

FORTUNE
TÜRKİYE

DİJİTAL

HAZİRAN 2016 / FORTUNE DERGİSİ'NİN EKİDİR.

- Netaş, Ar-Ge gücünü dijital dünyaya taşıyor
- Dijital müşteri deneyimi çağı
- Fintech'in paraya dönüşmesi için finans sektörüne uyumu şart
- Entertainment Tablet'li ve 4G bağlantılı yeni Bentley

Dijital Gelecek Buluşmaları Toplantısı'nda
şu sorunun yanıtı arandı:

Dijital dönüşümü yönetirken nasıl güvende olacağız?



NIKKELİ
MUTLU DERGİ
NMDG

logitech



BÜYÜK ODALAR VE DAHA BÜYÜK FİKİRLER İÇİN TASARLANMIŞTIR

Kalabalık toplantılar için ConferenceCam çözümü. İsteğe bağlı olarak ekstra mikrofonlar kullanılabilir.



Logitech GROUP

Kamera Özellikleri

- Uzaktan kumanda veya konsoldan kontrol edilebilen sorunsuz kaydırma, eğme ve yakınlaştırma
- 260° kaydırma, 130° eğme açısı
- 10 kat sorunsuz HD yakınlaştırma
- 90° Görüş Alanı
- Full HD 1080p 30fps
- Ölçeklenebilir Görüntü Kodlama (SVC) ile H.264 UVC 1.5
- Otomatik odaklama
- 5 kamera ön ayan
- ZEISS® mercekler
- Kensington güvenlik yuvası
- Video akışını onaylamak için LED göstergeler
- Standart üç ayaklı sehpa parçası

Diğer Özellikler

Hoparlör

- Çift yönlü performans
- Akustik eko giderme
- Gürültü azaltma teknolojisi
- Bluetooth® ve NFC bağlantı özelliği
- Arayanın kimliği, çağrı süresi ve diğer işlevsel yanıtlar için LCD ekran
- Hoparlör akışı, sesi kapatma, bekleme alma ve Bluetooth® bağlantı için LED göstergeler
- Çağrıya yanıt verme/sonlandırma, sesi açma ve kapatma tuşları

Bağlantı Şekli

- Tüm bileşenlerin bağlantısı için monte edilebilir merkezi hub
- Masa altı montajı için yapışkan materyal
- Hub ile kamera/hoparlör arasında bağlantı için iki adet kablo
- PC/Mac bağlantısı için bir adet USB kablo
- AC Güç adaptörü

Uzaktan Kumanda

- Kamera / hoparlör fonksiyonları için takılabilir uzaktan kumanda
- 8,5 metre kullanım mesafesi



BlueJeans

lifesize

zoom



Kurumların öğrenmesi gereken yeni terim: Uberleşme

Las Vegas'taki SAS Global Forum'da analitik konuştuğumuzu sanırken, SAS Ortadoğu ve Afrika Başkan Yardımcısı Riad Gydien'in kullanmasıyla aklıma kazınmıştı "Uberisation" terimi. Miles&Smiles kartımın gösterdiği kadarıyla 6 bin milden daha uzakta olan bu eğlence diyarından İstanbul'a dönünce aynı terim bir kez daha karşıma çıktı. VMware etkinliğinde bir kez daha karşıma çıktı; Uberleşme.

Ama bu seferki kullanımı, dijital dönüşüm ile bağlantılıydı ve Uber, son satılan hisse parçasına oranlandığında 160 milyar dolara ulaşan değeri ile dijital ekonomide değer yaratmanın en önemli göstergelerinden biri olarak bahsedilen şirket haline gelmişti.

Bu "ufaklıklar" dünyada bazı şeylerin hakikaten farklı olabileceğini gösteren güzel örnekler. Bir dönem dünyanın farklı bir yer olabileceğini hayal etmeye dayanan romantizmin yerine gelen bu yapma ya da icra etme akımı, yeni dünyayı aslında öngörülemez bir biçimde değiştiriyor. Aracıyı ortadan kaldırmak ve ilişkiyi doğrudan hale getirmeye dayanan sade iş modelleri, inanılmaz bir etki yaratırken gelecekteki değişimin daha büyük olacağını işaretlerini veriyor.

Bu yeni ya da dijital ekonomide önemli olan, ilişkileri üzerinde top- layan bir platforma dönüşebilmek. Bu söylendiği kadar kolay değil çünkü yüzyıllar önce ilk organizasyonun ortaya çıktığı askeri yapılardan devraldıkları özelliklerle şirketler ve özellikle büyükleri, startup'ların başarı formülünün merkezinde yer alan önceliklendirme üzerine değil, kaynakların alokasyonu ya da yerleştirilmesi üzerine kurulu. Ve bundan vazgeçmeleri hiç de mümkün değil.

Ünlü olmayan bir taksi şoförünün ifade ettiği biçimiyle, "Ağabey bunlar cennete gitmek istiyor da ölmek istemiyor" durumu söz konusu. Dönüşüm, dijital ya da başka bir şekliyle olsun, cesaret edilmesi çok kolay bir şey değil. Gerçekten öyle mi? Belki de değildir.

Uber'e en fazla tepki gösteren ülkelerden Fransa'da -bizim gazeteci kafilesi olarak kullandığımız shuttle'a bile Uber sanıp tepki göstermişlerdi- Uber çok şanslı olmasa da, benzer özellikleri sunan ve yerel özellikler barındıran Allocab, hızla popülerleşiyor.

"Kral Öldü, Yaşasın Kral" dönemine geri mi dönüyoruz; belki de basit olana geri dönüyoruz. Veya herşeyden feragat edilen dinlere çünkü Uber tarzı şirketlerin taksisi, Airbnb'nin oteli yok.

Ama oteli olmayan Airbnb, ABD'de otellerin de içinde olduğu bir diğer alanı değiştiriyor. Oda temizlikçilerinin 15 dolarlık asgari ücret talebini desteklediğini açıklayan Airbnb, kendi sistemini kullananlardan te-



mizlik işlerini bu işçilere vermesini ve asgari ücret talebine uymasını istedi. Ulusal sendikanın bu harekete yanıtı, Airbnb'yi aldatıcı bir harekete yönelmekle suçlayıp, Airbnb'nin asıl amacının lüks otellerdeki iyi işleri ortadan kaldırmak olduğu iddiasını yöneltti.

Direkt ilişkiler, sanayi toplumu zamanlarından kalan toplu hareket etme eğilimlerini kırabilecek mi?

Yoksa bu dünyada kendisine yer olmadığını düşünenler birbirlerine daha yakın durarak bu dalgayı durdurmayı başarabilecek mi?

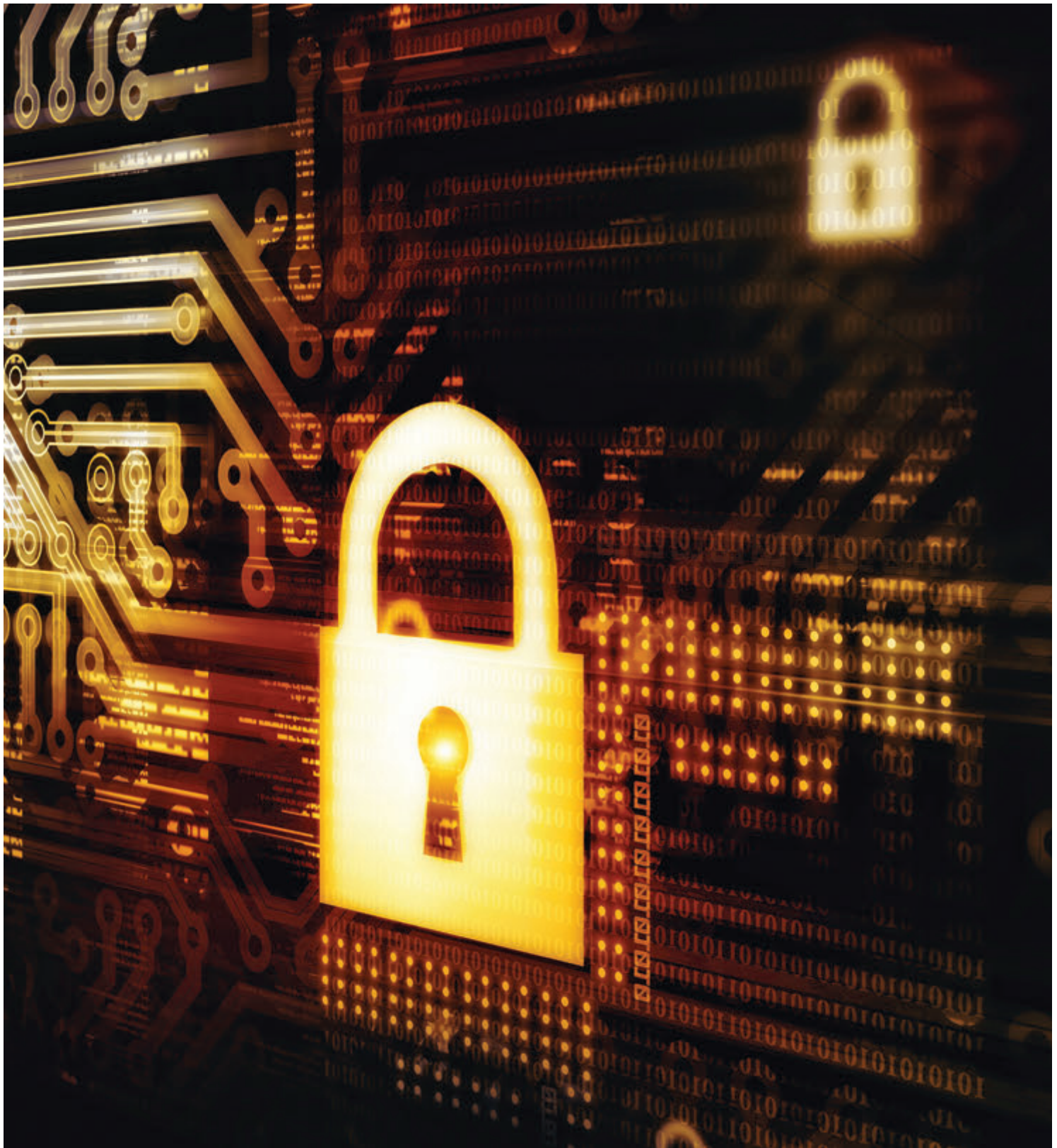
Bazı ilişkiler değişmiyor ve regülasyonlar -değişim için gerekli rüşveti alana kadar- yerinde ağır olan taşları koruyor. İnovasyonun merkezi olarak görülen San Francisco'da Uberleşme, değerlendirilen şirketlerde çalışanların cebindeki paranın arttığı düşüncesiyle kiralara yükselmeye neden oluyor. İki ay önce bir arkadaşım ödemesi gereken kiranın 5 bin dolara çıkmasının ardından bu kenti terk etti.

Üstelik bu, biz akıllı şehirlerle nasıl kalkınacağımızı konuşurken oldu.

Hoşçakalın.

KEREM ÖZDEMİR

Fortune Türkiye Teknoloji Editörü



4 Şirketlerden haberler**9 İnsan kaynakları****10 Executive Exchange, dijital çeviklik için ipuçları verdi**

VMware'in Türkiye ofisi, 24 Mayıs tarihinde iş ve teknoloji liderlerinin katıldığı Executive Exchange etkinliğini düzenledi.

12 Netaş, Ar-Ge gücünü dijital dünyaya taşıyor

4.5G teknolojisi kapsamında gördüğümüz Netaş'ın CEO'su Müjdat Altay ile dijital dönüşümü ve Netaş'ın rolünü konuştuk.

16 "Müşteri deneyiminin teknolojik dönüşümünü yaşayacağız"

Turkcell Global Bilgi Genel Müdürü Çağatay Aynur ile dijitalleşmenin öne çıkardığı yeni insan ve yeni hizmet anlayışı odaklı bir söyleşi yaptık.

18 Logitech, kullanıcıları dijital ekonomide bir adım öne taşıyor

Dijitalleşen dünyada bireylerin ve şirketlerin bir adım daha öne çıkmasını sağlayan Logitech'in Türkiye Ülke Müdürü Mustafa Uyar, dijitalleşen yaşamın ipuçlarını paylaştı.

22 Dijital müşteri deneyimi çağı

Perakende sektörünün bugün ve gelecekteki temel konusu, dijitalleşen müşteriye dijital müşteri deneyimini yaşatmak olacak.

28 Dijital dönüşümü yönetirken nasıl güvende olacağız?

Palo Alto Networks'ün katkılarıyla gerçekleştirilen üçüncü Fortune Dijital Gelecek Buluşmaları Toplantısı'nda bankaların teknoloji liderleri görüşlerini, yaklaşımlarını ve tecrübelerini paylaştılar.

37 Fintech'in paraya dönüşmesi, finans endüstrisine uyumlu mümkün

İngiltere Başbakanı'nın Fintech Danışmanı Alastair Lukies, "Fintech'i paraya çevirmenin en kapsayıcı yollarından biri, endüstriyle uyumlu halde nasıl çalışabileceğini araştırmaktır" diyor.

40 Güvenli ve sürdürülebilir veri için mucize sıvı

3M Türkiye Genel Müdürü Mert Büyükyazgan, 3M'in yangından korunmayı sağlayan sıvısı Novec 1230'u anlattı.

42 Entertainment Tablet'li ve 4G bağlantılı yeni Bentley

Sadece 50 adet üretilecek olan Bentley Mulsanne First Edition'da yeni aksesuar Bentley Entertainment Tablet de gövde gösterisi yapacak.

45 İkili globalleşme stratejisi

Sistem 9'un dijital menüboard'u Simit Sarayı'nın yeni rekabet gücü

48 ANALOG Gerçek inovasyon endeksi**EDİTÖR**

Kerem Özdemir
kozdemir@fortuneturkey.com

KATKIDA BULUNANLAR

Nuray Şuman
nurays@tazefikirevi.com

Güldane Taşdemir
guldanet@tazefikirevi.com

Selda Aydemir
seldaa@tazefikirevi.com

ADRES

Ahi Evran (G45) Caddesi
Ata Center İş Merkezi
Kat:1 No:9 Maslak
Sarıyer, İstanbul

BASKI

Bilnet Matbaacılık ve
Ambalaj San. A.Ş.
Dudullu Org. San. Bölgesi
1. Cd. No. 16 Ümraniye İstanbul
444 4403
www.bilnet.net.tr

Tazefikirevi, Fortune Dijital yayınının stratejik iş ortağıdır.

Hewlett Packard Enterprise'in yeni çözüm ortağı Platin Bilişim



Veri koruma, arşivleme, iş sürekliliği, BT altyapı yönetimi ve güvenlik konularında profesyonel çözümler sunan Platin Bilişim, HPE ile işbirliğini duyurdu. İki şirket arasında gerçekleşen güçbirliğinin ardından tüm sektörlerde katma değer yaratmaya odaklı projelerin de hayata geçirilmesi hedefleniyor. Anlaşmaya göre HPE StoreOnce Sistemleri, StoreOnce Catalyst ve deduplication (tekilleştirme) teknolojileriyle birleştirilerek şirketlere yeni nesil yedekleme çözümleri sunulacak. Kurumların verilerini tekilleştirme teknolojisini kullanarak yüzde 95 oranında daha az disk alanı ile saklamasına olanak tanıyan bu ürünler ile yüksek performanslı adanmış cihazlar sayesinde veri merkezleri, geniş ofisler ve küçük uzak ofisleri yedekleme altyapısı üzerinde buluşturmak olanaklı hale geliyor.

Platin Bilişim olarak çözüm ortaklığı anlaşmasından çok memnun olduklarını kaydeden Platin Bilişim Genel Müdürü Ayhan Bamyacı, "HPE ile el sıkışarak çözüm yelpazemizi de genişletmiş olduk. HPE, kurumsal teknoloji denince akla gelen ve dünya çapında çok iyi bilinirliğe sahip bir şirket. Bu birliktelikle çokuluslu iş ortaklarımız arasına böyle bir dünya devini eklemiş olmak bizim için gurur verici. Ancak bir yandan da hem sektöre hem de müşterilerimize karşı olan sorumluluğumuz da artıyor. Önümüzdeki dönemde bu sorumluluğun bilinciyle hareket ederek başarılı projeler hayata geçireceğimize inanıyorum" dedi.

Türkiye Finans'a yeni internet şubesi

Türkiye Finans'ın bireysel ve kurumsal internet şubesi yenilendi. Banka, internet bankacılığı hizmetlerini "daha hızlı, daha basit ve daha kullanışlı" hale getirmek amacıyla bu yeniliğe gitti. İnternet şubesinin yeni tasarımı tamamen kişiselleştirilebilen özellikleri ile öne çıkıyor. Banka müşterileri internet şubesinin hemen girişinde karşılaşılabilecek araçlarla en çok yaptığı bankacılık işlemlerini ana sayfasına dilediği gibi yerleştirebilecek. Hesaplar aracında grafikler ön plana çıkarılırken, işlemlerin daha hızlı ve kolay yapılabilmesini sağlayan görsel tasarımlara da ağırlık verildi.

Türkiye Finans'ın yeni internet şubesinde para transferi yaparken sadece IBAN numarasının yazılması yeterli olacak. Yani verilecek talimata göre "Havale mi EFT mi? Döviz Transferi mi?" olduğu konusunda banka müşterilerini kendi yönlendirecek.

Kurumsal internet şubesi de daha hızlı, daha basit, daha kullanışlı hizmet verecek şekilde yeniden tasarlanırken, üye işyeri konsepti ile birlikte POS cihazlarından yapılan alışverişler anında görülebilecek. Geliştirilen raporlama sistemiyle işlemler, varlıklarını çok daha kolay kontrol edebilecek. Ayrıca kurumsal müşteriler internet şubesinin yeni fonksiyonlarıyla nakit akışını çok daha kolay kontrol edip ileri vadeli borçlarını tek tıkla görebilecek.



Penta Teknoloji Microsoft OEM de dağıtacak

Penta Teknoloji, Microsoft bağımsız yazılım dağıtıcılığının yanı sıra Microsoft OEM ürünlerinin de dağıtıcısı olduğunu duyurdu.

Penta Teknoloji'nin tüm Türkiye genelinde küçük ve orta ölçekli işletmelere yüksek erişim sağlayabilmesi nedeniyle, söz konusu işbirliğinin yasal işletim sistemi kullanımını artırma yönünde önemli bir adım olacağı öngörüldü. Penta Teknoloji, bünyesinde bulundurduğu markalarla Türkiye PC pazarındaki ürünlerin dağıtımının yüzde 27'sini gerçekleştiriyor.

Penta Teknoloji Satış Pazarlama Direktörü Fatih Erünsal, Microsoft OEM ürünlerinin dağıtıcılığına yönelik yeni işbirliği ile ilgili olarak şunları söyledi: "Penta Teknoloji'nin bu başarısında Türkiye'deki masaüstü ve dizüstü bilgisayar dağıtımının üçte birini yapan ve tüm Türkiye'deki bayilere dokunan bir organizasyon olmamızın etkisi var. Yani sıra gerek değişen pazar koşullarına adaptasyon hızımız, gerekse inovasyon ve katma değerli hizmet anlayışına verdiğimiz önem bize bu başarıları getiren birincil etkenler" dedi.



Panasonic, Windows ürününü önerir.

İKİ BÖLÜM. TEK HİKAYE.

Panasonic BUSINESS



DÜNYANIN İLK TAMAMEN DAYANIKLI, AYRILABİLİR KURUMSAL DİZÜSTÜ BİLGİSAYARI TOUGHBOOK CF-20.

Windows 10 Pro işletim sistemine sahip ilk tam dayanıklı Toughbook olma özelliğine sahip CF-20, ailenin 6'ncı nesil Intel® Core™ vPro™ işlem teknolojili ilk üyesi. Ayrılabilir dizüstü bilgisayar Toughbook CF-20, eldivente kullanılabilen dokunmatik ekranı, 14 saate kadar ömre sahip cihaz çalışırken değiştirilebilir pili, amaca göre tasarlanmış Araç Montaj Kiti ve Masaüstü Port Çoğaltıcı ile mobil çalışanlara çok yönlülüğün yepyeni seviyesini sunuyor.

Toughbook dizüstü bilgisayarların olağanüstü yetenekleri hakkında daha fazla bilgi almak için tıklayın: www.toughbook.eu
Arayın: 0216 709 27 24

TOUGHBOOK

Intel, Intel Logosu, Intel Core, Intel vPro, Core Inside ve vPro Inside Intel Corporation'un ABD ve diğer ülkelerdeki tescilli markalarıdır.

CF-20



Liderler dijitalleşmeyi henüz anlama aşamasında

EMC, İş Dünyasında Yeni Dijital Dönüşüm Anketi'nin sonuçlarını açıkladı. EMC'nin desteğiyle Vanson Bourne tarafından yapılan ankete göre:

- 16 ülkede ankete katılan 4 bin şirket liderinin yüzde 52'si dijital teknolojiler sonucunda sektörlerinde büyük değişiklikler yaşandığını belirtiyor.
- Katılımcıların yüzde 48'i üç yıl içinde sektörlerinin neye benzeyeceğini bilmediklerini söylüyor.
- Katılımcıların yüzde 62'si dijital girişimlerin sonucu olarak sektörlerine yeni rakiplerin katıldığına tanık olduğunu kaydediyor.



- Yüzde 56'sı ise müşteri talebinin dijital dönüşümün ardındaki itici güçlerden biri olduğunu ifade ediyor.
- Dış baskılar hızla artmaya devam ettikçe işletmelerindeki dijital dönüşümü ilerletmek için:
- Şirketlerin yüzde 73'ü öncelikli olarak merkezi bir teknoloji stratejisine ağırlık verilmesi gerektiğini kabul ediyor.
- Yüzde 66'sı ise BT altyapısı ve dijital beceriler liderliğine yatırım yapmayı planlıyor.

Analitik veritabanında yeni isim, Exasol Türkiye'de!

Analitik veri tabanı Exasol, iş zekası ve analitik çözüm tecrübesiyle 20 yıldır hizmetler sunan Kara Danışmanlık tarafından Türkiye'de hizmete sunuldu. Kolay, güçlü ve açık sistemler mimarisinde tasarlandığı bildirilen Exasol ile analitik projeler, yüksek performanslı bir altyapıya hızlı ve kolay bir biçimde taşınabiliyor.

Kara Danışmanlık, yüksek performanslı analitik veritabanı Exasol ile stratejik iş ortaklığını başlatarak Almanya merkezli şirketin dünyadaki 20 temsilcisinden biri oldu. Müşterilerin büyük veri raporlama ve iş zekası analitik çözüm ihtiyaçlarına sadece danışmanlık hizmeti sunmanın yeterli olmadığını gözlemleyen Kara Danışmanlık, 2012 yılından bu yana yeni nesil iş zekası ürünü Tableau'nun da satış ve destek hizmetlerini sürdürüyordu. Kara Danışmanlık'ın kurucusu Ertan Erişik, dünyanın en hızlı analitik veri tabanını Türkiye'ye kazandırdıkları için gururlu olduklarını ifade etti ve şu açıklamayı yaptı: "Exasol; BT yöneticileri, direktörleri, veri mimarları ve analitik uygulamalarını ölçeklenebilir, SQL tabanlı bir ortamda ışık hızına taşımak isteyen ya da BT maliyetlerini kontrol altına alırken performanstan ödün vermek istemeyen bütün karar vericilere yöneliktir."



Samsung, Ankara Üniversitesi'nde Yapay Zeka Laboratuvarı açtı

Samsung, yapay zeka alanında Türkiye'de de üniversite bünyesinde çalışmaların yürütülebilmesi amacıyla Ankara Üniversitesi'nde "Samsung Yapay Zeka Laboratuvarı"nı kurdu. Tüm cihazların ve laboratuvar ekipmanlarının Samsung Electronics Türkiye tarafından temin edildiği Yapay Zeka Laboratuvarı'nda üniversite öğrencileri becerilerini olgunlaştırma, laboratuvar ortamında pratik bilgiler edinme ve Yapay Zeka alanında araştırma yapıp kendi çalışmalarını geliştirme olanağı bulacak. Konuyla ilgili dersler sayesinde, öğrencileri başarılı bir kariyere hazırlayacak olan Yapay Zeka Laboratuvarı öğrencilere, geleceğin teknolojileri üzerinde çalışma olanağı bulabilecekleri bir platform sağlayacak. Laboratuvardan 20'nin üzerinde akademik personel ve asistan ile 600'ü lisans, 100'ü lisansüstü olmak üzere 700 öğrenci yararlanacak.

Teknolojinin geleceğine MÜSİAD bakışı

Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği (MÜSİAD) Bilgi Teknolojileri Sektör Kurulu, "Gelecekle İş Yapmak" mottosuyla hazırladığı "Gelecekte Teknoloji Raporu"nu açıkladı. Düzenlenen basın toplantısında konuşan MÜSİAD Bilgi Teknolojileri Sektör Kurulu Başkanı İhsan Taşer, "Yeni dünyaya yönelik atılması gereken adımları karar vericilere ve paydaşlarımıza anlatmayı esas alıyoruz. Dijital dönüşüm dalgasından faydalanarak, ülkemizi geleceğe, 2023'e hazırlıyoruz. Üyelerimizin, paydaşlarımızın, sektörün ve kamu kurumları ile sektöre yön verenlerin bu değişime hazır olması için çalışıyoruz" dedi.

Raporda ele alınan başlıklar şöyle:

Sanayi 4.0, siber güvenlik, nesnelerin interneti, mesh altyapılar, 3D yazıcılar, derin öğrenme, yeni tip sensörler dijital çağın kavramlarıdır. Bu kavramlar telekomu, ulaşımı, eğitimi, sağlığı, enerjiyi, e-ticareti



ve e-devleti yeniden şekillendirecek.

Bu teknolojik gelişmeler küresel normları da değişime uğrattırıyor, ahlaki ve hukuki alanda yeni düzenlemeleri beraberinde getiriyor. Örneğin büyük çoğunluğu bireylere ait bu bilgilerin, kişilerin mahremiyetini ihlal etmeden, hukuka uygun bir şekilde anonimleştirilmesi ve buradan kamuya yarar sağlayan modeller çıkarılması gibi yeni iş alanları ortaya çıkıyor.

Yeni ekonominin en önemli yanı entegre bir model olması. Bu model, üreticileri bu yapının birer parçası haline getirecek. Yeni düzen içinde Türkiye, mevcut bilgi birikimi ve genç insan kaynağı potansiyeli ile yer

olarak katma değerli üretici konumuna geçebilir.

Yapılması gerekenler

Devletin inovasyona dayalı bilişim vizyonu, bürokrasiden başlayarak tüm paydaşlara yaygınlaştırılmalı ve kültür haline dönüştürülmeli. İşin ehli olan girişimciler daha çok teşvik edilmeli ve bunlara girişim sermayesi sağlamak için kurulan sistemler işler hale getirilmeli. Bankacılık ve katılım bankacılığı sisteminde biriken fonların bir bölümünü proje ve girişim sermayesi desteği şeklinde verilmesini gerekli kılan düzenlemeler yapılmalı. Üniversiteler, inovasyon kültürünün vücut bulduğu ve sonuç odaklı olarak sanayiye destek verilen ortamlara dönüşmeli. Şirketlerin katma değerli ürünler üretmesi, bir ekosistem oluşturmaya ve satış-pazarlamada global vizyon oluşturmaya teşvik edilmeli. Her alanda iş, ehline teslim edilmeli. Pazarda adil rekabet koşullarının oluşturulması ve korunmasına özen gösterilmeli. Ar-Ge harcamalarının payı milli gelirin yüzde 3'üne çıkarılmalı. Teknoloji tüketicisi olmanın yanında teknoloji üreticisi olmalı. Eğitim diploma ya da sertifika için değil, keşfetmek ve faydalı bilgi üretmek için verilmeli.

SAS ve Sabancı Üniversitesi güçlerini birleştirdi



SAS Türkiye, SAS Global Akademik Programı bünyesinde yürütülen proje ile Sabancı Üniversitesi'nde yer alan "Büyük Veri Davranışsal Analiz ve Görselleştirme Laboratuvarı"nın analitik ortağı oldu. Laboratuvarı SAS'ın desteğiyle kullanılacak gelişmiş analitik yöntemleri ile iş dünyasının elindeki büyük verinin kullanılabilir ve anlamlı hale getirilmesinin sağlanmasının yanı sıra analitik vizyona sahip öğrencilerin yetişmesi sağlanıyor.

Düzenlenen imza töreninde açılış konuşmasını yapan Sabancı

Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. A. Nihat Berker, "Gelişen teknoloji ve internet ağları ile bilgiye ulaşmak daha kolay. Bu gelişmeler beraberinde verileri ve veri kaynaklarını da artırdı. Günümüzde ise önemli olan sadece veriye ulaşmak değil, verinin kolay, doğru kullanılması ve değerlendirilmesi. Üniversitemiz kuruluşundan beri iş dünyası ile birlikte proje yürütmeye ve işbirlikleri kurmaya büyük önem vermektedir. Sabancı Üniversitesi Büyük Veri Davranışsal Analiz ve Görselleştirme Laboratuvarı'nda dijital evrende asılı duran verileri bir araya getirip, bunları toplumsal olarak anlamlandırıyor. Böylelikle iş dünyasının elindeki verileri iş dünyası için kullanılabilir ve anlamlı veriler haline getiriyoruz. SAS ile yaptığımız bu işbirliğinin büyük veri alanındaki çalışmalarımızı çok güçlendireceğine inanıyoruz" ifadelerini kullandı.

SAS Türkiye Genel Müdürü Hakan Erdemli de imza töreninde, "Tüm dünyada 3 binden fazla üniversitede yürütülen SAS Global Akademik Programı'na Türkiye'de Sabancı Üniversitesi ile dahil olduk. Türkiye'nin ilk büyük veri laboratuvarının analitik ortağı olmak bizim için çok heyecan verici bir konu. Veri bilimi ve gelişmiş analitik alanlarında akademik dünyaya destek olduğumuz bu proje ile hem öğrencilerin iş dünyasına atılmadan önce bu vizyonu elde etmelerini, hem de iş dünyasının elindeki büyük verinin nasıl kullanılabilir ve anlamlı bir hale getirilebileceğini ortaya koyuyoruz" şeklinde konuştu.

İş Bankası, MaxiTech markası ile Silikon Vadisi'nde



Türkiye İş Bankası, iştiraki olan yazılım şirketi SoftTech üzerinden MaxiTech markası ile dünyaya açılıyor. İş Bankası'nın Silikon Vadisi'ndeki dijital üssü olma görevini üstlenecek olan MaxiTech, İş Bankası Genel Müdürü Adnan Bali, Genel Müdür Yardımcıları Hakan Aran ve Yalçın Sezen ile SoftTech Genel Müdürü Şerafettin Özer'in katılımlarıyla 13 Mayıs'ta San Francisco'da açıldı. İş Bankası'nın dijital dönüşümünü desteklemek üzere dünyanın teknoloji merkezi Silikon Vadisi'nde kurulan MaxiTech, yeni oluşum ve teknolojilerle ilgili gelişmelerin merkezinde yer alarak Banka ve SoftTech için dijitalleşme fırsatlarını araştırarak. Genel müdürlüğünü Burak Arık'ın üstleneceği MaxiTech, İTÜ Arı Teknokent'in San Francisco'da bulunan ofisinde faaliyetlerine başlayacak.

Borsa İstanbul, DevOpsDays'i düzenliyor

İlki 2009 yılında Belçika'da gerçekleştirilen DevOpsDays, 3-4 Haziran 2016 tarihlerinde Borsa İstanbul evsahipliğinde ilk kez Türkiye'de düzenlenecek. 2015 yılında üç kıtada, 11 ülkede, 22 şehirde gerçekleştirilen DevOpsDays etkinlikleri, bu yıl ise aralarında İstanbul'un da bulunduğu 24 şehirde yapılıyor. Yazılım geliştirici ve sistem yöneticilerini farklı bir platformda bir araya getirip, birlikte ve daha verimli çalışmalarını sağlayan DevOps için 2009 yılından beri düzenlenen DevOpsDays, bu sene Borsa İstanbul evsahipliğinde İstanbul'da gerçekleştirilecek. Borsa İstanbul, evsahipliğini üstlendiği DevOpsDays ile Türkiye'de ulusal yazılım sektörüne içerik ve fikir önerliği yapacak. Teknik bir konferans olan DevOpsDays, kariyerinin başındaki yazılımcılardan üst düzey yöneticilere kadar yazılım ile ilgilenen herkese hitap eden bir etkinlik. 3-4 Haziran 2016 tarihlerinde Borsa İstanbul İstinye Kampüsü'nde gerçekleştirilecek olan 1. İstanbul DevOpsDays, ülkedeki tüm yazılım ve operasyon uzmanlarını bekliyor.

Türk Telekom 2016 yılına iyi başladı

Türk Telekom, 2016 yılı birinci çeyrek operasyonel ve finansal sonuçlarını açıkladı. Türk Telekom'un gelirleri yıllık bazda yüzde 11 artarak 3,8 milyar TL olurken, 2008 yılındaki halka arzdan bugüne en yüksek organik büyüme hızı olduğu bildirildi. Yatırım harcamaları ise hızlanan 4,5G yatırımlarının etkisi ile yıllık bazda iki katın üzerine çıkarak 708 milyon TL olarak gerçekleşti. Net kâr 2016 yılı birinci çeyreğinde geçen yılın aynı dönemine oranla yıllık bazda önemli ölçüde yükselerek 408 milyon TL oldu.

Türk Telekom, mobil, internet, telefon ve TV alanında hizmet veren markalarını "Türk Telekom" tek marka çatısı altında birleştirerek gerçekleştirdiği entegrasyonun olumlu etkilerini gördüğü bir çeyreği geride bıraktı. Şirket, toplam abone sayısını 38 milyona ulaştırdı; mobil abone sayısı birinci çeyrekte 461 bin net abone kazanımı ile 17,7 milyonu aştı. Genişbant abone sayısı birinci çeyrekte 197 bin net abone kazanımı ile 8,2



milyona ulaşırken, son 12 ayda ise 587 bin net genişbant abone kazanımı ile 2009 yılından bu yana en yüksek artış gerçekleşti. Fiber aboneleri ise çeyrek bazda 168 bin net abone kazanımı ile toplamda 1,6 milyonu aştı. 2016 birinci

çeyrek net fiber abone artışı 2013 yılından bu yana elde edilen en yüksek abone kazanımı olarak kaydedildi. Türk Telekom'un yeni nesil televizyon platformu Tivibu'daki ev TV abone sayısı net 83 bin arttı ve 468 bine ulaştı. Toplam TV abone sayısı 1,9 milyona yükseldi.

Türk Telekom CEO'su Rami Aslan, 2016 yılı birinci çeyrek sonuçları hakkında şöyle konuştu: "2016'nın ilk çeyreğinde Türk Telekom Grubu olarak, güçlü operasyonel ve finansal sonuçlar elde ettik. 2016 için sağlam hedefler koyduk ve bu hedeflerle uyumlu bir şekilde 2016'ya başladık. Gelirlerimizi, yıldan yıla yüzde 11 artırarak 2008'de gerçekleştirilen halka arzdan bu yana en hızlı organik büyümeyi elde ettik. Türkiye'nin ilk ve tek tam entegre operatörü olarak güçlü sonuçlar elde ederken, pek çok ilke de imza attık. Bu yolda değerli müşterilerimize ayrıcalıklı hizmetler sunmaya ve lider pozisyonumuzu her geçen gün daha da güçlendirmeye devam edeceğiz."

Sinan Dumlu, EMC Türkiye ülke müdürü oldu



BT sektöründe 25 yılı aşkın tecrübesiyle birçok alanda liderlik eden Sinan Dumlu, EMC Türkiye'nin yeni genel müdürü görevini üstlendi. Dumlu, son olarak Avaya'da Doğu Akdeniz bölgesinde dokuz ülkeden sorumlu olarak çalışıyordu. Donanım, yazılım ve telekomünikasyon sektörlerinde ürün yönetimi, pazarlama, satış, strateji ve bulut tabanlı teknolojilerden sorumlu olarak görevler alan Dumlu, bundan böyle EMC Türkiye ekibine liderlik edecek.

Sinan Dumlu yeni göreviyle ilgili şunları söyledi: "Yeni nesil depolama teknolojilerinde EMC'nin liderliğini pekiştirerek, şirketlerin dijital dönüşümüne önderlik edecek çözümler ve danışmanlık hizmetleri sunarak yardımcı olmaya devam edeceğiz."

Elif Gürdal Dassault Systèmes'in yeni ülke müdürü



3D tasarım yazılımı, 3D dijital modelleme ve ürün yaşam döngüsü yönetimi (PLM) çözümlerinde faaliyet gösteren Dassault Systèmes, Elif Gürdal'ın yeni Türkiye Ülke Lideri, İş Geliştirme ve Satış Direktörü olarak atandığını duyurdu. Elif Gürdal, 3DEXPERIENCE platformunun benimsenmesi sürecini hızlandırmak ve Dassault Systèmes Türkiye'nin tüm unsurlarının yönetimi ve geliştirilmesinden sorumlu olacak.

IBM Türk'e yeniden bir Türk genel müdür



Defne Tozan, IBM Türk'ün yeni Ülke Genel Müdürü oldu. Ocak 2013'ten beri bu görevi yürüten IBM Türk eski Genel Müdürü Isabel Gomez Cagigas ise IBM Global Teknoloji Hizmetleri Ortadoğu ve Afrika Genel Müdürü olarak atandı.

Defne Tozan, IBM Türk organizasyonunun başına geçerek kognitif, bulut bilişim, büyük veri ve analitik, mobil ve güvenlik alanlarındaki IBM'in ileri teknoloji çözümlerini sektörlere sunacak.

2008 yılında IBM Global Teknoloji Hizmetleri'nde çalışmaya başlayan Defne Tozan, 2014 yılında IBM Global Teknoloji Hizmetleri Türkiye Direktörü oldu. Bu rolde Global Teknoloji Hizmetleri organizasyonunu yeniden yapılandırarak hem büyüme, hem de hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyetinde artış sağladı.

Media Markt'ta yeni yöneticiler



Remko Rijnders, Media Markt Türkiye'de operasyonlardan sorumlu COO olarak atandı. Remko Rijnders Media Markt Çin'de dört yıl süresince farklı pozisyonların yanı sıra satış direktörlüğünü üstlendi. 2013'ten bu yana Media Markt Türkiye Bölge Direktörü olarak görev yapan, Temmuz 2015'te Operasyonlardan Sorumlu Co-COO'luk görevini üstlenen Remko Rijnders, Media Markt'taki görevini nisan ayı itibarıyla Operasyonlardan Sorumlu COO olarak sürdürüyor.

Öte yandan, Media Markt Türkiye'de Pazarlama Grup Müdürü olarak görev yapan Çağanur Atay Uçtu, Pazarlama ve Kurumsal İletişim Direktörü oldu. Atay Uçtu, iş hayatına Anadolu Hayat Emeklilik A.Ş. Pazarlama Departmanı'nda başladı. Anadolu Hayat Emeklilik ve HSBC Türkiye'de de görev alan Uçtu, son üç yıldır Media Saturn Holding bünyesinde bulunan Media Markt Türkiye'de, sırasıyla "Marka ve Kurumsal İletişim Departman Müdürlüğü" ve "Pazarlama Grup Müdürü" görevlerini üstlendi.

Executive Exchange, dijital çeviklik için ipuçları verdi

Şirketleri dijital ekonomiye hazırlamada önemli teknoloji çözümleri sunan VMware'in Türkiye ofisi, 24 Mayıs tarihinde iş ve teknoloji liderlerinin katıldığı Executive Exchange etkinliğini düzenledi. Dijital dönüşüme güç katmak temalı etkinlikte vurgulanan ana konu, dijital çeviklik için yazılım teknolojisinin önemli bir rol oynadığı ve dijital geleceğin yazılım tanımlı olduğuydu. **Nuray Şuman**

GİDEREK MOBİL OLAN BİR DÜNYADA uygulama yazılımlarının da buna uyum sağlaması; sanallaşma, güvenlik ve bulut mimarisi çerçevesinde yazılım altyapısının da şekillendirilmesi gerektiği kaçınılmaz bir nokta. Dijital dönüşümün en önemli bileşenin yazılım olduğunun altı çizilen Executive Exchange etkinliğinde, bu dönüşümün özünde “uygulamalar”ın yer aldığı; bu uygulamaların mobil bulut dünyasında, web ölçeğinde ve hızında dağıtılması, yönetilmesi ve güvenceye alınması gerektiği vurgulandı.

Açılışını VMware Türkiye Ülke Müdürü Murat Mediçeler'in yaptığı etkinliğin yurtdışından konuşmacı konukları da vardı. Etkinliğin konuk konuşmacısı VMware EMEA Pazarlamadan Sorumlu Başkan Yardımcısı Elie Kanaan, dijital şirketlere güç katmanın ana noktalarını aktardı. Dijital dönüşümü hızlandırmak için gerekli olan yaklaşım ve metodolojileri konuklarla paylaşan IDC Türkiye Sistem ve Altyapı Çözümleri Araştırma Müdürü Aslı Koçkal, bu konuda yapılan araştırma verilerini de aktardı.

Daha sonra VMware'in İş Çözümleri Stratejisti Elan Yanovsky yönetimin-

de yapılan oturumda, “Analogdan Dijital İş Modeline Geçiş ve Mobil Bulut Dünyasında Kişi, Uygulama ve Verilerin Korunması” konusu irdelendi. Ayrıca analog ve dijital dünyaları birbirine bağlama ve inovasyonu süregiden bir döngüye dönüştürme fırsatları ele alındı.

Mobilite, bulut, sosyal, büyük veri gibi yaklaşımların veri güvenliği ve siber güvenliği çok daha kritik ve önemli hale getirdiği paylaşılarak şirketlerin geliştirmeleri gereken yeni güvenlik stratejilerine değinildi. Executive Exchange etkinliğinin tüm detaylarını Fortune Dijital'in temmuz sayısında siz okurlarımızla paylaşacağız.

Yazılım tanımlı geleceğe yolculuk

Dijital dönüşüm yolculuğunun en önemli paydaşlarından biri yazılım. Yazılım merkezli bir dijitalleşme ve dijital iş süreçlerinin belirlendiği yeni bir gelecekte söz ediyoruz. VMware Türkiye Ülke Müdürü Murat Mediçeler ile Executive Exchange kapsamında yaptığımız söyleşide değişimi yakalamanın ötesinde değişime yön verecek yeni nesil teknoloji yaklaşımını ele aldık.

Dünyada hızlı ve yoğun bir dijital dönüşüm yaşanıyor. Bu neden kaynaklanıyor; dijitalleşmeyi hızlandıran belli başlı teknolojiler hangileri? VMware'in buradaki katma değeri nedir?

Dünya tarihinde yaşanan tüm önemli dönüşümlerde olduğu gibi halihazırda yaşadığımız dijital dönüşümde de sürükleyici birtakım faktörler var. Teknolojinin gelişimi kuşkusuz bu faktörlerin en etkili olanıdır. Gelişen teknolojiler kapsamında ise özellikle mobil ve bulut teknolojilerinin bu dönüşümde önemli bir rolü bulunuyor. Zira bu iki teknoloji sayesinde her insan, istediği her veriye dilediği noktadan dilediği zaman diliminde erişme imkanına kavuştu. Bu da geleneksel müşteri-hizmet veren şirket ilişkisini köklü bir değişime uğrattı ve müşterilerin kendilerine hizmet veren kurumlardan hız ve verimlilik beklentileri arttı. Sonucunda da zorlu rekabette ayakta kalmak



Murat Mediçeler:
“Şirketlere dijital dönüşümlerini kolaylaştıracak yazılım katmanlı iş modeli sunuyoruz.”

isteyen şirketler dijital dönüşüme yön veren birçok yeni teknolojinin kapısını araladı. Nesnelerin interneti (IoT) ve makinelerarası iletişim (M2M) gibi teknolojileri bu trende örnek gösterebiliriz. Verimi artıran, maliyetleri büyük ölçüde düşüren bu teknolojiler mobilite ve bulut teknolojileri ile birlikte hem müşteri-marka ilişkisini zenginleştirdiler hem de kurumların daha yenilikçi ürün ve hizmetler sunmasına ön ayak oldular. VMware ise bu dönüşümün tam merkezinde yer alan bir şirket. Bulut ve sanallaştırma teknolojilerimizle dünyada lider konumdayız. Yazılım ve verilerin günümüzde likit varlıklar haline dönüşmesiyle birlikte NSX ağ sanallaştırma platformumuz, hizmet olarak altyapı (IaaS) hizmetlerimiz ve sunduğumuz “Yazılım Tanımlı Gelecek” vizyonumuzla dijital dönüşüm çağında kurumların çevik, rekabetçi ve yenilikçi nitelik kazanma süreçlerine destek oluyoruz.

Executive Exchange etkinliğini yapmadaki amacınız nedir? Bu etkinlikte iş dünyasına verdiğiniz mesajlar neler oldu?

VMware olarak içinde bulunduğumuz dijital dönüşümün en önemli bileşeninin yazılım olduğunu dü-

şünüyoruz. Yazılım Tanımlı Gelecek vizyonumuz dahilinde dijital dönüşümün merkezinde yer alan uygulamaların mobil bulut dünyasında, web ölçeğinde ve hızında yönetilmesinin ve güvenliklerinin sağlanmasının kilit öneme sahip olduğuna inanıyoruz. Yazılım katmanını merkezine alan iş modelimizde katılımcıları bir ağ içerisinde bir araya getirerek, dijital iş süreçlerini donanım katmanından olabildiğince ayırıyoruz. Geçmişte donanım katmanının güçlendirilmesi için ayrılan kaynaklar, yazılım tabanlı gelecek vizyonu çerçevesinde işletmelerin gerçek büyüme amaçları için kullanılabilir. Bu elbette ki yazıldığından daha zorlu bir değişim süreci. VMware olarak bu dönüşüm sürecinde yaşanan zorlukları ve sürecin yaratacağı fırsatları paylaşımcı bir platformda masaya yatırmak istedik. Executive Exchange etkinliği bu amaçların somut bir tezahürü. Etkinlikte VMware müşterileri güvenlik ve işletme çevikliği de dahil olmak üzere kendi dijital dönüşüm süreçlerinde elde ettikleri sonuçları paylaştılar. Paylaşımların yarattığı sinerjinin ve başarı öykülerinin vereceği cesaretin yazılım tabanlı strateji bilincinin artmasına katkı sağlayacağına inanıyoruz.

Netaş, Ar-Ge gücünü dijital dünyaya taşıyor

Netaş CEO'su Müjdat Altay, "Netaş'ın yıllar içindeki büyüme ve gelişimini sağlayan en önemli etken, globale verdiğimiz önem. Globalin yereli göz önüne almadan uygulamayı hedefleyen zihniyeti kabul edip diğer etkenleri yok sayan anlayışını reddettik; global vizyonu lokal bilgiyle harmanlayıp kendimizce global bir kültür oluşturduk" diyor. **Nuray Şuman**

BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİNDE 50 yılı tamamlamak üzere olan bir şirket Netaş. Bugüne kadar altyapı teknolojilerinde özellikle telekomünikasyon, savunma, kamu ve özel sektörde uluslararası standartları Türk mühendislik gücüyle birleştirerek özgün projeler geliştirdi. Ülkemizin önde gelen sistem entegratörü kimliğini şimdi de dijitalleşme ve dijital dönüşüm alanına taşımış durumda. Geçtiğimiz ay 4.5G teknolojisi kapsamında görüştüğümüz ve görüşlerini burada aktardığımız Netaş'ın CEO'su Müjdat Altay ile dijital dönüşümü ve Netaş'ın rolünü konuştuk:

Türkiye dijital dönüşümün neresinde? Netaş bu dönüşüme nasıl katkı sağlıyor? Dijital dönüşüm, her ülkenin ajandasına girmiş bir kavram. Tüm kurumlarda, farklı süreçlere ait verilerin ayrıntılı incelenmesi ve doğru okunmasını sağlayan birleştirici sistemlerin kullanımının hızla arttığını gözlemliyoruz. Finans ve telekom gibi bazı sektörlerin dijital dönüşümde çok iyi olduğunu söyleyebiliriz. Ancak daha alacak çok yolumuz var.

Netaş olarak, Türkiye'deki dijital dönüşümde öncülük ve liderliğimizi müşteri odaklı inovatif yaklaşımlardan alıyoruz. Dünya standartlarında çalışan, aynı zamanda lokal pazara da hakim, Türkiye'nin 1 numaralı sistem entegratörü olarak Türkiye'yi dijital dönüşüme taşıyoruz. Gelecekte "Türkiye'nin teknoloji üssü" olmayı hedeflerken, teknolojik yetkinliğimizi inovasyonla birleştirerek "sürdürülebilir büyüme"ye katkı sağlamaya devam ediyoruz.

Bu kapsamda ülkenin ihtiyaçlarına odaklanıp teknolojideki son yenilikleri Türkiye'ye getirmeyi sürdürüyoruz. Ar-Ge merkezimizde, Türk mühendislerinin birikimi ve becerisiyle, dünya çapında rekabet gücüne sahip ve öncü çözümleri geliştiriyoruz. Telli ve telsiz haberleşme, siber güvenlik, savunma, çoklu ortam,

VoIP, M2M gibi teknolojilerde, planlanan, devam eden proje ve ürünler için yaptığımız patent başvurularıyla ülke ekonomisinin gelişmesine, şirketlerin küreselleşmesine katkı sağlıyoruz. Kurumsal ve kamu müşterilerimiz için finansal mobil iletişime kadar geniş bir yelpazede geliştirdiğimiz yazılımlarla bu kurumların modernizasyonunu gerçekleştiriyoruz.

Türkiye'nin bilişim tarihi ile eşdeğer sayılabilecek bir geçmişe sahip Netaş yıllar itibarıyla nasıl bir büyüme ve gelişim sergiledi? Bu büyüme ve gelişmeyi sağlayan vizyon nedir?

Netaş'ın yıllar içinde gösterdiği büyüme ve gelişimi sağlayan en önemli etken teslimiyeti reddetmiş bir kurum kültürüne sahip olması. Teslimiyet derken; globalin dayattığı, yereli göz önüne almadan uygulamayı hedefleyen zihniyeti yüzde 100 kabul edip körü körüne uygulayan ve diğer etkenleri yok sayan bir davranıştan söz ediyorum. Biz, global vizyonu lokal bilgiyi-



Altay, "Bizi biz yapan önemli bir nokta Ar-Ge kültürümüz" diyor.

le harmanlayıp kendimizce "glokal" bir kültür oluşturduk.

Bizi biz yapan önemli bir diğer nokta da Ar-Ge kültürümüz oldu. Ar-Ge bakış açısını sadece tek bir departmanın görevi olarak nitelemeyip tüm kadromuzu bu düşünce yapısına evriltmeye yönelik bir sistem oturttuk. Geçmişimizdeki telefon santralleri ve saha tecrübemiz ülkeyi çok iyi tanıdığımızı, lokalın püf noktalarına, kırılgan, hassas ve güçlü olduğu konulara hakim olmamızı sağladı. Neticede, tüm bu birikimleri üst üste koyarak evrildiğimiz

yeni kültürün temelini ArGe, teknolojiye hakimiyet ve inovatif zihniyet oluşturdu.

Ar-Ge ile büyümeye ve katma değeri yüksek projeler gerçekleştirmeye devam ettik. 2006 yılında şirketin satış gelirleri 100 milyon TL'ydi. Netaş'ın 2015 yılındaki sipariş ve satış gelirleri 1 milyar TL barajını aştı. 2015 yılını bir önceki yıla göre yüzde 36'lık bir büyüme ile kapattık, kayıtlı sipariş artışımız ise yüzde 39 oldu. Sektörün üzerinde büyüyen bir firmayız ve Türkiye'nin 2023'te 10 küresel teknoloji markası çı-

karma hedefi doğrultusunda kararlılık ve inançla çalışmaya devam ediyoruz.

Netaş kurulduğu tarihten bu yana bilişim teknolojileri alanında Ar-Ge ve inovasyona yatırım yapması ile bilinir. Bu konudaki stratejisi nedir? Temel amacımız, "Müşterilerimizi dünyayla eşzamanlı olarak teknolojilerle buluşturmak, son teknolojilere daha ekonomik yoldan ulaşmalarını sağlamak." Bunu da Ar-Ge geleneğimizin kaynaklanan bakış açısıyla, inovasyon zihniyetini her alana yansı-

tabilme yeteneğimizden kaynaklanan Netaş'a özgü bir yetkinlikle başarıyoruz. Bu yetkinlik, teknolojiye yaklaşımımızı şekillendiriyor ve ülkenin ihtiyaçlarını öngörmemizi sağlıyor. Global gelişmeleri çok yakından takip ediyor, ülkemizin ihtiyaçlarını biliyoruz. Bu da, Türkiye'nin ihtiyacı olan yeni nesil teknolojileri dünyayla eşzamanlı olarak geliştirmemize olanak veriyor.

Netaş hangi sektörlerde ne tür kritik projelere imza atıyor? Hangi alanlarda yerli teknoloji geliştiriyor? Bu yönüyle ülke kalkınmasına ne şekilde destek oluyor?

Savunma, finans, telekom servis sağlayıcıları, enerji, eğitim, spor ve sağlık gibi sektörlerde derinleşerek; ülkenin önde gelen kurumlarının iletişim alt-

büyük kurumlara ve kamu kuruluşlarına kadar Türkiye'deki tüm şirketlere danışmanlık, stratejik dış kaynak kullanımı, donanım ve destek hizmetleri sağlıyor.

Sunduğumuz tüm çözüm ve hizmetler, kurumların dijitalleşme sürecine katkı sağlarken, iş verimliliklerini artırıyor ve buna bağlı olarak kârlılık oranlarının yükselmesini sağlıyor. Örneğin ülkemizde, önümüzdeki 20 yıl boyunca göreceğimiz LTE-Advanced teknolojisiyle geliştirilmekte olan yerli 4.5G baz istasyonunu; 2G ve 3G'de yurtdışına ödenen milyarlarca doların önemli bir kısmının yurtiçinde kalmasına imkan sağlayacak bir fırsat olarak değerlendiriyoruz. Bu teknoloji sadece 4.5G'ye geçmeyi planlayan mobil operatörlerin değil, yüksek hızlı, kesintisiz ve güvenli görüntü iletişimine gerek-

jilerde planlanan ve devam eden proje ve ürünler için patent başvurularımız devam ediyor.

Veri merkezi, bulut teknolojisi gibi alanlarda çözümler sunuyoruz. Bu doğrultuda, 2015 yılında Türkiye'de 10'un üzerinde büyük kuruluşa ve 100'ün üzerinde noktaya uçtan uca veri merkezi çözümlerimizi uyguladık.

Ar-Ge mühendislerimizin geliştirdiği yazılımlarla, son 10 yılda toplam 400 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdik. Ar-Ge konusundaki çalışmalarımız da aynı hızla devam edecek.

Netaş'ın teknoloji ihracatı konusunda kaydettiği gelişme nedir?

Yurtdışında, başta Kuzey Amerika olmak üzere Avrupa, Asya-Pasifik, Kuzey ve Güney Amerika'da faaliyet gösteren operatörlere yazılım ihracatı yapıyoruz. Asya-Pasifik ülkelerinden Bangladeş, Pakistan ve Nepal'e; Türk Cumhuriyetleri'nden özellikle Azerbaycan, Özbekistan, Kazakistan'a; Kuzey Afrika'daki ülke ve kurumlara, kamuda ve savunma sanayisinde teknoloji danışmanlığı, satış sonrası desteği gibi uçtan uca katma değerli çözümler sunuyoruz.

Netaş, yüksek montanlı çoklu teknolojilere sahip projeleri başarıyla teslim edebiliyor. Dikeylerde derinleşen, sektörel yetkinliği olan bir entegratör haline geldik. Bu doğrultuda Kuzey Afrika'daki ülke ve kurumlara, kamu ve savunma sanayisinde teknoloji danışmanlığı, satış sonrası desteği gibi uçtan uca katma değerli çözümlerle hizmet veriyoruz. Yurtdışı faaliyetlerimiz her yıl artarak devam ediyor. 2015'te elde ettiğimiz yüzde 20'nin üzerinde ihracat başarısı bizim için tatmin edici olsa da, bu oranı önümüzdeki üç yılda yüzde 25'e yükseltmek için çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

Netaş, Ar-Ge mühendislerinin geliştirdiği yazılımlarla, son 10 yılda 400 milyon dolarlık ihracat yaptı.

yapılarına yönelik büyük çaplı özgün projeleri hayata geçiriyoruz. İletişim ağı, güvenlik, tümleşik iletişim, sanallaştırma, bulut bilişim, savunma teknolojileri, kamu güvenliği, geniş bant mobil erişim, optik ve taşıyıcı ethernet, GSM-R, BT entegrasyonu, stratejik dış kaynak kullanımı ve özgün yazılım geliştirme konularında çözümler sunuyoruz.

Yüzde 100 Netaş iştiraki olan BDH (Bilişim Destek Hizmetleri), bilişim teknolojilerinin farklı alanlarında uzman deneyimli ve sertifikalı hizmet ekibiyle, küçük ölçekli firmalardan

duyan, ulaşımdan güvenliğe kadar farklı alanlardaki pek çok kuruluşun ihtiyacını da karşılıyor. Ayrıca bünyemizde kurduğumuz merkezde en ileri mobil teknolojileri test ediyoruz.

Siber güvenlik, üzerinde hassasiyetle durduğumuz konulardan biri. Yabancı markaların egemen olduğu bir pazarda, Türkiye'nin ilk yerli siber güvenlik ürünü olan Nova ile yer alarak, siber güvenlikte yerli çözümlerin kullanılması konusunda önemli bir adım atmış olduk.

Telli ve telsiz haberleşme, savunma, çoklu ortam, VoIP, M2M gibi teknolo-



Altay'a göre, 2016 ve sonrasında bulut teknolojisi, büyük veri, nesnelerarası iletişim öne çıkan trendler olacak.

2016 yılı ve sonraki yıllarda dijitalleşmeyi hızlandıracak teknoloji trendleri neler olacak?

Son zamanların gündem konularından biri olan ve her fırsatta önemini vurguladığımız bulut teknolojisi kullanımının yaygınlaşması, dijital dönüşümün gerçekleşmesi açısından büyük önem taşıyor. Bulut kavramını ele aldığımızda ise verilerin hızla artması ve insanların veri merkezi ihtiyacının yoğunlaşması gibi iki konu ön plana çıkıyor.

2016 yılı ve sonrasında bulut teknolojisi, büyük veri, nesnelerarası iletişim öne çıkan trendler olacak. Akıllı şehir sistemleri de kamu yönetimlerinin bakış açısı ve bu yöndeki tercihleriyle gündemde yer alacak.

Netaş'ın geliştirdiği yeni teknoloji platform ve çözümleri neler?

Geliştirdiğimiz güncel teknolojiler arasında yer alan, sınırlı sayıda uluslararası teknoloji şirketinin sahip olduğu 4.5G – LTE, diğer bir ifadeyle “Mobil ve Sabit Kablosuz Geniş Bant Erişim Teknolojisi”ni, ULAK Projesi kapsamında Aselsan ve Argela ile birlikte sıfırdan geliştirdik. Bu teknoloji, sadece 4.5G'ye geçmeyi planlayan mobil operatörlerin değil, yüksek hızlı, kesintisiz ve güvenli görüntü iletişimine gerek duyan, ulaşımdan sınır güvenliğine kadar pek çok kuruluşun ihtiya-

cını karşılamaya yönelik tasarlanıyor. Türkiye'nin ilk yerli 4.5G baz istasyonu projesinin, yazılım ve donanım olarak sıfırdan geliştirilmesinde önemli bir rol üstlenmekten gurur duyduk.

Dünyada ve ülkemizin gündeminde olan diğer bir güncel teknoloji ise Nova markası altında pazara sunduğumuz siber güvenlik çözümlerimiz. 750'yi aşkın mühendisimizin çalıştığı Ar-Ge merkezimizin gücünden yararlanarak, dört sene gibi kısa bir zamanda gerçekleştirdik. Netaş olarak, VoIP ve multimedia teknolojilerinde dünyada ilk 10 laboratuvar arasında yer almamızı sağlayan yetkinliğimizi kullanarak, internet üzerinden yapılan sesli ve görüntülü görüşmelerde güvenliği sağlayacak Nova V-Gate (VoIP Güvenlik Duvarı), Nova V-Spy (VoIP Zafiyet Analizi) ve Nova MSP (Medya Güvenlik Platformu) siber güvenlik ürünlerimizle pazarda yerimizi aldık.

Netaş olarak, müşterilerimize yeni nesil teknolojilerle akıllı çözümler sunuyoruz. Bunların başında akıllı şehir, akıllı bina, akıllı stadyum, akıllı felaket yönetimi, akıllı e-devlet uygulamaları, akıllı ulaşım çözümleri geliyor. Günümüzde, gelişen teknolojilerle akıllı şebekeler yaratmak için önemli çalışmalar gerçekleştiren firmaların öncüleri arasında yer alan Netaş, bu bağlamda birçok projeyi hayata geçirdi.

Okullardaki eğitimin dijitalleştirilmesi ve teknolojinin iyileştirilmesi açısından önemli bir adım olan “Fatih Projesi” kapsamında, 46 şehirdeki 9 bin 52 okulda toplam 475 bin sınıfta dijital altyapının kurulumunu gerçekleştirdik. Adalet Bakanlığı için, ülkenin en büyük Ses ve Görüntü Ağı Projesi SEGBİS'in (Ses ve Görüntü Bilişim Sistemi) Türkiye genelinde kurulumunu tamamladık. AFAD ile yürütülen AYDES (Afet Yönetim ve Karar Destek Sistemi Projesi) kapsamında, bütünsel afet yönetiminin tüm aşamalarını elektronik ortamda takip edip coğrafi bilgi sistemi tabanlı karar destek sistemi oluşturduk. Öte yandan, Türkiye Futbol Federasyonu ile gerçekleştirilen Türkiye'nin ilk “Akıllı Stadyum” projesinde, 31 stadyumun elektronik bilet altyapısının kurulumunu gerçekleştirdik.

Netaş'ın 2016 yılı büyüme hedefi nedir? Şirket hangi yeni teknoloji alanlarına yatırım yapacak?

Netaş olarak 2016 yılında da Türkiye bilişim sektör ortalamasının üzerinde bir büyüme bekliyoruz. Geleceğimizi garanti altına alacak projeler gerçekleştirmeyi, bölgesel sistem entegratörü olma yolundaki çalışmalarımıza başarıyla devam etmeyi planlıyoruz.

2016'daki odaklarımız dijitalleşme, siber güvenlik çözümleri, büyük veri, iş zekası uygulamaları ve geniş bant teknolojilerinin yanı sıra müşterilerimizin farklı ihtiyaçlarını adresleyen ve onlara rekabet avantajı sağlayacak güvenli bulut bilişim çözümleri olacaktır. Özellikle, Türkiye'yi ileriye götürecek akıllı teknolojiler üzerine geliştirilen projelerde yer almayı hedefliyoruz. 2016'nın Netaş adına daha verimli geçeceğine ve daha büyük projelere imza atacağımıza inanıyoruz.

Müşteri deneyiminde tekno-dönüşüm zamanı

Teknolojinin insana en yakın olduğu nokta, tanımı dijitalleşmeyle birlikte değişen çağrı merkezleri. Turkcell Global Bilgi Genel Müdürü Çağatay Aynur'un dediği gibi, "Özellikle omni-channel stratejisi sayesinde, müşteri deneyiminin teknolojik dönüşümünü yaşayacağız." Bu dönüşümü anlamak için Aynur ile dijitalleşmenin öne çıkardığı yeni insan ve yeni hizmet anlayışını konuştuk. **Nuray Şuman**

Dijitalleşme ile birlikte müşteriye ulaşmak da karmaşık hale geldi. Ses dışında pek çok farklı noktadan gelen müşteri talepleri doğrultusunda çağrı merkezi şirketleri nasıl bir değişim sergiliyor? Turkcell Global Bilgi olarak bu yeni döneme nasıl bir hazırlık yaptınız?

Bugün eskisinden daha bilinçli, talepkar, sorgulayıcı, sabırsız, zaman ve mekandan bağımsız hızlı hizmet bekleyen bir müşteri kitlesiyle karşı karşıyayız. Düne kadar çağrı merkezleri sadece sipariş verilen, şikayet alınan, gelen çağrılara yanıt verilen bir nokta iken bugün bu tanımın çok ötesine geçti. Bizde ve dolayısıyla sektörde muazzam bir müşteri deneyim birikimi oluştu. Sadece bu yönüyle baktığımızda bile bugün çağrı merkezi dediğimiz alan bir etkileşim, iletişim, kontak merkezi, çözüm merkezi, müşteri deneyim merkezi halini aldı. Hatta şirketlerin ya da markaların geleceğinde söz sahibi bir nokta haline geldi diyebiliriz.

Turkcell Global Bilgi, bir çağrı merkezi şirketi olarak tanınıyor. Dijital ile birlikte yaşanan hızlı dönüşümü yaka-

Aynur, çalışanların mesleki olduğu kadar kişisel gelişimine büyük önem verdiklerini söylüyor.



lamak adına şirketimizin çalışanlarının katılımıyla, gelecek üç yılı kapsayan stratejik planlamalar yaparak tüm yetkinliklerimizi gözden geçirdik. Bunun sonucunda çağrı merkezi hizmetinin de ötesinde, baştan uca müşteri deneyimini tasarlayabilme yeteneğimizin olduğunu gördük. Yeteneklerimizden yola çıkarak da Turkcell Global Bilgi'yi, stratejik olarak Müşteri Deneyimi Çözümleri Merkezi olarak konumlandırdık ve üç yıllık projeksiyonda da müşteri deneyimi çözümleri merkezi olma yolunda şirket içerisinde bir dizi inisiyatifi başlattık. Yeni konumlandırmamızda mevcut yetkinliklerimizin yanı sıra kazanmamız gereken yetkinliklerimiz olduğunu da gördük ve bunların kazanımları için yatırım yapmaya başladık.

Gereken yeni yetkinlikler neler?

Müşteri deneyimi çözümleri merkezi uygulama noktalarında yatırım yapmaya başladığımız omni-channel (çoklu kanal) çalışmalarımız mevcut. Gerçekzamanlı müşteri memnuniyetini sunabilmemiz için omni-channel yetkinliğimizi artırmamız gerekiyor.

Genel hedefimiz, çözüm merkezini arayan bir müşterinin sorununu ilk ve tek seferde çözmek. Müşteri deneyimini tasarlarken sadece çağrı merkezine ulaştığı an değil; müşterinin o marka ile ilk tanışmasından kontratına ve hatta tahsilatına kadar olan baştan sona süreci takip etmek son derece önemli. İster mağaza ister telefon, isterse yazılı mecralar (e-posta, sosyal medya, web vb.) aracılığıyla geldiğinde, herhangi bir noktada müşterinin olumlu veya olumsuz beklentisini karşılamamız gerekiyor. Baştan sona müşteri deneyimini tasarlarken bütün bu uçlardaki memnuniyetleri ve memnuniyetsiz noktaları tasarlayarak çözüm üretme hedefindeyiz.

Hizmet yaklaşımınızdaki farklılık ve kritik başarı faktörü nedir?

Hizmet verdiğimiz şirkete ya da markaya standart hizmet paketleri ya da şablonlarla gitmiyoruz. Müşteri yolculuğuna marka ile birlikte başlama yaklaşımımız bizi farklı yapan yönümüz. Şirkete ya da markaya diyoruz ki: Gelin sizin müşteri yolculuğunuza baştan uca beraber analiz edelim. Müşterilerinizi, sizinle birlikte belirleyeceğimiz farklı segmentlerde (genç, yaşlı, kadın, erkek vb.) takip edelim, iş hedeflerinize uygun çözüm tasarımları üretelim ve hayata geçirelim.

Bu noktada markaların bize neyi yapmak ve başarmak istediğini söylemesi, bizim de markayı iyi dinlememiz gerekiyor. Marka gelirlerini mi artırmak istiyor, müşterilerinin satın alma yolculuğunu mu kısaltmak istiyor, yeni müşteri bulmak mı istiyor veya hepsinden belli bir deneyim seti elde etmek mi istiyor?

Kısacası kritik başarı faktörümüz; şirketin ya da markanın ana iş hedeflerine ortak olmamız ve performans bazlı bir fiyatlandırma hizmet anlayışıyla çalışmamız diyebiliriz. Örneğin şirket gelirlerini artırmak istiyorsa hizmet modelimizi ona göre kuracak ve ona göre fiyatlama yapacağız; şirketin gelirini artırdığımız oranda biz de gelirimizi artıracacağız.

Bir diğer nokta; uygulama sonuçlarından yeniden pek çok şey öğreniyorsunuz. Öğrendiklerinizi tekrar tasarlıyor ve uygulamaya alıyorsunuz. Bu, birbirini besleyen ve geliştiren bir hizmet olgusu. Ayrıca marka ve biz bu anlamda birbirimizi beslemeliyiz; her iki tarafta da biriken veriler bir araya getirilerek analiz edilip yeni hizmet tasarımlarının oluşmasında belirleyici olmalı. Aksi takdirde tek taraflı beklentide başarı oranı da beklenen düzeyde olmayacaktır.

Müşteri deneyimi noktasında bundan sonra bizi yeni neler bekliyor?

Bugünden sonra iş dünyası için teknoloji çok daha önem kazanacak. Zaman ve mekandan bağımsız bu denli akıllı cihaz varken markalar müşteri deneyimini buradan yaşatmak zorunda. Müşteri deneyimi tarafındaki teknolojik dönüşüm başladı ancak henüz tamamlanmadı. Bugünden sonra müşteri deneyiminin teknolojik dönüşümünü göreceğiz. Giderek genç nüfusun ticari hayata girmesiyle yeni teknolojileri takip edip hızla devreye almak zorunlu hale geldi.

Gelecekte sesle çağrı karşılama, dijitalleşmeyle birlikte azalacak ve dijital kanallara doğru kayış olacak. Ancak ses hiçbir zaman ölmeyecek. Çünkü belli bir grup müşteri ses iletişimi istiyor, buna karşın işini tamamen dijital kanallarda bitirmek isteyen müşteri de olacak. Bazıları da dokunmak isteyecek. Aslında tüm kanalların aynı anda birbiriyle eşgüdümlü kullanılabildiği bir müşteri çözümleri merkezine doğru gidiyoruz.

Teknolojiye yatırım yaparken diğer tarafta çalışanlarınıza nasıl bir yatırım yapıyorsunuz?

Çalışma arkadaşlarımız gün içinde sayısız çağrı alıyor, şikayet dinliyor, satış yapıyor, problem çözüyor, bilgi veriyor. Arkadaşlarımızın yaşadığı günlük yoğunluğun bilincinde olarak açık ve şeffaf, kariyer gelişimine yönelik bir insan kaynakları politikası uyguluyoruz. Ciddi bir kariyer olanağı sağlıyoruz. Örnek vermek gerekirse bugün operasyonlardan sorumlu olan genel müdür yardımcısı arkadaşımız müşteri temsilciliğinden bu göreve gelmiş birisi. Hem mesleki hem de kişisel yetkinlikleri geliştiren eğitimlere odaklanarak kişinin gelişimine katkıda bulunuyoruz.

Logitech, kullanıcıları dijital ekonomide bir adım öne taşıyor

Teknolojinin soğuk yüzünün insanın sıcak tarafıyla buluşmasını sağlayan şirketlerin başında gelen Logitech, hayata dokunan ürün ve çözümleriyle dijital dönüşümü anlaşılabilir, uygulanabilir ve sonuç alınabilir hale getiriyor. **Nuray Şuman**

Mustafa Uyar: "İsviçre kökenli bir şirket olarak Logitech, 1981 yılından bu yana yaptığı işleri sürekli çeşitlendiriyor."



T **EKNOLOJİ** hayatımıza kolaylık, verimlilik, hız, hayal gücü, üretkenlik, eğlence, kalite, refah, konfor gibi pek çok dokunuşlar yapıyor. Dijitalleşen dünyada bireylerin ve şirketlerin bir adım daha öne çıkmasını sağlayan Logitech'in Türkiye Ülke Müdürü Mustafa Uyar, dijitalleşen yaşamın ipuçlarını bizlerle paylaşarak gelecekte teknolojinin nasıl şekilleneceğini ve bu noktada Logitech'in sağlayacağı yenilik ve kolaylıkları aktardı:

Dijitalleşme bireylerin ve şirketlerin hayatını ve beklentilerini ne yönde değiştirdi?

Dijitalleşme tüm yaşamımızı yeniden şekillendiriyor. Hayatımızın her anına nüfus etmesiyle sadece bilgiye ulaşma şeklimiz değil, onunla beraber iletişim şeklimiz, alışkanlıklarımız, hayata bakış açımız da değişiyor. Şirketlerdeki iş süreçleri, üretim hatları, pazarlama modelleri, satış kanalları, tahsilat şekilleri, anlık performans

değerlendirmeleri ve iş takip modelleri yeniden yapılanıyor. Bireysel ihtiyaçlarımız daha hızlı ve pratik yollarla karşılanıyor. Yaşam, daha kolay bir hale geliyor. Dolayısıyla şirketler, stratejilerini günümüz dünyasına uygun olacak şekilde belirlemek adına daha çok çalışıyor ve tüm yapıları dijitalleştiriyor. Dijitalleşen ve operasyonel anlamda verimlilik sağlayan şirketler de hizmet giderlerini düşürerek müşterileriyle olan etkileşimin kalitesini artırıyor. Bu da müşteri memnuniyeti olarak şirketlere geri dönüyor. Teknoloji sektöründeki oyuncular da şirketler için esnek ve uygun maliyetlerle güncellenebilir dijital stratejiler belirleyip, bunları müşterilerine sunarak elde edilen deneyimi eşsiz kılmayı hedefliyorlar.

Logitech dijital hayatın neresinde? Bireylerin ve şirketlerin dijitalleşmesine hangi açılardan yardımcı oluyor?

Logitech, insanların gündelik hayatında yer alan tasarımlar üreterek onları dijital dünyaya bağlıyor. Bundan 30 yıl önce bilgisayarlar üzerinden insanları birbirine bağlayan şirketimiz şimdi de müzik, oyun ve video aracılığıyla herkesi bir araya getiren ürünler tasarlıyor. Sunduğumuz ürünlerle bireylerin ve kurumların dijital dünyada sorunsuz ve verimli çalışmalar yapmasını, kullandığı platformlardan keyif almasını sağlıyoruz. Yeni teknoloji kullanımlarında engelleri kaldırıyoruz. Bir taraftan klavye, fare, hoparlör gibi PC, laptop ve tablet alanında diğer taraftan da direksiyon, gamepad ve PC Gaming ürünlerinin yanı sıra Circle ve Zero Touch gibi en yeni ürünlerimizle dijital dünyada her zaman harika deneyimler yaşatmayı hedefliyoruz. Böylece hem bireyleri hem de kurumları

daha verimli ve daha etkin kılıyor, kullanıcıları dijital ekonomide bir adım öne taşıyoruz.

Logitech'in dünyada ve Türkiye pazarındaki gelişim adımları neler?

İsviçre kökenli bir şirket olarak Logitech, 1981 yılından bu yana yaptığı işleri sürekli çeşitlendiriyor ve kendini her gün yeniliyor. Bu yeniliklerle daha renkli, daha canlı ve daha enerjik bir marka olma yönünde adımlar atıyor. Bulunduğu tüm kategorilerde dünyanın en büyük oyuncusu olan Logitech, tüketicilerin beğeneceği, almak isteyeceği ve tavsiye edebileceği kaliteli ürünler çıkartmayı hedefliyor.

Logitech olarak 2005'ten bu yana ülkedeki ve pazardaki payımızı her geçen gün artırmaya devam ediyoruz. 11 seneyi aşkın sürede milyonlarca ürünüümüzü piyasaya sunduk ve tüketicilerimizle farklı kanallarda farklı aktivitelerle birlikte olduk. Yurtdışındaki başarı hikayelerine bizler de ülkemizde gösterdiğimiz başarılı performansla katkıda bulunduk. Bireysel tüketiciler ve kurumlarla mümkün olan her ortamda bir araya gelmek için çok çalıştık. Kendi şirketimiz içinde ülke olarak gösterdiğimiz performans ve ortaya koyduğumuz yaratıcı aktivitelerle birçok ödül kazandık. Öte yandan hem ülkemizde hem de dünyada son dört-beş yıldır küçülen PC platformuna ürettiğimiz yenilikçi ürünlerle payımızı artırdık. Bir yandan lider olduğumuz temel işleri daha iyi yaparken, diğer yandan tüketiciyi cezbedecek ve etkileyecek yenilikler sunduk.

Logitech'in dijital teknoloji ürün ve çözümleri neler?

Logitech'in hedefi; bireysel ve kurumsal kullanıcıların dijital dünyada sorunsuz ve verimli çalışmalar yapması



Logitech, video konferans çözümleriyle kurumların toplantı odalarını daha verimli hale getirdi.

ve kullandıkları platformlardan keyif alması. Bunun gerçekleşmesi için bir yandan olgunlaşmış kategoriler olarak değerlendirebileceğimiz fare, klavye, web kamerası ve hoparlör gibi kategorilerde sürekli yenilikler sunuyor diğer yandan da yeni projeler geliştiriyoruz.

Günümüzde tüketicilerin artık aynı anda birçok ürünle etkileşimde olduklarını gördük. Dolayısıyla geçen sene üç cihazla (laptop/pc, tablet, smartphone) çalışan fare ve klavyelerimizi pazara sunduk. TV'lerimiz akıllandığı için onlarla etkileşimimizi kolaylaştıracak klavyeler ve oyun konsolları ürettik. Hoparlör yelpazemizi yenileyerek hâlâ ciddi bir oranda üzerinde çalıştığımız PC ve TV platformları için pazara harika ürünler sunduk.

Video konferans çözümlerimizle kurumların toplantı odalarına girdik ve çalışanların daha verimli ve etkin çalışmalar yapmasına destek olduk. Tak-çalıştır özelliği ile kolay kurulan ayrıca teknik destek hizmeti istemeyen bir ürün ailesine sahibiz. Devrim niteliğinde değerlendirilebilecek olan maliyet yapısı ve önde gelen tüm bulut video çözümleriyle uyumlu olması, ürün

ailemizin diğer cazip yanları. Toplantı odanızın büyüklüğüne göre konumlandığımız ürün ailemiz, kamera görüntü ve ses performanslarıyla şirketleri memnun ediyor. Üç-dört kişilik toplantı odalarından 30 kişilik olanlarına kadar, çözümlerdeki hedefimiz bu sene alanında lider olmak.

Ultimate Ears markamızla taşınabilir hoparlör pazarında çok önemli işler gerçekleştiriyoruz. Geçmişten bu yana müzik dinlemek için kullanılan kaynaklar ve cihazlar sürekli değişiyor. Bu kapsamda uzunçalardan kasetlere, walkman'den MP3 player'a uzanan yolculuğa geçtiğimiz iki-üç yılda Bluetooth hoparlörler eklendi. Müziğinizi her zaman her yerde paylaşabileceğiniz bu alanda sunduğumuz yeniliklerle çok kısa sürede dünyada 2 numaraya yerleştik. Bu, bizim için çok değerli... Ülkemizde de bu alanda yaptığımız yatırımları hızlandırmayı hedefliyoruz.

Artık dijitalleşen dünyada çalışanların da nerdeyse tamamı mobil. Özellikle kurumlarda tablet alanında sunduğumuz aksesuarlarımızla ciddi işler yapıyoruz. Apple'ın iPad'lerine, Samsung'un tabletlerine kılıf ve klavyeler üretiyoruz.

Öte yandan, PC dünyası içinde olup ama trendin tam tersi yönünde hızla büyüyen PC oyun dünyası bizim için çok önemli. Buradaki ailemiz çok hızlı büyüyor. Oyun kulaklıkları, fareler, klavyeler, direksiyonlar ve oyun konsollarıyla oyuncuların kazanmaları için bilimin sınırlarını zorluyor ve sektörün en iyi ürünlerini piyasaya sunuyoruz.

Ayrıca, "yeni tohumlar" dediğimiz işler var ve bizim için oldukça önemli. Çünkü, yarının büyüteceğimiz işleri bunlar olacak. Örneğin Logitech Circle ve Logitech ZeroTouch çok kısa süre önce duyurduğumuz iki yeni ürünümüz. Bu kapsamda her gün bizden yeni bir şeyler duyabilirsiniz. Bunlar

büyüdükçe ve başarılı olduğunu gördükçe Türkiye'ye de getirmeye başlayacağız.

Kablosuz iletişim teknolojileri alanında nasıl bir katma değer sunuyor?

Logitech olarak mümkün olan her ürünü kablosuz üretmeyi ve tüketicileri kablo kaosundan kurtarmayı hedefliyoruz. Buradaki teknolojik bariyerleri bir bir ortadan kaldırıyor, bağlantısı kopmayan, mesafe sınırlarını sürekli geliştiren ve bunları yaparken de daha az pil tüketen ürünler piyasaya sunuyoruz. Klavye ve farelerimizde pil ömrü üç yıl olan ürünlerimiz bu alanda rakiplerine ciddi fark atıyor. Aynı zamanda klavye ve farelerimizde artık çoklu bağlantırlığı ön plana alıyoruz. Anahtarlarla ürünlerarası geçiş yaparak, aynı anda üç cihaza yazmanızı ve farelerinizi de bu üç üründe kullanmanızı mümkün kılıyoruz. Böylece yerden ve enerjiden tasarrufun yanı sıra verimlilik artışı da sağlıyoruz.

Ses sistemlerinin öneminden hareketle Bluetooth teknolojilerine yatırım yapıyor, bu teknolojiyi birçok ürünü-müzde kullanıyoruz. Ultimate Ears markasıyla sunduğumuz taşınabilir hoparlör ailesinin pil ömrü, bağlantı mesafesi ve aynı anda birden çok hoparlöre bağlanabilmesi gibi özellikler, kablosuz teknolojilerde rakiplerimizden önde olduğumuzu gösteriyor. Ayrıca ürünlerin su geçirmez yapısı ve sunduğu ses performansı da trekking, rafting, kayak, bisiklet vb. outdoor sporlarla ilgilenenlerin bir numaralı tercihi olmamızı sağladı.

Bu arada ofislerde ve evlerde kullanılan Bluetooth kulaklıklarımız da kablosuz iletişim alanında sunduğumuz ürünlerden. Bunlar oyun oynarken masadaki kablo kalabalığını ortadan kaldırıyor ve iş görüşmeleri yaparken özgürce hareket etmenize imkan ve-

riyor. Son olarak geçtiğimiz ay içinde satın aldığımız Jaybird şirketi de bu alanda dünyanın en önde gelen üreticilerinden. Özellikle ABD'nin önde gelen sporcularının kullandığı Bluetooth kulaklıklar üreten şirket, çok yakında ülkemizde de olacak. Böylece biz de spor yaparken müzik dinlemenin keyfini kablosuz olarak yaşayacağız.

Logitech'in Türkiye'de büyüme hedefi nedir? Şirket hangi yeni teknoloji alanlarına yatırım yapacak?

2016, bizim için çok önemli bir yıl. Devrim niteliğinde değerlendirilecek yeniliklerimiz olacak. Dolayısıyla çok heyecanlıyız. Bireylerin keyifli ve rahat bir biçimde dijital hayatı yaşamasını sağlayacak birçok yenilik ve ürün sunacağız. Video konferans ürünlerimizle çalışanların bireysel ve grup performanslarını artıracak, böylece kurumlarının daha verimli ve daha rekabetçi olmasına destek olacağız. Logitech, Logi, Logitech G, UE ve Jaybird markalarımızla kablosuz birçok yeni ürünü pazara sunacağız. Logitech Circle ve Logitech ZeroTouch gibi daha önce içinde olmadığımız farklı kategorilerde işler yapacağız. Smart Home konsepti içinde Harmony ürün ailemizi yeniden konumlandıracağız.

Ülke olarak hedefimiz bu sene çift haneli büyüme elde etmek, ürün ailelerimizin gerekliliğine göre yeni kanallara girmek ve yeni işlerimizde yüksek performans göstermek. Hem lider olduğumuz alanlarda pazar payımızı artırmak hem de yeni girdiğimiz alanlarda lider olmak istiyoruz. Bunu başarmak için tüketicilerin beğenisini kazanacak ürünleri pazara en doğru iş ortaklarıyla sunuyor ve tüketicilerimizin bizlere ulaşabileceğini düşündüğümüz her noktada bulunmak için çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

Veeam Availability Suite



Yüksek Hızlı
Kurtarma



Veri Kaybı
Önleme



Doğrulanmış
Koruma



Verilerden
Faydalanma



Tam
Görünürlük

Veri Merkezlerinin Kesintisiz Çalışabilmesi İçin İnovatif Çözümler

İnanılmaz bir hızla ve çeşitlilikle büyüyen veri, kurumlar için fırsatları da içinde barındırıyor. Geriye bu veriyi iyi yönetmek, doğru ve güvenilir bilgiye dönüştürmek, hızlı ve kolay erişilebilir kılmak kalıyor. Yeni dünyada oluşan çözüm ve hizmetler ise şirketlerin ihtiyacını en iyi şekilde karşılıyor.

Veeam, dünya çapında kesintisiz çalışmayı gerçekleştirmeye ve sürdürme sırasında şirketlerin karşılaştığı zorlukları analiz ederek oluşturduğu veri yönetimi (yedekleme ve replikasyon) çözümleriyle, modern veri merkezinin kesintisiz çalışması adına yeni bir pazara öncülük ediyor. Şirketlerin, kurtarma zamanı ve kurtarma noktası hedeflerini (RTPO) tüm uygulamalar ve veriler için 15 dakika ya da daha az zamanda gerçekleştirmelerine yardımcı oluyor. Bu talebi yüksek hızda veri kurtarma, veri kaybının önüne geçme, kanıtlanmış koruma, yedeklenen veriden faydalanma ve uçtan uca görüntüleme olarak nitelendirilen temel özellikleri ile mümkün kılıyor. Kamu, telekom, eğitim, perakende, sağlık ve enerji başta olmak üzere her sektörde kuruluşların veri yönetimi süreçlerinde zamandan tasarruf etmelerine, veri kaybı riskleri azaltmalarına, sermaye ve faaliyet giderlerini çok büyük oranda düşürmelerine yardımcı olan Veeam, modern veri merkezini etkinleştiren sanallaştırma, depolama ve bulut teknolojilerine destek veriyor. Veeam her an erişilebilecek daha güvenli veri merkezleri için kurumların atması gereken bazı adımlar olduğunu belirtmektedir.

İlk olarak acil bir durumda sürat önemlidir. Çünkü kesintinin her saniyesi para ve çabanın boşa harcanması demektir. Bu durumda klasik şirket

içi yedekleme avantajlıdır, böylece kesintiler dakikalar içinde çözülebilir. Ancak bir hatanın tüm siteyi etkilemesi durumunda şirket içi yedeklemenin sınırlı yardımı olur. Kapsamlı bir stratejiye uygun olarak erişilebilirlik, verinin dışarıda depolanmasını ve ulaşılabilir olmasını talep eder. Bir seçenek, verinin güvenliğe alınmış ikinci bir veri merkezine aktarılmasıdır. Hassas ve iş kritik veriler için bu yaklaşım yüksek seviyeli güvenlik sağlarken yasal yükümlülükleri de karşılar. Buna karşın bir veri merkezinin yapımı ve işletilmesi çok pahalıdır. Bu yüzden şirketler, şirket dışı yedekleme için bulut çözümlerinin kullanımını değerlendirebilirler.

İkinci önemli ölçüt ise yedeklemenin dakiklığıdır. Günlük tam yedeklemeler uzun dönemli depolama için uygun olsalar da bir felaket anında yeterli değildir. Ciddi veri kayıplarının önüne geçmek için şirketler birbirine yakın kurtarma noktaları talep ederler. Buna da örneğin kademeli yedeklemeyle ulaşılabilir ki en son yapılan tam yedeklemeye kadar devamlı olarak değişiklikler kaydedilebilir. Gerçekleştirmek için çok az yer ve işlem gücü harcayan bu teknoloji, özellikle sanallaştırılmış ortamlar için uygundur. Uygun kurtarma gereçleri kullanarak RTPO da gözle görülür ölçüde düşürülebilir. Yedeklenmiş verinin aktarımının kurumsal ağı yavaşlatmasının önüne geçebilmek için WAN'ı hızlandıracak ve daha iyi hale getirecek araçlar da bulunmaktadır.

Otomatik kalite denetimiyle riskleri azaltmak

Son olarak yedeklemelerin kalitesi de ihmal edilmemelidir. Dünya çapında BT karar vericileri arasında yapılan bir araştırma olan Veeam Veri Merkezi Erişilebilirlik Raporu'na göre bu nadiren gerçekleştirilmektedir. Bunun nedeni de test için gereken yüksek iş gücüdür. Bu durum kayda değer bir risk taşımaktadır çünkü araştırmalara göre yapılan tüm yedeklemelerin altında bir kurtarılamamaktadır. Araştırmaya katılanların kayıtlarına göre yılda ortalama 13 arıza sonucu şirketler yılda en az iki kez veri kaybetmektedir. Bu riski azaltmak için yedekler ve veri kurtarma otomatik olarak kontrol edilmelidir. Veeam gibi modern erişilebilirlik araçları bu risklere karşı uygun fonksiyonlar sunmaktadır.

Günümüzde müşteriler 24 saat online çalışıyorlar, üretim kendi kendini idare ediyor ve mesai saatleri dışında da devam ediyor. Birbirinden farklı zaman dilimlerinden çalışanların, iş ortaklarının veri ve uygulamalara erişimleri gerekiyor. Pazar payı ve fırsatlar için rekabette önde olmak amacıyla şirketler dijital çalışmanın tüm imkanlarını kullanmalılar. Veeam'ın sunduğu erişilebilirlik stratejisi bir hava yastığıdır, herhangi bir arıza ortaya çıktığında size en kötüsünden korur.

VEEAM
IT JUST WORKS!™

Advertorial

Dijital müşteri deneyimi çağı

Perakende sektörünün bugün ve gelecekteki temel konusu, dijitalleşen müşteriye dijital müşteri deneyimini yaşatmak olacak. Düne kadar müşterisini tanımak, müşteri odaklı ürün ve hizmetler geliştirmekle çaba harcayan perakende sektörü bundan böyle fiziksel, sanal ve mobil ortamları başarılı bir şekilde birleştirerek bütünleşik bir deneyim sunmaya odaklanacak. **Nuray Şuman**

Ü

RÜN ODAKLI PERAKENDE, hizmet odaklı perakende, teknoloji odaklı perakende derken bugün müşteri odaklı perakende çağına adım attık. Teknoloji sürekli olarak gelişip çeşitlendikçe müşteri odaklı perakendeciliği de besleyen bir unsur haline geldi.

Sektör şirketleri düne kadar işlerini daha iyi yapabilmek için cari/finans, kurumsal kaynak planlaması, tedarik zinciri yönetimi, bilgi yönetimi, satış yönetimi, ürün yönetimi, depo yönetimi vb. uygulamalar ve altyapı sistemlerine yatırım yaptı.

Bugün ise değişen tüketici profiliyle birlikte artık yeni müşteri elde etmek ve mevcut müşterisini elinde tutabilmek için yeni nesil bilişim teknolojilerine yatırım yapma eğilimi görülüyor. Müşteriyle daha fazla temas edebilmek, müşteri tatminini artırmak, mükemmel müşteri deneyimi sunmak ve alışveriş miktarını yukarı çekmek için perakende sektörü başta mobil teknolojiler olmak üzere veri yönetimi ve büyük veri, müşteri ilişkileri yönetimi, temassız-mobil ödeme sistemleri, insansız kasa, e-ticaret, nesnelerin interneti (IoT), sosyal medya, dijital pazarlama, yapay zeka vb. uygulamalara ilgi göstermeye ve ön yatırımlarını yapmaya başladı.

Perakendede hedef, müşteri deneyimini dijital hale getirmek. Bunu ger-

çekleştirmek için iki önemli teknoloji trendini göz ardı etmemek gerek. Veri bilgisi yani büyük veri analitiği ve omni-channel stratejisi. eBay'in başkanı ve CEO'su Devin Wenig, kendisiyle yapılan bir söyleşide perakendede omni-channel pazarlama stratejileri olmayanların hayatta kalma ihtimallerinin azaldığını, ayrıca ticaret ve e-ticaret arasındaki ayrımın yok olacağını söylemişti.

Perakendede bilgiyi kullanmak da son derece kritik. Dijital dünyada dolaşan müşteri verileri perakendenin geleceğini belirlemede büyük rol oynuyor. Dijital içeriğin veriye, verinin bilgiye ve bilginin de yeni iş tanımları ve yeni iş sü-



reçlerine dönüşmesi yeni nesil perakendeciliğin adeta can damarı.

RAPORLAR MOBİL ALIŞVERİŞİ İŞARET EDİYOR

Sivil toplum kuruluşları, teknoloji şirketleri, danışmanlık şirketleri bir araya gelerek perakendenin yeni yol haritasını belirlemeye çalışıyor.

Geçtiğimiz günlerde Birleşmiş Markalar Derneği (BMD), Vodafone ve PwC Türkiye tarafından ortaya koyulan Geleceğe Hazırlanırken Türkiye Perakende Sektörü Raporu'nun bulguları açıklandı. Rapora göre perakende sektöründe dijital dönüşüm 675 bin kişiye iş kapısı açacak. 2015 sonu itibarıyla 700 milyar TL'lik büyüklüğe ulaşan toplam perakende pazarının 2 milyondan fazla kişiye istihdam imkanı sağladığı bildiriliyor. Türkiye'de halen yüzde 2 olan e-ticaret pazarının da toplam organize perakendecilik içindeki payının yükselmesi bekleniyor.

Araştırmaya göre, dünyada değişimi tetikleyen, alışveriş davranışlarını etkileyen ve yeni fırsatlar vaat eden altı temel trend bulunuyor: Kolaylık, mağaza, müşteri etkileşimi, dinamik tedarik zinciri, güçlü-güvenilir-esnek arka plan sistemleri, dijital donanımlı insan kaynağı. Bu trendlerin ortak paydasını ise dijitalleşme oluşturuyor.

Araştırmanın global ortalaması, perakende alışverişlerinde mobil cihazların öneminin arttığını gösteriyor. Tüketicilerin yüzde 45'i aradıkları ürünü bulmak için mobil kanalları kullandıklarını belirtirken, yüzde 52'lik bir kesim mobil cihazlar üzerinden alışveriş yapmanın yeterince kolay olduğu görüşünde.

Türkiye'deki tüketiciler için ise mobil cihazlar online alışverişin anahtarı. Araştırmaya göre; Türkiye'deki tüketiciler, son iki yılda diğer ülkelere göre mobil cihazlar üzerinden alışverişlerini artırdılar.

Türkiye'deki tüketicilerin mobil cihazlar üzerinden alışveriş yapma tercihi yüzde 52 oranı ile dünya ortalamasının dört puan üzerinde yer alıyor.

2015 yılı değerlendirmesini kapsayan Deloitte'un 2015 Perakende Sektörünün Küresel Güçleri Raporu'nda geleceğe yönelik perakende sektörü trendlerine de yer verildi. Teknolojinin rüzgarı geleceği şöyle etkileyecek:

- **Mobil perakendecilik:** Önümüzdeki dönem mobil perakendeciliğin agresif büyümeye devam etmesi bekleniyor. 2015 yılında dünya nüfusunun yüzde 65'i akıllı mobil telefon kullanacak ve internet kullanımının yüzde 83'ü bu cihazlarla olacak. Perakendecilerin bu duruma, mağaza içinde ücretsiz wi-fi sunarak ve mobil dostu web sitelerini optimize ederek cevap vermeleri bekleniyor. Bunun yanında, mahremiyet ve güvenliğinin önemi giderek artacak; güven, şeffaflık ve müşterilerin özel bilgilerini koruma, sadakati sağlamak adına kritik faktörler haline gelecek.

- **Daha hızlı perakende:** Hız, perakendede önemli bir trend olarak önemini koruyor. Modanın hızlı değişimi, sadece belirli bir süre için satışta olan ürünler ve sürpriz indirimler, ürünlere ve hizmetlere hızlı bir şekilde ulaşılmasını sağlayacak pop-up satış noktaları, self-servis kiosklarla ödeme sırası

beklemenin önlenmesi, aynı gün teslimat ve bilgiye anında erişim gibi uygulamalar bu kapsamda karışılacakımız trendlerden sadece birkaçı.

- **Deneyim perakendeciliği:** Perakende artık sadece ürün değil, aynı zamanda deneyim ile de doğrudan alakalı. Perakendeciler müşterileri için sosyal medya kampanyaları, müzik festivalleri, moda gösterileri ve interaktif ekranlar gibi satın alma tecrübesini geliştiren yenilikçi çözümler sunmaya devam edecek. Müşteriler ister mağazada olsunlar ister online, ister evlerinde olsunlar ister sokakta, tüm kanallarda kesintisiz ve tutarlı bir müşteri deneyimi beklemekteler. Perakendecilerin müşterilere özelleştirilmiş mesajlar, bilgiler, teklifler sunabilmek için bir yandan büyük veriye yatırım yaparken, diğer yandan da müşterilerde bağlılık yaratabilmek için bilgi güvenliği/gizliliği ve bu verilerin ne amaçla kullanılacağı gibi konularda müşterileri eğitmeleri ve şeffaflık sağlayarak güven yaratmaları gerekiyor.

- **Yenilikçi perakendecilik:** 2015 yılında perakende sektörü, yeni teknolojiler ve yenilikçi rakipler ile değişmeye devam edecek. Üç boyutlu baskı, nesnelerin interneti vb. yeni uygulamaların hayatımıza girmesi ile perakendecilerin pazar verisini de kullanarak yeniliklere hızlıca cevap vermesi ve üründe, müşteri deneyiminde, iş modelinde kendi yeni uygulamalarını yaratması gerekiyor.

Dijital perakende çağının ipuçlarını hem teknoloji şirketi hem de dijital perakendecilikte önemli adımlar atan bir şirketin yöneticisinden dinleyelim:

UZMAN GÖRÜŞÜ

İşNet Satış, Pazarlama ve Müşteri İlişkileri Direktörü Aytül Sepetci: **“Perakende şirketleri e-dönüşüme hazırlanmalı”**



Aytül Sepetci; “Perakende sektörü, müşteri dijitalleştiği oranda kendini dönüştürmeli.”

Perakende sektöründe dijitalleşme ne yönde, perakende sektörü dijital dönüşümü nasıl yakalayabilir?

Perakende sektörü mobil ve internet ile birlikte yeniden büyük bir dönüşümün eşiğinde. Bugüne kadar iç yönetim odaklı yapılan ve cari/finans, kurumsal kaynak planlaması, tedarik zinciri yönetimi, bilgi yönetimi, satış yönetimi, ürün yönetimi, depo yönetimi vb. uygulamalar ve altyapı sistemlerine yatırım yapan sektör; müşterinin dijitalleşmesi ile birlikte müşteri odaklı yeni bir yapılanmaya gitti. Kısacası perakende sektörü, müşteri dijitalleştiği oranda kendini değiştirmek, dönüştürmek durumunda.

Perakende sektörü büyük oranda zincir yapılanmaya doğru genişlerken bu zincirlerdeki ürün satışı kavramı, müşteri deneyimi yaşam merkezine doğru evriliyor. Bu noktada müşteri tanımanın ötesinde müşterinin oldu-

ğu her ekranda ve mecrada yer almak, markaların birinci önceliği olacak.

Müşterilerin çeşitlenen ve artan beklentilerini karşılamak amacıyla daha iyi bir müşteri deneyimi sunma konusunda dijital çözümlerin önemi giderek artıyor. Fiziksel mağaza ortamının yanı sıra mobil kanallar, e-ticaret hatta giyilebilir teknolojiler gibi dijital kanalların hepsinde var olan markalar geleceğin güçlü perakende mağazaları olacak.

Özetle perakende sektörü çoklu kanaldan müşterisine erişerek ona hız, kalite, erişilebilirlik, ürün/hizmet bilgisi, uygun fiyat, ihtiyacına göre ürün vb. sunabildiği ve bunun için de tüm teknoloji araçlarını bütünsel olarak sunabildiği ölçüde dijital dönüşümü başarmış olacaktır.

Kamuda dijital dönüşüm kapsamında uygulanmaya başlanan e-fatura/e-defter/e-arşiv sistemi perakende sektörünü ne yönde değiştirip dönüştürüyor? Sisteme geçiş eğilimi nedir?

e-fatura, e-defter, e-arşiv çözümlerine geçişin ana amacını; tam otomasyona geçiş ve işlerin daha hızlı yapılması, vergi mevzuatının yenilenmesi, elektronik ticaretin vergisel anlamda izlenebilmesi, vergi gelirlerinin artırılması, vergileme maliyetlerinin düşürülmesi, vergileme sürecinin şeffaflaşması ve nihayetinde kayıtdışı ekonominin önüne geçilmesini sağlamak olarak özetleyebiliriz.

Perakende sektörü yüksek ciro yapan bir sektör özelliğine sahip oldu-

ğundan kayıtdışı ekonominin takibi de son derece kritik. e-fatura arşiv çözümlerine geçilerek kayıt dışılığın önüne geçilmiş olacak, yanı sıra organize perakende sektörü kontrollü bir büyüme elde edebilecek. e-fatura arşiv çözümleri perakende sektörünün maliyetlerini düşürecek ve verimli çalışmasını sağlayacak.

Gelir İdaresi Başkanlığı’nın yeni düzenlemesiyle özel sektörde mevcut 20 bin mükellefe ek olarak 10 milyon TL ve üzerinde cirosu bulunan 30 bin mükellefin de 2016 yılı itibarıyla e-fatura, e-defter, e-arşiv uygulamasına geçmesi zorunlu hale geldi. Buradan yola çıkarak yalnız büyük perakende şirketlerinin değil orta ve küçük perakendecilerin de dijital dönüşüm sürecine hazırlanmaları zorunluluğu doğdu.

Perakende satış yapan şirketler e-dönüşüm yolculuk adımlarını nasıl ve ne şekilde atmalı; bu konuda entegratör şirketlerden neler beklemeli?

Şirketler öncelikli olarak zorunluluk kapsamına girip girmediklerini ya da hangi operasyonların zorunluluk kapsamında olacağını belirlemeli. Zorunluluk kapsamında minimum gereksinimleri karşılayarak geçiş yapmak mümkün olsa da, kullanılacak bu yeni nesil cihazların mevcut ERP sistemleri ve diğer elektronik uygulamalar ile birlikte çalışabilirliği için iş süreçlerinde gerek teknik gerek mevzuat kapsamında geliştirmeler yapılması gerekecektir. Perakende sektöründeki şirketler öncelikle kendi sektörlerini bilen ve burada uzmanlaşmış, aynı zamanda e-dönüşüm mevzuatına hakim ve teknoloji konusunda yetkin bir iş ortağı seçimi yapmak durumunda.

UZMAN GÖRÜŞÜ

Boyner Grup Omni-channel Direktörü Sedat Yıldırım:**“Müşteri çoktan omni-channel oldu, sıra perakendecilerde”**

Yeni nesil perakendecilik anlayışıyla dijital müşteriye erişim stratejisini sağlam adımlarla atan Boyner Grup, Hopi markasıyla da dijital alışverişin en çok tercih edilen uygulamasına imza attı. Boyner Grup Omnichannel Direktörü Sedat Yıldırım, müşterinin değişen alışveriş alışkanlığından hareketle şekillenen yeni perakendecilik anlayışını aktardı.

“Perakendede önemli olan müşterinin ne istediğini ve beklediğini önceden tahmin edip beklentilerine yanıt veren yenilikçi hizmetleri sunmak. e-ticaret bunun için elbette çok önemli. Müşterilere dilediği zaman online alışveriş yapma ve markaya dokunma imkanı sağlamak perakendenin vazgeçilmezi oldu. Ancak esas önemli olan perakendecilerin “müşteri deneyimini” tüm kanallarda aynı kalitede sunmasından geçiyor. Fiziksel mağaza, online ve mobil birleştiğinde ve omni-channel entegrasyonu doğru sağlandığında müşteri için de perakendeci için de devrim oluyor. Gelecekte bu üç kanalı birden ve yeterince iyi kullanamayan perakendecilerin piyasadan silinmesi kaçınılmaz. Tek kanal müşterinin kendisi. Perakendeciler ya dönüşecek ya da yok olacaklar, başka bir seçenek olduğunu düşünmüyorum.

Müşteriler yıllar önce davranışını değiştirdi. Artık herhangi bir mağazada akıllı telefonundan bir ürünün özelliklerine veya başka bir mağazadaki fiyatına ya da stoğuna bakan bir müşteri görebilirsiniz. Televizyonu karşısında oturan neredeyse herkes, ikinci bir ekrana bakıyor. O ekran, bir sonraki gün



Yıldırım: “2016 yılında Boyner Grup olarak mağaza içi müşteri deneyimini güçlendireceğiz.”

gidilecek mağaza ve alınacak ürünlerin ön çalışması oluyor çoğu zaman. Orada yoksanız, mağazanızın trafiğinin hızla düşmesi kaçınılmaz. Perakendeciler bu gelişmeye ayak uydurabilmek için tüm dünyada gece gündüz çaba gösteriyorlar. Diğer taraftan mağaza içerisinde müşteriye mobil ve weble desteklenmiş bir deneyim sunamıyorsanız, müşterilerinizin mağazadan çıktıklarında bambaşka bir perakendeciden ürün almasına şaşırmanızdır. Müşteri çoktan omni-channel oldu, sıra perakendecilerde...

ALL-LINE PERAKENDECİLİK İLE SEKTÖRE ÖNCÜLÜK EDİYORUZ

Bu durum aynı zamanda müşteri kanalı kullanabilen perakendeciler için büyük bir fırsat. Biz Boyner Grup olarak 60 yıllık bir perakende geçmişine sahibiz. Her zaman odağımızda müşterilerimizin koşulsuz mutluluğu

oldu. Bu nedenle biz müşterimiz için istedikleri anda istedikleri yerden istedikleri hizmeti alacakları bir hizmet süreci kurduk. Bu sürece de online ya da offline değil, “all-line” perakendecilik adını verdik. Yani her kanalda tek kanal gibi hizmet sunuyoruz. Boyner Grup şirketleri birkaç farklı kulvarda dijitalleşme yarışında başı çekiyorlar. Örneğin, online-fiziksel bütün perakende pazarına eşsiz bir dijital deneyim sunan Hopi’yi söyleyebiliriz. Hopi, müşterilerin mağaza kasasında veya internet alışverişinde aynı derecede dijital deneyim sunan bir ürün. Müşterilerin ne istediğini, ne sevdiğini, alışveriş alışkanlıklarını inceleyerek analiz eden Hopi, müşterilere “akıllı alışveriş” önerileri sunarak hayatlarını kolaylaştırıyor.

Morhipo.com, beymer.com, boyner.com.tr, beymerclub.com, ykm.com.tr, divarese.com.tr, network.com.tr, fabrika-tr.com, altinyıldızclassics.com gibi dokuz aktif web sitemizde ve üç mobil uygulamamızla müşterilerimize, mağaza kanallarımızdan alabilecekleri tüm hizmetleri online olarak kusursuz bir şekilde sunup müşterilerimizin deneyimini mutluluğa dönüştürüyoruz. Grupta online kanallar için çalışan 300’ün üzerinde çalışma arkadaşımız var.

2016 ve sonrası için mağaza içi deneyimin güçlenmesi ve dijital dönüşümü için yeni yatırım planlarımız var. Satış danışmanlarımızla müşterilerimizin iletişimini güçlendirmek ve müşterilerimizin taleplerine uygun olarak zenginleştirmek için yepyeni bir altyapı üzerinde çalışıyoruz. 2016 sonunda mağazalarımızdaki müşteri deneyimini derinden değiştirerek perakende sektörüne öncülük edecek dijital yenilikleri hayata geçireceğiz.

Honda'nın verileri Platin Bilişim ile güven altında

Platin Bilişim, otomotiv devi Honda'nın veri güvenliği projesini Symantec ürünleri kullanarak başarı ile tamamladı. Bilgi işlem altyapısını güçlendiren Honda, veri trafiğini de kontrol altına aldı.

2001 yılından beri Türkiye'nin önde gelen kurumlarına "Veri Koruma", "Arşivleme", "İş Sürekliliği", "IT Altyapı Yönetimi" ve "Güvenlik" konularında profesyonel çözümler sunan Platin Bilişim, otomotiv sektörünün güçlü oyuncusu Honda'nın DLP (Data Leak Prevention-Veri Sızıntısı Önleme) projesini hayata geçirdi. Symantec ürünleri kullanılarak gerçekleştirilen proje, toplam üç kişilik bir ekiple kısa bir sürede başarıyla tamamlandı.

Stratejik verilerin güvenliği önemli

Bilgi Güvenliği konusunda denetimlerin ve standartların önemi her geçen gün artıyor. Bu ihtiyaçtan yola çıkan Honda, veri güvenliği konusunda işbirliği yapacak stratejik çözüm ortağı arayışına girdi. Ön araştırma sonucu tüm alternatifleri değerlendiren firma, Platin Bilişim ile el sıkıştı. Stratejik iş verilerinin kötü amaçlı kurum ve kuruluşların eline geçmesini önlemek amacıyla mevcut altyapısını daha da güçlendiren Honda, veri trafiğini kontrol altına almak için DLP projesine başladı.



Honda Bilgi Sistemleri Sistem Destek Şefi Kerem Tezey

Proje sürecinde öncelikle tüm iş birimleri ile karşılıklı görüşmeler yaparak şirket için önemli ve gizli verilerin neler olduğunu tespit ettiklerini belirten Honda Bilgi Sistemleri Sistem Destek Şefi Kerem Tezey, "Sonrasında bu verilerin gizlilik derecelerine karar verip bu konu ile ilgili bir prosedür yayınladık. Ardından DLP çözümünü bünyemize entegre edip, mevcut verileri kontrol altına almak için sistem üzerinde kuralları oluşturduk ve sistemi devreye aldık. Symantec DLP ürünleri kullanılan projemiz ile şirket verilerini kontrol altına almayı başardık. Böylece kötü amaçlı olarak bilginin paylaşılmasının önüne geçmiş olduk. Ayrıca tüm gizli verilerin korunmasını sağladık" dedi.

Symantec DLP ürünlerinde en iyi iş ortağı Platin Bilişim

Yaptığımız araştırmalar ve Symantec ile görüşmeler sonrasında Platin Bilişim ile DLP konusunu projelendirebileceklerini gördüklerini de ifade eden Kerem Tezey "Sisteme bütün olarak baktığımızda Platin Bilişim'in diğer konulardaki tecrübeleri ile beraber DLP konusunu da bilgi birikimi bizi etkiledi. Ayrıca Platin Bilişim'in referansları ve yaptığı çalışmaları inceledik. Mevcut kullanılan diğer ürünlerde de tecrübe olduğu görülünce Platin Bilişim ile çalışmaya karar verdik. Projede sistem tarafının takibi için Bilgi Sistemlerinden iki kişi ve uygulama takip ve kullanım ile ilgili İnsan Kaynaklarından bir kişi görev aldı. Çok memnun kaldığımız DLP projesi sonrasında tüm Symantec ürünlerinin Lisans yenilemeleri ve Bakım-Destek Hizmetleri konusunda da Platin Bilişim'le çalışmaya başladık. Ayrıca e-posta arşivleme konusu ile ilgili de Enterprise Vault projesi yapılarak tüm maillerin arşivlenmesini sağladık" şeklinde görüş belirtti.



Platin Bilişim Genel Müdürü Ayhan Bamyacı

Veri güvenliği yatırımları artıyor! Başarılı projelerin devamı gelecek

Türkiye'de Symantec ürünleri tarafında çok önemli projeleri hayata geçirdiklerine vurgu yapan Platin Bilişim Genel Müdürü Ayhan Bamyacı ise bu proje hakkında şunları söyledi:

"Veri sızıntısı özellikle şirket içi kaynaklı olduğunda mutlaka çözülmesi gereken bir konu haline geliyor. Symantec ürünleri de bu konuda en hızlı ve etkili çözümü sunuyor. Platin Bilişim olarak Symantec ürünlerinde kazandığımız tecrübe, bilgi birikimi ve dinamik sonuç odaklı iş anlayışımız bizi bir adım öne çıkarıyor. Honda ekibiyle yarattığımız sinerji neticesinde çok kısa sürede projeyi başarı ile tamamladık. Veri güvenliği tüm kurumlar nezdinde stratejik bir konu. Benzer projelerin önümüzdeki dönemde de artarak süreceğini düşünüyor, yatırımlarımızı da bu doğrultuda sürdürüyoruz."

Bu bir ilandır.





Dijital dönüşümü yönetirken nasıl güvende olacağız?

Tüm dünyanın en öncelikli endişe konusu siber güvenlik. Global riskler değerlendirildiğinde, siber güvenlik bilinirlik ve etkileri açısından ilk beş içerisinde yer alıyor. Üçüncü Dijital Gelecek Buluşmaları Toplantısı'na katılan teknoloji liderleri, dijital dönüşümü yönetirken siber güvenliğe ayrı bir önem vermek ve stratejinin ayrılmaz bir parçası yapmak ana fikrini ortaya koydu.

**Nuray Şuman /
Doruktan Türker**

FOTOĞRAFLAR TOLGA FERHATOĞLU

GELECEK BULUŞMALARI



Soldan sağı: (Ayaktakiler) Ahmet Onur Mirasoğılu,
Ayşegöl Sayın, Bahadır Şamlı, Sinan Özer, Vedat
Tüfekçi. (Oturanelar) Ercan Aydın, Vedat Finz,
Greg Day, Esra Beyzadeoğılu, Ali Topuz.



FİNANS SEKTÖRÜ, belki bütün sektörlerden çok daha yoğun bir şekilde sürekli güncel, yenilikçi ve dikkatli olmak zorunda. Yoğun rekabetin getirdiği müşteri tabanlı inovasyon ihtiyacı, her gün artan siber tehditlere karşı hazırlıklı olma zorunluluğu, göz ardı edilemez ve yönetilmesi gereken dijital dönüşüm süreçleri ve lokal ve uluslararası regülasyonlarla uyum...

Tüm bunlar için sihirli tek bir reçete yok. Her kurum kendi rotasını çiziyor, bilgisini biriktiriyor ve farklılaşmak için hassas bir şekilde bunların hepsini teknoloji ile harmanlayarak yönetiyor. Finans kurumlarının teknoloji liderleri ise tüm bu süreçte kritik bir rol üstleniyor.

İşte tüm bu hassas dengeler ve vazgeçilmez gereksinimler içinde nasıl ayakta kalınıyor? Destekleyen teknoloji şirketi olarak Palo Alto Networks'ün katkılarıyla gerçekleştirilen üçüncü Fortune Dijital Gelecek Buluşmaları Toplantısı'nda bankaların teknoloji liderleri görüşlerini, yaklaşımlarını ve tecrübelerini paylaştılar.

Toplantının konuk konuşmacısı olan Palo Alto Networks CSO'su (Chief Security Officer) VP. Greg Day de finans dünyasına, küresel dijital ekosisteminde nasıl güvenli iş yapabileceğimiz ve yaşayabileceğimiz konusunda önemli ipuçları verdi.

KATILIMCILAR: Greg Day, Palo Alto Networks CSO ve VP.; Vedat Tüfekçi, Palo Alto Networks Türkiye Ülke Müdürü; Ercan Aydın,

Palo Alto Networks Gelişmekte Olan Ülkelerden Sorumlu Başkan Yardımcısı; Esra Beyzadeoğlu, Akbank Bilgi Teknolojileri Proje Yönetimi Bölüm Başkanı; Ali Topuz, Akbank BT Güvenliği ve Uyum Yönetimi Bölümü Başkan Yardımcısı; Sinan Erdem Özer, Yapı Kredi Bankası BT Altyapı ve İletişim Grup Direktörü; Ayşegül Sayın, Halkbank Teknolojik Mimari Yönetimi Daire Başkanlığı BT Daire Başkanı; Bahadır Şamlı, ING Bank Bilişim Teknolojileri Genel Müdür Yardımcısı; Ahmet Onur Mirasoğlu, Türkiye İş Bankası Veri Yönetimi Birim Müdürü.

Dijital çağda güvenlik kavramı çeşitli sektörlerde çok farklı şekillerde değerlendirilebiliyor. Sizce dünyada güvenlik konsepti nasıl anlaşılıyor ve güvenliğe bakış açısı nasıl?

GREG DAY: İngiltere'de yayımlanan bir rapor var. ASA – Annual Security Assessment (Yıllık Güvenlik Değerlendirmesi) adında, 37 sayfalık bir rapor. Benim en çok dikkatimi çeken konu şu: Bu bir kurum seviyesinde, bir ülke seviyesinde ya da Dünya Ekonomik Forumu gibi uluslararası seviyede olsun; siber güvenlik şu anda en öncelikli endişe konusu. Global riskler değerlendirildiğinde, siber güvenlik bilinirlik ve etkileri açısından ilk beş içerisinde yer alıyor.

Şu anda özellikle “ransomware” tüm dünyada en büyük siber güvenlik sorunu olarak değerlendiriliyor. Bir diğer önemli siber güvenlik sorunu olarak ise birey veya kurumların tüm iletişimini kontrol altında tutmak için yapılan siber dinleme

saldırı ve operasyonları var. Bu tip saldırıların hangi tekniklerin kullanılarak gerçekleştirildiğinden daha önemli olan noktası, nasıl bir etkileri olduğu kısmı.

Avrupa Birliği'nde oluşturulmakta olan yeni bir regülasyon var. Temel olarak iki bölümden oluşuyor. Birinci bölüm, kurum ve devletlerin en iyi, güncel ve standart güvenlik önlemlerini almalarını kapsıyor. İkinci bölüm ise olası güvenlik sızıntı ve gediklerinin (*breach*) nasıl duyurulması ve paylaşılması gerektiği ile ilgili. Çünkü böyle bir durumda zaman en önemli konu haline gelebiliyor. Yeni düzenleme ile birlikte kurumlar olası bir saldırıyı 72 saat içinde ülkelerinin milli otoritesine bildirmekle yükümlü hale geliyorlar. Böylece olası bir zarar görme ihtimali olan tüm kullanıcıların en kısa sürede durumdan haberdar edilmeleri hedefleniyor.



Greg Day: “Ransomware ile siber dinleme saldırı ve operasyonları, tüm dünyada en büyük siber güvenlik sorunu olarak değerlendiriliyor.”

AHMET ONUR MİRASOĞLU: Son yıllarda şunu görüyoruz ki, data-center'lardaki doğu-batı güvenliği, kuzey-güney güvenliğinden daha zayıf. Şu anda konsantrasyonumuz çoğunlukla olası vakalara nasıl yanıt verileceği konusunda yoğunlaşıyor. Çünkü hepimiz biliyoruz ki, bütün vakaları oluşmadan engellemek mümkün değil. Dolayısıyla önemli olan, olası bir vaka gerçekleştiğinde buna nasıl yanıt veriyor olacağınızı kestirmek.

Finans sektörü üzerinden değerlendirdiğimizde, ne tip operasyon yapılanmalarının tercih edildiğini görüyoruz?

GREG DAY: Özellikle bölgeye baktığımızda, yakın zamana kadar eğilimin bir SOC (Security Operations Center – Güvenlik Operasyon Merkezi) oluşturarak tüm güvenliği buradan yönetmek olduğunu görüyordum. Ancak son zamanda kurumların operasyon merkezlerini kapatıp güvenlik konusunu outsource (dış kaynak kullanımı) etmeye başladıklarını gözlemliyorum. Özellikle büyük verinin ilk elenmesi ve analizi için bulut tabanlı ya da alternatif outsource hizmetlerinde artış var.

Milyarlarca veri dışarıda analiz edildikten ve anlamlı hale geldikten sonra kurumun kendi güvenlik ekipleri devreye giriyor. Eleterek gelen ve üzerinde dikkatle çalışılması gereken yüzlerce veri ele alınıyor ve bunlar kurumun gerekleri üzerinden analiz edilmeye başlanıyor. Bu benim ana işimi nasıl etkiler, zafiyet noktalarımız neresi, süreçleri nasıl daha iyi hale getirebiliriz gibi sorular soruluyor.



Ahmet Onur Mirasoğlu: "Bulutta regülasyon sorununu çözmek için Türkiye'de kurulacak bir bulut yapısı kullanılabilir."

Burada tek bir ideal yöntem yok. Her kurum kendi gereksinim ve koşullarına göre nasıl bir yöntem uygulaması gerektiğine ince eleyip sık dokuyarak karar vermeli.

Genel olarak değerlendirmek gerekirse, dijital dönüşüm kavramı kurumlarda nasıl ilerliyor?

SİNAN ÖZER: Dijital dönüşüm net bir tanımı olmayan, herkes tarafından farklı yorumlanan bir konu. Geçenlerde bu konuda yapılan bir ankete rastladım. Katılanların yüzde 54'ü dijital dönüşümü teknolojik inovasyon içeren her şey, yüzde 42'si ise BT ile ilgili her şey olarak tanımlıyordu. Biz Türkiye'deki bankalar olarak kendimizi şanslı sayabiliriz çünkü uzun zamandır dijital müşteri deneyimleri sunuyor, çözümler üretiyoruz.

Benim için dijital dönüşüm, tüm kurumun dijital dönüşümü anlamına geliyor, sadece bir bölümünün

değil. Bu yüzden Yapı Kredi içerisinde BT, müşteri deneyimi, ürün geliştirme gibi farklı birimlerden kişilerin yer aldığı ekiplerimizden oluşan komiteler ile dijital dönüşümü takip ediyoruz.

Bankamızın ana hissedarları olan Koç Holding ve UniCredit tarafından da geniş kapsamlı dijital dönüşüm inisiyatifleri başlatılmış durumda. Bu noktada her ikisi ile de tecrübe paylaşımı, ortak aksiyon belirleme ve yeni işbirliği imkanlarının araştırılması amacı ile çalışmalar da yürütüyoruz.

Diğer yandan dijital dönüşüm başlayıp biten bir proje değil, zamanın ruhuna uygun olarak süreklilik arz etmesi gerekiyor. Artık bu konuda daha farklı yani mevcut iş yapış şekillerini kökünden değiştirecek çalışmaların yürütülmesi gerektiğini düşünüyorum. Buradan dijital dönüşüm konusuyla çok yakından ilgili ve son birkaç yıl-



Sinan Özer: "Yapı Kredi'de farklı birimlerden kişilerin yer aldığı ekiplerimizden oluşan komiteler ile dijital dönüşümü takip ediyoruz."



Bahadır Şamlı: "Önce önlemek için uğraş, önleyemediysen tespit et, tespit edemediysen hemen tepki ver ve tüm süreçten ders çıkar."

dır zamanımın önemli bir kısmını ayırdığım siber güvenlik konusuna geçmek istiyorum. Siber güvenlik içinde çok fazla konu barındıran, kendine has süreçleri, ürünleri olan bir alan. Örneğin Güvenlik Operasyon Merkezi kurulması ve sürdürülmesi önemli olan alanlardan bir tanesi. Güvenlik Operasyon Merkezi konusuyla ilgili geçmişte iki tecrübemiz oldu. Bu tecrübelerden önemli dersler çıkardık ve son iki yıldır sürdürmekte olduğumuz MSS (Managed Security Services – Yönetilen Güvenlik Servisleri) hizmetini çok daha kapsamlı bir Güvenlik Operasyon Merkezi hizmetine dönüştürmek için yoğun bir çalışma içindeyiz.

BAHADIR ŞAMLİ: Biz de diğer bankalar gibi tüm bu adımlardan geçtik. ING'nin uluslararası yapılanması içerisindeki ülkelerden birinde bir Güvenlik Operasyon Merkezi (SOC) var. Burada 100'ün üzerinde

son derece yetenekli ve tecrübeli güvenlik uzmanı çalışıyor. Biz de kendi güvenlik operasyonumuzu bu yapıyla entegre etmek istedik. Ancak regülasyonlar gereği yapamadık. Şimdi kendi SOC yapımızı kurduk. Uygulamalarımızın tamamını bu yapıya entegre ettik. Güvenlik bir kez kuralları yazdığınız ve sonsuza kadar bu kuralların işlediği bir alan değil. Tabii ki kurallar var ama hiçbir şekilde bu kuralların bir süre sonra da geçerli olacağını söyleyemezsiniz. Güvenlik ekibimiz 7/24 çalışıyor. Gelen binlerce alarmı inceliyorlar. Kimi doğru kimi yanlış (*false positive*) oluyor. Ancak tüm karar ve mekanizmayı kişilere bırakmamanız gerekiyor. Bir tür yapay zeka gibi tecrübelerden öğrenen ve buna göre aksiyon alan güvenlik sistemlerine ihtiyaç var.

Bence en önemli konu yönetim. ING'de finansal ürünler de dahil olmak üzere güvenlik her zaman en öncelikli konulardan biri. Güvenlikle ilgili sağlam bir iskeletimiz var: Öncelikle önlemek için uğraş, önleyemediysen tespit et, tespit edemediysen hemen tepki ver ve tüm süreçten ders çıkar. ING faaliyet gösterdiği tüm ülkelerdeki tecrübelerini ve öğrendiklerini birbirleri ile paylaşıp diğer ülkelerin de benzer sorunları yaşamamasını sağlamaya çalışıyor. Tüm bilgiler global güvenlik ekibimizde toplanıyor ve ülkeler ile paylaşılıyor.

Biz Türkiye'deki bankalar olarak güvenlik konusunda işbirliği yapmak durumundayız.

AYŞEGÜL SAYIN: Gartner'ın bir araştırmasına göre dünyadaki dijital dönüşüm projelerinin yüzde

50'si başarısız oluyor. 2017'de bu oranın yüzde 70'ler seviyesine gelmesi bekleniyor. Evet, dijital dönüşüm bir zorunluluk ama gerçekleştirilmesi hiç de kolay değil.

Dijital dönüşüm zor olduğu kadar, yeni olanaklarla birlikte yeni tehditler de getirdiği için büyük riskler içeriyor. Gartner kişilerin sağlık parametrelerinin anlık izlenmesi ve analiz edilmesi sayesinde 2020 yılında ortalama insan ömrünün gelişmiş ülkelerde altı ay uzayacağı gibi dijitalleşmenin direkt insan ömrü üzerindeki etkisini gösteren bir tahminde bulunurken, Stephan Hawking ve Elon Musk gibi bilim insanlarından ve işadamlarından oluşan bir grup, yapay zeka araştırmalarının insanlık için büyük tehditler oluşturabileceği konusunda uyarı niteliğinde ortak bildiri yayımlayarak olası risklere dikkat çekiyor. İlk bakışta bu tehdit bilim kurgu gibi gelse



Ayşegül Sayın: "Dijital dönüşüme hazırlık için teknolojik altyapımızı ve yönetim modelimizi yenileyecek büyük dönüşüm projeleri başlattık."

de küçük örnekleri bugün bile yaşamaya başladık. Yakın zamanda sosyal medya platformlarında insanlarla iletişim kurarak öğrenmesi ve zekasının geliştirilmesi hedeflenen bir yapay zeka uygulaması, online duruma geldikten 24 saat geçmeden ırkçı ve nefret dolu tweet'ler atmaya başladığı için zorunlu olarak kapatıldı.

Biz Halkbank'ta, zor ve riskli olduğunu bildiğimiz dijital dönüşümün başarı faktörlerinin neler olduğunu anlamak için öncelikle bu alanda yayımlanmış araştırmaları ve vaka çalışmalarını inceleyip danışmanlarla görüşmeler gerçekleştirdikten sonra, BT açısından bankamızı bu zorlu yola hazırlamak üzere, teknolojik altyapımızı ve yönetim modelimizi yenileyecek büyük dönüşüm projeleri başlattık.

2015 yılında Türkiye'nin ilk yeni nesil veri merkezini hayata geçirdik. Tam yedekli ve kesintisiz hizmet sunacak şekilde tasarlanan veri merkezimiz Tier3 Tasarım Sertifikasını ve Türkiye'nin ilk Leed Gold Sertifikası'nı alan proje oldu. Veri merkezimiz sahip olduğu özellikleri açısından Türkiye'de olduğu kadar yurtdışında da ilgi görüyor. Merkezimiz, veri merkezi Oscarları olarak kabul edilen Data Center Dynamics Veri Merkezi ödüllerinde iki ayrı kategoride finale kalarak EMEA Bölgesi'nin en iyi dört veri merkezinden biri oldu.

Dijital dönüşümün en temel başarı faktörlerinden biri, sunulan ürün ve hizmetlerde müşteri deneyimini ön planda tutmak. Üç yıl önce biz de BT olarak sunduğumuz hizmetlerde müşteri deneyimini ön planda tutmak üzere, bu alanda eği-

tim almış ve tecrübe sahibi uzmanlardan oluşan bir UX (*User Experience*) ekibi kurduk. Yeni tasarım trendleri ve prensipleri doğrultusunda bu ekibimiz tarafından hazırlanan uygulamalarda müşteri deneyimi açısından önemli kazanımlar sağladığımızı gözlemliyoruz.

Yönetişim yolculuğumuz 2005 yılında Halkbank-Pamukbank birleşmesi sonrasında yaptırdığımız sektördeki ilk COBIT denetimi ile başladı. Yönetişim açısından ger-

liklerini hizmetlerimizde nasıl konumlandıracağımızın planlamalarını yapıyoruz. Yine sektörde en popüler konulardan olan büyük veri ve gerçekzamanlı analitik uygulamalar konusunda da projelerimiz devam ediyor. Sektörde veri ambarı ve iş zekası uygulamalarını kuran ilk bankalardan biri olarak verinin gücünün ve öneminin farkındayız.

BAHADIR ŞAMLI: İster dijital olsun ister olmasın, bir şeyi dönüştür-

Dijital dönüşümü yaparken eski ve geleneksel organizasyon yapısını terk etmek gerekiyor.

çektirdiğimiz çalışmaları konuşmamın ikinci bölümünde aktaracağım.

Veri merkezimizi, yönetim modelimizi ve müşteri deneyim yaklaşımımızı yenilerken dijitalleşme açısından kurumlara büyük kazanım sağlayan teknoloji alanlarında da yatırımlarımız devam ediyor. İki yıl önce çağrı merkezi-mizi, geçen yıl da mobil bankacılık uygulamamızı yeniledik. Yeni web sitemizi ise mayıs ayında müşterilerimizin kullanımına sunduk. Müşterilerimiz için dijital kanallarımızı yenilerken, hizmetlerimizin etkinliğini ve hızını artırmak üzere de çok sayıda proje üzerinde çalışıyor, biyometrik, artırılmış gerçeklik, nesnelerin interneti gibi teknolojileri ve fintech'lerle işbir-

mek istiyorsanız her şey tek bir soru ile başlıyor: Neyi dönüştürmek istiyorsunuz? Ondan sonra bu dönüşümü gerçekleştirmek için yapılması gerekenleri alt alta yazıyorsunuz. Dönüşüm öncelikle bu dönüşümün içinde olacak insanlar tarafından gerçekleştirilmeli. Dolayısıyla ilk sıraya insanı yazıyor ve insanların dönüşümü kucaklamasını hedefliyorsunuz. Teknoloji işin en kolay yanı. Ürünlere karar verirsiniz, parasını ödeyip kurarsınız. Hepsi bu. İnsan faktörü ise işin en önemli yanı.

Dönüşümü desteklemek için bakmanız gereken bir diğer konu ise organizasyon yapısı. Biz kendi dijital dönüşümümüzü yaparken eski tipteki organizasyon ile bunu gerçekleştiremeyeceğimizi anla-

dık. Çevik bir organizasyon yapısı oluşturmamız gerektiğine karar verdik. Sonuç odaklı ve özgür bir çalışma ortamı yarattık. İkinci olarak da her şey veri ile yönetiliyor olmalı. Bazen bir çalışma arkadaşım arıyor ve “Şu konuda ne yapalım” diye soruyor. İlk söylediğim, “Bana verileri göster” oluyor. Böylece tüm karar sürecini veri ile yönetir hale getirdik.

Dijital dönüşümün içinde güvenliğin çok önemli bir rol oynadığı anlaşılıyor. Bu iç içe geçiş nasıl bir süreçte işliyor?

ALİ TOPUZ: Teknolojideki değişimler, gelişim ve yenilenme ihtiyacını da beraberinde getiriyor. Bu değişime ayak uydurmak için Akbank olarak, tüm iş süreçlerimizde entegre çözüm ve hizmetler kullanıyoruz. İş ortaklarımız ve geliştirilen çözümlerin sorunsuz ve uyum içerisinde çalışması uzman bir ekip ve

güçlü bir teknolojik altyapı gerektiriyor. Bu senkronizasyonu sağlayarak, dijital dönüşüm süreçleriyle birlikte her gün daha çok sayıda uygulamayı müşterilerimize güvenli ve kaliteli hizmet sunabilmek için hayata geçiriyoruz. Bu çalışmalarımızda güvenliğin de ürünlerin bir parçası olduğunun bilincindeyiz. Dolayısıyla; teknoloji ve süreçler konusunda gereken tüm yatırımları yapıyoruz. Süreçleri tekrar tekrar denetimden geçirerek iyileştirme ve optimizasyon çalışmaları yapıyoruz.

GREG DAY: Gerçekleştirilen saldırıların tipleri her gün, her an değişiyor. Ancak düşünürseniz sonuçlar ve tehlikeler çok da değişmiyor. Özellikle müşteri tarafı gerçekten çok önemli bir mücadele. Öncelikle zihinlerde değişiklik olması gerekiyor. Bu tabii ki zaman alan bir süreç. Çok fazla medya desteği ve devlet politikası gerekiyor. Ben Avrupa Birliği Siber Güvenlik Komisyonu’nda da yer alıyorum. Orada konuştuğumuz bir konu var. Birincisi finansal risk ve tehditler var. İkincisi bunlara karşı hepimiz bir rol üstlenmeliyiz. Sadece devletler ya da kurumlar değil; herkes. Tabii ki bu, daha önce de söylediğim gibi ciddi bir düşünce yapısı değişikliği gerektiriyor. Belki yıllar alacak. Bir-iki yıl önce İngiltere’de bir kampanya yaptık. Dijital güvenlikle ilgili alınması gereken en basit 10 önlemleri tespit ettik ve bunlarla ilgili posterler hazırlayıp dağıttık.

İkinci soruya bakacak olursak, tüm önemli raporlar daha kritik olan konunun saldırının kendisinden ziyade devamında yarattığı etki olduğunu ortaya koyuyor. Peki bu

etki nasıl yönetilebilir? Bence burada öncelikle eksik olan birikim. Medyadaki saldırı haberlerine bakın. Bir bankaya saldırı olduğu haber oluyor ama o saldırıda gerçekten hangi bilgiler ele geçti ya da bu saldırının gerçek sonuçları neydi diye kimse yazmıyor. Mesela saldırı oldu ama tüm veriler şifreliydi o yüzden hiçbir zarar oluşmadı diye kimse yazmıyor. Yine burada da konu öncelikle eğitime geliyor. Medyanın ve ilgili tarafların eğitilmesi çok önemli. Ancak aynı zamanda biz de kendi mesajımızı doğru şekilde iletmeliyiz. Böyle bir saldırıya uğradığımızı söylemenin doğru zaman nedir? Açıkçası çok iyi planlamak lazım ama birileri sizden önce duyurmadan sizin doğru ve açık bilgilerle kendi iletişiminizi yapmanız kritik önemde.

Genellikle şu ana kadar dış tehditlerden bahsettik. Ancak iç tehditler de çok önemli güvenlik sorunları doğurabiliyor. İnsan kaynağının güvenlik konusunda yeterli bilgi ve eğitime sahip olmaması risk oluşturuyor. Bu konuda ne düşünüyorsunuz?

ESRA BEYZADEOĞLU: Dışarıdan gelecek tehditlere karşı her tür teknolojik önlemleri alıyoruz. Yaklaşık 14 bin Akbanklı’yı göz önüne aldığımızda, her bir çalışanın bilgi güvenliği konusunda bir farkındalığa sahip olması da önemli hale geliyor. Verinin sınıflandırılması, verinin sahipliği ya da yönetimi kadar çalışanlarımızın sosyal mühendislik, bilgi sızıntıları gibi yeni tehdit ve saldırı trendlerine karşı nasıl eğiteceğiniz ve farkında kalacağınız da büyük önem taşıyor.



Ali Topuz: “Teknolojideki değişime ayak uydurmak için, tüm iş süreçlerimizde entegre çözüm ve hizmetler kullanıyoruz.”



Esra Beyzadeoğlu: "Çalışanlarınızı sosyal mühendislik, bilgi sızıntıları gibi yeni tehditlere karşı nasıl eğiteceğiniz de büyük önem taşıyor."

Bu yüzden sürekli e-öğrenme ile uyumlu eğitimlerle bu farkındalığı yüksek tutuyoruz. Aynı zamanda sınıf içi eğitimler de düzenliyoruz. Bunların yanı sıra çalışanlarımızın bilgi güvenliği ile ilgili yeni gelişmelerden haberdar olmaları için periyodik olarak bilgilendirme e-postaları da gönderiyoruz. Ayrıca oyunlaştırma tabanlı eğitimleri de günlük yaşamımızın parçası haline getirerek, çalışanlarımızın eğlenerek bilgiye erişimlerini sağlamaya çalışıyoruz. Konuya dijital dönüşüm üzerinden bakarsak, bu alanda sınırlarınızı bilmek de önem taşıyor. Biz Akbank olarak üç yıllık stratejik yol haritası oluşturuyoruz. Şu anda ikinci üç yıllık stratejik yol haritamızın içindeyiz ve tüm başlıklar dijitalleşmenin altında toplanıyor. Bu başlıklardan birisi de güvenlik. Banka olarak güvenliğin, bizim, müşterilerimizin ve çalışanlarımızın daha dijital olabilmesi

için önemli ve kolaylaştırıcı bir unsur olduğunu düşünüyoruz.

AHMET ONUR MİRASOĞLU: İnsan doğasında bir bilgi güvenliği algısı olduğunu düşünmüyorum. Kurumların bilgi güvenliği ile ilgili yapılması/yapılmaması gerekenleri direkt olarak çalışanların performans değerlendirmelerinin içine yerleştirmeleri gerekiyor. Böylece güvenlik konusu günlük iş yaşamlarının ana parçalarından birisi haline gelebilir.

VEDAT TÜFEKÇİ: Birlikte çalıştığımız bütün sektörlerde BT güvenliği personelinde bir açık olduğunu görüyoruz. Bu sadece Türkiye’de değil, dünyada da benzeri bir durum var. Biz devlet kurumları ile de görüşüyoruz. Onlar da aynı soruna işaret ediyor. Güvenlik, “kötü adamlarla” onlara karşı savunma yapanlar arasında devam eden bir savaş. Daha çok insanı bilgi güvenliği konusunda bilgilendirmek ve



Vedat Tüfekçi: "Regülasyonlar bazen bir şeyler yapabilmenin önünü açıyorken bazen de bir engelmis gibi karşımıza çıkabiliyor."

bu konuda bir farkındalığa sahip olmalarını sağlamak kesinlikle çok önemli.

Tüm sektörler için kanunların oluşturulması ve regülasyonlar olmazsa olmaz bir öneme sahip. Regülasyonlar bazen bir şeyler yapabilmenin önünü açıyorken bazen de bir engelmis gibi karşımıza çıkabiliyor.

GREG DAY: Avrupa Birliği’nde verinin korunması ile ilgili yeni bir regülasyon geliyor. Bugüne kadar her bir ülkenin kendi içinde oluşturduğu regülasyonlar vardı. Ancak bu durum, özellikle birçok ülkede faaliyet gösteren kuruluşlar, örneğin bankalar için ciddi bir problem oluşturuyordu. Çünkü her ülkenin düzenlemesi bir diğerinden farklıydı. Bu düzenleme ile birlikte hem ülkelerde eskimiş veri korunması düzenlemeleri günün şartlarına uygun hale geliyor hem de tüm Avrupa çapında ortak bir yapıya kavuşuluyor. Regülasyonların değişime uğradığını görüyorum. Eskiden uyulması gereken bir maddeler listesi olarak görülen regülasyonlar artık sadece ana kuralları belirleyici ve günün hızına uygun şekilde tasarlanmaya başlıyor.

AYŞEGÜL SAYIN: BDDK regülasyonları doğrultusunda bankaların bilgi sistemleri hem bağımsız dış denetim firmaları hem de iç denetim ekipleri tarafından düzenli denetime tabi tutularak iyi pratikler ve regülasyonlar uyumu açısından değerlendiriliyor. Halkbank olarak 2015 yılında geçirdiğimiz bağımsız denetim çalışması, COBIT olgunluk seviyemizin Türkiye ve dünya ortalamasının oldukça üzerine çıktığını gösterdi. Bu başarıda, gerçek-

leştirdiğimiz yönetim dönüşüm programımızın payı çok büyük.

BT olarak bizi etkileyen çok sayıda iyi pratik var ama hiçbirisi tek başına BT için yeterli değil. Biz tüm bu iyi pratikleri inceleyerek Halkbank için bir çerçeve modeli oluşturduk. Modelimizde, yönetim süreçlerini, rotayı çizen ve tüm süreçlere kılavuzluk eden bir yapıda konumlandık. Süreçlerimizi hizmet bakış açısıyla yeniden şekillendirerek ISO 20000’de öngörülen sürekli iyileştirme mekanizmasını tesis ettik.

Regülasyonların ana amacı tüketicinin haklarını korumak ve sektörün sağlıklı devam etmesini sağlamak.

Süreçleri iyi pratiklere uyumlu olacak şekilde tasarlamak kadar, süreçleri tasarlandığı şekilde işletmek de zor. Hatta bizim büyüğümüzdeki kurumlarda entegre bir otomasyon sistemi olmadan mümkün değil. Bütünleşik yönetim yaklaşımımızı destekleyecek şekilde bir GRC ürünü satın alarak hayata geçirdik ve mevcut tüm diğer uygulamalarımızla gerekli entegrasyonları sağladık. Bu platform ile birlikte politikalarımız, süreç dokümanlarımız, stratejilerimiz, süreklilik, risk, regülasyon uyumu, performans, değer ve sürekli iyileştirme gibi pek çok alandaki çalışmalarımızı otomasyon sağlayarak etkin ve çok daha verimli şekilde

yönetmeye başladık.

AHMET ONUR MİRASOĞLU: Regülasyonlarla uyumluluk sağlamak ile ilgili şikayetçi olabileceğim tek şey, bu konunun sadece BT ekiplerinin sorumluluğu olarak algılanıyor olması. İş birimleri projelerini geliştiriyor ve kağıt üzerinde uyumlu hale getirdiklerini düşündükleri anda işleri bitiyor. Oysa henüz uyumluluk süreçleri orada başlıyor.

Öte yandan, rekabet açısından değerlendirsek bu adil bir oyun. Çünkü tüm regülasyonlar herkes için aynı. Bazen de regülasyonlar

ler üretiyor ve bunu yaparken de öngörülen riskleri bertaraf etmek için gerekli tüm tedbirleri alıyor. Ancak üçüncü bir göz olarak regülatörlerin ve bağımsız denetim organizasyonlarının tüketicinin ve sektörün haklarının korunmasını sağlaması da çok önemli. Ancak bu regülasyonlar bazen bilişim teknolojileri dünyası olarak bizlere engeller oluşturabiliyor. Geçtiğimiz aylarda bunun bir örneğini yaşadık. Son dönemde sektördeki bazı oyuncular parmak izi ile biyometrik tanıma yöntemlerini mobil bankacılık uygulamalarına yerleştirdiler ve çok kısa bir süre sonra bu yöntemlerin bir kimlik doğrulama yöntemi olarak kullanılamayacağını hatırlatan bir resmi yazı geldi. Dolayısıyla birçok banka bu özellikleri kapatmak ve uygulamalarını değiştirmek zorunda kaldı.

Sonuçta finans sektörü birçok inovasyonu gerçekleştirecek deneyim, beceri ve kapasiteye sahip sektörlerin başında geliyor. Doğal olarak bazı düzenlemeler ile uyumluluk adına hızlı ilerleyemediğimiz durumlar olabiliyor. Tabii ki tüm bunlar, regülasyonlarla ilgili geribildirim yapmamız, yanlış veya eksik bulduğumuz yönlerle ilgili olarak görüş, tavsiye bildiremeyeceğimiz anlamına gelmiyor. Bu geribildirimleri farklı platformlarda yapıyoruz. Günümüzde Yapı Kredi dahil birçok kurumun yabancı hissedarı var. Dolayısıyla uymak durumunda olduğumuz regülasyonlar artık birden çok ülkenin regülasyonlarını kapsıyor. Ayrıca sektörel regülasyonları da unutmamak gerekir; örneğin PCI/DSS, COBIT vb.

bir bahane olarak kullanılıyor. Örneğin bulut konusu. Verilerin regülasyonlar nedeni ile yurtdışına taşınmadığı dolayısıyla buluttan yararlanılamadığı söyleniyor. Oysa bu eksik bir bilgi. Türkiye’de kurulacak bir bulut yapısı kullanılabilir. Üstelik çoğu bankanın altyapısı bulut ile uyumlu değil. Ancak kimse bunu itiraf etmek istemiyor. Onun yerine “Regülasyonlar yüzünden kullanamıyoruz” söylemi tercih ediliyor.

SİNAN ÖZER: Regülasyonların ana amacı tüketicinin haklarını korumak ve sektörün sağlıklı devam etmesini sağlamak. Bilişim teknolojileri birçok sektörde tüketicinin hayatını kolaylaştırmak için proje-

Paraya dönüşme için finans sektörüne uyum gerekiyor

İngiltere Başbakanı'nın Fintech Danışmanı Alastair Lukies, "Fintech'i paraya çevirmenin en kapsayıcı yollarından biri fintech'in olağanüstülüğünü aramak değil, endüstriyle uyumlu halde nasıl çalışabileceğini araştırmaktır" diyor. **Kerem Özdemir**



Alastair Lukies: "İnsan ve düşünce çeşitliliği, desteklediğim ve pek çok rolüm içinde en başta gelen konu."

INNOVATE FINANCE Yönetim Kurulu Başkanı ve İngiltere Başbakanı'nın Fintech Elçisi Alastair Lukies, Fintech'e öncülük etme konusunda uluslararası, kurumlar ve bireyler düzeylerinde üç ayrı mücadelenin sürdüğünü ifade ediyor. Birleşik Krallık'ta başında bulunduğu Innovate Finance, 2014 yılında tüm fintech oyuncularını arasına girmek için, büyük ve küçük arasında etkili iletişim ve kolaylaştırıcı iletişim arasında toplantılar organize etmek için kuruldu. 25 Mayıs'taki İstanbul TALKS Fintech 2016 için İstanbul'a gelen Lukies'in fintech'te liderlikten Birleşik Krallık örneğine kadar geniş bir yelpazedeki görüşlerini aktarıyoruz.

İstanbul TALKS Fintech 2016 Konferansı için Türkiye'desiniz. Fintech son zamanlarda çok fazla konuşulan bir konu ve herkes bu ileriye dönük alanda öne çıkmak istiyor. Bu alanda farklılaşmak zor mu?

Türkiye'ye davet edilmek benim için çok büyük bir onur. Eğer fintech'i finans ve teknolojinin anlık eşleştirmesi, daha çok finansal hizmetlerin küresel evrimi olarak düşünürseniz o zaman oldukça hızlı bir şekilde bu çok aktörlü rekabet manzarası ortaya çıkıyor. Fintech'e öncülük etme yarışı üç seviyede oluyor: Uluslararası, kurumlar ve bireyler. Ben her zaman bu seviyelerin herkes için maksimum sosyal ve ekonomik fayda sağlayacağını açıkça savundum.

Innovate Finance, İngiltere'de başkanlık ettiğim sanayi organizasyonu, 2014 yılında tüm fintech oyuncularını arasına girmek için, büyük ve küçük arasında etkili iletişim ve kolaylaştırıcı iletişim arasında toplantılar organize etmek için kuruldu. Innovate Finance'in belirgin amaçlarından biri İngiltere'de kurulan düzenleyici inovasyonun uygun

bir düzeyde ilerlemesini sağlamak.

Fintech'ler nasıl değer yaratabiliyor ve bunu paraya çevirebiliyor?

Günümüzde finansal hizmetler pek çok paydaşa sahip. Fintech geliştiricilerinden yatırımcılara kadar. Sonuç olarak her hizmetin kendi alıcısı ve müşterisi var. Bunu paraya çevirmenin en kap-

bunlarla işbirliği içinde mücadele etme herkese eşit derecede değer katacak.

Geleneksel finansal kurumlar gittikçe daha akıllı davranıyorlar. Fintech'in genel anlamda hayatı ve yaşam süresi nasıl değişiyor?

Teknolojinin hızla değiştiği bir dönemde sektörde birçok dinamik ortaya çıkıyor. Günümüzde eskinin yeniyle buluşmasının heyecan verici harmanını gözlemleyebiliyoruz.

Evet, geleneksel finansal kurumlar gittikçe daha akıllı hareket ediyor. Yatırımcılarla, daha fazla birlikte çalışıyorlar. Burada şüphesiz büyük bir fırsat var. Kurumsal yatırımcılar güçlü ve kazançlı ortaklıklar gerçekleştirebilir. Ancak işin güvenliğini göz ardı etmemeliler.

Teknolojinin hızla değiştiği günümüzde eskinin yeniyle buluşmasının heyecan verici harmanını gözlemleyebiliyoruz.

sayıcı yollarından biri fintech'in olağanüstülüğünü aramak değil endüstriyle uyumlu halde nasıl çalışabileceğini araştırmaktır.

Girişimcilerin fikirlerini farklılaştırmalarının pek çok yolu var. Daha iyi teknoloji, iş modelleri yaratma gibi... Fakat sektörün zor yönlerini anlama ve

Önümüzdeki yıllarda fintech ekosistemi ülkelerin ekonomisine nasıl yardımcı olabilir?

Geçtiğimiz yıl Türkiye girişimcilik, kapsayıcılık ve uygulamanın merkezinde olduğu G20 Zirvesi'ne evsahipliği yaptı. Biz dördüncü olarak yeniliği ekleysek de bu üç öncelik kesin-

likle fintech'e uygun. Yatırım, ABD'nin tarihsel bir alan açtığı ve bizim önemine inandığımız bir alandır.

Yatırım, iş yaratma, refah ve büyüme için merkezi bir konumda bulunuyor ve eğer doğru yönetilirse finansal hizmetlerin sürdürülebilir hale dönüştürülmesine yardım edebilir.

Dünya Bankası bu yıl, aşırı yoksulluk içinde yaşayan insanların ilk kez yüzde 10'un altına düştüğünü açıkladığında bunun önemli bir an olduğunu hissettim. Dünya Bankası'nın aşırı yoksulluğu 2030 yılında bitirme hedefi şu an için oldukça iddialı gözükebilir ama inanıyorum ki fintech buna yardım edebilir ve ben en önemli sonuç olan kapsayıcılığı oluşturarak yenilik, uygulama ve yatırıma teşvik etmeye devam ediyorum.

Ülkeler fintech'ten en büyük ölçüde yararlanmak, merkez olmak ve dalgaya öncülük etmek için ne yapabilirler?

Bir fintech merkezi olma ve uluslararası düzeyde öncülük, ortak sorumluluk ile ilgilidir. Örnek olarak fintech'i çok da kötü yapmayan İngiltere'yi gösterirsem; bu Avrupa ve Amerika ile bir dizi önemli ilişkinin büyük bir kısmını oluşturuyor.

Birleşik Krallık'ın Avrupa referandumuna bakacak olursak Avrupalı ve Amerikalı komşularımızla stratejik ortaklığımızın önemini ve sürdürülen gelişimi unutmuş bazı insanlar vardı. Biz; ekonomi, ticaret, teknoloji ve eğitim olmak üzere işbirliğini

kapsayan tüm alanlarda kayda değer şeyler elde ettik.

Bütün bunlar başarılı ve sürdürülebilir fintech ekosistemine katkı sağlıyor ve bu yüzden diğer ülkelerle de güçlü ilişkiler geliştirmemiz gerekiyor.

İnsan ve düşünce çeşitliliği, benim desteklediğim ve pek çok rolüm içinde en başta gelen konu. Bence bu eğitimle başlıyor. Innovate Finance Open Üniversitesi ile bir fintech dersi oluşturmak için ortaklık kurdu. Tüm gençler için fintech'in ilerlemesi adına neyin gerekli olduğunu öğrenecekleri bir fırsat yaratırsak oldukça önemli sosyal ve ekonomik kazançlar elde ederiz.

Birleşik Krallık fintech politikalarını nasıl oluşturdu ve şu ana kadar alınan sonuçlar nasıl?

Birleşik Krallık Hükümeti, sürdürülebilir finansal hizmetler

sektöründe sorumlu yenilikçiliği teşvik ederek ve doğru bir dokuyla düzenleyici bir ortam yaratarak fintech'e niyetinin olduğunu gösterdi.

Politik manzaraya üç seviyede bakarsak: Startup, büyüme ve yükümlülükler... Son yıllarda Hazine ve şu anki hükümet tarafından uygulanmakta olan anlamlı değişimi görmek mümkün.

SEIS gibi vergi muafiyeti teşviklerinin bir sonucu olarak çekirdek yatırım yapabileceğimiz benzersiz bir ortama sahibiz. Aslına bakarsanız UKTI'nın son raporunda yabancı direkt yatırımlar İngiltere'de yüzde 50 arttı ve İngiltere yatırımda dünya üçüncüsü oldu.

Hükümetin yabancı yatırımlar için proaktif desteği, hem fintech sahasına yeni girenler hem de büyük oyuncular için var olan engellerin kaldırılmasına odaklandı.



Güvenli ve sürdürülebilir veri için mucize sıvı

3M'in yangından korunmayı sağlayan sıvısı Novec 1230, tarihi eserler kadar veri merkezlerinde verinin depolandığı özel bölümlerde de etkin güvenlik sağlıyor. Novec sıvıları, veri merkezlerindeki sunucuların ve süperbilgisayarların işlemcilerinin soğutulması için de düşük maliyetli ve sürdürülebilir bir seçenek sunuyor. **Kerem Özdemir**

DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜN önündeki en önemli engellerden biri, teknoloji şirketlerinin sürekli yenilikler duyurmasıymış. Teknoloji yazan biri olarak bu dalganın altında kalmamak için her şeyin peşinden koşmamaya özen gösteriyorum ancak 3M Türkiye Genel Müdürü Mert Büyükyazgan, kendisi ve ekibi ile gerçekleştirdiğimiz zevkli sohbetin ardından bana bir tüpteki sıvının içine yerleştirilmiş bir USB bellek hediye ettiğinde bu politikamı en azından gözden geçirmeye karar verdim.

Büyükyazgan, “Novec, verilerinizin güvende olduğundan emin olmanızı sağlayacak bir sıvı” diyerek ufak tüpü bana uzatıp “Sıvı USB belleği bozmu-
yor, soğutmayı sağlıyor” dedi. Bu kısa konuşma ilgimi çekti ve ilk fırsatta Google’dan ne olabilir diye bir bakıverdim. (İş, İTÜ Elektronik Fakültesi yıllarındaki Malzeme Bilimi derslerinden beri tatmadığım bir araştırma hazzına dönüştü.)

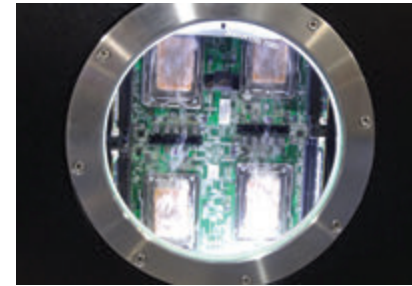
Novec 1230 ile ilgili en dikkat çekici nokta, bu malzemenin sıkıştırılmamış olarak tutulabilmesinden ve oda sıcaklığında yüksek buhar basıncına sahip olmamasından kaynaklanıyor. Kaynama noktası 49 derece olan bu sıvı, hiçbir kısıtlama olmadan havayolu ile güvenli ve etkin bir biçimde büyük miktarlarda sevk edilebiliyor.

Pazardaki diğer ürünlerle karşılaştırıldığında bu akışkan, sıkıştırılmış gaz oranla çok daha kolay kullanılabilir. Geleneksel yangın söndürme sistemlerinde, püskürtmeye yardımcı olması için kullanılan nitrojenin yarattığı yüksek basınç ile uygulanabilen Novec 1230, sıvı olduğu için pompalamak yoluyla da yangın ortamlarında kullanılabilir.

Yangın söndürme sistemlerinde kullanılan ana malzemeler ile tepkimeye

girmeyen Novec 1230, istikrarlı ve özünde sistem bileşenleri ile tepkimeye girmeyen bir madde. Paslanmaya neden olmayan bir sıvı olarak karşımıza çıkan Novec 1230, yangın söndürme sistemlerinde kullanılan paslanmaz çelik, karbon oranı yüksek çelik, alüminyum, pirinç ve bakır gibi metallerle tepkimeye girmiyor.

Gazlı yangın söndürme sistemlerinde kullanılan ve yangını soğutarak söndüren 3M Novec 1230, yangını söndürürken su gibi ıslatmayan



Novec sıvıları, veri merkezlerinde değerli veriyi saklayan sistemlerin soğutulmasını sağlıyor.



Novec 1230, oda sıcaklığında sıvı halde bulunması nedeniyle avantajla sahip.

özel bir sıvı. Çok hızlı kuruyarak kağıt yüzeylerde herhangi bir zarara neden olmayan ve kullanıldığı alanda başka hiç bir malzeme ile de etkileşime girmeyen Novec 1230, bu özellikleri sayesinde müzelerde, arşiv odalarında ve tarihi eserlerin korunmasında da en çok tercih edilen sistemlerden biri.

3M Novec 1230 gazlı yangın söndürme sistemi ayrıca gemilerin makine dairelerinde, enerji santrallerinde, bankalarda, hastanelerde, fabrikalarda ve savunma sanayi, telekomünikasyon gibi yoğun teknoloji kullanan sektörlerde de yaygın olarak kullanılıyor.

3M Novec 1230 rakiplerinden ayıran en önemli özelliği ise çevreye ve insana zarar vermemesi. Gazlı yangın söndürme sistemleri arasında çevreye ve insana en az etki yapan sistem olan 3M Novec 1230, bu niteliği ile uluslararası ve ulusal hiç bir çevre yasasına tabi bulunmuyor.

Bunun yanı sıra 3M Novec 1230 ürünü, sera gazı etkisi göstermediği için LEED Sertifikası gibi yeşil bina konseptli yapılarda “Design & Innovation” başlığı altında ekstra dört puan kazanım sağlıyor.

NEDEN ÖNEMLİ?

Bu malzemeyi bu kadar ayrıntılı ele almamın nedeni, Türkiye’nin gündeminde giderek daha fazla yer almaya başlayan veri merkezlerinin yangın güvenliği ve enerji maliyetleri konusunda oynayabileceği rol. Üretici firma 3M, Novec serisi endüstriyel sıvılarının birçok büyük şirket tarafından hassas bilgiler içeren süperbilgisayarların işlemcilerini soğutmak için kullanıldığını kaydediyor. Bilgisayarlarda kullanılan işlemci donanımı, doğrudan Novec sıvısı içine yerleştiriliyor. 3M’in iki fazlı imersiyon soğutma teknolojisi, soğutma için harcanan enerjiyi yüzde 95’e kadar azaltıyor ve buhar-

laşmalı soğutmanın aksine, şebeke suyu kullanımını ortadan kaldırarak su tüketimini azaltıyor. Ayrıca sistemdeki ısı alınabiliyor; ısıtma ya da deniz suyunu tuzdan arındırma gibi diğer işlemler için tekrar kullanılabilir.

Novec’in kullanıldığı teknikte, konvansiyonel hava soğutmanın onda biri kadar alana ihtiyaç duyuluyor. Konvansiyonel sıvılı soğutma tekniklerinde kullanılan, yüksek maliyetli soğutma altyapı ve ekipmanları elimine edildiğinden, büyük ölçekli veri merkezlerine de uygun maliyetli bir çözüm sunulmuş oluyor.

Yüksek performansı çevreye duyarlı özellikleriyle birleştiren bu çok amaçlı, alev almayan sıvılar; hassas temizlik, ısı transferi, kayganlaştırıcı ve kaplama birikimi, test etme gibi kritik öneme sahip endüstriyel uygulamalarda giderek daha yaygın oranda kullanılıyor.

Sadece 50 adet üretilecek
aile akıllı telefona çok
benzer olanaklar sunuyor
ancak fiyat farkı var.



Bentley Entertainment Tablet'li ve 4G bağlantılı Mulsanne First Edition

Sadece 50 adet üretilecek olan Bentley Mulsanne First Edition'da yeni aksesuar Bentley Entertainment Tablet de gövde gösterisi yapacak. **Kerem Özdemir**

C REWE'DA EL İŞÇİLİĞİYLE ÜRETİLEN ve bir dizi zarif tarz revizyonu içeren Bentley'in yeni zirve model serisi Mulsanne, performans odaklı Mulsanne Speed ve geliştirilmiş arka yolcu alanı ve uçak tarzı koltuklarıyla bilinen ultralüks Mulsanne Extended Wheelbase modellerini kapsıyor. Yeni üç modelli Mulsanne ailesi genelinde sadece 50 adet "First Edition" örneği satışa sunulacak. Arka koltuk yolcuları yeni kullanılmaya başlayan Bentley Entertainment Tablet'ten yararlanacaklar. 10,2 inçlik bu iki Android cihaz (4G, wi-fi ve Bluetooth özellikleriyle) ön koltukların arkasına entegre edilmiş olarak geliyor.

Ayrıntılara her zamanki gibi büyük özen gösterilirken, çok güzel bir mekanizma ile ekranlar kapalı konumlarından pürüzsüz bir şekilde kullanıma hazır hale getiriliyor. Android işletim sistemi ve Bentley'e özel arayüzle çalışan tabletler Skype, Google Play ve Spotify gibi bir milyondan fazla Android uygulamaya erişebiliyor ve otomobilin dışında, ofiste ve evde de kullanılabilir. Her bir tabletin 32 GB yerleşik depolama alanı (bir Micro-SDXC kartla 128 GB'a çıkarılabilir), USB girişleri ve ön tarafta kameraları bulunuyor. Sesler otomobilin hoparlörlerinden de akıtılabilir ve gidilecek yerler tabletlerden Mulsanne'in navigasyon sistemine gönderilebilir. İnternet tarama, otomobilin 4G wi-fi sistemi üzerinden yapılıyor ve internet radyosuna veya yerel veya akan (streaming) video yayınlarına erişilebilir.

Bentley'in teknolojisinin kaynak kodu, bütün teknolojik yeniliklerin tek çatı altında ve birbiri ile uyumlu bir biçimde geliştirilmesini sağlıyor. Bentayga'nın

felsefesi, güçlü teknolojinin nimetlerinden en üst düzeyde yararlanırken bunun etkisi altında ezilmemeye dayanıyor. Bu hassas denge, her teknoloji parçasının kesintisiz entegre bir yapı içinde bir araya getirilerek otomobilin fonksiyonelliği ile ilgili zeka düzeyini yukarı çekmeyi hedefliyor. Bu, "ihtiyaç duyulana kadar farkına varılmayan" sözü ile ifade edilen bir biçimde otomobilin öne çıkmasını sağlarken akıllı işlevsellik, yolculukların otomobilin sürücüsü ve yolcu için daha rahat ve tatminkar hale gelmesinde ifadesini buluyor.

Otomobil içindeki teknoloji daha önce ağırlıklı ses sisteminde ifadesini bulurken, günümüzde buna eklenen ekranlar ve sağladıkları işlevler açıkça rol alıyor. Ekranlar, enformasyon ve eğlence içeriğine ulaşma konusunda interneti kullanarak araç içi eğlence sistemine bağlanmanın



Bentley Entertainment Tablet'in sağladığı özgürlüğe, kablosuz kulaklığın mobilitesi ekleniyor.

çok ötesine geçmeyi sağlıyor.

Mobil tabletin sağladığı bu özgürlüğe, Bluetooth desteğinin kulaklıkları kablosuz hale getirmesiyle tabletle etkileşimde ortaya çıkan ayrı bir mobilite ve özgürlük de ekleniyor. Tabletler, aracın dışında da kullanılabilen bağımsız cihazlar olarak bu iki duyguyu daha ileri noktada yaşamayı sağlıyor.

Teknoloji tarafındaki bütün bu yenilikler sadece sürüş zevkine ve rahatlığa hizmet etmek üzere bu denkleme katılırken, klasik unsurlarla bir arada yer almaları yeni bir lüks dengesi oluşturuyor.

Özel hazırlanan ve arka piknik masasının içine yerleştirilen Mulliner sterlin gümüşü makyaj ve bakım seti Mulsanne First Edition'da yer alıyor. Merkezi Londra'da bulunan Asprey tarafından hazırlanan lüks ağırlıklı sette

bir makyaj aynası, saç fırçası ve tarağı bulunuyor ve setin tamamı Mulliner tarafından tasarlanan benzersiz bir piknik masasının içine mükemmel uyumla yerleşiyor.

First Edition motifleri kabinin her yerinde görülebiliyor. Örneğin arka koltuklardaki piknik masalarının üzerindeki eşsiz dairesel yerleşim, özel basamak sacları ve koltuklardaki Union Jack'ten esinlenen First Edition işlemleri bu motifler arasında yer alıyor.

Bentley'in yeni amiral gemisinin gerçek bir kutlaması olan her bir Mulsanne First Edition özel oyma bir Bentley "Uçan B" kaput süsüne sahip ve bir şampanya soğutucusuyla birlikte sipariş edilebiliyor.

Mulsanne Extended Wheelbase First Edition'da bulunan dalga desenli

Fulbeck ahşap kaplamanın malzemesi 350 yıllık bir İngiliz ceviz ağacından alındı. Son derece nadir olan ve çok talep gören bu ahşap türü, müzayedeyle ve açıklanmayan rekor bir fiyattan satıldı. Bentley de az sayıda otomobilin ahşap kaplamalarına yetecek kadar ahşap satın almayı başardı. Diğer tüm Mulsanne First Edition modelleri benzersiz bir Antique Ash kaplamasıyla sunuluyor.

Birinci sınıf bir uçak seyahati deneyimini karayolunda sunan yeni Bentley Mulsanne Extended Wheelbase özel şoför kullanmayı tercih eden müşteriler için tasarlandı. Arka koltuklarda diz mesafesinin 250 mm daha fazla olduğu Mulsanne Extended Wheelbase'in iç alanındaki bu önemli artış bu modeli, dünyada, en cömert oranları sunan lüks limuzini yapıyor.

İkili globalleşme stratejisi

Simit Sarayı'nın yurtdışı açılımına eşlik eden Sistem 9, simitte yapılan inovasyonun pazarlamadaki bir diğer inovasyon ile desteklendiği bir modeli ortaya çıkarıyor. Bu, Türk şirketleri için örnek bir globalleşme modeline dönüşebilir. **Kerem Özdemir**

SİMİT SARAYI Bilgi Teknolojileri Direktörü Kadir Tophan, “Simit Sarayı'nın kendisi bir inovasyon” diyor. Amacın simidin geleneksel lezzetini öncelikle Türkiye'ye, ardından dünyaya tattırılması hedefiyle yola çıkılması, alışık olduğumuz teknolojik inovasyon hikayelerinden farklı bir izlenim yaratsa da, ortadaki başarı hikayesi kuşku götürmüyor. İlk mağazanın 2002'de Mecidiyeköy'de açılmasının üzerinden yıllar geçip 2016'ya gelindiğinde günde 800 bin müşteriye 450'den fazla mağazada hizmet veren bir yapı ortaya çıkıyor. ABD'den Suudi Arabistan'a ve Türkiye'den Hollanda'ya kadar

uzanan bir coğrafyaya hizmet veren Simit Sarayı, daha başından teknolojiyi çok iyi kullanması gerektiğini biliyordu ancak bu merak ürüne dönüşmüştü. SAP'nin ERP yazılımı ile başlayan teknoloji hikayesi bugün digital signage teknolojilerine kadar uzanan çok renkli bir macera.

Simit Sarayı mağazalarında dikkat



Tophan: “Sistem 9'un merkezi yönetilen menüboard teknolojisi ile globalleşiyoruz.”

çekici bir biçimde yerini alan “Digital Menuboard” sistemleri içerideki kurumsal kaynak planlaması (ERP) yazılımına göre çok daha fazla dışarıya dönük ve dikkat çekici olmasıyla bu renkliliğe katkıda bulunuyor.

Simit Sarayı’nın yurtiçi ve yurtdışındaki tüm şubelerine bu sistemlerin kurulumunu ve içerik yönetimini yapan Sistem 9’un katkısı, bu renkli hikayeyi bir birlikte globalleşme hikayesine çeviriyor. Sistem 9’un yurtiçi ve yurtdışında olmak üzere toplam 11 ülkede sistemin yazılımını da sağlaması da bilişim dünyasının en tatlı noktasında bir işbirliği oluşturuyor çünkü yazılım tarafına uzanmayan bilişim hikayeleri romantik ama düşük kârlı hikayeler olarak kalmaya mahkum.

Tophan, “2008’de Simit Sarayı’na dahil olduğumda teknoloji anlamında sadece simidi donduruyorduk; soğuk hava zincirini bozmadan lojistiklerle mağazalarımıza gönderiyorduk” diyor. Mağazaya gelen simidin mayalaması yapıldıktan ve pişirildikten sonra ürünün sıcak sıcak ve bütün mağazalarda

aynı tatla müşterilere sunulması, teknolojinin o zamanki odağını oluşturuyordu.

Simit Sarayı büyüdükçe -2008’de büyüme 40 mağazaya ulaşmak anlamına geliyordu; bugün 450’nin üzerinde-arka tarafta çok sayıda ürün üretilmesi ve üretilen her ürünün takip edilmesi gereğinin yarattığı işin hacmi de büyüyor. Lojistiğe ne kadar güven duyulsa da Simit Sarayı, markasının değerini korumak için, gıda alanında ürünün bozulması riskine karşı önlemlerini almak zorunda hissediyor. Burada kullanılan takip sistemi önemli bir yatırım oluştururken üretim bandının hızlandırılması için de bundan aşağı kalmayacak bir özenle yatırımlar gerçekleştiriliyor.

“Teknolojiyi dibine kadar kullanmamız gerektiğini biliyoruz ama burada asıl belirleyici olan yönetim kurulunun tavrı” diyor Tophan, bu konuda çok şanslı olduklarını ekliyor. Bu destekle yapılan yatırımlarla, gelineen noktada sadece bir tıkla herhangi bir mağazada ne kadar simit satıldığı, ne ciro elde

edildiği ve kâr görülebiliyor. Perakende sektörü için çok önemli olan, farklı etkenlere göre değerlendirmede de olanaklar sınırsız. Simit Sarayı, hava durumuna veya tatil durumuna göre bu rakamları normalize ederek de sonuçları sunuyor.

Tophan’ın yönetim kurulunun teknoloji yatırımlarını desteklemesi gerektiği ve bu konuda şanslı oldukları şeklindeki sözleriyle anlattığı durum, bu noktada Simit Sarayı Yönetim Kurulu Başkanı Abdullah Kavukçu’nun şanslı durumuna dönüşüyor. Bunun nedeni Kavukçu’nun desteklediği yatırımlar sayesinde her türlü analitiği işleten bu sistemi sadece bir iPhone ile izleyebilmesi.

Yönetim kurulu başkanına mobilite olarak yansıyan bu teknolojik altyapı, günümüzde önemi giderek artan müşteri verisini daha iyi kullanmaya ve bunu işe dönüştürmeye odaklanıyor. Simit Sarayı şu andaki teknoloji ile müşterisini çok iyi tanıyor ve ona uygun reklamı göstermeyi biliyor. Ama mağaza içindeki etkileşim söz konusu olduğunda, geleneksel taraftaki birikimlere de ihtiyaç duyuluyor: Mağaza içinde bir reklam materyalinin ya da ekranının nereye konulacağı bile önemli bir konu haline geliyor.

Her mağazada bulunan üç wi-fi bağlantı noktasının topladığı veri ile müşteri en çok nereye oturduğunu ve ne kadar kaldığını tespit etmek mümkün. Bu wi-fi sistemi ile Simit Sarayı aynı zamanda bir reklam mecrası yaratmış oluyor.

Sisteme Mayıs 2015’ten bu yana kaydolmuş olan 300 binden fazla kullanıcı Simit Sarayı’nın markasını tanıyan, e-posta gönderebildiği bir tüketici kitlesi oluşturuyor ve bu sayede ilişkinin sürdürülmesi sağlanıyor.

Sunduğu wi-fi hizmetinin adı Simit Sarayı Online olan Simit Sarayı’nın



mağazalarında bu sistem üzerinde 16'ya kadar SSID verilebiliyor. Simit Sarayı mağazalarında standart hale getirilen bu sistem ile en basit haliyle 16 farklı sayfa veya kimlik üzerinden müşterilerle pazarlama ilişkisi kurulabilecek. Bu markalar için çok önemli bir fırsat oluşturacak. Bu şekilde markalar, müşterinin ücretsiz internet servisini almak için girdiği sayfada yer alırken aslında sunulan servis Simit Sarayı Online olmayı sürdürecektir.

Büyüdükçe gelişmesi gereken Simit Sarayı'nın 2016 için belirlediği slogan dijital dönüşüm olarak belirleniyor; daha uzun hali olarak "globalleşen dünyada dijital dönüşüm" de kullanılıyor. Her şeyin otomatize edildiği Simit Sarayı'nı -bu mağaza ölçeğini- başka türlü yönetme şansı yok.

Müşteri tarafında ise cep telefonu ve bilgisayar ile kendisini gösteren dijitalleşme, Simit Sarayı'nın beynine, "Bu lokasyonda şu ürünü değil de, bunu yapayım" mesajını gönderen bir dijital işaretle kendisini gösteriyor. Bu, Simit Sarayı'nın yeni kimliğinde, "Bu reklamı buraya değil de şuraya koyayım" şeklindeki bir mesaj olarak da ortaya çıkıyor. Bu hem parayı daha etkin kullanmayı hem de müşterinin kullandığı dijital mecraları segmente edebilmeyi sağlıyor.

Simit Sarayı ile Sistem 9'un yollarının kesiştiği nokta tam olarak burası. Sistem 9, Simit Sarayı'nda bulunmayan bir uzmanlığı şirkete katıyor. Büyümek için ilkleri yapmayı hedefleyen Simit Sarayı, Sistem 9 ile birlikte Türkiye'deki ilk şirket olarak hayata geçirdiği menüboard uygulaması, ilişkinin başlangıç noktasını oluşturuyor. LG'nin donanımını kullanmaya karar veren Simit Sarayı, bu donanım üzerinde sistemi en iyi kuracak şirket olarak Sistem 9'u görüyor.

Bu kazara yapılmış bir tercih de-

SİSTEM9'UN SİSTEMİ NE SAĞLIYOR?

Dijital menüboard, zincir mağazaların esnekliğini artırırken müşteriler ile dijital ilişki kurmanın önünü açıyor. Menüboard'un sağladıklarını aşağıdaki gibi sıralamak mümkün.

- Baskı ve operasyonel maliyetleri düşürmeye olanak tanıyor.
- Zaman kaybınızı ortadan kaldırıyor.
- Menü ve fiyat değişimlerinizi uzaktan kolayca ve dakikalar içinde güncellemeyi sağlıyor.
- Gün içinde sabah, öğle ya da akşam menülerine özel duyurular anında yapılabilir.
- Etkileyici görünüm ile müşteri ilişkisinin sürekliliğine yardımcı oluyor.
- Kolay program entegrasyonları ile sosyal medya vb. hesapları üzerinden müşteriler ve marka arasında interaktif iletişim sağlamaya olanak tanıyor.
- Özellikle fastfood restoranlarında oldukça sık kullanılmaya başlayan dijital menüboard sistemleri hızlı ve aktif olarak menü fiyat ve görsellerinde anında ve noktaya özel değişiklik yapabilme, menü dışında firma ile veya ürünle ilgili film oynatabilme şansı veriyor.
- Şık bir sunum olanağı sağladığı gibi afiş, uygulama vb. maliyetlerini ortadan kaldırıyor ve tüketicilerin gıda görsellerini dijital olarak algılamasıyla birlikte satışlarının artmasına katkı sağlıyor.

ğil. Simit Sarayı iki-üç sene önce İngiltere'ye açıldığında çok sayıda dijital pazarlama şirketi ile muhatap oluyor ve ürünlerini test ediyor. Tophan, "Testlerimizde gördüğümüz, bilgisayar olmadan tasarlanmış olduğu iddia edilen sistemlerin öyle olmadığı" diyor. Bu, Simit Sarayı açısından kritik öneme sahip. Tek bir ekran ister dizüstü bilgisayarla ister "stick"lerle kullanılabilir ve Simit Sarayı'na önerilen çözümler genellikle bu şekilde oluyor. Ancak Simit Sarayı'nın ihtiyacı olan, internete bağlı bir çözüm.

Tophan, "Ben video wall kurduğumda, bir Puma'yı bir ucundan diğerine koşturduğum oluyor ya da Coca-Cola'yı dökme görüntüsünü sonuna

kadar götürebiliyorum" diyor.

Bu hikayede müthiş bir teknolojik dönüşüm gizli. Videolar kalite açısından 4K çekiliyor; kalın çerçeveli ekranlar görüntüyü daha etkileyici hale getirecek çerçevesiz -birkaç milimlik koruma çerçevesi olan- ekranlarla yer değiştirmiş durumda. Böylece video wall, en az tezgah kadar etkileyici bir etkileşim aracı haline geliyor. Bu, bütün ürünlerin tezgah üzerinde sergilenmesi yerine ekran üzerinde çok sayıda ürünün gösterilmesi olanağını yaratıyor.

Bu, simitburger adıyla kendi hamburgerini yapmaya başlayan Simit Sarayı'nın ürün çeşitliliğini karşılayan çok önemli bir çözüm. 40 kadar mağaza ile başlayan pizza işi giderek genişletilirken ekranların önemi artıyor. Globalleşmeye oynayan Simit Sarayı, insanların damak tatlarına açık olmak ve simide yancı yeni ürünler yaratmak konusunda çok daha istekli.

Sistem 9'un teknolojisi ve yazılımı, Simit Sarayı'nın bütün dünyadaki operasyonlarında yaptığı gösterimlerin merkezden yönetilmesini sağlayarak bu gidişe büyük destek sağlıyor. Böylece açıldığı her ülkede ayrı reklam ajanları bulmak zorunda kalmayan Simit Sarayı'nın operasyonel maliyetleri aşağı çekilirken, bir merkezden yönetim sağlam analitik sistemi ile elde edilen verilerin reklama dönüştürülmesini de sağlayan bir operasyonel sadelik oluşturuyor. Simit Sarayı'nın önümüzdeki dönemde önemi aratacak bir pazarlama çözümüne ulaşmasını sağlayan bu teknolojinin uygulamasının yaygınlaşması, Sistem 9 açısından da önem taşıyor. Kapalı devre televizyon çözümleriyle tanınan firma önümüzdeki dönemde reklam tarafına daha büyük ağırlık verirken Simit Sarayı örneğini önemli bir kaldıraç olarak yanında buluyor olacak.

Gerçek inovasyon endeksi

Türkiye, inovasyonda ileri gittiğini ve daha ileri hedefleri olduğunu vurguluyor. Konya'da kurulan 22,5 MW'lık güneş tarlası farklı bir açıdan gelişen inovasyona işaret ediyor.

TEKNO RAY SOLAR'IN Konya Kızören'deki güneş tarlası, Türkiye'de global anlamda inovasyon yapılabileceğine inancımı pekiştirdi. Bunda, Hürriyet'ten Vahap Munyar'ın güneş tarlasının 18,5 MW'lık bölümü devreye girmeden önce yaptığı görüşmeden aktardığı kurulum püf noktasının etkisi var. Toplam 22,5 MW'lık güneş tarlası, 22 ayrı şirket kurularak hızla hayata geçiriliyor. Tek bir şirketle bu iş yapılmaya kalkışlsa, ihale gereği ortaya çıkacak ve bunun bedeli iki yıllık bir gecikme olacakken, bu davranış tarzı ile süreç hızlandırılıyor.

İstikrarlı bir bütçe ile sürdürülüp dalgalanmaya mahal bırakmadan yönetilmesi gereken Ar-Ge'nin aksine bunun ticarileşmiş biçimi olan inovasyonun bu tür kıvraklıkları barındırması gerekiyor. Benim çocukluğumda Türkiye, yurtiçinde televizyon üretimi olmayan ve korumacı ekonomik modelde dışarıya para kaptırmama heyecanı ile yanıp tutuşan bir ülkeyken televizyon ithalatını kısıtlamış ancak portatif televizyonları bunun dışında bırakmıştı.

Yabancı televizyon üreticileri bu çağdışı uygulamayı, portatif tanımlamasına sığınarak aştılar ve üzerinde kulbu olan 56 ekran televizyonlar ile tanıştık. Taşıyabilene aşkolsun ama müthiş bir inovasyonla Türkiye pazarına girilmişti. Sonra pazar büyüdükçe Türkiye'de üretim tesisleri kurulmaya başladı. Zaten olayların doğal akışı da bunu gerektiriyordu.

Benzer biçimde Türkiye, ilk kurumsal yazılım ihracatını -gümrükçüler bir CD'ye sığan yazılımın değerini anlamayıp hayali ihracat sanınca- kaçak olarak yapmak zorunda kaldı. Müthiş bir inovasyon hikayesidir ama bunu paylaşmanın izinlerini almış değilim. Gerekirse sonra konuşuruz.

Inovasyon, yine Ar-Ge'den farklı olarak bir buluşu bir ihtiyacı karşılama noktasına taşımak olduğu için de bu güneş tarlası projesi önemli bir gelişim göstergesi. Türkiye'nin enerjiye çok büyük ihtiyacı var ve hükümetin bunu karşılamak için en uygun seçenek olarak gördüğü kömür santrallerinin yanına ne kadar sürdürülebilir kaynak koyarsa geleceğe o kadar pozitif katkı yapmayı başaracak.

Bunlar, teknolojik gelişmenin 30 yılda elektrik enerjisine dönüşme oranını 17 katına çıkarmasından daha fazla önem taşıyan inovasyon adımları. Bu tür adımlara dayanan bir inovasyon endeksi yaratmamızda büyük yarar var.

Bunun elle tutulabilen ve tutulamayan kabiliyetlerin bir karması olarak ortaya konulması gerekiyor ve her etkinin bizi yukarıya taşıyacağını söylemek zor. Örneğin, teknoloji dünyasındaki inovasyon ile hukuk sistemimi-

zin bunu takip etmemesini eksi bir puan olarak endekse etki ettirmemiz gerekiyor.

İzmirli arkadaşım, Veeam Türkiye Ülke Müdürü Ozan İnan ile teknoloji alanındaki gelişmelerin insanı kenara atmak yerine işlemin tam da merkezine koyduğu sonucuna vardığımız keyifli bir sohbetin üzerinden sadece bir hafta geçmişken kurumsal e-postayı özel amaçla kullanmanın işten atılma sebebi olduğunun hukuk sistemimizde teyit edildiği bir haberle karşılaştım. Bunun gerekçesi de benim anlatımım, "Parayı veren patrona bunun karşılığını ödemenin gerektiği mesai saatlerinde başka işle uğraşarak paranın hakkını vermemek". Daha hukuki açıklama için Googlelayabilir ya da Siri'ye sorabilirsiniz ama ben de durum budur. Beyaz yakalıları hedef alan bu karar, dünyada kurumlar kendi cihazını işe getir (Bring Your Own Device-BYOD) ve bunu takip eden kendi cihazını seç (Choose Your Own Device-CYOD) ile bu çalışanlarının bulunduğu ileri teknolojik düzeyi yakalamaya çalışırken biz kendinden menkul bir kararla bu dünyada yer yapmaya çalışıyoruz.

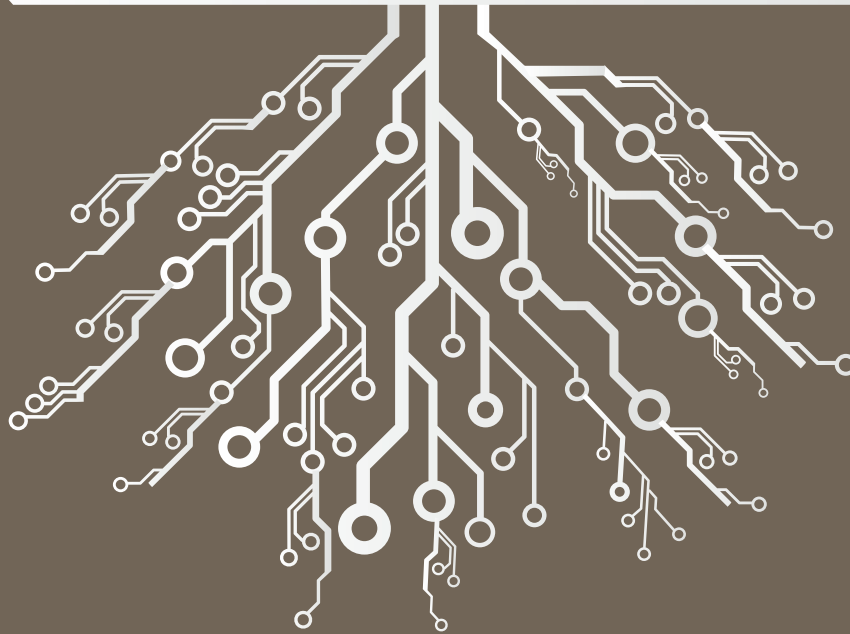
Bunu endeksimizin sıfır noktası olarak alabilir ve bunu aşmak için atacağımız her adımı pozitif etki olarak düşünebiliriz.

ŞİRKETİNİZ BÜYÜYOR, OFİSLERİNİZ AÇILIYOR.



Peki ofisleriniz arasında bağlantı nasıl kuruluyor?

İşNet MPLS VPN'e geçin, tüm ofisleriniz arasında mesafe uzak da olsa güvenli ve hızlı bağlantı kurun. Şirket bilgilerinize dışarıdan müdahale olmasın, bağlantı hızınız hep en yüksek seviyede kalsın.



İnternet şubemiz, "daha bi Şube"



daha hızlı
daha basit
daha kullanışlı

İnternet
şubemiz
yenilendi!

10 Mayıs - 10 Haziran 2016 tarihleri arasında
Yeni İnternet Şubesi'ni tıklayın, çekilişle

**1 kişiye Nissan Juke,
3 Adet MacBook Air,
5 Adet iPad Air 2**
kazanma fırsatını yakalayın.



Bu kampanya Türkiye Finans Katılım Bankası A.Ş. tarafından MPln 27.04.2016 tarih ve 1098-3550 sayılı izni ile 10.05.2016 (00.01) - 10.06.2016 (23.59) tarihleri arasında düzenlenmektedir. www.turkiyefinans.com.tr İnternet Şubesi'ne müşteri numarası ve şifresi ile giriş yaparak geçerli olan işlemleri gerçekleştirenler günlük 1 ve toplamda en fazla 10 çekiliş hakkı kazanarak kampanyaya katılabileceklerdir. Çekilişte 1 kişi Nissan Juke MC 1.5 DCI VISIA M/T 2016 Model Otomobil (değeri: 52.131.00 TL), 3 kişi Apple MacBook Air 11" DC I5 (birim değeri: 3.180.10 TL), 5 kişi Apple iPad Air 2 16 GB Wi-Fi (birim değeri: 1.327.50 TL) ikramiyesi kazanacaktır. İkramiye özellikleri belirtilen içeriktedir. İkramiye görselleri ile verilecek ikramiyelerin renk ve özellikleri farklılık gösterebilir. Çekiliş 20.06.2016 tarihinde saat 11.00'da U2 Tanıtım ve Promosyon Hiz. Tic. Ltd. Şti, Gülbahar Mh. Cemal Sururi Sk. Halim Meriç İş Merk. N:15 D:39 Mecidiyeköy Şişli/İstanbul adresinde gerçekleştirilecektir. Kazanan talihliler 24.06.2016 tarihli Akşam Gazetesi'nde duyurulacaktır. Talihliler info@u2.com.tr mail adresine, 0212 217 41 21 nolu faks ya da U2 Tanıtım ve Promosyon Hizmetleri'ne başvuruda bulunarak ikramiyelerini teslim alabilirler. Bir kişi birden fazla ikramiye kazanamaz. Kampanya bitiş tarihi itibarı ile teknik inceleme sonucunda Türkiye Finans Katılım Bankası A.Ş.'den kanuni takibe konu müşteriler ile 18 yaşından küçükler kampanyaya katılamazlar. KDV ve ÖTV dışında ikramiye ile ilgili tüm vergi ve yasal yükümlülükler talihlilere aittir. Kazanılan hak devredilemez, nakde veya mala çevrilemez. Detaylı bilgi www.turkiyefinans.com.tr web sitesindedir. Bu çekilişe katılan herkes, yukarıdaki şartları kabul etmiş sayılır.

turkiyefinans.com.tr / 0 850 222 22 44

f /turkiyefinans t /turkiyefinans

Türkiye'nin Finans'ı
**Türkiye
Finans**

