

CxO

YUVARLAK MASA



Dijital İşletmeler, Dijital Deneyimler



BThaber tarafından gerçekleştirilen CxO Yuvarlak Masa Toplantıları'nın bir yenisi daha 23 Haziran günü İstanbul'un tarihi mekanlarından Mahkeme Lokantası'nda gerçekleştirildi. 1300'lü yıllarda Cenevizliler tarafından hapisane ve mahkeme binası olarak inşa edilen tarihi mekanda gerçekleştirilen CxO Yuvarlak Masa Toplantısı'nın konusu "Dijital İşletmeler, Dijital Deneyimler" oldu. Cisco sponsorluğunda gerçekleşen ve moderatörlüğünü BThaber Yayın Koordinatörü Ayhan Sevgi'nin yaptığı etkinlikte; firmaların dijital deneyimlerini elde ederken, teknoloji altyapılarına yönelik servislerin ölçümlenebilmesi konusunda yöneticiler görüşlerini paylaştılar. Konuşmaların ardından gerçekleştirilen yemekteki sohbetlerde ise teknoloji liderleri fikir alışverişinde de bulundular.

Katılımcı CxO'lar

- Ali Rıza Aydın - Denizbank Bilgi Güvenliği ve BT Risk Yönetimi Grubu Genel Müdürü
- Bahadır Yıldız - Hisar Okulları Bilgi İşlem Yöneticisi
- Bilal Genç - A101 CTO ve İcra Kurulu Üyesi
- Çağatay Avşar - Fibabanka Sistem Altyapı Yönetimi Direktörü
- Çağlar Yılmaz - HD Holding IT Direktörü
- Erkan Özkan - Fırat Plastik CIO'su
- Kadir Tophan - Simit Sarayı IT Direktörü
- Kerim Cantürk - DeFacto Dijital İnovasyon ve İş Çözümleri Müdürü
- Mert Hekimci - Hepsiburada Teknoloji Direktörü
- Mustafa Bezeklioğlu - Türkiye Finans CIO'su
- Ömer Ömeroğlu - İde Okulları CIO'su
- Özgüven Saymaz - Denizbank İş Sürekliliği Grup Müdürü
- Serkan Kırkım - Evidea IT Direktörü
- Tarkan Ateşoğlu - Lila Kağıt Bilgi Teknolojileri Müdürü
- Tolga Tırpan - Bilim İlaç Bilgi Teknolojileri Müdürü
- Ümit Aşkan - Cisco Türkiye CTO'su.

Sponsor



“RPA yazılımlarını devreye aldık”

Erkan Özkan

Fırat Plastik CIO'su



“Fırat Plastik 1972 yılında plastik inşaat malzemeleri alanında üretim yapmak üzere kurulmuş. Bugün bu alanda Avrupa'nın en büyük 3 tesisinden birisine sahibiz. Üretim odaklı olduğu için de daha çok OT tarafına yatırımlar yapıyor. IT tarafı genelde üretim firmalarında gider bölümü olarak görülür ve yatırım alması daha zordur. Bir IT yöneticisi olarak şöyle bir şansım var: Firmamızda teknolojinin, öncelikle üretim odaklı kısımlarını uzun zamandır çok iyi kullanmışlar. Sanırım sektöründe üretim robotlarını ilk kullanan şirketiz. En yeni teknolojileri almaya çalışmışlar. IT tarafında da sunucu altyapısında sürekli en iyi sunucular, en iyi yazılımları kullanarak işleri

yürütmeye çalışmışlar. Bu vizyonla da IT olarak elimiz güçlenmiş durumda. Biz bu vizyonu devam ettirmeye çalışıyoruz. IoT ile birlikte IT altyapıları OT altyapıları ile iç içe girmeye başladı. OT tarafında güvenlik kısımlarını oluşturmak, otomasyonlar, SCADA sistemleri gibi sistemlerin güvenliğini sağlamak noktasında artık IT tarafında biz de destek vermeye çalışıyoruz. IT, OT entegrasyonu kolay değil. Özellikle güvenlik kısmı IoT ile birlikte daha da önemli ve zor hale gelmeye başladı. Yerli bir ERP kullanıyoruz. ERP firması her istediğimizi kısa sürede yazılıma ekleyebildiği için çevikleşmiş durumdayız. Çok mutlu olduğumuz bir

konu var. Yerli ERP şirketimiz, devletin desteğiyle bir ERP yazmaya başladı. Web tabanlı hale gelecek olan yazılım bize daha güzel olanaklar sağlayacak. RPA yazılımlarını son bir sene araştırmaya başladık ve devreye aldık. Yerli RPA şirketiyle anlaştık. Bütün tekrarlayan işleri onlara vermiş durumdayız. Gerçekten de çok verimli oluyor. Algoritmayı düzgün kurduğunuz sürece aklınıza gelebilecek her türlü görevi yapabiliyorlar. Firmamız B2B çalışıyor, bu sebeple ürünlerimiz kullanıcılara dolaylı olarak ulaşıyor. Ama son kullanıcıya dokunabilmek için bir mobil uygulama yazdırmaya başladık. Bu da sektörümüzde bir ilk olacak.”

“Çocuklar büyük veri ile haşır neşir”

Ömer Ömeroğlu

İde Okulları CIO'su



“Uzun yıllardır eğitim sektörünün içerisindeyim. Dijital dönüşümü okulun işleyişi çerçevesinde dijitalleşme ve okuldaki öğrenci, öğretmen ve veliler tarafında dijitalleşme olarak ikiye ayırabiliriz. Okullar toplu eğitim öğretimin verildiği yer ama biz özel okullar eğitim hizmetini satarken okul üniforması, kitap gibi ürünlerde satıyoruz ve yemek, temizlik, servis gibi yan hizmetleri en iyi şekilde sağlamak zorundayız.

Dijital dönüşüm biraz daha okul işleyişinden ziyade öğrenci, öğretmen ve veli tarafındaki dijitalleşme. Kurumsal şirketler online toplantıları uzun yıllardır yapıyor olabilir ama okullar olarak bizler online eğitimle pandemi döneminde tanıştık. Öğrenciler ders saatinde online ve dersi dinliyor, ama evde farklı senaryolar ile karşılaşabiliyor, mikrofonlar açık unutuluyor. Öğretmen online sınıf ortamına nasıl hâkim olacağını bilmiyor. Tüm bu konular ve daha fazlasını eğitim süreci devam ederken geliştirmeye çalıştık.

En geç çıktısı alınan sektör eğitimdir. Sürdürülebilirliğin devam etmesi, yurtiçi ve yurtdışında sadece transkriptlerle değil, yapmış olduğu etkinlikler, projeler, ortak çalışma gibi birçok alanda ürünlerin, içeriklerin verilerin doğru bir şekilde yorumlanarak servis edilmesi önemli. Dijitalleşmenin eğitim sektöründeki en büyük çatıştığı nokta pedagoji! Anaokulundaki bir çocuğun dijitalleşme konusundaki tepkisi ile lisedeki çocuğun tepkisi bir olamaz. Duygusal bir toplumuz hele de o yaştaki bir çocuğun akran eğitimlerini, akranlarından alacağı bilgileri yorumlayamaması, öğrenememesi, o beş duyu organını kullanmadığı sürece biz burada saatlerce dijitalleşmeyi konuşuyoruz, ama çocuk hiçbir şey öğrenemez. Eğitim sektörü farklı bir bakış açısı. Evet dijitalleşme, ama lütfen akıl yorarken Cisco ailesi ile ne gibi ürünler ne gibi yatırımlar yapılabilir de önemli. Çocuklar yarın bu masalarda oturacaklar bu çocuklarda nasıl farkındalık oluşturabilir nasıl katma değer sağlayabiliriz bunu düşünmeliyiz.

Eğitim de en büyük avantajlarımızdan birisi çocuklar, özellikle lise seviyesi öğrencilerde büyük geri dönüşler alıyoruz. Ben Bilgisayar Mühendisiyim, 1998 yılında iyi bir üniversiteye gittim, bilgisayar laboratuvarı vardı ama laboratuvarın kapısı kilitliydi. Şimdi haliyle biz çocuklara daha büyük imkanlar sağlıyor, en son teknolojiyle donatılmış bilişim sınıflarıyla teknolojiye ilgisi olan öğrencileri destekliyoruz.

Yeni nesil öğrenciler ve bizler anlık çıktı, anlık geri bildirim istiyoruz. Artık her şey çok hızlı geliyor. Gelecek nesli yetiştiren bizler öğretim şekillerimizi güncellemeli yeni nesil teknolojileri, dijitalleşmeyi ve büyük veriyi kullanmayı öğrencilerimize öğretmeliyiz. Çünkü sistemi şekillendirecek ve geliştirecek onlar.

Çocukların okul çağında ortak çalışarak bu projeleri, bu birikimleri üretmesi bizim için ayrı bir katma değer sağlıyor olacak.”

CxO

Yuvarlak Masa

“Hepsiburada’da her şey veri üzerinden yürüyor”



Mert Hekimci
Hepsiburada Teknoloji Direktörü

“Hepsiburada olarak müşteri deneyimini merkeze alan bir felsefeyle sektörün gelişimine ve dijital dönüşüme liderlik ediyoruz.

Müşterilerimize uçtan uca bir kolaylık ekosistemi sunuyoruz. Sektöre öncülük eden servislerimizle fark yaratıyoruz. Özetle, bütün yatırımlarımızı, müşteriye olumlu deneyim yaşatma üzerine kurguluyoruz.

Özünde zaten dijitalleşme olan bir şirket olarak, ‘Daha neleri dijitalleştirebiliriz?’ sorusuna yönelik son dönemde yayına aldığımız özelliklerimizden bahsedebilirim.

Bunlardan biri finansal bir çözüm olan “alışveriş kredisi”. Bu özellik sayesinde müşterilerimiz taksitlendirilemeyen cep telefonu gibi ürünleri alırken, kredi yönetimini kullanarak bankaya başvurabiliyorlar. Yani bir cep telefonunu sepetinize attığınız zaman online olarak sepetin son adımında anında, birkaç dakika içinde kredi alabiliyorlar. Bir başka projemiz, yeni geliştirdiğimiz ‘LinkGelir’ özelliği. Listenizdeki ürünleri kulaktan kulağa

anlatmak yerine sosyal medya hesabınızda paylaşarak, size özel bir link üzerinden takipçileriniz veya sizin yapacağınız alışverişler neticesinde bir herhangi bir Hepsiburada kullanıcısı olarak gelir elde edebiliyorsunuz. Bunu kullanmak için herhangi bir takipçi sayısına, influencer olmaya ihtiyaç yok. Dijitalleşme değil belki ama, ama birçok şeyin daha dijital hale getirilmesi diyebilirim buna.

Bulduğum konum itibarıyla uzun zamandır dijitalleşmemiş parçaları ya da daha dijitalleşecek niş parçaları kitlelerle buluşturacak fikre öncülük etmek anlamında biz teknoloji liderlerinin çok fazla rol oynadığını düşünüyorum. Özellikle teknolojiye olmayan yöneticilerimizin, beraber çalıştığımız arkadaşlarımızın ya da iş geliştirme tarafındaki arkadaşlarımızın sürüklediği birtakım işleri yaparken, kendi hayal ettiğimiz teknolojik gelişmeleri pratikte kitlelerle buluşturmak konusunda öncülük edemeyebiliyoruz. En azından benim hayatım ağırlıklı olarak iş

birimlerinin, pazarlama birimlerinin hayal ettiği şeyleri gerçekleştirmekle geçiyor. Bunun dışındaki vakit fırsat bulursak, onların isteklerine koştururken, daha da rahat yapabileceğimiz altyapı geliştirmelerini yapmakla geçiyor. Bu yönden bakıldığında aslında küçük şirketlerin, küçük girişimlerin bunu yapmak için daha çok fırsatı var ve daha cesur davranabiliyorlar. Onlarınsa nefesi bunu kitlelere ulaştırmak için yetmiyor gibi geliyor bana. Ben daha az fiziksel dünyadan dönüştürülen şirketlerde yer aldığım için böyle bir deneyim yaşamış olabiliyim, ama bugün ‘LinkGelir’ dediğim özelliği ya da kredi özelliğini ben getirmedim. Bu finansal bir çözüm olarak geldi. Bir teknoloji uzmanının getirme olasılığı düşük... Hepsiburada içerisinde her şey veri üzerinden yürüyor. Tüm dataları analiz ediyoruz. Tüm bu teknolojik gücümüzle, insanların hayatlarını kolaylaştırmaya odaklanan ve sunduğu bütünsel hizmetlerle tüm paydaşlarına katkı sağlayan dev bir ekosisteme dönüşmeyi hedefliyoruz.”

“Dönüşüm hiç bitmiyor”



Bahadır Yıldız
Hisar Okulları Bilgi İşlem Yöneticisi

“Veri toplamak ve inceleyip sonuç çıkarmak Bilgi İşleminin işinin önemli bir parçası. Her öğrencinin ölçme değerlendirme verisi bizim için çok önemli bir bilgi kaynağı. Öğrencilerimizi sadece aldığı notlarla değil, öğrenci hakkında toplayabildiğimiz her türlü veri ile de değerlendiriyoruz. Pandemiye çocuklarımızın uzaktan eğitim süresince evde aldıkları eğitimin kalitesini detaylı bir şekilde analiz ettik. Gördük ki zayıf öğrencilerimiz uzaktan eğitim süresince bilgi ve beceri anlamında geriye gitmiş ama iyi öğrenen öğrenci tam tersine daha ileriye gitmiş kendini daha fazla geliştirmiş. Başka bir ilginç sonuç ise

tüm öğrenciler için akademik başarı ortalaması alınınca, aynı öğrenci kitlesi için önceki yıl fiziksel olarak okulda bulunduğu yıl ve pandemi süresince uzaktan eğitim aldığı yılın ortalamalarının aynı olması. Kazanım bazlı bu verileri analiz ederken hep ‘çocuk neredeydi, ne kadar ilerledi?’ diye çocuk bazlı değerlendirip bireysel analizler yapıyor. Akademik içerik bir şekilde uzaktan öğretiliyor ama becerilerin hepsi evde öğrenilemiyor. Analiz ettiğimiz veriler bize bunu açıkça gösterdi. 25 yıldır Hisar Okulları’nda çalışıyorum ve 25 yıldır dijital dönüşüm yapıyoruz. Dijital dönüşüm hiç

bitmedi, bitmeyecek de. Hisar Okulları internetten günde yaklaşık 10 Terabayta yakın data çekiyor ve her gün Terabaytlarca yeni data üretiyor. Üretilen datanın içinde ise bir sürü veri var sonuçta. Cisco Cloudlock üzerinden haftalık gelen kişisel verilerin bulut üzerine yüklenmesi ile ilgili uyarı sayısı 250-300 civarında. Uzun yıllardır kullanıcıların kendi işlerini hızlıca yapmak için alışık oldukları bir işleyiş var. Bulut sistemlerin devreye girmesi ile ise bulut üzerine hızlı bir veri akışı var. Bilgi işlemler şu anda o hıza yetişmekte zorlanıyor ama bu konuda kullanıcıları hızlı bir şekilde eğitmek ve önlemler almak gerekli.”

CxO

Yuvarlak Masa

“Verimizi tanımamız bizim için kritik”



Serkan Kırkım
Evidea IT Direktörü

“Evidea, 2019 yılında gerçekleşen satın alma sonrası altyapısını ve organizasyonunu yenileyerek e-ticaretteki başarısının yanı sıra perakende mağazacılık stratejisiyle büyüme hedefi ile yola çıktı. 2025 yılı sonuna kadar 110 mağazaya ulaşmayı hedefliyoruz, bu hedef doğrultusunda da pandemi dönemine rağmen yatırımlara ara vermeden mağaza açılışlarına devam ettik. Yaklaşık 300’e yakın tedarikçimiz bulunuyor. Bu tedarikçilerimizle bilgi akışını, sipariş yönetimini sağlayabilmek için bir portalimiz var. Tüm bilgi akışı ve sipariş yönetimini bu portal üzerinden iletıyoruz. Proje ve süreç yönetimi için kullandığımız bir yazılım da var. Bununla iş süreçlerinin dijital ortamda takip edilmesi ve kullanıcı isteklerine sorun ve hatalara çevik metodolojiler ile yanıt verilmesini sağlıyoruz. İş Zekası uygulaması kullanıyoruz. Burada dashboard’lar ve tüm iş birimlerine özel raporlar

geliştirildi. Bu şekilde artık İş Zekası uygulaması ile iş birimlerinin daha hızlı karar verebilmelerini ve mevcut durumlarını daha iyi analiz edebilmelerini sağlıyoruz. İş Zekası uygulamız tüm iş birimleri tarafından aktif bir şekilde kullanılıyor. Orada da ciddi bir oranda verimlilik kazandığımızı söyleyebilirim. Müşteri verileri bizim sektörde en önemli konuların başında geliyor. Perakendede müşteriyi iyi tanımak, onun ihtiyaçlarını anlamak ve ona doğru kampanyayla gidebilmek önemli. Bu süreç için iş birimleri ile yapılan çalışmalarımız bulunuyor. RFM analizleri yaparak müşteri segmentlerine özel kampanyalar yapıyoruz. 2021 yılı içerisinde NPS uygulamamızı devreye aldık. Evidea olarak gelişme sürecinde olduğumuzun bilincindeyiz. Bu bilinçle müşteri geri bildirimlerini önemsiyor ve buna göre gelişim alanlarımızda gerekli aksiyonları almaya

çalışıyoruz. Tüm müşterilerimize alışverişleri sonrasında yılda bir kez NPS anketi göndererek alışveriş deneyimlerini skorlamalarını ve varsa yorumlarını iletmelerini sağlıyoruz. Merkez iş birimleri geliştirdiğimiz portal üzerinden müşteri geri bildirimlerini mağaza ve kanal bazlı görebiliyor. Müşteri Hizmetleri yazılımımız ile entegrasyon sağlanarak bu kanaldan gelen şikayetler içinde hızlıca kayıt oluşturulacak bir altyapı kurduk. Müşterilerimizden gelen her yorumu müşteri hizmetleri ekibimiz kategorilendiriyor ve kategori bazlı ilgili iş birimleri varsa gelişim alanlarında üzerine düşen aksiyonlar için planlama yapıyor. 2020 yılı sonunda yaklaşık 60 bin izinli müşteri datamız var iken şu anda izinli datamız 500 bine yaklaştı. Bu da bizim için büyük bir başarı, artık veriyi daha iyi tanıyor ve ona göre aksiyonlar üretiyoruz.”

“Üretilen verinin katacağı değeri anlatmak ve odaklanmak önemli”



Tarkan Ateşoğlu
Lila Kağıt Bilgi Teknolojileri Müdürü

“Türkiye’nin hijyenik temizlik kağıt pazarında hızla büyüyen ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla 2006 yılında %100 Türk sermayeli bobin kağıt üretim tesislerini kuran ve grup bünyesine katan Lila Group, bugün Çorlu’daki modern kampüsünde bobin kağıt üretimi, hızlı tüketim, tekstil boyama ve enerji alanlarında üretim yapmaktadır. Sofia, Maylo ve berrak temizlik kağıdı markaları ve private label ürünleriyle lider firmalar arasında yer almakta, kağıt ve tekstil ürünlerini 5 kıtada 80’den fazla ülkeye ihraç etmektedir. Hedefimiz, müşteri beklentilerine ve değişimlere hızla uyum sağlayan, veriden değer üreten, verimli, öngörülebilir, çalışan deneyimini ve yetkinliğini arttıran, çevik bir şirket olmak. Bu hedefi günümüzde sağlamak için şirketin stratejisine uyumlu bir vizyon ortaya koymak,

bütünsel bakabilmek ve gerekli tüm dijital araçları doğru tasarlamak ve konumlandırmak gerekiyor. Ayrıca süreçleri dijitalize etmek yerine süreçleri yalınlaştırmak ve dijital dönüşümü gerçekleştirmek sürdürülebilirliği sağlıyor. 2019 yılında başlattığımız 2.0.2.X Dijital Dönüşüm vizyonu ile tüm projeleri bir çatı altında topladık, 2020’li yıllarda ihtiyaçlarımıza uygun çözümleri planladık ve adımlarını atmaya başladık. Gelişen ihtiyaçlara uygun olarak, süreçlerimizi yalınlaştırıp ERP ve çevre sistemlerimizde geliştirmeler yapmak için 50 ayrı başlıkta proje çalışmalarına başladık ve başarı ile sürdürüyoruz. Doğru ürünler ile doğru çözüm ortaklarını seçmeyi önemsedik, çevik proje yaklaşımı benimsedik, otonom ekipler ile dijital dönüşümü başarı ile

gerçekleştiriyoruz. Başarı ile ortaya konan değer katan çözümler sunmamız güveni ve şirket içinde isteği ve talepleri arttırdı. Artan istek dijital olgunluğumuzu arttırmayı sürdürmemizi sağlıyor. Projede başarı çalışanların inancı ve işbirliği ile mümkün. Üretim şirketi olduğumuz için ERP ve çevre sistemleri ile birlikte fabrikada üretim otomasyonu ile MES sistemlerini devreye aldık. Veriden değer katmak için ileri analitik çözümler üzerinde çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Artan dijital olgunluk ile birlikte siber güvenlik çalışmaları ile sistemlerin sürdürülebilir olması için çalışmaları da sürdürüyoruz. Dijital olgunluk endeksi ölçümleri ile geldiğimiz noktayı görmeyi ve gelişim alanlarındaki yeni planlamaları bu doğrultuda yapmayı hedefliyoruz.”

CxO

Yuvarlak Masa

“Müşteriyi çok iyi tanımamız lazım”



Bilal Genç

A101 CTO ve İcra Kurulu Üyesi

“Fırsat eşitliğini bütün Türkiye’ye sağlayan bir markayız. Pandemi herkesin hayatında çok büyük şeyleri değiştirdi. A101’i endüstri mühendisleri kurmuş ve tüm süreçler optimizasyon üzerine kurgulanmış durumda. Dijitalleşmeye önceden başlamış olmak pandemide A101’ebüyük avantaj sağladı. Diğer bir yandan da A101 günde iki tane mağaza açıyor. Bu da inanılmaz esnek bir altyapı kurma zorunluluğu getiriyor. Bunun için doğru karar destek sistemlerinin olması önemli. Bölgesel fiyat yapmıyoruz, ama Türkiye çapında doğru fiyat nedir, bunların hepsini değerlendiren ciddi bir veri var elimizde. Türkiye’nin en büyük davranışsal veri tabanlarından birisine sahibiz. Bir yandan da pandemi ile beraber online mağaza, e-ticaret hayatımıza girdi. Bu dönemde 2 ay içinde

e-ticaret sistemi kapiya kadar randevulu sistem olan tüm Türkiye’de yayılmış bir ağ olarak kuruldu. Müşteriyi gerçekten iyi anlamamız, tanımamız lazım. Pandemi sırasında her yapılan açıklama veya olayda toplu müşteri hareketleri oluşuyor, bir anda herkes kasalara gidiyor, hiç beklemediğiniz ürünler bir anda sıfır hale geliyordu. Kullandığımız tahminleme sistemleri belli bir zaman içinde bu davranışlardan öğrenerek tedarikçiye kadar da siparişi geçecek bir otomasyonu sapladı. Bizdeki yapı biraz daha kompleks diyebilirim. İnsan davranışındaki o tepeleri nasıl yöneteceğimiz arka tarafta zincir şeklinde tedarik sürecini nasıl yöneteceğimizi öğreniyorsunuz. Bu dönemden biz hem büyümeyle hem de büyük bir öğrenimle çıktık. İyi bir veri ambarı kurduk. E-ticaret kanalı

açıldı. Geçen sene bir CRM projesi başlattık ve normal CRM’den farklı olsun istedik. Daha kişisel kampanyaların veya önerilerin veriminin direkt 5 kat fazla olduğunu görüyoruz. Normalden daha fazla verim elde ediyorsunuz. Bunu da gördüğümüz için kampanya sadece bir standart kampanya modülü gibi değil, aynı zamanda müşteri davranışlarını, online dahil olmak üzere, anlayan ve buna göre yakın zamanda devreye alacağımız bir modülle herkese ayrı kampanyalar ve öneriler sunan bir sistemi kurduk. A101 Plus ile punch kartlarınız oluyor, mesela 10 ekmeğe alana 1 ekmeğe bedava gibi, yeşillik, su gibi en çok kullanılan ürünlerde çok boyutlu bir sadakat programı devreye alındı. Bunun da faydalarını ileride göreceğiz.”

“Müşteriye dokunabilmek için veriyi kullanmak gerek”



Çağlar Yılmaz

HD Holding IT Direktörü

“Her projede mutlaka yeni yeni şeyler öğreniyor, çıkarımlar elde ediyoruz. Kurumlardaki dijital dönüşüm liderleri gerçekten liderlik ediyor bence. Çoğu iş birimi ile birlikte çalışıyoruz. Daha önce çalıştığımız şirketlerden, daha önce yaptığımız projelerden edindiğimiz deneyimler yeni yapacağımız projeler için bizlere ve kurumlarımıza değer katıyor. Bizim tarafta inanılmaz büyüyen bir veri var. Biz HD İskender ve Pidem markalarımızda yılda 30 milyon kişiye dokunuyor, 30 milyon kişiye satış yapıyoruz. Ama pandemiye kadar hiç veri toplamadık. 30 milyon kişiye offline’da dokunuyorduk. Son zamanlarda paket servise başladık. Paket serviste Getir, Trendyol, Yemeksepeti gibi çeşitli platformlardan veriler bize yağmaya başladı. Bununla beraber CRM tarafına eğilmeye başladık. Müşteri özelleşmek

istiyor artık. Bunun için de veriyi toplamamız gerekiyor. Bu seneye birlikte bir CRM uygulaması geliştirmeye, uyarlamaya başladık. 30 milyon satış, o kişileri tanımaya başlayarak daha fazla artırabileceğimize inanıyoruz. Müşteri hareketlerini ölçüp onlara özel fırsatlar sunarak o verinin gücünü kullanmak istiyoruz. Orada çok büyük bir pazar olduğuna inanıyoruz. Gerçekten müşteriye dokununca çok farklı şeyler elde edebilirsiniz. Belki ayda iki kere geliyor, ‘üçüncü alışverişine gelersen yüzde 20 indirim yapacağız’ dedin mi o müşteriyi daha sadık hale getirebiliyorsunuz. Bakıyorsunuz sadece pide alıyor, yanında içecek almıyor. ‘İçeceğini bedava vereceğiz’ dediğiniz zaman, sadece kısıtlı bütçelerle alışveriş yapanlara artı değer oluyor. Onun için verinin gücü çok büyük gerçekten. Özellikle bizim tarafta satış

varsa, işin içinde verinin gücü çok büyük ve onu doğru kullanmak ve kullanırmak da bizim gibi teknoloji liderlerinin işi. Bizim bu seneki dijital yolculuğumuz da Pidem.com paket servis sistemimizi ve Mobil App lerimizi, CRM uygulamamızı ve sadakat uygulamalarımızı, Yenilenmiş kurumsal web sitelerimizi canlıya almak var. Biz HD Holding olarak 2020 başında bir dijitalleşme yolculuğuna bir çok yenilikçi proje yaptıktan sonra 2021 yılında yaklaşık 300 şubemizde kullanılmak üzere yeni POS sistemimizin geliştirmesini ve uyarlamasını yaptık. 2022 yılını daha öncede bahsettiğim gibi kurumsal siteler, e-ticaret, mobil app ve CRM uygulamalarımızı geliştirmek için ayırdık. 2023 yılında ise yeni bir ERP sistemine geçmeyi planlıyoruz.”

CXO

Yuvarlak Masa

“Teknolojide dev bir kadroyuz”

Kerim Cantürk

DeFacto Dijital İnovasyon ve İş Çözümleri Müdürü



“Dijitalleşmeyi çalışmalarımızda üç bölüme ayırabiliriz: Mağaza tarafı, insan kaynakları ve son olarak da en önemlisi e-ticaret kanalımız. Biz müşteriye direk dokunan sıçrayarak büyüyen bir moda şirketiyiz. Mağaza tarafıyla başlamak gerekirse, pandemi ile beraber artık farklı yeni bir kavramla bu işe girmek istedik. Mağazada yapılan dijitalleşme ile fiziksel ve dijitali birleştirerek buna ‘fijital mağazacılık’ adını verdik. Dijital yaptığımız her proje fiziksel mağazalarımızda müşteriyle bir araya geliyor ve bir noktada e-ticarete gidiyor. Demografik analiz ile mağazada akıllı kameralarla müşteri analizleri çalışmalarına başladık. Buna göre mağazada ürün stoklarının ısı haritalarını kullanarak raflar üzerinde doğru konumlamalarla satış oranını artırdık. E-ticaret pandemi dönemiyle sıçramamıza neden oldu, omnichannel süreçlerini hızla geliştirdik. Öncelikle mağazada müşteri aradığı ürünü bulamazsa e-ticaretten alabilmesi için el terminali ile müşterilerimize yardımcı olmaya başladık. 24 saatte mağazada

bulamadığınız ürünü e-ticaret üzerinden evinize gönderelim dedik. Mağazacılık tarafında omnichannel süreçlerimizi geliştirdik. E-ticaret tarafında pandeminin bize en büyük katkısı crm süreçlerimizin gelişmesi oldu. ‘Gift Club’ isimli sadakat sistemini kurduk ve burada sadece 6 ayda 3 milyon üyeyi geçtik. Promosyon kampanyaları yaptık. CRM platformumuzu mağazayla bir araya getirdik. Mağazaya gittiğiniz zaman ‘Gift Club üyesi’ dediğiniz zaman mağazada hem özel indirim alabilirsiniz hem de puanlarınız birikir, derseniz birikmiş para puanlarınızı mağazada veya e-ticaret platformumuzda kullanabilirsiniz.. Haftalık olarak düzenli şekilde kampanya bildirimlerini müşteri segmentasyonuna göre gönderiyoruz. Pandemi bittikten sonra çoğu perakende firmasının aksine “Gift Club” sayesinde e-ticaret satışlarımız daha da arttı. Arka planda hem merkez binada hem Defacto teknoloji tarafında dijital inovasyon ekipleri kuruldu. Hedefimiz dünyadaki en gelişmiş teknolojik

çözümleri müşteriyle bir araya getirmek. Teknoloji tarafımızda yaklaşık 350 kişilik bir kadro var. 250’si developer. Tüm DeFacto teknoloji pandemi ile birlikte artık home Office çalışıyor. İnsanların bazıları memleketlerine, bazıları yurtdışına taşınma kararı aldı. Çok radikal karar oldu bu. Merkez çalışanlarımızın da hepsine ‘haftada iki gün ofise gel’ dedik. Perakende şirketi olarak buna öncülük etmiş olduk. Kuracağımız küçük bir ekiple artık departmanların dijital olgunluğunu ölçeceğiz. Puanı düşük departmana, insan kaynakları aracılığıyla eğitimler tanımlamaya başlayacağız. Tüm departmanlar için dijital olgunluk endeksini 5 puana çıkartana kadar yol haritası çıkardığımız bir çalışma başlattık. Dijitalleşme programı adı altında ayrı bir program da oluşturuyoruz. Burada takılan veya yarıda kalmış dijitalleşme projesi olanlarla, dijital inovasyon ve iş çözümleri departmanı altında olan iş çözümleri ekibi iletişime geçecekler ve her geçen gün daha dijitalleşen bir şirket olma yolunda ilerleyeceğiz.”

“Yapay zeka ile insanın düşünme yetisini taklit etmeye çalışıyoruz”

Mustafa Bezeklioğlu
Türkiye Finans CIO’su



“Dijital Dönüşümün temel bileşenleri, kesintisiz ve yüksek erişilebilirliği olan sağlam bir altyapı için teknolojik dönüşüm, uçtan uca dijital bir müşteri deneyimi sunarak fark yaratacak şekilde iş süreçlerinin dönüşümü, değişen koşullara adaptasyon becerilerinin yüksek olduğu çevik organizasyonel dönüşüm diye özetleyebiliriz. Teknoloji o kadar hızlı ilerliyor ki kurumların bu üç alanda tek başına yaptıkları da yeterli olmuyor. Bunun için fintek’ler, startup’lar, belli özel alanlarla uğraşan teknoloji şirketleri ile

işbirliği yapmak, rekabet ederken aynı zamanda işbirliği içinde hareket etmek de son derece önemli. Biz de buna çok önem veriyoruz. Artık günümüzde insanın zihnen, beyin gücüyle yaptığı işleri modelleyerek bunları sistemlere yaptırmaya odaklandık. Veriyi geliştirdiğimiz modeller üzerinden yapay zeka ve makine öğrenmesi teknikleriyle işleyerek insanın düşünme yetisini taklit etmeye çalışıyoruz. Bu anlamda özetleyebileceğim önemli üç temel kullanım alanı var. Birincisi, verinin alınma

şekilleri değişiyor. Önceden kullanıcılarımızdan, müşterilerimizden verileri statik ekranlar üzerinden alırken artık yeni dönemde bu verileri sözlü ya da yazılı metin olarak alıp chat bot, dijital asistan gibi uygulamalar ve doğal dil işleme, ses ve görüntü analitiği gibi tekniklerle anlamlandırıp daha güzel bir deneyim yaşıyoruz. İkinci kullanım alanı modelleme ve verinin analitik yöntemler uygulayarak karar destek sistemlerinin etkinliğinin artırılması. Burada yapay zeka ve



CXO

Yuvarlak Masa

“İlaç takip sistemi önemli bir inovasyon”



Tolga Tırpan

Bilim İlaç Bilgi Teknolojileri Müdürü

“Dijital dönüşüm” konusunda ilaç ve sağlık üreticileri olarak bizler en zorlanan ve yaratıcı olmak zorunda kalan sektörlerin başında bulunuyoruz.

İnsan sağlığıyla direkt bağlantılı ürünler olması nedeniyle, ilacın üretimine etki eden tüm süreç ve fonksiyonlarda birçok regülasyona tabiyiz. Bununla birlikte ürettiğimiz ürünlerin insan sağlığına sunulmasına kadar geçen aşamalarda da bir çok regülasyona uyumlu olacak şekilde operasyonlarımız, takiplerimiz, kontrollerimiz ve raporlamalarımız mevcut.

Ar-Ge, üretim, kalite kontrol, lojistik ve sağlık ürünlerinin insanların sağlığına sunulmasına kadar geçen aşamalar diğer sektörlerdeki süreçlerden hayli farklı. Ürün kutuları, ambalajları veya prospektüslerindeki en ufak değişiklik dahi yeni bir varyasyon olarak resmi otorite onay süreçlerine tabi tutulmaktadır.

Ürünümüzün son kullanıcısı ile temasımız olmuyor. Ticari anlamda ürünlerimizi Eczacı Depoları, hastaneler veya sağlık kuruluşlarına ulaştırırken, ürünün nerede, nasıl, ne amaçla kullanılacağını ve etkilerini sağlık çalışanlarına aktarmaktayız. Ürünler ile ilgili tanıtım amaçlı tek temas noktamız sağlık çalışanları olmaktadır, kamuya reklam veya tanıtım yapılamamaktadır. Bu tanıtım faaliyetleri, sağlık personelleri ile iletişim teknikleri de regülasyonlarla düzenlenmiş durumdadır.

Dijitalleşme konusunda ilk harekete geçen, resmi otoriteler ile elektronik ortamlarda entegrasyon ve denetimlere tabi tutulan sektörlerden olmamıza karşın yukarıdaki sepeplerle ve sektör dinamiklerinin

farklılığından dolayı standartları yüksek ve daha az esnekliğe sahip olarak dijital dönüşümde mevcut ve kullanılagelen modellerle uygulanan teknolojilerin adaptasyonunda çok daha yaratıcı olmak zorundayız. 2007 yılında ‘e-dönüşüm’ adıyla başlattığımız dijitalleşme adımlarında ağırlıklı olarak iç süreçlerimize odaklanmıştık. Sonrasında “e-dönüşüm” ismi evrildi ve ‘dijital dönüşüm’ adını aldı. Dijital dönüşümle birlikte daha çok benzer regülasyonlara tabi iş ortaklarımız ile kapalı devre içerisinde ve resmi otorite kontrolünde dönüşümler gerçekleştiriyoruz.

Buna en güzel örnek dünyada bir ilk olan, ülke olarak dünyada öncü olduğumuz ve sağlık sektöründe inovatif olarak değerlendirilebilecek “İlaç Takip Sistemi”dir. Bu sistem sayesinde bir kutu ilaç, sağlık hizmetini alan son kullanıcısına kadar takip edilebiliyor ve resmi otoritelere izlenebiliyor. Sağlık sektöründeki paydaşlar olarak bizle ise her kutuyu tekil bir numarayla piyasaya sürdüğümüz, bakanlık sistemine kaydederek her aşamasında onay aldığımız için ilgili tekil numarayla lojistik zincirinde kendinden bir önceki ve bir sonraki aşamayı takip edebiliyoruz.

Bahsettiğim gibi regülasyonlar ve kurallar gereği daha çok içimize dönmek zorunda kaldığımızdan operasyonlarımızı ve süreçlerimizi taramaya başlıyoruz ve buralarda iyileştirmeler yaparak dijitalleşme yolları arıyoruz. Bu sebeple bilgi teknolojileri bölümünün isminin bile değiştirilmesi taraftarıyım. Süreç Geliştirme ve Bilgi Teknolojileri ismi çok daha anlamlı geliyor. Hepimizin bildiği gibi geldiğimiz noktada süreçlerin geliştirilmesi artık teknoloji liderliği ile birlikte yürütülmek zorunda.

Diğer taraftan ürünlerimize yönelik çok fazla verimiz birikiyor ve oluşuyor. İlacın Ar-Ge ve klinik çalışmaları, sunulduktan sonra kullanıcılarından gelen yan etki bildirimleri de bu verilerde önemli bir girdi sağlamaktadır. Yaptığımız yatırımların hatırı sayılır kısmı da raporlama yönüne dokunuyor. Öğrenme eğrimizin hızlı ve isabetli olması, ilaçlarımızın gelişimine, Ar-Ge’sine ve sonuçta insan sağlığına çok katkı sağlıyor.

Üretim tarafında kullandığımız makine, cihaz, teçhizat ve teknolojilerin de hassasiyetleri, süreklilikleri, entegrasyonları ve izlenebilirlikleri önemli. Buna dijital dönüşüm demekten ziyade endüstriyel otomasyon demek daha doğru. Çok uzun yıllardır bu yapılar ilaç sektöründe kullanılır. Bu otomasyon sistemlerinin ve makinaların ilaç sektörüne özel çözümler olması, regülasyonlara bağlı olarak doğruluklarının kanıtlanması gerekliliklerinden dolayı daha detaylı ve uzun süreli ar-ge çalışmaları yapılması zorunlu olmaktadır. Bu durum da ilgili teknolojilerin yatırım bedellerinin daha yüksek olmasına neden olmaktadır. Bu sebeple zaman zaman mevcutta çalışan makinelerimizi daha izlenebilir ve yönetilebilir hale getirebilmek için IoT teknolojilerinden yararlanmaya çalışıyoruz.

Son günlerde gündeme aldığımız diğer bir konu da görüntü işleme teknolojileri üzerine oldu. Özellikle Ar-Ge çalışmalarında görüntü işleme teknolojilerinin çok fayda sağlayacağını düşünüyoruz. Bununla birlikte bu yönde ticarileşmiş herhangi bir ürüne rastlayamadık. Bu konuda görüntüleme teknolojilerinin Ar-Ge’de kullanılmak üzere nasıl modellenebileceği konusunda bazı ön modellemeler ve yalın çözümler ile uygulamaya çalışmaktayız.”



makine öğrenmesine dayalı teknikleri kullanarak insanın değerlendirebileceğinin çok üstünde parametreleri geliştirdiğimiz modeller üzerinden makinelere değerlendirtip çok daha doğru ve etkili kararlar üretiyoruz. Üçüncü önemli

kullanım alanı kişiselleştirme. Bu konu da günümüzde müşteri beklentileri ve teknolojinin gelişimiyle birlikte boyut değiştirdi. Artık herkese sunulan kitle teklifleri müşterilerimizi cezbetmiyor. Müşterilerimiz, ihtiyacını

karşılacak özel bir ürünü doğru zamanda ve ona özel bir fiyatla, değer önerisiyle götürmemizi bekliyor. Kişiselleştirmenin oyunlaştırma ile birlikte önümüzdeki dönemde pazarlamaya yön verecek bir strateji olacağını düşünüyorum.”

“Bütünsel bakış açısı ve sürdürülebilirlik önemli”



Ümit Aşkan
Cisco Türkiye CTO'su

“Dijital dönüşüm odağında pandemi çok fazla şeyi tetikledi ve aslında teknolojik dönüşüm anlamında çok hızlı yol almamızı sağladı. Hepimiz yeni şartları her gün deneyimliyoruz. Artık insanlar dijital olarak yapabildikleri bir seçenek varsa onu tercih ediyorlar. Ayrıca, şirketlerin çalışanları da dijital opsiyonları daha fazla uyguluyorlar. İş süreçleri ve üretim sektörünün takibi de dijital bir süreç içerisinde yürütülmeye çalışılıyor, ki daha fazla fayda sağlayabilsin. Çalışanlarınız da bu dijital ortamları sürekli kullanıyorlar.

Kritik olan konu: Veri analitiği tarafındaki amacımız, tüm dijital servislerden, bütün veriyi toplayıp bu verilerin üzerinde çalışma yapabilmek. Her şey bağlantılıysa ve her yerden veri topluyorsak veri güvenliği artık çok daha kritik bir noktada bulunuyor. Bizim açımızdan güvenlik ile ilgili çıkacak problemlerin şirketlerin sürdürülebilirliği anlamında çok önemli durumlar içerebilir ve bunun farkında olmamız gerekiyor. Bu süreçte dijital olarak birçok yeni servis oluşturduk. Şirketlerin hepsi artık yaptıkları işin birçoğunu dijital tarafa kaydırıyor için dijital servislerin sürdürülebilirliği de daha fazla garanti etmek durumunda. Pandemi sürecinde gördük ki, istekler ve talepler çok farklı zamanlarda çok hızlı olarak inanılmaz seviyelere çıkabiliyor.

Bu da yeni dünya düzeninde, dijital servislerin altında çalışan sistemler açısından baktığımız zaman, eğer regülatif bir sorunumuz yoksa, bulut artık yeni veri merkezi oldu. Çünkü bulut üzerinde yapılabilen işlemler, ölçekleme açısından çok daha kolay ve hızlı tepki verebiliyor.

Az insanla çok daha fazla iş yapıyoruz
Pandeminin ilerlemesi ile beraber servis kapasiteleri anlamında ciddi sıkıntı var. Çünkü ne zaman nereden sıkıntı çıkacağını hiç kimse bilemiyor. Bunları da ölçekleyebilmek için bir anda talep çok

arttığı anlarda bu tür servislerin kapasitesini istediğiniz gibi büyütüp istediğiniz gibi küçültebilmeniz gerekiyor. Talep azaldığı zaman o sistemi azaltıp, arttığı zaman da yatırımı yapabiliyorsunuz. Yeni gördüğümüz trendlerden bir tanesi de artık internet, yeni WAN haline gelmiş durumda. 23 senedir sektördeyim, eskiden WAN hatları için çok daha fazla yatırım gerekirdi. Bağlantı demek, çok ciddi para demekti. Şimdi internet daha efektif kullanılabilir.

Sürdürülebilirliğe şöyle bağlayayım: Bu sistemlerin tamamının uçtan uca ayakta durduğunu daimi olarak bilmeniz, bu verdiğiniz servislerin kalitesini de düzenli olarak ölçebilmeniz gerekiyor. Hatta bir adım daha ileriye geçip, verdiğiniz servislerin kalitesi ile ilgili talepler artıyorsa, bu servislere yatırımların ne zaman yapılması veya ne zaman azaltılması gerektiğini de bu sistemlerin size söylemesi gerekiyor. Bir de, bu yapıları birbirine bağlayan ve bunların üzerinde güvenliği sağlayan altyapı sistemleri var. Güvenliği de düzenli olarak ölçmeniz gerekiyor.

Artık kaliteli çalışan bulmakta ciddi sıkıntı yaşandığını konuştuk. Emin olun yurtdışında birçok şirkette bu IT sistemlerini ayakta tutmak ve bunların yönetilebilmesi için buradaki insan sayısının çok katı insan kullanıyor. Biz Türkiye’de daha az sayıda insanla çok daha fazla iş yapıyoruz. Türk milleti olarak belki esnek çalışmaya, daha fazla yorum yapmaya, daha fazla pratik düşünmeye çok daha yatkınız. Bunlara yatkın olduğumuz için de daha az sayıda insanla çok daha fazla iş yapıyoruz. Ama bazen talepler ve süreç çerçevesinde bu insanlara aşırı yük binebiliyor. Yeni ve bütün her şeyi izleyecek, uçtan uca sizin adınıza karar verecek sistemlerin otomasyonunu yapabilecek yapıların sizin çalışan gruplarınızın önünde, o çalışan gruplara hizmet eden bir ara katman olması gerekiyor.

Esnek yapılar tercih sebebi

Biz de Cisco olarak bütün verdiğiniz dijital servislerin tamamını sizin adınıza takip edip, bu sistemlere ne zaman yatırım yapılması gerektiğini talep ve trend analizleriyle tespit edebilme odağında çalışmalar yapıyoruz. Burada da bu dijital servislerin ne kadar talep edildiğini, ne zamanlar talep edildiğini ve trendlerin yapısına göre arkada çalışan altyapının kalitesinin istenen seviyede olu olmadığını gösterebilen yapısal değişikliklere sizin adınıza karar veren, sizin adınıza size çözümler sunan birtakım yazılımlar üretiyoruz.

İnternetin seneler önce WAN olamamasının kritik nedenlerinden bir tanesi güvenlikse, diğeri de internette kaliteyi garanti edemememiz. Hala garanti edemiyoruz. İnternette hızlar arttı, ama kaliteyi garanti etmemiz, hangi hattın nereden gittiğini, ne zaman ne olduğunu tespit edebilmemiz lazım. Burada Cisco Full-Stack Observability komple bir çözüm. Çözümün içerisinde farklı yazılımlar farklı parçalar var. Kritik olan, yapmaya çalıştığımız temel şey şu: Bir sorun halinde hangi noktayı inceleysek, güvenlik sorunumuz mu var, güvenlikçi network’çüye, network’çü sistemciye, sistemci developer’a, developer başka birine sormak zorunda kalmamasın. Cisco Full-Stack Observability olarak bunların tamamını sistem sizin adınıza takip etsin ki, karşılaştığınız, karşılaşılabileceğiniz, hatta karşılaşmadan önce olabilecek şeyleri söyleyerek, hatta belki otomasyonla otomatik olarak düzelterek, tüm dijital servisler sürdürülebilir olsun ve ayakta kalsın. Çünkü artık hepimiz biliyoruz ki, dijital servislerde kesintiler çok farklı noktalara gidebiliyor. Biz bunu servis olarak da çözüm olarak da sunuyoruz. Servis olarak satın alınabilen çözümler çok daha esnek ve istediğiniz gibi büyütüp küçültebiliyorsunuz.”