

AgeSA, Dijital Yetkinliğini İnsan Odaklı Yapay Zeka ile Birleştirip Gerçek Bir Değere Dönüştürüyor

Yapay Zeka Yatırımlarında Odağımız Yarattığımız Değer
A. Fahri Arkan

Veri ve Yapay Zekayla Yükselen Bankasürans: AgeSA ve Akbank sinerjisi
Selim Avşar

Sigortacılıkta İnsan Dokunuşunu Teknolojiyle Güçlendiren Dönüşüm
Özgür Erdoğan

Yapay Zekâ, IT'yi Destek Fonksiyonundan Değer Üretim Merkezine Dönüştürüyor
Kağan Aydınyüz

Dijital Kanalları Yapay Zeka İle Yeni Bir Deneyim Seviyesine Taşıyoruz
Enes Keten

Değer Yaratmanın Yolu Doğru Yatırımı Seçmekten Geçiyor
Zeynep Aslı Dinç

BThaber
1995'ten beri...
Özel Yayın



GÖĞSÜN SIKIŞIR.



HASTANE MASRAFLARINI GÖRÜRSÜN.



GÖĞSÜN SIKIŞIR.

AgeSA'ya gel, döngüyü kır.

Ayakta ve yatarak tedavi seçeneklerini içeren
AgeSA Tamamlayıcı Sağlık Sigortası'yla
sağlığını düşün, masrafını düşünme.

Yılda bir ücretsiz check-up ve diş check-up hizmeti

Geniş anlaşmalı kurum ağı ile ayakta ve yatarak tedavi

Yılda bir ücretsiz mamografi/USG/PSA hizmeti

Çocuklar için tek başına sigorta

Provizyon ve sağlık harcamalarınız dahil poliçenizle ilgili tüm hizmetler Medisa iş birliğiyle yürütülmektedir. Yılda bir ücretsiz check-up hizmetinden yararlanabilmek için 18 yaş ve üzerinde olunması gerekmektedir. Yılda bir ücretsiz mamografi/USG/PSA hizmetinden yararlanabilmek için 40 yaş ve üzerinde olunması gerekmektedir. 15 günlük bebeklerden başlayarak 18 yaş altındaki çocuklara, "sigorta ettiren"in 18 yaşın üzerinde olması şartıyla sigorta yapılabilir. Detaylı bilgi agesa.com.tr'de.

Medisa Çağrı Merkezi
444 6 330

AGESA | MEDISA

AgeSA'nın sağlık hizmetlerindeki çözüm ortağı

KÜNYE

Bilişim Zirvesi Etkinlik Organizasyon Ltd. Şti. adına Sahibi ve Sorumlu Yazışleri Müdürü
Neslihan Aksun

BThaber Grubu Genel Yayın Koordinatörü
Ayhan Sevgi

Editör
Handan Aybars

Görsel Yönetmen
Gizem Yalva

BThaber Başkan Yardımcısı
Özlem Unan

İş Geliştime ve Satış Müdürü
Abdurrahman Koyuncu

Ankara İş Geliştirme ve Satış Sorumlusu
Nurşen Lale Usta

İş Geliştirme ve Satış Sorumlusu
Biriz Yıldırım

BThaber 1995'ten beri...

Yönetim Yeri
Bilişim Zirvesi Etkinlik Organizasyon Limited Şirketi
Lotus World, Ortaköy, Ambarlıdere Sk.
No:6 Kat 5, 34347 Beşiktaş/İstanbul
Telefon: (0212) 912 51 74
ISSN 1300-6495

Baskı
V8 Basım Hizmetleri San. ve Tic. Ltd. Şti.
Tavukçuyolu Cad. Palas Sk. No: 3 Y.
Dudullu - Ümraniye/İstanbul
Tel: 0216-364 89 89

Sigortanın Ve Dijitalin İnsan Odaklı Buluşmasında Yeni Dönem:

Değer Ve Yapay Zeka Çağı!

Dünyanın, teknolojinin ve iş yapış biçimlerimizin ne kadar hızlı dönüştüğünü hepimiz yakından izliyoruz. Her sektör dijital adımlarla, akıllı sistemlerle kendini adeta baştan tanımlıyor. Ancak konu finans ve sigorta gibi doğrudan insana, güvene ve geleceğe dokunan köklü bir alan olunca durum çok daha hassas bir hal alıyor. İşte tam bu noktada AgeSA, yıllardır sürdürdüğü dijital dönüşümünü bir adım öteye taşıyarak teknolojiyi sadece bir araç olmaktan çıkarıyor; odağına "insanı" ve "ölçülebilir değeri" koyan bir yapay zeka yolculuğuna dönüştürüyor.

Bugün gelinen noktada karşımızda yalnızca dijitalleşen bir şirket değil; yapay zekâ destekli çözümleriyle müşterisini doğru zamanda doğru önerilerle buluşturan, her temas noktasında değer üreten bir AgeSA var.

Bireysel emeklilik ve hayat sigortası alanlarında yıllardır sürdürülen özel sektör liderliğinin arkasında tesadüfler yok. Tüm kanalları tek bir çatı altında buluşturan "One" yaklaşımı, kağıt israfını bitiren biyometrik ve dijital satış adımları, Akbank entegrasyonuyla yakalanan yıllık 1,4 milyar gibi muazzam bir işlem hacmi ve en önemlisi yaklaşık 900 kişilik dev saha gücünü yapay zeka ile destekleyen insan odaklı bakış açısı var. Akıllı tavsiye motorlarından iş birimlerinin hayatını kolaylaştıran SuperAgent'a, yeşil teknolojilerden yazılımdaki akıllı ajanlara kadar uzanan bu yol haritası, sigortacılığın geleceğine de ışık tutuyor.

BThaber Next Step buluşmasında AgeSA yöneticileriyle bir araya gelerek dijitalin ve yapay zekanın mutfağına indik. Nispeten statik görülen bir sektörde uzun yıllara dayanan müşteri ilişkilerini, yapay zeka destekli kişiselleştirilmiş öneriler ve kesintisiz dijital altyapıyla güçlendiren AgeSA'nın; hedefleri, yenilikçi projeleri ve sektörün dönüşüm yol haritasını bu özel yayınımızda detaylarıyla okuyabilirsiniz.

Ayhan Sevgi
BThaber Genel Yayın Koordinatörü



Yapay Zeka Yatırımlarında Odağımız Yarattığımız Değer

AgeSA
İş Teknolojileri Genel Müdür Yardımcısı
A. Fahri Arkan

"Yapay zekayı müşteri ihtiyaçlarını daha iyi anlamak, kişiselleştirilmiş öneriler sunmak ve deneyimi geliştirmek için önemli bir araç olarak görüyoruz. Bizim için asıl belirleyici olan ise teknolojinin kendisinden çok, müşteriye ve iş sonuçlarına sağladığı somut katkı"

Yapay zeka bizim için kendi başına bir amaç değil, iş sonuçlarını güçlendiren bir araç. Teknoloji yatırımlarımızı değerlendirirken temel kriterimiz yaratılan değer. AgeSA'nın dijital kanallardan saha satış organizasyonuna uzanan yapısında teknolojiyi insanın alternatifi olarak değil, çalışanların yetkinliklerini ve iş süreçlerini güçlendiren stratejik bir destek mekanizması olarak konumlandırıyoruz.

AgeSA'nın teknoloji yolculuğunu değerlendirirken şirketimizin içinde bulunduğu yapının da dikkate alınması gerekiyor. AgeSA, Aksigorta ve Medisa aynı kültürü paylaşan ve sigortacılığın farklı alanlarında faaliyet gösteren üç güçlü şirket. Üç şirketimiz de aynı ofiste faaliyet gösteriyor ve birçok organizasyonel fonksiyon birlikte yürütülüyor.

AgeSA bireysel emeklilik ve hayat, Aksigorta elementer sigortacılık, Medisa ise sağlık alanında hizmet veriyor. Dolayısıyla teknoloji tarafında benzer gündemlerimiz olsa da üç farklı iş alanını aynı yapı içerisinde nasıl daha verimli ve güçlü şekilde yürütebileceğimiz de ana gündemlerimiz arasında yer alıyor.

Sabancı Holding ve Ageas'ın eşit ortaklığıyla faaliyet gösteren, hisselerinin yüzde 20'si halka açık olan AgeSA'nın ulaştığı finansal ve operasyonel ölçek, teknoloji tarafındaki sorumluluklarımızı da artırıyor. Şirketimiz 2025 yıl sonu itibarıyla hayat ve ferdi kaza branşlarında 24,4 milyar TL prim üretimine ve yüzde 13,4 pazar payına ulaştı. Gönüllü BES tarafında, devlet katkısı dahil fon büyüklüğümüz 390 milyar TL'ye, pazar payımız ise yüzde 18,6'ya yükseldi. Devlet katkısı ve otomatik katılım sistemi dahil toplam BES fon büyüklüğümüz 401,8 milyar TL olarak gerçekleşti. AgeSA olarak yaklaşık 4 milyon müşteriye 2 bin 233 çalışanımızla hizmet sunuyoruz.

AgeSA 2025 yılını 5,6 milyar TL net karla tamamladı ve bireysel emeklilik ve hayat sigortası alanında özel sektör şirketleri arasında lider konumda bulunuyor. Bu ölçekteki bir organizasyon teknoloji açısından yalnızca finansal büyüklüğü ifade etmiyor.

Milyonlarca müşteriye kesintisiz hizmet sunan sistemlerimiz, yoğun müşteri etkileşimi ve yüksek işlem hacmi; güçlü, ölçeklenebilir ve sürekli gelişen bir teknoloji altyapısını zorunlu kılıyor.

Bireysel Emeklilikte Sürdürülebilir Büyüme Önemli

Türkiye'de bireysel emeklilik sektörü önemli bir büyüme potansiyeline sahip. AgeSA'nın yaklaşık 4 milyon seviyesindeki müşteri sayısının önümüzdeki dört ila beş yıllık dönemde 6 milyon seviyelerine ulaşabileceğini öngörüyoruz. Ancak hedefimiz yalnızca müşteri sayısını artırmak değil; büyümenin aynı zamanda karlı, sürdürülebilir ve uzun vadeli değer yaratacak bir yapıda gerçekleşmesi önceliklerimiz arasında yer alıyor.

Bireysel emeklilik sektöründe müşteri ilişkileri, iş modelinin doğası gereği uzun vadeli bir yapıya sahip ve bu durum müşteri memnuniyeti ile güven unsurunu kritik hale getiriyor. Bireysel emeklilikte müşteriyle şirketin faydasını ortak bir noktada buluşturmak gerekiyor. Müşteri sistemde kaldıkça birikimini büyütme ve uzun vadeli finansal hedeflerine ulaşma imkânı elde ediyor. Şirket açısından da uzun soluklu ve sürdürülebilir bir müşteri ilişkisi önem taşıyor. Bu nedenle büyümeyi yalnızca müşteri sayısıyla değil, müşterilerimize sağladığımız fayda ve ilişkinin sürdürülebilirliğiyle birlikte değerlendiriyoruz.

Sürdürülebilir büyüme müşterilerle kurulan ilişkinin sürekliliği ve derinliğiyle doğrudan bağlantılıdır. Teknoloji yatırımlarımızı da bu bakış açısıyla şekillendiriyoruz; kısa vadeli işlem hacmi artışlarından ziyade müşteri deneyimini geliştiren, memnuniyeti artıran ve uzun vadeli müşteri bağlılığını güçlendiren çözümlere öncelik veriyoruz.

Akbank Entegrasyonunda 1,4 milyar İşlem

AgeSA'nın dijital dönüşüm yolculuğunda öne çıkan alanlardan biri de gömülü sigortacılık. Akbank, şirketimizin en büyük satış kanalı olmasının yanı sıra aynı zamanda acentesi olarak da önemli bir rol üstleniyor. Akbank'ın mobil bankacılık alanındaki güçlü konumu, AgeSA'nın hayat sigortası ve bireysel emeklilik ürünlerindeki dijital yetkinliklerini geliştirmesinde önemli katkı sağlıyor. İki kurum arasındaki iş birliği ile ürün entegrasyonunun ötesine geçerek müşterilere uçtan uca ve bütünsel bir deneyim sunuyoruz.

Akbank ile AgeSA arasında uygulamadan uygulamaya çalışan entegre bir yapı bulunuyor. Müşterilerimiz bankacılık işlemlerini gerçekleştirirken ihtiyaç duyabilecekleri sigorta ürünlerine kolayca erişebiliyor ve bireysel emeklilik ürünlerini görüntüleyebiliyor. AgeSA Mobil üzerinden fonlarını takip edebilen müşterilerimiz, fon dağılımlarında değişiklik yapabiliyor ve birikimlerinin performansını anlık olarak izleyebiliyor. Müşterilerimize satış sürecinden satış sonrası hizmetlere kadar uzanan uçtan uca ve bütünsel bir dijital deneyim sunuyoruz.

Bu entegrasyonun ulaştığı ölçek doğrultusunda, Akbank ile AgeSA arasındaki entegre yapı üzerinden yıllık 1,4 milyar işlem gerçekleştiriyoruz. Gömülü sigortacılıkta yalnızca işlem hacmine odaklanmak yeterli değildir, asıl önemli olan entegrasyonun müşteri deneyimine, iş sonuçlarına ve yaratılan ekonomik değere sağladığı katkıdır.

Gömülü sigortacılık çoğu zaman bir ürün veya hizmet satın alma yolculuğuna sigorta ürünlerinin entegre edilmesi perspektifiyle ele alınıyor; ancak AgeSA'nın yaklaşımı bundan çok daha kapsamlı. İşlem sayısı elbette önemli ancak bizim için asıl belirleyici unsur yaratılan değer. Bankacılık ile sigortacılık arasındaki entegrasyonu müşterinin doğal deneyiminin ayrılmaz bir parçası haline getirdiğinizde çok daha yüksek bir değer ortaya çıkıyor.

Yapay Zekada Asıl Fırsat Doğru Zamanda Doğru Öneri

Akbank ile oluşturduğumuz dijital ekosistem yapay zeka uygulamaları açısından da önemli fırsatlar sunuyor. Milyonlarca müşteri etkileşiminin gerçekleştiği bir ortamda doğru zamanda, doğru müşteriye, doğru öneriyi sunabilmek doğrudan iş sonuçlarına yansıyor.

Müşteri verilerinin doğru analiz edilmesi sayesinde, her müşterinin ihtiyaçlarına uygun fon, katkı payı ya da bireysel emeklilik çözümü doğru zamanda sunulabilir. Bu nedenle tavsiye motorları AgeSA için en önemli yapay zeka kullanım alanlarından biri haline geldi.

Yapay zekayı yalnızca teknolojik bir yenilik olarak görmüyoruz; biz "AI for AI" yaklaşımında değiliz. Yapay zekayı kullanmış olmak için devreye almak istemiyoruz, somut değer yaratmanın peşindeyiz. Eğer banka mobil uygulamasında yapay zeka ile bir değer yaratabiliyorsak, bizim için asıl büyük fırsat oradadır. Veriyi etkin şekilde analiz edip müşteriye doğru zamanda doğru fonu, katkı payını veya BES çözümünü önerebiliyorsak, yapay zekanın bizim açımızdan gerçek karşılığı budur.

Teknoloji yatırımlarında temel soru "Bu teknoloji nerede gerçek değer yaratıyor?" olmalıdır. Yüksek işlem hacmine sahip kanallarda müşteri ihtiyaçlarını daha iyi anlamak, kişiselleştirilmiş öneriler sunmak ve deneyimi geliştirmek yapay zekanın sağlayabileceği en önemli kazanımlar arasında yer alıyor.

900 Kişilik Saha Gücü Teknolojiyle Destekleniyor

AgeSA'yı sektörde farklılaştıran bir başka önemli unsur saha satış organizasyonumuz. Şirketimiz yaklaşık 900 kişilik bordrolu saha satış ekibine sahip. Bu yapı uzun yıllar içerisinde gelişen güçlü bir kurumsal yetkinlik ve ekibin büyük bölümü uzun süredir AgeSA bünyesinde çalışan, sektörü yakından tanıyan profesyonellerden oluşmakta.

Bir tarafta mobil bankacılık, dijital kanallar ve yapay zeka yatırımları sürerken, diğer tarafta büyük bir saha satış organizasyonuna sahip olmak ilk bakışta birbirinden farklı iki yaklaşım gibi görülebilir. Ancak AgeSA olarak teknoloji ile insanı birbirinin alternatifi olarak değil, birbirini tamamlayan unsurlar olarak değerlendiriyoruz.

Saha ekiplerimizin yetkinliklerini teknolojiyle güçlendirmeye odaklanıyoruz. Sahadaki arkadaşlarımızı, işlerini daha etkin yapmalarını sağlayacak teknolojik araç ve çözümlerle destekliyoruz.

Yapay zekayı, satış ekiplerimizin müşteriyi daha iyi anlamasına, ihtiyaç duydukları bilgiye daha hızlı ulaşmasına ve müşterinin ihtiyacına uygun öneriler sunmasına yardımcı olan bir araç olarak değerlendiriyoruz. 900 kişilik bir saha organizasyonu yıllar içerisinde oluşan deneyim ve yetkinlik açısından önemli bir kurumsal değer taşıyor. Dijital kanallara yatırım yaparken saha gücünden vazgeçmek yerine bu yapıyı teknolojiyle daha da güçlendirmeye odaklanıyoruz.

Yüksek İşlem Hacmi Kesintisiz Altyapı Gerektiriyor

Dijital kanallar ile saha organizasyonunun eş zamanlı olarak hizmet vermesi teknoloji tarafında önemli bir operasyonel sorumluluk yaratıyor. Bir yanda Akbank'ın mobil kanalları üzerinden gerçekleşen yüksek işlem hacmi, diğer yanda saha satış ekiplerimiz ve AgeSA'nın kendi dijital kanallarını kullanan milyonlarca müşterimiz bulunuyor. Bu ölçek, kesintisiz hizmet sunabilen, yüksek performanslı ve güçlü bir teknoloji altyapısını zorunlu kılıyor. Bu nedenle sistemlerin kesintisiz çalışması kritik önem taşıyor; erişilebilirlik AgeSA açısından yalnızca teknik bir performans göstergesi değil, doğrudan iş sürekliliğimizin bir parçası.





Güvenlikten altyapıya, bulut dönüşümünden yazılım geliştirme mimarisine kadar geniş bir alanda yatırım yapıyoruz. Teknoloji mimarimizde açık kaynak çözümlerden de yoğun şekilde yararlanıyoruz.

Kubernetes'ten ReactJS'e kadar güncel teknolojileri kullanıyor; mimariyi sürekli geliştirerek hem mevcut operasyonun sürekliliğini sağlamaya hem de yeni ihtiyaçlara cevap verebilecek esnekliği oluşturmaya çalışıyoruz.

AgeSA'nın yönettiği fon büyüklüğü ve işlem hacmi dikkate alındığında, teknoloji altyapımız bazı orta ölçekli bankalarla kıyaslanabilecek düzeyde bir operasyonel yük taşımakta.

Bu nedenle sistem sürekliliği kritik önem taşıyor. Teknoloji yatırımı yalnızca donanım ya da yazılım satın almak anlamına gelmez; iş sürekliliğinin temelini mimarinin, entegrasyonların ve altyapının doğru şekilde tasarlanması ve yönetilmesi oluşturur.

Yapay Zeka Yatırımlarında Seçici İlerliyoruz

AgeSA yapay zeka yolculuğunda, başından itibaren seçici ve değer odaklı bir yaklaşım benimsiyor. Her yeni teknolojiyi doğrudan satın alıp sonrasında kullanım alanı aramak yerine, önce sağlayacağı faydayı ve iş sonuçlarına katkısını değerlendiriyoruz. Sigortacılık sektörünün yapısı ve tabi olduğu regülasyonlar nedeniyle yeni teknolojilerin dikkatli bir yaklaşımla ele alınması gerekiyor; ancak bu durum yeniliğe mesafeli olmak anlamına gelmiyor.

Somut fayda ortaya koyan teknolojilere hızlı adapte olabiliyoruz ve yapay zeka altyapılarına yönelik yatırımlarımızda da aynı yaklaşımı benimsiyoruz.

Yapay zekanın ilk dönemlerinde, kurumların kendi GPU altyapılarını kurması yoğun şekilde tartışılırken, AgeSA olarak doğrudan büyük ölçekli altyapı yatırımlarına yönelmek yerine daha küçük ölçekte ilerleyip teknolojiyi deneyerek geliştirmeyi tercih ettik.

Önce deneyelim, sağlayacağı faydayı görelim ve ardından ölçeklendirelim yaklaşımıyla hareket ettik. Bizim için önemli olan bir teknolojiye ilk yatırım yapanlardan olmak değil, doğru kullanım alanını belirleyerek somut değer yaratabilmektedir.

Bugün güvenlik, altyapı ve yazılım geliştirme yaşam döngüsü dahil olmak üzere farklı alanlarda yapay zekadan yararlanıyoruz ve bu süreçlerin belirli bölümlerini de AI destekli yönetmeye başladık.

Kullanım alanlarını bir anda genişletmek yerine sonuçları ölçerek ilerliyoruz; yapay zeka dönüşümünü önce çalışanlarımıza, ardından müşteriye dokunan süreçlerimize yaymayı hedefliyoruz.

AI Yol Haritasında Dört Temel Alan

AgeSA'nın yapay zeka vizyonunda günlük işleri dönüştüren uygulamalar ile oyunun kurallarını değiştirebilecek uygulamalar ayrı eksenlerde ele alınıyor; çalışmalarımızı aynı zamanda iç kullanım ve dış kullanım perspektifleriyle değerlendiriyoruz.

Müşteri ve kullanıcı deneyimi tarafında Recommender Engine, Call Center Agent ve Call Insight gibi projeler yürütüyoruz.
Bu çalışmalarla müşteriyi daha iyi anlamayı, temas noktalarındaki çalışanları daha güçlü bilgiyle desteklemeyi ve kişiselleştirilmiş deneyimi geliştirmeyi amaçlıyoruz.

Verimlilik tarafında ise AS400 kod analizi, Agentic SDLC, Microsoft Copilot, SuperAgent, iş listesi otomasyonu, ONO AI Recruiter, SATAI ve AI2SQL gibi farklı kullanım alanlarımız bulunuyor.
Bu projelerin ortak hedefi, çalışanların zamanını daha değerli işlere ayırmasını sağlamak ve teknoloji ekiplerinin üretkenliğini artırmaktır.

Yapay zekanın gelecekte şirketimizin temel yetkinliklerinden biri haline gelebilmesini desteklemek amacıyla teknoloji katmanında da çalışmalar yürütüyoruz. GitHub Copilot, Conversational AI platformları, RAG mimarileri, tahmin modelleri, RPA 2.0, Agentic AI, Vector Database, Local LLM ve VLM (görsel-dil modeli) gibi teknolojiler yol haritamızda yer alıyor.

Yolculuğun başlangıç noktasında yer alan iki unsur AI farkındalığı ve çalışan yetkinliklerinin geliştirilmesidir.

Çalışanların teknolojiyi anlamadığı bir ortamda yalnızca yeni araçları devreye almak gerçek bir dönüşüm yaratmak için yeterli olmaz.

Bu nedenle yapay zeka dönüşümünü öncelikle kurum içinde başlatmayı, çalışanların yeni araçlarla çalışma yetkinliklerini geliştirmeyi ve edinilen deneyimi müşteriye dokunan süreçlere taşımayı amaçlıyoruz.

"AI First" Yerine Ölçülebilir Değer

Teknoloji dünyasında son dönemde sıkça kullanılan "AI First" yaklaşımına karşın, AgeSA olarak bugün kendimizi bu şekilde tanımlamıyoruz. Bu elbette yapay zeka yatırımı yapmadığımız anlamına gelmiyor; adım adım ilerliyor ve attığımız her adımın karşılığında nasıl bir değer yarattığımıza bakıyoruz.

Yapay zeka projelerimizin başarısını proje sayısıyla değil; müşteri deneyimi, çalışan verimliliği, satış performansı ve şirketimizin finansal sonuçlarına sağladığı katkıyla değerlendiriyoruz.

Sahada kullanılan bazı yapay zeka uygulamalarının şirket karlılığı üzerinde doğrudan etki yaratmaya başladığını görüyoruz; bu sonuçlar da AgeSA'nın benimsediği değer odaklı yaklaşımı desteklemektedir.

AgeSA'nın teknoloji ve yapay zeka alanındaki çalışmaları, farklı platformlarda aldığı ödüllerle de takdir gördü. 2025 yılında hayata geçirilen projelerimiz toplam 18 ödüle layık görülürken, yapay zeka odaklı projelerimiz beş ödül kazandı. AI Recruiter, IDC Türkiye CIO Awards'ta "Best of Women in Technology" kategorisinde ikincilik elde etti; AI-based Recommender Engine ise PSM Awards'ta "Gümüş Ödül" aldı.

OptiSale ve AI-based Recommender projelerimiz Smart-i Awards'ta "Altın Smart-i" ödüllerine, Recommender Engine ise Future of AI & Cloud Awards kapsamında AI Powered Decision & Management kategorisi ödülüne değer görüldü.

2026 yılında da teknoloji projelerimiz ödüllendirilmeye devam ediyor. DeliverX, CX Awards Turkey'de Sürdürülebilirlik Yeşil Adımlar Ödülü'nü; CloudX Dijital Aktarım Platformu CIO Ödülleri 2026 kapsamında "Yılın CIO"su' ödülünü aldı. Self Service BI, WSpark'26'da Deneyim ve Uzmanlık kategorisinde bronz ödüle; SuperAgent ise IDC Türkiye CIO Awards'ta Best in Digital Innovation kategorisinde üçüncülüğe layık görüldü.

Teknoloji ve yapay zekâ odaklı dönüşüm çalışmaları kapsamında geliştirdiğimiz Insurance CRM Suite ve OptiSale projeleriyle The International Business Awards®'ta iki Gümüş Stevie® ödülünün sahibi olduk. Son olarak Smart-i Awards 2026'dan; RetKit (Retirement Kit) projemiz En İyi Tutundurma ve Pazarlama Başarısı kategorisinde ve SuperAgent projemiz Kurum İçi İnovasyon kategorisinde Altın Ödül almaya hak kazandı.

Teknoloji Ekosistemine Yatırım Devam Edecek

AgeSA'nın teknoloji vizyonu yalnızca kendi operasyonlarıyla sınırlı değildir; Türkiye'de teknoloji ekosisteminin gelişimini desteklemeyi de önemsiyoruz. Özellikle yazılım alanındaki gelişimin ve Türkiye'nin teknoloji üretme kapasitesinin güçlenmesi büyük önem taşıyor.

Sabancı Gençlik Seferberliği kapsamında Fırat Üniversitesi'nde hayata geçirilen AgeSA Teknoloji ve Etki Merkezi aracılığıyla sigorta ve finans dünyasını dijital teknolojilerle buluştururken, bölgedeki gençlere yeni nesil bir üretim ve çözüm ekosistemi sunmayı hedefliyoruz.

Türkiye'nin yeni teknolojileri yalnızca kullanan değil, aynı zamanda üreten bir ülke olması gerektiğine inanıyoruz.

Uzun yıllardır İTÜ Çekirdek ekosistemini de destekliyoruz; startup ekosistemi Türkiye'nin teknoloji alanında gelişimi açısından kritik öneme sahip.

Girişimlerin yalnızca finansal kaynaklarla desteklenmesi yeterli değil; büyük şirketlerle bir araya gelebilmeleri, gerçek iş problemleri üzerinde çalışabilmeleri ve fikirlerini geliştirebilecekleri ortamların oluşturulması da en az finansal destek kadar önem taşıyor.

Teknoloji sektörü yapay zeka dönüşümü ve ekonomik koşulların etkisiyle hızlı bir değişim sürecinden geçiyor; buna rağmen dinamizmi kaybetmeden teknoloji yatırımlarına devam edilmesi gerektiğine inanıyoruz.

AgeSA olarak önümüzdeki dönemde teknoloji yatırımlarını sürdürmeyi planlıyoruz. Her yatırım kararımızda olduğu gibi temel kriterimiz, somut iş değeri ve yaratılan fayda olmaya devam edecek.

Altyapıdan güvenliğe, yazılım geliştirmeden yapay zekaya kadar yapılan her yatırımın iş sonuçlarıyla ilişkilendirilmesi gerekiyor. Yapay zeka çok güçlü bir dönüşüm potansiyeline sahip.
Ancak bizim için mesele yalnızca yapay zekayı kullanmak değil; hangi ihtiyaca nasıl cevap verdiğini ve ortaya nasıl bir sonuç çıkardığını görmek.

Teknolojiyi doğru veri, doğru iş problemi ve insan yetkinliğiyle bir araya getirdiğimizde gerçek dönüşümün mümkün olduğuna inanıyoruz.

Biz de bu yolculukta sonuçları ölçerek ve başarılı uygulamaları ölçeklendirerek ilerlemeye devam ediyoruz.



Veri ve Yapay Zekayla Yükselen Bankasürans: AgeSA ve Akbank Sinerjisi

AgeSA
Banka Sigortacılığı
Genel Müdür Yardımcısı
Selim Avşar

"Bankasürans kanalında önceliğimiz; yapay zeka, analitik modeller ve dijital entegrasyonlarla müşteri ihtiyacını doğru zamanda tespit etmek. Akbank ile yürüttüğümüz güçlü iş birliği sayesinde hem şube hem de mobil kanallarda süreçlerimizi sadeleştiriyor, satış ekiplerimizin yetkinliklerini artırarak müşterilerimize kişiselleştirilmiş ve kesintisiz bir deneyim sunuyoruz"

Bankasürans, AgeSA'nın çoklu kanal stratejisinde çok önemli bir yere sahip. Akbank ile uzun yıllara dayanan güçlü iş birliğimiz kapsamında, müşterilerin bireysel emeklilik ve hayat sigortası ihtiyaçlarına daha doğru, daha hızlı ve daha kişiselleştirilmiş çözümler sunmaya odaklanıyoruz. Banka kanalı müşterilerinin finansal yolculuklarında doğru zamanda doğru ürünle buluşabilmesi için analitik modellerden, segmentasyon çalışmalarından ve makine öğrenmesi temelli öneri yapılarından faydalanıyoruz. Akbank ile yürüttüğümüz iş birlikleri kapsamında banka müşterilerine özel ürünler, kişiselleştirilmiş çapraz satış önerileri ve kampanyalar tasarlıyoruz. Böylece bankacılık ekosistemi içinde müşterinin ihtiyaç duyduğu anda AgeSA çözümlerinin daha görünür ve erişilebilir olmasını sağlıyoruz.

Banka kanalında teknoloji yatırımlarımızın bir diğer önemli boyutu da entegrasyon ve süreç kolaylığı. Akbank iş birliğimizde BES satış ekranlarının yenilenmesi, dijital araçların ve performans sistemlerinin entegre edilmesi, Akbank Mobil üzerinden self servis BES satışının devreye alınması bu dönüşümün önemli adımları oldu.

Önümüzdeki dönemde de hedefimiz, bankasürans kanalında analitik modellerin, dijital satış yetkinliklerinin ve kişiselleştirilmiş öneri yapılarının etkinliğini artırmak. Müşterinin yaşam evresine, finansal davranışlarına ve kanal tercihine göre daha doğru öneriler sunan; banka çalışanlarının işini kolaylaştıran; müşteriye de sade, hızlı ve güvenli bir deneyim sağlayan yapıları geliştirmeye devam edeceğiz.

Yapay Zeka ile Yeniden Şekillenen Banka Satış Ekosistemi

AgeSA olarak ihtiyacı daha doğru okuyabilmek için Akbank ile olan güçlü iş birliğimizden ve veri odaklı çalışma modelimizden faydalanıyoruz. Müşterilerimizin izinli veri setlerinden elde edilen içgörüleri, kendi müşteri verilerimiz ve analitik modellerimizle bir araya getirerek daha bütüncül bir bakış açısı oluşturuyoruz. Böylece müşterileri yalnızca mevcut ürün sahiplikleriyle değil; finansal davranışları, yaşam evreleri ve gelecekte ortaya çıkabilecek ihtiyaçlarıyla birlikte değerlendirebiliyoruz.

Müşterilerimizle temas noktalarında yapay zeka ve analitik modellerden giderek daha fazla yararlanıyoruz. Buradaki temel amacımız, müşterinin banka şubesinde, mobil uygulamada ya da farklı bir temas noktasında oluşan ihtiyacını daha doğru anlayabilmek ve bu ihtiyacı ilgili kanala doğru zamanda aksiyon alınabilecek bir içgörü olarak aktarabilmek.

Bugün bu yapıyı CRM ve analitik modelleme altyapımız üzerinden yönetiyoruz. Growth Engine yaklaşımımızla müşterilerimizin ihtiyaçlarını merkeze alıyor; çapraz satış ve yukarı satış fırsatlarını standart kampanya yöntemlerinin ötesine geçecek şekilde modelliyoruz. Bu fırsatları CRM sistemimiz üzerinden saha ve Genel Müdürlük ekiplerimize yönlendiriyor, satışa dönüşlerini de düzenli olarak takip ediyoruz. Böylece sistem yalnızca öneri üretmekle kalmıyor; hangi önerinin, hangi müşteri grubunda ve hangi kanalda daha yüksek karşılık bulduğunu öğrenerek kendini sürekli geliştiriyor.

Banka kanalı açısından baktığımızda, Akbank şubeleri ve dijital kanallar bu dönüşümün önemli temas noktaları arasında yer alıyor. Akbank Mobil BES entegrasyonuyla banka müşterilerine uçtan uca daha sade ve anlaşılır bir deneyim sunarken, şube kanalında BES satış ekranlarını yenileyerek sigorta yöneticilerimizin kullanımını kolaylaştırdık. Satış ekiplerinin verimliliğini artırmak için dijital araçlar ve performans sistemlerini de bu yapıya entegre ettik. Dolayısıyla banka personeli, müşteriye genel bir ürün listesiyle değil; müşterinin ihtiyacına, potansiyeline ve temas anına daha uygun bir öneriyle yaklaşabiliyor.

Daha Sade, Daha Hızlı ve Daha Anlaşılır Bir Akışla Müşteriye Sunum

Bankacılık kanalı, müşteri temasının yoğun olduğu ve farklı finansal ihtiyaçların aynı anda yönetildiği bir alan. Bu nedenle sigorta ve bireysel emeklilik ürünlerinin banka çalışanları için kolay anlaşılır, hızlı sunulabilir ve müşteri ihtiyacıyla doğrudan ilişkilendirilebilir olması çok önemli.

AgeSA olarak BT yatırımlarımızı bu noktada banka çalışanlarının işini kolaylaştıracak şekilde kurguluyoruz. Banka şube kanalında BES satış süreçlerini yeni ekranlar ve güncel teknolojik mimariyle dönüştürmemizin temel amacı da buydu. Kanal dinamiklerini gözeterek tasarladığımız yeni ekranlar sayesinde banka çalışanları BES ürününü daha sade, daha hızlı ve daha anlaşılır bir akışla müşteriye sunabiliyor. Bunun yanında bankasürans teknolojileri kapsamında banka şube ve mobil kanallarına yönelik farklı ürün entegrasyonları da gerçekleştirdik. Örneğin; Banka Mobil kanalında ticari müşterilerin kredi kullandırım ve borç transfer süreçlerinde kredili hayat sigortası ürünü alabilmelerini sağlayan entegrasyonlar, banka müşterisinin ihtiyacı doğduğu anda sigorta çözümüne ulaşmasını kolaylaştırıyor. Şube kanalında Her İhtimalin Sigortası ürününün satışa açılması da banka çalışanlarının müşterilerin farklı sigorta ihtiyaçlarına daha geniş ürün ailesiyle yanıt vermesine imkan sağladı.

Bu dönüşümü yalnızca satış ekranları ve ürün entegrasyonlarıyla sınırlı tutmuyor; saha ekiplerinin bilgiye daha hızlı ulaşmasını ve operasyonel süreçlerini daha verimli yönetmesini sağlayan dijital çözümlerle de destekliyoruz. Satış operasyonlarımız için devreye aldığımız Bankabot ve Bi'PortAll platformları, kısa sürede saha ekipleri tarafından benimsendi ve verimliliğimize önemli katkı sağladı. Yapay zeka destekli bir uygulama olan Bankabot, Teams uygulamasının bulunduğu her cihazdan kullanılabiliyor ve bilgiye hızlı, kolay ve sürekli erişim imkanı sunuyor. Sık sorulan soruların görsel ve metinsel yanıtlarına tek noktadan ulaşılmasını sağlayarak hem ekiplerin zaman kazanmasına hem de e-posta trafiğinin azalmasına katkıda bulunuyor. Bi'PortAll ise saha ekipleriyle paylaşılan duyuru, kampanya, rapor, analiz, sunum, dashboard ve prosedür gibi tüm içerikleri tek bir platformda bir araya getiriyor.

Dijital Koç Uygulaması ile Gerçekçi Senaryolar Üzerinde Pratik

Sigorta ve bireysel emeklilik ürünlerinde güncellemeler oldukça kritik. Ürün içeriği, teminat yapısı, satış akışı, mevzuat gereklilikleri veya dijital ekranlarda yapılan değişikliklerin sahadaki ekipler tarafından hızlı ve doğru şekilde öğrenilmesi gerekiyor. Bu nedenle eğitim, bankasürans kanalının sürdürülebilir başarısı için en önemli başlıklardan biri. AgeSA olarak kanal çalışanlarının ürün ve süreç bilgilerini güncel tutmaya büyük önem veriyoruz. Banka Sigortacılığı kanal entegrasyonu sonrasında elementer sigorta ürünlerine yönelik eğitimlerin tüm kanal çalışanlarına verilmesi, bu yaklaşımın örneklerinden biri. Ürünlerin doğru anlatılması, müşteri ihtiyacına uygun şekilde konumlandırılması ve satış akışlarının eksiksiz yönetilmesi için eğitimleri düzenli olarak destekliyoruz.

Yapay zeka tarafında ise raporda özellikle satış kadrolarının gelişimini destekleyen "Dijital Koç" uygulaması öne çıkıyor. Bu uygulama, satış ekiplerinin gerçekçi müşteri senaryoları üzerinde pratik yapmasına olanak tanıyan yapay zeka destekli bir simülasyon aracı olarak çalışıyor. Çalışanlar, müşteri görüşmesine benzer senaryolarda satış ve iletişim becerilerini deneyimleyebiliyor; yapay zekadan anlık geri bildirim alarak güçlü ve gelişime açık yönlerini görebiliyor.

Bu yaklaşım, eğitim süreçlerini klasik bilgi aktarımının ötesine taşıyor. Yapay zeka sayesinde çalışanlar yalnızca ürünü teorik olarak öğrenmiyor; müşteriye nasıl anlatacağını, itirazları nasıl karşılayacağını, ihtiyacı nasıl analiz edeceğini ve doğru çözümü nasıl konumlandıracağını pratik ederek geliştirebiliyor.

Özellikle ürün güncellemelerinde bu tür yapılar, ekiplerin yeni bilgiyi daha hızlı içselleştirmesine ve sahada daha güvenli şekilde kullanmasına destek oluyor.

Müşteri Deneyimini Sadeleştiren ve Süreci Daha Verimli Hale Getiren Analitik Bakış Açısı

Müşteri davranışlarının hızla dijitale kaydığı bir dönemde, bankasürans iş modelinde mobil kanalların rolü bizim için giderek daha stratejik hale geliyor. Bugün müşteriler yalnızca bilgi almak değil; başvuru yapmak, ürün karşılaştırmak, işlemini tamamlamak ve sürecini uçtan uca dijitalde yönetmek istiyor. Biz de AgeSA olarak banka mobil uygulamalarıyla entegrasyonlarımızı bu beklentiye yanıt verecek şekilde geliştiriyoruz.

Akbank Mobil üzerinden daha önce Bireysel Emeklilik ürünleri için yalnızca talep toplanabiliyorken, artık sigortacılık menüsü içinde self servis şekilde Bireysel BES satışı yapılabiliyor. Bu sayede Akbank müşterileri, ek bir fiziksel temas ya da şube yönlendirmesine ihtiyaç duymadan, mobil uygulama üzerinden BES ürününe kolayca ulaşabiliyor ve başvuru sürecini daha sade, hızlı ve anlaşılır ekranlar aracılığıyla tamamlayabiliyor.

Bu yapının arkasında yalnızca bir satış ekranı değil, müşteri deneyimini sadeleştiren ve süreci daha verimli hale getiren analitik bir bakış açısı var. Müşterinin dijital kanaldaki davranışını, ihtiyaç anını ve ürünle kurduğu etkileşimi daha iyi anlamaya çalışıyoruz. Amacımız, müşteriye genel bir kampanya mesajı sunmak yerine, ihtiyacına daha uygun ürünü, doğru zamanda ve doğru kanaldan ulaştırmak.

Yapay zeka tarafında ise AgeSA'nın kendi dijital kanallarında geliştirdiği öneri motoru önemli bir rol oynuyor. AI-based Recommender Engine ile müşterilerin finansal geçmişleri ve davranışları analiz edilerek kişiselleştirilmiş teklifler oluşturuluyor. Bu yapı, müşterinin hangi ürüne daha yatkın olduğunu, hangi teklifin daha anlamlı olabileceğini ve hangi temas noktasında daha yüksek karşılık bulabileceğini anlamamıza yardımcı oluyor. Banka mobil uygulamalarındaki süreçleri de bu daha geniş analitik ve çoklu kanal stratejisinin bir parçası olarak görüyoruz.

Akbank Mobil'de müşteriye hızlı ve self servis bir satış deneyimi sunarken; AgeSA Mobil, çağrı merkezi, saha ve diğer temas kanallarında da kişiselleştirilmiş önerilerle müşteri yolculuğunu destekliyoruz.

Böylece müşterinin dijitalde başlayan yolculuğu, ihtiyaç halinde farklı kanallarda da kesintisiz biçimde devam edebiliyor.



Sigortacılıkta İnsan Dokunuşunu Teknolojiyle Güçlendiren Dönüşüm

AgeSA
Direkt Satış ve Acenteler Genel Müdür Yardımcısı
Özgür Erdoğan

"Yapay zekâ sahadaki ekiplerimizin ya da acentelerimizin yerine geçecek bir unsur değil; onların karar alma kabiliyetini güçlendiren, danışmanlık değerini artıran stratejik bir asistan. 'Teknolojiyle güçlenen insan' yaklaşımımızla veriyi güven ilişkisine dönüştürüyor; satış profesyonellerimizin müşteriyi daha iyi tanımasını ve en doğru çözümü sunmasını sağlıyoruz"

BT yatırımlarını yalnızca süreçleri dijitalleştiren teknolojik projeler olarak değil, satış kanallarımızın çalışma biçimini yeniden tasarlayan stratejik bir dönüşüm alanı olarak görüyoruz. Tüm dağıtım yapımızda amacımız; müşteriyi daha iyi tanıyan, doğru ihtiyacı daha hızlı tespit eden, operasyonel yükü azaltılmış ve veriye dayalı karar alabilen bir satış organizasyonu oluşturmak. Bu bakış açısıyla özellikle satış ve CRM teknolojilerinde önemli adımlar attık. Merkezi satış uygulamamız Bi'Tıkla'yı tekil bir satış altyapısı haline getirerek farklı kanallarımızın aynı yapı üzerinden kesintisiz şekilde çalışmasını sağladık. Kullanıcı deneyimini iyileştirmek amacıyla satış uygulamalarımızdaki başvuru ve arama ekranlarını da yeniden tasarlayarak daha hızlı, daha sade ve daha kullanıcı dostu bir deneyim oluşturduk. Böylece lead'den sözleşmeye uzanan süreçte daha entegre, daha izlenebilir ve daha hızlı bir satış deneyimi oluştururken, saha ekiplerimizin günlük operasyonlarını daha verimli yönetmelerini sağladık.

Direkt satış ekiplerimizin günlük çalışma düzenini daha etkin yönetebilmek için Hep İyinin Peşinde İlerle (HİPİ) saha aktivite yönetim uygulamasını hayata geçirdik. HİPİ sayesinde 800'ün üzerindeki direkt satış saha ekibimizin günlük aktivitelerini, müşteri temaslarını, masraf girişlerini, aday müşteri ve fırsat yönetimini daha yakından izleyebiliyoruz.

CRM dönüşümümüz de satış ekiplerimizin iş yapış şeklini önemli ölçüde değiştirdi. Müşteri360 kartı ile sahadaki ekiplerimize müşteriye dair canlı veri üzerinden anlık bilgi görüntüleme yetkinliği kazandırdık.

Böylece satış temsilcisi veya acente müşteriye temas ettiğinde yalnızca temel bilgilere değil, müşterinin mevcut ürünlerine, ihtiyaç alanlarına, potansiyeline ve uygun aksiyon önerilerine daha hızlı erişebiliyor. Bunun yanında analitik CRM ve kampanya yönetimi çalışmalarımızla satış ekiplerimize daha doğru eforla daha yüksek verimlilik sağlayacak yönlendirmeler sunuyoruz. Otomatik raporlama altyapımız ve karar destek dashboard'larımızla da ekiplerimizin güncel ve güvenilir veriyle daha hızlı karar almasını sağlıyoruz.

AgeSA olarak teknoloji yatırımlarımızı yalnızca bireysel emeklilik ve hayat sigortacılığı alanlarında değil, sağlık sigortacılığı süreçlerimizde de yaygınlaştırıyoruz. Türkiye'nin en köklü kuruluşlarından Sabancı Holding ve 200 yıllık geçmişe sahip uluslararası sigorta grubu Ageas'ın stratejik yatırımlarıyla kurulan grup şirketimiz Medisa ile iş birliği yapıyor, müşterilerimize daha güçlü ve kapsamlı sağlık hizmetleri sunuyoruz. Medisa'nın sağlık alanındaki uzmanlığı ve teknolojileri ile artık sadece hastalıkta değil, sağlıkta da yanınızdayız.

Sağlık ürünlerimizde geliştirdiğimiz dijital altyapılar sayesinde teklif, poliçeleştirme ve operasyon süreçlerini daha hızlı, daha güvenli, danışman ve müşteri odaklı hale getiriyoruz.

Aynı bakış açısıyla yetki yönetimi, süreç standardizasyonu ve bilgiye erişim alanlarında yaptığımız geliştirmelerle operasyonel verimliliği artırıyor; teknolojiyi yalnızca yeni çözümler üretmek için değil, çalışanlarımızın günlük iş hayatını kolaylaştıran ve müşterilerimize sunduğumuz hizmet kalitesini yükselten stratejik bir güç olarak değerlendiriyoruz.
Süreç yönetimi tarafında da önemli bir dönüşüm gerçekleştirdik. İş süreçlerimizi ARIS altyapısıyla uçtan uca modelleyerek kurumsal hafızamızı güçlendirdik, süreçlerimizi standartlaştırarak daha sürdürülebilir ve daha etkin bir operasyon yapısı oluşturduk.

Verimlilik artışını ise çok boyutlu metriklerle takip ediyoruz. Üretim hacmi, kişi başı verimlilik, teklif kabul oranı ve müşteri temas sıklığı gibi göstergeleri birlikte değerlendiriyoruz. Dolayısıyla verimlilik bizim için yalnızca daha fazla satış yapmak değil; doğru müşteriye, doğru zamanda, doğru kanaldan ve doğru maliyetle ulaşabilmek anlamına geliyor.

Satışın Yerini Alan Değil Gücünü Katlayan Stratejik Asistan

Yapay zeka, satış ekiplerimizin veya acentelerimizin yerine geçecek bir unsur değil; onların yetkinliklerini büyüten, karar alma kabiliyetlerini güçlendiren ve müşteriye sundukları danışmanlık değerini artıran stratejik bir asistan.

Bireysel emeklilik, hayat ve sağlık sigortacılığı güvene dayalı, uzun vadeli ilişki gerektiren ve müşterinin hayatındaki önemli karar anlarına dokunan alanlar. Bu nedenle insan temasının, empati kurabilen danışmanlık yaklaşımının ve müşterinin gerçek ihtiyacını anlayabilen satış profesyonellerinin rolü bizim için vazgeçilmez. Yapay zeka burada temsilcinin ya da acentenin yerine geçmekten çok, onların müşteriyi daha iyi tanımasını, daha doğru hazırlanmasını ve daha isabetli öneriler sunmasını sağlıyor. Biz bu dönüşümü "teknolojiyle güçlenen insan" yaklaşımıyla ele alıyoruz. Yapay zeka müşterinin davranışlarını, ihtiyaçlarını, dijital eğilimlerini, yatırım tercihlerini ve ürün yatkınlıklarını analiz ediyor; satış ekiplerimiz ve acentelerimiz ise bu içgörüyü güven ilişkisine, doğru anlatıma ve uzun vadeli müşteri bağlılığına dönüştürüyor.

Kitlesel Kampanyalardan Kişiselleştirilmiş Aksiyonlara Geçiş

Yapay zekâ uygulamalarımızı, müşteriyi daha iyi anlamak ve ihtiyaca en uygun ürünü doğru zamanda sunmak için kullanıyoruz. Buradaki temel yaklaşımımız, kitlesel kampanyalardan kişiselleştirilmiş aksiyonlara geçmek.
Bu noktada "Next Best Offer" yaklaşımımız kritik bir rol oynuyor. Mevcut ve potansiyel müşterilerimizin korunma ve birikim ihtiyaçlarını bilimsel modellerle analiz ediyor; müşterinin önerilecek ürünü satın alma olasılığını makine öğrenmesi algoritmalarıyla tahmin ediyoruz. Böylece müşteriye genel bir teklif sunmak yerine; ihtiyacına, yaşam evresine ve kanal tercihine uygun daha kişiselleştirilmiş önerilerle ulaşıyoruz.

Bu içgörüleri CRM sistemimiz üzerinden satış ekiplerimizle paylaşıyoruz. Growth Engine yapımızla çapraz ve yukarı satış fırsatlarını modelliyor, saha ve Genel Müdürlük ekiplerimize yönlendiriyoruz.

Ekiplerimiz müşteriye temas etmeden önce hangi müşteride hangi ürün ihtiyacının öne çıktığını, hangi teklife daha yatkın olduğunu ve hangi aksiyonun önceliklendirilmesi gerektiğini görebiliyor. Bu da satış ekiplerinin eforunu daha doğru kullanmasını sağlıyor.

Dijital kanalda ise AI-based Recommender Engine bu yaklaşımın güçlü örneklerinden biri. AgeSA Mobil'e entegre ettiğimiz bu öneri motoru, müşterilere doğrudan mobil uygulama üzerinden kişiselleştirilmiş teklifler sunuyor. Ayrıca modellerimiz, önerilerin kabul veya reddedilme durumları ile satış ekiplerimizden, acentelerimizden ve müşterilerimizden gelen geri bildirimlerle sürekli besleniyor.

Böylece yapay zekâ uygulamalarımız statik bir kampanya aracı olmaktan çıkarak sahadan öğrenen, kendini geliştiren ve giderek daha isabetli öneriler üreten bir yapıya dönüşüyor.

Müşteri Devamlılığı Asistanı ile Uzun Vadeli İlişki

Müşterilerimizin sistemde kaldığı süre uzadıkça birikimleri ve elde ettikleri fayda da artıyor. Bu nedenle müşteri devamlılığı bizim için yalnızca bir tutundurma konusu değil, müşterinin finansal geleceğini koruyan stratejik bir başlık. Bu kapsamda geliştirdiğimiz Müşteri Devamlılığı Asistanı, yapay zeka destekli tutundurma yaklaşımımızın önemli bir parçası. Bu yapı, sözleşme ve tahsilat devamlılığını yakından izleyen, erken uyarı mekanizmalarıyla çıkış risklerini önceden görmemizi sağlayan kapsamlı bir sistem olarak çalışıyor. Segment bazlı ve dinamik bir mimariyle tasarladığımız Bireysel BES Müşteri Terk Eğilim Modeli sayesinde müşterilerimizin bıraktığı izleri 360 derece takip ediyor, yapay zeka algoritmalarıyla analiz ederek çıkış risklerini öngörebiliyoruz.

Bu tahminleme sonrasında ekiplerimiz müşteriyle daha doğru zamanda ve daha doğru içerikle iletişime geçebiliyor. Müşteriye yalnızca "sistemde kalın" mesajı vermek yerine; BES'in uzun vadeli değeri, devlet katkısı, düzenli birikim disiplini, fonların performansı ve müşterinin kendi ihtiyaçlarına uygun alternatifler daha sade ve anlaşılır bir dille aktarılıyor. Böylece müşterinin ayrılma eğilimini yalnızca son aşamada karşılayan değil, daha erken fark eden ve yönetebilen bir yapı kuruyoruz.

Acente ve Satış Temsilcisi Profillerinde Dönüşüm

Bugün başarılı bir acente veya satış temsilcisi profilinin önemli ölçüde dönüşüm geçirdiğini görüyoruz.

Artık yalnızca ürün bilgisi ve satış becerisi yeterli değil. Veriyle çalışabilen, dijital araçları etkin kullanan, müşteri ihtiyaçlarını doğru analiz edebilen ve teknolojiyi danışmanlık gücünü artıran bir destek unsuru olarak değerlendirebilen profesyoneller öne çıkıyor.

AgeSA olarak biz de teknoloji yatırımlarımızı yalnızca müşteri deneyimini geliştirmek için değil, satış ekiplerimizin ve acentelerimizin yetkinliklerini güçlendirmek için de kullanıyoruz. Yapay zeka destekli "Dijital Koç" uygulamamız bunun iyi örneklerinden biri. Satış ekiplerimiz bu platform üzerinden gerçek müşteri görüşmelerine benzer senaryolarla pratik yapabiliyor, yapay zekadan anlık geri bildirim alabiliyor ve satış ile iletişim becerilerini geliştirebiliyor.

Böylece eğitim süreçleri yalnızca teorik bilgi aktarımından çıkıp uygulamalı ve kişiselleştirilmiş bir yapıya kavuşuyor. Ayrıca, ürün ve süreç eğitimleri, yeni ürün lansmanları sonrasında gerçekleştirilen yaygın eğitim programları ve dijital öğrenme uygulamaları da bu dönüşümün önemli parçaları arasında yer alıyor.

Yeni teknolojiler iş süreçlerine girdiğinde doğal olarak bir adaptasyon süreci yaşanıyor. Biz bunu doğrudan bir direnç olarak değil, yeni bir çalışma biçimini anlama, faydasını görme ve günlük rutine entegre etme süreci olarak değerlendiriyoruz.

Bu noktada yapay zekânın sahadaki ekiplerin işini somut olarak kolaylaştırması büyük önem taşıyor. Satış ekiplerimizin günlük operasyonlarını destekleyen ve ihtiyaç duydukları bilgiye tek bir tıkla ulaşmalarını sağlayan SuperAgent uygulamamızla yapay zekâyı yalnızca öneri geliştiren değil, bilgiye erişimi hızlandıran bir asistan olarak da konumlandırıyoruz.

SuperAgent sayesinde danışmanlarımız, operasyon ekiplerine ihtiyaç duymadan evrak süreçlerinden underwriting kurallana, sağlık süreçlerinden tahsilat ve poliçe işlemlerine kadar çok sayıda konuda anlık bilgiye ulaşabiliyor.

Böylece müşteriyle temas sırasında zaman kaybetmeden daha hızlı ve daha doğru hizmet sunabiliyorlar. Elbette her dönüşümde olduğu gibi burada da eğitim, iletişim ve örnek başarıların paylaşılması kritik.

Sıkça sorulan soruları analiz ederek iç iletişim çalışmalarımızla danışmanlarımızın eğitimlerini destekliyor, yanıtlara gelen yorumlar doğrultusunda SuperAgent'ı sürekli geliştiriyoruz.

Ekiplerimiz yapay zekânın müşteriye daha doğru çözüm sunmalarına, zamanlarını daha iyi yönetmelerine ve satış fırsatlarını daha doğru değerlendirmelerine katkısını gördükçe adaptasyon da hızlanıyor.

Bizim hedefimiz bu kültürü daha da güçlendirmek: Yapay zekâyı insanın yerine geçen bir unsur olarak değil, sahadaki insanın etkisini büyüten ve günlük işini kolaylaştıran bir yol arkadaşı olarak konumlandırmak.



Yapay Zekâ, IT'yi Destek Fonksiyonundan Değer Üretim Merkezine Dönüştürüyor

AgeSA
İş Teknolojileri Sigorta Yazılım Teknolojileri Grup Müdürü
Kağan Aydınyüz

"SuperAgent ile farklı iş birimlerine hizmet veren uzman agent'ları tek bir platformda buluşturduk. Bankasürans, saha satış ve çağrı merkezi gibi ekiplerimiz ihtiyaç duydukları bilgiye daha hızlı erişerek süreçlerini hızlandırırken; operasyonel verimlilik, kalite ve satış etkinliği önemli ölçüde artıyor. Teknolojiyi satışa, otomasyona ve hizmet kalitesine dönüştürmek en önemli başarı kriterimiz"

Yapay zeka artık yeni bir teknoloji olmanın ötesine geçerek temel bir yetkinliğe dönüşmeye başladı. Bu değişim yalnızca şirketlerin iş modellerini değil, IT ekiplerinin çalışma biçimini ve organizasyon içerisindeki rolünü de yeniden şekillendiriyor.

Yapay zeka ile çalışabilme yetkinliğinin önümüzdeki dönemde profesyoneller açısından önemli bir farklılaştırıcı unsur olacağına inanıyorum. Bugün sunum hazırlarken, toplantı notlarını oluştururken veya günlük işlerimizi gerçekleştirirken yapay zekadan destek almaya başladık. İşlerin bir parçası olarak hemen her sürecin içerisine yapay zeka girmeye başladı, AgeSA olarak da bu yetkinliği erken benimseyip kurum genelinde ölçeklendirdik. Önümüzdeki dönemde de ek kritik sorulardan biri "Yapay zekayı ne kadar iyi biliyorsun, onunla ne kadar etkin çalışabiliyorsun?" olacak.

Bu dönüşüm IT'nin iş yapma modelini de değiştiriyor. Teknoloji ekipleri artık yalnızca sistem geliştiren ve işleten yapılar olmaktan çıkarak, iş birimleriyle daha yakın çalışan, süreçleri ve veriyi bir araya getirerek doğrudan iş değeri yaratan bir role doğru ilerliyor. AgeSA' da son dört-beş yıldır teknoloji projelerine bu perspektiften yaklaşıyoruz; teknolojinin kendisi kadar iş ihtiyacını, insanı, süreci ve yaratılan değeri birlikte değerlendiriyoruz.

İnsan Kontrolü Yapay Zeka Çağında da Vazgeçilmez

Yapay zekanın geleneksel bilgi teknolojileri çözümlerinden ayrıştığı en önemli noktalardan biri olasılıksal çalışma biçimidir. Geleneksel sistemlerde daha deterministik, kurallara bağlı ve öngörülebilir sonuçlar üretilebilirken; yapay zeka sistemleri olasılıklar üzerinden çalışıyor ve bu sebeple verilen sistem çıktılarının yüzde 100 doğru olduğu garanti etmek mümkün olmuyor.

Bu nedenle özellikle finans ve sigorta gibi sonuçların net olması gereken sektörlerde insan kontrolü sistemlerin ayrılmaz bir parçası olmaya devam etmek zorunda.

Biz de bu vizyonla "human in the loop" (insanın süreçte yer alması) yaklaşımını kritik görüyoruz. Geliştirdiğimiz çözümlerle insanı bir kontrol unsuru olarak sistemin içerisinde tutmaya çalışıyoruz. Bu yaklaşım sayesinde otomasyonu ölçeklendirirken hizmet kalitesinden ödün vermiyor kritik karar ve değerlendirme noktalarında doğruluğu güvence altına alıyoruz.

Yapay zeka aynı zamanda farklı sistemleri ve çözümleri bir araya getiren bir orkestrasyon katmanına dönüşmeye başladı. IT'nin rolü de buna paralel biçimde değişiyor; teknoloji ekipleri sistem üretmekten daha fazla iş modelini anlayan ve değer yaratan bir yapıya doğru ilerliyor. Bu yeni dönemde sürekli öğrenmek de teknoloji profesyonelleri açısından her zamankinden daha önemli hale geldi. Yapay zekanın yarattığı dönüşümü internetin ilk dönemlerine benzetiyorum. İnternet de başlangıçta geleceği konusunda soru işaretleri barındırmasına rağmen zaman içerisinde bütün iş modellerini değiştiren bir teknoloji haline geldi. Yapay zeka da benzer biçimde oyunun kurallarını değiştiren bir noktaya ilerliyor. Ancak kurumların gelecekte "AI First" yapılara dönüşmesinin önünde katetmeleri gereken önemli bir dönüşüm süreci bulunuyor.

IT'de Yapay Zekanın Dört Değer Alanı

Yapay zekanın IT dünyasında yarattığı değer dönüşümünü dört temel alanda değerlendiriyoruz: Üretkenlik, operasyonel verimlilik, iş birimlerini yeni yetkinliklerle destekleme ve tam otonom sistemler. Üretkenlik alanında özellikle yazılım geliştirme süreçlerinde önemli kazanımlar ortaya çıkıyor; analiz, yazılım ve test gibi süreçlerde yapay zeka verimliliği ve kaliteyi ciddi ölçüde artırıyor. AgeSA 'da bu alanda özelleştirilmiş agent'larımızı kullanarak Agentic SDLC yaklaşımımızı hayata geçirdik. Bunun yanı sıra, yazılım geliştirme süreçlerini destekleyen piyasadaki gelişmiş hazır yapay zeka teknolojilerden de yararlanıyoruz.

Yapay zekanın en fazla değer sağladığı alanlardan biri de mevcut sistemlerin modernizasyonudur. AgeSA'nın AS400 sistemlerinde yürüttüğümüz çalışmalar buna çok iyi bir örnek. Uzun yıllardır kullanılan sistemlerde yüz binlerce satıra ulaşan kodlar bulunuyor. Yıllar boyunca mevzuat, yasal gereksinimler ve şirket ihtiyaçları doğrultusunda sürekli değişen bu kodların analiz edilmesi önemli bir zorluk oluşturuyordu.

Bazı uygulama modüllerinde 80 bin satırdan başlayarak 400 bin satıra kadar ulaşan kod yapıları bulunabiliyor ve dokümantasyon zaman içerisinde sistemlerdeki değişim hızına aynı ölçüde yetişemeyebiliyor. Bugün yapay zekayı bu kodların analizinde kullanıyoruz. Tersine mühendislik yaparak, yazılmış kodu analiz eden ve bize sistemin nasıl çalıştığını anlatan, hızlı etki analizi imkanı veren çözümlerden yararlanıyoruz. Bu hem hız hem de verimlilik açısından çok önemli bir fayda sağlıyor.

Yazılım Geliştirme Agent'lara Doğru İlerliyor

Son dönemde teknoloji gündeminde öne çıkan Agentic SDLC yaklaşımı doğrultusunda, yazılım geliştirme yaşam döngüsünün giderek daha fazla AI agent'ları tarafından desteklendiği bir yapıya doğru ilerliyoruz. AgeSA'da analiz, ön yüz, backend ve test süreçlerini uçtan uca yapay zekâ destekli agent'larla yürütecek bir platform oluşturduk. Geliştirme süreçlerinin farklı aşamalarını agent'lara devretmek mümkün hale gelse de, insan kontrolünün tamamen ortadan kalkacağı bir modele temkinli yaklaşıyorum. Agent'ların güçlü çıktılar üretebilmesine ve farklı kontrol mekanizmaları kurulabilmesine rağmen belirli noktalarda insan dokunuşu kesinlikle gereklidir; AgeSA'da çalışmalarımızı bu anlayışla yürütüyoruz. Yapay zekanın yazılım ekiplerinin küçülmesine yol açacağı yönündeki öngörüler de değişmeye başladı. Teknolojinin işleri kolaylaştırması çoğu zaman kullanım miktarını ve yeni talebi artırır. Yapay zeka sayesinde aynı ekiplerle daha fazla iş üretilebildikçe kurumların teknoloji kullanım alanları da genişleyecektir. Özellikle yazılım ve siber güvenlik alanında AI kullanımı yeni görevleri ve ihtiyaçları beraberinde getirecektir.

Yeni Gündem: Agent'ları Kim Yönetecek?

Yapay zeka kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte kurumlar yeni bir yönetişim ihtiyacıyla karşı karşıya kalıyor. AI çözümlerinin yalnızca teknik kabiliyetlerinin değil, maliyetlerinin ve kurum içerisindeki kullanımının da yönetilmesi gerekiyor. Geçmişte "shadow IT" kavramını tartışıyorduk, bugün benzer bir durum kurum içerisinde geliştirilen agent'lar için ortaya çıkmaya başladı. Şirket içerisinde kaç agent var, bunları kim geliştirdi, hangi veriye erişiyorlar, ne kadar kullanılıyorlar ve maliyetleri ne? Bunların tamamını yönetmeniz gerekiyor. AgeSA'da bu alanda da yönetişim çalışmalarımızı kararlılıkla sürdürüyoruz. Token maliyetlerinden farklı yapay zeka araçlarının kullanımına kadar yeni bir teknoloji yönetimi alanı oluşmuş durumda. Kurumlar bir taraftan çalışanlarını yapay zeka kullanmaya teşvik ederken, diğer taraftan da "kontrol dışı" büyüyebilecek bu AI ekosistemini yönetmek zorunda kalacaktır.

Operasyon ve Güvenlikte AI Kullanımı Standartlaşıyor

Operasyon tarafında yapay zeka özellikle izleme ve anomali tespiti alanlarında önemli kazanımlar sağlıyor. Sistemlerde bir hata veya olağan dışı durum oluştuğunda AI destekli çözümlerin problemi otomatik olarak tanıması ve analiz etmesi, insan müdahalesine kıyasla çok daha hızlı ve doğru sonuç veriyor. Bu nedenle AI destekli izleme çözümlerinin giderek bir endüstri standardına dönüşeceğini öngörüyorum. Benzer bir değişim siber güvenlik alanında da yaşanıyor. Yapay zeka tabanlı güvenlik sistemleri, çok deneyimli uzmanların dahi tespit etmekte zorlandığı bazı açıkları bulabilir hale geldi. Dolayısıyla güçlü AI teknolojilerine erişim, önümüzdeki dönemde kurumlar açısından stratejik bir konuya dönüşecektir. Yapay zeka yetkinliklerinin giderek daha değerli hale gelmesi, şirketlerin bu alanda yeniden kendi teknoloji yatırımlarını artırmasına da neden olabilir. Gelecekte en gelişmiş teknolojilere erişim yalnızca dışarıdan hizmet satın almakla çözülemeyebilir.

74 RPA Süreci ve 32 AI Destekli İş Süreci

AgeSA'da yapay zekayı somut iş süreçlerimizde giderek daha yoğun kullanıyoruz. Özellikle RPA yatırımlarımızı agent tabanlı yapılara doğru dönüştürmeye başladık. Bünyemizde bugün 74 RPA süreci ve 32 AI destekli iş süreci bulunuyor ve bu yapılar yıllık yaklaşık 14 milyon işlem gerçekleştiriyor.

Yapay zeka projelerini değerlendirirken model veya kullanım senaryosu sayısından çok, ortaya çıkan iş değerine bakıyoruz. Yaratılan değerin bir bölümü maliyet tasarrufu ve otomasyon kazanımından, bir bölümü ise yeni satış ve büyümeden geliyor. Bu yaklaşımımızın en önemli örneklerinden biri Recommender Engine çözümümüz. Sistem, müşteri verilerini analiz ederek hangi müşterinin katkı payını artırabileceği veya toplu para yatırma potansiyeli bulunduğu gibi alanlarda öneriler oluşturuyor.
Bu önerilerin müşterilere doğru zamanda sunulmasıyla hem satışların hem de yönetilen portföyün büyütülmesine doğrudan katkı sağlanıyor. Yapay zekayı kaç model kullandığımızla ölçmeye çalışmıyoruz; bizim için önemli olan yarattığı iş değeridir.
Bu nedenle geliştirdiğimiz use case'lerde mümkün olduğunca yatırımın karşılığını ve şirkete getirisini anlamaya çalışıyoruz.

SuperAgent ile Farklı Uzmanlıklar Tek Yapıda Buluşuyor

Önemli ve dikkat çeken bir diğer çalışmamız da SuperAgent projesi. Bu çalışmayla farklı iş birimlerine hizmet veren uzman agent'ları ortak bir yapı altında birleştirdik. Bankasürans, çağrı merkezi, sağlık ve insan kaynakları gibi farklı alanlarda çalışan agent'lar SuperAgent üzerinden kullanılabiliyor ve bu çözüm özellikle saha ekiplerimizin iş süreçlerini ciddi şekilde hızlandırıyor. Sahadaki bir çalışanımız müşteri sürecinde eksik kalan bir evrakı SuperAgent üzerinden öğrenip müşterinin problemini yine SuperAgent üzerinden çözebiliyor.

Çalışanlarımız bu sayede farklı sistemler arasında dolaşmadan, doğal dil üzerinden aksiyon oluşturabiliyor. Benzer şekilde çağrı merkezi ve operasyon ekiplerimiz sık karşılaşılan sorularda başka destek birimlerine ulaşmak yerine agent üzerinden gerekli bilgiye saniyeler içinde erişebiliyor. Müşterilerden gelen dokümanların anlaşılması ve otomatik işlenmesi için de yapay zekadan yararlanıyoruz. İş Listesi Otomasyonu olarak adlandırdığımız çözümle belgeler anlamlandırılıyor, doğrulanıyor ve içeriğindeki veri operasyon süreçlerine aktarılabiliyor. Bu çalışmalar yalnızca operasyonel verimlilik yaratmakla kalmıyor, aynı zamanda AgeSA'nın büyümesini de destekliyor. Şirket büyürken, IT dahil bütün ekipleri aynı oranda büyütmek yerine otomasyon ve AI destekli sistemlerle daha fazla müşteriye ve daha yüksek işlem hacmine hizmet edebilecek bir yapı oluşturmaya çalışıyoruz.

IT'nin Yeni Görevi İşi, Veriyi ve Süreci Bir Araya Getirmek

Yapay zeka dönüşümü teknoloji organizasyonlarının şirket içerisindeki konumunu yeniden tanımlıyor. IT gelecekte yalnızca sistem ve uygulamaları yöneten bir fonksiyon olarak kalamaz. İş birimlerinin ihtiyaçlarını anlayan, veriyi süreçlerle birleştiren ve otomasyonla doğrudan iş sonucu üreten teknoloji organizasyonları öne çıkacaktır.

AgeSA olarak biz de teknoloji yapılanmamızı bu doğrultuda geliştiriyoruz. IT'nin görevi artık sistemleri ve uygulamaları yönetmekten daha fazlasıdır. İşi, veriyi ve süreci bir araya getirip iş birimini destekleyen ve ona otomasyon çözümleri üreten bir noktaya doğru evriliyor. Biz de AgeSA olarak bu dönüşümü yakalamaya ve teknolojiyi doğrudan iş değerine dönüştüren bir yapı oluşturmaya kararlılıkla devam ediyoruz.



Dijital Kanalları Yapay Zeka ile Yeni Bir Deneyim Seviyesine Taşıyoruz

AgeSA
Kanal ve Platform Teknolojileri Grup Müdürü
Enes Keten

"Müşteri deneyimi yaklaşımımız yalnızca müşteriye temas eden kanalları değil, AgeSA çalışanlarının kullandığı sistem ve platformları da kapsıyor. Hedefimiz; bu yapıda yapay zeka destekli, kişiselleştirilmiş ve uçtan uca dijital yolculuklar tasarlamak. Mevcut altyapımızı, teknolojinin ve yapay zekânın sunduğu imkânlarla daha akıllı, daha çevik ve kullanıcı ihtiyaçlarına daha hızlı yanıt veren ve bütünsel deneyim sunan bir yapıya dönüştürmeye odaklanıyoruz"

AgeSA'da mobil, web, çağrı merkezi, bankasürans, direkt satış, kurumsal satış, acente, broker, telemarketing ve kurum içi uygulamalar gibi çok sayıda kanalı ortak bir teknoloji vizyonu altında yönetiyoruz. Dijital dönüşümün ardından, yeni dönemde odağımızı yapay zeka destekli, kişiselleştirilmiş ve değer üreten müşteri yolculuklarına kaydırdık.

Dijitalleşme; sistem dönüşümü, yapay zeka ve otomasyon çalışmalarımızın merkezinde yer alıyor. Teknolojiyi tek başına bir amaç olarak görmüyoruz. Önceliğimiz müşterilerimizi doğru anlamak, ihtiyaçlarına uygun çözümler geliştirmek ve teknolojinin sunduğu olanaklardan en verimli ve doğru şekilde yararlanmak.

AgeSA'da müşteri kavramını yalnızca şirketimizin ürün ve hizmetlerinden yararlanan kişilerle sınırlı tutmuyoruz. Çalışanlarımızı ve satış organizasyonlarımızı da iç müşteri olarak değerlendiriyoruz. Bu nedenle müşteri deneyimi yaklaşımımız hem dış müşteriye dokunan kanalları hem de AgeSA çalışanlarının kullandığı sistem ve platformları kapsıyor. Nihai hedefimiz müşterilerimiz, çalışanlarımız ve iş ortaklarımız için ölçülebilir değer üretmek.

Çoklu Kanal Yapısında Ortak Teknoloji Yaklaşımı

AgeSA'nın geniş kanal ekosistemini ortak bir teknoloji altyapısıyla yönetiyoruz. Bankasürans, direk satış, kurumsal satış, acente, broker ve telemarketing satış kanallarının yanı sıra mobil, web, çağrı merkezi ve back-office kanalları aynı ekosistem içerisinde hizmet alıyor.

Bu farklı kanalları ortak bir teknoloji altyapısıyla yönetirken, ön yüz teknolojilerimizde "One" yaklaşımını benimsiyoruz. "One" yaklaşımı, tüm kanallar arasında tutarlı ve bütünleşik bir deneyim sunulmasını sağlıyor. Bu dönüşümün merkezinde ise şirketin dijital satış ve hizmet platformu olan Bi'Tıkla yer alıyor.

Bi'Tıkla, bugün online bir platform olmanın ötesinde, satış ekiplerimizden çağrı merkezine, acente ve broker ağımızdan operasyon ekiplerimize kadar birçok birimin ortak çalışma zemini haline geldi.

Bankasürans tarafında ise AgeSA'nın güçlü servis altyapısı ve banka müşterilerine özel tasarlanan ön yüzler banka ekosisteminin müşteri deneyimini destekliyor.

Bundan sonraki odağımız; mevcut kanal altyapısını yapay zeka ve güncel teknolojiler ile zenginleştirerek daha akıllı ve kesintisiz deneyimler sunmak.

Kağıtsız Satış Süreçleriyle Uçtan Uca Dijitalleşme

AgeSA'nın dijital dönüşüm yolculuğundaki önemli kilometre taşlarından biri de satış süreçlerinin tamamen dijitalleştirilmesi oldu. Mobil onay ve biyometrik imza teknolojilerinin devreye alınmasıyla birlikte satış süreçleri uçtan uca kâğıtsız hale geldi. Bu dönüşüm müşteri deneyimi ve operasyonel verimliliğin yanı sıra sürdürülebilirlik hedeflerine de önemli katkı sağladı.

AgeSA Mobil'i şirketimizin en önemli müşteri temas noktalarından biri olarak konumlandırıyor ve mobil uygulamada kişiselleştirilmiş deneyim yaratmaya büyük önem veriyoruz. Kapsayıcılığın da dijital müşteri deneyiminin ayrılmaz bir parçası olduğuna inanıyoruz; bu doğrultuda özellikle işitme ve görme engelli müşterilerimize yönelik sesli ve görüntülü destek hizmetleriyle farklı kullanıcı ihtiyaçlarına cevap veriyoruz.

AgeSA Mobil yalnızca müşterilerin ürünlerini takip ettiği bir hizmet kanalı değil, aynı zamanda bir satış platformuna dönüştü. Yapay zekanın mobil kanaldaki en önemli kullanım alanlarından biri kişiselleştirilmiş teklif mekanizmalarıdır. Müşteri ihtiyaçlarının daha etkin analiz edilmesi sayesinde doğru müşteriye doğru anda doğru teklifin sunulması müşteri deneyimini geliştiriyor.

CRM ve Saha Satış Otomasyonunda Yeni Dönem

AgeSA'nın çoklu satış organizasyonunu desteklemek amacıyla CRM ve saha satış otomasyon altyapıları da yenilendi. Böylece lead, fırsat ve aktivite yönetimi yetkinlikleri ile satış ve performans yönetimi için yeni fonksiyonlar (Sales Force Automation) geliştirildi.

Bankasüransta Gömülü Sigorta, Finansal Değere Dönüşüyor

AgeSA'nın stratejik büyüme alanlarından biri olan bankasürans tarafında da önemli projeler yürütülüyor. Gömülü sigortacılık (embedded insurance) yaklaşımı banka ekosisteminde giderek daha geniş bir kullanım alanına ulaştı.

Bugün çağrı merkezinden şubeye ve kredi süreçlerinden mobil uygulamalara kadar farklı banka kanallarında sigorta ürünlerimizi müşteri yolculuklarına entegre etmiş durumdayız. Bu model hem müşteri deneyimini iyileştiriyor hem de iş sonuçlarına doğrudan katkı sağlıyor.

Bankanın mümkün olan tüm süreçlerine ve kanallarına hayat sigortası ve BES ürünlerini entegre etmeyi hedefliyoruz. Teknoloji yatırımlarımızın finansal karşılığını bu alanda çok net biçimde görebiliyoruz.

7/24 Hizmet Veren Kanallarda Süreklilik Kritik

Müşteriye doğrudan hizmet veren dijital kanallarda sistem sürekliliği ve performans kritik önem taşımakta. Özellikle mobil uygulama ve bankasürans gibi yüksek işlem hacmine sahip kanallarda kesintisiz hizmet sunmak temel önceliklerimiz arasında.

Sistem performansını sürekli izliyor ve gerekli altyapı yatırımlarını kesintisiz şekilde sürdürüyoruz. Yüksek erişilebilirlik seviyeleri müşteri memnuniyetinin yanı sıra ticari sonuçlar açısından da büyük önem taşıyor.

Sistem sürekliliği müşteri tarafından çoğu zaman görünmeyen ancak deneyimin temelini oluşturan bir unsur. Kanallarımız büyüdükçe ve işlem hacmimiz arttıkça, altyapı yatırımlarımıza da paralel şekilde devam ediyoruz.

Çağrı Merkezinde Yeni Dönem Yapay Zeka

"One" yaklaşımıyla Bi'Tıkla platformu üzerinde konumlandırdığımız çağrı merkezi ve back office altyapısını bundan sonraki dönemde yapay zeka ve otomasyon desteğiyle geliştirmeye odaklandık. Müşteri deneyimini geliştirmek ve operasyonel verimlilik sağlamak amacıyla bu teknolojilerden etkin bir şekilde yararlanıyoruz.

Bu kapsamda AI destekli speech analytics çözümlerimizden yararlanarak müşteri görüşmelerini analiz ediyor, elde ettiğimiz içgörüleri müşteri deneyimini geliştirecek yeni aksiyonlarımızı belirlemede kullanıyoruz. Back office operasyonlarında ise otomasyon projeleriyle manuel süreçleri optimize ederek operasyonel verimlilik yaratıyoruz.

Çalışan Deneyimi Dijital Dönüşümün Bir Parçası

AgeSA'nın dijital dönüşüm yaklaşımının yalnızca müşteri deneyimiyle sınırlı değil, çalışan deneyimi de stratejik öncelikler arasında yer alıyor.

İnsan kaynakları, finans, yetki yönetimi ve kurumal iş süreçlerinde de dijital çözümler geliştirdik. Yapay zekâ, işe alım süreçlerinden saha ekiplerinin gelişimini destekleyen dijital koç uygulamalarına kadar farklı alanlarda kullanılmaya başlandı.

Dijitalleşme ve Sürdürülebilirlik Birlikte İlerliyor

Dijital dönüşüm projelerimizin sürdürülebilirlik tarafında yarattığı kazanımlara önem veriyoruz; Green IT, AgeSA'nın teknoloji stratejisindeki temel başlıklardan biridir.

Kâğıtsız süreçler, dijital onay mekanizmaları ve fiziksel gönderilerin azaltılmasına yönelik uygulamalar çevresel etkiyi azaltırken operasyonel verimliliği de destekliyor. Bu alandaki projelerimizin somut kazanımlar sağlaması ve ödüllerle karşılık bulması bizleri gururlandırıyor.

Dijitalleşmeyi yalnızca daha hızlı veya daha düşük maliyetli süreçler oluşturmak olarak görmüyor, teknoloji yatırımlarımızın sürdürülebilirlik açısından oluşturduğu değeri de titizlikle ölçüyoruz.

Yeni Odak Noktamız Yapay Zekâ ile Kişiselleştirme

AgeSA olarak kanallardaki temel dijital dönüşümümüzü önemli ölçüde tamamladık. Bundan sonraki aşamada güçlü altyapımızı yapay zeka ile, müşteri deneyimini ve uçtan uca müşteri yolculuklarını daha fazla öne çıkararak başka bir seviyeye taşımak var.

Teknolojiyi kullanırken temel hedefimiz hem müşterilerimiz hem paydaşlarımız hem çalışanlarımız hem de şirketimiz için ölçülebilir bir değer yaratmak.





Değer Yaratmanın Yolu
Doğru Yatırımı Seçmekten Geçiyor

AgeSA
İş Teknolojileri Stratejik Portföy ve Süreç Yönetimi Grup Müdürü
Zeynep Aslı Dinç

"Teknoloji yatırımlarında müşteri ihtiyacını ve iş sonuçlarını merkeze alan bir yaklaşım izliyoruz. Satış ve satış sonrası süreçlerde önemli bir dijital dönüşüm gerçekleştirdik. Bu dönüşümde öncelikle süreçleri sadeleştirmeye odaklandık. Çünkü iyi tasarlanmamış bir sürece yapay zeka veya otomasyon eklemenin tek başına değer yaratmayacağına inanıyoruz. Yapay zekanın iş süreçlerindeki rolü arttıkça iş birimleri ile IT arasındaki sınırların da giderek belirsizleşeceğini öngörüyoruz"

Teknolojideki hızlı değişim, şirketlerin karşısına her geçen gün yeni yatırım alternatifleri çıkarıyor. Asıl kritik soru artık 'Ne yapabiliriz?' değil, 'Hangi yatırım gerçekten anlamlı olacak?' Bu nedenle kısa vadeli kazanımlardan ziyade sürdürülebilir ticari değer yaratan yatırımlara odaklanıyoruz. Teknoloji, süreç ve insanın birlikte dönüşmediği projelerde beklenen faydaya ulaşmak oldukça zor olabiliyor.

Teknoloji yatırımları farklı boyutlarda değer üretebiliyor. Müşteri memnuniyetinin artırılması ve değişen müşteri ihtiyaçlarının karşılanması önemli olmakla birlikte, şirketler günün sonunda yatırımın ticari etkisini de görmek istiyor.

Bu nedenle stratejik portföy yönetiminin temel görevlerinden biri, çok sayıda teknoloji talebi içinde şirket ve müşteri için en yüksek değeri yaratacak yatırımları belirlemektir.

Hangi yatırımın gerçekten anlamlı olacağına karar vermek artık her zamankinden daha zor. Geçmişte yatırımların ticari etkilerini daha öngörülebilir kriterlerle değerlendirebiliyorduk. Bugün ise özellikle yapay zeka teknolojilerinin hızla çoğalan kullanım alanları, karar verme sürecini daha karmaşık hale getiriyor. Dolayısıyla doğru yatırımı seçebilmek stratejik bir yetkinlik olarak öne çıkıyor.

Teknolojinin Hızı ile İnsanın Adaptasyon Hızı Aynı Değil

Yapay zekanın gelişim hızı ile insanların ve kurumların bu teknolojiye adaptasyon hızı arasında önemli bir fark bulunuyor. Teknolojiyi tek başına dönüştürmek yeterli değil. Yeni teknolojilerin kurum içinde değer yaratabilmesi için çalışanların ve iş süreçlerinin de bu dönüşüme hazırlanması gerekiyor. Teknoloji yatırımlarının insan ve süreç boyutuyla birlikte ele alınması büyük önem taşıyor. Teknoloji hızla ilerlerken, insanların yeni çalışma biçimlerine adaptasyonu daha uzun zaman alabiliyor.

Kurumların teknoloji yatırımlarını planlarken bu farkı da göz önünde bulundurması gerekiyor. Teknoloji, insan ve süreç arasında kurulacak doğru denge, dönüşümün başarısında belirleyici rol oynuyor. AgeSA' da stratejik portföy yönetimini de bu bakış açısıyla ele alıyoruz. Değişen müşteri ihtiyaçlarını anlamak, müşteri memnuniyetini artırmak, regülasyonlardaki değişimlere uyum sağlamak ve aynı zamanda şirketin ticari hedeflerine cevap vermek zorundayız. Mobil ve yapay zeka stratejileri de yatırım önceliklendirme süreçlerimizde önemli bir yer tutuyor. Farklı ihtiyaç ve beklentileri ortak bir stratejik hedef doğrultusunda hizalayarak en yüksek değeri yaratmaya odaklanıyoruz.

Kısa Vadeli Kazanç Yerine Sürdürülebilir Değer

Yapay zeka alanındaki hızlı gelişim, şirketleri kısa sürede çok sayıda yatırım yapmaya yöneltebiliyor. Biz ise bu konuda daha seçici bir yaklaşım benimsiyoruz. Kısa vadeli ve tek seferlik çözümlerle hızlı ticari sonuçlar elde etmek mümkün olsa da, bu her zaman sürdürülebilir değer anlamına gelmiyor. Teknoloji yatırımlarında daha uzun vadeli bir perspektifle, seçici ve sonuç odaklı hareket etmek gerektiğine inanıyoruz. Yatırım hızı tek başına başarıyı belirlemiyor; asıl önemli olan, yapılan yatırımın müşteri ve şirket açısından ortaya koyduğu somut etkidir.

Yapay zekaya çok hızlı yatırım yapan şirketler dahi, bu yatırımların beklenen iş değerini üretmesinde zaman zaman zorlanabiliyor. Bu nedenle teknoloji yatırımlarımızda müşteri ihtiyacını ve iş sonuçlarını merkeze alan bir yaklaşım izliyoruz. Değer odaklı olmak söylemesi kolay ancak uygulaması oldukça zor bir yaklaşım. Teknolojiye yatırım yapmak tek başına değer yaratmıyor. Bu nedenle veriyi daha etkin kullanarak, müşteriyi odağımıza alarak ve her yatırımın ortaya çıkaracağı somut faydayı titizlikle değerlendirerek ilerliyoruz.

Her Gün Yaklaşık 100 Yeni Talebi Değerlendiriyoruz

Stratejik portföy yönetimi kapsamında teknoloji organizasyonumuza ayda yaklaşık 100 yeni talep ulaşıyor. İş birimlerinden, regülasyonlardan ve ticari gereksinimlerden gelen taleplerin tek bir portföy içerisinde değerlendirilmesi, ciddi bir önceliklendirme disiplini gerektiriyor. İş birimlerinin ihtiyaçları, regülasyonların gerektirdiği değişiklikler ve şirketin büyüme beklentilerinin yanı sıra mobil ve yapay zeka stratejileri de aynı portföy içerisinde yönetiliyor. Bu nedenle tüm taleplerin şirketin stratejik öncelikleri doğrultusunda değerlendirilmesi büyük önem taşıyor. Portföyümüzü değer odaklı bir yaklaşımla yönetiyoruz. Stratejik portföy yönetimi bu noktada yalnızca projeleri sıralayan bir fonksiyon değil; yatırım taleplerinin potansiyel değerini sorgulayan, kaynakları en doğru alanlara yönlendiren ve gerektiğinde bazı taleplere "hayır" diyebilen seçici bir karar mekanizmasıdır. Önümüzdeki dönemde neyi yaptığımız kadar, neyi yapmadığımız da başarı açısından belirleyici olacak. Teknoloji yatırımlarındaki seçeneklerin hızla artması, portföy yönetimine aynı zamanda bir filtre görevi yüklüyor. Sınırlı kaynakların en yüksek değeri sağlayacak alanlara yönlendirilmesi her zamankinden daha kritik hale geliyor.

Teknoloji Kötü Bir Süreci Tek Başına Düzeltemez

Stratejik portföy yönetiminin yanı sıra, süreç yönetimi de teknoloji yatırımlarının başarısında belirleyici rol oynuyor. Satış ve satış sonrası süreçlerimizde önemli bir dijital dönüşüm gerçekleştirdik. Kağıtsız süreçler, dijital kanallar ve mobil self servis hizmetleriyle birçok müşteri yolculuğunu dönüştürdük. Ancak teknoloji yatırımlarının başarısı yalnızca kullanılan araçlarla değil, bu araçların üzerinde çalıştığı süreçlerin kalitesiyle de doğrudan ilişkilidir. Süreçler, işin gerçekte nasıl ilerlediğini ortaya koyuyor. Süreçlerinizi sadeleştirmez, optimize etmez ve katma değer yaratmayan adımları tespit ederek ortadan kaldırmazsanız, istediğiniz kadar teknoloji yatırımı yapın, beklediğiniz faydayı yaratamazsınız.

Aynı yapay zeka aracını kullanan iki kurumun tamamen farklı sonuçlar elde etmesinin temel nedenlerinden biri de süreç yapılarıdır. İyi tasarlanmamış bir sürece yapay zeka veya otomasyon eklemek, sorunu çözmek yerine verimsiz bir sürecin daha hızlı işlemesine neden olabilir.

Bizim yaklaşımımızda teknoloji amaç değil, değeri ortaya çıkaran bir araçtır. Bu nedenle önce doğru süreci tasarlamaya, ardından teknolojiyi bu yapının üzerine konumlandırmaya odaklanıyoruz. Amacımız yalnızca süreçleri hızlandırmak değil, müşterilerimiz ve şirketimiz için sürdürülebilir değer yaratmak.

Süreçleri Sadeleştirmeye Odaklanıyoruz

AgeSA bünyesinde yaklaşık 800'ün üzerinde süreci yönetiyoruz. Bu ölçekteki organizasyonlarda karşılaşılan temel zorluklardan biri, zaman içinde aynı işin farklı ekipler ve uygulamalar nedeniyle çok sayıda varyasyonla yürütülmesidir.

Teorik olarak tek bir akış üzerinden ilerlemesi gereken bir sürecin, şirket içerisinde 25 farklı varyantla işletildiği örneklerle karşılaşılabiliyoruz. Bu durum, teknoloji yatırımı öncesinde mutlaka ele alınması gereken bir konu. Özellikle yapay zeka ve yeni nesil teknoloji çözümleri önemli yatırım maliyetleri yaratabiliyor. Mevcut süreçler optimize edilmeden yeni bir teknolojinin devreye alınması ise yatırımın geri dönüşünü olumsuz etkileyebilir. Bu nedenle öncelikle süreçleri sadeleştirmeye odaklanıyoruz. Katma değer yaratmayan adımları ortadan kaldırmayı, varyantları azaltmayı ve mümkün olduğunca ortak bir işleyiş modeli oluşturmayı hedefliyoruz. Teknoloji ve otomasyon çözümlerini ise bu temelin üzerine inşa ediyoruz.

Süreç optimizasyonunu yalnızca maliyet azaltma perspektifiyle değerlendirmiyoruz. Amacımız, müşteri, çalışan ve şirket açısından değer üretmeyen noktaları ortadan kaldırarak daha yalın, verimli ve sürdürülebilir bir çalışma yapısı oluşturmak.

Önce Süreç, Ardından Yapay Zeka

Teknolojik dönüşüm programımız devam ediyor. Yapay zeka kullanımında da süreç odaklı bir yaklaşım benimsiyoruz. Mevcut süreçleri doğrudan teknolojiyle desteklemek yerine öncelikle sadeleştirip optimize ediyor, ardından yapay zeka çözümleriyle müşteri deneyimini geliştirmeye ve operasyonel verimliliği artırmaya odaklanıyoruz. Yapay zeka araçlarının giderek daha erişilebilir hale gelmesi, iş birimleri ile IT ekipleri arasındaki geleneksel sınırları da değiştiriyor. İş birimleri artık teknoloji ekiplerine yalnızca ihtiyaçlarını iletmekle kalmıyor, aynı zamanda doğrudan çözüm önerileri ve yapay zekâ kullanım senaryolarıyla da geliyor. Bu gelişim, IT'nin kurum içindeki rolünü de dönüştürüyor. Teknoloji bilgisi yalnızca IT ekiplerinin sahip olduğu uzmanlık alanlarından biri olarak kalmıyor; organizasyon genelinde yaygınlaşan bir yetkinliğe dönüşüyor. İş birimlerinin teknoloji yetkinliklerinin arttığı bu yeni yapıda, IT'nin rolü de çözüm geliştiren bir fonksiyon olmanın ötesine geçiyor. IT, iş birimleriyle birlikte doğru teknolojileri belirleyen, yatırım önceliklerini şekillendiren ve kurumsal dönüşüme yön veren stratejik bir iş ortağı haline geliyor.

İnsan, Süreç ve Teknoloji Birlikte Dönüşmeli

Teknoloji yatırımlarında insan boyutu göz ardı edilmemeli. Süreçler ne kadar iyi tasarlanmış olursa olsun, sonuçta insanlar tarafından yürütülüyor. Bu nedenle çalışanların yapay zekanın getirdiği yeni çalışma biçimlerine hazırlanması ve değer odaklı yaklaşımın kurum genelinde benimsenmesi kritik önem taşıyor. Yeni teknolojilerin kurumlara sağladığı hız ve verimlilik ancak çalışanların bu dönüşüme uyum sağlaması ve süreçlerin buna uygun şekilde yeniden tasarlanmasıyla gerçek değere dönüşebiliyor. Bu nedenle yaklaşımımız, insanı, süreci ve teknolojiyi birlikte ele almak üzerine kurulu. Teknoloji yatırımları artık yalnızca teknoloji organizasyonunun sorumluluğunda değerlendirilemez. Yapay zekanın yaygınlaşmasıyla birlikte iş birimleri ile IT arasındaki sınırlar giderek azalıyor.

Teknoloji bilgisi kurum geneline yayılırken, dönüşümün sorumluluğu da ortaklaşıyor. Bu değişim stratejik portföy yönetiminin de rolünü yeniden tanımlıyor. Portföy yönetimi artık yalnızca proje ve bütçe yönetimiyle sınırlı kalmıyor; şirket stratejisi, müşteri ihtiyaçları, süreç verimliliği ve teknoloji fırsatları arasında doğru dengeyi kuran stratejik yönlendirme mekanizması haline geliyor. Teknolojinin hızına yalnızca yeni teknolojilerle yetişmeye çalışmak yeterli değil. İnsanı ve süreçleri de dönüşümün ayrılmaz bir parçası haline getirmek gerekiyor. Bizim için önemli olan, neyi neden yaptığımızı sürekli sorgulamak, doğru süreçleri oluşturmak ve insan, süreç ve teknolojiyi ortak hedefler doğrultusunda buluşturmak. Teknoloji yatırımlarımızda da kalıcı değer ve sürdürülebilir sonuçlar yaratacak alanlara odaklanıyoruz.


AGESA


AKSigorta
MEDISA

Optiim, Test ve Otomasyon Uzmanlığını Yapay Zekayla Güçlendiriyor

"Optiim, test alanındaki uzmanlığını yazılım geliştirme, DevOps, RPA ve otomasyon yetkinlikleriyle genişletirken, yeni dönemde yapay zekayı mevcut çözümlerine entegre etmeye odaklanıyor"

2011 yılında kurulan Optiim, yazılım test alanındaki uzmanlığını yazılım geliştirme, DevOps, RPA, otomasyon ve yapay zeka çalışmalarıyla genişletiyor. Türkiye ve yurt dışında yaklaşık 100 firmayla farklı ölçeklerde çok sayıda yazılım ve test projesi gerçekleştiren şirket, test merkezli uzmanlığını çevresindeki teknoloji alanlarıyla bütünleştirerek müşterilerine uçtan uca çözümler sunuyor.

Optiim Yönetim Kurulu Başkanı Hakan Turgut, şirketin kuruluşundan bu yana temel uzmanlık alanının yazılım testi olduğunu belirterek, güvenlik testi dışında yazılım testiyle ilgili hemen hemen her alanda faaliyet gösterdiklerini söyledi. Test projelerinde elde edilen deneyimin zaman içerisinde şirketi yazılım geliştirme tarafına da taşıdığını ifade eden Turgut, müşterilerin kullandığı platformlarda iyileştirmeler yaparak ve kendi katma değerlerini ekleyerek farklı çözümler geliştirdiklerini aktardı.

"Test tarafında güvenlik testi hariç, yazılım testiyle ilgili düşünebileceğiniz hemen hemen her konu bizim ana iş kollarımız arasında yer alıyor. Zaman içinde test alanındaki çalışmalarımız bizi doğal olarak yazılım geliştirme tarafına da taşıdı. Çünkü kendi ürünlerimizi ve kullandığımız çözümleri geliştirme ihtiyacı ortaya çıktı. Açık kaynak çözümlerini iyileştirerek ve kendi katma değerimizi ekleyerek müşterilerimize sunduk. Elbette zaman zaman ticari ürünleri kullanmak da gerekiyor.

Müşterinin halihazırda kullandığı bir platformun bulunması gibi farklı ihtiyaçları da dikkate alıyoruz. Bu iki yaklaşımı harmanlayarak zaman zaman hibrit, zaman zaman da platformdan bağımsız çözümler geliştirdik. Bu çalışmalarımız bizi dış kaynak hizmetinin yanı sıra uçtan uca yazılım geliştirme projelerine de yöneltti."

"Test ve DevOps'u Birbirinden Bağımsız Düşünmek Mümkün Değil"

Optim'in uzmanlık alanlarının gelişiminde DevOps'un da önemli bir yere sahip olduğunu belirten Turgut, yazılım yaşam döngüsünde test ve DevOps'un birlikte ele alınması gerektiğini vurguladı. "Bugün test ve DevOps'u birbirinden bağımsız düşünmek mümkün değil. Bu iki alanı birbirinden ayırdığınızda başarılı olmak çok zorlaşabiliyor. Dolayısıyla DevOps bizim için kritik uzmanlık alanlarından biri haline geldi ve müşterilerimize testle birlikte bütünleşik bir çözüm olarak sunmaya başladık" dedi.

Turgut, şirketin uzmanlığının çok ötesine geçmek yerine test ve testin çevresindeki alanlara odaklandığını belirterek, geçmişte proje portföy yönetimi tarafında da bazı çözümler geliştirdiklerini ancak geçtiğimiz yıl yaşanan ortaklık değişiminin ardından test tarafına daha fazla odaklandıklarını söyledi. Bu sayede kendi uzmanlık alanlarında daha güçlü ve sürdürülebilir bir yapı oluşturduklarını ifade etti.

Yapay Zeka Ar-Ge'nin Yeni Odağı

Yapay zekanın teknoloji sektöründe faaliyet gösteren şirketler için artık işin olmazsa olmaz parçalarından biri haline geldiğini belirten Turgut, bu alanın hem müşterilerin ihtiyaçları hem de şirketin gelecekteki yatırımları açısından önemli olduğunu söyledi.

Optim'in Ar-Ge çalışmalarında yapay zekaya yoğun biçimde odaklandığını aktaran Turgut, amaçlarının teknolojiyi yalnızca kullanmak değil, mevcut platform ve hizmetleri daha değerli hale getirmek olduğunu vurguladı.

Turgut, "Buradaki temel sorumuz şu: Yapay zekayı müşterilerimize daha iyi hizmet sunmak için nasıl kullanabiliriz? Kendi geliştirdiğimiz platformları ve hizmetlerimizi yapay zekayla nasıl zenginleştirebiliriz? Çalışmalarımızı ağırlıklı olarak bu sorular üzerinden yürütüyoruz" ifadelerini kullandı.

Optiim'in hizmet portföyünde dış kaynak sağlama, RPA, test otomasyonu, performans testi, test yönetimi ve uçtan uca yazılım geliştirme bulunuyor. RPA ve test otomasyonu tarafında hem ticari ürünlerle çalıştıklarını hem de kendi çözümlerini geliştirdiklerini belirten Hakan Turgut, bu çözümleri klasik anlamda ürün olarak konumlandırmak yerine müşterilere çözüm veya framework olarak sunduklarını söyledi.

Müşterilerin bu yapıları kendi bünyelerinde kullanabildiğini ve ister Optiim ekipleriyle ister kendi ekipleriyle geliştirmeye devam edebildiğini ifade etti. Performans testinin de uzun yıllardır uzman oldukları alanlardan biri olduğunu belirten Hakan Turgut, bugüne kadar ticari ve açık kaynak kodlu ürünleri birlikte kullandıklarını, artık bu alanda kendi platformlarını da geliştirdiklerini aktardı. Özellikle yurt dışında 100 bin kullanıcıya ulaşan büyük ölçekli performans testi projeleri gerçekleştirdiklerini söyleyen Turgut, kendi geliştirdikleri platformları da bu projelerde kullanmaya başladıklarını belirtti.

Beta Systems İş Birliğiyle Otomasyon Odağı Genişliyor

Optim'in otomasyon alanındaki çalışmalarında önemli bir adım da Almanya kökenli Beta Systems Software ile gerçekleştirilen çözüm ortaklığı oldu. Turgut, otomasyonun şirket açısından giderek daha önemli bir katman haline geldiğini belirterek, Beta Systems'ın bu alandaki uzmanlığını Türkiye'deki müşterilere kazandırmayı amaçladıklarını söyledi.

İş birliği kapsamında özellikle ANOW!® Automate çözümüne odaklandıklarını belirten Turgut, ürünün workload management ve workload automation alanında konumlandığını aktardı.



Optiim Yönetim Kurulu Başkanı
Hakan Turgut

Piyasadaki birçok ürünün eski teknolojilerle geliştirilmiş olmasının müşteriler açısından sorun oluşturduğunu ifade eden Turgut, ANOW® Automate sıfırdan yeni teknolojilerle geliştirilmiş olmasını önemli bir avantaj olarak değerlendirdi.

“Mikroservis mimarisine sahip ve konteyner teknolojilerini kullanıyor. Yaklaşık 500 farklı platformla entegrasyon sağlayabilmesi de önemli avantajlarından biri. Otomasyon ihtiyacı olan çok sayıda platform için hazır entegrasyonların bulunması önemli bir avantaj. Üstelik bu entegrasyonlar ajan gerektirmeden çalışabiliyor.

Çözüm yalnızca BT otomasyonuna odaklanmıyor; BT dışındaki platformlarla da entegrasyon sağlayabiliyor. Bugün sektörde BT ile farklı iş süreçlerini otomasyon üzerinden bir araya getiren yaklaşımların giderek önem kazandığını görüyoruz.

Bu nedenle ANOW® Automate hem teknoloji altyapısı hem de farklı sistemleri bir araya getirebilme kabiliyeti açısından önemli bir fırsat sunduğuna inanıyoruz.”Hakan Turgut, önümüzdeki dönemde ANOW® Automate çözümünü Türkiye’de daha yaygın hale getirmeyi ve müşterilerin otomasyon ihtiyaçlarına daha kapsamlı yanıt vermeyi hedeflediklerini söyledi.

Yapay Zekada Model Seçimi ve Maliyet Önemli

Toplantıda yapay zeka çalışmalarına ilişkin değerlendirmelerde bulunan Optiim Kıdemli Uygulama Geliştirme Uzmanı Hakan Güner ise yapay zeka projelerinde doğru model seçiminin kritik olduğunu vurguladı. Yalnızca yapay zekaya yatırım yapmanın yeterli olmadığını belirten Güner, kullanılan modelin yeteneklerinin, projenin ihtiyaçlarıyla uyumunun ve gelecekte nasıl yönetileceğinin de dikkate alınması gerektiğini söyledi.

Modelin büyüklüğü ve parametre sayısının tek başına başarı kriteri olmadığını ifade eden Güner; performans, doğruluk, hız, güvenlik ve maliyet gibi kriterlerin birlikte değerlendirilmesi gerektiğini belirtti. API fiyatlamalarının da yapay zeka yatırımlarında önemli bir unsur haline geldiğini söyleyen Güner, teknik olarak güçlü bir modelin her senaryoda en doğru ve ekonomik tercih olmayabileceğine dikkat çekti.

RPA’da Aylık 1 Milyonun Üzerinde İşlem

Optiim’in RPA tarafındaki çalışmalarına ilişkin bilgi veren Güner, aylık ortalama 1 milyonun üzerinde işlemin otomatik olarak gerçekleştirildiğini ve yaklaşık 70 sürecin canlı ortamda çalıştığını açıkladı.

Tahsilat, vade, tazminat, destek ve müşteri doğrulama gibi farklı süreçlerde otomasyon kullandıklarını belirten Güner, burada temel hedeflerinin yalnızca işleri insanın üzerinden almak olmadığını söyledi.

Güner, otomasyonun değerinin süreçlerin ne kadar hızlandığı, hata oranlarının ne ölçüde azaldığı, çalışanların zamanının nasıl değerlendirildiği ve müşteriye sağlanan fayda üzerinden ölçülmesi gerektiğini ifade etti.

Yapay Zeka Test Süreçlerine Entegre Ediliyor

Optiim’in yapay zeka çalışmalarında test süreçlerinin önemli bir yer tuttuğunu belirten Güner, yapay zekayı sürecin tamamının yerine koymak yerine kontrollü ve ölçülebilir adımlarla mevcut test altyapısına dahil etmeye çalıştıklarını söyledi.

Sürecin test başlığının oluşturulmasıyla başladığını, ardından eğitim ve koşu analizlerinin gerçekleştirildiğini aktaran Güner, elde edilen sonuçların beklenen sonuçlarla karşılaştırıldığını ifade etti.

Bu süreçte ChatGPT’den de yararlandıklarını belirten Güner, yapay zekanın tek başına karar veren bir mekanizma olarak kullanılmadığını, sonuçların yorumlanması ve analiz edilmesine yardımcı olduğunu vurguladı.

Özellikle test ve kalite süreçlerinde yapay zekanın ürettiği sonuçların doğrudan doğru kabul edilmemesi gerektiğini belirten Güner, sonuçların belirli kontrollerden geçirilmesinin önemine dikkat çekti.

Optiim’in teknoloji stratejisinde test, yazılım geliştirme, DevOps ve otomasyon birbirini tamamlayan alanlar olarak konumlanırken, yapay zeka bu yapıya eklenen yeni bir katman olarak öne çıkıyor.

Şirket, mevcut uzmanlığını yeni teknolojilerle birleştirerek müşterilerine daha güvenilir, sürdürülebilir ve ölçülebilir çözümler sunmayı hedefliyor.

“Kaliteli Veri Önemli Bir Gereklilik”

“BGTS, özellikle bankacılık, finans, perakende, otomotiv sektörleri ve savunma sanayinde gerçekleştirdiği önemli yazılım projelerinin yanı sıra, son 10 yılda güçlendirdiği yönetilen hizmetler yaklaşımıyla veri merkezlerinden son kullanıcı destek hizmetlerine kadar BT’nin farklı katmanlarında uçtan uca hizmet sunuyor”

Uzun yıllardır BilgeAdam adı altında faaliyetlerini sürdüren BGTS, 2026 yılı itibarıyla yeni bir dönüşüm gerçekleştirerek yoluna devam ediyor. Bu dönüşümün temelinde, Türkiye sınırlarının ötesine geçerek, yurt dışındaki faaliyetlerimizi daha da büyütme hedefi yer alıyor. “Daha kolay telaffuz edilebilen, farklı pazarlarda daha rahat anlaşılabilen bir marka adlandırmasına geçmek istedik. BilgeAdam markasını da koruyarak, teknoloji ve yazılım odağımızı ifade eden BGTS adıyla yeni bir döneme başladık” diyen BGTS Teknoloji Servisleri Grup Direktörü Erdoğan Bilici, şunları kaydetti:

“Özellikle bankacılık, finans, perakende, otomotiv sektörleri ve savunma sanayinde önemli yazılım projeleri gerçekleştiriyoruz. Bunun yanında teknoloji servisleri tarafında da yönetilen hizmetler yaklaşımımızı son 10 yılda giderek güçlendirdik. Veri merkezlerinden son kullanıcı destek hizmetlerine kadar IT’nin farklı katmanlarını yöneten ve müşterilerine uçtan uca hizmet sunmaya çalışan bir organizasyona dönüştük.”

AgeSA ekipleriyle yaklaşık bir yıldır birlikte çalışan BGTS, bu süre içerisinde AgeSA’yı çok daha yakından tanıma ve operasyonlarını birlikte değerlendirme fırsatı buldu. Kendileri açısından oldukça verimli bir dönem yaşadıklarını belirten Erdoğan Bilici, sözlerini şöyle sürdürdü:
“Bu bir yılı aslında yapay zekanın hayatımızda çok daha etkin bir rol oynayacağı döneme hazırlık olarak da değerlendirdik. Bu hazırlığın en önemli ayağı ise elimizdeki operasyonel veriyi yapay zekanın kullanabileceği kaliteli bir veriye dönüştürmek oldu. Çünkü bugün yapay zeka ve özellikle agentic AI konuşuyoruz. Ancak bir agent’ın doğru çalışabilmesi için öncelikle arkasında doğru, kaliteli ve anlamlı bir veri olması gerekiyor.

Biz de son kullanıcı destek hizmetlerinde operasyonun mümkün olduğunca tamamını kayıt altına alma disipliniyle yola çıktık. Yapılan işlemlerin, gelen taleplerin ve yaşanan problemlerin sistematik biçimde kayıt altına alınması için birlikte çalıştık ve bu konuda önemli bir aşama kaydettik.

Ancak yalnızca her şeyi kayıt altına almak yeterli değil. Hepimizin incident veya service request olarak bildiği sorun ve taleplerin aynı zamanda nitelikli bir veriye dönüşmesi gerekiyor. Çünkü bazen bir kayıt açarken yeterince detay vermiyoruz, bazen de kaydı kapatırken yaşanan süreci yeterli veriyle beslemiyoruz. Bu da elimizdeki telemetri verisinin analiz edilebilirliğini azaltıyor.

Biz burada, sürece yapay zeka destekli bir kayıt kalite aşaması ekleyerek bu veriyi daha anlamlı, daha analiz edilebilir ve daha doğru hale getirmeyi hedefledik. Bunun için belirli kalite metrikleri oluşturduk.

Böylece sadece ‘kaç kayıt açıldı?’ sorusuna değil, ‘bu kayıtların kalitesi ne durumda?’ sorusuna da cevap verebilir hale geldik. Ardından kalite ve performans perspektifinden hizmetin KPI’larını, hedeflerini ve metriklerini ortaya koyarak raporlama tarafını da disipline ettik. Trend raporlarını oluşturmaya başladık.Bunun sonucunda elimizde yaklaşık bir yıllık, analiz etmeye değer olduğuna güvendiğimiz, kaliteli bir veri seti oluştu.

Bu veri bizim problem yönetimi sürecimiz açısından da çok önemli bir çıktı sağladı. Nerelerde darboğaz yaşadığımızı, hangi konularda yığılmalar olduğunu, sorunların nerelerde daha fazla biriktiğini görmeye başladık. Bunlar üzerinden kök neden analizleri gerçekleştirerek sorunlara geçici çözümler üretmek yerine daha kalıcı çözümler geliştirmeye odaklandık.”

Müşteri Memnuniyeti Arttı

Problem yönetiminden elde ettikleri bu çıktıların aynı zamanda agentic AI açısından da kendilerine önemli bir yol haritası sunduğunu kaydeden Erdoğan Bilici, “Hangi talebin veya hangi problemin bir agent tarafından çözülebileceğini, hangi senaryoların otomasyona uygun olduğunu daha net görebilir hale geldik” dedi ve sözlerini şöyle sürdürdü:“Şimdi ikinci fazda hedefimiz, agentik modelleri ve otomasyonu mümkün olduğunca doğru kullanarak insan bağımlılığını azaltmak, hızı ve kaliteyi artırmak ve bütün bunları hizmet verisine doğrudan yansıtacak bir model oluşturmak.

Bir yıllık çalışmanın sonuçlarına baktığımızda da önemli kazanımlar görüyoruz. Öncelikle müşteri memnuniyetinde yüzde 23’lük bir artış sağladık. Burada anketlerle ölçülen bir kullanıcı memnuniyetinden bahsediyoruz ve bu artış bizim için önemli bir gösterge. Son kullanıcı destek hizmetlerinde çağrı karşılama oranını da yüzde 93 seviyesine çıkardık. Çağrıların daha yüksek oranda karşılanması doğrudan kullanıcı memnuniyetine yansıyan faktörlerden biri.

Endpoint, yani çalışanların kullandığı bilgisayarların yönetimi de bizim sorumluluğumuzda. Bu nedenle güvenlik ekipleriyle birlikte özellikle güvenlik yamalarının yönetimine odaklandık. Burada SCCM kullanılıyor. Hem işletim sistemi hem de bilgisayarlar üzerindeki uygulamaların yama yönetimini merkezi olarak gerçekleştiriyoruz.

Bu alandaki kapsama oranını yüzde 98 seviyesine çıkardık. Geçtiğimiz yıl üzerinde çalıştığımız konulardan biri de çalışanların bilgisayar kullanım süreleriydi. Yeni bilgisayar verilmesine rağmen cihazların performansının kısa sürede düştüğünü gözlemliyorduk.

Bunun arkasında grup politikaları ve bilgisayarların sürekli politika güncellemeleri yapmak zorunda kalması gibi nedenler olduğunu tespit ettik. Burada yaptığımız optimizasyonla makinenin gereksiz yere sürekli bu işlemlerle meşgul olmasını engelledik.



BGTS Teknoloji Servisleri Grup Direktörü
Erdoğan Bilici

BGTS İş Geliştirme Başkan Yardımcısı
Zuhal Görgülü Erkönen

Bunun sonucunda bilgisayarların kullanım sürelerini yaklaşık iki katına çıkaran bir sonuç elde ettik. Bu da kullanıcı deneyimine ve dolayısıyla müşteri memnuniyetine olumlu yansıyan çalışmalardan biri oldu.

İşletim sistemi tarafında da Windows 10'dan Windows 11'e geçiş sürecini yürütüyoruz. Buradaki temel amacımız geçişi kullanıcıyı mümkün olduğunca az etkileyerek gerçekleştirmek. Ekiplerimizle AgeSA ekipleri arasında uyumlu bir çalışma yürüttük ve bunun sonucunda Windows 11 geçişinde önemli bir oranı tamamlamış durumdayız.

Şimdi bütün bu çalışmaların ardından önümüzdeki döneme baktığımızda, bizim için önemli başlıklardan biri customer success manager rolünün dönüşümü olacak. Yönetilen bir hizmet modelinde müşteri memnuniyetini takip etmek, SLA'lere uygunluğu kontrol etmek, müşterinin ihtiyaçlarını doğru anlamak, hizmeti raporlamak ve sürekli iyileştirmek customer success manager'ın temel sorumlulukları arasında.

Bu rolün rutin işlerinin bir bölümünü agentik modellere aktararak, customer success manager'ın zamanını daha fazla müşteriye dokunmaya, müşteriyi dinlemeye ve olası krizlerin önceden tespitine ve önlenmesine odaklanmaya ayırmasını hedefliyoruz. Bir diğer önemli çalışmamız ise kendi geliştirdiğimiz yapay zeka destekli ürünümüz. DEx, yani Digital Employee Experience olarak tanımladığımız bu çözüm, çalışanların dijital deneyimini ölçmeye ve iyileştirmeye odaklanıyor. Gartner ve Forrester'ın 2026 öngörülerinde de bu alana yönelik önemli bir pazar beklentisi bulunuyor."

Skoru Hep İzliyoruz

Bilici'nin verdiği bilgilere göre; DEx'in temel yaptığı şey, uç noktadaki bilgisayarın çok detaylı bir röntgenini çekmek. Burada yalnızca teknolojik altyapıya bakılmıyor.

Kullanıcının deneyimi de işin içine katılıyor. Kullanıcının bilgisayarıyla yaşadığı deneyim, sistemin performansı ve teknik göstergeler bir araya getirilerek 100 üzerinden bir teknoloji ve deneyim skoru oluşturuluyor.

Skorun 70'in üzerinde olması, hem bilgisayarın teknolojik açıdan sağlıklı olduğunu hem de kullanıcının genel deneyiminin olumlu olduğunu gösteren bir kriter olarak değerlendiriliyor. BGTS olarak bu yaklaşımı yapay zeka destekli kendi ürünümüzle bir araya getirdik.Önümüzdeki dönemde bu ürünün AgeSA'da da kullanıma açılması planlanıyor.

Böylece günlük olarak hem çalışanların memnuniyetini ölçmek hem de kullandıkları bilgisayarların teknoloji skorunu ortaya çıkarmak ve bunun zaman içindeki trendini görmek mümkün olacak.

Burada bizim için asıl değer, sadece bir skor üretmek değil, skoru takip edebilmek. Skorun hangi noktada iyileştiğini, hangi noktada azaldığını görebilmek ve bu röntgen üzerinden sorunları daha kullanıcı fark etmeden tespit ederek çözüm üretebilmek.

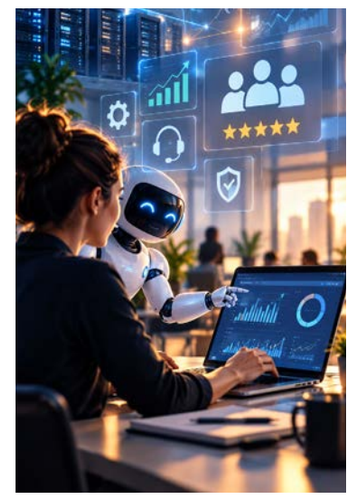
Erdoğan Bilici, "Çünkü bizim hedeflediğimiz deneyim tam olarak bu: Kullanıcı daha sorun yaşadığını fark etmeden biz problemi tespit edelim, mümkünse çözümü de gerçekleştirelim ve hatta kullanıcıya sorunun yaşandığını bile hissettirmeden süreci tamamlayalım. Eğer bir problem yaşandıysa da bunu negatif bir deneyim olmaktan çıkarıp, mümkün olduğunca pozitif bir deneyime dönüştürelim.

DEx'in bize sağlayacağı en önemli faydalardan biri de proaktif sorun giderme olacak. Önümüzdeki dönemde bu yapıyı AgeSA'da devreye alarak hem çalışan deneyimini sürekli ölçmeyi hem de sorunları oluşmadan önce öngörüp müdahale etmeyi hedefliyoruz.

Dolayısıyla son bir yılda yaptığımız çalışmayı aslında yalnızca bir hizmet operasyonunun iyileştirilmesi olarak görmüyoruz.

Bizim için bu dönem, yapay zekaya hazır bir operasyon oluşturma dönemiydi. Veriyi kayıt altına aldık, verinin kalitesini yükselttik, performansı ölçülebilir hale getirdik, problem yönetimini disipline ettik ve şimdi bu birikimin üzerine agentik yapıları ve yapay zeka destekli çözümleri inşa etmeye hazırlanıyoruz.

Önümüzdeki dönemde hedefimiz de bu altyapıyı kullanarak daha proaktif, daha hızlı, daha ölçülebilir ve mümkün olduğunca daha az insan bağımlı bir hizmet modeli oluşturmak. AgeSA ile birlikte bu dönüşümün yeni aşamasına geçeceğimize inanıyoruz" dedi.



Yapay Zeka Kurumları Reaktif Yönetimden Proaktif Yönetime Taşıyabilir

"Yapay zekanın işe yaradığını, zaman kazandırdığını ve bazı işleri kolaylaştırdığını belirten Snapbytes Genel Müdürü Hasan Kaya, ancak makro ölçekte bakıldığında yapay zekaya yapılan yatırımların henüz beklenen karşılığı tam olarak verdiğinin söylenemeyeceğini dile getirdi"

"Kurumlar tarafında da çok sayıda deneysel çalışma yapılıyor. Bunların bir bölümünden önemli sonuçlar elde ediliyor, ama genel resme baktığımızda kurumsal performansa etkisinin henüz beklediğimiz kadar yüksek olmadığını görüyoruz. O zaman asıl soru şu: Kurumlar yapay zeka dönüşümünden gerçek faydayı nerede sağlayabilir?" Snapbytes olarak bu konuya biraz farklı bir perspektiften baktıklarını ifade eden Kaya, Atlassian'ın partneri olduklarını ve 2016 yılından bu yana Atlassian ile çalıştıklarını söyledi. Bu nedenle vereceği örneklerin de bu perspektiften şekilleneceğini belirtti.

Atlassian'ın yaptığı araştırmalarda kurumların verimlilik konusunda en fazla zorlandığı dört temel alanın öne çıktığını belirten Kaya, bu alanların tamamında ortak bir problemin bulunduğunu söyledi: Ekipler asıl işlerine yeterince zaman ayıramıyor.

Toplantı ve Bildirim Yükü Verimliliği Düşürüyor

İlk nedenlerden birinin toplantılar ve bildirimler olduğunu ifade eden Kaya, bunun günlük çalışma hayatında herkesin karşılaştığı bir durum olduğuna dikkat çekti. "Toplantı sayısı arttıkça, bildirimler çoğaldıkça ve ekiplerin odağı dağıldıkça verimlilik de düşüyor. İnsanların gerçekten değer üretecekleri işe ayırabilecekleri zaman, bu iletişim ve koordinasyon yükü içerisinde giderek azalıyor."

İkinci konunun belirsiz hedefler olduğunu belirten Kaya, organizasyonun en üst seviyesinde belirlenen hedeflerin aşağı doğru kırılımlarla ilerlerken anlamını kaybetmesinin mümkün olduğunu ifade etti.

"Organizasyonun en üst seviyesinde belirlenen hedeflerin aşağı doğru kırılımlarla ilerlerken anlamını kaybetmesi mümkün. Hedef kaybolmasa bile bir mühendisin yaptığı işin şirketin temel hedeflerinden hangisine ne kadar katkı sağladığını görememesi ciddi bir problem.

Böyle olduğunda ekipler doğal olarak kendilerine en fazla baskı yapan veya en fazla talep gelen yöne doğru hareket ediyor. Bu da organizasyonun stratejik hedeflerinden sapmasına neden olabiliyor. İnsanlar aslında doğru işi yapmak istiyorlar, ancak yaptıkları işin büyük resimde nereye oturduğunu göremediklerinde önceliği çoğu zaman en acil görünen konuya veriyorlar."

Veri Kalitesi Reaktif Yönetimi Besliyor

Üçüncü ve kendisine göre en kritik konulardan birinin veri kalitesi olduğunu ifade eden Kaya, kurumlarda silolaşmalar oluştuğunu belirtti. Farklı ürünlerden, farklı araçlardan ve farklı ekiplerden gelen verilerin kendi içerisinde değer ürettiğini ancak bu verilerin birbirinden izole kaldığında anlamlı bir bütün oluşturamadığını söyleyen Kaya, bunun yönetim biçimini de doğrudan etkilediğini ifade etti: "Kurumlarda silolaşmalar oluşuyor. Farklı ürünlerden, farklı araçlardan ve farklı ekiplerden gelen veriler kendi içinde değer üretiyor. Bunları analiz araçlarıyla anlamlandırmaya çalışıyoruz. Ancak veri kümeleri birbirinden izole kaldığında, noktaları birleştiremiyoruz. Veriyi bilgiye dönüştürmekte eksik kalıyoruz ve bunun sonucunda da reaktif bir yönetim modeli ortaya çıkıyor. Yani elimizde çok fazla veri olmasına rağmen, bu verilerin birlikte bize ne söylediğini göremediğimiz zaman aslında karar alma kapasitemizi de sınırlamış oluyoruz." Dördüncü konunun ise bütün bunların doğal sonucu olan reaktif yönetim olduğunu belirten Kaya, kurumların çoğu zaman sorun ortaya çıktıktan sonra aksiyon aldığını söyledi.

"Sorun ortaya çıkıyor, biz sorunu görüyoruz, sonra aksiyon alıyoruz. Oysa yapay zekanın burada bize sağlayabileceği en önemli katkılardan biri, sorunu ortaya çıkmadan önce öngörebilmek. Bugün birçok kurumda sorun görüldüğü anda müdahale ediliyor. Bizim yapmak istediğimiz şey ise sorunun henüz gerçekleşmediği noktada bir sinyal yakalamak. Çünkü bir problemi olduktan sonra çözmek ile oluşmadan önce önlem almak arasında hem maliyet hem zaman hem de operasyonel etki açısından çok büyük bir fark var."

"Jira Sizi ve Yaptığınız İşi Bilseydi Ne Olurdu?"

Atlassian'ın yaklaşımının da tam olarak burada devreye girdiğini belirten Hasan Kaya, herkesin Jira'yı bildiğini söyledi. Ancak Jira'nın da çalışanları, yaptıkları işleri ve kurumun genel dinamiklerini anlayabilmesi halinde farklı bir çalışma modelinin mümkün olacağını belirtti. "Hepiniz Jira'yı biliyorsunuz. Ama şöyle bir soru soralım: Siz Jira'yı biliyorsunuz; peki Jira da sizi ve yaptığınız işi bilseydi ne olurdu? Bence yapay zekanın kurumsal taraftaki gerçek potansiyeli biraz burada. Birincisi, kurum içerisindeki bilgiye doğal dille erişebilmek. Bilginin nerede olduğunu bilmek için zaman harcamak yerine doğrudan sorabilmek ve anlamlı bir cevap alabilmek çok önemli.

İkincisi akıllı önceliklendirme. Bu sadece test süreçleri için geçerli değil. Organizasyonun hedefleri doğrultusunda hangi işin önce yapılması gerektiğini belirlemek de yapay zekanın önemli kullanım alanlarından biri."

Üçüncü kullanım alanının otomasyon olduğunu belirten Kaya, yapay zeka ile birlikte otomasyonun kapsamının genişlediğini söyledi. "Bugün otomasyon zaten çok konuşulan bir konu, ama yapay zekayla birlikte otomasyonun kapsamı genişliyor. Tekrarlı işleri yalnızca testte veya veri analizinde değil, kurumun çok farklı süreçlerinde otomatik hale getirmek mümkün. Dördüncüsü ise proaktif içgörü.



Snapbytes Genel Müdürü
Hasan Kaya

Yani testi kırıldıktan sonra aksiyon almak yerine, testinin kırılma ihtimalini önceden görebilmek. Bir risk gerçekleşmeden önce onu tespit etmek ve önleyici bir aksiyon almak. Bence yapay zekanın kurumsal taraftaki en değerli taraflarından biri de tam olarak bu öngörü yeteneği."

Sigorta Sektöründe Yapay Zeka ile Riskler Daha Erken Görülebilir

Sigorta sektörü ve AgeSA açısından bakıldığında da bu kullanım alanlarının farklı başlıklarda değerlendirilebileceğini ifade eden Hasan Kaya, test yönetiminden proje takibine kadar birçok süreçte yapay zekanın önemli katkılar sağlayabileceğini söyledi. "Test yönetiminde yapay zeka öncesinde manuel kontroller önemli bir iş gücü gerektiriyordu. Otomasyonla hız kazansanız bile bu süreçlerin bakım maliyeti ve insan desteği devam ediyor. Bu da bazı sorunların geç tespit edilmesine neden olabiliyor. Burada akıllı önceliklendirme ile gerçekten risk taşıyan alanlara daha erken odaklanmak mümkün. Yani bütün alanlara aynı yoğunlukta bakmak yerine, yapay zekanın risk sinyallerini kullanarak gerçekten kritik olan noktaları daha erken önümüze getirmesi mümkün." Proje takibinin de önemli bir alanolduğunu belirten Hasan Kaya, proje yöneticilerinin projeyi zamanında ve bütçe içerisinde tamamlamak için yoğun bir çalışma yürüttüğünü ifade etti.

"Proje yöneticileri bir projeyi zamanında ve bütçe içerisinde tamamlamak için yoğun çalışıyor. Ekipleri aynı hedefte buluşturmak, krizleri yönetmek ve sürekli raporlama yapmak zorundalar. Çoğu zaman problem ortaya çıktıktan sonra müdahale ediliyor. Oysa yapay zeka proje verilerini sürekli analiz ederek bir risk sinyali oluşturabilir. 'Bu proje gecikebilir', 'bu ekipte bir darboğaz oluşuyor' veya 'bu iş kaleminde beklenmeyen bir yığılma var' gibi içgörüleri daha erken sağlayabilir. Böylece proje yöneticisi krizi yönetmek yerine krizi oluşmadan önce önlemeye odaklanabilir. Bence burada yaratılabilecek asıl değer, proje yöneticisinin daha fazla rapor okumak zorunda kalması değil, hangi noktaya ne zaman müdahale etmesi gerektiğini daha erken görebilmesi."

Verimlilik Potansiyeli Önemli

Bilgi yönetiminin de kendisi açısından en kritik alanlardan biri olduğunu ifade eden Kaya, kurumsal verilerin farklı adacıklarda tutulmasının bunlara erişimi zorlaştırdığını söyledi.
"Kurumsal veriler farklı adacıklarda durduğunda bunlara erişmek ve anlamlandırmak ciddi zaman alıyor. Örneğin bir çalışanın bir dokümana ulaşmak için günde 15 dakika harcadığını düşünelim. Bin kişilik bir organizasyonda bunun nasıl bir zaman kaybına dönüştüğünü tahmin edebilirsiniz. Eğer yapay zeka bu arama ve erişim süresini yüzde 40-50 oranında azaltabiliyorsa, burada çok ciddi bir verimlilik potansiyelinden söz ediyoruz. Atlassian'ın çalışmalarında da bu konuda önemli kazanımlar görüyoruz. Buradaki kazanım yalnızca birkaç dakikanın tasarruf edilmesi değil; insanların her gün kaybettiği küçük zaman parçalarının organizasyon ölçeğinde çok büyük bir verimlilik alanına dönüşmesi."

Agentic Yapıda Yapay Zeka ile Audit Süreci Örneği

50'ye yakın takımın auditlerini düzenli olarak gerçekleştirmenin gerektiği gerçek bir saha probleminden yola çıkarak, bunun ciddi bir iş yükü oluşturduğunu ifade eden Kaya, bütün auditler zamanında yapılsa bile tutarlılık ve objektiflik konusunda soru işaretlerinin ortaya çıkabildiğini söyledi. "50'ye yakın takımın auditlerini düzenli olarak gerçekleştirmenin ciddi bir efor gerektirmesinin yanı sıra, bütün auditler zamanında yapılsa bile tutarlılık ve objektiflik konusunda soru işaretleri ortaya çıkabiliyor. Bir insanın 40-50 farklı takımın bütün toplantılarını aynı dikkat ve aynı standartla değerlendirmesini beklemek zaten oldukça zor. Biz burada yapay zekayı devreye aldık. Bütün ekiplerin toplantılarına Atlassian Loom'un otomatik olarak katılmasını sağladık. Loom toplantıyı kaydediyor, konuşmaları metne dönüştürüyor ve bir AI agent bunu analiz ederek, Confluence üzerinde erişilebilir bir rapor olarak paylaşıyor.

Oluşan raporlar geriye dönük olarak da Yapay Zeka tarafından analiz edilerek, iyileşen veya geriye giden noktalar kolayca ortaya çıkarılabiliyor"

"Yeni Araçları Doğru Kullanmak Zorundayız"

Yapay zekanın kurumlarda en çok katkı sağlayacağı alanlardan birinin tam olarak bu olduğunu belirten Kaya, insanların yerine geçmekten ziyade insanların sürekli yapmak zorunda kaldığı rutin kontrolleri üstlenerek onların daha fazla değer üreten işlere odaklanmasını sağlamanın önemli olduğunu söyledi.

"Bence yapay zekanın kurumlarda en çok katkı sağlayacağı alanlardan biri tam olarak bu. İnsanların yerine geçmekten ziyade, insanların sürekli yapmak zorunda kaldığı rutin kontrolleri üstlenerek onların daha fazla değer üreten işlere odaklanmasını sağlamak."

“Ölçülebilir İş Değeri Üretmeye Odaklanıyoruz”

“JForce, sigortacılık sektöründeki 23 yıllık deneyimi üzerine kognitif hiper otomasyon yaklaşımını inşa ederek yapay zeka, gerçek zamanlı veri, otomasyon ve gelişmiş veri altyapılarını bir araya getiriyor. Şirket, müşterileri için ölçülebilir ve doğrudan iş sonuçlarına yansıyan değer üretmeyi hedefliyor”

Sigortacılık sektöründe 2003 yılından bu yana faaliyet gösteren JForce, son beş yıldır kendisini “kognitif hiper otomasyon” yaklaşımıyla ifade ediyor. JForce İş Geliştirme Direktörü Ümit Sile, şirketin teknoloji yaklaşımının merkezinde teknoloji için teknoloji üretmek yerine bilançoya dokunan, ölçülebilir ve gerçek bir iş değeri yaratmak olduğunu belirtiyor. Ümit Sile, AgeSA ile 2018 yılından bu yana farklı projelerde yürütülen iş birliğinin de bu anlayış doğrultusunda ilerlediğini ifade ediyor:

“2003 yılından beri sigortacılık sektöründe çalışıyoruz. Yani bu alanda da 23 yıllık bir deneyimden söz ediyoruz. Biz aslında uzun yıllardır bir hiper otomasyon şirketiydik. Son beş yıldır ise kendimizi ‘kognitif hiper otomasyon’ kavramıyla ifade ediyoruz. Yapay zeka kelimesine biraz daha farklı bir karşılık arayalım ve bu yaklaşımı bilişsel çözümler üzerinden tanımlayalım dedik. Buradaki amacımız, insan zekasına daha yakın çalışan çözümler geliştirmek. Bizim temel yaklaşımımız teknoloji için teknoloji üretmek değil. Bilançoya dokunan, ölçülebilir ve gerçek bir iş değeri yaratan çözümler oluşturmak. AgeSA ile 2018 yılından beri gelişen bir yolculuğumuz var. Bu süreç içerisinde farklı projelerde birlikte çalıştık.”

JForce’un AgeSA ile çalışmalarında satış sonrası müşteri süreçleri, kampanya yönetimi, underwriting ve çağrı merkezi süreçleri öne çıkıyor. Ümit Sile’nin verdiği bilgilere göre satış sonrası müşteri süreçlerinde yaklaşık 500 farklı görev tipi işleniyor ve IBM BPM platformu üzerinden günde 10 binin üzerinde görev gerçekleştiriliyor. CEP Next Best Action projesinde ise günlük 100 milyon satırın üzerinde veri işlenerek kampanya kurallarına aktarılıyor ve 100 bin ile 300 bin arasında aksiyon üretiliyor.

Underwriting tarafında yüzde 80’in üzerinde otomatik kararlarla ilerleyebiliyoruz. Bu da müşteriyle temas edilen pek çok sürecin çok daha hızlı ve mümkün olduğunca otomatik biçimde sonuçlandırılmasını sağlıyor. Çağrı merkezinde de tek aramada çözüm projesinde süreçlerin sadeleştirilmesine katkı sağladık. Şimdi AgeSA, Medisa ve Aksigorta’nın aynı binada bir araya gelmesi ve markalar tarafında yaşanan yeni yapılanmayla birlikte güçlü bir birleşim ortaya çıkıyor.

Yeni yapılanmayla birlikte JForce’un odaklandığı üç başlık; veri varlıklarını ve müşteri kanallarını değere dönüştürmek, çapraz satış fırsatlarından yararlanmak ve gerçek zamanlı müşteri veri yönetişimini sağlamak.

Ümit Sile, özellikle sigortacılıkta yüksek regülasyona tabi olan müşteri verisinin yönetiminde yalnızca merkezi bir veri havuzu oluşturmanın yeterli olmayacağını vurguluyor:

“Müşteri verisi özellikle sigortacılıkta çok regüle bir konu. Mevzuat nedeniyle farklı şirketler arasında veri paylaşmak kolay değil. Bunu Medisa’nın çekirdek sigortacılık sistemini geliştirirken de çok net yaşadık. Sistemler arası aktarım verisini talep ettiğimizde doğal olarak ‘veremeyiz’ denildi.

Çünkü veri gerçekten çok hassas ve regülasyonlara tabi. Ancak projede bir migration süreci vardı ve yaklaşık sekiz ay boyunca regülasyonlara uyum ile sertifikasyon süreçlerini bekleyip bu durumu yönetmek zorunda kaldık.

Bu nedenle müşteri data hub’ından söz ederken, sadece veriyi bir yerde toplamak değil alınan rıza onay ve regülasyonlar çerçevesinde paylaşabilmek gerekli. Federatif müşteri verisi “Customer Data Hub” yaklaşımının yanında consent governance, yani müşterinin rızasının yönetimi ve yaratılacak ortak referans ID’lerin kaynak sistemlere geri kopyalanabilmesi de mimarinin bir parçası olmak zorunda.”

Gerçek Zamanlı Veri ve Kognitif Orkestrasyon

JForce’un gelecek dönem hedeflerinden biri, gerçekleşen olayları anında yakalayarak bu olaylara gerçek zamanlı aksiyon verebilmek. Ümit Sile, geçmiş veriler üzerinden çalışan batch süreçlerinin gerçek zamanlı yapay zeka döneminde yeterli olmayacağını ve yeni bir mimari dönüşüme ihtiyaç duyulacağını belirtiyor: “Bizim hedefimiz artık gerçek zamanlı olayları yakalayabilmek ve bu olaylara gerçek zamanlı aksiyon alabilmek. Gerçek zamanlı veri ile yapay zeka yan yana geldiğinde ise bambaşka bir dünyadan söz ediyoruz.

Örneğin bugün müşteri verisini nasıl yakalıyoruz, nasıl işliyoruz ve nasıl modelliyoruz? Bunların tamamını zaten yapıyoruz. Ancak çoğu zaman bunu gece çalışan IT job’larıyla, batch süreçleriyle veya geçmiş veriler üzerinden çalışan machine learning modelleriyle gerçekleştiriyoruz.

Oysa gerçek zamanlı yapay zekaya geçtiğimizde bu yaklaşım yeterli olmayacak. Sistemin önüne koyduğumuz bir yapay zekanın dakikada binlerce sorgu üretmeye başladığını düşünün. Bu sorguların tamamını arka taraftaki sistemlere gönderirsek hem performans hem de maliyet açısından ciddi bir problem ortaya çıkar. Dolayısıyla yeni yapıyı kucaklamak ve bütün bu sorunları aynı mimari içerisinde çözmek gerekiyor. Bu gerçekten büyük bir mimari dönüşüm.”

Bu dönüşümün temel kavramlarından birinin bilişsel orkestrasyon olduğunu belirten Ümit Sile, farklı teknolojilerin birlikte çalıştırılmasının önemine dikkat çekiyor.



JForce Genel Müdürü
Aydın Gülçur

JForce İş Geliştirme Direktörü
Ümit Sile

Sigortacılıkta Yapay Zeka Kullanımı Yaygınlaşıyor

Sektörün yapay zeka kullanımında önemli bir aşamaya geldiğini belirten Ümit Sile, sigorta şirketlerinin yaklaşık yüzde 80'inin yapay zekayı en az bir süreçte denediğini, bazı süreçlerde STP oranlarının yüzde 70-90 seviyelerine ulaştığını ifade ediyor. Underwriting süreçlerinde üç gün süren işlerin üç dakikaya indirilebildiğini söyleyen Ümit Sile, Türkiye'nin yeni teknolojileri uygulama konusunda önemli bir avantaja sahip olduğunu düşünüyor:

"Sigorta şirketlerinin yaklaşık yüzde 80'i yapay zekayı en az bir süreçte denemiş durumda. Straight-through processing, yani STP oranları geçmişte yüzde 10-15 seviyelerindeyken, bugün bazı süreçlerde yüzde 70-90 seviyelerine kadar çıkabiliyor.

Özellikle belirli text tabanlı süreçlerde daha yüksek otomasyon seviyeleri zaten görülüyordu, ancak şimdi bu yaklaşım şirket geneline yayılıyor. Underwriting süreçlerinde üç gün süren işlerin üç dakikaya indiği örnekler görüyoruz.

Ben burada biraz iddialı bir şey söylüyorum: Türkiye'nin beş yıl önce geldiği noktaya bugün dünyanın başka bölgeleri gelebiliyor. Türkiye'nin teknoloji konusunda gerçekten lider bir ülke olduğunu düşünüyorum. Belki bazı teknolojileri dışarıdan alıyoruz, bazı şeyleri kopyalıyoruz, ama çok önemli bir avantajımız var: Cesuruz. Başka ülkelerde henüz denenmeyen şeyleri denemeye ve başarılı olduğuna inandığımızda hızlı biçimde uygulamaya oldukça açığız."

Ölçülebilir Değer ve Kapalı Döngü

Ümit Sile, yapay zeka projelerinin başarısının yalnızca teknolojinin çalışmasıyla ölçülmemesi gerektiğini, zaman ve maliyet tasarrufu, satış katkısı ve müşteri memnuniyeti gibi sonuçların da takip edilmesi gerektiğini vurguluyor: "Başarılı bir yapay zeka projesi sadece 'çalışıyor' demekle ölçülmemeli. Ne kadar zaman kazandırdı, ne kadar maliyet düşürdü, satışa ne kadar katkı sağladı, müşteri memnuniyetini ne kadar artırdı? Bunların tamamını ölçebilmeliyiz.

Bizim vizyonumuz bu nedenle şu: Ölçülemeyen ve takip edilemeyen her etkileşim yalnızca gürültüdür. Gerçek değer, döngünün kapandığı yerde başlar."

Bu yaklaşımın "close loop marketing" ile tamamlanacağını belirten Ümit Sile, müşteri verisinin alınması, analiz edilmesi, aksiyona dönüştürülmesi ve sonucun yeniden sisteme aktarılmasıyla sürekli öğrenen bir yapı oluşturulabileceğini ifade ediyor. AgeSA ile birlikte veri ve entegrasyondan ortak zekaya, kampanya ve müşteri etkileşiminden sadakat ekosistemine kadar uzanan beş katmanlı bir yapı hedefleniyor:

"Müşteriden bir veri aldık, analiz ettik, aksiyon aldık ve sonrasında bu aksiyonun sonucunu tekrar sisteme geri besledik. Sistem neyin işe yaradığını, neyin işe yaramadığını öğrendi ve bir sonraki aksiyonu buna göre değiştirdi.

AgeSA ile birlikte beş katmanlı bir yapı oluşturabileceğimize inanıyoruz. Bunun temelinde veri ve entegrasyon katmanı olacak. Bunun üzerine ortak zekayı, ardından kampanya ve müşteri etkileşimini, sadakat ekosistemini ve content management yapısını koyabiliriz. Bütün bu katmanları birlikte çalışan bir mimari olarak düşünmek gerekiyor."

JForce'un kognitif hiper otomasyon yaklaşımının odağında artık yalnızca bir süreci hızlandırmak değil, müşteriyi doğru anlamak, doğru zamanda doğru aksiyonu almak, sonucu ölçmek ve elde edilen veriyi yeniden sisteme kazandırmak bulunuyor. Ümit Sile, önümüzdeki dönemde rekabet avantajının yapay zekayı kullanmaktan çok, yapay zekayı şirketin kendi verisi, süreçleri ve müşterisiyle gerçek bir değer döngüsü oluşturacak şekilde kullanabilmekten geçeceğini belirtiyor:

"Çünkü artık mesele sadece bir kampanyayı otomatikleştirmek veya bir süreci hızlandırmak değil. Müşteriyi doğru anlamak, doğru anda doğru aksiyonu almak, o aksiyonun sonucunu ölçmek ve elde ettiğimiz sonucu yeniden sisteme kazandırmak. Bizim kognitif hiper otomasyon yaklaşımımızın temelinde de bu var: Veri, süreç, kural ve yapay zekayı birlikte çalıştırmak ve sonunda bilançoya dokunan, ölçülebilir bir değer yaratmak. Bence önümüzdeki dönemde asıl rekabet avantajı da burada olacak. Yapay zekayı kullanan şirketler değil, yapay zekayı kendi verisi, kendi süreçleri ve kendi müşterisiyle gerçek bir değer döngüsü oluşturacak şekilde kullanabilen şirketler öne çıkacak.

Biz de JForce olarak AgeSA ile bugüne kadar oluşturduğumuz deneyimin üzerine bu yeni mimariyi inşa etmeye ve bu dönüşümün bir parçası olmaya hazırız.

“Dönüşümün Merkezinde Hep İnsan Olacak”

“Ekmob, yapay zekâ ve insan birlikteliğini odağına alarak saha satış operasyonlarında yeni nesil bir dönüşüm yaklaşımı geliştiriyor. Şirket, veriden dijital ikize, yapay zekâ destekli satış çözümlerinden güvenli AI mimarilerine uzanan çalışmalarıyla satış organizasyonlarının daha verimli, güvenli ve insan odaklı ilerlemesini hedefliyor”

Ekmob, saha satış operasyonlarında yapay zekâ ve insan birlikteliğine dayalı yeni bir dönüşüm yaklaşımı üzerinde çalışıyor. Ekmob CEO’su Sunay Şener, yapay zekânın birçok iş sürecini üstleneceği bir döneme girildiğini ancak insanın özellikle güven, iletişim ve ilişki yönetimi gibi alanlarda kritik rolünü koruyacağını söyledi.

Sunay Şener, bugünkü yapay zekâ dönüşümünü geçmişte yaşanan mobil dönüşüme benzetti. 2010 yılında mobil uygulama geliştirme ajansında kurucu ortak olduğunu hatırlatan Şener, o dönemde mobil internet kullanımının gelecekte büyük ölçüde artacağının öngörüldüğünü belirtti. “2010 yılında bir mobil uygulama geliştirme ajansında kurucu ortaktım.

O yılları hatırlayan varsa, o dönem ‘mobil yılı’ ilan edilmişti. Mobil bu yıl patlayacak, mobilde olmayan şirketler artık yok olacak gibi söylemler vardı. Biz de o yıllarda şirketlere gidip ‘Artık mobil yatırımı yapmanız gerekiyor’ diyorduk. Neden? Çünkü Google’ın internet trafiğinin yaklaşık yüzde 5’i mobilden geliyordu. Öngörümüz, 2015’e kadar internet trafiğinin yüzde 50’sinin mobil üzerinden geleceğiydi. Bugün geriye dönüp baktığımızda o dönüşümün ne kadar doğru olduğunu görüyoruz.

Şimdi benzer bir dönüşümün AI ve insan birlikteliğinde yaşanacağını düşünüyorum. Ancak burada bir sonraki aşamaya da geçeceğiz. Yapay zekânın agentlarının birçok iş sürecini üstlendiği, insanın ise bu yapıların üzerinde daha farklı bir rol üstlendiği bir döneme doğru ilerliyoruz.”

“Asıl Odağımız Teknoloji Değil, Persona”

Dokuz yıldır satış organizasyonlarını geliştirmeye odaklandıklarını belirten Sunay Şener, teknolojinin kendisini değil, teknolojinin hizmet verdiği satış personelinin ihtiyaçlarını merkeze aldıklarını söyledi. “Biz dokuz yıldır tamamen ‘satış organizasyonlarını nasıl daha iyi hale getirebiliriz?’ sorusuna odaklanan bir şirketiz. Teknolojiyi üretiyoruz, ama bizim asıl odağımız teknoloji değil, persona. Çünkü hizmet verdiğimiz persona oldukça zor bir persona.

Satış; bireysel yeteneklerin, davranışların, iletişim kabiliyetlerinin ve deneyimin çok önemli olduğu bir alan. Dolayısıyla bizim işimiz, bu personanın problemlerini anlamak ve teknolojiyi onların hayatına nasıl daha iyi adapte edebileceğimizi düşünmek.”

Sekiz sektörde hizmet verdiklerini ve sigortanın önemli iş alanlarından biri olduğunu belirten Şener, AgeSA ile iki yılı aşkın süredir saha satış operasyon süreçlerinde çalıştıklarını ifade etti. Şener’e göre veri toplama, süreçlerde disiplin oluşturma ve sistemlerin etkin kullanımını sağlama, şirketler açısından önemli bir dönüşüm alanı oluşturuyor.

“AgeSA ile geldiğimiz noktaya baktığımızda gerçekten önemli bir seviyeye ulaştığımızı düşünüyorum. Çünkü verinin toplanması, bu toplama sürecinde disiplin oluşturulması ve sistemlerin iyi bir kullanım oranına ulaştırılması, şirketlerde kolay elde edilen sonuçlar değil.”

Şener, CRM sistemlerinin çalışanlar tarafından benimsenmesinin de önemli bir konu olduğunu belirterek, sistemlerin çalışanların gerçek ihtiyaçlarına yanıt vermesi gerektiğini vurguladı. “Salesforce’un kurucusu Marc Benioff’un da sıkça dile getirdiği bir konu var: Çalışanların önemli bir bölümü CRM yazılımlarını kullanmayı sevmiyor. Bunun temel nedeni de CRM yatırımlarının yapılmasına rağmen sistemlerin çalışanların gerçek ihtiyaçlarına yeterince cevap vermemesi. Biz AgeSA ile birlikte bu noktada önemli bir mesafe aldık.”

“Şirketlerin Kendi Verileri Daha Değerli Hale Geliyor”

Yapay zekânın cevap üretme eğiliminin kurumların kendi verilerini daha değerli hale getirdiğini belirten Şener, şirketlerin kendi iş disiplinlerini ve kurumsal zekâlarını oluşturacakları bir döneme girildiğini söyledi.

“Şimdi verinin çok daha kritik hale geldiği bir döneme giriyoruz. Ben bugün yapay zekâyı eleştirecek olsam, tek bir konu üzerinden eleştiririm. Yapay zekâya bir soru sorduğunuzda çoğu zaman ‘Bilmiyorum’ demiyor.

Mutlaka bir cevap üretiyor. Üstelik bunu herkes için benzer biçimde yapabiliyor ve bazen gördüğü hataları da tekrar edebiliyor. Bu nedenle şirketlerin kendi verileri giderek daha değerli hale geliyor. Belki dikey modeller, belki small language modeller kullanarak kendi iş disiplinlerini ve kendi kurumsal zekâlarını oluşturacakları bir döneme giriyoruz.”

AgeSA ile lead’den satışa kadar uzanan sürecin disiplinli hale getirildiğini belirten Şener, bu yapının üzerine yapay zekânın eklenmesiyle yeni fırsatlar oluşacağını ifade etti. Satış mesleğinin yapay zekâ tarafından dönüştürülme potansiyeline de değinen Şener, insan ve AI birlikteliğinin bu noktada önem kazandığını söyledi.



Ekmob CEO'su
Sunay Şener

"Bugünkü teknolojiyle satış mesleğinin yaklaşık yüzde 17'sinin otomatikleştirilebildiği, potansiyelin ise yüzde 70'lerin üzerine çıkabileceği öngörülüyor. Yani ortada ciddi bir boşluk var. Ben bu farkı AgeSA ile birlikte yürüteceğimiz yeni yolculuğun alanlarından biri olarak görüyorum."

Şener, satışta yapay zekânın ulaşamayacağı en önemli alanlardan birinin güven olduğunu vurguladı."Bence kritik nokta tam da burada. Çünkü yapay zekânın ulaşamadığı bir alan var: Güven. Bugün karşımıza üç farklı sigorta şirketi gelse, büyük ihtimalle benzer değer önerileri, benzer fiyatlar ve benzer kalitelerle karşılaşacağız. Ama müşteri satın alma kararını sadece ürün üzerinden vermiyor. Karşısındaki kişiye duyduğu güven çok önemli."

Yapay Zekâ ve İnsan Yaklaşımı

Sunay Şener, yapay zekânın satış ekiplerine veri analizi, müşteri ve zamanlama belirleme, toplantıya hazırlık ve süreç takibi gibi alanlarda destek olabileceğini; insanın ise ilişki ve güven tarafında belirleyici olmaya devam edeceğini söyledi. "Dolayısıyla biz yapay zeka ve insan yaklaşımını tam burada birlikte kullanabiliriz. Yapay zekâ veriyi analiz eder, doğru müşteriyi ve doğru zamanı belirler, satışçıyı hazırlar; insan ise ilişkiyi kurar, güveni yaratır ve kararı etkiler." Ekmob'un sigorta sektörü için geliştirdiği üç temel ürün Pulse, Yield ve Velocity ile AgeSA özelinde çalışmalara başlayacağını aktaran Şener, bunlardan ilkinin Pulse olduğunu belirtti. Pulse ile saha ekiplerinin doğru veriye ulaşması, portföy görünürlüğü, yenileme risklerinin tespiti ve acente performanslarının karşılaştırılması hedefleniyor.

"Biz burada AI kullanarak anlık portföy görünürlüğü, yenileme risklerinin önceden tespiti ve farklı acentelerin performansları arasındaki temel farkların ortaya çıkarılmasını sağlayabiliriz. Elbette bunu AgeSA'nın kendi verileriyle birlikte yapacağız. Bu çözümümüzü Pulse olarak adlandırıyoruz." İkinci çözüm olan Yield'in doğrudan satış ekiplerine odaklandığını belirten Şener, yapay zekânın satış fırsatlarının önceliklendirilmesinden görüşme hazırlığına ve görüşme sonrası işlemlere kadar destek sağlayabileceğini söyledi. "Burada yapay zekâ; gün içinde hangi fırsata öncelik verilmesi gerektiğini belirleyebilir, satışçıyı müşteri görüşmesine hazırlayabilir ve görüşme sonrasında sesli olarak girilen veriler üzerinden teklifler, fırsatlar, görevler, takvimler ve uyarılar oluşturabilir. Yönetim tarafındaki raporlamaları da otomatik hale getirebilir." Üçüncü çözüm Velocity'nin ise dijital ikiz yaklaşımıyla satış ekiplerinin onboarding ve gelişim süreçlerine odaklandığını belirten Şener, satışın yalnızca eğitimle kazanılan bir yetenek olmadığını ifade etti. "Satış aslında yalnızca bir meslek değil, bir davranış modeli.İyi satışçı, karşı tarafa güven geçirebilen ve doğru davranışı doğru zamanda gösterebilen kişi. İşte dijital ikiz yaklaşımımız burada devreye giriyor. Velocity ile saha ekiplerinin hem işe ilk başladıkları onboarding süreçlerini hem de sonrasında devam eden gelişimlerini takip etmeyi hedefliyoruz.

Hangi satışçı hangi konuda daha başarılı? Hangi davranış satış sonucunu olumlu etkiliyor? Hangi davranış farklı müşterilerde daha iyi sonuç veriyor? Bunları tespit ettiğimizde, başarılı davranışları diğer satışçılara aktarabiliriz." Şener, dönüşümün ilk aşamasını dijital temelin oluşturulması, ikinci aşamasını ise yapay zekâ çözümleriyle yapay zeka ve insan yaklaşımının hayata geçirilmesi olarak tanımladı.

"Güvenlik Politikaları Kritik Önemde"

Sunay Şener, yapay zekânın yeterli bilgiye sahip olmadığı durumlarda da cevap üretmeye çalışmasının halüsinasyon olarak adlandırılan sonuçlara yol açabildiğini ifade etti. "Bir konu hakkında yeterli bilgisi olmadığı halde 'bilmiyorum' demek yerine bir cevap üretmeye çalışabilir. Biz buna halüsinasyon diyoruz. Aslında bunun temelinde çok insani bir davranış var.

Bir çocuğa bir soru sorduğunuzda, cevabı bilmese bile çoğu zaman bir şey söylemeye çalışır. Yapay zekâ da benzer şekilde, elindeki olasılıklardan hareket ederek cevap üretmeye çalışıyor."

Bu nedenle yapay zekânın kurumsal sistemlere doğrudan ve sınırsız biçimde bağlanamayacağını belirten Şener, özellikle finans, sigorta ve sağlık gibi kritik verilerin bulunduğu sektörlerde daha kontrollü bir mimariye ihtiyaç olduğunu söyledi.
"Biz bu nedenle API'nin öncesinde farklı kontrol mekanizmaları oluşturuyoruz. Yüzlerce farklı karar verme formülü ve kontrol kuralı kullanarak, yapay zekânın kararlarını belirli bir çerçeve içerisinde tutmaya çalışıyoruz. Başka bir ifadeyle, yapay zekânın tamamen serbest hareket ettiği bir yapı yerine, belirli sınırlar içerisinde çalışan daha deterministik bir mimari oluşturuyoruz.

Bir tarafta yapay zekânın esnekliği ve üretkenliği var. Diğer tarafta ise kurallar, karar mekanizmaları ve güvenlik politikaları var. Biz bu ikisini birbirinden ayırmıyoruz. Tam tersine birlikte çalıştırıyoruz."

“Yapay Zeka Dönüşümü Çalışanlardan İş Süreçlerine Taşınıyor”

“Adesso, yapay zeka dönüşümünü, çalışan yetkinliklerinden veri kalitesine, agent tabanlı uygulamalardan yapay zeka yönetimine uzanan kapsamlı bir dönüşüm olarak ele alıyor. Şirket, Use AI ve Make AI yaklaşımlarıyla yapay zekanın günlük iş yapış biçimlerine ve geliştirilen uygulamalara entegre edilmesine odaklanıyor”

Adesso Ekosistem Yönetimi Direktörü Öykü Yener, Adesso ile AgeSA arasındaki iş birliğinin yaklaşık 11 yıllık bir geçmişe sahip olduğunu belirterek, 2014 yılında başlayan yolculuğun 2015 yılının Ocak ayında yaklaşık beş kişilik bir dış kaynak danışmanlığı çalışmasıyla somutlaştığını söyledi.

İlk dönemde Agile danışmanlığı ve dönüşüm çalışmalarıyla başlayan sürecin mobil uygulama, satış uygulaması, sistem modernizasyonu ve yeni teknolojilere geçiş gibi çalışmalarla devam ettiğini aktaran Öykü Yener, bugün ise odağın yapay zekanın bu dönüşümün üzerine nasıl konumlandırılacağına kaydığını ifade etti.

“Bizim AgeSA ile hikâyemiz bugünden başlayan bir hikâye değil. Yaklaşık 11 yıllık bir yolculuktan söz ediyoruz. 2014 yılında başlayan bu iş birliği, 2015 yılının Ocak ayında yaklaşık beş kişilik bir dış kaynak danışmanlığı çalışmasıyla somut bir şekilde başladı. O günden bugüne oldukça uzun ve kapsamlı bir dönüşüm sürecini birlikte yürüttük. İlk dönemde Agile danışmanlığı ve dönüşüm çalışmalarıyla başlayan bir süreç vardı. Sonrasında mobil uygulama ve satış uygulaması gibi projeler geldi.

AgeSA’nın teknolojik dönüşümü devam etti. Zaman içerisinde sistemlerin modernizasyonu, yeni teknolojilere geçiş ve geliştirme çalışmalarının tamamı bu yolculuğun bir parçası oldu. Bugün geldiğimiz noktada ise artık biraz daha farklı bir soruya odaklanıyoruz: Bu dönüşümün üzerine yapay zekayı nasıl konumlandırabiliriz? AgeSA’yı bu süreçte yapay zeka konusunda nasıl destekliyoruz? Daha da önemlisi, AgeSA’da çalışan arkadaşlarımızın yapay zeka dönüşümüne uyum sağlayabilmesi için neler yapıyoruz?”

Öykü Yener, AgeSA tarafındaki yapay zeka çalışmalarının dört ana alanda şekillendiğini belirtti. Bu alanları süreç otomasyonu, geliştirici verimliliği, raporlama ve analiz ile çalışan deneyimi ve operasyonel verimlilik olarak sıralayan Öykü Yener, yapay zeka dönüşümünün yalnızca teknoloji ekiplerinin gerçekleştireceği bir süreç olarak ele alınmadığını vurguladı.

“Bugün AgeSA tarafındaki çalışmalara baktığımızda, yapay zekayı temel olarak dört ana alanda kullanıyoruz. Bunlardan birincisi süreç otomasyonu. Burada tekrarlayan ve belirli kurallarla yürüyen süreçleri daha akıllı ve daha verimli hale getirmeye çalışıyoruz. İkinci alan geliştirici verimliliği. Yazılım geliştirme süreçlerinde yapay zekanın sağlayabileceği katkılardan yararlanarak ekiplerin daha hızlı, daha kaliteli ve daha efektif çalışmasını hedefliyoruz. Üçüncü alan raporlama ve analiz. Elimizdeki veriden, regülasyonların izin verdiği ölçüde, daha fazla anlam çıkarmaya çalışıyoruz. Burada amaç yalnızca daha fazla rapor üretmek değil; mevcut veriyi daha iyi değerlendirerek daha hızlı karar verebilmek ve zaman kazanmak. Dördüncü alan ise genel olarak çalışan deneyimi ve operasyonel verimlilik diyebileceğimiz alan. Çünkü yapay zeka dönüşümünü, sadece teknoloji ekiplerinin gerçekleştireceği bir dönüşüm olarak görmüyoruz.”

Çalışanlar İçin Yapay Zeka Yetkinlik Haritası

Adesso’nun kendi içerisinde de yapay zeka dönüşümü için kapsamlı bir yol haritası oluşturduğunu anlatan Öykü Yener, çalışanların yapay zeka konusundaki bilgi ve kullanım seviyelerinin analiz edildiğini söyledi. Çalışanların yetkinliklerinin yanı sıra gelecekte kendilerini hangi noktada görmek istediklerinin de değerlendirildiğini belirten Öykü Yener, bu çalışma sonucunda bir yetkinlik haritası oluşturduklarını kaydetti.

Öykü Yener, Adesso’nun hedefinin yapay zekayı yalnızca kullanan değil, çalışanların günlük çalışma biçiminin bir parçası haline getiren bir organizasyon yapısı oluşturmak olduğunu söyledi. “Yapay zekayı kullanan bir organizasyon olmakla, yapay zekayı bütün çalışanlarının günlük çalışma biçiminin bir parçası haline getiren bir organizasyon olmak arasında çok büyük bir fark var.

Biz Adesso olarak ikinci noktaya ulaşmaya çalışıyoruz. Teknolojiyi çalışanların yerine koymak değil, çalışanların yetkinliklerini artırmak; onların daha hızlı öğrenmesini, daha iyi karar vermesini ve rutin işlerden kurtularak daha fazla değer üreten işlere odaklanmasını sağlamak istiyoruz.”

Adesso çalışanlarının da yetkinlik ve becerilerini analiz ederek her birine özel eğitim programları tasarladıklarının altını çizen Öykü Yener, “İçeride belirlediğimiz AI şampiyonlarının liderliğinde yürüttüğümüz çalışma gruplarıyla da teorik bilgiyi sahada uygulamaya taşımalarına öncülük ediyoruz” dedi.

“Yapay Zeka İş Yapış Şeklimizin Merkezine Oturdu”

Adesso Teknoloji Direktörü Fırat Yaşar ise yaklaşık 600 yazılımcının bulunduğu Adesso yapısında yapay zekanın artık ayrıca ele alınan bir teknoloji olmaktan çıkarak iş yapış biçiminin merkezine yerleştiğini söyledi. Fırat Yaşar, şirketin yapay zeka yaklaşımını “Use AI” ve “Make AI” olmak üzere iki ana başlık altında ele aldığını aktardı.



Adesso Engagement Director
Öykü Yener

Adesso Teknoloji Direktörü
Fırat Yaşar

“AI, Cloud ve DevOps gibi alanlardan sorumlu Engineering Director olarak görev yapıyorum. Yaklaşık 600 yazılımcının olduğu, teknoloji ve yazılım geliştirmenin işimizin merkezinde bulunduğu yoğun bir yapıdan bahsediyoruz. Dolayısıyla yapay zeka da bizim için artık ayrıca konuştuğumuz bir teknoloji değil; doğrudan iş yapış şeklimizin merkezine oturmuş durumda. Bu nedenle bizim de yapay zekaya adapte olmamız, çalışma biçimimizi buna göre değiştirmemiz gerekiyordu.”

Fırat Yaşar, Use AI yaklaşımının Adesso çalışanlarının yapay zekayı günlük işlerinin parçası haline getirmesine odaklandığını belirtti. Şirket içerisinde AI şampiyonları oluşturduklarını ve yapay zeka kullanımının ekipler arasında yaygınlaşmasını hedeflediklerini ifade eden Fırat Yaşar, uygulama geliştirme süreçlerinde kullanılan frameworklerin de yapay zeka ile entegre edilmeye başlandığını söyledi.

“Use AI tarafı, Adesso’daki geliştiricilerin ve mümkün olduğunca bütün çalışanların yapay zekayı günlük işlerinin bir parçası haline getirmesi anlamına geliyor. Burada herkesi belirli bir framework ve kullanım standardı etrafında buluşturmak istedik. Şirket içerisinde AI şampiyonları oluşturarak, onların deneyimlerini diğer ekiplerle paylaşmasını ve Türkiye’deki genel AI kullanım oranının yükselmesini hedefledik.

Bunun yanında uygulama geliştiren arkadaşlarımızın kullandığı frameworkleri de AI ile entegre etmeye başladık. Çünkü bizim açımızdan yapay zekanın sadece birkaç kişinin kullandığı bir araç olarak kalması yeterli değil. Şirket içerisindeki herkesin iş yapış şeklinin bir parçası haline gelmesi gerekiyor.”

Kod Merkezli Geliştirmeden Spesifikasyon Odaklı Modele

Yazılım geliştirme süreçlerinde de önemli bir değişim yaşandığını belirten Fırat Yaşar, “code first” yaklaşımından spesifikasyon odaklı geliştirmeye doğru ilerlediklerini söyledi.

Önce gereksinimlerin ve spesifikasyonların tanımlandığı, ardından kodun geliştirildiği yaklaşımın güçlendiğini ifade eden Fırat Yaşar, gelecekte makinelerin spesifikasyonlardan hareketle daha büyük oranda kod üreteceği bir modele doğru ilerlediklerini aktardı. Fırat Yaşar, bu kapsamda Adesso’nun kendi agentic platformunu geliştirmeye başladığını belirtti. Platformun temelinde spec-driven development yaklaşımı ve SDLC süreçlerinin bulunduğunu aktaran Fırat Yaşar, farklı open source framework ve yaklaşımların şirketin ve müşterilerin ihtiyaçlarına göre genişletildiğini söyledi.

“Veri Kalitesi Yapay Zeka Süreçlerinin Temelinde”

Make AI yaklaşımında yapay zekanın doğrudan geliştirilen uygulamaların içerisinde yer aldığı yapılar üzerinde çalıştıklarını belirten Fırat Yaşar, bu alanda deterministik ve non-deterministik süreçlerin bulunduğunu söyledi.

Deterministik tarafta verinin doğru ve kaliteli olmasının önem kazandığını ifade eden Fırat Yaşar, veri temizleme, standardizasyon ve kullanılabilir hale getirme çalışmalarının bu nedenle önem taşıdığını belirtti. “Deterministik tarafta veriyi kullanarak belirli sonuçlar üretmekten bahsediyoruz. Bunun doğal sonucu olarak da temiz ve kaliteli veri ihtiyacı ortaya çıkıyor.

Bu nedenle veri tarafındaki yetkinliklerimizi güçlendirdik. Müşterilerimiz için farklı ihtiyaçlara yönelik olarak verinin temizlenmesi, standardize edilmesi ve kullanılabilir hale getirilmesi konusunda danışmanlıklar sunuyoruz.

Önceki sunumlarda da konuşuldu; artık çok hızlı çalışan, mümkün olduğunca memory üzerinde işlem yapabilen veri süreçlerine ihtiyacımız var. Bunun için farklı araçlarımız ve iş ortaklıklarımız bulunuyor.” Verinin bulunduğu ortamda işlenmesine yönelik çalışmalar yürüttüklerini belirten Fırat Yaşar, bazı AI süreçlerini doğrudan database içerisinde çalıştırmayı hedeflediklerini ifade etti.

“Veriyi çok hızlı cevap verebilecek yapılarda işlemek, hatta bazı AI süreçlerini doğrudan database içerisinde çalıştırmak istiyoruz. Böylece veriyi sürekli dışarı çıkarmadan, bulunduğu ortamda işleyebiliyor ve belirli reasoning süreçlerini gerçekleştirebiliyoruz. Günün sonunda elde ettiğimiz insight’ları da AI süreçlerine taşıyabiliyoruz.” Non-deterministik tarafta ise agentların öne çıktığını belirten Fırat Yaşar, agentların doğru bilgiye, doğru araca ve doğru kaynağa erişebilmesini sağlamak amacıyla MCP gibi araçlardan yararlandıklarını söyledi.

Multi-agent ve Multi-LLM Yaklaşımı

Agent sayısının artmasıyla birlikte yapay zeka ekonomisinin de önemli hale geldiğini belirten Fırat Yaşar, model seçimi ve maliyet yönetiminin kritik başlıklar arasında bulunduğunu ifade etti.

Her iş için en güçlü ve maliyetli modelin kullanılmadığını belirten Fırat Yaşar, görevin niteliğine göre farklı LLM’lerin devreye alındığını aktardı.

“Hedef; Aynı Ekiplerle Çok Daha Fazla Değer Üretmek”

“Proto Yazılım, yapay zekâ destekli yazılım geliştirme, agent teknolojileri, süreç otomasyonu, bulut dönüşümü ve mevcut sistemlerin modernizasyonuna odaklanıyor. Şirket, teknoloji yatırımlarıyla çalışanların operasyonel yükünü azaltmayı, süreçleri hızlandırmayı ve aynı ekiplerle daha fazla değer üretmeyi hedefliyor”

Proto Yazılım Kurucu Ortağı Volkan Alay, şirketin yapay zekâ ve agent teknolojileriyle büyüme sürecine ilişkin değerlendirmelerde bulundu. Şirket içinde süreçlerin “Agent Farm” üzerinden yönetildiğini belirten Volkan Alay, kurumsal dünyada yapay zekânın doküman zekâsı, müşteri memnuniyeti, süreç otomasyonu, yapay zekâ destekli yazılım geliştirme, risk yönetimi ve kurumsal bilgiye erişim gibi alanlarda kullanılabileceğini söyledi.

Volkan Alay, özellikle yapay zekâ destekli yazılım geliştirme üzerinde durduklarını belirterek, “Bence bütün bu sürecin en önemli noktası analiz. Yapay zekâ destekli bir geliştirme sürecinde her şey analizle başlıyor. Analiz olmadan süreci sağlıklı bir şekilde ilerletemiyorsunuz. Requirement, yani gereksinim tarafı hiç bitmiyor. Hatta yapay zekâ kullanmaya başladığınızda requirement sayısı artıyor” dedi.

Şirket içinde Claude kullandıklarını ve yapay zekâ destekli geliştirme süreçlerini kendi deneyimleri üzerinden şekillendirdiklerini aktaran Volkan Alay, analiz aşamasından itibaren agentlardan yararlandıklarını ifade etti. Trello ve Jira gibi araçların süreçlere dahil edildiğini belirten Alay, “Diyelim ki üç-dört kişi bir araya geldik ve ‘Şunu yapmak istiyoruz, şöyle çalışsın, böyle olsun’ diye konuşuyoruz. Agent burada konuşulanları analiz ederek gereksinimleri oluşturuyor ve bunları otomatik olarak Trello’ya ya da Jira’ya aktarabiliyor” diye konuştu.

Gereksinimlerin ardından mimari tasarım dokümanının da ayrı bir agent tarafından oluşturulduğunu belirten Volkan Alay, kodlama öncesinde insan kontrolünün devam ettiğini söyledi. Alay, “Gereksinimleri alıyor, bunlara göre mimari tasarım dokümanını hazırlıyor. Sonrasında bu doküman doğrudan kodlamaya geçmiyor. Bir review sürecinden geçiyor. Ekip arkadaşlarımız mimariyi inceliyor, gerekli kontrolleri yapıyor ve ‘Bu mimariye uygun, devam edebiliriz’ dediğimiz noktadan sonra tasarımı kodlamaya dönüştürüyoruz” ifadelerini kullandı.

“İnsan En Kritik Konumda”

Volkan Alay, yapay zekâ destekli yazılım geliştirme sürecinde insan kontrolünün önemini koruduğunu vurgulayarak, “Yapay zekânın yazdığı bir kodun mutlaka bir insan tarafından kontrol edilmesi gerektiğine inanıyorum. Dolayısıyla code review bizim için hâlâ insanın en kritik rol oynadığı aşamalardan biri.

Hatta yapay zekâdan en az zaman kazandığımız bölümün code review olduğunu söyleyebilirim. Çünkü burada insan gözüne ihtiyacımız var” dedi. Yapay zekâyla hızlı kod üretmenin tek başına yeterli olmadığını belirten Alay, kod, mimari ve dokümantasyonun kurum içerisinde sürdürülebilir olmasının da önem taşıdığını ifade etti. Prota Yazılım’ın belirli bir standarda sahip dokümantasyon yapısı kullandığını söyleyen Alay, bu standardizasyonun yapay zekâ destekli geliştirme süreçlerinde önemli bir unsur olduğunu kaydetti.

AgeSA tarafında da analiz, bakım ve mevcut uygulamaların geliştirilmesi gibi alanlarda yapay zekâ destekli sistemlerle hız kazanımları elde edilebileceğini belirten Volkan Alay, elde edilen kazanımların ölçülebilir olmasına önem verdiklerini söyledi.

Alay, kendi deneyimlerinden hareketle, “Daha önce yapay zekâ kullanmadan gerçekleştirdiğimiz işlerle bugün yapay zekâ destekli gerçekleştirdiğimiz işleri karşılaştırdığımızda, geliştirme süreçlerinde yaklaşık yüzde 55 oranında bir artış sağladığımızı görüyoruz. Bu sadece daha hızlı kod yazmak anlamına gelmiyor. İnsanların daha rahat çalışmasını, daha rahat düşünmesini ve daha fazla işi aynı süre içerisinde gerçekleştirebilmesini sağlayan bir yapıdan bahsediyoruz” dedi.

Bazı süreçlerde bir developer’ın verimliliğinde dört kata kadar hızlanma gördüklerini belirten Alay, test tarafındaki kazanımın daha belirgin olduğunu söyledi. Alay, “Örneğin; yaklaşık yüzde 40 seviyesinde bir kod geliştirme hızlanması elde ettiğimiz senaryolar var. Hata riskinin en yüksek olduğu bölümlerden biri olan test ve doğrulama süreçlerinde de yapay zekânın önemli bir katkısını görüyoruz. Sonuç olarak daha önce 10 günde yaptığımız bir işi yaklaşık 6 günde tamamlayabildiğimiz senaryolar oluşuyor” ifadelerini kullandı.

Bu kazanımların personel azaltma amacı taşımadığının altını çizen Volkan Alay, yapay zekâyı insan kapasitesini artıran bir yapı olarak değerlendirdiklerini belirtti. Alay, “Bu, ‘Personel azaltalım’ anlamına gelmiyor. Açıkçası böyle bir yaklaşım kendi ayağımıza sıkmak olur. Buradaki amaç insanı sistemin dışına çıkarmak değil, insanın zamanını daha verimli kullanmasını sağlamak. Çünkü yapay zekâ kodu yazabilir, test oluşturabilir, doküman hazırlayabilir, gereksinimleri analiz edebilir. Ancak ortaya çıkan işin doğru olup olmadığını değerlendirmek, iş hedefiyle örtüşüp örtüşmediğini anlamak ve gerektiğinde doğru kararı vermek hâlâ insanın sorumluluğunda” diye konuştu.



Proto Yazılım Kurucu Ortağı
Volkan Alay

Proto Yazılım Mühendislik Müdürü
Hüseyin Fatih Demirez

Alay, yapay zekâ yaklaşımının temelinde insan kapasitesini artırmanın bulunduğunu belirterek, “Dolayısıyla biz yapay zekâyı bir insanın yerine koymaktan ziyade, insanın kapasitesini artıran bir yapı olarak görüyoruz. Daha fazla işi daha kısa sürede yapabilmek, insanların rutin işlerden kurtularak daha fazla düşünmeye ve problem çözmeye zaman ayırabilmesi bizim için asıl kazanım. Önümüzdeki dönemde de yapay zekâ destekli yazılım geliştirme tarafında bu yaklaşımın daha da gelişeceğini düşünüyorum” dedi.

“Stratejik Teknoloji Ortağıyız”

Proto Yazılım Mühendislik Müdürü Hüseyin Fatih Demirez ise AgeSA ile yaklaşık sekiz yıldır devam eden iş birliklerinin yalnızca kaynak sağlama modeliyle sınırlı olmadığını belirtti. Hüseyin Fatih Demirez, Proto Yazılım’ın AgeSA’nın yazılım süreçleri ve dijital projelerinde aktif rol üstlendiğini ifade ederek, “AgeSA tarafında da sadece kaynak üretimi değil, aynı zamanda yazılım süreçlerinde ve dijital projelerde aktif olarak rol alıyoruz.

Bizim AgeSA ile iş ortaklığımız aslında iki eksende ilerliyor. Birincisi, AgeSA’nın ihtiyaçlarına uygun, nitelikli, teknik açıdan yetkin ve hızlı adapte olabilen kaynak sağlamak. İkincisi ise karşılaşılan sorunlara ve problemlere uçtan uca, teknik ve çözüm odaklı yaklaşımlar geliştirmek. Bu yaklaşımla yalnızca insan kaynağı sağlamıyor, doğrudan çözüme odaklanıyoruz” dedi.

2018 yılından bu yana AgeSA ile farklı dijital dönüşüm projelerinde birlikte çalıştıklarını belirten Hüseyin Fatih Demirez, bu çalışmaların AgeSA’nın dönüşüm yolculuğunda ortaya çıkan ihtiyaçlara göre şekillendiğini söyledi. Demirez, Prota Yazılım’ın katkısını nitelikli kaynak sağlama, uçtan uca çözümler geliştirme ve dönüşüm projelerinin zorlu aşamalarında destek verme olmak üzere üç temel kategoride değerlendirdiklerini ifade etti.

İlk dönemde dijital iletişim süreçlerinin merkezileştirilmesine yönelik çalışmalar gerçekleştirdiklerini aktaran Demirez, “CMP ve Çek Gönder gibi projelerle müşteri iletişiminin daha merkezi ve yönetilebilir hale gelmesini, müşteri deneyiminin dijitalleştirilmesini hedefledik.

Bu projeler bugün de aktif olarak kullanılmaya devam ediyor. Dolayısıyla burada sadece bir projeyi hayata geçirip kenara çekilmekten değil, yaşayan ve geliştirilmeye devam eden sistemlerden bahsediyoruz” diye konuştu.

“Tüm Birimlerin Verimliliği Artırılmalı”

Dijital dönüşümün yalnızca yeni teknolojilerin kullanılmasından ibaret olmadığını vurgulayan Hüseyin Fatih Demirez, mevcut sistemlerin de dönüşüm sürecine dahil edilmesi gerektiğini belirtti.

Demirez, “Kurumlarda yıllardır çalışan, iş süreçlerinin merkezinde yer alan sistemler var. Yeni sistemleri hayata geçirirken bu yapıların da dönüşmesi, birbiriyle konuşabilmesi ve sürdürülebilir bir mimarinin oluşturulması gerekiyor.

Biz de AgeSA ile çalışmalarımızda bu iki tarafı birlikte ele alıyoruz” dedi. Çalışmaların yalnızca yazılım ekiplerinin değil, iş birimlerinin ve sahadaki ekiplerin de verimliliğini artırmaya yönelik olduğunu belirten Demirez, temel hedeflerinin tekrar eden işleri otomatikleştirmek ve çalışanların zamanını daha verimli kullanmasını sağlamak olduğunu söyledi. Demirez, “Çünkü dijital dönüşümün gerçek karşılığını yalnızca teknolojik altyapıda değil, o teknolojiyi kullanan insanların günlük iş yapış biçimlerinde de görmek gerekiyor” diye konuştu.

AgeSA’da farklı ürün ve platformların aktif olarak kullanıldığını belirten Hüseyin Fatih Demirez, Lepton Framework, Lepton Designer ve Tempora PDF’yi bu çözümler arasında sıraladı. Demirez, bu ürünlerin ortak amacının çalışanların operasyonel yükünü azaltmak, tekrar eden işlemleri otomatikleştirmek ve süreçleri hızlandırmak olduğunu ifade etti. Sekiz yıllık iş birliğinde Proto Yazılım’ın rolünün kaynak sağlama noktasının ötesine geçtiğini belirten Demirez, “Yazılım geliştirmeden dijital dönüşüme, bulut projelerinden mevcut sistemlerin modernizasyonuna, iş birimlerinin ve saha ekiplerinin verimliliğini artıracak çözümlerden otomasyona kadar farklı katmanlarda birlikte çalışıyoruz” dedi.

Önümüzdeki dönemde teknoloji ve kurum ihtiyaçlarının birlikte dönüşeceğini belirten Hüseyin Fatih Demirez, sözlerini şöyle sürdürdü: “Bizim burada yapmaya çalıştığımız şey, yalnızca bugünün ihtiyacını karşılayan bir çözüm üretmek değil; AgeSA’nın dönüşüm yolculuğunda ortaya çıkacak yeni ihtiyaçlara da hızlı şekilde cevap verebilecek, sürdürülebilir ve ölçeklenebilir bir teknoloji yapısının oluşmasına katkı sağlamak.”


AGESA
AKSigorta
MEDISA








FORU




AGESA
AKSigorta
MEDISA





GÖĞSÜN SIKIŞIR.



HASTANE MASRAFLARINI GÖRÜRSÜN.



GÖĞSÜN SIKIŞIR.

AgeSA'ya gel, döngüyü kır.

Ayakta ve yatarak tedavi seçeneklerini içeren
AgeSA Tamamlayıcı Sağlık Sigortası'yla
sağlığını düşün, masrafını düşünme.

Yılda bir ücretsiz check-up ve diş check-up hizmeti

Geniş anlaşmalı kurum ağı ile ayakta ve yatarak tedavi

Yılda bir ücretsiz mamografi/USG/PSA hizmeti

Çocuklar için tek başına sigorta

Provizyon ve sağlık harcamalarınız dahil poliçenizle ilgili tüm hizmetler Medisa iş birliğiyle yürütülmektedir. Yılda bir ücretsiz check-up hizmetinden yararlanabilmek için 18 yaş ve üzerinde olunması gerekmektedir. Yılda bir ücretsiz mamografi/USG/PSA hizmetinden yararlanabilmek için 40 yaş ve üzerinde olunması gerekmektedir. 15 günlük bebeklerden başlayarak 18 yaş altındaki çocuklara, "sigorta ettiren"in 18 yaşın üzerinde olması şartıyla sigorta yapılabilir. Detaylı bilgi agesa.com.tr'de.

Medisa Çağrı Merkezi
444 6 330

AGESA | MEDISA

AgeSA'nın sağlık hizmetlerindeki çözüm ortağı