

DİJİTAL

KASIM 2016 / FORTUNE DERGİSİ'NİN EKİDİR.

- İşNet, e-dönüşüm çözümleriyle 2017'ye hazır
- Paul Doany yeniden oyunda
- ERP'niz dijital evrime hazır mı?
- Yatırımcıların gözdesi, bankacıların göz hapsindeki fintech'ler

5. Gelecek Buluşmaları Toplantısı'nda teknoloji liderleri şu kritik soruya yanıt aradı:

Dönüşürken veri, müşteri, süreç üçlüsünü nasıl yöneteceğiz?





NetteFatura ile içiniz de rahat, cebiniz de!

İşNet NetteFatura ile faturalarınızı
elektronik olarak düzenleyin, iletin,
arşivleyin.

Hem maliyetinizi azaltın
hem de hız kazanın.



7/24 DESTEK HATTI | www.istebulut.com.tr
0850 724 0 258 | www.isnet.com.tr

İşNet bir TÜRKİYE \$ BANKASI kuruluşudur.

 **işnet**
İNSAN İÇİN TEKNOLOJİ

Yeniden başlamak...

Fortune Türkiye Dijital'in yeni yayın dönemine bir ay gecikmeli olarak başlıyoruz. Son aylardaki yoğun hareketlilik ve üst üste iki uzun bayram tatilini öngöremediğimiz için verdiğimiz sözle yaptığımız iş arasında böyle bir uyumsuzluk oldu. Bu, yeni dönemde analitik konusuna piyasada sektör bağımsız olarak verilen önemi bizim de bu yayına yansıtmamız gerektiğini anlamamızı sağladı. Bunu artan bir oranda yapacağız.

Nerede duracağımızı şu anda öngörmek zor. SAS ile birlikte gerçekleştirdiğim Analytics Cafe görüşmelerinde Sigorta Bilgi ve Gözetim Merkezi Genel Müdürü Aydın Satıcı'nın yolsuzlukla mücadele konusunda analitiği nasıl kullandıklarını anlatırken, konuyu daha fazla kapsamamız gerektiğini düşünmüş ancak bu döneme bırakmıştım. Satıcı'nın beni etkileyen hikayesi, analitiği ilk kullanmaya başladıklarında analitik araçlarını kullanarak iş bilgisine uygun bir çözüm uyarladıklarını ancak zaman içinde sigortacılık sektöründeki birikimin yarattığı modeli neredeyse tamamen kenara bırakıp analitik yönetime geçtikleri şeklindeydi. Asıl çarpıcı olan boyut, bu şekilde daha iyi sonuçlar elde etmiş olmalarıydı. Medyanın dinamikleri düşünüldüğünde böyle akılcı bir adımın iş modeline yansması herkes için çok uzak gelecek ama bu konudaki içeriğimizi önümüzdeki sayılardan itibaren göreceksiniz.

Bu sayımızda, Türkiye'nin gündemine oturan spor ekonomisi konusunda kapsamlı bir analize yer veriyoruz. SAP Silicon Valley Labs'e ziyaretim sırasında görme fırsatı bulduğum daha fazla dijitalleşen Levi's Stadium'dan başlayıp Deloitte'tan Cem Sezgin ile Türkiye'de borçlarıyla konuşulan futbolda CFO'ların etkin kullanılmasının nasıl bir değişim yaratabileceğine kadar uzanan bir çalışma oldu.

Yeniden başlamak deyince Türkiye'de bugünlerde ilk akla gelen herhalde Paul Doany'nin Türk Telekom'un başına dönmesidir. İlk 100 gününde bin kişiyle görüşeceği haberleri çıkan Doany'nin aradaki dönemde start-up yatırımcısı olarak yaptıkları ile ilgili birikimimizin, kendisiyle görüşmeden de böyle bir yazıyı oluşturmamıza yeterli olacağını düşünüyoruz. 100 günü tamamlandıktan sonra kendisiyle konuşmayı da umuyoruz.

Veri kurtarma konusuna odaklanan bu ayki yuvarlak masa toplantımızda hangi verinin şirketler için daha değerli olduğu sorusundan başlayarak işin derinliklerine doğru ilerledik. Nuray, konuştuklarımızı etkileyici bir biçimde kaleme aldı. Bu alan, yeniden başlama konusunda odaklanılması gereken yerlerden biri. Öyle ki risk yönetimi, sigorta ve reasürans brokerliği alanlarında uluslararası hizmet sağlayıcı Aon'un düzenlediği ayrı bir toplantıda, davetlilerden birinin yönettiği en ilgi çekici soru, dijital tehditlerin arttığı bir dünyada sigorta poliçelerinin nasıl değişeceğiydi. AON Türkiye eş-CEO'su Selda Oknas, ayaküstü konuşmamızda, en azından veri kurtarmanın kapsan-



ması konusunda bir müşteri talebinin oluştuğuna işaret etti. Soruya verdiği yanıtta ise poliçelerin olgunlaşmasının zaman alacağı ancak sektörde konunun dikkate alındığını kaydetti. Şimdiye kadar Zürich Sigorta'nın yabancı yayınlardaki ilanlarından bu konuya önem verdiğini anlamamanın dışında sigorta sektörünün müşterilerinin siber risklerini sigortalama konusunda neler yaptığını bilmeyen biri olarak bu tartışmayı ilgi çekici buldum.

Her iki toplantıda ilgi çekici bulduğum bir diğer alan da regülasyon oldu. Kişisel Verilerin Korunması (KVK) kanunu, üzerinde ince eleyip sık dokuyarak durmamız gereken bir konu. İç hukukla uyumsuzluklarından veriyle ilgili raporlama zorunluluğunun CIO ve CTO'ları sorumlu duruma getirip getirmediğine, maddesinden çok istisnası olmasına ve uzun bir liste oluşturacak diğer tartışma konularına kadar ilgimizi çekiyor. Tabii, bu ilgi dijital dünyaya etkisi ile bağlantılı, yoksa huktan anladığımız iddiasında değiliz. Ama dijital dünyayı iyi biliriz.

Hoşçakalın.

KEREM ÖZDEMİR

Fortune Türkiye Teknoloji Editörü



4 Şirketlerden haberler

8 Logo ile özgür ve sınırsız iş

Logo Yazılım, Logosphere etkinliğinde, iş dünyasında özgür ve sınırsız işin tanımını yaptı.

10 ERP'niz dijital evrime hazır mı?

Şirketler dijitalleşirken ERP sistemlerinin de dijitalleşmesi, dijital evrene hazırlık süreçlerini tamamlamaları kaçınılmaz.

16 İşNet 2017'ye hazır

İşNet Genel Müdür Yardımcısı Aytül Sepetci, NetteArşiv Hizmeti ile e-dönüşüm uygulayan şirketlere uçtan uca hizmet verdiklerini söylüyor.

18 Akıllı veri yönetimi dönemi

Komtaş, Informatica ile birlikte Data 3.0 adını verdiği ve akıllı veri yönetiminin temelini oluşturan yeni nesil altyapı mimarisi ile kurumları geleceğe hazırlıyor.

22 Dönüşürken veri, müşteri, süreç üçlüsünü yönetmek

Fortune Dijital Gelecek Buluşmaları'nın beşincisinde teknoloji liderlerinin gündeminde olan veri, müşteri, süreç üçlüsünü masaya yatırdık.

34 Yeni nesil mobil cihaz: Otomobil

Daimler AG Yönetim Kurulu Başkanı Dr. Dieter Zetsche otomobilin artık bir mobil cihaz olduğunu vurguluyor.

36 Yatırımcıların gözdesi fintech'ler

Yeni neslin şirketleri fintech'ler yatırımcıların iştahını kabartırken geleneksel bankacıların da yakın markajında.

38 Paul Doany yeniden oyunda

Paul Doany yeniden Türk Telekom'un CEO'su oldu.

40 Sporun dijital hali

Silicon Valley'in kalbinde yer alan Levi's Stadyumu, bugünün ve geleceğin stadyumları arasında bir köprü.

45 İnsan kaynakları

46 Yaşlı bakımında dijital olanaklar

Dijital sağlık çözümleri, sensörlerin de eklendiği sistemlerle yaşlıların düşmesi gibi sorunlara da çözüm oluşturuyor.

48 Analog/Bir platform olarak Podolski

EDİTÖR

Kerem Özdemir
kozdemir@fortuneturkey.com

SAYFA DÜZENİ

Duygu Dağ

KATKIDA BULUNANLAR

Nuray Şuman
nurays@tazefikirevi.com

Güldane Taşdemir
guldane@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.



Yeni teknolojiler tasarımın geleceğini şekillendiriyor

Autodesk, Autodesk University Extension İstanbul 2016 (AUx İstanbul) ile 600'ün üstünde tasarımcı, mimar ve farklı sektörden pek çok profesyoneli ikinci kez İstanbul'da ağırladı. Autodesk işbirliği ile hayata geçen üçüncü havaalanı ve Kabataş - Mahmutbey metro hattı gibi projelerin yanı sıra, Fusion 360 ve 3D printing teknolojiler de AUx İstanbul 2016'da ilgi gören konular arasındaydı.

Etkinlikte "Tasarımın Geleceği" hakkında konuşan Autodesk Global Satış ve Hizmetler Başkan Yardımcısı Callan Carpenter, Autodesk'in yüksek performanslı bir araba, gökyüzüne uzanan bir gökdelen, akıllı telefonlar ya da müthiş filmler gibi inanılmaz şeyleri hayata geçiren mühendislere ve tasarımcılara olan desteğini vurguladı. Carpenter, "Bugün bulut, sosyal ve mobil bilişim üzerine çalışan profesyonellerin ve ekiplerin hiç olmadığı kadar birbiri ile bağlantılı olduğu bir çağdayız. Bu birbirine bağlı olma durumundan fayda yaratmak, tasarımı en uygun hale getirmek ve ürün ya da projelerin çeşitli safhalarını gerçekleştirmek veya kullanmak için tasarımı sadece optimum hale getirmenin ötesine geçmeyi gerektiriyor. Bir ürünü yaratma şeklini, hatta bu ürüne bağlı sistemleri optimize etmemiz gerekiyor. Görüyoruz ki tasarım sürecinde dijital ve fiziksel dünya baştan sona kadar birbiri ile entegre durumda. 3D printing, mikro fabrikalar, dronlar ve gerçeklik anları gibi üretimde ve inşaatta kullanılan gelişmiş teknolojiler çok yakında vazgeçilmez hale gelecek" dedi.

Bir diğer konuşmacı olan ve nesnelerin interneti kavramına odaklanan Autodesk Üretim Stratejisti Diego Tamburini dijital tasarım dünyasındaki trendlere ve bu trendlerin üretim sektöründe yarattığı etkilere değindi. "Müşteriler, daha akıllı, birbiri ile daha bağlantılı, çok daha verimli ve kullanımı kolay ürünler talep ediyor. Bunun yanı sıra insanlık da iklim değişimi, global ısınma, gıda güvenliği, işsizlik, terörizm, su kıtlığı, ekonomik eşitsizlik, aşırı nüfus, trafik, kirlilik gibi ancak çok taraflı sistemlerce geliştirilebilecek çözümler gerektiren ciddi problemlerle yüzleşiyor. Tüm bu karmaşaya ek olarak, teknolojik ilerlemeler de katlanarak artıyor. Bu hız, rekabet edebilmek için şirketlerde yeni teknolojileri anlama ve adapte olma baskısı yaratıyor. Biz Autodesk olarak, üretim alanında müşterilerimizin karşılaştıkları tüm bu zorlukları anlıyoruz. İnovasyon kültürümüz, gelecek vaat eden yeni teknolojiler arayışında olmamız ve ürün ile hizmet modellerimizle müşterilerimizin bu değişim sürecini en iyi şekilde atlatmalarına destek oluyoruz" dedi.

Bilişim Zirvesi '16'da dijital evrim ve endüstri 4.0 konuşulacak

Bilişim Zirvesi'16 - ICT Summit etkinliği bu yıl, ulusal ve uluslararası 200'ün üzerindeki konuşmacının katılımıyla ve "Dijital Evrim ile Endüstri 4.0" ana temasıyla 22-23 Kasım tarihlerinde İstanbul Haliç Kongre Merkezi'nde yapılacak. Bilişim Zirvesi'16'da "Digital Evrim'in Organizasyonu" kitabının yazarı Sriram Narayan ve Robert Bosch Engineering and Business Solutions Başkan Yardımcısı & İşletme Birimi Başkanı Gaur

Dattatreya tüm dünyanın merakla beklediği konuşmacılar olacak. Alanında "dünyada okunması gereken 10 kitaptan birinin yazarı" olarak tanınan Sriram Narayan, dijitalleşmede iş analizinin yeni tanımını yapıyor ve nasıl olması gerektiğinin altını çiziyor. Robert Bosch Engineering Başkan Yardımcısı Gaur Dattatreya ise endüstri 4.0 bağlantısı ve entegrasyonu süreci üzerine konuşacak.

Samsung'dan yeni nesil yapay zekâ atağı:



Samsung Electronics, yakın gelecekte kullanıcıları için sanal kişisel asistanlar yaratma taahhüdü doğrultusunda, konuşma ve öğrenme becerilerine sahip yapay zeka platformu Viv Labs'i satın almaya karar verdiğini duyurdu.

Viv; yazılım geliştiricilere etkileşimli asistanlar yaratıp kullanabilmenin yanı sıra ünlü uygulamalara ve hizmetlere lisan temelli doğal bir arayüz entegre etme imkanı veren bir açık yapay zekâ platformu geliştirdi.

Samsung'un tüm ürün ve hizmetleri genelinde yapay zeka temelli açık bir ekosistem yaratmak üzere genişleyen vizyonunun bir parçası olan bu satın alma kararı, Samsung'un sanal kişisel asistanlar konusundaki taahhüdünü ortaya koyuyor. Samsung, Viv sayesinde müşterileri için yeni hizmet deneyimleri sunabilecek. Bu yeni deneyimlere kullanıcı arayüzünü basitleştiren ve kullanıcıyı anlayarak ona en uygun önerileri sunabilen bir hizmet deneyimi de dahil.

Tüketiciler, yapay zekanın yükselişiyle birlikte artık günlük hayatlarına uyum sağlayan deneyimler ve konuşarak etkileşimlenebilen kişiselleştirilmiş teknolojiler istiyor. Viv, bunu sağlamak için bu etkileşimi ölçeklendirme imkanı sağlayan yeni ve kişiye özel bir platform yarattı.

Viv'in platformu, geliştiricilere sisteme yeni uygulamaları nasıl yaratacağını öğretme imkanı da sunarak her gün daha da akıllı hale gelen açık bir zeka ekosistemi inşa ediyor. Viv'in üstün platformu Samsung'un önde gelen cihazları, servisleri ve küresel kaynakları ile bir araya geldiğinde, yeni nesil yapay zeka çözümlerinin de yolunu açacak.

TEMSA Maker Laboratuvarı açıldı

Geleceğin ürünlerinin ve ulaşım çözümlerinin “Maker ruhu” ile tasarlanacağı TEMSA Maker Laboratuvarı geçtiğimiz ay açıldı. Açılışı Sabancı Holding Sanayi Grup Başkanı Mehmet Hacıkamiloğlu ve TEMSA Genel Müdürü Dinçer Çelik birlikte yaptı. TEMSA bu laboratuvarla geleceğin Smart Mobility standartlarını ve çözümlerini geliştirecek.

TEMSA’nın liderliğini sürdürdüğü sektörde, otobüs üretmekle birlikte akıllı ürünlerini akıllı fabrikalarda, geleceğin ihtiyaçlarına yenilikçi çözümler üreten teknoloji şirketi olma yolunda ilerlediğini vurgulayan Dinçer Çelik, bu doğrultuda TEMSA’nın vizyonunun; “Akıllı ulaşım çözümleri üreten, yenilikçi ve girişimci, fark ve değer yaratan teknoloji şirketi olma” olarak şekillendiğini söyledi. Çelik, “TEMSA Smart Mobility vizyonu doğrultusunda oluşturduğu teknoloji programları; ‘Akıllı Otobüsler’, ‘Elektrikli Otobüsler’ ve ‘SMART 2020’ ile yol alırken TEMSA’da tüm çalışanlar ‘yenilikçi - teknolojik denemelerini’ TEMSA Maker Lab. ile tamamen kendilerine ait olan ve kendilerinin yaşatacağı TEMSA Maker Laboratuvarı’nı devreye alabilecek” derken bundan mutluluk ve gurur duyduklarını ifade etti.



Açılışta TEMSA’nın Maker Lab. ürünleri ile yapılan ilk robotu da tanıtıldı. TEMSA mühendislerinin yazılımlarıyla yapılmış ve sensör teknolojileri ile donatılan robot, misafirlerle birlikte çalıştırıldı. TEMSA tarafından çekilen “Sürüş Deneyim Videosu” sanal gerçeklik deneyimi sunan VR Gözlükle Maker Lab. da Hacıkamiloğlu tarafından denendi.



EMS Yazılım’da ERP için yazılım geliştirme platformu

EMS Yazılım, süreç yönetimini iyileştirecek bir yazılım platformuna imza attı: Octopod. Kurumsal kaynak planlaması (ERP) çözümlerinde yerli ya da yabancı teknoloji tarafından, müşterilere önerilen çözümlerin yetersizliğinden yola çıkılarak dört yılda geliştirilen

Octopod Yazılım Geliştirme Platformu, 5 milyon TL’lik bir yatırım ile hayata geçti. Yazılım sayesinde her firma kendi ERP modülünü geliştirebiliyor. Octopod’u kullanmak için ileri seviyede yazılımcıya ihtiyaç olmadığı ve ortalama dokuz saatlik bir eğitimin sonunda herkesin yazılım geliştirebileceği bildiriliyor.

EMS Yazılım Yönetim Kurulu Başkanı Şenol Balo, sektördeki hazır paket yazılımların müşterinin ihtiyacını tam olarak karşılayamadığını, bu nedenle verimliliğin yüzde 65’lerde kaldığına değindi. Octopod’u buradan hareketle geliştirdiklerini ekleyen Şenol Balo “Türk ekonomisinin belkemiğini küçük ve orta ölçekli işletmeler oluşturuyor. Temelde maliyetlerin yüksek olması sebebiyle bu firmalar özelleştirilmiş yazılımlara erişemiyor, teklif dahi almıyorlar. Bir kere paket yazılım aldığın zaman da, o firmaya bağımlı hale geliyorsun. Bu bir işletme için zaman kaybı” açıklamasını yaptı. Halen dokuz ülkede ERP danışmanlık ve implementasyon hizmetleri veren EMS Yazılım’ın Octopod ile hedefi Avrupa pazarı. beş yıl içerisinde 20 ülkede Octopod’u yerleştirmeyi hedeflediklerine değinen Şenol Balo, ilk görüşmelerin İngiltere pazarı ile gerçekleştirileceğini belirtti.

Mikro Yazılım ile e-ticarete kolay geçiş

Kurumsal ve ticari yazılım üreticisi Mikro Yazılım, “Mikro Yazılım Avantajlar Dünyası” çerçevesinde hayata geçirdiği işbirliği ile kendi ürünlerini kullanan ve büyümek isteyen şirketlere e-ticaretin önünü açarak büyümelerini desteklemeyi hedefliyor. Bu kapsamda Mikro Yazılım ve yine e-ticaret sektörünün önde gelen şirketlerinden Ticimax işbirliği ile Mikro Yazılım kullanıcılarına özel oluşturulan e-ticaret paketinin yıllık fiyatı KDV dahil 1.800 TL olarak duyuruldu. Mikro Yazılım kullanan ve büyümek isteyen şirketler, Mikro Yazılım e-ticaretin önde gelen şirketlerinden Ticimax işbirliği ile kendilerine sunulan avantajlı e-ticaret paketi sayesinde, kolayca e-ticaret sitelerini açıp satışa başlayabilecek.

Sunulan avantajlar arasında şunlar yer alıyor: Şirketler bir günde e-ticaret sitesi açıp satışa başlayabiliyor. Bulut e-ticaret altyapısının gücü ile güncel ve güvenli bir e-ticaret sitesine sahip olabiliyor, e-ticaret sitesine sınırsız ürün, kategori ve içerik ekleyebiliyorlar. Farklı pazarlama araçlarıyla satışlarını artırılabiliyorlar. Gelişmiş SEO uygulaması sayesinde arama motorlarında hızlıca üst sıralara çıkabiliyorlar. Sosyal medya entegrasyonları ve üye olmadan alışveriş olanağı ile hızlıca sipariş alınabiliyor. Kendi üye ve bayilerine özel indirim sunabilme olanağına sahip oluyorlar. Tüm cihazlara göre kendini boyutlandıran responsive temalarla, mobil ziyaretlerini satışa döndürebiliyorlar. 7/24 teknik destek ve acil yardım hattını arayarak yardım alınabiliyor.

QlikView Türkiye markası BI Technology oldu

İş zekası çözümleri deyince ilk akla gelen isimlerden biri olan ve bu alanda 20 yıllık bilgi birikimi ve deneyime sahip BI Technology, 2012 yılından bu yana pazarda QlikView Türkiye marka adıyla faaliyetlerini sürdürüyor. Qlik şirketinin Türkiye'deki tek distribütörü olması ve sadece Qlik çözümünü pazara sunmasından dolayı QlikView Türkiye marka adını kullanan şirket, bundan böyle BI Technology markasıyla anılacak. Bununla

birlikte şirket, Qlik şirketinin Türkiye'deki tek distribütörü olarak faaliyetlerine aynı şekilde devam edecek.

Bu değişikliğin arkasında; Qlik şirketinin son yıllardaki hızlı büyümesi, buna bağlı olarak yeniden yapılanması ve gelişen stratejilerine uygun olarak BI Technology'nin global pazarda sadece QlikView ve Qlik Sense platformlarının merkezde olduğu sektörel ve harita, sosyal medya, büyük veri uygulamaları

gibi fonksiyonel tamamlayıcı ürünlerin farklı global firmalar tarafından pazara sürülmesi ve 20 yıllık iş zekası deneyimine sahip olan BI Technology'nin bu firmaların da temsilciliğini yapması etkili oldu.

BI Technology'nin yeniden pazarda eski adıyla yer almasını sağlayacak bu gelişme ile birlikte şirketin iş ortakları ve müşterileri tüm çözümlere www.bitechnology.com adresinden ulaşabilecek.

Dell EMC Çözümler Günü İstanbul ve Ankara'da düzenlenecek



Dell EMC, 11 Kasım'da İstanbul ve 15 Kasım'da Ankara'da Intel'in katkılarıyla gerçekleşecek Dell EMC Çözümler Günü'nde, uçtan uca çözüm portföyü ve gelecek vizyonunu paylaşmak üzere iş ortakları ve müşterileriyle bir araya geliyor. Dell EMC Türkiye Ülke Müdürü Didem Duru'nun evsahipliğinde, Dell Kurumsal Çözümler Satış, İş Birlikleri ve Strateji Küresel Başkanı Brian Humphries'in ana konuşmacı olarak katılacağı İstanbul'daki etkinlikte, şirketin bulut tabanlı yapılar dönüşümünden mobil çalışma ortamlarına kadar birçok konu ele alınacak. Yeni dijital ekonomide her şeyin birbirine bağlanabildiği, anlık veri analizinin parmak uçlarında olduğu bir dünyanın yaşamımızı ve çalışma şekillerimizi nasıl değiştirdiği üzerinde durulacak.

Hem İstanbul hem de Ankara'da gerçekleşecek etkinliklerde Dell EMC'nin endüstri lideri yakınsanmış altyapılar, sunucular, depolama ve veri koruma teknolojileri kullanarak, kurumların veri merkezlerini modernize ederek dönüştürmelerini sağladığı çözümler hakkında bilgiler verilecek.

BT birimlerinin dönüşümünün ele alınmasının yanı sıra Flash depolama ile modernize edilecek altyapılar, geleceğe hazır ağ teknolojileri, büyük veri çözümleri, yazılım tanımlı veri merkezleri gibi konularla ilgili uzman görüşleri paylaşılacak.

EOH ve ACRON stratejik ortak

EOH ile ACRON arasında imzalanan anlaşma ile EOH, global operasyonlarını Afrika dışında özellikle Türkiye pazarında genişletecek. ACRON ise Türkiye pazarında geçen yıllarda yakaladığı başarıyı, global bilgi teknolojileri arenasına ve yurtdışı pazarlara taşıyacak. Afrika'nın en büyük sistem entegratör firması EOH, ACRON ile birlikte ortak kaynak ve yetenek kullanımı ile Ortadoğu, Asya ve Afrika'da daha etkin yer alacak. EOH, kurumsal uygulama hizmetlerini Afrika kıtasında pek çok farklı lokasyonda sürdürüyor. Dubai, Suudi Arabistan, Hindistan, Kuzey Afrika, İngiltere, Güney Amerika ve Türkiye ofisleriyle hizmet verecek olan şirketin temel iş alanlarını sektör spesifik danışmanlık hizmet ve teknolojileri, uygulamalar, BT yönetimi, BT dış kaynak kullanımı ve iş danışmanlığı oluşturuyor. Finansal hizmetler, telekomünikasyon, üretim, lojistik, madencilik, elektrik, su, gaz hizmetleri, perakende, kamu ve sağlık sektörleri de yine EOH'nin temelde odaklandığı sektörler arasında yer alıyor.

ACRON Bilişim Genel Müdürü Semih Gür, EOH/ACRON hisse ortaklığı sürecini şöyle özetliyor: "ACRON Bilişim, hem Türkiye hem de Ortadoğu pazarında başından beri agresif büyüme stratejisine sahip. Hisse ortaklığı, bu strateji doğrultusundaki hedeflerimize ulaşmayı hızlandıracak. ACRON, bugünkü gelirlerinin yüzde 10'undan fazlasını yurtdışı projeleri ile elde eden bir firma." EOH Ortadoğu ve Afrika Bölge Başkanı Ebrahim Laher ise işbirlikçi ortaklık sürecini değerlendirirken şunları söylüyor: "1998 yılından bu yana Güney Afrika pazarında hizmet veriyoruz. Son iki yıldır, Afrika kıtasının içinde şimdi de Ortadoğu ve ötesinde varlığımızı genişletmeye odaklandık. EOH, şu sıralar Afrika içinde 32 ülkede, Afrika dışında 19 ülkede bulunuyor. Saygın bir SAP Partneri olan ACRON'un derin endüstri tecrübesi ve performansı, bize önemli derecede katkı sağlayacak, Afrika ve iş yaptığımız diğer pazarlarda operasyonlarımızı artıracak. Kısa vadede büyüme stratejimizde kamu ve özellikle belediye sektörlerine odaklanmak bulunuyor."



Samsung, Windows 10 Pro ürününü önerir.

YENİ NESİL MOBİL OFİSİNİZ İLE TANIŞIN: GALAXY TABPRO S



Galaxy TabPro S

Samsung, üstün teknolojisi ile dizüstü bilgisayarların gücünü ve tabletin taşınabilirliğini bir araya getirdi.

Yeni nesil Intel Core M işlemcili Galaxy TabPro S ile zor görevleri dilediğiniz yer ve zamanda hızlıca tamamlayın.

- Tam Donanımlı Klavye ve Dokunmatik Ekran ile Üst Düzey Verimlilik
- Windows 10 ile Ofis Uygulamalarınız Her An Yanınızda
- Güçlendirilmiş Pil ile 10 Saate Varan Kesintisiz Çalışma Deneyimi

Ayrıntılı bilgi ve satış için **0212 336 03 50**'yi arayabilirsiniz.

Ayrıntılı bilgi için : www.samsung.com/tr/business

© 2013 Samsung Electronics Co. Ltd.



SAMSUNG



Logosphere 2016'nın sembolündeki kanatlar, kullanıcıların özgürleşmesini simgeliyor.

Logo ile özgür ve sınırsız iş

Logo Yazılım beşincisini düzenlediği Logosphere'de karmaşılaşan iş dünyasında verimli olmanın ipuçlarını verdi. **Nuray Şuman**

Y

ENİ DİJİTAL DÜNYADA pek çok karmaşık yapının oluştuğu ve yönetiminin giderek zorlaştığı noktasından hareketle Logo Yazılım, “Yepyeni bir kullanıcı deneyimi yaşatmak” üzere kullanıcılarını statik yapılardan, standart uygulamalardan ya da platformlardan özgürleştiriyor. Logo Yazılım İcra Kurulu Başkanı M. Buğra Koyuncu okurlarımıza, Logosphere’in içeriğini ve dijitalleşen iş dünyasının yeni dinamiklerini aktardı.

Logo Yazılım’ın bütün ekosisteminin bir araya geldiği Logosphere’i kaç yıldır düzenliyorsunuz ve bu etkinliğinizin amacı ve hedefi nedir? Bu yıl beşincisini düzenlediğimiz Logosphere, Logo ekosisteminde yer alan tüm tarafların bulunduğu bir toplantı. Burada kastettiğimiz taraflar; çözüm üretkenler, hizmet verenler, Logo, kullanıcılar, akademisyenler, öğrenciler ve sektör profesyonelleri... Tüm birleşme ve satın almalarından sonra Logo’da 30’un üzerinde ürün ailesi, 60’ın üzerinde ürün, 800 çözüm ortağının geliştirdiği bin 300 adet çözüm ve 5 binin üzerinde Logo uzmanı yer alıyor. Türkiye ekonomisinde sektörel anlamda çok fazla çözüm, hizmet ve bilgi birikimine sahibiz.

Bu yıl etkinliğin içeriğinde ne tür konular vardı, kimlere hangi mesajları verdiniz?

Bu yıl toplantımızda vurguladığımız temel konu “hibrit mimarisi” oldu. Gelecekte bizi etkileyecek tek bir trend, paradigma ya da dönüşümden söz etmek mümkün değil. Birçok eğilimle, trendle aynı anda uğraşıp bunlarla başa çıkmamız, verimlilik elde edecek şekilde yararımıza kullanmamız gerekecek. Toplantımızda tanıttığımız yeni “3 serisi” ürünlerimizin bulunduğu platformun pek çok farklı özelliği bulunuyor. Bunlardan en önemlisi, rol bazlı veya kullanıcı bazlı özelleştirmelere imkan vermesi. Kullanıcılar ürünün arayüzünü kendi ihtiyaçlarına göre tasarlayabiliyor ve özelleştirebiliyor. Logo’nun App Store’undan uygulamaları satın alarak ürün içerisinde kullanabiliyorsunuz, bu da ekosistem ürünlerini doğrudan ürünün içinden alıp hemen aktive etmek anlamında bir açılım sağlıyor. Ürünümüzün özel mimarisi sayesinde, çok daha yalın bir şekilde ürünün birçok özelliğini ve temel bağlantılarını web servisleri üzerinden dışarıya açıyoruz. Bu sayede kullanıcılar mobil veya web aracılığıyla da ürüne erişebiliyor. Yine burada duyurusunu yaptığımız son iki ürünü, doğrudan bir web tarayıcı üzerinden, isterseniz bir akıllı telefon veya tablette, isterseniz notebook üzerinden çalıştırabiliyorsunuz. Uygulamalara, derseniz kendi işletmeniz için içerisinden masaüstü uygulaması olarak ya da farklı ortamlardan, farklı cihazlardan erişebiliyorsunuz. İşte bunların hepsini bir araya getirip, farklı fonksiyonlar için farklı şekilde kullandığınız zaman hibrit bir mimari ortaya çıkıyor. Özellikle önümüzdeki dönemlerde bunun önemli olacağını düşünüyor ve bu yapıyı

destekliyoruz. Çünkü her firmanın iş süreçleri açısından kendi öncelik sıralaması veya rekabet açısından kritik gördüğü konular farklı. Her firma kendi faaliyetine, kendi sektörüne göre bunlar arasında bir sıralama yapıp kendi çözümleri içerisinde hangilerinden ne şekilde etkileneceğinin bir stratejisini belirlemeli. Biz de bu firmalara hem bu stratejiyi belirlemede hem de gerekli ürünleri sağlamada yardımcı oluyoruz.

Logosphere 2016'nın sembolünde kanatlar kullandık. Bu da aslında kullanıcılarımızın özgürleşmesini, bağımsızlaşmasını simgeliyor. Kullanıcılarımızı, statik yapılardan, standart uygulamalardan ya da platformlardan bağımsız kılıp özgürleştiriyoruz.

Kurumsal iş yönetimi çözümleri pazarında yıllar itibarıyla Logo Yazılım kendisini nasıl konumlandırdı? Bulut, mobilite, büyük veri, nesnelerin interneti gibi yeni nesil teknolojilerin hayata geçirilmesinde müşterilerine ne gibi kolaylık ve farklılıklar sunuyor ve sunacak?

Bu tür yeni kavramlar hepimiz için teknolojiye ve iş yapış biçimlerinde belli dönüşümleri işaret ediyor. Biz Logo olarak kuruluşumuzdan bu yana bu tür yenilikleri kendimiz ve kullanıcılarımız için her zaman bir fırsat olarak gördük. Örneğin, Endüstri 4.0 ilk olarak büyük kurumsal firmalardan başlayacak, çünkü bu firmalar özel danışmanlık hizmetleri alacaklar ve hatta uluslararası firmalar Avrupa'daki diğer merkezleriyle ortak projeler yürütecekler.

Orta segment ve küçük segmente geldiğimizde yavaş yavaş bu konuda pazarda yerli danışmanlık hizmetleri, "best practice" diye adlandırdığımız en iyi uygulamalar, sektöre

özel bir takım çözümler ortaya çıkmaya başlıyor. Bu noktada biz "Logo Akademi" ismini verdiğimiz eğitim birimimiz üzerinden bilgilendirme, eğitme seminerlerine başlıyoruz. Konuyu detaylandırıyor, çeşitli toplantılar ve seminerlerde bunları tartışıyoruz. Daha sonra iş ortaklarımızla birlikte çeşitli çözümler oluşturuyoruz. Belli sektörlerde Endüstri 4.0'ı desteklemek için üretilen bir uygulama paket olarak sunulabilecek durumdaysa bir sektörel çözüm olarak platformun üzerine ekliyoruz. Bunu yapamıyorsak söz konusu uygulamaları geliştiren iş ortaklarımızı, o alanda bilgi birikimine sahip firma olarak öne çıkartıyor ve onları adresliyoruz. Bu konularda bizlere ulaşan ve çözüm arayışında olan potansiyel müşterileri iş ortaklarımıza yönlendiriyoruz. Zamanla bunun penetrasyonu arttıkça, konuda uzman firmalar da öne çıkmaya başlıyor. Bizim şansımız, ekosistemimizde yer alan firmalardaki çalışanlar genellikle mühendisler, teknik kişiler veya pro-



Koyuncu, "Firmalara hem strateji belirlemede hem de ürünlerde yardımcı oluyoruz" diyor.

fil olarak bu tür adaptasyonları daha hızlı yapabilecek kişiler. Dolayısıyla onların adaptasyonu çok daha hızlı oluyor. Daha sonra biz bunu KO-Bİ'lere öğretme ve anlatma misyonunu üstleniyoruz. Bunun Endüstri 4.0 da dahil olmak üzere tüm diğer trendlerde de benzer şekilde gerçekleşeceğini düşünüyorum.

İş dünyasının e-dönüşümüne ve kamu kurumlarıyla dijital entegrasyonuna yönelik ne tür çözümler sunuyorsunuz?

Şu an e-devlet dönüşümünün merkezinde e-fatura ve e-arşiv kullanımı bulunuyor. Yasal düzenlemeler bunu belirli firmalara zorunlu kıldı. Bu firmalar hem devlete hem de karşı taraftaki firmalara e-fatura gönderimini yapmak zorunda. Burada bizim iki temel rolümüz var: Bunlardan ilki, uygulama sağlayıcı veya ERP firması olarak firmanın ana sistemini yürütüyoruz. Dolayısıyla faturalar aslında bizim uygulamalarımızdan kesiliyor. Bir diğeri de fatura nereden kesilirse kesilsin, bir elektronik formatta kamuya ve diğer firmalara gönderilmek durumunda, bu da bir veri transferi hizmeti demek. Buna da özel entegratörlük hizmeti deniyor. Logo da bünyesindeki e-Logo ya da Logo Elektronik firmasıyla bu özel entegratörlük hizmetini sağlıyor.

Bu alanda hizmet verdiğimiz firma sayısı açısından lideriz. e-dönüşüm, genel olarak e-fatura ve e-arşivle başladı ve e-irsaliyeyle devam edecek ve hem kapsam hem içerik olarak gittikçe yaygınlaşacak. Dolayısıyla aslında önümüzdeki dönemde tüm firmaların gündeminde olmaya devam edecek. Firmalar hangi yazılımı kullanırlarsa kullansın, hatta faturalarını elle kesen firmalar dahi zamanla e-fatura mükellefi olacak.

ERP'niz dijital evrime hazır mı?

Şirketlerin beyni, kalbi, sinir sistemi, eli-kolu-bacağı, kısacası herşeyi sayılabilecek kurumsal iş yazılım sistemleri (ERP) dijitalleşmenin olmazsa olmaz yönetim araçları arasında ilk sırada. Şirketler dijitalleşirken ERP sistemlerinin öncelikle dijital evrene hazırlık süreçlerini tamamlamaları kaçınılmaz. **Nuray Şuman**

DÜNYADA 90'LI YILLARDA kullanılmaya başlanan ERP son 20 yılda büyük gelişmeler kaydetti. İlk kez üretim planlama sistemlerinde yaşanan yetersizliklere çözüm olarak ortaya çıkan uygulamalar, zaman içerisinde sadece şirket içi operasyonların yönetildiği bir uygulama yazılımı olmaktan çıktı. ERP bugün kurumların tüm değer zinciri ile etkin iletişim kurabileceği bir sistem olarak kullanılıyor. ERP her ne kadar yazılım tabanlı çözüm ise de aslında şirketlerdeki kritik işlevi dolayısıyla bir yazılım değil, sistemdir.

İçinde bulunduğumuz bu hızlı dijital dönüşüm ortamında, özellikle üretim yapan şirketlerin kullandıkları sistemlerin başında ERP geliyor. 10 yıl öncesine kadar sadece büyük ölçekli şirketlerde bulunan bu sistemler şimdi küçük ve orta ölçekli şirketlerde de yoğun bir şekilde kullanılıyor.

Yeni iş dünyası kapalı devre ve bağımsız çalışma modelini hızla terk ederek açık ve bağlantılı bir yapıya geçiyor. Dijital dünya olarak adlandırdığımız bu çağda nesneler ve insanlar büyük bir paylaşım ağının üyesi olarak bilgi alışverişinde bulunuyor. Nesnelerin interneti, mobil ve bulut teknolojilerinin desteklediği bu yeni iş ve yaşam modeli üretimden tüketime, tasarımdan ticarete kadar her alanı dönüştürüyor.

ERP sistemlerinin de yeni rolü burada devreye giriyor. Bu sistemler şirketlerin kapalı devre çalışma mantığını dönüştürüp dijital ekosistemin bir parçası haline getirmek zorunda. Yeni nesil ERP sistemlerinin dijital, akıllı özellikleri sayesinde şirketler bulut, IoT, Endüstri 4.0 gibi dijital evrim basamaklarını kolayca çıkabilirler.

KUSURSUZ VERİ BÜTÜNLÜĞÜ VE AKIŞI

ERP şirketlerin kurumsal çalışma alt-yapılarını oluşturan yönüyle de tercih ediliyor. Özellikle dijital verinin çılgın büyüdüğü iş dünyasında veriyi bütünsel kılıp şirketin tüm sinir sisteminde dolaşmasının sağlanması gerekiyor. İş birimleri arasında anlık ve kesintisiz veri ve bilgi alışverişi yapmaya olanak veren ERP sistemleri sayesinde planlamadan tedarige, depodan üretime, kalite kontrolden sayıma, satıştan sevkiyata, cari hesaptan müşteri memnuniyetine kadar tüm süreç zincirinin birbiriyle her an her ortamdan konuşması ve çalışanların da bu bilgilere kesintisiz ulaşmaları mümkün.

Bu yönüyle de ERP dijital evrenin veri üretim canavarı konumunda. Dışarıdan ve içeriden gelen verilerin bilgiye ve yarara dönüştürülmesi için doğru, zamanında ve kesintisiz



Tomuş, "ERP'nin sağladığı etkin planlama olanakları, verimliliğe katkı yapıyor" diyor.

UZMAN GÖRÜŞÜ

ERP şirketlerin gelir ve performansını artırıyor

Mikro Yazılım Genel Müdür Yardımcısı Alpaslan Tomuş

Yeni nesil ERP sistemleri şirketlerin dijital dönüşümüne uygun olarak nasıl bir kimlik kazandı? ERP sistemleri şirketlerde dijital dönüşüme nasıl katkıda bulunuyor? Bu uygulamalar, işletme verimliliğini önemli ölçüde artırarak doğru verilerin toplanmasını, veriden bilgi, bilgiden ise politika/strateji üretilmesini sağlıyor. Ayrıca etkin planlama (insan kaynakları, finansal akış, üretim vb.) ile verimlilik artışı elde ediliyor.

Şirketlerin yatırımları sonucunda elde ettikleri faydalar genel olarak şu başlıklar altında toplanabilir: Maliyetlerde azalma, gelirlerde iyileşme, gelişmiş nakit yönetimi, envanter ve personel sayılarında azalma, sipariş termin sürelerinin azalması, üretkenlik ve sipariş yönetiminde iyileşme, bilgi ve süreç akışlarıyla müşteriye hizmet sürelerinde iyileşme. ERP sistemine yönelen şirketler genellikle birçok eski sistemi ortadan kaldırıp bakım masraflarından tasarruf ettikleri için, bilgi teknolojisi maliyetleri de azalıyor. Diğer taraftan satılan malların maliyetinin gelirlere olan oranındaki gelişmelerin gözlenebilmesi için ortalama olarak üç yılın geçmesi gerekiyor. Fakat bu süreçte çalışanların sayısının gelire oranında önemli iyileşmeler gözlenebiliyor. Yatırımların sağladığı

veri akışının sağlanması çok önemli. Çoğu ERP projesinin başarısızlık nedenleri arasında da sisteme nasıl veri besleneceğinin yol haritasının çıkarılmaması yer alıyor.

ERP sistemlerine yatırım yapmak isteyen şirketler öncelikle yazılımın standartlarına bakmalı, esnek olup olmadığını ve kendi iş süreçlerine ne kadar uyarlanabilir olduklarını test etmeli. Çoğu şirket ERP projelerinde birçok zorluk ile karşılaşılıyor. İş birimlerinin karmaşık talep ve istekle-

rinin hızlı, güvenli ve az maliyetli bir şekilde BT projesine dönüştürülmesi gerekiyor.

Bir ERP projesine başlarken analizin doğru yapılması, yani şirketin ihtiyaçlarının tam olarak çıkarılması, sadece iş süreçlerinin düzgün bir şekilde modellenmesi ile mümkün. Ciddi yatırımlar yapılarak kurulmaya çalışılan ERP sistemlerinin başarısızlık ile sonuçlanması veya uzaması, ERP projelerinin maliyetlerini yükselten ana sebeplerin başında geliyor.

faaydalar şöyle sıralanabilir:

Mikro Yazılım'ın kurulduğı gün-den bu yana genişleyen ve büyüyen müşteri portföyü ve bayi ağı, başlı başına ülkemizdeki kurumsal yazılım sürecinin geliştiğinin önemli bir göstergesi. Bugün geldiğimiz noktada, Mikro Yazılım olarak çok geniş yelpazede müşteri portföyüne sahibiz ve çok farklı sektörden pek çok şirketin kurumsal, ticari ve e-dönüşüm süreçlerini hayata geçirmeye devam ediyoruz.

ERP yatırımları sürecinde karar verme noktasında KOBİ'ler ve KOBİ+ şirketler kadar büyük ölçekli şirketlerin de zorlandığını görmekteyiz. Bu noktada firmalar kendi iş süreçlerine en uygun yazılımı seçmek adına, öncelikle kendi iş süreçlerini ve iş süreçleri ile ilgili ihtiyaçları net olarak ortaya koymak durumunda.

Mikro Yazılım olarak, firmaların elindeki çeşitli uygulamalardan elde edilen ham verinin analizi için gerekli araçlar ile kurum içi ve kurum dışı verileri tek bir platformda toplayarak verilerin bilgiye, bilgilerin de kararlara dönüştürülmesini sağlıyoruz. Böylelikle bilgiye en hızlı şekilde ulaşılması, kurumun gelir ve performansının en üst düzeye çıkarılması hedefleniyor.

Mikro ERP ürünleri; operasyonel süreçte kolaylık, orta düzey yöneticiler için taktik, üst düzey yöneticiler için stratejik araçlar sunar. Bu niteliğiyle işletmenin potansiyelini yükseltir, kararlari otomatikleştirir, tüm işletme için tam bir otomasyon desteği sağlar.

Mikro ERP ailesi ürünleri çoklu dil desteğine sahiptir. Farklı ülkelerde bulunan yan kuruluşlar veya

merkezler, (istenirse) iş ortaklarını tek çatı altında birleştirir ve tüm operasyonlar gerçekzamanlı yürütülür.

Mikro ERP farklı ülkelerin muhasebe sistemlerine uyulanabilen alternatif mizan özellikleriyle de

evraktan ulaşılabilmesini sağlayan kompakt bir yapıya sahiptir.

Burada en önemli fayda firmaların stratejik planlarını en doğru şekilde oluşturabilecekleri projeksiyonların onlara doğru ve hızlı bir şekilde sunulmasıdır. Mikro Ya-

“Mikro ERP farklı ülkelere uyulanabilen alternatif mizan özellikleriyle de uygulamada kolaylık sunuyor.”

kullanıcılarına uygulamada kolaylık sunuyor.

Mikro ERP ürün ailesi açık kod mimarisiyle geliştirilmiştir. Mikro ERP ürünleri kullanıcıların programı kendilerine göre özelleştirmelerine yani kayıt alanları, rapor ve analiz eklemelerine olanak sağlar. Böylece kullanıcıların, kurumsal stratejilerinin hayata geçirilmesini, amaçların daha verimli kılınmasını ve hedeflerin doğru planlanmasını kolaylaştırır.

Bu açık ve esnek yapı sayesinde yatırım maliyetleri önemli ölçüde düşer. Programlardan hızlı bir şekilde geri dönüş sağlanır.

Mikro ERP, bilgi girişi veya analizi sırasında zaman kaybınızı önleyecek özelliklerle donatılmıştır. Kullanıcılar, programı kendilerine özel şekilde tasarlayabilir, menü ve alanlar yaratabilir. Bunun yanında detaylı hak ve kullanıcı tanımlamalarıyla maksimum güvenlik sağlanır.

Programlar bir evraktan çıkmadan ilgili tüm alanlara yine aynı

zılım mühendisleri, bu noktadan sonra, şirketlerin var olan işlerini en üst düzeyde yönetecek ve verimli büyümelerini sağlayacak nitelikte kurumsal, ticari ve e-dönüşüm yazılımları geliştirirler.

Kamunun e-dönüşümü çerçevesinde uygulanmaya başlanan e-fatura arşiv çözümlerinin şirketler tarafında kullanım yaygınlığı oluştu mu? Bu çözümlerin ERP sistemine entegrasyonu süreçlerinde sıkıntılar yaşanıyor mu; nasıl çözümlenebilir?

Kamunun e-dönüşüm çerçevesinde uygulanan politikalar ile kurumlarda gerçekleşen e-dönüşüm sürecinin bütünleşmesi, günümüzde verimlilik artışının temelini oluşturuyor. Kamunun e-dönüşüm süreçleri, seviye ve kapsamda artış eğilimi gösteriyor. Mevcutta e-fatura, e-defter ve e-arşiv ile devam eden e-dönüşüm süreci, e-irsaliye gibi uygulamalar ile devam edecek. Aslında, e-dönüşüm,

Verimli
iş yönetimi
ERP'siz



büyüme
isteyen şirketler
Mikro Yazılım'sız
olmaz.

Farklı sektör ve ölçekteki müşterilerimizin ihtiyaçlarına göre geliştirdiğimiz esnek ve modüler ERP çözümlerimizle işiniz için fark yaratıyoruz.

Siz de hemen **mikro.com.tr**'ye tıklayın, büyüme isteyen şirketlerin tercihi **Mikro Yazılım**'ın 30 yıllık tecrübesiyle gücünüze güç katın.

► mikro.com.tr

mikro
Y A Z I L I M

Büyüme isteyen her şirkete lazım.

kurumsal dönüşüm için şirketlere net bir yol haritası sunuyor. Bu dönüşümle e-fatura'da 50 bin, e-defter'de 48 bin ve e-arşiv'de 3 binden fazla kullanıcı platformda yerini alarak e-dönüşüm sürecinin avantajlarını yaşamaya başladı. Kamuda e-dönüşüm yol haritalarının daha genişlemesi, bütünsel ve kurumsal faydayı geliştirecektir.

e-dönüşüm hizmetlerini, mükellef olan firmaların yanı sıra gönüllü olarak kullanan firmaların

tegratörlük ve Kayıt Saklama Gerek-sinimleri ve KEP (Kayıtlı Elektronik Posta) hizmetlerinin uygulamaları-nın vergi mevzuatına ve teknik gerekliliklere uygun implementasyon süreçlerinde hizmet vermektedir. Büyük ve orta ölçekli şirketlerin yanı sıra daha küçük ölçekli şirketler için geliştirdiğimiz e-kontör uygulamasıyla da, firmanın e-mikro sitesinden doğrudan kontör satın alarak bu hizmetlerden kolaylıkla yararlanmasını sağlıyoruz.

den bilgilerine erişerek oldukça verimli biçimde iş yazılımlarını kullanabilmekte. Örneğin işletme sahipleri cep telefonlarından ya da kullandıkları tablet bilgisayardan şirketleri ile ilgili varlıklarını, nakit akışlarını, satış istatistiklerini, masraf detaylarını, kasa ve banka durumlarını, gelir gider tablolarını tek tıkla analiz görüntüleyip, analiz edip stratejik kararlarını çok hızlı verebiliyorlar.

Genelde BT departmanlarının yakındıkları kullanıcı şikayetleri ve onlara ayrılan zaman konuları, bulut çözümleri ile sorun olmaktan çıkıyor. Tek yapmaları gereken internet erişimini kesintisiz sağlamak. Ayrıca yeni bir sunucu, disk, veritabanı programı lisansları ve sunucu lisansları gibi tüm maliyetlerden kurtularak şirketlerinin yatırım maliyetlerini düşürmüş olacaklar. BT uzmanları bulut çözümleri ile artık gerçek işleri olan araştırma ve geliştirme için çok daha fazla zaman ayırabilecek ve şirketlerine değer katacaklar.

Mikro Yazılım olarak, halihazırda var olan bulut çözümümüzde AR-GE yatırımları yaparak KO-Bİ'lere daha kullanıcı dostu işlevsel bir çözüm sunmak konusundaki çalışmalarımıza tüm hızımızla devam ediyoruz.

Önümüzdeki beş yıllık dönemde ERP sistemlerinin ciddi bir şekilde bulut bilişime kayacağını bekliyoruz. Bu konuda uluslararası firmalarla yürüttüğümüz ortak araştırma ve geliştirme çalışmaları var. Bu çalışmalardan çok önemli öğrenim ve çıkarımlarımız oluyor. Veriler doğrultusunda yeni ürünlerimize yön veriyoruz.

“BT departmanlarının yakındığı kullanıcı şikayetleri ve onlara ayrılan zaman, bulut çözümleri ile sorun olmaktan çıkıyor.”

olduğunu gözlemliyoruz. Firmalar özellikle, kullandıkları yazılımlara entegre çalışan e-dönüşüm hizmetlerine geçmek için daha hızlı ve kolay karar verebiliyorlar. Bu noktada Mikro Yazılım, şu anda sayıları 53 olan Özel Entegratörler arasında ilk beşte yer alıyor. Mikro Yazılım çözümlerini kullanan firmalar, zorunlu ve/veya gönüllü olarak e-dönüşüm hizmetlerini kapsayan e-mikro hizmetlerinden (e-fatura, e-defter, e-arşiv, e-bordro, KEP) de yararlanıyorlar.

Mikro Yazılım, e-fatura, e-defter saklama, e-arşiv hizmetlerini tek çatı altında topladığı e-mikro markası ile işletmelere ilgili mevzuat gereği uygulamak zorunda oldukları veya gönüllü olarak kullanmak istedikleri e-fatura, e-arşiv, e-defter, en-

Mikro Yazılım olarak az sayıda hem ERP hem özel entegratörlük sağlayıcısı firmalarından birisiyiz. Bizim için talep edilen e-dönüşüm, normal sürecimizin zaten doğal bir uzantısı. ERP üreticilerinden direkt bu hizmeti alan kurumların, herhangi bir entegrasyon sıkıntısı çekmesi söz konusu olamaz. Bu durum, Mikro Yazılım'ın müşterilerine sunduğu pek çok rekabetçi faydadan sadece bir tanesi.

SaaS, bulut bilişim çözümleri ERP sistemlerinin kullanımını nasıl etkiliyor?

Bulut bilişim çözümleri sayesinde işletmeler sunucu, bilgisayar, disk, elektrik, bakım, BT elemanları gibi tüm giderlerini sıfıra indirerek düşük maliyetli ve her yer-

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 ayarı
- 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, beklemeye 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



* Detaylı bilgi için KURUMSAL@logitech.com ile iletişim kurabilirsiniz

İşNet, e-dönüşüm çözümleriyle 2017'ye hazır

İşNet'in Genel Müdür Yardımcısı Aytül Sepetci, "2016 yılında sunmuş olduğumuz NetteArşiv Hizmeti ile, saklanan defter ve beyannamelerin çapraz kontrolleri, mevzuatın gerektirmiş olduğu doğrulamaların yapılması ve mali açıdan denetlenmesi kolaylıkla yapılabilir" diyor. **Nuray Şuman**



Sepetci, 2017 başından itibaren e-irsaliyeye geçiş döneminin başlayacağını hatırlatıyor.

KAMUDA E-DÖNÜŞÜM ÇERÇEVESİNDE başlatılan e-fatura, e-defter, e-arşiv uygulamalarına geçiş yeni düzenlemelerle devam ediyor. 2017 yılında da bu çerçevede mükellefleri yeni uygulama ve zorunluluklar bekliyor. e-fatura arşiv çözüm ve hizmetleri sunan İşNet Genel Müdür Yardımcısı Aytül Sepetci yeni dönem için hazırlıklarını şöyle aktarıyor: "2016 yılında sunmuş olduğumuz NetteArşiv Hizmeti ile mükelleflerin hem e-defterlerini, hem de beyannamelerini dijital ortamda saklayabiliyoruz. Saklanan defter ve beyannamelerin çapraz kontrolleri, mevzuatın gerektirmiş olduğu doğru-

lamaların yapılması ve mali açıdan denetlenmesi NetteArşiv hizmeti ile kolaylıkla gerçekleşiyor." Sepetci ile kamuda e-dönüşümde mevcut ve yeni gelişmeleri konuştuk:

Kamudan iş dünyasına e-dönüşüm sürecini kapsayan e-fatura arşiv çözümlerine şirketlerin 2016 yılın-

da geçişi hangi düzeyde oldu?

Gelir İdaresi Başkanlığı'nın (GİB) yeni düzenlemesiyle geçtiğimiz yıl, mevcut 20 bin civarındaki mükellefe ek olarak, 10 milyon TL ve üzeri ciroya sahip 30 bin civarında mükellefin de e-fatura, e-defter ve e-arşiv uygulamasına zorunlu olarak geçmesi söz konusuydu.

Buna göre örneğin 2015 yılı brüt satış hasılatı 10 milyon lirayı aşan bir mükellefin 2017 yılı başından itibaren e-fatura ve e-defter uygulamasına geçmesi gerekecek. Bu tarihlerin uygulamaya geçiş tarihleri olduğu ve belli bir süre önce hazırlıklara başlanması gerektiği unutulmamalı.

Bugün itibarıyla Gelir İdaresi Başkanlığı'nın sitesinde e-fatura uygulamasını kullanan mükellef sayısının 52 bine, e-arşiv uygulamasını kullanan mükellef sayısının ise 4 bin 300'e yaklaştığını görüyoruz. Görüldüğü gibi e-fatura kullanıcılarının sayısı hedeflere uygun şekilde artarken e-arşive geçiş noktasında ise henüz sayı az. 2016-2017 yıllarında e-fatura ve e-defter uygulamasına kayıtlı kullanıcı sayısının 100 bine ulaşması bekleniyor.

Kamudaki dijitalleşme ve e-dönüşüm uygulamalarına (e-fatura/e-defter/e-arşiv) uyum sağlama noktasında, büyük kuruluşlar ciddi bir sıkıntı yaşamıyor. Özellikle finans, sağlık, perakende, ulaştırma gibi sektörlerdeki büyük kuruluşlar, hali hazırda dijital dönüşüm vizyonlarına paralel olarak, söz konusu dönüşüm entegrasyonunu kendi ekipleri ve iş ortaklarıyla gerçekleştiriyor. Ancak iş KOBİ'lere gelince sıkıntı başlıyor.

1 Ocak 2016 itibarıyla zorunlu hale gelen e-arşiv uygulaması, süreçlerin şeffaf bir şekilde izlenebilmesinin yanı sıra, işletmelerin iş yükünü

azaltırken, saklama alanı, arşivleme zorluğu gibi sorunları ortadan kaldırıp mali tasarrufu da beraberinde getirecek. Tüm faturaların ikinci kopyalarının elektronik olması ile kırtasiye masrafları neredeyse sıfırlanırken, arşiv alanı sorunu da çözülmüş olacak.

2017 yılında e-fatura arşiv ve e-dönüşüm uygulamalarında mükellefleri hangi yeni yasal uygulamalar bekliyor?

Gelecek yıl özellikle ihracatta e-fatura, ödeme kaydedici cihazlara geçişte mükelleflere yeni zorunluluklar getiriliyor. e-fatura uygulamasına kayıtlı olan mükellefler, mal ihracı ve yolcu beraberisi eşya ihracı (Türkiye'de ikamet etmeyenlere KDV hesaplanarak yapılan satışlar) kapsamında düzenleyecekleri faturalarını 1.1.2017 tarihinden itibaren e-fatura olarak düzenleyecekler. Değişiklikten önce bu uygulamanın 1 Ocak 2016'da başlatılması öngörülmüştü.

Diğer yandan internet üzerinden mal ve hizmet satışı yapanlardan, 2015 ve müteakip hesap dönemlerinde brüt satış hasılatı 5 milyon lira ve üzerinde olanlar için de e-arşiv uygulaması zorunlu hale geldi.

Bu kapsamdaki mükelleflerin, satış hasılatının 5 milyon lirayı geçtiği hesap dönemine (örneğin 2015) ilişkin gelir veya kurumlar vergisi beyannamesinin verileceği tarihi (25 Nisan 2016) takip eden hesap döneminin başına (1 Ocak 2017) kadar başvurularını ve fiili geçiş hazırlıklarını tamamlayarak e-arşiv uygulamasına geçmeleri gerekiyor.

2017 yılının başından itibaren de e-irsaliyeye geçiş dönemi başlayacak. Zorunluluk esası olmadan 1

Ocak 2017 yılında hayata geçirilmesi planlanan e-irsaliye çözümü, kağıt irsaliyeleri dijital süreçlerle taşıyacak. e-irsaliye yeni bir belge türü olmayıp, kağıt irsaliye ile aynı hukuki niteliklere sahip olacak. Bu kapsamda yalnızca uygulamaya dahil olanlar birbirlerine elektronik ortamda irsaliye düzenleyebilecek.

İşNet, e-fatura arşiv çözümlerini şirketlere sunarken farklılıkları ve kullanıcılara sağladıkları fayda nedir?

2013 yılı itibarıyla özel entegratör olarak NetteFatura markası ile hizmet vermeye başladık. İştirakimiz Softtech tarafından geliştirilmiş NetteFatura Platformu, fonksiyonel ve kullanışlı portal hizmetinin yanında, başta LucaNet Kobi Ticari Yazılımı olmak üzere farklı yazılımlar ile entegrasyon olanağı sağlayarak, hizmet vermemizi sağlıyor.

NetteFatura hizmeti kapsamında, e-fatura saklama servisini müşterilerimize ücretsiz olarak sunuyoruz. Daha önce farklı bir e-fatura entegratöründen hizmet alan müşterilerimiz, önceki kayıtlarını İşNet NetteFatura platformuna ücretsiz taşıyabiliyor. Ayrıca e-defter uygulamalarında, Softtech tarafından geliştirilen, platform bağımsız NetteDefter uygulamasının satışı da tarafımızdan gerçekleştiriliyor.

2016 yılında sunmuş olduğumuz NetteArşiv Hizmeti ile mükelleflerin hem e-defterlerini hem de beyannamelerini dijital ortamda saklayabiliyoruz. Saklanan defter ve beyannamelerin çapraz kontrolleri, mevzuatın gerektirmiş olduğu doğrulamaların yapılması ve mali açıdan denetlenmesi NetteArşiv hizmeti ile kolaylıkla yapılabilir.

Akıllı veri yönetimi dönemi

Her ölçekteki kurumun öncelikli gündemi olan veri yönetimi, dijital dünyanın yeni dinamikleri ile şekil değiştiriyor. Komtaş, Informatica ile birlikte Data 3.0 adını verdiği ve akıllı veri yönetiminin temelini oluşturan yeni nesil altyapı mimarisi ile kurumları geleceğe hazırlıyor.

Nuray Şuman



Yüksel Çomak

çözümleyebilir ve hayata geçirebilir. Biz de Komtaş olarak Informatica ile birlikte kurumlara bu vizyona sahip teknolojik çözümü sağlıyoruz.”

DATA 3.0 GELİYOR

Yüksel Çomak, Data 3.0 ile birlikte yeni bir döneme, akıllı veri yönetimine adım attıklarına dikkat çekiyor ve şu açıklamayı yapıyor: “Veri yönetiminin ilk katmanında sadece veritabanındaki yapısal verileri yönetmekten bahsediyorduk. İkinci katmanda dijital taraftaki büyüyen ve yapısal olmayan veriyi de yapısal veri ile birlikte yönetmek söz konusu. Data 3.0 dediğimiz üçüncü katmanda ise verinin kendi kendini yönetmesi yani akıllı veri yönetimi gündeme geliyor. Kısacası bu yapı bizi yönlendirsin, öğrenen yapılar olsun, olası sorunlar konusunda bizi önceden uyarabilsin istiyoruz.”

DİJİTAL DÖNÜŞÜM İLE BİRLİKTE veri hacmi ve çeşitliliği arttı. Dijitalleşme noktasında veriyi yönetmek ve faydaya dönüştürmek kurumların birinci önceliği haline geldi. Veri yönetimi teknolojileri sağlayıcısı Informatica’nın Türkiye’de temsilciliğini yapan Komtaş, 27 yıllık deneyimiyle kurumların dijital dönüşümüne katkıda bulunuyor. Komtaş Yönetim

Kurulu Başkanı ve Genel Müdürü Yüksel Çomak, veri yönetiminde yeni bir dönemece girdiklerini belirterek akıllı veri yönetimi döneminin başladığına işaret ediyor. Yüksel Çomak büyük veri, veri yönetimi ve analitik konularının dijital dönüşüm ile birlikte öne çıktığını vurguluyor. Dijital dönüşümün işin çatısını, çerçevesini oluşturduğunu; çerçevenin içini dolduran, anlamlı hale getiren unsurun veri yönetimi olduğuna işaret ediyor. Dijital dönüşümün maliyetleri azaltabilmek, gelirleri artırmak ve değişen iş dünyasına uyum sağlamak şeklinde üç sacayağı olduğunu söyleyen Çomak, yapısal verinin yönetiminden çok “information management” dediğimiz verideki hareketi ve verinin dinamizmini de yönetmenin önemini vurguluyor. Çomak kurumların doğru ve sağlam bir veri stratejisinin olması gerektiğini savunuyor ve şöyle ifade ediyor: “Genel olarak gördüğüm yanlışlık; albenisi daha yüksek ve katma değeri daha iyi anlatılabildiği için analitik projeler daha hızlı üst yönetim tarafından satın alınıyor, altyapı daha sonradan geliyor. Veri yönetimi ‘information management’ bu işin altyapısıdır. Bu altyapı olmadan üzerine kurulacak sistemlerin etkin çalışabilme olanağı yok. Çünkü önce çatıyı yapıp daha sonra temeli atamazsınız.

Verinin hacminin, hızının, değerinin artması hem de farklı yapılarda olması sonucu kurumların yeni bir mimariye, veri odaklı bir altyapıyı kurgulamaya ihtiyacı var. Kurumlar doğru ve sağlam bir veri yönetimi altyapı mimarisi oluşturduğunda sonrasında çeviklik, güvenlik, mobilite, analitik gibi konuları kolaylıkla

AKILLI VERİ PLATFORMU, DATA 3.0

Komtaş, “Data 3.0 Intelligent Data Platform” ana temasıyla, 3 Kasım 2016’da, Shangri-la Bosphorus İstanbul Otel’de gerçekleşecek bankacılık, sigortacılık, telekom ve perakende sektörlerinden veri yöneticilerinin katılacağı bir etkinlik düzenliyor. Etkinliğin ilk bölümünde; Informatica Güney Avrupa Bölgesi Başkan Yardımcısı Emilio Valdes ve Informatica EMEA Başkan Yardımcısı Greg Hanson, katılımcılara Data 3.0 ile verinin geldiği üçüncü aşamadan ve verinin dönüşüme olan yeni etkisini aktaracaklar. Etkinliğin ikinci bölümünde Büyük Veri Yönetimi, Veri Kalitesi, Dinamik Veri Maskeleye, Kalıcı Veri Maskeleye ve MDM: 360 Derece Tekil Müşteri Görünümü konularının ele alınacağı workshoplar olacak.

Dijital Dönüşümü sağlarken, Fortune 500 Şirketlerinin %70'i
tüm veri ve uygulamaların kesintisiz çalışırılığı için Veeam'e güveniyor. **7.24.365**

Veeam **Fortune 500** **Şirketleri için** **7.24.365** **Süreklilik Sağlıyor**

Kesintisiz Çalışan Kuruluşlar için İş Sürekliliği™



“Perakendenin dev ismi Boyner Grup, NGN ile database platformlarında tam güvenlik sağlıyor”

Türkiye’nin perakende devlerinden Boyner Grup, veri güvenliği ve denetiminin sağlanmasında Türkiye’nin önde gelen bilişim şirketlerinden NGN ile birlikte çalışıyor.

Global mağazacılık anlayışı ile 20 yılı aşkın bir süredir Türkiye’de yeniliklerin takipçisi olan Boyner Grup, her yıl farklı mağaza konseptleriyle müşterilerine kadın, erkek ve çocuk giyim, ev, ayakkabı, kozmetik, genç aktif spor kategorilerindeki ürünleri ve “koşulsuz müşteri mutluluğu” ilkesi ile hizmet vermeyi sürdürüyor. Bu konuda yenilikçi ve ileri teknolojiye önem veren markanın son tercihi Türkiye’nin lider IT şirketlerinden NGN oldu. İçinde bulunduğu sektörün doğası gereği büyük bir veri altyapısı yöneten Boyner Grup, gerçekleştirilen bu proje ile veri güvenliği operasyonu için bu alanda dünyanın lider şirketlerinden Imperva’yı tercih ederek tüm database platformlarında veri güvenliği ve denetimini sağlıyor. Türkiye temsilciliğini NGN’in yaptığı Imperva, her sektöre uygun kritik iş verilerini ve uygulamaları koruyan öncü siber güvenlik çözümleri ile dikkat çekiyor.

Sistem Merkezileşti

Yaklaşık 2 senedir Boyner Grup’ta bilgi güvenliği departmanı olduğunu söyleyen Boyner Grup Bilgi Teknolojileri Koordinatörü Enis Ozan Akkaya, tüm IT ve bilgi güvenliği süreçlerinin merkezileştirilmesine yönelik faaliyetlere hız verdiklerini belirtiyor ve ekliyor: “Bu konular artık çok daha fazla önemsenen ve hassas konular haline gelmeye başladı. Bu amaçla, hem teknik altyapıda proaktif çözümlerle ilgili neler yapmak gerektiğini sorgulama, hem bunları planlama ve projelendirme, hem de çalışanlar tarafından bilgi güvenliği genel kurallarına uygun hareket edilmesiyle ilgili olarak tüm prosedürü yöneten bir birim oluşturmak istedik. İşi ortak bir sistemde yöneterek; hem projelerin implementasyonunda bir grup standardı oluşturmayı ve etkin bir şekilde yönetim imkanı sağlamayı, hem de ölçek maliyetinden faydalanarak toplam sahipolma maliyetlerimizi düşürmeyi hedefledik. Böylelikle sistem yönetimi, alt yapı yönetimi, network yönetimi ve bilgi güvenliği yönetimini ortak bir yapıda buluşturmaya planlıyoruz.”

E-ticaret Çok Hızlı Büyüyor

Boyner Grup bünyesindeki markaların bilgi güvenliğinin çok önemli olduğuna vurgu yapan Akkaya, buradaki bilgilerin korunması ve depolanmasının önemine de dikkat çekerek

BOYNER

şunları söyledi: “Boyner olarak A+’dan D+’a kadar bütün segmentlere hizmet sunuyoruz. Grubumuzun e-ticaret siteleri her sene büyüyerek, bağlı oldukları markaların en büyük mağazaları haline gelme yolunda ilerliyor. Dolayısıyla altyapı ve sistemlerimizi sürekli güncelleme ihtiyacı doğuyor. Sayfaların açılması konusunda, saniyenin binde birine kadar optimizasyon sağlayan zor bir operasyonu arka planda yürütüyor ve bunu grup şirketlerimiz arasında da yapıyoruz. Örneğin; Morhipo’dan ürün alıp Boyner mağazasından iade edebilirsiniz. Bu ilk bakışta çok zor olmayan bir operasyon gibi görünse de arka planda yapılması gereken oldukça ciddi entegrasyon ve geliştirme çalışmaları var. Bu durum grup şirketlerinin IT departmanlarının iş yüklerini doğal olarak artırıyor. Tüm grubun operasyonlarını kusursuz bir şekilde yürütmek durumundayız. Müşteri karşısında tek bir firma görüntüsü veren yapıya kavuşmanın arka tarafta çok ciddi bir bütünleşme işi var. NGN ile birlikte gerçekleştirdiğimiz bu proje sayesinde tüm grubun database platformlarının denetlemesini yaparak sistemlerimizin kontrollü bir şekilde işletilmesini sağlıyoruz.

Güvenlikte Proaktif Davranmak Önemli

Projenin detaylarından bahseden Akkaya: “Öncelikli amaçlarımız veritabanlarındaki denetimin ve regülasyonların sağlanması idi. İhtiyacımızı adresleyen çözüm ise görünebilirliği en üst seviyeye getirerek, yaşanmış olan hataların neler olabileceğini, veritabanlarına giren çıkan kullanıcıların kimler olduğunu ve neler yaptıklarını inceleyen ve bunlarla ilgili günlük, aylık raporlar çıkartabilen bir ürün oldu. Bu projeye birlikte şirketimizin tabi olduğu regülasyonlar sistematik şekilde kurallarla birlikte raporlanabilir hale geldi. Ortak incelenebilmesi için kullanılan SIEM ürünüyle entegrasyonlar sağlandı.

Veri tabanında herhangi bir değişiklik yapmadan ve kaynak tüketmeden proaktif olarak aktiviteleri izleyerek şüpheli aktiviteleri tespit ediyor ve gerektiğinde engelleyebiliyoruz. Bunun dışında jenerik user kullanımını ortadan kaldırmayı



Enis Ozan Akkaya

Boyner Grup

Bilgi Teknolojileri Koordinatörü

Ezgi Erol

NGN Satış Müdürü

Oğuz Korkmaz

Bilgi Güvenliği Müdürü

Dilek Süer

NGN

Satış Direktörü

Ercan Özkurt

NGN

Satış Öncesi Mühendisliği Takım Lideri

amaçlayan aksiyonlar alıyoruz. Aslında bütün amacımız; herhangi bir olay olduktan sonra müdahale etmek değil, olmasını engellemek ve hızlı çözümler üretebilmek. Ürünün yetenekleri tabii ki önemli; fakat butik çözümler sunabilen, sattığı ürüne hakim olabilen ve konusunun uzmanı insanları barındıran firmalar bizim için çok değerli. NGN ile işbirliğimizde bu anlamda çok şanslı olduğumuzu düşünüyorum.”

“Aradığımız en temel özelliklerden biri güçlü sistem entegrasyonuydu.” diyen Akkaya, NGN’in Imperva’daki yetkinlikleri ve özverili çalışmaları ile güzel bir uyum yakaladıklarını vurguladı. Hem bir database firewall hem de SIEM edinmek amacıyla uygun çözüm ortağı olarak Imperva’yı tercih ettiklerini belirten Akkaya sözlerini şöyle sürdürdü: “Imperva sürekli takip gerektiren, yaşayan bir ürün. Hayal gücümüzü ve yapılabilecekleri daha iyi kestirmemiz ve planlamamız gerekiyor. Ürünü tanımak, kuralları gözden geçirmek ve know-how edinmek adına düzenli bir şekilde yetkililer ile bir araya gelmek gerekiyor.

“Satınalma Yerine Kiralama” Modeli Revaçta

Ürünün maliyeti açısından da oldukça rekabetçi fiyatları olduğunun altını çizen Akkaya, işin finansal boyutunda da NGN’in çok destek sağladığını söylüyor. Son zamanlarda trendin “Satın almayalım, operasyonel olarak kiralayalım” modeline doğru gittiğine dikkat çeken Akkaya: “Böyle bir çözüm hem kapasite hem de maliyet yönetimi açısından daha cazip oluyor. Biz bünyemiz için uygun kapasiteyle işe başladık. Ürünü daha detaylı kullanmaya başladıkça aslında daha fazla ihtiyacımızın olduğunu görüyoruz. Ürün büyük ölçüde veritabanlarına yayıldı. Logladığımız veritabanları arttıkça kapasite ihtiyacımız da yavaş yavaş artıyor ve yeni ürünün üzerine yatırımlar yapmamız gerekecek.” dedi.

Yaşayan Bir Ürün: Imperva

Yaklaşık 5 yıldır Boyner Mağazacılık tarafından çalıştıklarını söyleyen NGN Satış Direktörü Dilek Süer ise, Boyner Grup ile bu başarı hikayesine imza atmanın çok kıymetli olduğunu söylüyor ve ekliyor: “Boyner Grup ile bu zamana kadar gerçekleştirdiğimiz farklı alanlardaki projelerde de oldukça başarılı işlere imza attık. Daha önce “Enterprise Vault” projesini hayata geçirmiştik. NGN olarak gerçekleştirdiğimiz bu güvenlik projesi ile database’de yer alan verilerin en başarılı şekilde korunması ve incelenmesine destek oluyoruz. Sunduğumuz yenilikçi ürün ve çözümler ile ileride çok daha katma değerli projeler yapabileceğimize inanıyorum. Amacımız ürünü satmak değil, onun devamında o ilişkiyi kurarak uzun dönemli bir servis sağlayıcısı olmak.”

Imperva’nın hem kullanım hem de fiyat ve performans açısından ciddi bir katma değer yarattığına dikkat çeken Süer, Imperva’yı yaşayan bir ürün olarak nitelendiriyor. İçerisinde bir yaşam döngüsü var diyen Süer şöyle devam ediyor: “Günümüzde verileri saklayabilmek artık çok değerli. Bunun sadece database bacağı yok tabii ki; disklerde tutulan veriler ve dosyaların korunması da oldukça önemli. Bu alandaki teknik altyapı çalışmalarımız hızla devam ediyor. Imperva bu konuda dinamik profillenme dediğimiz; kurumun yapısını öğrenme, ona göre kural yazma gibi çok ciddi kabiliyetleri olan bir ürün. Imperva’nın referanslarının da çok iyi olduğunu görüyoruz. Son 3 yılda pazarda rakiplerine göre ciddi bir pazar payı almış durumda.”



Bu bir ilandır.

Dönüşürken *veri,* *müşteri, süreç* üçlüsünü nasıl yöneteceğiz?



Soldan: Atasay Bilgi Sistemeleri Direktörü, CIO **Ahmet Tosunoğlu**, Aygaz Bilgi Teknolojileri Müdürü **Oğuz Sezzin**, Migros AŞ, İletişim ve Bilgi Güvenliği Grup Müdürü **Lütfi Karagöz**, Intel Security McAfee Türkiye ve Azerbaycan Bölge Direktörü **İlkem Özar**, Veri Kurtarma Hizmetleri Genel Müdürü **Serap Günal**, Kuveyt Türk Bilgi Teknolojileri Grup Müdürü **Mücahit Gündebahar**, CocaCola İçecek Grup Bilgi Teknolojileri Direktörü **Gökhan Kıpçak**, Zorlu Holding Bilgi Teknolojileri Grubu Başkanı, CIO Dr. Murat Zeren

İş dünyasının kritik konusu olan veri, süreç ve müşteri üçlüsünü daha kolay, hızlı ve bütünleşik yönetmek için şirketlerin dijital yönetim zihniyetini geliştirmesi ve yeni dijital organizasyonlar kurması gerekiyor. Fortune Dijital Gelecek Buluşmaları'nın beşinci toplantısının gündemi buydu.

KEREM ÖZDEMİR/NURAY ŞUMAN



FOTOĞRAFLAR TOLGA FERHATOĞLU

DİJİTAL ÇAĞ BİZE KRİTİK OLAN her şeyi daha kolay, bütünleşik, hızlı yönetmemizi sağlıyor. Dijital dönüşüm, sadece yeni teknolojilerin kullanılması anlamına gelmiyor. Yeni teknolojilerin sunduğu yeni iş yapma becerilerini ortaya çıkaracak inovasyon kültürünün benimsenmesini de beraberinde getiriyor.

Dijital dünyada veri, süreç ve müşterinin bütünleşik yönetimi yeni ürün ve hizmetler kadar yeni satış kanalları, yeni pazarlar, yeni değer ortaklarıyla yeni ilişki biçimlerini beraberinde getirecek.

Şirketlerin en değerli varlıklarının verileri ve müşterileri olduğundan hareketle yeni pazar dinamikleri de bu değeri ortaya çıkaracak iş süreçlerini oluşturma noktasında gelişecek. Bugün müşteriyi tanımanın ötesinde önemli olan, onun neye değer vereceğini yani müşteri değerinin nerede ve nasıl oluşacağını kestirebilmek ve müşteri deneyimini bu doğrultuda kurgulamak.

Diğer tarafta dijital veriler her geçen gün önüne geçilemez şekilde artarken şirketlerin yaptıkları devasa teknolojik yatırım sayesinde topladıkları veriyi inceleyip, bu veriden müşteri içgörüsü oluşturmaları kaçınılmaz hale geliyor. Hangi veriyi ne şekilde kullanacağını bilmek; bu verilerden içgörü oluşturup bunu hızla iş hedefine dönüştürebilmek dijitalleşmenin olmazsa olmazı konumunda. Veriyi ve müşteriyi bir araya getirip yönetecek iş süreçlerinin oluşturulması ise kaçınılmaz.

Herbiri farklı sektörlerdeki şirketlerin teknoloji liderleri; Intel Security McAfee Türkiye ve Veri kurtarma A.Ş.'nin desteklediği 5. Gelecek Buluşmaları toplantısında yaşadıkları dönüşüm yolculuğundaki deneyimlerini paylaştı.

KATILIMCILAR

- Intel Security McAfee Türkiye ve Azerbaycan Bölge Direktörü İlker Özar
- Kuveyt Türk Bilgi Teknolojileri Grup Müdürü Mücahit Gündebahar
- Aygaz Bilgi Teknolojileri Müdürü Oğuz Sezgin
- Veri Kurtarma Hizmetleri Genel Müdürü Serap Günel
- Zorlu Holding Bilgi Teknolojileri Grubu Başkanı, CIO Dr. Murat Zeren
- Migros AŞ, İletişim ve Bilgi Güvenliği Grup Müdürü Lütfi Karagöz
- Atasay Bilgi Sistemleri Direktörü, CIO Ahmet Tosunoğlu
- Coca-Cola İçecek Grup Bilgi Teknolojileri Direktörü Gökhan Kıpçak

Dijitalleşen iş dünyasında hangi veriyi kaybetmek sizler için kritik?

OĞUZ SEZGİN: Müşteri verisi bizim için kritik konumda. Kişisel Verilerin Korunması (KVK) kanunu ile birlikte konu çok daha hassas bir noktaya taşındı. Bununla birlikte, üretim, lojistik ve finans başta olmak üzere işlem verilerimiz büyük önem taşıyor. Dijital dünyada veriye hakim olmak, hızlı bir şekilde işlemek ve işe yansıtacak anlamlı sonuçlar çıkarmak başarıyı getiriyor. Bunun için de veriye kesintisiz erişimi ve veri güvenliğini sağlamamız gerekiyor.

LÜTFİ KARAGÖZ: Migros, perakende sektöründe dijital dönüşümü yıllardır içselleştirip, verimliliğini optimize eden ve çıktılarını müşterilerimizin menfaatine kullanan öncü firmalardan biri. Öncelikle müşterilerimizin bizimle paylaştığı her türlü veri bizim için hassas veri. Bu hassas veriyi korumak maksadıyla sistemlerimizde yıllardır mimarimize uygun en son güvenlik teknolojilerini kullanıyoruz. Olası güvenlik ataklarını proaktif ve otomatize bir güvenlik sistemi anlayışıyla 7/24 izliyoruz. Var olan güvenlik politikalarımız ve kurumsal süreçlerimizi de KVK'ya uyumluluk kapsamında büyük ölçüde revize ettik. Regülasyonların iş dünyası açısından her zaman tetikleyici ve birtakım eksiklerimizi görme olanağı tanıdığını düşünüyorum. Kişisel Verilerin Korunması kanunun yürürlüğe girmesinin olumlu etkisi olacağını düşünmekteyim. Özellikle veri güvenliği açısından denetlenmeyen ve regülasyonlara tabi olmayıp bir kısım sektörü baskı altına alan, regüle edici bir yanı var. Ayrıca KVK'da herhangi bir veri ihlali, saldırısı ya da kaybı olduğunda şirketler bunu kamuoyuyla paylaşmak



Sezgin, müşteri verisinin yanında üretim, lojistik ve finans başta olmak üzere işlem verisinin önemine işaret ediyor.

zorunda. Bu zorunluluk da herkesin kişisel verilerin işlenmesi ve saklanması hususunda daha da hassas olmasını sağlayacaktır. Uyumluluk gereği süreç değişikliklerini çok kısa sürede planladık, kurumsal mimarimizi revize ettik. Hızlı değişim ve dinamizm, Migros kimliğinin bir parçası.

AHMET TOSUNOĞLU: Hangi verinin kritik olduğunu anlamak için öncelikle şirketin faaliyetine etki eden kritik süreçlerin belirlenmesi ve veri kaybı konusunun iş sürekliliği başlığı altında ele alınması gerektiğini düşünüyorum. İş sürekliliği konusunda gerekli aksiyonlar alındığında; verilere iste-

nildiğinde her noktadan sorunsuz erişilmesi, sistemin 7/24 sürekliliğinin sağlanması mümkün olacaktır. Günümüzde kurumlar teknolojiye bağımlı hale geldiğinden, sistem durduğunda şirket de çalışamaz hale gelecektir. Kurumlar için depolanan her veri önemli olmasına rağmen şirketimizde ürün ve müşteri verilerinin kritik öneme sahip olduğunu söyleyebilirim.

MURAT ZEREN: Bugün bilimizi koruyacak, kayıplara karşı güvence altına alabilecek teknolojilere sahibiz. Ama o bilgiye istediğimiz anda istediğimiz yerden ulaşamıyorsak üretim yapamıyoruz, fatura kesemiyoruz, sevkiyat

yapamıyoruz, ürün satamıyoruz. Verinin kendisi önemli ama ona ihtiyacımız olduğu anda ulaşabilmek daha da önemli. Bilgi bizi rekabetçi kılıyor ve onu kaybettiğimizde rekabetteki avantajımızı da kaybediyoruz.

MÜCAHİT GÜNDEBAHAR: Bizim de bir banka olarak veri kaybı yaşamamamız için pek çok veri yedek ünitemiz, sistemlerimiz, online yedekleme, felaket önleme, aynalama, veri merkezi sistemlerimiz vb. mevcut. Dolayısıyla teknolojik anlamda bir sıkıntımızın olmadığını söyleyebilirim, en azından kurumsal olarak şu ana kadar yaşadığımız bir durum yok. Ancak bir banka olarak verinin kaybedilmesinden daha ziyade verinin gizliliği, çalınması, dışarı çıkartılması noktasındaki hassasiyetimiz en üst seviyededir. Bu tip bir durumun çok fazla telafi şansı da bulunuyor. Bankamız sistemleri yanında Kuveyt Türk'ün diğer ülkelerdeki çeşitli sistem verileri de ekiplerimizce merkezi olarak yönetiliyor.

Diğer taraftan eklemek istediğim bir konu da, zannederseniz sektörün ortak sorunu olsa gerek; bilgi güvenliği amaçlı birçok güvenlik merkezli uygulama bulunuyor ve hemen her bir uygulama için farklı şekillerde log ve alert mekanizmaları mevcut. Esasen bu sistemlerin hepsi birer adacık, tam anlamıyla anlık ve konsolide olarak ele alınabilecek raporlama sistemleri yok veya varolan sistemler çok geç cevap verebiliyor. Kişisel olarak sektörde, bankalar gibi onlarca farklı güvenlik sistemlerinin bulundurulduğu altyapılarda, konsolide raporlama ve alert yönetimi konusunda halen adreslenememiş eksiklikler görüyorum. Farklı sağlayıcılar tarafından üretilen sistemler arasında çoğunlukla ortak standartlar yok. Sistemlerde loglar

tutuluyor, alert mekanizmaları var ancak bir sorun yaşandığında log verisine erişim ve basit bir rapor almak bile genellikle günler alabiliyor. Bu konuda halen gelişim alanı mevcut.

Bankacılık sektöründe bizler müşteri verisi işlemede, veriyi bir CRM kampanyasına dönüştürmede veya veriyi stratejik bir bilgiye dönüştürmede oldukça etkin çözümler oluşturabiliyoruz. Örneğin sektörde çoğunlukla in-house olarak geliştirilen, kârlılığa ve satış aktivitelerini desteklemeye yönelik sistemlere ciddi bir efor harcanıyorken, bankalarda teknoloji sistemlerinin korunmasına ve güvenlik odaklı sistemlere yönelik olarak bu tip

bir odaklanma görmemekteyiz.

İLKEM ÖZAR: Siber güvenlik kapsamında en çok önem verdiğimiz ve kuruma çalıştığımız değerler iş sürekliliği ve verinin kendisi. Günümüzde şirketlerin teknolojik altyapısında neredeyse tüm bilgiler ve sistemler entegre olarak çalışıyor, ancak siber güvenlik sistemleri henüz aynı düzeyde entegre değil. Bilgi sistemleri tarafında tüm bileşenler bir arada çalışıyor ancak siber güvenlik konusu ve sistemleri henüz çok az şirkette bütüncül şekilde değerlendiriliyor. Güvenlik ürünleri genelde izole olarak, ürünün markasına ya da kurum için öncelikli olarak düşünülen tek alan-

da ürünün iyi olup olmamasına bağlı olarak tercih ediliyor. Oysa bilgiyi koruma işi en uç noktadan başlayarak kesintisiz olarak merkezi sistemlere kadar uzanmalıdır.

Günümüzde siber tehditler yoğunlukla son kullanıcıların yarattığı açıklardan kaynaklanıyor. Bu noktaları sadece bir antivirüs programı ile korumak mümkün değil. Güvenlik mimarisi en uç noktalara kadar verinin aktığı tüm adımlarda kurulmalı ki tüm yollar denetlensin ve herhangi bir tehdit durumunda tüm bileşenlere hızla uyarı yapılabilсин.

Aynı zamanda, hangi bilgiyi ne kadar ve hangi düzeyde korumamız gerektiği konusunda da korelasyon önemli. Bilginin dolaşımı sırasında gerçekleşen bir atağın nereye geldiğini anlamak için güvenlik sistemlerinin doğru bir korelasyon ile çalışması gerekiyor. İnternet üzerindeki trafikte takip ettiğimiz logların da hızlı ve doğru yorumlanabilmesi için arka tarafta ciddi bir güvenlik korelasyonunun işlemesi şart.

Aslında kurumların hareket tarzını insan vücudunun verdiği tepkilere benzetebiliriz. Biz duyu organlarımızla bir tehdidi (örneğin fiziksel bir tehlike) hissettiğimiz zaman önce beynimiz bu veriyi alıyor, işliyor ve tepki veriyor. Sinir sistemimiz aracılığıyla komut veriyoruz; tehditten uzaklaşıyoruz ya da tehdidi kendimizden uzaklaştırıyoruz. Bu hareket için çoğunlukla ele ihtiyacımız var. Bir anlamda eli kurumlardaki uç nokta olarak düşünebiliriz. Yani son kullanıcıyı, bütün sisteminizin ajanı olarak görmek gerek. Verinin güvenliği ve onu kaybetmemek çok önemli, ancak sadece verinin etrafını korumaya çalışırsak sistemin bütünlüğünü gözden kaçırabiliriz. Verinin olduğu yere ula-



Özar, "Güvenlik mimarisi en uç noktalara kadar verinin aktığı tüm adımlarda kurulmalı" diyor.

şan pek çok kanal var; veri kurumda dolaşır ve sadece kaynağında değil dolaşırken de güvenlik açıkları yüzünden kaybolması veya dışarı sızması söz konusu olabiliyor.

Intel Security olarak bu açıkları çok iyi biliyor, uçtan uca koruma sağlayan ürünler sunuyoruz. Teknoloji çözümlerimizin esas değeri entegre olması ama ürün ürün değerlendirilecek olsalar da zaten Gartner'in Magic Quadrant'ında lider kısmında yer alan, çok iyi ürünler.

Sonuç olarak, güvenlik ürünlerinden yüksek fayda sağlamanın en etkin yolu tüm güvenlik bileşenlerinin bir arada ve entegre olarak çalışması. Bununla birlikte, yüksek düzeyde bir bilgi güvenliği için tüm kurumların siber güvenlik konusunda daha fazla farkındalık geliştirmesi ve personel eğitimlerinin öneminin altını çiziyoruz.

Veri güvenliğinde veri koruma ve kurtarma da önemli. Bilgi kaybı yaşayan şirketler hangi yolu izlemeli?

SERAP GÜNAL: Her şirket çeşitli nedenlerle veri kaybına uğrayabiliyor ve veri kurtarma hizmetine gerek duyabiliyor. Veri Kurtarma Hizmetleri Ltd. olarak bize başvuran her kuruma veya son kullanıcıya bu hizmeti sağlıyoruz. Kullandığımız teknoloji uluslararası standartlarda ve bu alanda önde gelen laboratuvarlardan birebir adapte bir teknoloji, bunun yanında ayrıca firma olarak dijital dönüşüme ayak uydurmak durumundayız, zira yeni teknolojileri yakından takip etmezsek müdahale etme şansımız olmaz. Grubumuz içerisinde yedi tane şirketimiz mevcut ve herbiri dijitalleşme yolunda ciddi adımlar atıyor.

Veri kurtarma hizmeti sağlarken veri gizliliğine çok önem veriyoruz. Tüm müşterilerimizin şirketimiz içe-

Güenal, "Her şirket çeşitli nedenlerle veri kaybına uğrayabiliyor ve veri kurtarma hizmetine gerek duyabiliyor" diyor.



risinde verisi gizlidir. Müşterilerimizin verilerini kendi verimizmiş gibi düşünerek o hassasiyette davranıyoruz. Gizlilik için çeşitli uygulamalarımız mevcut. Örneğin laboratuvarımızda parmak izi ile giriş yapılıyor, içeride sadece teknik ekibin çalışmasına izin veriliyor. Her müşterimizle gizlilik sözleşmesi imzalıyoruz. Bu sözleşme sürelidir ve medya bize geldikten sonra işlem süresi başlar. Veri kurtarıldıktan 15 gün sonra da bizim tarafımızdaki veriyi müşterimizden onay alarak imha ediyoruz. Aynı şekilde çalışanlarımızla da yüksek yaptırımlı veri gizliliği sözleşmeleri imzalıyoruz. 25 kişilik profesyonel bir ekibimiz var ve

çoğunluğuyla da 10 yılı aşkın süredir birlikteyiz. Ekibimizi sürekli eğitiyor ve yeni teknoloji bilgilerini güncellemelerine destek oluyoruz.

Her türlü medyadan, her türlü veri kaybında veri kurtarma işlemleri, tarafımızca dünya standartlarındaki laboratuvarımızda, eğitilmiş sertifikalı mühendislerimizce, en üst düzeyde veri gizliliği ile yapılıyor. Ekibimiz her türlü teknik bilgiye ve en önemlisi de her teknolojik ürün ile ilgili tecrübeye sahiptir. Veri kurtarma işlemi yapılırken işi yapan arkadaşlarımız veriyi göremezler. İşlem sonunda kurtarılan veri özel bir odada verinin sahibine kontrol ettirilir. Müşteriden onay

Gündebahar,
"Şubelerin ölçeği
giderek küçülecek.
Biz de insansız
şube konseptini
yaygınlaştırıyoruz"
diyor.



alındıktan sonra verinin kendisine ait kopyasından kendi istediği diske kopyası alınır ve şirketimizin gizli odasında saklanır. Bir süre sonra bizdeki kopya imha edilir.

Veri kurtarma uygulamalarınız donanım ve yazılım tabanlı mı?

SERAP GÜNAL: Hem fiziksel yani donanımsal hasar hem de yazılımsal problemlerden dolayı oluşan kayıplarla ilgilenen ekiplerimiz var. Örneğin e-postada arşivlenmiş ve açılmayan bir dosyayı açabiliyoruz, silinmiş veriyi geri getirebiliyoruz, fiziksel hasarlı medyaya da içeriğini açmak suretiyle müdahale ettiğimiz bir deneyimli ekibi-

miz var. Kriptolama ile ilgili son yıllarda fazla talep gelmeye başladı. Veri Kurtarma olarak, kriptolocker olarak bilinen bu saldırıya herhangi bir müdahalede bulunamıyoruz. Burada 256 bit şifreleme kullanılıyor ve ne yazık ki bu işi gerçekleştiren kişilerin müdahale edebileceği bir durum. Sonuç olarak fidye karşılığında verinizi geri alabiliyorsunuz mecburen. Dolayısıyla kurumların veri kaybına uğraması için ileri düzey güvenlik sistemlerine yatırım yapmaları gerekiyor.

Teknoloji finans sektörünü de değiştiriyor. 10 yıl sonra tüketicinin banka ile ilişkisi nasıl olacak?

MÜCAHİT GÜNDEBAHAR: Bankacılık sektörü 10 yıl sonra bugünkü gibi kesin ve net çizgilerle belirlenmiş olmayacak; belki o zaman bugünkü bankaların birçoğu da olmayacak. Bugün başta Silikon Vadisi ve Londra merkezli olmak üzere birçok etkin FinTech (finansal teknoloji) şirketi bulunuyor. Örneğin Lending Club gibi bir FinTech şirketi, birkaç yıl içinde orta büyüklükteki bir bankanın toplayabildiği mevduattan fazlasını toplayıp kredilendirebiliyor. Benzer olarak Transferwise, Blockchain, Bitcoin gibi oluşumların, regülasyon altyapısının izin vermesi durumunda sektörde disruptive bir etki oluşturma-yağı çok açık.

Genel olarak FinTech şirketleri bankaların faaliyet alanlarının küçük bir kısmı üzerinde yoğunlaşarak hizmet veriyorlar. Bu firmaların geliştirdiği ürünlerin basit ve inovatif, müşteri odaklı, ölçeklenebilir olma ve eski sistemlere bağlılığı olmama gibi karakteristik özelliklere sahip olduğu görülüyor. Şunu net bir şekilde diyebilirim ki; bir kısım bankalar önümüzdeki süreçte FinTech şirketlerine dönüşecekler. Bazı bankalar ise bünyelerinde FinTech dönüşümü yapacak mekanizmalar kuracaklar veya mevcut FinTech ürünlerini bünyelerine katacaklar.

Bankaların evrimleşmesi sürecinde ıskalanmaması gereken bir göstergede bankaların şube ağlarının değişim sürecidir. Bugünkü eğilimlere baktığımızda bankaların şube gereksinimlerini aza indiren bir gelişme yaşıyoruz. 2015 Ağustos ile 2016 Ağustos aralığında şube sayısı yaklaşık yüzde 3.2 oranında geriledi. Bu trend devam edecek. Gelişmiş ülkeler, ABD ve AB ülkeleri ile birlikte şube banka sayılarının azaldığı yılları yaşamaktayız. Di-

ğer taraftan bankacılık sektörü büyümesini ve etkinleşme artışını devam ettirmektedir. Bu etkinlik teknoloji ve dijitalleşme ile sağlanıyor. Türkiye'deki öncü bankaların verilerine baktığımızda müşterilerin yapmış olduğu işlemlerin en az yüzde 80'den fazlasını ATM ve dijital kanallardan (Internet ve mobil) yaptığını görüyoruz.

Kuveyt Türk olarak biz de bu gelişmelerin ışığında planlamalarımızı ve çalışmalarımızı yürütüyoruz. Şubelerinin ölçeği giderek küçülecek. Biz de buna karşılık "İnsansız Şube" dediğimiz şube konsepti oluşturup onları yaygınlaştırıyoruz. İnsansız şubeleri; şube faaliyeti gören, herhangi bir ça-

lışanın bulunmadığı ya da 1-2 kişinin çalıştığı, görüntülü olarak bankacılık hizmetleri veren, tarayıcısı olan, çıktı alabileceğiniz, satışa ve müşteri kazanımına yönelik bir modelde kurguladık. ATM'den farkı; ATM'deki işlem hacmi 3-4 bin lira iken insansız şubeden 200-300 bin liralık işlem hacmi gerçekleştirilebiliyor. ATM'de gerçekleştirilemeyen konut ve araç kredisi verme, çek ödeme vb. yapılabilir.

Geçtiğimiz yıl Architech adını verdiğimiz bir teknoloji şirketi kurduk. Aynı zamanda geçtiğimiz yıllarda Türkiye'de sektörümüzdeki ilk Ar-Ge merkezimizi kurduk. Ar-Ge merkezimizde 80, Architech'te 20 persone-

limiz var. Bu oluşumlarımızda ekiplerimiz, günlük operasyonel işlemler dışında tamamen gündem dışı, FinTech tarzı yapıları ve perakende oluşumlarını analiz ederek çalışıyor. Ayrıca dışarıya da hizmet veriyoruz; örneğin Vakıf Katılım Bankası'nın sistemlerinin kurulumunu sağlıyoruz. Tüm bu projeleri hayata geçirmemizin temel gerekçesi; geleneksel bankacılık sektörünün yakın zamanda FinTech şirketlerinin faaliyetlerinden etkileneceğini; bankaların da pazar paylarını, kârlılıklarını aşağı çekeceğini görmemizdir. Bundan sonra da bu tarz çalışmalarımızı ağırlığını artırarak devam ettirmek, sektöre yön verecek projelere imza atmak öncelikli hedeflerimiz arasında olmaya devam edecek.

Şirketinizdeki dijitalleşme yolculuğunu aktarır mısınız?

MURAT ZEREN: Dijital dönüşüm diye baktığımızda, günümüzde kullanıcının ürün ve servis sağlayıcılardan farklı, yeni beklentileri var. Bizimse elimizde teknolojinin de bize vermiş olduğu, işimizi daha iyi yapmak için kullanabileceğimiz birçok yeni imkan ve araç mevcut. Biz bunlarla çalışma hayatımızı dönüştürüyoruz. Dijital dönüşümü yapamayanlar rekabetin dışında kalacak.

Zorlu Holding olarak dijital dönüşümü çok önemsiyoruz. Bu konuda her seviyede ciddi bir sahiplenme var. Holding bünyesindeki her sektör ve şirket bu dönüşümü kendi dinamikleri ile yaşıyor. Elektronik üretimindeki dönüşüm ile tekstil sektöründeki üretim dönüşümünün aynı dinamiklerle olması her zaman mümkün değil. Arzuladığınızı noktalara gelmek için kullanmanız gereken süreçler, teknolojiler farklı-



Zeren, Zorlu Holding bünyesinde her seviyede ciddi sahiplenmenin dijitalleşmede başarıyı getirdiğini kaydediyor.

laşabiliyor. Müşteriyle doğrudan temas ettiğimiz ya da kanal üzerinden dolaylı olarak ulaştığımız yerler var; bunlarda müşteriye gitme şekli, müşteri bilgisini toplama ve harmanlama şeklimiz farklı olabiliyor. Enerji sektöründe müşterimiz abonemizken, Vestel’de ürünlerimizi müşterilerimize ağırlıklı bayi kanalımız üzerinden ulaştırıyoruz, tekstilde ise Linens’de müşteri alışverişini mağazalarımızdan yapıyor. Şirketlerimize herhangi bir teknolojiyi ya da çözümü uygulayacaksınız gibi bir zorlamamız yok. Bilgi sistemleri olarak aynı anda farklı pek çok proje yürütüyoruz ve sektörlerarası deneyim paylaşımı yapıyoruz.

Örneğin lojistik optimizasyon projesini Vestel için geliştirmişken tekstil sektörüne de uygulamak, e-ihaleyi şirketlerarasına taşımak, tedarik zinciri optimizasyonunu diğer şirketlerde de uygulamak gibi bir strateji izliyoruz. Yeni nesil teknolojilere uyum noktasında; üretimde fabrikalarda endüstri 4.0 ile ilgili adımları oluşturuyoruz. Bu noktada yurtiçindeki ve yurtdışındaki ortaklarımızla birlikte hareket ediyoruz. Halihazırda mevcutta kurulu akıllı üretim uygulamaları diyebileceğimiz uygulamalarımız vardı, dijital ortamda birçok sürecimizi takip ediyorduk, bugün yeni sistemlerle bu uygulamalar her geçen gün artıyor.

Dijital ajanda hayatımızın bir gerçeği.

Şirketlerimizde farklı teknoloji projeleri uyguluyoruz. Örneğin tekstilde yaptığımız bir uygulamada artırılmış gerçeklikten yararlanıyoruz. Evinize perde alacağınız zaman perde tasarımını sanal gerçeklik ile yapılabiliyoruz. Odanızın fotoğrafı üzerinde deseni, dokusu, aksesuarları ile perdenizi farklı varyasyonlarda düzenleyip beğeninize sunuyoruz. Bunun arkasında bir 3D oyun motoru çalışıyor.

Yine güvenlik, akıllı bina teknolojileri, nesnelerin interneti (IoT) alanında birçok projemiz mevcut. IoT’yi bir yandan ürün ve servislerimizin bir parçası yaparken, bir yandan da işlerimizi daha etkin ve verimli kılabilmek için kullanıyoruz. Sürekli olarak yeni yeni çözümler üretme çabasıdayız.

AHMET TOSUNOĞLU: Dijitalleşmeyi sağlayan günümüz teknolojileri arasında büyük veri, bulut teknolojisi, mobil teknolojiler, 3D yazıcılar, robotlar, IoT, biyoteknoloji, yapay zeka gibi trendler öne çıkmaktadır. Dijital dönüşümde herkesin farklı bir yol haritası bulunduğu gibi sektöre göre öncelikler değişmektedir.

Diğer taraftan dijital dönüşüm şirketlerde bilgi sistemleri (BT) birimlerinin rolünü değiştirmiştir. Geçmiş dönemlerde BT yazılım, donanım, bakım, teknik destek gibi konulara hizmet eden bir birimken, günümüzde iş süreçlerinin içinde olan çok kritik öneme sahip bir konuma gelmiştir. Bugün bilgi sistemleri; verimlilik, kârlılık, süreç iyileştirme gibi konuların merkezinde yer almaktadır. Şirket içerisinde yürüttüğümüz birçok projenin BT’ye dokunması ve çoğu projenin merkezinde BT’nin bulunması teknolojinin şirketler için ne derece kritik olduğunun göstergesidir. Teknolojinin iş süreçlerine etkisi



arttığında şirketlerin dijitalleşme kapasitesi artacak ve süreçler daha etkin olacaktır.

Atasay olarak mücevher sektöründe öncü bir role sahip olduğumuzu ifade etmek isterim. Bu sene ilk çeyrekte Smart Jewelry ve Smart Business adını verdiğimiz iki projemizle müşterilerimizin karşısına çıktık. Bu projeler ile mücevherlerimizi akıllı hale getirdik. Örneğin Smart Jewelry ürünümüzü NFC (*near field communication*) özelliği olan akıllı telefonunuza yaklaştırdığınızda size görüntülü ya da yazılı olarak mücevheri kime hediye ederseniz ona göndereceğiniz mesajı kaydetmenizi sağlıyor. Hediye-yi verdiğiniz kişi; akıllı mücevherini telefona yaklaştırdığında kaydedilmiş olan video ya da görseli izleyebilmektedir. Smart Business ise aksesuar olmanın yanı sıra içerisindeki çip sayesinde kartvizit bilgilerinizi hafızasında saklayan ve paylaşmak istediğinizde yine NFC özelliği olan akıllı telefon sayesinde tanıştığınız kişiye kolayca kartvizit bilgilerinizi aktaran bir ürün.

Ayrıca Atasay olarak dijital sertifika adını verdiğimiz projemizi devreye aldık. Bu uygulamamızla tüm ürünlerimize dijital sertifika verebileceğiz. Bu sayede kağıt çıktılu sertifika yerine her an ulaşılabilir dijital sertifikalar müşterilerimizin hizmetinde olacak.

LÜTFİ KARAGÖZ: Müşteri ile sıcak temas halinde olan perakende sektöründeki öncü bir oyuncu olan Migros, 30 binden fazla ürün, 15 binin üzerinde malveren, bin 500'ün üzerinde mağaza ve 30 binden fazla çalışanla devasa bir yapı. Bu evreni kusursuz yönetebilmek için mutlaka dijitalleşmek gerekiyor. Aslında yıllardır sürekli dijitalleşen bir yapıımız vardı ve dijitalleşmenin faydalarını çok fazla kullanmaktaydık. Şimdi yeni dünya



Karagöz, Migros'un devasa yapısı için zaten kullandıkları dijitalleşmede artık daha çevik olduklarını söylüyor.

dinamiklerine göre dijitalleşme stratejilerimizi sürekli revize edip hızla gerçekleştiriyoruz.

Müşteriye doğru zamanda dokunuyor olmak çok önemli. Biz 15 yıl önce Jetkasa dediğimiz selfservis kasalarını devreye aldığımızda müşterilerimiz bunları kullanamadı çünkü henüz teknoloji eğilimleri, yatkınlıkları gelişmiş değildi. Birkaç yıl önce Jetkasaları devreye tekrar aldık ve bugün bazı mağazalarımızda cironun önemli bir kısmı Jetkasa ile yapılan alışverişlerden gerçekleşiyor. Dijital dönüşümde çalışanlarınızın ve müşterilerinizin teknoloji kullanım yatkınlığı ve alışkanlıklarını mutlaka hesaba katma-

lısınız. Zamanlama da çok önemli. Mobilitenin yaygınlaşması ve yapılabirliklerin gelişmesiyle birlikte hem çalışanlarımıza hem de müşterilerimize mobil platformlar üzerinden bir çok kolaylık sağlamaktayız. Örneğin, Migros Mobil uygulamasında "Tam Bana Göre" adında bir kampanya başlattık. Bu uygulama üzerinden mevcut müşterimizin alışveriş eğilimlerini de analiz ederek kendilerine özel, avantajlı fırsatlar sunuyoruz. Yine uygulama üzerinden çalıştırılan ücretsiz internet erişim hizmetini yakın zamanda bazı mağazalarımızda hizmete sunacağız. Migros Sanal Market mobil uygulaması ile verilen sipariş-

ler hızla artıyor, satışlarının yüzde 60-70'i mobilden geliyor.

Sektörde dijitalleşmenin öncüsü Migros, 2001 yılından itibaren mağaza ve dağıtım merkezlerindeki stok bilgilerini, satış bilgilerini, fatura ve ödeme ile ilgili bilgileri, sektörün ilklerinden olan Migros B2B sistemi aracılığıyla, tedarikçileriyle elektronik ortamda anlık olarak paylaşıyor. Bu sistem ve altyapı imkanları ile tedarikçilerimiz bilgiye her ortamdan, istedikleri anda, istedikleri entegrasyon yöntemi ile erişebiliyor.

Nesnelerin interneti (IoT) ise perakendeyi en çok etkileyecek konulardan biri. Bu teknolojiyi genelde operatörler yaygınlaştırmaya çalışıyor. Maalesef Türkiye'de henüz yeterli IoT bilgi birikimi ve uygulaması yok; halen insan, süreç ve makinelerin etkin iletişimi sözkonusu değil. Bugün IoT adına yapılan sadece, pek çok cihazdan veri almak; ancak hepsi farklı alanlarda duran bağımsız veri kümeleri. Bu bağımsız veri kümelerini anlamlı korele edince esas verinin anlamı ve katma değeri artmakta, yani zenginleşmekte. Migros olarak bu konuda da çok anlamlı çalışmalarımız ve uygulamalarımız bulunuyor.

OĞUZ SEZGİN: Aygaz'da dijital dönüşüm çalışmalarımızı belirlediğimiz bir yönetim modeliyle yürütüyoruz. Dijital dönüşümde, önceliklendirme ve stratejik yönetim anlamında bir yol haritasının oluşturulması ve bu doğrultuda ilerlenmesi önem taşıyor. Bu kapsamdaki çalışmalarımızda inovatif bakış açısıyla değerlendirmeler yapıyor, mevcut koşullar, düzenlemeler ve pazar dinamiklerini göz önünde bulunduruyoruz.

Dijitalleşme yolculuğuna tüm paydaşların katılması, proje başarısı ve sürdürülebilirlik bakımından ge-

rekli dir. Bu çerçevede sürecimize, bayilerimiz, müşterilerimiz, tedarikçilerimiz ve çalışanlarımız başta olmak üzere tüm paydaşlarımızı dahil ediyoruz. Dijital teknolojilerin etkin bir şekilde kullanılmasını sağlayarak 55 yıldır faaliyet gösteren şirketimizin gücüne güç katmaya odaklanıyoruz.

Ürün dijitalleşmesi düşünüldüğü zaman enerji zorlu bir alan. Sıkı düzenlemelere tabi. Ölçeklendirmede teknoloji maliyetleri çok artabiliyor. Tüm olanakları değerlendirmek zorundasınız. Ürünlerimizde şimdiye kadar başarıyla yürüttüğümüz yenilikçi yaklaşımımızı devam ettireceğiz. Hizmet tarafındaki önceliklerimiz arasında güvenliği ön planda tutup müşterilerimizle sıkı bir bağ kurmak ve fayda yaratmak yer alıyor. Öte yandan operasyonel süreçlerimizde de dijital teknolojileri kullanarak projeler yürütüyoruz. Ülkemizin en büyük deniz lojistik operasyonunu yürütmekteyiz, tüm Türkiye'de 3bin 800'ü aşkın tüpgaz bayisi ve otogaz istasyonu ile hizmet veriyoruz. Bu büyüklükteki operasyonel faaliyetlerimiz için dijital teknolojilerin sunduğu fırsatlardan yararlanarak verimliliğimizi artırmayı hedefliyoruz.

Dijital dönüşüm çalışmalarımızı Bilgi Teknolojileri tarafında başlattığımız Agile dönüşüm ile destekliyoruz. Yazılım geliştirme süreçlerimizde Agile metodolojileri kullanarak, takım çalışmasını destekleyerek etkin ve verimli sonuçlar üretmek bakımından önemli yol katettik.

Ülke genelinde değerlendirme yaptığımız zaman, dijital işgücü konusuna önem verilmesi gerektiğini, bu noktada atmamız gereken adımlar olduğunu düşünüyorum. Dijital teknolojileri konumlandırmak yeterli değil, etkin bir biçimde uygulaya-

cak ve kullanacak kişilerin sayısının hızla artırılması gerekiyor. Örneğin, dijitalleşmede önemli bir başlık olan veri analitiği alanında yetişmiş işgücümüz az. Veri analitiği uzmanları matematik, istatistik ve programlama bilen kişiler, geniş bir perspektiften iş süreçlerine bakabilme yeteneğine sahipler. Bu profildeki kişilerle başarılı veri analitiği projeleri yürütülmesi mümkün olacaktır.

Coca-Cola İçecek, uçtan uca nasıl bir dijital değer zinciri oluşturdu?

GÖKHAN KIPÇAK: Coca-Cola sisteminde satış hacmine göre beşinci sırada yer alan CCI, The Coca-Cola Company (TCCC) markalarından oluşan gazlı ve gazsız içeceklerin üretim, satış ve dağıtımını gerçekleştiriyor. CCI Türkiye, Pakistan, Kazakistan, Azerbaycan, Kırgızistan, Türkmenistan, Ürdün, Irak, Suriye ve Tacikistan'da 10 bini aşan çalışanı ile faaliyet gösteriyor. CCI 25 fabrikası ile 380 milyonluk tüketici kitlesine gazlı içeceklerin yanı sıra meyve suyu, su, enerji ve sporcu içecekleri, buzlu çay ve çaydan oluşan gazsız içecekler kategorisinde de zengin bir ürün portföyü sunuyor.

İş stratejimizin temelini, her müşterimizi tek tek tanıyarak en iyi hizmeti vermek oluşturuyor. Bugün faaliyet coğrafyamızda 700 bin satış noktası mevcut. Ürünlerimizi tüketicilere ulaştıran bu satış noktalarında hizmet veren herkes bizim için kritik önem taşıyor. Onları hem ticari hem de kişisel özellikleriyle tanıyabilmek son derece önemli. Satış noktalarımızda 1 milyonun üzerinde soğutucumuz bulunuyor ve bu da satış noktası takibini daha önemli hale getiriyor. Dolayısıyla dijitalleşmeyi, işlerimizin verimliliği ve etkinliği açısından son

derece değerli buluyoruz. CCI olarak dijitalleşme alanında müşterimizden başlayarak tüketicilerimize kadar yaygınlaştırma stratejisi izliyoruz.

CCI olarak, dijital dönüşümün işimizde değer yaratmasını önemsiyoruz. Müşterilerimize en iyi ürünü ve hizmeti ulaştırma hedefi doğrultusunda dijitalleşmeyi bir amaç değil, araç olarak görüyoruz. Dijital dönüşüm için işe çalışanlarımızdan başladık. Çünkü çalışanınızı dijital olarak donatmazsanız hizmet verdiği noktalara doğru bilgi aktarılmasını sağlayamazsınız. Bu nedenle müşterilerimize en iyi hizmeti verebilmek için değer zincirimizin başına CCI çalışanlarını

koyuyoruz. Daha sonra bu ürünü satıcıya tedarik eden, satan ve satın alanlar geliyor. Bu zincirde son tüketiciye erişmek için sırayla her katmanı dijitalleştiriyoruz.

Bizim için kritik önemi olan yüzlerce veriyi elde etmek için dijital dönüşümün kaçınılmaz olduğunu biliyoruz. 700 bin satış noktasından oluşan müşteri portföyümüzün her biri için değer yaratacak birçok çözüm geliştiriyor ve ürünlerimizin her sürecini takip ediyoruz.

Çokuluslu ve saha faaliyetleri yüksek bir şirket olarak çalışma ortamımızın dijitalleşmesine önem veriyoruz. Bu amaçla ortak çalışma platform-

larını belirleyip bulut hizmetlerine dönüştürdük, sanallaştırdık ve mobil hale getirdik. Şu anda Bilgi Teknolojileri (BT) altyapımız sayesinde çalışanlar her türlü ortak çalışma hizmetine erişebiliyor.

Dijitalleşme için gereken altyapı, platform, yazılım, güvenlik testleri gibi her noktada teknoloji yatırımlarımızı yaptık ve yapmaya devam ediyoruz.

Güvenlik, dijitalleşmenin en önemli parçalarından biri. Öncelikle güvenlik teknolojilerine yatırım yapmak gerekiyor. Ancak, güvenlik sadece teknolojiye yatırım yaparak sağlanamıyor. Kurallar, politikalar, prosedürler oluşturmanız gerekiyor. Güvenlik politikalarını görünür hale getirmeniz, değer zincirinize ezberletmiş olmanız da öncelikli başlıklar arasında yer alıyor. Bu nedenle, tüm çalışanların bir güvenlik kültürüne sahip olması ve tüm gereklilikleri yerine getirmeleri için verilecek eğitimler de önem arz ediyor.

Sonuç olarak, güvenlik tarafında sadece teknolojinin entegrasyonu yeterli olmuyor. Entegrasyon kavramına insan unsurunu da dahil ederek bütünsel bir yaklaşım geliştirmek gerekiyor. İş dünyasındaki diğer şirketlere baktığımızda güvenlik teknolojisi alanında iyi olduğumuzu söyleyebilirim. Tamamlayıcı olarak, güvenlik kültürü oluşturma çalışmalarımız da kesintisiz devam ediyor.

BT grubu olarak, sadece altyapıyı yönetmiyor, çalışanlarımız ve müşterilerimiz için yeni dijital projeler de gerçekleştiriyoruz. Dijital dönüşüme her teknolojinin işimize nasıl bir değer katacağını irdeleyerek, bunu nasıl yeni bir çözüm veya hizmete dönüştürebileceğimiz konusunda yürüttüğümüz bir yolculuk olarak bakıyoruz.



Kıpçak, "Bizim için kritik önemi olan yüzlerce veriyi elde etmek için dijital dönüşümün kaçınılmaz olduğunu biliyoruz" diyor.

Yeni nesil mobil cihaz: Otomobil

Daimler AG Yönetim Kurulu Başkanı Dr. Dieter Zetsche otomobilin mobil cihaz olduğunu vurgulasa da Apple'ın otomobil üretmekten vazgeçmesi yeni nesil otomotivi yeniden düşünmeyi gerektiriyor.

Kerem Özdemir



Zetsche, IFA'da otomobilde yazılım/donanım dengesine felsefi temelde dikkat çekti.

DAIMLER AG YÖNETİM KURULU BAŞKANI Dr. Dieter Zetsche Eylül 2016 başında Almanya'da düzenlenen IFA'daki konuşmasında otomobili en son mobil cihaz olarak tanımladı. Maalesef bu yeni bir şey değil. Dört beş sene önce Audi A1 modelini dünyanın en büyük telefonu olarak lanse etmişti. İki üç sene öncesinden itibaren ABD'deki CES'te otomotiv üreticileri hem yer almaya hem de kendi sektörlerine adapte edebilecekleri inovatif teknoloji geliştiricileri ile ilişki kurmaya başladı. Bununla birlikte Daimler'in konuyu ele alma biçimi ve Zetsche'nin sözleri, sadece yeni durumu değerlendirme açısından değil, 130 yaşındaki bir şirketin bu yeni dünyaya ne kadar iyi adapte olabileceğini göstermek açısından da değer taşıyor.

İnsanların otomobillerinin içinde geçirdikleri sürenin artması ile mobilité,

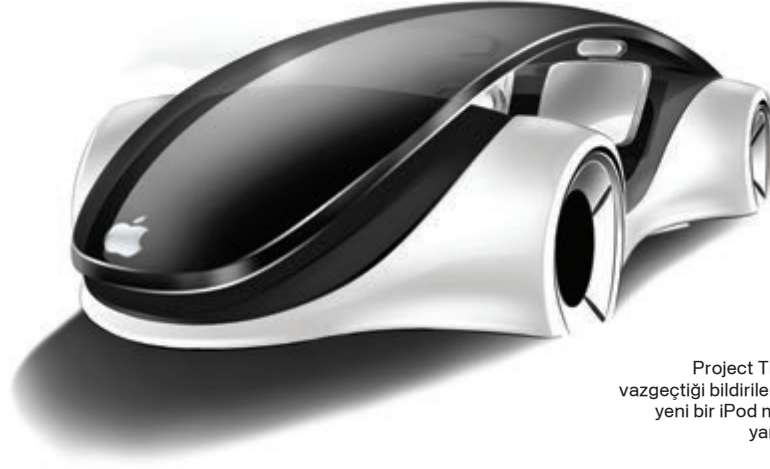
eğlence ve konforu kesintisiz olarak bir araya getiren en başarılı aracın otomobil olması, otomobilin mobil cihaz olarak değerini artırıyor. Zetsche, en başarılı teknoloji ve tüketici elektroniği firmalarından bazılarının otomobile duyduğu ilgiyi bu duruma bağlıyor. Bu konuda haklı; cebe giren telefonda içine girilen otomobile giden yol ilgi çekici.

Rekabetin her zaman iyi olduğuna dikkat çeken Dr. Zetsche'nin altını çizdiği önemli bir dönüşüm şu: Geleneksel otomotiv şirketlerinin ilgisi donanım yani otomobil ve parçalarından yazılıma doğru kayıyor. İnsanların yazılıma binip A noktasından B noktasına gitmesinin mümkün olmadığını hatırlatan Zetsche, otomobilin yeni kimliğini hem yolda geçen zamanın daha iyi değerlendirilmesinin bir aracı hem de yolcuların inerken bindiklerine göre ruhsal olarak daha dinlenmiş olmasını sağlayacak bir araç olarak tanımlıyor.

ABI RESEARCH, BÜYÜK DEĞİŞİME İŞARET EDİYOR

Otomobiller gelecekte cep telefonlarına benzer biçimde sorunlarını gidermeye, performansını yükselt-

meve ve yeni özellikler eklemeye yönelik yazılım güncellemeleri alacak. Teknoloji trendlerini araştıran ABI Research'ün araştırmasına göre, 2020 itibarıyla dünya genelinde 200 milyondan fazla araç mobil olarak yazılım güncellemeleri alabilecek hale gelecek. Bu, araçların geri çağırılması yerine yazılım güncellemesi ile sorunların çözülmesini sağlayarak otomobil üreticilerine tahminen 6 milyar dolar tasarruf ettirecek. Otomobillerin akıllı telefonlar ve televizyonlar gibi güncellenmesi, güvenlik ve eğlence içeriği için buluta bağlanma ile başlayacak ilk uygulamaların ardından operasyonu değiştirecek boyutları ile hayatımıza girecek. Özellikle sadece yazılım bağlantılı sorunlar nedeniyle otomobil çağırma vakalarında mobil güncelleme önem kazanacağı benziyor. ABD'de 2015'te 3,3 milyon araç geri çağırılırken bu 2014'e oranla beş katına yükselen bir rakam olarak dikkat çekti. Bu artışın otomobillerin elektronik aksamaları ve yazılımlarının gelişmesine bağlı olarak büyüme trendini sürdürmesi bekleniyor. Merkezi Seattle'da bulunan ağa bağlı araç servisleri şirketi Airbiquity'nin pazarlamadan sorumlu başkan yardımcısı Scott Frank, satışın ardından araca yeni özellikler eklemenin ve performansı artırmanın otomotiv sektöründeki oyunu değiştireceğine işaret ediyor. Bunun potansiyel örnekleri arasında yakıt tasarrufunu artırmak için transmisyon sisteminin yeniden programlanması, navigasyon bilgisinin güncellenmesi ve yeni bilgi-eğlence uygulamaları yer alıyor. Bakım ve onarım tarafında da değişime neden olacak bu yeni gelişme, bulut üzerinden sağlanacak veri ve analitik ile araçların akıllanmasını ve araç sahibinin deneyiminin iyileş-



Project Titan'dan vazgeçtiği bildirilen Apple, yeni bir iPod mucizesi yaratabilir.

mesini sağlayacak. Olası bir senaryo, aracın lastiğine çivi saplanması ile bağlantılı olarak tanımlanıyor. Bu durumda ilk olarak araç lastiğin basıncının azaldığının mesajını veriyor. Bunun ardından kampanyalı ya da avantajlı fiyatla lastik değiştiren servis istasyonlarının listesini tarıyor, uygun olandan randevu alıyor ve kaç dakika sonra serviste bulunmanın uygun olduğunu sürücüye bildiriyor.

SANAYİ 4.0 VE MOBİL TEKNOLOJİ KARMASI İLE REKABET GÜCÜ

Bu yıl yenilenen beş modelle atağa kalkan Renault, Türkiye pazarının liderliği için otomotiv teknolojileri kadar Sanayi 4.0 ile gelen inovasyonu da kullanma adımlarını atıyor. 16 yıldan bu yana ilk olarak geçen sene binek otomobilde pazar liderliğini kaptıran Renault, yıl sonunda bu unvanı geri alacağına güveniyor. Renault geçen sene eylemler nedeniyle üretimin durması ve iç pazarda 5 bin araçlık gerileme yaşaması nedeniyle liderliği kaybetmişti. Yeni dönemde Renault'nun önemli dinamiği dijitalleşme olarak ortaya çıkarken Sanayi 4.0 devriminin birebir yansıtıldığı yeni modeller bu dalgağın ürüne et-

kisinin altını çizecek.

Talisman'da kullanılan tek şerit kontrol, bilgisayara bağlı olarak sabit hızda giderken otomobilin öndeki aracın yavaşlamasına göre hızını otomatik olarak azaltmasını sağlıyor. Bunun 2018'de gelecek ikinci versiyonu, çift şerit kontrolünü içerecek ve otomobilin sollama yapmasına olanak tanıyacak. 2020'de gelecek üçüncü aşama kavşak kontrolünü içerecek ve tam otonom sürüşe geçilmiş olacak. Bu, bir sürü engelin ve hareketin olduğu yerde aracın tamamen kendi kararını alması ve emniyetli bir şekilde içindekileri o kavşaktan geçirmesi anlamını taşıyor.

APPLE YİNE SEKTÖRÜ TERS KÖŞEYE Mİ YATIRACAK?

Apple'ın elektrikli ve sürücüsüz araç geliştirmekten vazgeçip otonom sürüş sistemi geliştirmeye odaklandığı belirtiliyor. Bloomberg, şirketin 2021'de piyasaya ürün sürmesini öngören "Project Titan"ın durdurulduğunu bildirdi. Apple'ın Mercedes ve Tesla gibi otomotiv devlerinden farklı bir yöne gittiğine işaret eden bu adım, geçmişte iPod ile yaratılan mucizenin bu kez farklı bir düzlemde tekrarlanması tartışmasını tetikliyor.

Yatırımcıların gözdesi, bankacıların göz hapsinde fintech'ler

Teknolojik girişimcilik dünyasını kasıp kavuran fintech'ler, teknolojik gelişmelerden yararlanarak yeni nesil finansal ödeme sistem ve uygulamaları geliştiren şirketler. Bu teknolojik girişimler yatırımcıların iştahını kabartırken geleneksel bankacıların da yakın markajında. **Nuray Şuman**

İNTERNET VE MOBİL KULLANIMININ yaygınlaşmasıyla birlikte finans ve bankacılık endüstrisi dijital bankacılık yapmaya başlarken diğer yandan yepyeni finansal teknoloji çözümleri de pazara girmeye başladı. Finans dünyasının ciddi oyuncularını olarak giderek etkisini göstermeye başlayan fintech şirketleri sektöre yenilikler getiriyor. Ödeme sistemlerinden yatırım danışmanlığına, bütçe planlamadan güvenliğe kadar pek çok alanda pratik ve inovatif çözüm geliştiren fintech'ler arasında köklü dönüşüm yaratacak örnekler de mevcut. Örneğin sanal dünyanın yeni ödeme teknolojileri olarak adlandırabileceğimiz Blockchain teknolojisi, dijital/sanal para birimi yerine de geçebilecek bir finansal işlem sistemi. Hatta Blockchain'in interneti temelden değiştirebileceğini, dijital bir kimlik olarak kullanılabileceğini düşünenler mevcut.

Yeni finansal teknolojilerin geleneksel bankacılık sistemine destek mi yoksa rakip mi olacağı konusu bugün belirsizliğini korusa da sanal para ve sanal alışveriş akımının önlenemez bir şekilde artacağı kesin.

Dünya genelindeki fintech işlemlerin, son üç yılda 20 milyar doları aşığı bildiriliyor. Bu rakamlar ışığında tüketicilerin olduğu kadar yatırımcıların da ilgisini çeken fintech'ler küresel finans kuruluşlarının bakış açısını da değiştirmiş durumda. Bankaların çok yakın gelecekte alternatif kanallara, dijital ve mobil bankacılığa, robot asistanlara yatırım yapmaları bekleniyor. Bankaların dijital dönüşüm kapsamında gerçekleştirdikleri

yeniden yapılanma çalışmaları ve fintech'lerle yaptıkları işbirlikleri dikkat çekiyor.

Bir başka araştırma verisi KPMG'nin raporuna göre, yalnızca 2016 yılının ikinci çeyreğinde fintech'lere yapılan küresel yatırım 9,4 milyar dolar seviyesinde.

Öte yandan fintech şirketlerinin geleneksel bankacılık sektörü gelirlerinden pay alıp almayacakları merak konusu. Accenture tarafından yapılan "Dijital Çağ İçin Yeni Bir Vizyon" araştırmasına göre, 2020 yılında banka gelirlerinin yüzde 32'si risk altında. Özellikle perakende bankacılığını etkileyecek gelişmelerin arkasında yatan sebep ise fintech şirketleri. Bu şirketler ödeme, uzun vadeli ev kredileri (mortgage), tüketici kredisi, varlık yönetimi, mevduat, teminat, para



EY'den Elhadeif, "Yatırım bankaları Fintech şirketleri ile işbirliği ihtiyacını fark etti" diyor.

yatırmak, cari hesap ve kredi kartı gelirleri gibi kategorilerde bankaların zorlu rakipleri olacak. Bankalar ise fintech'leri rakip olarak görmek yerine bu girişimlerle iş birliğine gidilerek müşterilere daha iyi ve daha hızlı hizmet sunmanın peşinde.

FINTECH İŞBİRLİĞİ MALİYETLERİNİ DÜŞÜREBİLİR

Uluslararası denetim ve danışmanlık şirketi EY, finansal teknoloji organizasyonu Innovate Finance ile birlikte hazırladığı Sermaye Piyasaları: İnovasyon ve Fintech Raporu'nun sonuçlarını açıkladı. Rapora göre; özsermaye kârlılık oranlarının küresel olarak gerileme gösterdiği bir ortamda yatırım bankalarının finansal teknoloji (fintech) şirketleri ile olan işbirliklerini güçlendirmeleri pazar yaklaşımlarını geliştirmelerine ve

kârlılıktaki düşüşü durdurmalarına destek olabilir. Yatırım bankacılığı gelirleri 2015 yılında bir önceki yıla göre yaklaşık yüzde 4 gerileme kaydetti. Bununla birlikte 14 en büyük küresel yatırım bankasının ortalama özsermaye kârlılık oranı 2014'deki yüzde 7,8 seviyesinden 2015'te yüzde 6,3'e indi. Yatırım bankaları için özsermaye maliyeti genel olarak yüzde 10 ila yüzde 12 arasında seyrediyor.

Yatırım bankaları için kısa vadedeki fırsat alanlarının robotik işlem otomasyonu, ileri analitik, dijital dönüşüm ve işlem/hizmetlerde dış kaynak kullanımı olduğu belirtiliyor. EY araştırmasının katılımcıları yapay zeka, akıllı sözleşme ve Blockchain (şifrelenmiş işlem takibi sağlayan dağıtık veri tabanı) gibi teknolojilerin ise uzun vadede ezber bozucu değişimlere ön ayak olacağına inanıyor. Bu alanlara yönelik yapılan yatırımların getiriye dönüşmesinin zaman alacağının belirtildiği raporda; fintech şirketleri ve yatırım bankaları arasındaki işbirliğinin yapısal ve operasyonel maliyetleri azaltabileceği, düzenlemelere uyumluluğu artırabileceği ve ürün/hizmetlerde inovasyonu destekleyebileceğinin altı çiziliyor.

Fintech şirketleri ve sermaye piyasaları şirketlerinin daha güçlü bir işbirliği içerisinde çalışmasının yarattığı büyüme fırsatlarına dikkat çeken EY Türkiye Finansal Hizmetler Sektör Lideri Selim Elhadeif, şunları söyledi: "Finansal teknolojinin bireysel finansal hizmetlerde yükselişiyle paralel olarak sermaye piyasaları ve fintech şirketleri ara-

sındaki işbirliği olanakları da hızlı bir şekilde büyüyor. Yatırım bankaları fintech sektörü ile işbirliği yapma ihtiyacının farkına varırken, yeni teknolojilerin beraberinde getirdiği avantajlardan sonuna kadar faydalanıyorlar. Yatırım bankalarının yapısal maliyetler, düzenleme reformu ve sermaye yeterliliği gibi önemli konuların üstesinden gelmeye çalıştığı bir dönemdeyiz ve dolayısıyla inovasyon ikinci plana atıldı. Ancak sektör şu an inovasyonu sunduğu fırsatlar bakımından göz ardı edemeyecek durumda."

Rapora göre; düzenleyici kurumlar yatırım bankacılığında sorunların aşılmasında fintech çözümlerini gittikçe daha fazla destekliyor. Düzenleyici kurumların destek vermesinde FinTech çözümlerinin küresel olarak erişimi kolaylaştırmasının etkili olduğu düşünülüyor.

TÜRKİYE' DE FINTECH PAZARININ 20 MİLYAR DOLAR OLMASI BEKLENİYOR

FinTech İstanbul ve BKM tarafından açıklanan verilere göre, Türkiye'de fintech ekosisteminde 50'ye yakın oyuncu bulunuyor. Veri analizi şirketi Statista verilerine göre, 2016 sonu itibarıyla Türkiye'de finans-teknoloji girişimleri ile fintech pazarının 20 milyar dolara ulaşacağı tahmin ediliyor. Fintech işlem hacminin 2016 yılı sonunda İngiltere'de 229 milyar dolara, Almanya'da ise 118 milyar dolara çıkacağı öngörülüyor. Bu gelişmeler ışığında Türkiye pazarında daha çok fintech girişiminin faaliyet göstermesi bekleniyor.

Paul Doany yeniden oyunda

Sosyal medyada da paylaştığım gibi Doany'nin 100 günü doldurmasının ardından TT CEO'luğunu ele almak istiyordum ama naklen yayın ihalesi işleri değiştirdi. **Kerem Özdemir**

T **ÜRK TELEKOM'UN** eski ve yeni CEO'su Paul Doany'nin şirketteki bin kişi ile kendi yerlerinde görüşme olarak açıkladığı ilk 100 günlük planı tamamlanmadan kendisi ile ilgili yazı yazmayı düşünmüyordum. Bunun nedeni, Doany'nin eski ve yeni TT CEO'su olarak karşımıza çıktığı iki zaman aralığının arasında yatırımcı olarak geçirdiği sürede yaptıklarını az çok bilmemin TT içinde ciddi bir değişim beklememe neden olmasıydı. Türkiye'nin EBITDA olarak bakıldığında en karlı şirketi olarak Fortune Türkiye 500 listesine ve kategori ödülüne abone olan dev şirkette, startup çevikliğinin ilk işaretlerini görmeyi bekliyordum. Bu beklenti hâlâ önemini koruyor ancak maç naklen yayın hakları ile ilgili ihale biraz esnememi gerektiriyor.

Doany'nin "Birinci TT CEO'luğu Devri"nde hatırladığım en çarpıcı hareketlerinden biri, Digiturk'ün sahibi olarak ihalede şahsen yer alan Mehmet Emin Karamehmet ile TT CEO'su olarak kapışmasıydı. İhalenin sonucunda yayın hakları Digiturk'te kaldı ama fiyat inanılmaz yükselmişti. Birkaç ay sonra Digiturk'te



Doany, gelir artışını vurgulayan üç aylık bilanço açıklaması ile basına yansıdı.

çalışan bir arkadaşım, daha önce banka kredisi kullanmayan şirketin kredi kullanmaya başladığını ve finans yönetiminin alışık olmadığını sularda seyretmek zorunda kaldığını söylüyordu. Daha sonra yayın haklarının sahibi Digitürk'te sahiplik el değiştirdi. Şimdi, yeni ihaleye doğru ilerlerken Paul Doany'nin yeniden Türk Telekom'da dümene geçmesi, Doany'nin yeni dönemi için bunu da CEO'nun ilk 100 günü kadar önemli bir değerlendirme kriteri olarak ele almayı zorunlu kılıyor.

Geçmişte şifreli ya da ücret ödenerek izlenen yayınların vazgeçilmez parçası olan maç ve özellikle ulusal lig futbol maçı yayınları, bu işi yapan televizyon yayını şirketlerinin yaşaması için kritik etkendi. Şimdi giderek daha fazla duyduğunuz ikinci ekran ve üçüncü ekran terimleri ile ifade edildiği biçimde mobil cihazların televizyonun yanına eklenmesi, artık bu konuyu telekom operatörleri açısından da kritik hale getiriyor. Mobil bir kenara bırakıldığında evdeki sınırsız internet paketinizin sözleşme süresi bittiğinde sizi arayan çağrı merkezlerinin bağlantı ile birlikte birkaç ay için ücretsiz bir televizyon paketini de teklif etmeleri, iki işin nasıl birleştiğini gösteriyor. Geleneksel telekomünikasyon servisleri giderek emtialaşırken, satacak yeni şeyler bulması gereken operatörler için spor içeriği bulunmaz bir nimet.

Allah sonlarını benzetmesin ama bu hakkı ilk ele geçiren Cine5'in, maç yayın haklarını kaybettikten sonra dünya ile aynı anda yaptığı film gösterimleri ile bile tutunamaması önemli bir gösterge. Digitürk ile D-Smart arasındaki mücadelede de ücret ödeyen müşteriler anlamında Digitürk'ün avantajı, -arkadaşımın diğer paketlerin büyük ilgi gördüğü-

nü söylemesine karşın- maç yayınları olduğunu düşünüyorum.

Spor karşılaşmalarının canlı izlendiği stadlarda mobil teknoloji kullanılarak yapılabilecekler ya da daha anlaşılır adıyla mobil servisler ve kişiselleştirilmiş hizmetler, işin kremasını oluşturuyor. Bunların yayın ile entegre edilmesi, işi çok daha ileri götürebilir. Dolayısıyla, üç operatörün de ihaleye gireceğinin açıklanması ve farklı yayın hakkı modellerinin oluşturulmaya çalışılması boşuna değil.

Çin'in 800 milyon doların üzerinde transferle kurduğu lig ve Şampiyonlar Ligi yayın haklarının roket gibi yükselmesi de dünya genelinde endüstriyel futbolun yükselişinin göstergeleri olarak konuyu anlamamızı kolaylaştırıyor. İngiltere'de BT Group'un (*British Telecom*) 2013'te Şampiyonlar Ligi'nin ihalesinde Sky ile ITV'nin elinden alırken fiyatın bu iki şirketin ödediği 400 milyon pounddan 900 milyon pounda yükselmesi, futbolun operatörler için önemini açıkça gösteren bir rakam. Bu dalganın sporun giderek daha büyük ölçüde sınırlanması Türkiye'de bu sene tsunami etkisi yaratması şaşırtıcı olmayacak.

Doany'nin 100 günlük programı ile ilgili de renk vermek gerekirse, bunların çay içip isim öğrenme ile ilgili olduğunu düşünmüyorum. Doany, yatırımcılık günlerinde nihai yatırım kararını almadan önce şirketleri ziyaret edip insanlarla tanışıyordu. Mobilexpress Kurucu Ortağı Tunç Berkman, SMS ve QR kod kullanan ödeme ve alışveriş şirketi Mobilexpress'e yatırımından önce Doany'nin şirketi gezip insanları incelediğini söylüyordu. Daha sonra InGame Group'a yatırım yaparken bu daha az etkili olmuştu çünkü eski Türk Telekom çalışanları olan kurucuları zaten tanıyordu.

Kendi işini iyi yapan ve ekibindekilerin de işini iyi yapmasını isteyen bir lider olan Doany, sürekli kendi gündemi ile hareket etmeyi seven biri. Mobilexpress lansmanının çıkışında rehavetten uzak bir biçimde Berkman'a, "Yarın şu görüşmeyi yapıyorsunuz, değil mi? Belki ben de gelirim" diyen Doany, InGame Group yatırımını konuştuğumuz yemeğin sonunda ise, jeotermal enerji alanındaki yatırımının inceliklerini anlatıyordu. Bu yatırımda onu etkileyen, buhardan çok daha yüksek verimlilikle enerji elde etmeyi sağlayan teknolojiydi.

Doany'nin peşinde oldukları, her zaman için oyunu değiştirebilecek ve eksiği bulunmayan çözümler olarak karşına çıktı. Akıllı telefonlar yükselirken Mobilexpress'te neden SMS ile ödemeye rağbet ettiğini sorduğumda metro istasyonunda görülen bir QR kodu okutup SMS ile ödeme yaparak alışverişi tamamlamanın mümkün olduğunu anlattı. Veri şebekesi çalışmadığı için bunu akıllı telefon ve uygulaması ile yapmak mümkün değildi.

Bu örnek, Doany'nin hangi inceleklerin peşine düşerek rekabet edeceğini net bir biçimde gösteriyor. Son ayrıntı, sonuç alıcılığı konusunda. Kendisine söylemeden Fortune Türkiye'ye kapak yaptığımız sayıda, Astoria'daki görüşme bittiğinde fotoğraf çekimi için o zaman bulduğumuz Vatan Gazetesi ve Dergi Grubu binasının alt katındaki stüdyoya indik. Stüdyoda işler karışmıştı ve sözleştiğimiz saatte hazır değildi. Şikayet etmeden ayakta bekledi ve sonrasında da iyi pozlar verdi. Bu da Doany'nin alacağı sonucu biddiğinde dışını sıkıp sonuca ulaşma kararlılığına işaret ediyor. Dışlarını çok fazla sıkıktığında ne olduğunu ise, görmek istemeyeceğinizden eminim.



Sporun dijital hali

Silicon Valley'in kalbinde yer alan Levi's Stadyumu, sadece 49ers'in maçlarını oynadığı bir saha değil, bugünün ve geleceğin stadyumları arasında bir köprü. Köprünün üzerinde yükseldiği ayak ise etkileşim. **Kerem Özdemir**



PALO ALTO'DA bulunan Levi's Stadyumu'nu gezerken görevliler size geniş bir alanı gösterip "Burada nikah törenleri, düğünler yapılıyor" dediğinde bunun spor ile teknoloji arasındaki sahanın neresine oturduğunu ilk anda anlayamıyorsunuz.

Ta ki, konuyu spor ile insan arasında yaşananın bir etkileşim olmasına bağlayana kadar da soru işareti ortadan kalkmıyor. Spor karşılaşmaları insanı esir alsa da, gözleri dikip felç olmuş şekilde kilitlenilen bir etkinlik değil. Biraz düşünersek, televizyon karşısında maç izlerken ikinci ve üçüncü ekran kullanımlarındaki yükselişin bu konuda açıklayıcı bir örnek oluşturduğunu anlamamız zor değil. Doğru sözcük olarak izlemek veya takip etmeyi seçip, ABD malı dedektif dizilerinde araç içindeki dedektiflerin takipteyken kahve içmekten sosisli sandviç yemeye kadar yaptıklarını akıldan geçirmek sorunu külliyen çözüyor.

Levi's Stadyumu'nda yer alan iki "club"ın özellikleri, buradaki ekonominin anlaşılmasını da sağlıyor. Çalışanların, "Hava koşulları çok kötü olduğunda oturup maçı seyretmek dışında bir faydası görünmüyor" diye esprisini yaptığı BNY Mellon Club'ın yüksek üyelik bedelini ödemek, kulübe destek olmanın ve VIP hizmet almanın yanında, sporcularla daha yakından temas kurmayı da sağlıyor. Maça tünelden çıkmalarına rağmen sporcular antrenmana çıkarken BNY Mellon Club'ın sahaya açılan kapısını kullanıyor ve buranın müdavimlerinin arasından geçiyor. Bu, takıma daha yakın olmayı sağlayan önemli bir ayrıcalık ve fiyatı kabul edilebilir hale getiriyor.

Bu, genel olarak spor seyircisinin peşinde olduğu özellik. Maçı kopmadan izlemek ama stada gitmiş olmanın sağlayabileceği etkileşim olanaklarını da azami düzeyde kullanmak. e-ticaret çağında bu, sahayı bırakıp alışveriş etmek yerine sipariş ettiğiniz şeyin ayağınıza gelmesini muazzam bir servis haline getiriyordu. 2014'te inşa edilen Levi's Stadyumu,

bunun başarılı olduğu bir tesis. Statta internet bağlantısını sağlayan bin 200 erişim noktası, izleyicilerinin paylaşımında bulunmasını kolaylaştırırken yerlerini tespit etmeyi de mümkün kılıyor. Bunun sonucu, koltuğundan sipariş veren birine siparişinin iletilmesinin mümkün olması. Maçı izlemeyi bırakıp içecek almaya gitmişken maçın en önemli pozisyonunu canlı izleyememe riski böylece ortadan kalkıyor. Pozisyon kaçırma korkusu ile alışverişten vazgeçmek de düşen bir olasılık oluyor. Stattaki görevliler, bunun hem satışlar hem de müşteri memnuniyeti anlamında pozitif etkisinin görüldüğünü söylüyor.

Bunu yapabilmek için, sadece teknoloji yeterli değil; aynı zamanda farklı bir düşünüşle hareket etmek gerekiyor. Stadyumun inşası sırasında akıldan çıkmayan üç ana odak; teknoloji, sürdürülebilirlik ve taraftar deneyimi olarak sıralanıyor. Bu yaklaşım, görevlilerin bir yandan inşaatı süren Dallas Stadyumu'ndan bile yüzde 50 daha büyük olmasıyla diğer yandan Silicon Valley'in şanına yaraşır bir stadyum olmasıyla övünmesini getiriyor. Bunun fiziksel hayata yansımaları ise Wi-Fi, mobil uygulama ve taraftar programı ile oluyor. 2014'te 49ers Operasyon Lideri (COO) Al Guido, "Artık taraftarlara maça gelin ve altı saat boyunca internet bağlantınızı koparın diyemeyiz" şeklinde konuşuyordu. Guido, bu ifadenin sonuna statta asıl kahramanın maçın kendisi olduğunu ve ileri teknoloji tutkunu da olsa buna odaklanmasının ana eksen olması gerektiğini ekliyordu.

İşin manevi boyutu bu şekildeyken maddi tarafta önemli bir yatırımı gerçekleştirmek zorunlu oluyor. Levi's Stadyumu'ndaki internet ve

genel olarak teknoloji altyapısı için önemi adımların atılması gerekmiş. 400 mil yani 650 kilometreden fazla kablolu yapılar bunların yüzde 70'i Wi-Fi için yapılmış. Kurulan bin 200 erişim noktasının yarısı 45 bin koltuk kapasiteli alt çanaktaki seyircilere hizmet verecek şekilde yerleştirilmiş. Çanaktaki her 100 koltuk için bir erişim noktası bulunurken stat, 40 Gb/saniye kapasiteli ilk stadyum unvanını elde etmiş durumda.

İki sene önce, Levi's Stadyumu'nun teknolojiye sorumlu başkan yardımcısı Dan Williams, spor ile akıllı telefonlar arasındaki ilişkiyi, sahadaki ürün iyileştikçe cep telefonların elden bırakılma oranının yükseldiği ifadesiyle açıklıyor ve işi mekan içi deneyime bağlıyordu. Williams, "Ci-

hazların kendi hızları ve kullanıcıların stadyum içinde veriyi kullanabilecekleri hızlar, mekan içi deneyimin kalitesini artıracak şekilde olmalı" diye yorumunu tamamlıyordu.

Mobil uygulama entegrasyonu ise, daha ilk anda taraftar adaptasyonu açısından işin umut vaat eden bir yanını oluşturmuyordu. Daha başlangıçta 80 binlik uygulama indirme rakamına ulaşılırken, bunun mobil servislerle bağlanması konusunda da ilk işaretler çok başarılı oluyor. Kombine sahiplerinin yarısı daha baskından bilet hesaplarını uygulama ile bağlarken birçok taraftar buna bağlı hızlı teslim alma olanaklarını kullanmaya başlıyor. O dönem oynanan 49ers-Chargers maçında taraftarların verdiği binden fazla yiyecek-içecek

siparişinin teslimi 10-12 dakikada gerçekleştiriliyor. Bu, hedeflenen 20 dakikalık sürenin çok altında.

Bütün bunlar etkileyici olmakla birlikte artık tarih sayfalarında yerini almış durumda. SAP'nin stadyumu bir büyük veri havuzu olarak değerlendirip analitiği öne çıkaran uygulamaları için sahaya çevirmesi ile yeni bir döneme giriliyor. Büyük ekran televizyonlardaki anket uygulamaları sayesinde kulüp ve taraftarları yakınlara bulaştırarak bunun duygusal ve ekonomik sonuçlarını elde etmeye yönelik şimdilik deneysel çalışmalar yapıyor. Ortak alanlardaki bu oyunlar, taraftarların kendi arasında bilgi yarışması için bir platforma da dönüşebiliyor ancak en etkileyici olan, anket sorularına verilen cevapların oyuncuların sahadaki davranışları ile karşılaştırmalı analiz edilmesiyle taraftarın benzediği oyuncuyu tespit etmek. Ben Palo Alto'dayken en fazla istenen 1987 doğumlu (28 yaşındaki) Colin Kaepernick benzerliği ile listelenmekte. Kulüp bunu keşfeden Kaepernick çoktan dövmeleriniyle Pinterest'te binden fazla fotoğrafa sahipti.

SAP dahil kimse teknoloji ve sosyal medya kullanımının nereye kadar uzanacağını ya da bu ilerlemede kimin etkili bir dönüşüm lideri olarak ortaya çıkacağını bilmiyor. Ancak herkes biletlerin kimler arasında el değiştirdiğini, taraftarların nelere ilgi duyduğunu, nelerin çapraz ya da üst pazarlamasının yapılabileceğini bilmek istiyor. Bunun nedeni, bir yandan sportif işlerde eğlence, zevk, teknoloji kullanımı artıp kalite yükselirken diğer taraftan büyüyen rakamların kendini zarar eden işlerde

KULÜPLER SOSYAL MEDYAYI KEŞFEDİYOR

Sosyal medya mecraları (Haziran 2016)	Beşiktaş	Fenerbahçe	Galatasaray	Trabzonspor	Bursaspor
Twitter takipçi sayısı	1,68 milyon	5,17 milyon	6,55 milyon	0,58 milyon	0,26 milyon
Facebook beğeni sayısı	5,9 milyon	10 milyon	12,7 milyon	0,93 milyon	0,6 milyon
Instagram takipçi sayısı	0,81 milyon	2 milyon	2,7 milyon	0,11 milyon	0,05 milyon

Kaynak: bilyoner.com, Deloitte

AVRUPA'DAKİ DURUM

Takım ismi	Facebook beğeni sayısı	Twitter takipçi sayısı	Instagram takipçi sayısı
Real Madrid	92 milyon	20,6 milyon	37,4 milyon
Barcelona	94,2 milyon	18,5 milyon	39,2 milyon
Manchester United	70,8 milyon	8,4 milyon	13,2 milyon
Bayern Munich	38,8 milyon	3 milyon	7,7 milyon
Chelsea	46,4 milyon	7,3 milyon	7,3 milyon
Juventus	24,2 milyon	3,3 milyon	5 milyon
Milan	24,8 milyon	3,8 milyon	2,6 milyon
Paris Saint-Germain	25,5 milyon	3,8 milyon	6,4 milyon

Kaynak: Deloitte Football Money League



BNY Melon Club, antrenmana çıkan oyunculara temas etme imkanı da sunuyor. SAP, bu etkileşimi ileri taşıyor.

bulma olasılığını yükseltmesi. Genel olarak da spor, zarar edilen bir alan olma eğiliminde.

Bunu aşmak için teknoloji kullanımı kadar organizasyonel yapılanma da önemli bir etken olarak karşımıza çıkıyor. Deloitte Türkiye CFO Hizmetleri Lideri Cem Sezgin, kulüp yapılarında bir oyuncunun eksikliğinin ciddi biçimde hissedildiğini ve bu eksikliğin kulüplerin finansal olarak gol yemesine neden olduğunu ifade ediyor. Sezgin'in "Bir Futbol Kulübünde CFO Olmak" adlı çalışması, CFO'nun dengeleyici rolünün eksikliğinin kulübe nasıl zarar verdiğini gösteriyor.

Futbolda teknik direktörün oyunu iyi okumasının zorunluluğu ile CFO'nun işi iyi analiz etmesinin ge-

reğini karşılaştıran Sezgin, "Bazen sahada işler beklediğiniz gibi gitmez. Hakem ters bir karar verir, en güvendiğiniz oyuncu düşük performans sergiler, rakip çok baskı kurar, sakatlık olur, zemin futbola müsait değildir, taraftar yeteri kadar destek vermez... Olağandışı bir nakit ihtiyacı, vergi mevzuatında bir değişiklik, kurlardaki ani dalgalanma, işten ayrılan kilit bir personel, yazılımların istenilen raporları üretememesi, satış ile alacaklar konusundaki fikir ayrılığı. İşte bu noktalarda doğru müdahaleleri, doğru zamanda yapmak zorundadır iyi bir teknik direktör" şeklinde konuşuyor.

Aynı durum CFO için de geçerli. Kulübün mali gücü ile sürdürülebilir sportif başarı arasındaki ilişki,

CFO ile teknik direktör veya kulüp yönetimi arasındaki ilişkiyi de belirliyor. Burada ciddi bir profesyonelleşme sorunu var. Türkiye'deki CFO'ların yardımcı oyuncu tadında rollerle sınırlı kalması, büyük resimde ABD'deki örneğin yakalanmasını güçleştiriyor.

Sporun artık uluslararası arenada tanımlanmış bir olgu olması, finansal tarafta bir karşılaştırmaya olanak tanıyor. Kaepernick'in Pinterest fotoğraflarına atıfta bulunurcasına, "Yurtdışında artık CFO'lar da teknik direktörler gibi medyatik. Özellikle ABD'de, halka açık ve büyük şirketlerde mikrofonlar hep CFO'lara doğrultuluyor. Birçok firmada yatırımcı ilişkilerinden de sorumlular ve sadece maç günleri değil, 365 gün

FUTBOL VE FİNANS BİRBİRİNE BENZİYOR

Sezgin'in hazırladığı benzerlikler tablosu, belki futbol ve finansal yönetim taraflarının aynı dili konuşmasına hizmet edebilir.

AKSİYONLAR

Futbol	Finans
Naklen yayın	Yatırımcı ilişkileri
Halka arz / ipo	Final maçı
Yurtdışından transfer / yurtdışına transfer	İthalat/ ihracat
Sezon öncesi hazırlık kampı	Bütçe dönemi
Stadyum	Fabrika / mağaza / ofis
Şike	Mali tablolar üzerinde tahrifat
Hazırlık maçı	Simülasyon
Antrenman	Mesai
Ek antrenman	Fazla mesai
Maç / Avrupa kupası maçı	Rekabet / yurtdışı pazarlarda rekabet
Hızlandırılmış amortisman	Sakatlık
Adam adama markaj	Alacak takibi
Alan yaratma	Finansal kaynak alternatifleri bulma
Tam saha pres	Dönem kapanışı
Adam kaçırma	Mali sonuçlara yansıyan hataların fark edilmemesi
Doldur boşalt	Katma değersiz analizler

AKTÖRLER

Futbol	Finans
Uluslararası ve ulusal federasyonlar	Regülatörler (düzenleyici kurumlar)
Hakemler	Bağımsız denetçiler
Kulüp yönetimi	Yönetim kurulu
Kulüp başkanı	YK başkanı (bazen de CEO / genel müdür)
Transfer komitesi	İşe alım komitesi
Teknik direktör	CFO/mali işler direktörü
Sportif direktör	Chief operating officer
Futbol şubesi	Finans departmanı
Takım kaptanları	Finans departman müdürleri
Futbolcular	Finans departmanı çalışanları
Diğer takımlar	Rakipler -finans
Altyapı oyuncusu	Stajyer -finans
Taraftar, sponsor, medya, diğer kulüpler	Müşteriler
İzleme (scouting)	Seçme ve yerleştirme danışmanları
Kaleci antrenörleri	Vergi danışmanları



Colin Kaepernick, takımın yıldızlarından ancak Pinterest halleri ile de sosyal medyanın da gözdesi.

sıcak bir tempo söz konusu” diyor ve ekliyor: “Dünyanın önde gelen şirket ve kulüplerinde, düz ücretlendirmeden ziyade, her iki pozisyon için de performans bazlı bir finansal paket sunuluyor. Dünyanın en çok kazanan ilk beş teknik direktörünün ortalama geliri yıllık 15 milyon dolar. ABD’de en fazla kazanan ilk beş CFO için bu rakam 42 milyon dolar. Ancak tüm araştırmaların işaret ettiği gibi, her şey maddi kazanç değil. Büyüyen, gelişen bir firmada CFO olmak da, başarılı bir futbol takımının teknik direktörü olmak da son derece keyifli.”

“Keyifli” sözcüğü burada Çince’de risk ve fırsatın aynı karakterle ifade edilmesinde olduğu gibi değerlendirilmek durumunda. Sezgin, “Futbolda kazanmak için gol atmak gerekir. Çoğunlukla gol yememenin de önemli olduğu unutulur. Zaten bu yüzden, takımda sadece bir oyuncuya topa elle müdahale hakkı verilmiyor mu? Finans dünyasında da benzer bir durum söz konusu. Düşünün, CFO olarak çok başarılı bir proje finansmanı gerçekleştirmiş ve şirket için en uygun koşulları sağla-

mışsınız. Gol! Durum: 1-0. Ancak, bir bakmışsınız topluca atağa geçmişken defansı sağlam tutmamışsınız ve hesapta olmayan bir vergi cezası! Hem penaltı ve kırmızı kart, hem de gol. Skor: 1-1; bir kişi de eksik kalmışsınız.” diyor.

Elle müdahale hakkı, CFO’ların kulüpte sahip olmaları gereken rolü anlatan en iyi örnek. Daha fazla ayrıntıya girince, benzerlikler ve ayrılıklar dikkat çekici hale geliyor. Bunlar Türkiye’nin sportif ortamında daha da belirgin görülüyor. Spor kulüpleri taraftar ve kulüp içi çevrelerden kaynaklanan sportif başarı baskısı ile, zoraki ya da akıldışı denebilecek transferler yapıyor. Bu transferler, daha yüksek gelir getiren yurtdışı şampiyonalarda devre dışı kalındığında finansal olarak küme düşmeye kadar gidebiliyor. Uluslararası kurallar devreye girdiğinde ortaya sürdürülemez sonuçlar çıkmasına kadar uzanan olumsuz sonuçlar çıkabiliyor. Sezgin’in teknik direktörler ile CFO’ların rollerini benzeştiren tablosu, belki de bu olumsuzluğun aşılmasını sağlayacak empatiyi oluşturuyor.

Kaspersky Lab META Bölgesi'ne yeni genel müdür



Kaspersky Lab, Maxim Frolov'un META Bölgesi (Ortadoğu, Türkiye ve Afrika) Genel Müdürü olarak atandığını duyurdu. Frolov, bölge genelinde 60'tan fazla ülkede iş hacmini büyütmekten sorumlu olacak. Frolov ortaklık ilişkileri kurup kurumsal işletmeleri ve KOBİ'leri yeni tekliflere teşvik ederek şirketin bölgedeki liderliğini güçlendirmeyi hedefliyor.

Maxim Frolov BT sektörünün satış, pazarlama ve özellikle dağıtım pozisyonlarına kadar uzanan büyük bir deneyimi beraberinde getiriyor. Frolov'un önceki deneyimleri arasında Microsoft Rusya'nın KOBİ Direktörlüğü de bulunuyor. Kendisi bu pozisyon kapsamında, yeni satış modelleri ve bulut çözümlerinin dağıtım stratejilerini ve kanal yaklaşımlarını yeniden şekillendirmekten sorumluydu.

İşNet Genel Müdür Yardımcılığı'na Aytül Sepetci atandı



Türkiye bilişim pazarında kurumsal iletişim ve haberleşme hizmetleri sunan İşNet'in yeni Genel Müdür Yardımcısı Aytül Sepetci oldu. 1999 yılından bu yana şirketin çeşitli bölümlerinde çalışarak deneyim kazanan Sepetci, son dört yıldır da direktör olarak görev yapıyordu.

1992 yılında Yıldız Teknik Üniversitesi Kimya Mühendisliği bölümünden mezun olan Aytül Sepetci, 1998 yılında Marmara Üniversitesi'nin MBA programını tamamladı.

İş hayatına 1997 yılında Toprak İlaç'ın üretim planlama bölümünde başladı. 1999 yılında Pazarlama Uzmanı olarak başladığı İşNet'te sırasıyla Pazarlama Müdür Yardımcısı, Pazarlama ve Kurumsal İletişim Grup Müdürlüğü ve son olarak da Satış, Pazarlama ve Müşteri Hizmetleri Direktörlüğü görevlerini yürüttü.

29 Eylül 2016 tarihinde de İşNet Genel Müdür Yardımcılığı görevini üstlendi. Sepetci yeni görevinde; İşNet bünyesindeki direktörlüklerin tümünden sorumlu olacak. Sepetci bu noktada İşNet'in misyonu ve vizyonu ışığında şirket yönetimi ile ilgili tüm konularda genel politikaları ve stratejileri belirleyecek, aynı zamanda İşNet'in kurumsal kimliğinin yaygınlaşması ve pazar payının artması yönünde üst düzey ilişkileri yönetecek.

Vodafone Türkiye'nin yönetim kurulu yenilendi



Vodafone A.Ş.'nin yeni yönetim kurulu belirlendi. Son yapılan olağanüstü genel kurulundaki seçime göre, Ocak 2014'ten bu yana Vodafone Grubu Afrika, Ortadoğu, Asya, Pasifik (AMAP) Bölge CEO'luğu görevini yürütmekte olan Serpil Timuray, 15 Ekim 2016 itibarıyla Vodafone Grubu Ticari Operasyonlar ve Strateji Dünya Başkanı olarak atandı. Timuray, aynı zamanda Vodafone Türkiye Yönetim Kurulu Başkanlığı sorumluluğuna da devam edecek.

Vodafone Türkiye'de 2006 yılından bu yana Hukuk, Sözleşmeler ve Kurumsal Güvenlikten Sorumlu İcra Kurulu Başkan Yardımcılığı ve 2012 yılından bu yana Yönetim Kurulu Başkan Vekilliği görevini yürüten Selçuk Karaçay, yeni dönemde yine Yönetim Kurulu Başkan Vekili olarak seçildi. 18 yıldır Vodafone'da çalışan ve 19 Eylül 2016 itibarıyla Vodafone Türkiye CEO'su olarak görevine başlayan Colman Deegan ise yönetim kurulu üyesi olarak seçildi. 24 yıldır Vodafone'da çalışan, Vodafone Grubu AMAP Bölgesi Finans Direktörü olan John Otty ile 13 yıldır Vodafone'da çalışan Vodafone Grubu AMAP Bölgesi İnsan Kaynakları Direktörü Gianluca Ventura da yeni yönetim kuruluna seçilen diğer isimler oldu.

Yaşlı bakımında dijital olanaklar

Dijital sağlık çözümleri, kronik hastalık takibinin ardından sensörlerin de eklendiği sistemlerle yaşlıların düşmesi gibi sorunlara da çözüm oluşturuyor. **Kerem Özdemir**

S

AĞLIK DÜNYASI hasta verilerini dijital olarak takip etmek suretiyle kronik hastalık tedavisinde uzunca bir süredir ileriye doğru adımlar atıyor. Verinin dijitalleşmesi, analiz yapmayı kolaylaştırırken sensörler başta olmak üzere sisteme eklenen yeni bileşenler teşhis ve bakım tarafında yeni yöntemleri ortaya çıkarıyor. Bu, gerçekzamanlı sağlık hizmetleri olarak adlandırabileceğimiz yeni bir konsepti de hayatımıza sokuyor. Hatta öngörüselsel analitik ile sorunu ortaya çıkmadan önce tespit edip koruma sağlamak da mümkün oluyor.

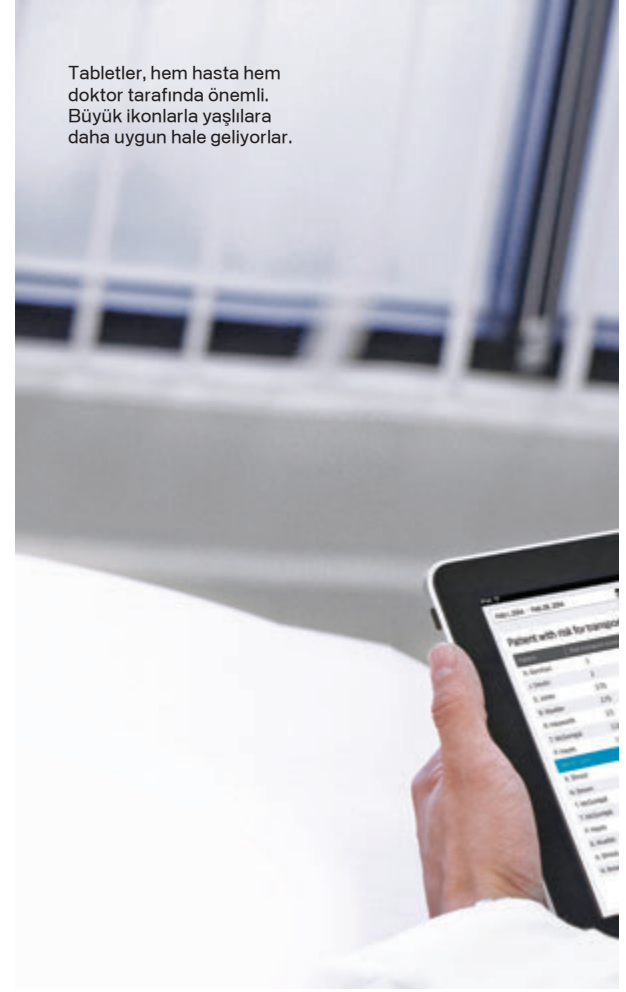
Bunun en çarpıcı örneklerinden biri, düşmeleri konu alıyor. Kronik ve geriatrik (yaşlılığa bağlı) hastalıklar daha önce de gündemde kapsamlı yer alırken -özellikle diyabet ve yüksek tansiyon bizde çok konuşulur- o kadar konuşulmayan düşme konusunda yapılanlar dijital sağlıkta geline nokta çarpıcı biçimde ortaya koyuyor.

Düşmeyi yaşlılık döneminin en önemli sağlık problemlerinden biri olarak gören Dünya Sağlık Örgütü, 2004 yılında yayımladığı bir raporda yaşlıların üçte birinin her yıl düştüğünü ve 75 yaş üzeri yaşlılarda oranın daha yüksek olduğunu kaydediyor. Düşen yaşlıların yüzde 20 ila yüzde 30'unda düşmeye bağlı yaralanmalar yaşlılarda hareket ve bağımsızlığı azaltırken erken ölüm riskini artırıyor. ABD'deki bir araştırma ise, yaşlılar arasında düşme oranının yüzde 75'leri bulduğunu ve bunun doğrudan yol açtığı sağlık harcamalarının 34 milyar dolara ulaştığına işaret ediyor. Bu durum, düşmeyi diyabet ve yüksek tansiyon gibi kronik hastalıkların yanında önemli bir yaşlılık problemi olarak adlandırmayı gerektiriyor. Sensör teknolojisi, ileri yaşlardaki kişilerin hareketlerindeki değişime bağlı olarak hareket zorluğu veya denge kaybı gibi durumlarını tespit etmeye yardımcı olarak, sistemin olası düşmeleri öngörmesine zemin hazırlıyor. Anonim data kullanılarak elde edilen şablonlar, takip verisi ile karşılaştırma yaparak sorunu tespit etmeye yardımcı oluyor.

SİSTEM KURMAK ÖNEM TAŞIYOR

Yaşlanan toplumlarda dört ayakta oluşan bir ekosistemin oluşturulması ile hem teknolojinin sağladığı olanaklar ile yaşlanmanın kalitesinin yükseltilmesi hem de

Tabletler, hem hasta hem doktor tarafında önemli. Büyük ikonlarla yaşlılara daha uygun hale geliyorlar.



sağlık hizmetlerinin daha düşük maliyetle ve daha tatmin edici bir düzeyde verilmesi mümkün oluyor. Yaşlanmanın kalitesi ile kastedilen, insanların evlerindeki ve toplum içindeki bireysel ve sosyal aktivitelerden mahrum kalmadan yaşamayı sürdürmesi.

Bunun için rahatsızlıkların ortaya çıkmasını engelleyecek bir sistemin hayata geçirilmesi gerekiyor. Sistemin dört ayağını aşağıdaki gibi tanımlamak mümkün:

1. Takip: Giyilebilir bilgisayarlar, akıllı cihazlar, eve yerleştirilmiş hareket sensörleri ve diğer sensörler ile oluşturulan sistemde üretilen veri, ileri yaşlardaki kişilerin durumunun tespit ve takip edilmesini sağlıyor.

2. Bağlantı: Bu verinin belirtilen tespit ve takip işlevini gerçekleştiren merkeze iletilmesini sağlayan bu sistem aynı zamanda iki yönlü bir



iletişim kanalı olarak yaşlı ile bakım/ tedavi görevlileri arasındaki iletişimi sağlıyor.

3. Büyük veri: Sürekli takip ile oluşan büyük veri havuzunda ya da veri okyanusunda, özellikle analitik yöntemlerin kullanılması ile kalıplar araştırılıyor.

4. Öngörü algoritmaları: Büyük veri analitiği ile veri içinde tespit edilen kalıplar algoritmaların oluşturulmasında kullanılıyor. Bu algoritmalar ise takibin geliştirilmesi ve bütün dörtlü sistemin iyileştirilmesi için kullanılan geribesleme çevrimini tetikliyor.

Bu sistemin ekonomik ve sağlık sistemi ile ilgili faydaları kadar önemli bir boyutu, ileri yaşlardaki kişilerin sürekli hastaneye taşınmadıkları bir yaşam tarzına sahip olmasına asistanlık etmesi. Teknolojinin sağladığı bağlantı olanakları, bu kişiler için daha fazla ba-

ğımsızlık ve istedikleri yerde zamanlarının daha fazlasını geçirebilmek anlamına geliyor. Diğer faydaların başında takip sisteminin sağladığı olanakların, erken teşhis ve olası bir sorunda daha erken müdahaleye olanak tanınması geliyor. Bu, bazı durumlarda hayat kurtaran bir avantaj oluyor.

İşin maddi boyutu bunların ardından geliyor. Yaşlının destek alma ve sağlık çalışanları ile bir araya gelme ihtiyacını azaltan sistem, hem yaşlı hem de sağlık sistemi tarafında maliyetleri aşağı çekiyor.

UYGULAMALAR HAYATI KOLAYLAŞTIRIYOR

Philips'in ortalama bir tablette kullanılabilmesine olanak tanıyacak kadar donanım gereksinimi yaratan eCare Companion uygulaması bu konuda iyi bir örnek oluşturuyor. Yaşlıların

görme özellikleri doğrultusunda ekrandaki ikon ve yazılar daha büyük tutulmuş durumda. Yaşlıların sözcüklerden çok resimlere iyi tepki verdiğini gösteren araştırmalar, bu tercihi ortaya çıkarmış. Bu, teknoloji dünyasında giderek daha fazla bahsedilen müşteri odaklı olmanın bir adım ötesine geçen bir iletişime işaret ediyor. İleri yaşlardaki kişilere ilaçlarını almalarını veya doktor randevularını hatırlatan ya da doktorlarını görmelerini tavsiye eden mesajlar, dost canlısı avatarlar tarafından iletiliyor. Yaşlının ruh halini aktarmak için bir butona dokunmasının yeterli olduğu sistemde, kişiselleştirme tarafına da büyük özen gösteriliyor. Bu özen, sistemde yer alan kişilere gönderilen sabah mesajlarının bazıları için düz metin şeklindeki bir yapılacak işler listesi, diğerleri içinse güne neşeli başlamalarına yardımcı olacak sıcak ve animasyon destekli bir günaydın mesajı göndermek şeklinde kendisini gösteriyor.

Bütün bu gelişmelerin merkezinde insanların yaşamsal verilerinin sürekli takip edilmesinin kronik hastalıkların yönetiminde ve hastaların nekahet döneminde öneminin kavranması yer alıyor. Kan şekeri, kalp atım sayısı, kan basıncı, kandaki oksijen saturasyonu ve nabız izleme gibi işlevleri yerine getiren tıbbi teknolojiler de dahil olmak üzere birçok alanda giyilebilir teknolojilerin payının artması, sağlıkta teknoloji kullanımını artırıyor.

Gelinen noktada ortaya çıkan klinik bulgular, dijital araçların gelişmesine paralel olarak kronik hastalığı bulunanların sağlıklarını yönetmede ve sorunlardan kaçınmada evlerinde dahi daha iyi durumda olabileceğine işaret ediyor. Bulut teknolojilerinin kullanılması, tabloyu daha da fazla olumluya çevirebiliyor. Ancak bu başka bir yazının konusu olacak.

Bir platform olarak Podolski

Verifone Doğu Avrupa, Ortadoğu ve Afrika Başkanı Bülent Özayaz ile yemekte modern şirketleri konuşurken aklıma Lukas Podolski geldi.

SAHADA İZLEDİĞİM İLK MAÇINDA Lukas Podolski'yi, ceza sahası içinde ayakları birbirine dolanıp düşmesi ile hatırlıyorum. İlk anda yanlış transfer yapma yorumuna kadar gidebilecek o sahne, İlyas Salman'ın bir filmindeki zamparalaşan genç futbolcunun sahada uyuklamasına kadar onlarca bellek hücrelerini tetiklemiştir herhalde. Ancak gerçek öyle değildi.

Podolski bir yıldız olmanın ötesinde bir takım oyuncusu ve dahası bilgi teknolojileri tarafına benzeştirirsek bir platform. Benim gözümde, yazılım tanımlı ya da İngilizcesiyle "software defined" bir oyuncu. Bulunduğu pozisyona göre kendisini konumluyor ve işi yerine getiriyor. Bahsettiğim pozisyonda gerideydik ve gol atılması gerekiyordu. Topun önüne geleceği hesabıyla kaleye en iyi şutu çekebilmek için hareketlenmişti. Beceriksizlik veya kasıt sonucu kötü bir pas atılınca -bunda sahamızın "mükemmel" zemininde topun anlamsızca sekmesi de neden olmuş olabilir- hareketini toparlamaya çalışırken düşmüştü. Sonrasında da oyundan alındı ve kimse bunu yadırgamadı sanırım.

Ekim ayının sonlarına doğru Verifone Doğu Avrupa, Ortadoğu ve Afrika Başkanı Bülent Özayaz ile yemekte, zamanında HP'nin Verifone'u neden 1,18 milyar dolarlık hisse takası ile satın aldığını konuşurken aklıma Podolski geldi. Verifone'u HP için o kadar değerli kılan platform ve yeni bir model haline gelmiş olmasıydı. Bir yıl önce Verifone'un cirosu 472 milyon dolardı ancak şirket, ABD o yıl gerçekleştiği tahmin edilen 800 milyar dolarlık elektronik işlemin yaklaşık 520 milyon dolarlık kısmının gerçekleştiği platform olmuştu. Ve o zamanlar yaklaşık 20 milyar dolar ciro yapan HP'yi çekmişti.

Bunun nedeni HP yetkililerinin açıkça belirttiği gibi var olmak için büyümenin gerekmesiydi. Bir yetkili, sürdürülebilir büyüme için her yıl yüzde 10 büyümeleri gerektiğini söylemişti. Bu, 20 milyar dolarlık bir şirket için 2 milyar dolarlık yeni iş yaratmak anlamına geliyordu. Verifone'un özellikleri de bunu sağlamak ve hatta gelen yıllarda da bu katkıyı artırarak sürdürmek için kaçırılmayacak bir fırsat oluşturuyordu. Bırakın EBITDA'yı, şirketin cirosunun iki katının üzerindeki satış fiyatını yakalamanın sırrı buydu.

Aradan geçen yıllarda iki şirketin yolları ayrıldı ve bugün HP, 100 milyar doları aşan cirosuyla bir devken kendisini daha dinamik olmak üzere ikiye bölmüş bir şirket olarak yoluna devam ediyor. Verifone ise

2 milyar dolar cirolu halka açık bir şirket olarak faaliyetlerini sürdürüyor. Özayaz, "Artık varlığını sürdürmek için yüzde 10 büyüme kuralı kendimiz için de geçerli. Her sene 200 milyon dolarlık yeni iş yaratmak zorundayız, varlığımızı koruyalım baskısını artık biz de yaşıyoruz" diyor.

Podolski'yi, her maçın sonunda Sabri'nin koşmasını alkışlamak ya da yine Sabri'nin adamını kaçırmayı nedeniyle gol yememize bağlayıp bu fedakar futbolcuya küfretmek ile sonuçlanan bir kurgu içinde kullanmak, bu büyüme mantığı içinde bakıldığında -en mülayim tabirle- çok akıllıca değil; değer yaratmayan bir hareket.

Antalya maçında 1-0 gerideyken "kazanacağız" diyen bir arkadaşşıma, "Podolski'yi alırsa kazanırız" dememin nedeni bu ve bu hamlenin sonunda maçı 3-1 (ikisi Podolski'nin golleri, diğeri duran top) ile kazanmamızı haklılık kanıtı olarak gösterebilirim. Ancak toplam iş modeli ve kalite yönetimi değişmedikçe, yılda 120 milyon dolar borç faizi ve kur farkı ödüyoruz diye Riva ve Florya projesi yapmayı haklı göstermenin ötesine geçemeyeceğiz. Bu da "Bir kulüpten çok daha azıdır".

Yıl boyu her ay Fortune Türkiye Dergisi ile birlikte dağıtılacak olan Dijital Özel Eki, Aralık sayısında dijital dünyaya ilişkin güncel konuları ve son gelişmeleri tüm detayları ile mercek altına alıyor.



Aralık sayısında yerinizi ayırtmayı unutmayın

Dijital Özel Eki'nde neler olacak:

Akıllı iş ve işletme için İş zekası

Perakendenin değişen yüzü: Fiziksel mağazacılık dijitalleşiyor

Veri merkezlerinde yeni trendler; Dijital verinizi profesyonel ellere emanet edin

HR yeniden yapılanıyor: Dijital dünyanın yeni meslekleri

Yeni bir insan, yeni bir toplum; Dijital Evrim

İŞ DÜNYASINDAYSANIZ; FORTUNE TÜRKİYE OKUMALISINIZ!



Son Rezervasyon Tarihi: **18 Kasım 2016** İlan Teslim Tarihi: **22 Kasım 2016**

Selda Aydemir
0532-4278450 seldaa@tazefikirevi.com

Güldane Taşdemir
0533-4328482 guldane@tazefikirevi.com

Panasonic, Windows 10 Pro ürününü önerir.

Panasonic
BUSINESS

DOĞUŞTAN DAYANIKLI, DOĞUŞTAN PAZAR LİDERİ*

20
YIL
1996'DAN BERİ DAYANIKLI



Intel® Core™ m5-6Y57 vPro™ işlemci teknolojisine sahip Toughbook CF-20

En zorlu yerler ve en zorlu koşullar için varız. Son 20 yıldır, olabilecek en iyi dayanıklı teknolojileri sunuyoruz. Kendi kategorisinin zirvesindeki ürünleri araştırmak ve geliştirmek için sergilediğimiz tutkuyu kutlama adına, sizlere Toughbook teknolojisinin doğduğu Japonya'ya tüm masrafları tarafımızca karşılanmış bir seyahat kazanma fırsatını sunuyoruz.

Yarışmamıza katılmak ve Toughbook'un işinizde size nasıl destek olabileceğini öğrenmek için <http://business.panasonic.co.uk/toughbook-20-years/> adresini ziyaret edebilirsiniz.

*VDC'nin, 2015 Kurumlar ve Kamu Sektörüne Yönelik Mobilite Çözümleri Gelir Analizine göre Dayanıklı Dizüstü ve Tablet Pazarı.

TOUGHBOOK

Intel, Intel logosu, Intel Core, Intel vPro, Core Inside ve vPro Inside, Intel Corporation'un ABD ve diğer ülkelerdeki ticari markalarıdır.

