrıca sunucu yatırımı yapmadan yüzlerce, binlerce perakende mağazasındaki geçişi kontrol ediyor, bunları kaydediyor, insan kaynakları ile paylaşıyoruz. Mesai sadakatini ölçtüğümüz şirketler de çalışanlarıyla ilgili terfi ve fazla mesai hesaplama gibi konularda bilgi sahibi olarak hız, zaman ve insan kaynağından tasarruf sağlıyor. Her açıdan onların dijitalleşmesi için ilk adımdan, yani binaya girişten itibaren onların yanında oluyoruz."



**Y**enilikçi geçiş kontrol çözümleri sunarak iş yerleri ve kurumların güvenliğini bir adım öteye taşıyan yazılım şirketi Armongate, 2020 yılında Ankara'da kuruldu ve 4 yıldır aralıksız olarak faaliyetlerini sürdürüyor. Genç ve dinamik bir ekibe sahip olduklarını vurgulayan Armongate COO'su Gökşun Aktaş, mobil uyumlu ve bulut tabanlı merkezi geçiş kontrol sistemi geliştirdiklerini belirtti. Modern iş dünyasının ihtiyaçlarına özel olarak tasarlanmış ürünleri yerli üretim donanım ve yazılımlarla desteklediklerini vurgulayan Gökşun Aktaş, "Kullanıcı dostu mobil ve web uygulamaları sayesinde güvenli erişim kontrolüne yepyeni bir yaklaşım getiriyoruz" değerlendirmesini yaptı.

## Tüm süreçlerde QR kod kolaylığı ön planda

Armongate olarak çalıştıkları markaların dijitalleşme süreçlerinde daha binaya ilk adım attıkları andan itibaren onların yanında olduklarını vurgulayan Gökşun Aktaş, detayları şöyle anlattı:

"Hem çalışanlarının hem de yaya ve araçla gelen ziyaretçilerinin giriş ve çıkış yönetimini en sağlıklı şekilde yapmalarını sağlıyoruz. Binalar, şirketler, ofisler, Ar-Ge merkezleri, üniversiteler ve AVM'lerin otoparklarında faaliyet gösteriyoruz. Tanesi 1 ile 8 dolar arasında değişen ve kolay kaybedilen, kolay kopyalanabilen eski kart teknolojisinin yerine QR kodun cep telefonu ile okutulması prensibine dayanan geçiş teknolojisini uyguluyoruz. İnsan kaynakları birimine çalışanların giriş-çıkış zaman dilimlerini bildiriyoruz. Böylece mesai sadakati ölçülüyor, fazla mesai de kayıt altına alınabiliyor. Spor

## DOSYA:

## PERAKENDEDE DİJİTAL DEVRİM

# Bütünleşik kanal eksenli perakendecilik yaklaşımı hızla yayılıyor

Dünyada ve Türkiye’de de perakende sektörünün en önemli mega trendlerinden biri bütünleşik kanal (omnichannel) yaklaşımı. “Bunun, perakende müşterilerin online, mobil ve fiziksel mağaza alışveriş deneyimlerinde artık kusursuz bir alışveriş deneyimi talep ettiği bir dönemin tanığı olarak rahatlıkla söyleyebilirim” diyen MediaMarkt Türkiye Pazarlama, E-Ticaret ve Kurumsal İletişim Direktörü Tolga Unvan, şu açıklamalarda bulundu:

“Başarılı ve çok uluslu perakende markalarının da online ve offline kanalları birbirine entegre ederek, yatırımlarını ve teknolojinin olanaklarını müşterilerine bütünleşik kanal yaklaşımıyla, uçtan uca mükemmel ve bütüncül bir deneyim sunarak müşteri sadakati ve olumlu marka algısı oluşturmak üzere seferber etmeye devam ettiğini görüyoruz. Daha önce rastladığım bir istatistiğe göre, omnichannel yaklaşımında mükemmel müşteri angajmanı yakalayan şirketlerin gelirlerini yüzde 10 civarı artırabilirken, omnichannel yaklaşımı zayıf olan şirketlerin ise müşteri sadakati oranları yalnızca yüzde 33’te kalıyor. E-ticaretin payının büyüdüğünü ve pastadaki payını daha da artıracığını tahmin ediyorum. 2027 yılına kadar globalde e-ticaretin payının yüzde 40’ları aşacağı öngörülüyor. Ancak buna rağmen fiziksel mağaza deneyiminin günümüzde tüketiciler için önemini



MediaMarkt Türkiye Pazarlama, E-Ticaret ve Kurumsal İletişim Direktörü Tolga Unvan

büyük bir yüzdeyle koruduğunu söyleyebilirim. MediaMarkt’tan örnek vermek gerekirse, şu anda toplam satışlarımızın yalnızca yüzde 25 kadarı online mağazadan, kalan kısmı ise fiziksel mağazalarımızdan geliyor. Bu da aslında Türkiye’deki tüketicilerin eğilimine dair önemli bir veri. Buradan yola çıkarak Türkiye’de bütünleşik kanal eksenli bir perakendecilik yaklaşımının hâkim olmaya başladığı tespitini yapabiliriz.”

Tolga Unvan’ın verdiği bilgilere göre; yapay zekâ ve artırılmış gerçeklik uygulamaları gibi gelişen teknolojiler perakende sektöründe hem satış kanallarıyla sunulan deneyime hem de operasyonlara hızla entegre olmaya devam ediyor. Dünya perakendeciliğinde yapay zekâ uygulamalarının hacminin önümüzdeki on yıl boyunca her yıl yüzde 20 civarı artacağı tahmin ediliyor. Yapay zekanın perakendeciliğe tüketici eğilimlerinin önceden tahmin edilmesi, daha kişiselleştirilmiş bir alışveriş deneyimi sunulması, tedarik zincirinin optimizasyonu, envanter yönetiminin ve müşteri hizmetlerinin iyileştirilmesi, hızlı ve akıllı ödeme yöntemleri gibi alanlarda büyük katkıları olacak. Benzer şekilde otomasyon teknolojileri lojistik süreçleri daha verimli ve hızlı hale getirirken; sesli arama, doğal dil işleme gibi süreçlere son dönemde dahil olan bazı araçlar müşteri deneyimine katkı sunmak üzere geliştirilmeye devam edecek. Teknolojinin çok hızla değiştiği bu dönemde şirketlerin çeviklik kazanabilmek için bu teknolojileri takip etmekle kalmayıp hızlıca kendi operasyonlarına entegre etmelerinin son derece gerekli olduğunu düşünen Tolga Unvan, şunları kaydetti:

“MediaMarkt Türkiye olarak ‘Deneyim Şampiyonluğu’ olarak sloganlaştırdığımız yaklaşımımız doğrultusunda altyapımıza, teknolojilerimize ve mağazalarımıza yatırım yapmaya devam ediyoruz. Bir yandan dijital altyapımızı güçlendirirken diğer yandan yapay zekâ teknolojisini entegre etmeye devam ediyoruz. Müşterilerimize kişisel tercihlerine uygun hediye önerileri sunan Anne AI, Yeni Yıl Hediye AI gibi hediye arama motorları geliştirerek online alışveriş deneyimini bir adım ileriye taşıdık. Güvenli ödeme yöntemleri ve müşteri verilerinin korunması konusunda da teknolojik altyapı yatırımlarımız ve iş birliklerimiz devam edecek. En yeni teknolojileri müşterilerine en iyi deneyimle sunan, Türkiye’nin önde gelen elektronik perakende şirketi olarak bu konumumuzu esasında teknolojinin perakendeciliğe getirebileceği yenilikleri öngörebilen ve en yeni teknolojileri hızlıca benimseyerek ve uygulayarak müşteri deneyimi için artı değere dönüştürebilen bir marka olmamıza borçluyuz.”

# İhtiyaç duyulan teknoloji uçtan uca Bulutistan'da

*Bulutistan, 2023 yılında 'Perakende ve e-Ticaret Bulutu' çözümünü hizmete sokarak, sektörün spesifik ihtiyaçlarını uçtan uca karşılamayı hedefledi.*



Bulutistan İcra Kurulu Danışmanı  
Orhan Dağlıoğlu

Perakende işletmeleri, rekabetçi kalabilmek ve müşteri taleplerini karşılamak için yeni yaklaşımlara ihtiyaç duyarken, dijital ticaretin potansiyelini ortaya çıkarmak için modern bulut tabanlı çözümlerden ve hizmetlerden yararlanan yeni teknolojilere ve yeni bir dijital mimariye de ihtiyaç duyuyor.

Turcorn olma yolunda ilerleyen Türkiye'nin ilk ve lider yerel bulut hizmeti sağlayıcısı Bulutistan da sektörün bu ihtiyacını karşılamak için 2023 yılında 'Perakende ve e-Ticaret Bulutu' çözümünü hizmete sundu. Bulutistan'ın farklı ihtiyaç ve taleplere sahip perakende sektöründeki şirketler için özel olarak tasarladığı bir bulut bilişim hizmetine dikkat çeken Bulutistan İcra Kurulu Danışmanı Orhan Dağlıoğlu, şu bilgileri verdi:

"Türkiye'nin lider perakende şirketlerine bu hizmeti sunan Bulutistan, perakende müşterilerine yüksek performans gereken uygulama ve işlemleri için ölçeklenebilir altyapıdan siber güvenlik hizmetlerine, felaket kurtarmadan iş sürekliliği hizmetlerine kadar pek çok avantaj sağlıyor. Böylece işletmeler, dijital dönüşüm sürecinde ihtiyaç duydukları teknolojiyi Bulutistan altyapısı ile bulmuş oluyor."

#### Anlık ihtiyaçlara hızlı çözümler

Perakende ve e-Ticaret Bulutu, sektörel ana ihtiyaçların hepsini karşılamasına ek olarak, talep edildiği takdirde kurum ve kuruluşlara özel ihtiyaçları da terzi usulü çözümlerle karşılıyor. Bu bilgiyi veren Orhan Dağlıoğlu, "Hizmeti verdiği markaların tüm süreçlerinde yanında olan Bulutistan'ın 7x24 etkin müşteri desteği sunan deneyimli destek ekibi, anlık ihtiyaçlara hemen çözüm geliştiriyor" vurgusunu yaptı.

İşletmelerinin veri depolama, envanter işlemleri ve süreçleri, müşteri ilişkileri, satış noktası (POS) sistemleri ve analiz çalışmaları da dahil olmak üzere, tüm faaliyetlerini ideal bir biçimde yönetmelerine olanak tanıyan avantajları barındıran Perakende ve e-Ticaret Bulutu, sektörü dijital dönüşüm sürecinde ihtiyaç duyulan teknolojik altyapı ile tanıştırtıyor. Bu açıklamayı yapan Orhan Dağlıoğlu, şöyle devam etti:

"Şirketler altyapı ve yazılım yönetimlerini tümüyle Perakende ve e-Ticaret Bulutu'na bırakarak, güvenle büyüme hedeflerine odaklanabiliyor. Perakende ve e-Ticaret Bulutu, iş süreçlerini optimize ederek, ekstra zaman ve insan gücü gerektirmeksizin maksimum performans yaratarak verimliliği artırırken, işletmelere de müşteri deneyimini iyileştirme yeteneği kazandırarak, müşteri memnuniyetini artırıyor."

## 'Perakende ve e-Ticaret Bulutu' bunları kapsıyor!

**Modernizasyon:** İşletmelerin verilerini ve uygulamalarını yerel sunuculardan bulut tabanlı hizmetlere taşınması sayesinde maliyetleri düşer, ölçeklenebilirlik artar ve erişilebilirlik kolaylaşır.

**Büyük Veri Analizi ve AI/ML:** Şirketlerin POS sistemleri, müşteri incelemeleri ve sosyal medya gibi kaynaklardan gelen verileri analiz ederek stratejisini belirlerken müşteri içgörüsünü edinmesini sağlar. Veri Yönetimi: Müşteri, ürün, tedarikçi ve farklı kanallardan gelen etkileşim ve satış verilerini tek bir veri platformunda konsolide ederek tutarlı çok kanallı müşteri deneyimi sağlar.

**Yazılım Geliştirme ve DevOps:** Bulutistan yazılım geliştirme ve DevOps altyapısı ve çözümleri, perakende işletmelerinin iş süreçlerini daha verimli hale getirerek müşteri ihtiyaçlarını daha hızlı ve doğru bir şekilde karşılamaya yardımcı olur.

**Üst Düzey Güvenlik:** Bulutistan, perakende müşterilerinin iş süreçlerinin güvenliğini sağlamak için ağ güvenliğinden veri korumasına, kimlik doğrulama ve yetkilendirmeden saldırı tespiti ve engellemeye kadar çeşitli siber güvenlik hizmetleri sunar.

**Yüksek Performans:** Perakende sektöründe yüksek performans gereken yoğun işlemlerin rahatlıkla çalışacağı bir altyapı (NVMe) sağlayarak veri işlemlerini oldukça hızlı hale getirir, böylece şirketlerin düşük gecikme süreleri ve yüksek güvenilirlik elde etmesine olanak tanır.

**Felaket Kurtarma ve İş Sürekliliği Hizmeti:** Verilerin sürekli yedeklenmesi ve herhangi bir felaket durumunda olağanüstü durum kurtarma sürecinin başlatılmasına olanak tanır. Bu hizmetler, şirketlerin iş süreçlerini sürekli inceleyip riskleri belirleyerek, risklere karşı tedbirler almalarına ve iş sürekliliğini korumalarına yardımcı olur.

## DOSYA:

## PERAKENDEDE DİJİTAL DEVRİM

# Kişiselleştirilmiş alışveriş deneyimleri sunma çabaları artıyor

Perakende sektörü, dijitalleşme ve teknolojik ilerlemelerle birlikte sürekli olarak değişen bir yapıya sahip. Hem dünya hem de Türkiye'de, son yıllarda önemli değişimlere şahit oldu ve bu değişimlerin etkisiyle hala gelişmeye devam ediyor. Seyhanlar Bilgi İşlem Müdürü Fatih Okçu'nun verdiği bilgilere göre, özellikle küresel ölçekte, dijitalleşme ve e-ticaretin yükselişi, tüketici alışkanlıklarının değişmesine ve perakende işletmelerinin bu değişime uyum sağlaması gerekliliğine yol açtı.

Mobil cihazların ve internet erişiminin yaygınlaşması, tüketicilerin ürünleri satın almak için geleneksel mağazalar yerine çevrimiçi platformları tercih etmelerine neden oldu. Bu durumun perakende sektöründe dijital dönüşümün hızlanmasına ve e-ticaretin öneminin artmasına yol açtığını vurgulayan Fatih Okçu, şunları kaydetti:

“Geleneksel mağazalar, online platformlarla entegre çalışarak müşterilere daha geniş bir ürün yelpazesi sunmaya ve alışveriş deneyimini geliştirmeye çalışıyor. Türkiye'de de benzer şekilde perakende sektörü bu trendleri yakından takip ediyor ve gelişimini sürdürüyor. Özellikle dijitalleşme, mobil ticaretin ve e-ticaretin yaygınlaşması Türk perakende sektörünün önemli bir bileşeni haline geldi. Ayrıca, teknolojik altyapının güçlenmesi ve müşteri taleplerinin değişmesiyle birlikte kişiselleştirilmiş alışveriş deneyimleri sunma çabaları da artıyor.

Bu nedenlerle, perakende sektörü hem dünya genelinde hem de Türkiye'de sürekli olarak değişim ve dönüşüm içinde olmaya devam edecek gibi görünüyor. Ancak, bu değişime ayak uydurabilen ve müşteri odaklı stratejiler geliştirebilen işletmelerin başarılı olması muhtemeldir. Müşteri taleplerinin ve teknolojinin hızla evrim geçirdiği bu dönemde, perakende sektörü aktörlerinin esneklik göstererek ve yeniliklere açık olmaları gerekmektedir.”

“Bilişim teknolojileri, perakende sektörünün gelişim sürecini önemli ölçüde şekillendiriyor. Özellikle son yıllarda yapay zeka, büyük veri analitiği, nesnelerin interneti (IoT), mobil teknolojiler ve bulut bilişim gibi teknolojilerin perakende sektöründe kullanımı giderek artıyor. Bu teknolojiler, perakende işletmelerine daha verimli ve etkili operasyonlar yürütme, müşteri deneyimini geliştirme ve rekabet avantajı sağlama imkanı sunuyor” diyen Fatih Okçu, sözlerini şöyle sürdürdü:

“Örneğin, yapay zeka ve büyük veri analitiği sayesinde perakende işletmeleri, müşteri davranışlarını daha iyi anlayabilir, talep tahminlemesi yapabilir ve stok yönetimini optimize edebilir. Bu da hem müşteri memnuniyetini artırabilir hem de işletmelerin karlılığını artırabilir. Nesnelerin interneti (IoT), perakende sektöründe akıllı mağazaların ve akıllı ürünlerin yaygınlaşmasına olanak tanıyor. Bu sayede, müşterilerin mağaza içindeki deneyimleri



Seyhanlar Bilgi İşlem Müdürü  
Fatih Okçu

daha kişiselleştirilmiş hale getirilebiliyor ve işletmelerin müşterileri etkileşimini artırabiliyor. Mobil uygulamalar ve mobil ödeme sistemleri sayesinde müşterilerin alışveriş deneyimleri kolaylaşıyor ve işletmelerin müşteri sadakatini artırma imkanı doğuyor. Bulut bilişim ise perakende işletmelerine esneklik, ölçeklenebilirlik ve maliyet tasarrufu sağlıyor. Bulut tabanlı çözümler sayesinde işletmeler, verilerini güvenli bir şekilde depolayabilir, iş süreçlerini optimize edebilir ve yeni teknolojilere hızla adapte olabilir.

Seyhanlar Zincir Marketleri olarak, firmamız teknolojik yatırımlarını her dönemde önem vermiştir. Gelecekte de bu yatırımları en üst düzeye çıkarmak, iş süreçlerini optimize etmek ve sektöre yön veren yenilikçi çözümler sunmayı hedeflemektedir. Teknolojinin hızla değişen doğasına uyumlu olarak, müşterilerimize daha iyi hizmet sunmayı amacıyla işletmemiz sürekli olarak yeni teknolojileri takip etmekte ve iş süreçlerini sürekli olarak geliştirmektedir.

Geleneksel mağazacılığın yanı sıra e-ticaret alt yapısı sağlayan firmalar ile çalışmalarımızı devam ettirmekteyiz. Bu sayede müşteriye ürünü en hızlı bir şekilde ulaştırmak için çaba sarf etmekteyiz.

Stok yönetimini optimize etmek amacıyla depomuzda yapay zeka ve makine öğrenimi teknolojilerini kullanarak talep tahminleri üzerinde çalışmalar yapılmaktadır. Aynı proje ile lokasyonlarımızın depomuzdan talep edecekleri ürünlerin de manuel oluşturulmasının ortadan kaldırılması hedeflenmektedir.

Envanter yönetiminin daha etkili ve doğru yapılması için depomuzda RFID etiketleri ve sensörlerin kullanımıyla ilgili bir proje geliştirilmektedir. Bu sayede envanter takibi daha hızlı ve hatasız bir şekilde gerçekleştirilebilecektir.

Ayrıca depodan lokasyonlarımıza ürün teslimat süreçlerini hızlandırmak ve operasyonel maliyetleri düşürmek amacıyla otomatik depolama ve raflama sistemleri üzerinde çalışılmaktadır.”



# Bulut Bilişimin Türkiye'deki Gücü Her Zaman Yanınızda!

Tüm iş yükleriniz için gerekli IT altyapısını dilediğiniz an, istediğiniz yerden ve ihtiyaç duyduğunuz ölçekte kullanma kolaylığını yaşamak için daha fazla beklemenize gerek yok.

**Teletek, tam 13 yıldır her sektörden ve her ölçekte firmaya ihtiyaç duyduğu altyapıyı yüksek standartlarda ve kesintisizce sağlıyor.**



## Hazırsınız. Başlayalım!



BULUT BİLİŞİM VE İLETİŞİM HİZ. A.Ş.

[www.teletek.net.tr](http://www.teletek.net.tr) - [info@teletek.net.tr](mailto:info@teletek.net.tr) - 0(216) 576 21 21

## DOSYA:

## PERAKENDEDE DİJİTAL DEVRİM

# Kârlılığın temelinde artık dijital dönüşüm var

KPMG'nin tüketici ve perakende sektöründe dijital dönüşümün büyümenin merkezinde bulunduğunu ortaya koyan "Küresel Teknoloji Raporu 2023: Tüketici & Perakende Sektörü" araştırmasına göre perakende yöneticilerinin ortalama yüzde 57'si, son iki yıl içinde dijital dönüşüm projelerinden kârlılık veya performans artışı elde ettiğini belirtti. Bununla birlikte araştırmaya göre yapılan her teknoloji yatırımı da aynı şekilde geri dönüş sağlamayabiliyor.

KPMG'nin 16 ülke ve dokuz sektörden 2.100 yöneticisiyle yaptığı ankete dayanan yeni "Küresel Teknoloji Raporu 2023: Tüketici & Perakende Sektörü Görünümü" araştırması bu sektörde de dijital dönüşümden yararlanmanın büyümeyle ortaya çıkarmanın ve verimliliği artırmanın merkezinde yer aldığını gösteriyor.

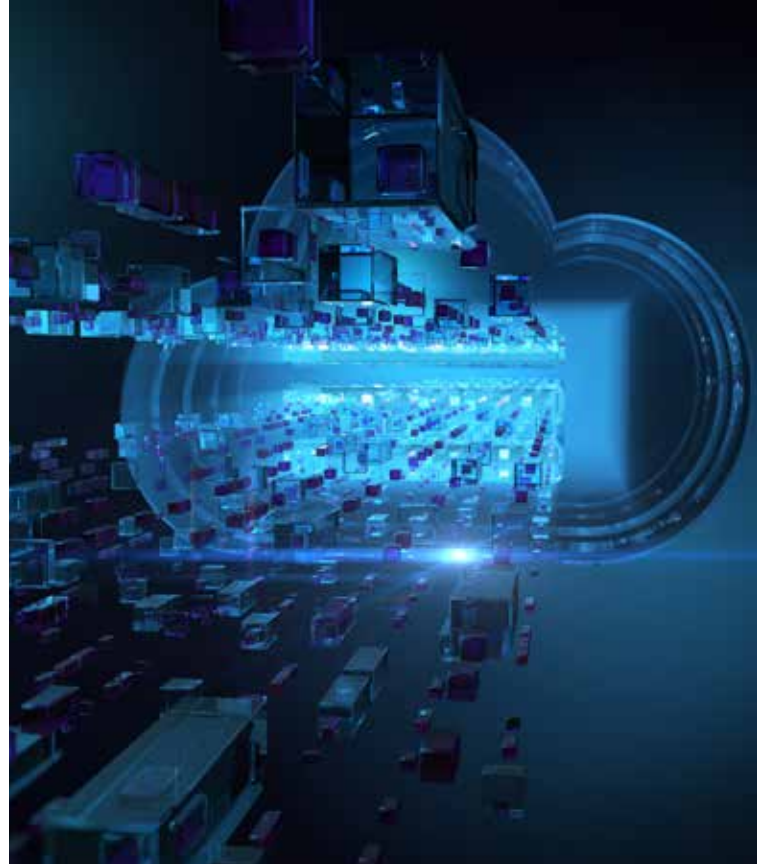
Araştırmaya göre birçok tüketici ve perakende şirketi teknoloji aracılığıyla değer yarattı. Ankete katılan 420 tüketici ve perakende yöneticisinin ortalama yüzde 57'si, son iki yıl içinde dijital dönüşüm projelerinden kârlılık veya performans artışı elde ettiğini belirtti. Örneğin, tüketici ve perakende şirketlerinin yüzde 23'ü dijital dönüşüm yatırımlarının müşteri bağlılığını artırmada beklentilerin önemli ölçüde üzerinde sonuç verdiğini söyledi.

Ancak yine aynı araştırmaya göre her teknoloji yatırımı geri dönüş sağlamayabiliyor. Katılımcıların son iki yılda dijital dönüşüm çalışmalarından kârlılık veya performans artışı görmedikleri yatırım alanlarına bakıldığında düşük kod (low-code) veya kodsuz (no code) yazılım yüzde 43 ile ilk sırada yer alırken bunu yüzde 41 ile VR/AR (sanal/artırılmış gerçeklik) teknolojisi takip ediyor.

## Teknoloji borçlarını döndürebilmek gerek

KPMG anketine katılan tüketici ve perakende sektörü yöneticilerinin çoğu (yüzde 65) mevcut teknoloji borçlarının verimlilik üzerindeki etkisinin ve finansal maliyetlerinin farkında. Ancak sektördeki bu farkındalık, ankete katılan tüm sektörlerin ortalamasının (yüzde 70) gerisinde kalıyor. Bu nedenle sektörde bu konuyla ilgili farkındalığın daha da artırılması önem taşıyor. Rapora göre birikmiş teknoloji borcu; çözülmemiş güvenlik açıkları veya yetersiz performansa neden olan işlevsellik hataları şeklinde ortaya çıkabilir ve dijital inovasyon planlarını zorlaştırabilir. Bu nedenle, tüketici ve perakende şirketlerinin, inovasyon çabalarının yanı sıra dijital dönüşüm projelerinin değer kaybetmesini önlemek için teknoloji borçlarının yönetimini yakından takip etmeleri gerekiyor.

Araştırmaya göre çalışan verimliliği, tüketici ve perakende sektörünün dijital dönüşüm yoluyla başarılı bir şekilde değer ürettiği alanlardan biri olarak öne çıkıyor. Ankete katılan tüketici ve perakende yöneticilerinin yarısından fazlası (yüzde 58) dijital dönüşüm girişimlerinin bu alanda beklentileri aştığını söylüyor. Bu oran ankete katılan tüm sektörlerin ortalamasından 7 puan daha yüksek. Daha yüksek verimlilik, müşteri sorularına daha hızlı yanıt verilmesini sağlayabilir ve bu da müşterilerin deneyimlerinde karşılaştıkları sorunları ortadan kaldırabilir.



Raporda sektör yöneticilerine şu üç önemli tavsiyede bulunuluyor:

- **Hedefli Dönüşüm:** Daha fazla teknoloji daha fazla değer anlamına gelmez. Önce hedeflediğiniz işin sonucunu tanımlayın ve ardından hangi teknolojinin bunu başarmanıza yardımcı olacağını seçin.
- **Çalışma yöntemlerini iyileştirmek için üretken yapay zekâ gibi gelişmekte olan teknolojileri kullanın:** Bu da verimliliği ve çalışanların refahını artıracaktır.
- **Verilerinizden en iyi şekilde yararlanın:** Doğru veri temellerini attığınızdan emin olun. Doğru temellere sahip olmak, işletmenizin değeri tanımlama ve istenen iş sonuçlarını ölçme konusunda daha yetenekli olmasını sağlayacak. Zaman içinde, yeni güvenilir analitik yetenekleri entegre ederek veri temellerinizi geliştirdiğinizden emin olun. Bu, pazardaki değişikliklere uyum sağlamanıza ve süregelen sorunsuz bir müşteri deneyimi sunmanıza olanak tanıyabilir. KPMG Türkiye Perakende ve Tüketici Ürünleri Sektör Lideri ve Birleşme ve Satın Alma Hizmetleri Şirket Ortağı Özge İlhan, şu değerlendirmeyi yaptı:

"Gelişmekte olan teknolojilerin yükselişi, müşterilerin tüketici ve perakende markalarıyla etkileşim kurma biçimlerini değiştiriyor. Günümüzde alışveriş yapanlar kolaylık, sorunsuz ticaret deneyimi, kişiselleştirme talep ediyor. Benzer şekilde markalardan da çevresel, sosyal ve yönetim standartlarına uymaları bekleniyor. Bu talep ve beklentiler, dijital çağda doğan neslin büyüyerek alışveriş yapmaya başlaması ile her geçen gün daha da artıyor. Aynı zamanda, jeopolitik gerilimler ve ekonomik belirsizlikler de sektörü artan bir baskı altına sokuyor. Tüm bu değişimler, tüketici ve perakende şirketlerini çok kanallı bir dünyada sorunsuz çalışabilmeleri için iş modellerini uyarlamaya zorluyor. Tüketici ve perakende sektöründe temel değişimlerin yaşandığı günümüzde bu değişimleri başarıyla yönetebilmek için ise hangi teknolojilerin verimliliği artırabileceğini ve yapılan işe uygun olabileceğini bilmek gerekiyor. Bir teknolojiye sahip olmanız, o teknolojiden değer elde edeceğinize anlamına gelmez. Beklentilerinize ve dolayısı ile faaliyetlerinize uygun teknolojileri kullanmak başarıya giden yoldan kritik önem taşımaktadır."

## DOSYA:

## PERAKENDEDE DİJİTAL DEVRİM

# Ağ çözümleri, Türkiye'nin büyüyen perakende sektörü için anahtar niteliğinde

Avrupa'nın en hızlı büyüyen pazarlarından biri olan Türkiye'nin perakende sektörü dönüşüyor. Modadan FMCG'ye, sektör güçlü bir büyüme ile dikkat çekiyor ve giderek daha çevrimiçi hale geliyor. Zaman tasarrufu ve hızlı alışveriş yapma arzusuyla harekete geçen Türk nüfusu, mobil ve web alışveriş kanallarına ağırlık verdi ve bu da Hepsiburada ve Trendyol gibi birkaç yerel e-perakende devinin ortaya çıkmasına neden oldu.

Perakende yaklaşımlarındaki bu değişim, sektördeki öncüler için yeni zorluklar ve fırsatlar ortaya çıkardı. İş modellerini; büyük çevrimiçi satış hacimlerini, lojistik ve envanteri yönetmeyi içerecek şekilde ayarlamak, ağ performanslarının her zamankinden daha önemli hale gelmesine neden oluyor. Buradan yola çıkışla Wi-Fi ve bulut analitiği gibi çözümlerin ülke genelindeki perakende operasyonlarını temelden dönüştürme gücü belirgin bir konu başlığı haline gelmiştir.

## Peki bu nasıl oluyor? Gelin açıklayalım.

Perakendeciler, rekabetçi kalabilmek ve müşteri çekebilmek için sürekli olarak trendleri takip etmeli ve çevrimiçi ve mağaza içi alışveriş deneyimlerini müşterilerine özel hale getirmeli. Günümüzde şirketler, teknoloji ve yazılım kullanarak hataları azaltmayı, teslimatları yönetmeyi ve envanterleri izlemeyi hedefleyerek tedarik zincirlerini otomatikleştirmeye çalışıyor. Bu yüzden sanal depolama, elektronik raf etiketleme ve dijital ekranlar gibi teknolojik gelişmelerin olanaklarını kullanabilmek için güçlü kablosuz bağlantılara da ihtiyaç duyulmaktadır.

Önemli olan, gelecekte pazarın yaklaşan trendlerini ve perakende sektörünün bunlardan en iyi nasıl yararlanabileceğini tespit etmektir. Fiziksel olarak, çevrimiçi ya da hibrit bir modelle mi çalışıp çalışmadığı fark etmeksizin derin analitik ve iş zekâsı, rekabetçi perakende satış noktaları için vazgeçilmezdir. Verinin "yeni petrol" olduğu düşünüldüğünde, şirketlerin, satışlarını etkin şekilde geliştirmek için, satın alma davranışıyla ilgili bilgileri ve trendleri yakalamaları, analiz etmeleri ve üzerine hareket etmeleri hayati bir öneme sahiptir. Perakendeciler, insanların neyi, nasıl, ne zaman ve nereden satın aldığına dair verileri toplamak için ağırları her zamankinden daha çok ve etkin kullanmak durumundalar. Tüm bu potansiyeli perakende şirketleri için açmanın anahtarı, talep edilenin üstesinden gelebilen, yeni gereksinimlere ve büyümeye esnek bir şekilde adapte olabilen, operasyonlar ve müşterilerle ilgili verileri ve iç görüleri sağlayabilen güvenli, esnek ve zeki bir ağıdır.

Dünya genelindeki perakendeciler de aynı fikirde. Extreme Networks ve Retail Systems Research tarafından yapılan son bir ankete göre, küresel perakende endüstrisinden katılanların %94'ü, kısıtlı ağ bant genişliğinin teknoloji benimseme zorluklarına neden olduğunu belirtiyor. Ayrıca, ankete katılan perakendecilerin %92'si, Wi-Fi bağlantısının mağazada kesintisiz bir alışveriş deneyimi sunmak için önemli olduğunu söylerken



Extreme Networks Türkiye ve CIS Bölge Müdürü  
Hakan Olgunsoy

%96'sı da mağaza operasyonlarını otomatikleştirmek ve temel süreçleri optimize etmek için etkili olduğunu belirtiyor.

Türkiye özelinde konuşacak olursak, güçlü ağ çözümlerine olan talebi görmemek mümkün değil. Şirketlerin küresel ve yerel genişlemeye odaklandığı, ofislerin, depoların ve satış noktalarının coğrafi dağılımının karmaşık sistemlerle birleştirildiği binlerce ağ noktasının birleştirilmesi için, bütünlük bir ağa ihtiyaç duyulmaktadır. Bu karmaşıklıklar, Türk şirketlerinin daha fazla bulut tabanlı bir altyapıya geçiş yapmalarına da yol açıyor; bu sayede yapay zeka ve makine öğrenimi yeteneklerinden yararlanarak dijital altyapılarını optimize etmek ve iş operasyonlarını geliştirmek için daha fazla iç görü elde etmelerine olanak tanıyor.

Ayrıca, ağ çözümlerini geliştirmenin şirketin iş hedefleriyle nasıl uyumlu olabileceğine dair birkaç başarılı vaka çalışması da gözlemledik. Küresel lojistik pazar liderlerinden biri olan Ekol Logistics ile birlikte çalıştık ve ağ çözümlerini kullanarak gelişmiş teknolojileri (veritabanı yönetimi, bilgi güvenliği vb.) operasyonlarına entegre etmelerine yardımcı olduk. Sonuç olarak, süreçlerini otomatikleştirmeyi, verimliliği artırmayı ve müşteri memnuniyetini artırmayı başardılar.

Perakende sektörü özelinde konuşacak olursak, Türkiye'nin önde gelen e-ticaret şirketlerinden biri olan, Extreme Networks müşterisi bir firma, karmaşık operasyonlarını kurumsal ofislerden depo ve ayrıştırma merkezlerine, hatta bölgesel dağıtım merkezlerine kadar yönetmek için ağ çözümlerine güveniyor. Teknolojiye yönelik bir şirket olan müşterimiz kendilerine sağladığımız bu ağ mimarisini, milyonlarca çevrimiçi sipariş ve teslimattan fatura düzenlemeye ve iadelerine kadar olan işlemleri denetlemek için kullanıyor. 7/24 çalışan müşterimizin, kendi müşterilerine sorunsuz bir hizmet sunabilmesi için sıfır kesintiyle çalışması gerekiyor.

Türk perakendecilerinin önünde, rekabetçi bir ortamda heyecan verici bir yolculuk var ve ağ mimarileri bu süreçteki gelişim ve büyümeyi sağlamak için oldukça önemli olacak. Ağ altyapılarını endüstrinin omurgası olarak tanıma ve stratejik ve dikkatli şekilde kullanıldığında tüm faydalarını ortaya çıkarabileceğimizi kabul etme zamanı geldi. Perakende sektörünün geleceğine yol alırken, yarının teknoloji ihtiyaçlarına daha fazla şirketin adapte olacağını göreceğiz, ancak bunu daha erken yapanlar ödülleri daha erken alacak, faydalarını herkesten önce görecektir.

## Türk Telekom Holding

**Türk Telekom** yeniden yapılanma sürecinde stratejisini belirledi ve holding yapısını oluşturmak üzere karar aldı. Ulaştırma Bakanı Oktay Vural, Türk Telekom Holding yapısının bu yılın sonuna kadar tamamlanacağını söyledi. Bakan Vural, konuyla ilgili sorumlularımızı yanıtladı. Holding çatısı altında yer alacak şirketlerin tam olarak faaliyet alanlarını belli olmadığını belirten Vural, ancak Türk Telekom'un çalışmalarına bakıldığında uy-

du. İnternet, kablo TV-medya, sabit hatlar ve transmisyon ile ilgili faaliyetler olarak yapılabileceğini kaydetti.

Ana faaliyet konuları belirlenmiş şirketlerin bir holding çatısı altında birleşmesinin sağlayacağı yararlar konusunda ise Vural şunları söyledi: "Bu yapılanma özelleştirmede de önemli olacak ve ona da yol açacak. Türk Telekom, holding yapısına geçtikten sonra hepsi de özelleştirilebilir, liberalizasyona da gidilebilir. Türk

Telekom bu yapıda kendisine stratejik ortak da olabilir. Holding çatısı altında kurulacak şirketlerin öncelikle tek tek maliyetleri, kar edip edemedikleri gibi önemli konular daha net ortaya çıkacak. Bu şirketlere sübvansiyon uygulanmayacak ve gerçek anlamda neler yaptıklarını görmüş olacağız. Bunların yanı sıra Türk Telekom daha rekabetçi olacak ve 2004 yılındaki rekabet ortamına hazırlıklarını bu yapı içerisinde tamamlayacak. Hol-

ding kararı öncesinde ne yaparsak yapalım Türk Telekom'u rekabetçi ortama hazırlamamız çok zor olacaktı ve bu ortama hazır değildi. Bu bize göre daha doğru bir strateji. Özelleştirmeye de böyle tekel olarak değil rekabet edebilir bir şekilde gitmesi de önemli. Holding yapılanmasına ilişkin bütün çalışmalar bu yıl içinde tamamlanacak."

Türk Telekom Genel Müdürü İbrahim Hakkı Alptürk ise yapılanmada şu anda sadece

holdingleşme kararının alındığını bu yapı altında hangi şirketlerin yer alacağını, bu şirketlerin isimlerinin, birbirleriyle ilişkilerinin, maddi bağlarının nasıl olacağı gibi konuların henüz belli olmadığını söyledi. Bu konuların Arthur Andersen'in yapacağı üçüncü dönem çalışmalarının sonucunda ortaya çıkacağını da belirten Alptürk, "Bu uygulama programının 19 haftalık bir süresi var. Bu hafta bu konuyla ilgili

▷ Sayfa 3

### Hazar ülkeleri için bilişim enstitüsü

Ulaştırma Bakanı Vural, Hazar Bölgesi ülkeleri arasında bilgi toplumuna geçişe katkıda bulunacak bir araştırma enstitüsünün kurulması çağrısında bulundu.

Ulaştırma Bakanı Dr. Oktay Vural, Hazar Bölgesi ülkeleri arasında bilişim alanında iş birliği ve bilgi toplumuna geçişe katkıda bulunmak için bölge ülkelerinin telekom yetkililerine bir araştırma enstitüsünün

▷ Sayfa 4

### Sun kurumları yüzde 100 İnternet'e taşıyacak



Sun Microsystems Türkiye Genel Müdürü Mehmet İyimen, Sun'ın kurumların internet veri, uygulama, yazılım ve işletmelerini yüzde 100 oranında net üzerine taşımayı hedeflediğini açıkladı.

▷ Sayfa 10

### Türkiye'nin geleceğini teknoloji oluşturacak

TÜBİTAK, TTGV ve TÜ.SİAD tarafından bu yıl düzenlenen Teknoloji Ödülleri'nde, başarı ödülleri Tepsa, İnform ve Infortron'a verilirken, Komisyon Jüri Özel Ödülü'nün sahibi oldu. Teknoloji Kongresi kapsamında ise altı yıldan fazla önce kurulan teknoloji geliştirme şirketi, ülkenin değerlendirilen alanın teknolojiyle uluslararası arenada rekabet avantajı sağlayamayacağı yönünde oldu.

▷ Sayfa 8



### Sebit ve SBS: "Dünyayı biz eğiteceğiz"

SBS Başkanı Paul Stodden, Sebit'i ve ürünlerini bünyesine katan SBS Türkiye'nin e-öğrenme konusunda bir mükemmeliyet merkezi olmasına kararını açıkladı.

Sebit'i ürünleri ve insan kaynağıyla bünyesine katan SBS, e-öğrenme alanında dünyaya açılmaya hazırlanıyor. İlk ve orta

▷ Sayfa 11

- 6 e-Eğitim söylemde kalıyor
- 10 Escort 10 bin PC ihraç etti
- 17 Profesyonel yöneticiler bayı oldu
- 20 K.V.K. değişim sürecini tamamladı
- 24 Dinamik içerik yönetiminde yeni çözüm: ActiveBuilder

www.fom.com.tr  
e-mail: fom@fom.com.tr

kesintisiz, hızlı iletişim için  
fiber optik market

internet

FOM  
FIBER OPTİK MARKET

# Okusun



Bağış yapmak için

100. Yıl



## Cumhuriyetin geleceği olsun

Her yıl binlerce öğrenci en temel ihtiyaçlarını karşılayamadığı için okulunu tamamlayamıyor. TEV'e yapacağınız bağışlarla gençler okusun, Cumhuriyetimizin geleceği olsun!



444 0 838 / [tev.org.tr](http://tev.org.tr)

TÜRK EĞİTİM VAKFI  
1967

## Schneider Electric'te görevlendirme



Schneider Electric'te Elçin Ersu, Servisler İş Birimi Genel Müdür Yardımcısı olarak atandı. Ersu,

yeni görevi kapsamında, Global Servisler İş Birimi'nin stratejileri ve önceliklerine uygun olarak, Türkiye ve Orta Asya Bölgesi'ndeki ülke organizasyonlarıyla iş birliği yapacak ve son kullanıcılar ile ülkelerdeki ticari ekipler arasında Servisler İş Birimi'ni yönlendirecek. Ersu, İzmir Dokuz Eylül Üniversitesi'nde Elektrik-Elektronik Mühendisliği bölümünden mezun oldu. Schneider Electric'e 2007'de katılan Elçin Ersu, İzmir ve İstanbul'da Dağıtım Kanalı yönetti, Segment Satış, Himel gibi farklı organizasyon ve görevlerde satış rollerinde kariyerini zenginleştirdi. Elçin Ersu, 2023 Nisan'ından beri CSQ ve CCC ekiplerinin liderliği görevini yürütüyordu.

## Champs'ta iki atama



Yeni nesil çalışma platformu Champs, kadrosunu deneyimli isimlerle yapılandırmaya devam ediyor. Bu kapsamda müşteri deneyimi alanında 20 yıllık tecrübeye sahip olan Uygur Akkaş, Champs'te yeni Satıştan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı olarak görev alacak. Müşteri hizmetleri ve deneyimi alanında çeyrek asırlık tecrübeye sahip olan Akkaş, GIG ekonomi için özel olarak tasarlanmış verilere dayalı içgörülerden ve CX sektörü içerisindeki stratejik ortaklıklardan yararlanarak Champs CX'in satış stratejisini ve uygulanmasını yönlendirecek. Uluslararası şirketlerde liderlik



deneyimine sahip olan Uygur Akkaş, Champs ekibine küresel bir bakış açısı ve kanıtlanmış bir başarı geçmişi getiriyor.

Yeni yapılanma kapsamında BPO ve CX endüstrilerinde 17 yılı aşkın yönetim tecrübesine sahip olan Mesut Kanberoğlu ise Champs'in yeni operasyon direktörü oldu. Telekomünikasyon, e-ticaret, teknoloji, bankacılık, enerji ve medya endüstrilerindeki küresel liderlerin operasyonlarını yöneten Kanberoğlu, İstanbul Üniversitesi'nin Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü'nden mezun oldu.

## Danone Türkiye'ye üst düzey atama



Verda Duysak, Danone Türkiye'nin faaliyet gösterdiği 3 farklı kategoride, 20'ye yakın yerli ve global markadan sorumlu Yürütme Kurulu Üyesi ve CMO'su oldu. İstanbul Üniversitesi İngilizce İşletme bölümünden mezun olan Verda Duysak, 1996'da başladığı profesyonel kariyeri boyunca farklı sektörlerde liderlik görevi üstlendi. Duysak, Henkel'de Marka Müdürü, ardından Perfetti Van Melle'de Pazarlama Müdürü olarak görev aldıktan sonra

2007 itibarıyla Yıldız Holding'te Gıda Grubu Global Pazarlama Müdürü oldu. 2011'de Yıldız Holding'te Pazarlama Direktörü rolüyle üç farklı kategorinin yöneticiliğinin yanı sıra şirketin Dijital Dönüşüm Lideri oldu. 2019-2022 arasında Pazarlama Grup Başkanı şapkasıyla; Kerevitaş, Besler, Marsa, Ev Dışı Tüketim ve İhracat iş birimlerinin pazarlama ve marka stratejileri ile operasyon süreçlerini yönetti. Duysak, 2022'den bu yana ise Yıldız Holding Pazarlama Başkan Yardımcılığı görevini sürdürüyordu. Verda Duysak, Reklam Verenler Derneği (RVD), İnteraktif Reklamcılık Derneği (IAB) ve Televizyon İzleme Araştırma Komitesi (TİAK) yönetim kurulu üyesi ve Yönetim Kurulunda Kadın Derneği'nin de üçüncü dönem mentisi.

## İzocam'da Doğan Yanbastı, Finans Direktörü oldu

İzocam Ticaret ve Sanayi'nin Finans Direktörlüğü görevine Doğan Yanbastı atandı. Ege Üniversitesi Elektrik ve Elektronik Mühendisliği Bölümü'nden mezun olan Yanbastı, lisans eğitiminin ardından Koç Üniversitesi'nde MBA'ini tamamladı. İş hayatına 2002'de Procter&Gamble'da Türkiye, Orta Asya ve Kafkasya Bölge Bütçe Kontrol Finansal Analisti olarak başlayan Doğan Yanbastı, finansın ayrı dallarında çeşitli yöneticilik görevlerinden sonra 2010'dan itibaren önce Kurumsal Finans Direktörlüğü, ardından Türkiye ve Kafkasya Bölge Vergi Direktörlüğü yaptı. 2016-2020 arasında Koramic Yapı Kimyasalları'nda CFO olan Yanbastı, 2020'den bu yana ise Autoliv'de CFO görevini yürütüyordu. Doğan Yanbastı, İzocam Ticaret ve Sanayi'de Finans Direktörü olarak göreve başladı.

## Metro Türkiye'ye yeni CEO

Yaklaşık 4 yıldır Metro Türkiye'nin dönüşümüne ve büyüme stratejilerine liderlik eden Sinem Türüng, şirketin CEO koltuğunu David Antunes'e devretti. İş hayatına Kasım 1997'de Metro Grup'ta başlayan David Antunes, Asya ve Orta Doğu Avrupa Bölgesi'nde Tedarik Zinciri ve Operasyon Yönetimi rollerini üstlendi. Mayıs 2011'de Metro Grup Kurumsal Tedarik Zinciri Grup Müdürü olarak atanan Antunes, Şubat 2012'de Polonya'da Operasyon Direktörü, Ekim 2014 itibarıyla Satın Alma Direktörü oldu. Nisan 2018'den bu yana Portekiz CEO'su olarak görev yapan Antunes, şirketteki çeyrek asrı aşkın tecrübesiyle Metro Türkiye'nin Türk mutfağını ve değerlerini koruma, gelecek nesillere aktarma ve uluslararası arenada hak ettiği yere gelmesini sağlama vizyonu ile çalışacak.

## İstihdam piyasasında robot etkisi öne çıkacak

Yapay zeka alanında gelişim ışığında Robot İstihdam Ajansı Kurucusu Canan Alkın, "İnsan-makine etkileşimine yeni bir soluk getiren yapay zeka, robotların potansiyelini de artıracak" dedi. Hem yazılım tabanlı RPA, yapay zeka, makine öğrenmesi teknolojilerinden oluşan dijital çalışanlar hem de doğrudan sahada çalışabilen endüstriyel robotlarla dönüşümün başladığına dikkat çeken Canan Alkın, şu değerlendirmeyi yaptı: "Yapay zekayla güçlendirilen akıllı robotlar, tüm sektörler için müthiş bir kapasite artışı anlamına geliyor. Küresel nüfus yaşlandıkça ve ön saflarda işgücüne erişme zorluğu arttıkça, şirketler bu görevler için dijital çalışan ve robotları işe almaya başlayacaklar. Robot İstihdam Ajansı (Robot Recruitment Agency) olarak biz de bu vizyonla yola çıkarak, şirketlerin işletmelere hem beyaz yaka rolleri için hem de üretim verimliliklerini artırabilmeleri için robot kiralayabildiği

ya da satın alabildiği bir hizmet modeli geliştirdik. Robotik sektörünün geleceğine ilişkin öncü göstergelerden biri de robotik girişimlerine yapılan yatırımlar. Biz de cobot olarak bilinen işbirlikçi robotlardan üretim hattı robotlarına, teslimat robotlarından insansı robotlara uzanan bir çeşitlilikte farklı yeteneklere sahip robotlar sunuyoruz. İnsan-robot etkileşiminin gündelik yaşama kadar ineceği bir gelecek yolunda iş modellerini dijitalin standartlarına göre yeniden tasarlamak isteyen şirketlere danışmanlık ve yeni nesil işe alım hizmeti sunuyoruz. Şirketlerin araç filoları olduğu gibi, robot filoları da olacak. Buradaki başarı da bu filoların uyum içinde çalışabildiği orkestrasyonu sağlamaktan geçecek. Türkiye, Çin, İtalya, Birleşik Krallık, Almanya, İsviçre ve ABD'deki robot üreticilerinden temin ettiğimiz 61 robotluk portföyümüzle, kiralanmaya ve satın alınmaya hazır bir robot aday havuzu sunuyoruz."



Etkinlikleriniz ile ilgili bilgileri [bthabersirketleri.com/EtkinlikDuyuru](https://bthabersirketleri.com/EtkinlikDuyuru) adresine girebilirsiniz.

Türkiye'nin Operatör Bağımsız Veri Merkezi



**Premier DC**  
Veri Merkezi

BThaber

# ETKİNLİK TAKVİM!

## ETKİNLİKLER

4 Haziran 2024

**CxO - 1900'lü Yıllar Buluşması**  
İstanbul  
AYRINTILI BİLGİ:  
[www.bilisimzirvesi.com.tr](http://www.bilisimzirvesi.com.tr)

5 Haziran 2024

**CxO - Gazebo Buluşması**  
İstanbul  
AYRINTILI BİLGİ:  
[www.bilisimzirvesi.com.tr](http://www.bilisimzirvesi.com.tr)

11 Haziran 2024

**TechFinTech 2024**  
İstanbul  
AYRINTILI BİLGİ:  
[www.bilisimzirvesi.com.tr](http://www.bilisimzirvesi.com.tr)

11 Haziran 2024

**InsurTech 2024**  
İstanbul  
AYRINTILI BİLGİ:  
[www.bilisimzirvesi.com.tr](http://www.bilisimzirvesi.com.tr)

12 Haziran 2024

**CxO - Şark Ekspresi Buluşması**  
İstanbul  
AYRINTILI BİLGİ:  
[www.bilisimzirvesi.com.tr](http://www.bilisimzirvesi.com.tr)

7 Ağustos 2024

**Bilişim 500 Ödül Töreni 2024**  
İstanbul  
AYRINTILI BİLGİ:  
[www.bilisimzirvesi.com.tr](http://www.bilisimzirvesi.com.tr)

1 Ekim 2024

**C Suite Buluşması - 2024**  
İstanbul  
AYRINTILI BİLGİ:  
[www.bilisimzirvesi.com.tr](http://www.bilisimzirvesi.com.tr)

24 Ekim 2024

**Bilişim Zirvesi'24**  
İstanbul  
AYRINTILI BİLGİ:  
[www.bilisimzirvesi.com.tr](http://www.bilisimzirvesi.com.tr)

24 Ekim 2024

**Teknoloji Kaptanları 2024**  
İstanbul  
AYRINTILI BİLGİ:  
[www.bilisimzirvesi.com.tr](http://www.bilisimzirvesi.com.tr)

15 Mayıs 2025

**Yapay Zeka Arf Ödülleri**  
İstanbul  
AYRINTILI BİLGİ:  
[www.bilisimzirvesi.com.tr](http://www.bilisimzirvesi.com.tr)

## Bilim dünyasında kadın etkisi!

Merhaba,

Her canlının yaşam hakkına saygı duyan, biraz vicdani olan herkesi ya kızdırır ya da üzer 5199 sayılı Hayvanları Koruma Kanunu'nda değişiklik ihtimalleri... 5199 sayılı Hayvanları Koruma Kanunu'nda gündeme gelen değişiklikler arasında, sahihsiz köpeklerin barınaklara alınması ve belirli bir süre içerisinde sahiplendirilmedikleri takdirde öldürülmelerine dair düzenlemeler gündemde. Oysa SemtPati Vakfı Yönetim Kurulu Başkanı İpek Kıracı'nın belirttiği gibi, köpeklerin öldürülmesi hem bilimsel olarak etkin olmadığı kanıtlanmış bir yöntem hem de insanlık dışı bir uygulama. SemtPati Vakfı, köpeklerin yakalanıp kısırlaştırılması, aşılması ve ardından sahiplendirilmesi veya alındığı yere geri bırakılmasının en etkili ve insancıl çözüm olduğunu savunuyor. Halihazırdaki kanunun etkili bir şekilde uygulanması durumunda sahihsiz köpek nüfusu vicdani ve kalıcı bir şekilde kontrol altına alınabilir. Sonuçta köpekleri öldürecek yerler değil, onları tedavi edecek, kısırlaştıracak ve aşılayacak yerler inşa edilmeli. Yaşam hakkı sadece insanlar için değildir, insanların bencillik yapmayı doğru adımlar atmasıyla bu hak da tüm canlıları kapsar. OECD tarafından 2023'te yayınlanan "Bir Bakışta Eğitim" raporuna göre, yükseköğretim kurumlarından mezun olma oranına bakıldığında OECD ortalamasına göre yüzde 58, Türkiye'de ise yüzde 53'lük oranla çoğunluğu kız öğrencilerin oluşturduğu görülüyor. Mezun

olarak yenileyen OPET, Troya'nın izini takip ederek Akdeniz'e ulaştı. OPET, Troya Savaşı'ndan sonra Mopsos ve Calchas adlı kahramanlar tarafından kurulduğu kabul edilen Antalya'daki Sillyon Antik Kenti'ni kültürel mirasımıza kazandırmak için kazı çalışmalarına destek olmak üzere T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı ile protokole imza attı. OPET Yönetim Kurulu Kurucu Üyesi Nurten Öztürk, "2006'da Çanakkale ve Gelibolu Yarımadası'nda başlattığımız Tarihe Saygı Projesi, bizi Akdeniz'e götürdü. Troya Savaşı'ndan sonra bu savaşa katılan iki kahraman isim tarafından kurulduğu kabul edilen antik çağın en zengin şehirlerinden Sillyon Antik Kenti'nin kazı çalışmalarına destek veriyoruz" demiş.

L'Oréal Türkiye'nin UNESCO Türkiye Milli Komisyonu iş birliğiyle yürüttüğü bilimde cinsiyet eşitliği bilim kadınlarının başarılarını görünür kılmak amacıyla hayata geçirdiği "Bilim Kadınları İçin" programı 2024 başvuruları 1 Haziran'a kadar uzatılmış. Programa başvurmak isteyen ve özgün bilim projelerine sahip olan 40 yaş altı "Yaşam ve Çevre Bilimleri" ile "Fiziki Bilimler" alanlarında çalışmalarını sürdüren kadın bilim insanları, başvurularını www.forwomeninscience.com adresinden yapabilecek. Başvurular bağımsız UNESCO Türkiye Milli Komisyonu Bilim Jürisi tarafından değerlendirilecek. Tarihi, mitolojik ve kültürel değerleri ile öne çıkan Çanakkale'de Tefikiye Köyü'nü "Arkeo-Köy", Çıplak Köyü'nü ise "Etno-Köy"

olarak yenileyen OPET, Troya'nın izini takip ederek Akdeniz'e ulaştı. OPET, Troya Savaşı'ndan sonra Mopsos ve Calchas adlı kahramanlar tarafından kurulduğu kabul edilen Antalya'daki Sillyon Antik Kenti'ni kültürel mirasımıza kazandırmak için kazı çalışmalarına destek olmak üzere T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı ile protokole imza attı. OPET Yönetim Kurulu Kurucu Üyesi Nurten Öztürk, "2006'da Çanakkale ve Gelibolu Yarımadası'nda başlattığımız Tarihe Saygı Projesi, bizi Akdeniz'e götürdü. Troya Savaşı'ndan sonra bu savaşa katılan iki kahraman isim tarafından kurulduğu kabul edilen antik çağın en zengin şehirlerinden Sillyon Antik Kenti'nin kazı çalışmalarına destek veriyoruz" demiş.

Senaryo yazımının ve film yapımının aynı çatı altında bulunduğu bir platform olarak scenariobasket.com, dünyanın dört bir yanından yetenekli senaristlere ve deneyimli yapımcılara ev sahipliği yapıyor. Senaristler, eserlerini kendi alanlarında uygun kategorilere göre düzenleyip paylaşırken, yapımcılar ise filtreleme ve arama seçeneklerini kullanarak ihtiyaçlarına uygun senaryolara erişebiliyor. Platform, yapımcıların senaryo arayışını kolaylaştırmak için özel arama ve filtreleme seçenekleri sunuyor, sektördeki benzer platformlardan farkı ise senaristlerin eksik dosya veya bilgi yüklemeye ihtimali bulunmaması. Merkezi Londra'da olan scenariobasket.com'un Los Angeles ve İstanbul'da ofisleri var. Film platolarından Be Movie Stüdyo'nun (www.beplato.

tv) sektöre kazandırdığı yeni iştiraki olan scenariobasket.com, dünyanın dört bir yanından yetenekli senaristlere ve deneyimli yapımcılara ev sahipliği yapıyor. Bu haberin Ankara'da yaşayan, zamanında beraber çalıştığım bir dostumun çok ilgisini çekeceğini biliyorum, sevgiler ona... Gelelim başarılarına... Bilişim Vadisi, EBN (Avrupa İş ve İnovasyon Merkezi Ağı) tarafından düzenlenen EBN Excellence Awards 2024'te finale kaldı. 16 ülkeden, 27 inovasyon merkezinin katıldığı bu yarışmada Bilişim Vadisi, Digiage programı ile Türkiye'yi uluslararası alanda temsil ediyor. Bu haftaki ilk kitabımın Marka ve Pazarlama Yönetim Danışmanlığı'nın kurucusu Nagihan Ünüvar'ın "Marka Yaratmanın Şifreleri" adlı kitabı. Marka yaratma sürecinin tüm Markam Seaşamalarını kapsayan geniş bir içeriğe sahip olan ve Cenova Yayınları'ndan çıkan kitap, temel prensiplerden marka hikâyelerine, dijital pazarlama stratejilerinden e-ticaret ve ihracatın püf noktalarına kadar pek çok konuya odaklanıyor. İkinci kitabımsa 1970'li yılların Ankara'sında başlayan, araya giren sürgün yıllarıyla pekişen Zülfü Livaneli'yle Erdal Öz'ün dostluğunu merkeze alıyor: "Sazın Teli Koptu". Can Yayınları'ndan çıkan ve Cem Aktaş'ın yayına hazırladığı kitap, Zülfü Livaneli'yle Erdal Öz'ün dostluğunun hikayesini, ayrıca 1970'leri, o dönemin Avrupa'sını, Türkiye'sini, müziği, edebiyatı, aydın çevrelerini, dayanışmayı ve yalnız bırakılmayı anlatıyor. Haftaya buradayım,

## BThaber

Bilişim Zirvesi Etkinlik Organizasyon Ltd. Şti. adına Sahibi ve Sorumlu Yazışmaları Müdürü  
Neslihan Aksun  
neslihanaksun@bthaber.com.tr

BThaber Grubu  
Yayın Koordinatörü

Ayhan Sevgi  
ayhansevgi@bthaber.com.tr

Editör  
Handan Aybars  
handanaybars@bthaber.com.tr

Görsel Yönetmen  
Sena Çakıroğlu  
senacakiroglu@bthaber.com.tr

BThaber Genel Müdürü  
Özlem Unan

İş Geliştirme ve Satış Müdürü  
Abdurrahman Koyuncu

Ankara İş Geliştirme ve Satış Sorumlusu  
Nürsen Lale Usta

Reklam Satış ve Rezervasyon Sorumlusu  
Biriz Yıldırım

Yönetim Yeri:  
Bilişim Zirvesi Etkinlik Organizasyon Limited Şirketi  
Workinton - İçerenköy Mah. Topçu İbrahim Sk.  
Quick Tower Sit. No: 8 10 D Ataşehir - İSTANBUL  
Telefon: (0216) 888 0 596  
ISSN 1300-6495

Türkiye'nin en köklü bilişim teknolojileri yayını olan BThaber, 1995 yılından bu yana bilişim ve teknoloji dünyasındaki en son haberleri, yenilikleri ve bilgileri okuyucularına kesintisiz bir şekilde sunmaya devam ediyor. Her hafta yüzde 35'i BT, yüzde 65'i ise finans, otomotiv ve sağlık gibi farklı sektörlerde yer alan şirketlerin ve kamu kurumlarının yöneticilerinden oluşan 3500 kişiye ulaşmakta ve online platformlar üzerinden her hafta on binlerce kişiye erişim sağlamaktadır.

YIL 30  
SAYI 1447  
27 MAYIS - 2 HAZİRAN 2024

www.bthaber.com

www.linkedin.com/groups/BThaber  
twitter.com/bthaber  
www.facebook.com/BThaber

Abone ve Dağıtım  
btabone@bthaber.com.tr

Bültenlerinizi  
bulten@bthaber.com.tr  
adresine gönderebilirsiniz



## Complex transformation: Ying Yang philosophy in shopping

The retail industry faces both challenges and unique opportunities, as a whole. The industry of years is leaving its traditional habits behind and rapidly renewing itself to respond to competition and consumer demands. While in-store shopping is increasingly being replaced by online and social commerce, artificial intelligence is also redefining strategies in retail. There are economic problems not only for Turkey, but also for all leading countries globally. This means volatile and uncertain consumer demand, which means

risks for all retail stakeholders, from supermarkets to luxury goods, from textiles to online platforms. For this reason, retail companies are trying to invest in developing technologies, diversify their channels, and respond to the increasing demand for personalized products and services with brand new offerings. However, on the other side of the coin, these presentations both carry cost risks for retail companies and create the potential for cyber risk that develops through diversified channels. In the increasingly tough competition, the retail world focuses on consumer

loyalty, which is difficult to gain but easy to lose, in the face of the Z and Alpha generations that are reaching for brand loyalty, aims for stable competence in customer experience, is constantly on guard to protect brand reputation, online and offline, for example, shopping that starts in the store and ends on mobile. It aims for uninterrupted experience and continuity in integration between platforms. Recently, the retail world has its eyes on artificial intelligence. As in every sector, artificial intelligence is expected to open the door to a new revolution in the retail sector.

But this opened door will also bring with it unique cyber risks. For this reason, the retail sector as a whole should follow the main risks and opportunities without interruption, and concepts such as the direction of consumer preferences, the course of technological development, sustainability and the adaptation of employment to this transformation should be followed not every month or year, but constantly for the continuity of corporate existence. Dynamic strategies are of great importance in light of the reality of consumers whose preferences are constantly changing.

## “Human” is at the center of transformation

Being able to skillfully manage transformation programs in companies approximately doubles key performance indicators and program speed. People play an important role in successfully managing these critical phases. According to the research, conducted in collaboration with EY and Oxford University Said Business School, based on analysis of 846 senior leaders and 840 workforce members from 23 countries and 16 different industries, as well as five qualitative case studies; almost all transformation programs experience important milestones. 96% of participants say they experience at least one critical phase during a project, and 79% say this is inevitable in today's unpredictable business environment. If leaders do not adopt a people-oriented approach at these points, the transformation program is 1.6 times more likely to underperform and employees are 3.4 times more likely to experience negative emotions such as anxiety and worry about the

change.

In contrast, leaders with a people-centered perspective are more likely to sustain the program successfully. In this way, the speed of the overall conversion program can potentially be approximately doubled (x2.1), while program performance can also be increased by two times (x1.9).

### Perceiving, interpreting and taking action

The research reveals a three-step human-centered approach consisting of sensing, meaning, and action that increases the chances of success of an overall transformation by 12 times:

1- An early warning system needs to be created in transformation programs to quickly detect when problems arise and decide when to intervene. This step, called “sensing,” should pay attention to changes in employees’ emotions and behaviors rather than just looking at traditional signals such as key performance

indicators (KPIs), according to the research.

2- The next stage, the “sense-making” step, is about analyzing the root causes of the problems and creating a forward-looking road map in collaboration with leaders and team members throughout the transformation program. Although KPIs demonstrate objectivity in this context, historical structures are less useful in guiding future actions.

1- In the last stage, “taking action”, determining the conditions for the successful transformations set out in the report; there are six key factors to be strengthened: participatory leadership, collaboration, preserving and strengthening the culture of inspiration, caring and recognizing the emotional impact of technology.

**Steps that increase your chances of success**

Regarding the research, EY Turkey Workforce Consultancy Leader and Company Partner Ersin Yıldırım made the following evaluation: “The research reveals a new perspective on the nature and role of emotional intelligence, rather than traditional key performance indicators (KPIs) in key phases of transformation programs. It is possible to say that instead of seeing emotional factors as obstacles, they can be considered as opportunities to increase success. This research, conducted today when artificial intelligence and machine learning dominates; it reveals forward-thinking and effective data in driving transformations. “In addition, applying the three-step ‘perceiving, interpreting and taking action’ approach, which focuses on the human factor in transformation programs, increases the chance of success by 12 times, and the development, direction and presentation of these transformation programs is of critical importance for leaders.”

## PaperWork will receive patents for artificial intelligence solutions

Intelligence Business Process Management (I-BPM) Summit was held in İstanbul under the main sponsorship of PaperWork. In his speech at the I-BPM Summit, PaperWork Sales Director Tolga Eşiz, who announced that they have recently qualified to become an R&D center, gave information about the easy transition from other applications to the PaperWork platform, the Migration Process design tool, BMPMAP and artificial intelligence solutions. Emphasizing that PaperWork is now an artificial intelligence company, Tolga Eşiz said: "Our goal is to apply for patents with our three newly released artificial intelligence solutions. We have started the

relevant preliminary preparations. PaperWork BPM revitalizes your workflows with its migration solution. With the innovative transfer application developed, redesigning existing workflows becomes easier and faster. Your forms, workflows and definitions are automatically transferred to PaperWork BPM, speeding up the adaptation process and reducing costs. PaperWork's content services, an artificial intelligence-supported, developer-friendly and API-centric platform, allow it to be powerfully and flexibly integrated into any application. These integrations allow you to access your documents from various access points according to your needs. You can manage different

types of data efficiently without getting lost in a large number of documents. Thanks to the new supplier relationship management Performax, which we launched at the beginning of the year, it is possible to manage the communication with the supplier, evaluate its performance and create permanent sustainable business relationships. With this application, we aimed to meet customer expectations in terms of quality, delivery and cost by ensuring effective evaluation and management of supplier performance. The application also offers the opportunity to effectively control business processes such as document sharing and task management between the supplier

and the company." On the other hand, PaperWork Software Technologies Director Gürcan Yücel, who made a presentation at the event, gave information about the Query Insight artificial intelligence-supported question-answer application. Query Insight reads content from file servers and websites and provides information in the form of questions and answers. This feature allows users to find fast and accurate answers to the questions they want to ask, thanks to natural language processing capabilities similar to ChatGPT. In this way, the process of accessing information is accelerated and decision-making processes are improved.

## Guarantee for data privacy and security

Data privacy, security and authorization are the most critical issues of recent times in the field of information technologies. Within the scope of the Personal Data Protection Law No. 6698 (KVKK), companies are obliged to protect the confidentiality of their personal data. This brings with it many responsibilities regarding security and privacy. Companies can protect this data securely. However, there is another stage of this process: when the reasons for storing this data are eliminated, both the deletion or anonymization of the data and authorizations within the institution to guarantee its confidentiality in different areas. These issues include critical processes in data security. After all, anonymizing personal data also means making this data impossible to associate with an identified or identifiable natural

person in any way, even if it is matched with other data. SAP Gold Partner Nagarro + MBIS provides "dera" (discover, encrypt, redact, anonymize) regarding the encryption or anonymization of data; In the field of authorization, it offers solutions to the needs of companies in this field with its "aura" (attribute based access control) products. Nagarro + MBIS product "dera" automatically discovers personal data fields on SAP and encrypts them to ensure KVKK compliance. It meets the requirements of KVKK by ensuring that personal data is anonymized when legal retention periods expire. This solution guarantees the security of personal data in SAP systems with permanent anonymization at the database level, and also allows

the anonymization required in SQL-based non-SAP systems to be carried out through SAP.

### Field based authorization

Until today, internal authorizations and data confidentiality were solved by many companies using SAP with the SAP authorization architecture with a 5-layer structure. Nagarro + MBIS takes data security to the next level with its "aura" solution, which takes this architecture to the next level and allows authorization for every field in SAP systems. "aura" binds user authorizations to conditions and rules on a field basis. It prevents users from entering unwanted data, ensures that certain fields are hidden, or requires data entry in the relevant field for specified roles and people. It also offers a flexible structure while supporting compliance with

KVKK. "Aura", which can also be used for non-standard screens, can be easily managed with the management cockpit; it increases security with column, row and button based authorization. Nagarro + MBIS Technology Directorate – Application Team Leader Kutay Ekici made the following assessment: "Today, where personal data privacy and authorization have become a very important standard, we continue to offer our customers a solution-oriented approach to ensuring data privacy and security on SAP with our "dera" and "aura" solutions. Thanks to these innovative solutions, our customers can easily ensure KVKK compliance and also achieve the standard of safely protecting their data with the field-based control mechanism on their SAP screens."



# Sigorta Sektöründeki Teknolojik Dönüşüm

FİŞEKHANE, İSTANBUL  
11 HAZİRAN 2024

**KAYIT OL**

[www.BThaber.com/IT24](http://www.BThaber.com/IT24)



**A. Fahri Arkan**

AgeSA Hayat ve Emeklilik CIO

AgeSA Hayat ve Emeklilik CIO'su **A. Fahri Arkan**'ın; sigorta dünyasında yeni teknolojilerin yarattığı etkileri ve geleceğe dair öngörülerini aktaracağı Insurtech etkinliğinde siz de yerinizi alın!

Ana Sponsor

**JF RCE**

Exclusive Sponsorlar

Commvault | HCLSoftware | TUNESOFT

[www.BilisimZirvesi.com.tr](http://www.BilisimZirvesi.com.tr)

**BThaber**

**FİŞEKHANE, İSTANBUL**  
**11 HAZİRAN 2024**

KATILIM İÇİN KAYIT GEREKLİDİR.

[www.BThaber.com/TFT2024](http://www.BThaber.com/TFT2024)

**ANA SAHNE AÇILIŞ PROGRAMI**

10:00 - 10:15	TechFinTech Buluşmasına Hoş Geldiniz	
10:15 - 10:30	Dijital Finansallaşma	Murat Göçe - BThaber, Başkan
10:30 - 11:00	İnsan Dokunuşuyla Dijital Bankacılık	Sarp Demiray - European Merchant Bank (EMBank), CEO
11:00 - 11:15	Bankacılık Servis Modeli Bulut Çözümleri	Ayhan Ağırgöl - Bulutistan, Yönetim Kurulu Danışmanı
11:15 - 11:30	Sohbet: Dijital Varlıklar ve Kripto	Cem Tokbay - Yönetim ve Teknoloji Danışmanı Korcan Abalı - Garanti BBVA Dijital Varlıklar, CEO
11:30 - 11:45	Finans Bulutu	Vmind Konuşmacısı
11:45 - 12:00	Finansal İş Süreçleri ve RPA	Ümit Sile - JForce, İş Geliştirme Direktörü
12:00 - 12:15	Yapay Zeka Destekli Güvenlik	HPE Aruba Konuşmacısı
12:15 - 12:30	Ödeme ve Elektronik Para Sektöründe 2024 Yılı	Ufuk Bilgetekin - TÖDEB, Yönetim Kurulu Başkanı
12:30 - 12:45	Fintekler ve Para	Dr. Hakan Yurdakul - T.C. Cumhurbaşkanlığı, Ekonomi Politikaları Kurul Üyesi
12:45 - 13:00	Yenilikçi ve Sürdürülebilir Seyahat ve Ulaştırma Çözümleri	Dr. Ömer Fatih Sayan - T.C. Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı, Bakan Yardımcısı *
13:00 - 14:00	Öğle Yemeği Arası	

(\*) Resmi onay beklenmektedir.

**ANA SPONSORLAR**



**PREMIUM SPONSORLAR**

