



# Dijital yenilikler, 30 yıllık 'gençliğin' temeli

Güvenlik ve iş süreçleri yönetiminde verimlilik

Perakende sektörü için uçtan uca güvenlik

İK süreçlerinde uçtan uca adımlar

BT kaynaklarını kullanımda maksimum verim!

İletişimde kesintisizliğin yol haritası

Bütünselliği olan çözüm, yatırımda "devamlılık" anlamını taşıyor

E-ticaret operasyonunda kesintisiz, hızlı ve nitelikli çözümler...

Müşterinin market yolculuğuna dair detaylar bir arada

# Bi' Tıkla Dođruca kapınızda!

Binlerce ürünümüz ve geniş filo ağımızla online alışveriş için de doğru adres CarrefourSA.

**Alışveriş için doğruca tıklayın!**

[carrefoursa.com](http://carrefoursa.com)



[CarrefourSA.com](http://CarrefourSA.com)

**ONLINE MARKET**

Hemen indirin  
Fırsatları Kaçırmayın!





# KÜNYE

www.bthaber.com.tr  
bthaber@bthaber.com.tr

Bilişim Zirvesi Etkinlik Organizasyon  
Limited Şirketi adına  
Sahibi ve Yazı İşleri Müdürü  
Neslihan Aksun

BThaber Grubu Yayın Koordinatörü  
Ayhan Sevgi

EDİTÖR  
Handan Aybars

GÖRSEL YÖNETMEN  
Sena Çakıroğlu

BTHABER GENEL MÜDÜRÜ  
Özlem Unan

İŞ GELİŞTİRME VE SATIŞ MÜDÜRÜ  
Abdurrahman Koyuncu

REKLAM SATIŞ YÖNETMENİ ve REZERVASYON  
Biriz Yıldırım

ANKARA İŞ GELİŞTİRME VE SATIŞ SORUMLUSU  
Nurşen Lale Usta

## BThaber

### Yönetim Yeri:

Bilişim Zirvesi Etkinlik Organizasyon  
Limited Şirketi  
Workinton - İçerenköy Mah. Topçu İbrahim Sk.  
Quick Tower Sit. No: 8 10 D Ataşehir -İSTANBUL  
Tel: 0216-888 0 596  
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



CarrefourSA CEO  
Kutay Kartalhoğlu

## “Doğrusu’ vizyonu ile perakendenin geleceğini kurguluyoruz”

1993'te İçerenköy'deki ilk mağazamızla Avrupa'nın en büyük perakende şirketi Carrefour olarak Türkiye'yi hipermarket konseptiyle tanıştırdık. 1996 yılından itibaren de Türkiye'nin en köklü gruplarından Sabancı Holding ortaklığıyla yolumuza CarrefourSA olarak devam ediyoruz... 30 yıldır organize gıda perakendesine getirdiğimiz yenilikler ile başarı hikayemizi sürdürürken, 11 bine yakın çalışmamız, 55 ilde 1000'den fazla mağazamız ve Online Marketimizle her gün binlerce müşterinin evine ve sofrasına girmekle kalmıyor; yerel üreticiden girişimciye hayatın her alanına CarrefourSA imzasını taşıyoruz. 30. yılımızda da organize gıda perakendesinin lider oyuncularından biri olarak ortaya koyduğumuz yenilikçi projelerle sektörün bugününe ve geleceğine ışık tutmaya devam ediyoruz. Bu sene hayata geçirdiğimiz bulut mutfak projemiz “CarrefourSA Mutfak” ve HORECA profesyonellerine hizmet veren yeni formatımız “CarrefourSA Profesyonel” ile sektörel dönüşüme de öncülük ediyoruz. Geleceğin trendlerine yön veren bir marka olmak elbette arka planda büyük bir çalışma barındırıyor. Bu yüzden tüm iş süreçlerimizde tek bir pusula kavramımız var: “Doğrusu”. İş yapış biçimimizin temelinde müşterilerimizin ihtiyaç ve beklentilerini anlayıp, doğru üreticiden doğru ürünü temin ederek, doğru kalite ile doğru fiyata sunmak var. Bunu yaparken de faaliyetlerimize başladığımız ilk günden bu yana hedefimiz sektörümüzde yenilikçi proje ve uygulamalarla ezberleri bozmak. Bir yandan sürdürülebilir ve sosyal şirket vizyonu ile enerji verimliliğinden gıda kaybını engellemeye, toplumsal cinsiyet eşitliğinden yerli üretim desteklerine, eğitimden sokak hayvanlarına yardıma kadar tüm alanlarda ‘Yaşam İçin Doğrusu’nu yaparken; bir yandan hızla değişen

tüketici talep ve ihtiyaçlarındaki dönüşüme ayak uydurmak, hatta dönüşümün kendisi olmak için çalışıyoruz. CarrefourSA olarak bilgi teknolojileri ve dijitalleşme alanındaki her yeniliği takip etmeye ve iş modelimiz içerisinde hayata geçirmeye de büyük önem veriyoruz. Özellikle son yıllarda bu alandaki yatırımlarımıza ve geliştirme çalışmalarımıza hız verdik. Dijital dönüşümle birlikte, mağazacılık sektöründe de iş süreçlerinin ve müşteri hizmetlerinin daha verimli bir hale gelmesi için yeni nesil teknolojileri mevcut iş süreçlerimize dahil ettik. Tüm alışveriş alışkanlıklarının hızla değiştiği son üç yılda CarrefourSA olarak dijitalleşmenin etkilerini ön görerek yaptığımız uzun soluklu yatırımlar sayesinde online alışveriş kanallarımızda da önemli bir büyüme kaydettik. E-ticaret siparişlerine açık mağaza sayımız da bu değişimle doğru orantılı bir şekilde hızla arttı. Ayrıca online alışveriş süreçlerini kolaylaştırmak için ödeme sistemlerimizin skalasını sürekli olarak genişletiyoruz. Kredi kartıyla ve kapıda nakit ödemenin yanı sıra çeşitli ödeme sistemleri ile iş birliklerini de hayata geçiriyoruz. Dijital altyapıları verimli ve doğru kullanmamızı sağlayacak çalışmaları hayata geçirirken, “Müşterinin iletişim kurmak istediği yerde olmalıyız” bakış açısıyla yeni iletişim kanallarımızı da dijitalleşme stratejimiz içerisinde entegre ediyoruz. İletişim ve destek birimlerimizi yeniden yapılandırarak tamamen müşteri geri bildirim ve taleplerine hızlı çözüm bulmak üzerine odaklandık. Dijital ve teknolojik altyapımızla buradaki gelişimi müşteri iletişim trend ve eğilimleri doğrultusunda yönetiyoruz. 30 yıldır olduğu gibi geleceğin 30 yılında da toprağımız, yaşamımız ve üretimimizin devamlılığı için tüm yapı taşlarımızla “Doğrusu” için çalışmaya devam edeceğiz.



# Sürdürülebilirlik, kurumsal öncelik

*CarrefourSA'da  
dijitalleşme yolunda  
geliştirmeler ve yatırımlar  
hız kesmeden devam ediyor.*

CarrefourSA Bilgi Teknolojileri Genel Müdür Yardımcısı  
Handan Karakuş

**C**arrefourSA'da bilgi teknolojileri mimarisinin temelini verimliliği artırmak, müşteri deneyimini iyileştirmek ve rekabet avantajını elde etmek oluşturuyor. Bilgi teknolojileri mimarisiyle donanım altyapısından yazılım uygulamalarına, veri tabanı yönetimlerinden entegrasyon ve otomasyon süreçlerinin sağlanmasına, güvenlik kapsamındaki veri korumasına kadar tüm alanlarda çalışmalar ön planda. CarrefourSA'nın dijital dönüşümünün dijital çağın yeniliklerine uyum sağlayarak değişip geliştiğine işaret eden CarrefourSA Bilgi Teknolojileri Genel Müdür Yardımcısı Handan Karakuş, şöyle devam etti:

"Pandemi öncesinde başlattığımız ve 2022 yılında hız verdiğimiz dijital dönüşümümüzde, 'Doğrusu CarrefourSA' söylemi ve 'Yeni Neslin Sabancısı' olma vizyonuyla tüm iş alanlarımızda olduğu gibi işlevsel BT stratejisi oluşturmak, hedeflenen dijital olgunluğa ulaşmak, kendi içinde Bimodal IT modelinde birbiriyle iletişim kuran ve fikir paylaşan, çevik ve iş birimleriyle

uyumlu bir organizasyon için dijital dönüşümü başlattık. Proje Yönetim Ofisi'nin tekrar kurulması, Dijital Dönüşüm Ofisi'nin oluşturulması ve ekibimizin yeniden yapılanmasıyla IT yalnızca bir hizmet sağlayıcı değil, tam bir iş ortağı konumuna geldi. Standart projeler haricinde dijital dönüşüme öncülük yapacak metaverse ve artırılmış gerçeklik (AI) projelerinin Ar-Ge çalışmaları devam ederken, Kurumsal Sistemler Mimarisi ve Altyapı Merkezi'nde Agile, CI/CD, DevOps ve Sürekli Entegrasyon sürecini de dijital dönüşüm kültürü ve yaklaşımıyla sürdürüyoruz."

## **Çalışanlar bireysel karbon izini ölçüyor**

Endüstri 3.0 ile birlikte mağazacılık sektörüne robotlar dahil oldu ve Handan Karakuş'a göre, iş süreçleri böylece daha verimli hale geldi. Stok bilgilerinin daha stabil tutulmasından lojistik süreçlerinin daha verimli hale gelmesi ile karbon salınımını da azaltabilecek bir sisteme dönüştü. Otomasyon sisteminin tüm süreçlere dahil olması müşterinin mağaza ve online alışveriş kanallarındaki süreçlerini de daha konforlu ve

hızlı hale getirdi. “Mağazadan e-ticaret sistemlerine, çalışanlardan müşteri, tedarikçi ve destek sağlayıcıları ile bütüncül bir siber güvenlik sistemi oluşturulması için bilgi teknolojilerinden yoğun şekilde faydalanıyoruz” vurgusunu yapan Handan Karakuş, “Bu kapsamda hayata geçirdiğimiz C-Mobil kurumsal uygulamamızla şirket içindeki çalışanların hayatının her aşamasına sürdürülebilir seçenekleri dahil etmeye çalışıyoruz. Çalışanlarımız günlük hayattaki aktiviteleriyle dünya üzerinde ne kadar karbon izi bıraktığını görebiliyor ve kendi bireysel önlemini doğa ve yaşamın sürdürülebilirliği için yerine getiriyor” dedi. CarrefourSA’da kurgulanan bu yetkin mimarinin önceliklerini ise Handan Karakuş şöyle anlattı:

“Bilgi teknolojileri alanındaki yatırımlarımız çalışanlar için iş verimliliğini artırıcı unsurlara sahip. Yapay zekâ, iş süreçlerinin otomatikleştirilmesi ve iletişimdeki çalışmalar bir yandan çalışan verimliliğini, diğer yandan müşteriye sunulan hizmetin kalitesini artırıyor. Çalışanların yeteneklerini keşfetmeleri ve geliştirmeleri açısından da yenilikçi fırsatlar sunuyor. Bilgi teknolojilerinin müşteri alanındaki önceliği ise benzersiz müşteri deneyimine dayanıyor. Kişiselleştirilmiş ve çok kanallı bir alışveriş deneyimi müşteriler için bir markayı tercih etmelerindeki öncelikli sebeplerden biri haline geldi. Bilgi teknolojileri kurumsal devamlılık açısından da büyük öneme sahip. Yedekleme ve kurtarma ile şirket geçmişi koruma altına alınırken, iş sürekliliği de başarılı bir şekilde yönetilebiliyor.”

## HANDAN KARAKUŞ: “KURUM İÇİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KÜLTÜRÜ YAYILIYOR”

“Organize gıda perakendesinde otonomlaşma iş süreçlerimizde hız, iyileşme ve güvenlik sağlıyor; ürün yolculuğunu daha sağlıklı, tasarruflu ve izlenebilir hale getiriyor, çalışanlarımız için zaman ve iş gücü tasarrufu sağlıyor ve müşterilerimiz için de daha pürüzsüz bir deneyim yaşıyoruz. Bu bakış açısıyla dijitalleşme yolunda geliştirmelerimiz ve yatırımlarımız hız kesmeden devam ediyor. CarrefourSA’da Güvenlik Dönüşümü başlığında mağaza, e-ticaret sistemleri, çalışanları, müşteri, tedarikçi ve destek sağlayıcıları ile bütüncül siber güvenlik sisteminin oluşturulması için güvenlik yapılanması büyük önem taşımakta. Siber güvenlik operasyonlarının orkestrasyonu sağlanarak birbirini besleyen ve tek noktadan yönetilebilir, daha görünebilir ve ölçümlenebilir hale getirilmesi, CarrefourSA ekosisteminde her bir paydaş için farkındalığın artırılması hedeflendi. Ulusal ve uluslararası mevzuatlar ile kabul görmüş güvenlik standartlarına uyumu sağlandı ve sağlanmaya devam edilmekte. Yeşil Dünya Sürdürülebilir Gelecek başlığında ise C-Mobil kurumsal uygulaması aracılığıyla şirket içi çalışanların hayatına sürdürülebilir seçeneklerin dahil edilmesi ve günlük hayatlarındaki aktivitelerinin ne kadar karbon ayak izi bıraktığını görmesi amaçlanmakta. Çalışanların ısınma, ulaşım, enerji tüketimi, satın aldığı her türlü ürün neticesinde atmosfere yayılmasına sebep olduğu sera gazını (karbon gazını) azaltmayı sağlayacak bu proje ile kurum içinde sürdürülebilirlik kültürü de yayılıyor.”





## İK politikası, sürdürülebilirliğe güç katıyor

*Sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmak için çalışan katılımını ve yetenek yönetimini desteklemek büyük önem taşıyor.*

CarrefourSA İnsan Kaynakları ve Sürdürülebilirlik  
Genel Müdür Yardımcısı  
Bahar Tura

**C**arrefourSA, sürdürülebilirlik kavramını sadece doğa ve çevre ile sınırlandırmıyor. “Sürdürülebilirlik bizim için iş süreçlerimizin her adımında büyük öneme sahip” vurgusunu yapan CarrefourSA İnsan Kaynakları ve Sürdürülebilirlik Genel Müdür Yardımcısı Bahar Tura, bu yüzden insan kaynakları alanında da sürdürülebilirliği ön plana çıkarttıklarına dikkat çekti.

Toplumda var olan sürdürülebilirlik algısından dolayı insan kaynakları üzerindeki etkisi de ilk etapta anlaşılabilir. Ama Bahar Tura’ya göre, aslında birbirinden ayıramayacak iki kavramdan bahsediyoruz. Bahar Tura, insan kaynaklarında sürdürülebilirlik temelinde iş gücü planlaması ve doğru yönetimin önemli bir yer tuttuğunu belirtti. “Şirketin hedefleri ve ihtiyaçları doğrultusunda doğru insan kaynağını bir araya getirdikten sonra yetenek geliştirme, çalışanların şirket kültürüne katılımı, refahı, çeşitlilik ve kapsayıcılıkla sürdürülebilir bir iş kültürü oluşturulması sağlanıyor” açıklamasını yapan Bahar Tura’ya göre, insan kaynakları yönetimi ve

sürdürülebilirlik birbirini tamamlayan iki önemli kavram. İnsan kaynaklarıyla çalışanların refahını ve gelişimini önemseyerek kurumsal sosyal sorumluluk yerine getirilirken, Bahar Tura, sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmak için çalışan katılımını ve yetenek yönetimini desteklediğine işaret etti. Bu sayede şirketler, Tura’nın belirttiği gibi, uzun vadeli başarıya ulaşırken, toplum ve çevre için de olumlu etkiler yaratmaya devam ediyor. Bahar Tura, bu bakış açısının CarrefourSA’da nasıl bir yere sahip olduğunu şöyle anlattı:

### **Yetkin İK’ya yatırımlar öne çıkıyor**

“İnsan kaynakları ve sürdürülebilirlik stratejimizin temelinde şirketimizin misyon, vizyon ve değerlerine uygun ekip arkadaşlarını bir araya getirmek yatıyor. Bu kapsamda nitelikli iş gücünü kazanmak ve yatırım yapmak, çalışanlarımızın iş hayatındaki gelişmelerini desteklemek, organizasyon yapımızı geliştirmek ve güçlendirmek, çalışanlarımızın motivasyon ve bağlılığını artırmak odak noktamız. İnsan kaynakları yönetimi bakış açımız öncelikle toplumsal cinsiyet eşitliğini ve kurum içi çeşitliliği

sağlamak üzerine kurulu. Tüm meslek gruplarında kadınların daha aktif rol almasını ve daha fazla kadının istihdama katılmasını desteklemek için de özel projeleri hayata geçiriyoruz. Bu kapsamda 2022 yılında “Geleceğin Kadın Taze Gıda Reyon Görevlisi” projesini hayata geçirdik. Meslek sahibi ya da tecrübesi olmayan 47 kadını mağazalarımızdaki balık ve kasap reyonlarında istihdam ettik. 2023 yılında ise teorik ve işbaşı eğitiminin verildiği taze gıda okulunu açarak pasta - ekmek, kasap ve balık reyonlarında istihdam etmeyi planlıyoruz. Güçlü Kadın Mağazalar projemiz ile tamamen kadın çalışanlardan oluşan mağazaların sayısını artırarak topluma örnek olmayı hedefliyoruz. “+1 Mutluluk” projemizde ise down sendromlu bireyleri iş hayatına kazandırmak ve toplumda fark yaratmak amacıyla İstanbul, İzmir, Bursa, Mersin ve Ankara illerini kapsayacak şekilde dokuz farklı Lezzet Arası restoranımızda istihdam ediyoruz.”

### Kurumsal beklentiler takipte

Bahar Tura, istihdamın yanında çalışanların memnuniyetini ve şirkete bağlılığını da önemsediklerini söyledi. Bu kapsamda tüm CarrefourSA çalışanlarının ortak kullandığı uygulama üzerinde çalışan gruplarına özgü oluşturulmuş sorular anket şeklinde onlara yönlendiriliyor. Böylece dijital ortamda kısa sürede tüm çalışanlara ulaşabildiklerini ifade eden Bahar Tura, ekledi: “Kişilerin memnun olduğu detayları, şirketten beklentilerini ve talep ettiklerini tek bir uygulama üzerinden öğrenerek hızlı bilgi akışını sağlamış oluyoruz.”

“Doğrusu CarrefourSA'da” söylemini destekleyecek şekilde tüm iş süreçlerinde işin doğrusunu yapmak için farklı eğitimler ve programlarla yetenek havuzlarını güçlendirdiklerini vurgulayan Bahar Tura, şu bilgileri verdi:

“Bu kapsamda küresel kurumsal danışmanlık şirketlerinin üst düzey yöneticiler ve müdür altı seviyeler için uyguladığı envanteri uyguluyoruz. Bu çalışma ile çalışanların potansiyel değerlendirmelerini bağımsız bir programla destekliyoruz. Gerçekleştirilen bu envanterde çalışanlarımız için gelişim planları hazırlanıyor. İşe alım süreçlerimizden terfi süreçlerimize kadar olan tüm aşamalarda da bu envanterleri uyguluyoruz. Burada yer

alan standartlara uygun adayları şirketimizin bünyesine dahil ederken, insan kaynakları ekibimiz ve departman yöneticilerimizle çalışanlarımızın belirli aralıklarla geri bildirim almalarını sağlıyor, gelişim planlarını da takip ediyoruz. Bunun yanı sıra son 4 yıldır genç yetenek programımız Log-In MT programında da her yıl yeni yönetici adaylarımızı değerlendirmeye alıyoruz. Hem Sabancı Holding bünyesindeki eğitimler hem de şirket içi eğitim programlarıyla genç yeteneklerimizin sayısını artırmaya çalışıyoruz. Dijitalleşmenin önemini giderek arttığı bu dönemde, 2019 yılında başlattığımız dijitalleşme çalışmalarına her yıl yenilerini ekliyoruz. İşe alım, SGK, özlük ve sözleşme işleri, evrak süreçleri, KVKK gibi yasal zorunluluk gerektiren birçok sürecimizi dijitalleştirdik. Özellikle Robotik Süreç Otomasyonlarını kullanarak aylık yaklaşık 450 saatlik dijital iş gücü kazanımı sağladık. Evrak süreçlerini dijitalleştirerek dijital arşiv sürecine başladık böylece kağıt ve kargo poşeti israfını önleyerek sürdürülebilirliğimize katkı sağladık.”

## BAHAR TURA: “ÇALIŞANLARIN GELİŞİMLERİNİ İZLEMİYİ SÜRDÜRECEĞİZ”

“2022 yılı içinde uyguladığımız envanterler, eğitimler ve gelişim programları sayesinde yetenek havuzumuzda yüzde 350’den fazla büyüme elde ettik. 2023 yılı itibarıyla şirket çalışanlarımızın yüzde 20’si bu havuz içerisinde yer alıyor. Önümüzdeki süreçte de var olan çalışmalarımızı geliştirirken, kurum içi insan kaynağının performanslarını ve potansiyel kriterlerini ölçmek için farklı kariyer ve eğitim programlarını hayata geçirmeyi planlıyoruz. Şirketimizin ihtiyacı olan yönetici kadrolarını oluştururken sağlıklı ve bilinçli seçimler yapabilmek için yetenek havuzu programlarıyla çalışanların gelişimlerini doğru bir yöntemle izlemeye devam edeceğiz. Bu çalışmalarla çalışanlarımızın hem özel hem de iş hayatında daha verimli, mutlu, üretken bir seviyeye ulaşmaları için yönetsel ve davranışsal yetkinliklerini geliştirecek fırsatları sunacağız.”



## Enerji verimliliği için uzun soluklu adımlar!

*Sektörde bir ilk olan bayilik sistemi Carrefour ve Sabancı markalarının gücünü yansıtıyor.*

CarrefourSA Yatırım, Franchise ve Satın Alma Genel Müdür Yardımcısı  
*Bulut Batum*

**C**arrefourSA çatısı altında Yatırım, Franchise ve Satın Alma Genel Müdür Yardımcılığı sorumluluk alanları; bayilik yapılanması, CarrefourSA çatısı altındaki tüm enerji yatırımları ve idari satın alma süreçlerini kapsıyor. Özellikle pandemi döneminde sektörde ilk kez hayata geçirilen bayilik sisteminde 'Herkes Kazansın' anlayışıyla Türkiye'nin farklı illerindeki girişimci ve yatırımcılar CarrefourSA çatısı altında bir araya geldi. "Bugün 55 ilde 350'den fazla bayimiz bulunuyor. Sistemin en büyük avantajı esnaf ve girişimcinin CarrefourSA'nın hem uluslararası Carrefour hem de Sabancı markasının gücünü arkasında hissetmesi" diyen CarrefourSA Yatırım, Franchise ve Satın Alma Genel Müdür Yardımcısı Bulut Batum, ekledi: "Ürün ve stok yönetimi, IT sistemleri, lojistik süreci, tasarım ve muhasebe gibi tüm konularda esnafımıza destek vererek, bulunduğu bölgede doğru ürünü, CarrefourSA kalite ve güvencesiyle müşterilerine sunmasını sağlıyoruz."

CarrefourSA'nın enerji ve otomasyon yatırımları ise hem iş süreçlerinin hem de gıdanın ve yaşamın sürdürülebilirliği için odak noktası. Organize perakende; tüketici beklenti ve alışkanlıklarına, enflasyona ve dijitalleşmeye bağlı olarak çok hızlı değişim ve gelişim gösteren bir sektör. Sektörde rekabet de yüksek. "Doğrusu CarrefourSA'da diyerek müşterilerimize doğru ürünü, doğru üreticiden alarak doğru kalitede ve doğru fiyatla ulaştırmaya çalışıyor, mağazalarımızda ve tüm iş süreçlerimizde yoğun enerji kullanıyoruz" açıklamasını yapan Bulut Batum, enerji odaklı çalışmalarını şöyle anlattı:

### **Enerji tedariginde çeşitlilik**

"Enerji verimliliği çalışmalarına özellikle son 2 yıl içerisinde daha fazla yoğunlaştık. Hedefimiz; hizmet kalitemizi artıracak şekilde verimli enerji kullanımını sağlamak, operasyonel alanlardaki enerji tüketimimizi ve çevresel etkilerimizi en aza indirmek. Enerji tedarigini finansal verilere, sürdürülebilirliğe ve ticari faaliyetlere etkisi nedeni ile stratejik satın alma kategorilerimiz içinde



yönetiyoruz. Verimliliğe yönelik çalışmaları sürekli gündemimizde tutuyor ve buna yönelik aksiyonlar alıyoruz. Teknoloji ve dijitalleşme araçlarının kullanımı bu aksiyonlarımıza hız kazandırmakta. Enerji tedarikimizi hem tedarikçi hem tedarik kanallarını çeşitlendirerek yapmaktayız. Böylece gelişmeler karşısında çevik kararlar alabilir ve maliyetlerimizi etkin yönetirken, arz güvenliği de garanti altına alınmakta.”

Dijitalleşme, müşteri beklentileri, talep ve ihtiyaçların değişmesi tüm sektörlerde olduğu gibi organize perakende sektöründe de köklü bir değişimi beraberinde getiriyor. Bu yüzden iş süreçlerinde teknoloji ve dijitalleşme büyük rol oynuyor. “2023 yılı ve sonrasında temel büyüme planı olan bayilik sistemimizde de dijitalleşmeyi her alanda kullanmaya çalışıyoruz” diyen Bulut Batum, detayları şöyle açıkladı:

#### **Bayiler için uçtan uca mimari**

“Dijital bir yapı üzerine kurduğumuz ürün ve stok yönetimi, IT sistemleri, lojistik süreci, tasarım ve muhasebe gibi tüm konularda esnafımıza destek vererek, bulunduğu bölgede doğru ürünü, CarrefourSA kalite ve güvencesiyle müşterimize sunmasını sağlıyoruz. Bayilerin tek noktadan tüm süreçleri yönetebilmesi için tasarladığımız CarrefourSAisortagi.com uygulamasıyla, bayilerimizin ürün tedarikinden satışına, anlık raporlamadan limit kontrolüne ve ödeme gibi ihtiyaç duyduğu tüm hizmetleri multi-channel teknolojisi ile sağlıyoruz.”

Enerji Verimliliği Projesi kapsamında şu ana kadar CarrefourSA'nın 100 milyon TL'lik yatırımı var. Önümüzdeki dönemde bu alana 100 milyon TL'lik bir kaynak daha ayırmak hedefleniyor. İnce detaylar baz alınarak hayata geçirilen proje hakkında Bulut Batum, şu değerlendirmeleri yaptı:

“Proje öncesinde CarrefourSA'nın 750 mağazasında yılda yaklaşık 180.000.000 kWh elektrik tüketimi tespit ettik.

3 fazdan meydana gelen projenin birinci fazını 2021 Mayıs'ında 73 mağazamızda pilot olarak başlattık. Sadece iklimlendirme otomasyonunda 2.568.000 kWh enerji tasarrufu elde ettik, ki bu da bu 73 mağazanın yıllık toplam elektrik tüketiminin % 11,8'ini kapsıyor. 2022 Mart'ında başlattığımız ikinci fazda 276 mağazamızda bulunan LED aydınlatma dönüşümünü dahil ettik ve 6.600.000 kWh'lik bir tasarruf elde ettik. 3. fazda ise plot olarak belirlenmiş 100 mağazamızda uçtan uca izleme ve otomasyonla enerji tüketen tüm sistemlerimizi uzaktan takip ve kontrole aldık. CarrefourSA'ya özgü geliştirilen algoritmalarla gıda güvenliği ve konfor şartlarından ödün vermeden otomasyon senaryoları belirleniyor ve anlık takipleri yapılıyor. Şu ana kadar enerji tasarruf oranımız 10.500.000 kWh ve 6,82 tCO2e karbon ayak iziyle 750 mağazanın toplam tükettiği enerjinin %5,84'üne denk geliyor. Projemizi tüm mağazalarımızda uygulamayı hedefliyoruz. Böylelikle yılda 30 milyon kWh'dan fazla enerji tasarrufu gerçekleştirebileceğiz.”

## **BULUT BATUM: “TÜM MAĞAZALARIMIZ ENERJİDE DİJİTALLEŞECEK”**

“Kendi mağaza yatırımlarımıza devam ederken, bayilik sistemini de büyütmeye devam ediyoruz. Hedefimiz 2023 sonunda 350, 3 yılın sonunda ise 1000 bayiye ulaşmak. Enerji yatırımları tarafında ise hedefimiz tüm mağazalarımızı enerjide dijitalleşme projemize dahil etmek, Güneş enerjisinden sağladığımız kullanım sıcak suyu ve yerinde elektrik üretimi kapasitelerimizi artırmak. Bir adım ötesinde fizibilite aşamasında olan projemiz ise elektrik tüketimimizin önemli bölümünü ‘arazi GES’ yatırımları ile temiz enerji kaynağından sağlamak. Bu sayede önleyeceğimiz karbon miktarı da önemli seviyede olacak.”



## Yepyeni projeler, sektöre yön verecek

*Müşteriyi, rotasını ve taleplerini tüm kanallarda kesintisiz takip eden CarrefourSA, kesintisiz müşteri memnuniyetine imza atıyor.*

CarrefourSA Tedarik Zinciri, E-Ticaret, CRM ve Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı  
*Burçin Çelik*

**P**erakende sektöründe tedarik zinciri yönetimi, e-ticaret, müşteri ilişkileri yönetimi (CRM) ve pazarlama stratejileri büyük öneme sahip. Tedarik Zinciri, E-Ticaret, CRM ve Pazarlama alanında hayata geçirilen tüm yatırım ve çalışmalar değişen pazar koşullarına uyum sağlamak ve büyüme planları için kritik. Türkiye’de 30. yaşını kutlayan CarrefourSA için de bu alandaki her çalışma büyük önem taşıyor. Bu dört başlık, işi en doğru şekilde yapabilmek için birbirini tamamlayıcı bir rol oynuyor. CarrefourSA Tedarik Zinciri, E-Ticaret, CRM ve Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı Burçin Çelik, bu yorumunu şöyle detaylandırdı:

“Etkili bir tedarik zinciri yönetimi, müşteri talebini karşılayan ve hızlı teslimat sağlayan bir e-ticaret platformu, müşteri ihtiyaçlarına odaklanan bir CRM stratejisi ve etkili pazarlama çalışmaları ile ortaya koyduğumuz kusursuz müşteri deneyimi marka sadakati, pazarda rekabet avantajı ve marka bilinirliği sağlıyor. Yıl boyunca gerçekleştirdiğimiz müşteri anketleriyle

tüketici davranışlarını, mecra tüketim alışkanlıklarını ve eğilimlerini analiz ediyoruz. CRM datamıza düzenli periyotlarda gönderdiğimiz bu anketlerle müşterimizi daha iyi tanıyor, ihtiyaç ve beklentilerini analiz ederek içerik ve kampanyalarımızı doğru mecraya karması ile kurgulayarak onlara ulaşıyoruz. Anketlerimiz aracılığıyla müşterilerimizin tavsiye ve memnuniyet skorlarını ölçümlüyoruz, ilgili birimleri tetikleyerek sürekli gelişim sağlıyoruz. Bu gelişimi tavsiye ve memnuniyet skorlarında yaşanan iyileşmeler ile gözlemleyebiliyoruz.”

### **En doğru alışveriş deneyimi**

Dijitalleşmenin hayatımızdaki etkileri önem kazanırken, yeni nesil için de CarrefourSA’da önemli projelere imza atılıyor. Bu kapsamda kurdukları yenilikçi ekipler ile fiziksel mağazalardan online alışveriş kanallarına kadar tüm iş süreçlerini dijitalleşme odaklı sürdürdüklerini vurgulayan Burçin Çelik, şu vurguyu da yaptı: “Birebir müşteriye temas eden bir sektör olarak dijitalleşmeyi öncelikle müşterilerimizin en doğru ve konforlu alışveriş deneyimini yaşaması için kurguluyoruz.”

Organize gıda perakende sektöründe fiziksel mağazacılık etkisini sürdürürken, e-ticaret kanalında da yükseliş var. “Biz de “müşterinin iletişim kurmak istediği yerde olmalıyız” mottosuyla yeni iletişim kanallarımızı da stratejimiz içerisine entegre ettik. İletişim ve destek birimlerimizi yeniden yapılandırarak tamamen müşteri geri bildirim ve taleplerine hızlı çözüm bulmak üzerine odaklandık” diyen Burçin Çelik, sürece dair şu paylaşımı yaptı:

### Müşteriye ‘tek platformda yönetim’ avantajı

“2022 Temmuz’unda 9.1 saat olarak gerçekleşen “Ortalama Çözüm Süresi”, 2023’ün aynı döneminde 6.5 saat olarak gerçekleşti. Dijital ve teknolojik altyapımızla buradaki gelişimi müşteri iletişim trend ve eğilimleri doğrultusunda yönetiyoruz. Bulut santral ile tüm iletişim kanallarını entegre omni-channel iletişim döngüsü yapısına kavuşturduk. Müşteri stratejimizde tüm sosyal medya kanallarını da ulaşmak istediğimiz hedef kitleye uygun bir stratejiyle yönetiyoruz. Bu kapsamda CarrefourSA Online Market mobil uygulamamızı yeniliyor, müşterilerimizin kampanya katılımlarını kolaylaştırıyoruz. CarrefourSA Kart sahibi müşterilerimiz tüm kampanyaları ve kendilerine özel faydaları tek platformdan yönetebilecek ve tüm kampanyaların durumlarını, kampanya geçmişlerini, kendilerine özel fayda kodlarını, CarrefourSA puanlarını ve bozuk para olarak biriktirdikleri varlıkları mobil uygulamamız üzerinden görebilecekler. Tüm bu gelişmiş dijital pazarlama kanalları ile özelleştirilmiş deneyimleri sunarak ihtiyaç ve beklentilerini karşılıyoruz. Hem Online Market uygulamamızdan hem de carrefoursa.com web sitemizden gelen müşterilerimizi analiz ediyor, günlük detaylı ölçümlerle alışveriş deneyimlerini iyileştirmek üzerine çalışıyoruz. Yapay zekâ teknolojilerinden de yararlanarak her bir müşterimizin hangi ürünü, hangi tarihte tercih edebileceği üzerine tahmin geliştirirken, bu analiz ve tahminler doğrultusunda

kampanya çalışmalarımızı gerçekleştiriyoruz. Web sitesinde yer alan “Müşteri Deneyimi Portalı (Customer Echoes)” ile müşterilerimizin çağrı merkezini aramaksızın bildirim oluşturmasına ve bildirimini hangi aşamada olduğunu takip edebilmesine olanak tanıyoruz. E-ticaret kanallarımızda engelleri kaldırmak adına Blindlook ile gerçekleştirdiğimiz iş birliğinde görme engelli müşterilerimizin de alışveriş süreçlerini kolaylaştırıyoruz.”

## BURÇİN ÇELİK: “DOĞRU VE KAPSAMLI ENTEGRASYON FARK YARATIYOR”

“Tedarik zincirini doğru kullanma ve yönetme alanında da dijitalleşme büyük öneme sahip. Doğru ürünün doğru zamanda, doğru yerde ve doğru miktarda olmasını sağlamak müşteri memnuniyetini sağlamak için kritik. Türkiye genelinde 14 farklı depoda toplam 158.593 metrekarelik bir alanı doğru yönetmek için siparişten faturalamaya tüm süreçleri rota optimizasyon sistemimiz ile takip ediyoruz. Araç takip sistemleri ve rota optimizasyonları arasında kurduğumuz entegrasyon ise gerçek zamanlı takip ve raporlamalar yapmamızı sağlayarak iş süreçlerimizi kolaylaştırıyor. Tüm bu gelişen teknolojiler ve yeni dünya düzeninde CarrefourSA’yı teknoloji alanında sektörün lideri haline getirmek adına çalışmalarımız devam ediyor. Bu kapsamda farklı teslimat seçenekleri ile önceliği çevrenin korunmasına vererek sürdürülebilirlik, B2B, omni-channel ve dijital mağazalar alanında yeni altyapı yazılımlarımızla geleceğe hazırlanıyoruz. Bu alanlarda devam eden ve yayına almaya hazırlandığımız çok sayıda projemizi yakın zamanda kullanıma sunacağız.”





## Müşteri beklentileri belirleyici

*CarrefourSA ürün kategorileri, müşterilerin talep ve ihtiyaçları paralelinde sürekli güncelleniyor, geliştiriliyor.*

CarrefourSA Satın Alma Kategori Genel Müdür Yardımcısı  
Murat Dinçer

**C**arrefourSA, “Doğrusu CarrefourSA’da” söylemi ve “Yeni Nesil Market” anlayışıyla müşterilerinin ihtiyaç duydukları tüm ürünleri tek bir noktadan karşılamalarını sağlama hedefiyle doğru ürünü, doğru üreticiden doğru fiyata raflara taşımaya önem veriyor. Türkiye’de 55 ilde Hiper, Süper, Gurme, Mini konseptlerinde 1000’den fazla mağaza ve CarrefourSA Online Marketi ile 5 farklı konseptte hizmet veriliyor. Taze ve kuru gıda başta olmak üzere tekstil, elektronik, temizlik, kişisel bakım, beyaz eşya, züccaciye, kitap, hazır giyim ve kırtasiye ürünlerini kapsayan geniş bir yelpazede 50 binden fazla ürüne CarrefourSA raflarında yer veriliyor. CarrefourSA Satın Alma Kategori Genel Müdür Yardımcısı Murat Dinçer, “Ürün kategorilerimizi müşterilerimizin talep ve ihtiyaçları doğrultusunda sürekli olarak güncellemekle birlikte, trendleri takip ederek yeni ürün ve deneyimleri de müşterilerimize sunuyoruz” bilgisini verdi. Murat Dinçer, farklı mağaza konseptlerine göre kategorilerin de değişkenlik gösterdiğine dikkat çekti ve detayları şöyle anlattı:

### **Dinamik ürün çeşitliliği**

“Hipermarket konsepti büyük bir konsept olduğu için müşterilerimizin talep ettiği bütün ürün gruplarını buldurmaya özen gösteriyoruz. Süper, Mini gibi daha küçük formatlı mağazalarımızda ise mağazanın bulunduğu bölgenin ihtiyaçlarına göre özelleştirilmiş ürün gruplarına çalışıyor ve dinamik bir ürün çeşitliliği sunuyoruz. Örneğin; turizm bölgeleri için plaj, deniz malzemeleri gibi ürünlere ağırlık verirken, hastanelerdeki mağazalarımızda maske, eldiven gibi ürün gruplarına mutlaka yer veriyoruz. Gurme konseptinde ithal ve yöresel niş ürünlere ağırlık veriyor; otel ve restoranlar için de ev dışı tüketime uygun farklı ürün çözümleri sunuyoruz. E-ticaret operasyonumuz ise daha geniş bir ürün grubuna hizmet ediyor. Fiziksel mağaza süreçlerinin stok, depolama, tedarik gibi süreçlerinden bağımsız olarak, e-ticaret üzerinden çok daha geniş bir yelpazede ürün sunabiliyor ve tüm Türkiye’ye hizmet verebiliyoruz. Sunduğumuz ürünler içinde bizim için en önemli grupların başında ise öz markalı ürünlerimiz geliyor. Carrefour, Carrefour Discount, Carrefour Selection, Carrefour Eco

Planet, BIO Organik ve DTC Ekmek marklarımız altında gıda ve gıda dışı 600'den fazla ürünü müşterilerimize CarrefourSA güvencesiyle sunuyoruz.”

### **Doğru konumlandırma, bağları güçlendiriyor**

Müşterilerin ihtiyaçlarını karşılayabilmek adına doğru kategorilerin oluşturulması CarrefourSA'da işin en önemli adımı. Bunun yanı sıra Murat Dinçer'in belirttiği gibi, müşterinin doğru yönlendirilmesi, ürün farkındalığının artırılması ve pazarlama stratejilerine olan katkısı süreçte önemli bir yer tutuyor. Doğru kategorilerin oluşturulması sektörde rekabet avantajı sağlarken, müşteri deneyiminde de alışveriş sürecini iyileştiriyor. “Doğru konumlandırılan ürün kategorisi, müşteri ve marka arasındaki bağı da güçlendirilmesini sağlıyor” vurgusunu yapan Murat Dinçer, şu bilgiyi paylaştı:

“Bu bakış açısıyla üretim ve üretici arasındaki bağı sağlayan satış organizasyonunu besleyen en önemli kaynak kategori yönetimi. Dolayısıyla kategori yönetimi, şirketin vizyonunu ve gideceği noktayı belirleyen bir yapı içerisinde çalışıyor. Kategori yönetiminin en önemli sorumluluklarından biri de değişen müşteri beklentileri ve ihtiyaçlarından yola çıkarak dinamik bir kategori yönetiminin sağlanmasının yanı sıra her gün daha uygun fiyatlı ve daha kaliteli ürünlerin müşteriye sunulması.”

## **MURAT DİNÇER: “DOĞRU ÖLÇÜM, SAĞLIKLI BİR SÜREÇ DEMEK”**

“Stok, sipariş yönetimi; satış, reyon ve ürün performanslarının incelenmesi ile bunlara göre aksiyon alınması noktasında bilgi teknolojilerinden büyük ölçüde faydalanıyoruz. 50 bin ürün, 1000'den fazla mağaza ve günlük 500 bin müşteri kombinasyonunu baz aldığımızda, bunların doğru ölçümlenmesi ve değerlendirilmesi hem stokların doğru yönetilmesi hem de ürün bulunurluğunun sağlanması açısından çok önemli. Tüm bu kombinasyonları her mağazaya ayrı ayrı uygulamak mümkün olmadığından bilgi teknolojilerinden faydalanarak en optimum formülü üretmeye çalışıyoruz. Konuyu sadece mağaza odağında ele almıyoruz. Ürünün izlenebilirliğinin sağlanması için de teknolojik uygulamalardan faydalanıyoruz. Ürün yolculuğunu doğru şekilde takip etmek ürünün raf ömrünü uzattığı gibi doğru bir tedarik zinciri sağlamak adına da bize önemli göstergeler sunuyor. Doğru işleyen bir tedarik zinciri ürünün ömrünü ve evde saklanma süresini uzatacaktır. Böylece daha geniş bir bakış açısıyla atık yönetimine ve ekonomiye kazandırılmasına da fayda sağlayacaktır. Perakendecilikte zamanın doğru yönetilmesi için dijital fonksiyonlar çok önemli bir araç.”



# Öncelik; müşterilerle kurulan kalıcı bağları pekiştirmek

*CarrefourSA, müşteri deneyimini geliştirerek aradıkları ürün ve hizmetleri tek çatı altında buluşturmak için yeni projeleri hayata geçiriyor.*

CarrefourSA Satış Genel Müdür Yardımcısı  
Şenol Arpacı

**C**arrefourSA, doğru ürünü, doğru üreticiden alarak doğru hizmet anlayışı ile doğru kalite ve fiyata müşteriye ulaştırma hedefiyle ilerliyor. CarrefourSA çatısı altında Hiper, Süper, Mini, Gurme mağaza formatları ve Online Market ile hizmet veriliyor. Ayrıca mağazalarda yer alan Lezzet Arası restoranlarıyla müşterilere market içi gastronomik bir deneyim sunuyor. CarrefourSA Satış Genel Müdür Yardımcısı Şenol Arpacı, "Kurumsal Satış kanalımızda kurumsal müşterilerimizin çalışanlarının, satış kanallarının ve müşterilerinin motivasyonlarını ve bağlılıklarını kuvvetlendirerek performans artışı sağlayacakları özel kart hizmet çözümleri de sunuyoruz" eklemesini yaptı. Şenol Arpacı, her gün binlerce insanın hayatına dokunan bir marka olarak müşteri memnuniyetini sağlamak için büyük bir özveri ve dikkatle çalıştıklarına dikkat çekti. Türkiye'nin köklü organize gıda perakende şirketlerinden biri olan CarrefourSA'da müşteri sadakati ve memnuniyetini en önemli öncelikleri olarak gösteren Şenol Arpacı, ekledi: "Bu yüzden müşterilerimizin ihtiyaçlarını anlamak, müşterinin

deneyimini geliştirerek benzersiz kılmak ve aradıkları ürünlerle hizmetleri tek çatı altında buluşturmak için çalışmalarımıza ve yeni projeleri hayata geçirmeye devam ediyoruz."

## **Sektörde rekabet ortamını korumak esas**

Şenol Arpacı, müşteri deneyimini, operasyonel hedefleri, satış hacmini, kârlılığını ve büyümeyi destekleyecek proje ve planlamalarla, çalışmalarına kategoriden İK'ya, pazarlamadan IT'ye kadar ilgili tüm birimler ile koordineli bir şekilde çalışarak devam ettiklerinin altını çizdi. Stok yönetimi ise organize gıda perakendesini için en önemli kriterlerin başında geliyor. Etkin bir şekilde takip edilen stok yönetimi sayesinde müşterilerinin ihtiyaç duydukları ürünlere ihtiyaç duydukları anda ulaşmalarını sağlayıp, gereksiz ürün stoklarından da kaçındıklarını söyleyen Şenol Arpacı, devam etti:

"CarrefourSA çatısı altında her adımımızda doğrusunu yapmayı önceliğimiz haline getirdik. Bu kapsamda sorumluluğumda bulunan tüm alanlarda takım ruhu,



planlama, çeviklik, odaklanma, cesaret de başarıya ulaşmamızda sahip olmamız gereken unsurlar olarak öne çıkıyor. Satış kategorisinde başarıyı getiren kriterler arasında yer alan fiyatlandırma ve ürün çeşitliliği açısından CarrefourSA olarak titiz bir çalışma gerçekleştiriyoruz. Doğru fiyat politikası bizim için çok önemli. Burada hayata geçirdiğimiz uygulamalarla sektördeki rekabet ortamını da koruyarak, müşterilerimizi de 50 binden fazla ürünün bulunduğu ürün yelpazemizle ihtiyaç duydukları tüm ürünleri uygun fiyatlarla buluşturuyoruz.”

### Örnekler git gide artıyor

Tüm sektörlerde olduğu gibi organize gıda perakende sektörü de dijitalleşme alanında son yıllarda önemli ve büyük bir dönüşüm yaşadı. Bilişim teknolojilerinden faydalanarak verimlilik, müşteri memnuniyeti ve rekabet avantajını sağlamak için önemli çalışmalar hayata geçiriliyor. IT ekipleriyle birlikte hayata geçirdikleri projeler arasında sektörde bir ilk olan ‘drone ile sipariş teslimat’ hizmetini örnek gösteren Şenol Arpacı, “Göcek’te bulunan Mavi isimli tekne marketimizde 2023 yazı itibariyle teknelerindeki müşterilerimize siparişlerini drone ile teslim etmeye başladık” detayını paylaştı. Şenol Arpacı, “2023 yılında Taksim’de kesintisiz hizmet sağlayan market otomatı projemiz olan 7/24 Marketimizi hayata geçirmiş olduk” eklemesini yaptı ve örnekleri şöyle çeşitlendirdi:

“Mağazalarımızda dijitalleşme kapsamında hızlı kasa yayılımına devam ediyoruz. Hızlı kasa sayımız toplam kasa parkımızın içerisinde %15’lik paya sahip. Müşterilerimizin de yüksek ilgi gösterdiği hızlı kasalarımız mağazalarımızda çalışan verimliliğine katkı sağlamakla birlikte müşterilerimize de kolaylık sağlıyor. 2023 ile birlikte mobil kasa uygulamamız ile mağaza kasa hizmet süresinin kalite ve hızını yükseltmeye devam ettik. Kasalarımızdaki hizmet kalitesi kapsamında QR kod ile kartlanma süreci ile müşterilerimizin daha hızlı ve pratik şekilde kartlanmasını sağlıyoruz. Değişen ve gelişen yeni nesil ödeme yöntemlerini kasa sistemlerimize entegre ederek müşterilerimize her zaman daha yenilikçi hizmetler sunmayı amaçlıyoruz. Meyve Sebze reyonumuza konumlandığımız dijital self terazilerimiz

ile hem önemli bir dijitalleşme hem de verimlilik yakalamayı başardık. Mağazalarımızda yaygınlaştırmaya devam ettiğimiz dijital ekranlar ile müşteri iletişimimizi güçlendirmeye devam ediyoruz.”

### Anlık takip imkanı fayda sağlıyor

CarrefourSA satış ekibinin son dönemde hayata geçirdiği en önemli projelerden biri de ‘yalın yönetim’ projesi oldu. Mevcut süreçler analiz edilerek iş yapış şekilleri optimize edildi. Optimizasyon çalışmalarında IT geliştirmeleri ile iş yapış şekillerinde verimlilik alanları yaratılmış oldu “Özellikle IT ekiplerimiz tarafından geliştirilen Mağazacılık Dashboard ve C-Mobil uygulaması en aktif olarak kullanılan uygulamalarımız arasında” bilgisini veren Şenol Arpacı, şu eklemeyi yaptı:

“Mağazacılık Dashboard geliştirmesi ile tüm mağaza, bölge ve formatlar kapsamında KPI bazlı performans göstergelerinin şirket içerisinde ulaşılabilir ve anlık olarak takip edilebilir olmasını sağladık. C-Mobil uygulaması ile mağaza uygulamalarına ek olarak, kontrol formları, RBS kontrolleri sistematiği, ekiplerimizin fikir önerileri ile müşteri geri bildirimlerini dijital sistemler üzerinden toplayabilme fırsatı yakaladık.”

## ŞENOL ARPACI: “TÜM BİRİMLERLE GÜÇLÜ İŞ BİRLİĞİMİZ VAR”

“Satış işin merkezi. Bu nedenle diğer bütün iş birimleri ile koordineli ve sürekli çalışmamız gerekiyor. Doğru hizmeti sağlayabilmek, çalışan motivasyonunu sağlamak, yenilikleri takip etmek, projeleri geliştirmek, ürünleri ve hizmetleri müşteri ihtiyaç ve isteklerini karşılayacak şekilde temin etmek adına İK’dan kategoriye, pazarlamadan IT’ye tüm birimlerle yakın temas ve iş birliği içerisindeyiz. Sonuç olarak iş birimleri arasındaki iş birliği ve yalın yönetim uygulamaları sayesinde müşteri odaklı bir yaklaşım benimsemiş ve tüm mağazalarda verimlilik ve müşteri memnuniyetini artırmayı başarmış durumdayız.”



## İş birimleri analitikle katma değer sağlıyor

*Finans, hukuk ve risk alanlarında dijital veri analitiği, CarrefourSA'da iş süreçlerinin sağlıklı işleyişinde önem taşıyor.*

CarrefourSA Finans, Hukuk ve Risk Genel Müdür Yardımcısı  
Sevgül Karadağ

**C**arrefourSA'nın sağlıklı ve başarılı bir şekilde faaliyet gösterebilmesi adına finans, hukuk ve risk üçlüsü birbiriyle entegre ve sürekli etkileşim içinde değerlendiriliyor. Bu kapsamda finans, hukuk ve risk alanlarının dijital dönüşüme uyum sağlaması ve bu alanlarda dijital araçların etkin bir şekilde kullanılmasına özen gösteriliyor. Şirketin başarılı ve sürdürülebilir şekilde büyümesi, büyürken rekabet gücünü de artırabilmesi için risklerin değerlendirilmesi, yönetilmesi, hukuki gereklilikleri ve finansallarıyla uyum içinde olması da önemli. CarrefourSA Finans, Hukuk ve Risk Genel Müdür Yardımcısı Sevgül Karadağ'a göre, sağlanan bu uyum dijital bir bakış açısıyla birleştirildiğinde, iş süreçlerinin performansının artmasından şirketin itibarının ve güvenilirliğinin korunmasına kadar birçok başlıkta önemli bir rol üstleniyor. Birbirinden farklı gibi gözükse de başarı için birbirine bağlı olan bu üç alanın temel benzerliklerini Sevgül Karadağ şöyle anlattı:

### **Yönetim ve bilgilendirme önem taşıyor**

"Stratejik planlamamızın her adımında finans, hukuk ve risk departmanlarımız birlikte çalışıyor. Finans

departmanı; mali hedeflerin belirlenmesine ve bütçeleme süreçlerine katkıda bulunurken, Hukuk departmanı; yasal düzenlemeleri takip ederek şirketin bu düzenlemeler ile uyumlu kalmasını sağlayarak yasal riskleri yönetiyor. Risk departmanı ise şirketin risk profilini analiz edip risk yönetim stratejilerini geliştiriyor. Her üç departman da şirketin şeffaflığını ve yasal uyumunu sağlamak için iş birliği yapıyor. Finans, hukuk ve risk departmanları, şirketin kriz anlarında bir araya gelerek ortaya çıkan sorunları ele alıyor ve kriz yönetim stratejileri geliştiriyor. Finans, hukuk ve risk departmanlarının hepsi analitik düşünme becerilerine sahip alanlar olduğu için ortak kesişim noktaları bulunuyor. Finans departmanı, finansal verileri analiz ederek şirketin mali durumunu değerlendirip gelecekteki performansını tahmin ederken; Hukuk departmanı, yasal metinleri ve düzenlemeleri anlamak için analitik yeteneklere ihtiyaç duyuyor ve hukuki durumları analiz ediyor. Risk departmanı ise potansiyel riskleri değerlendirmek ve yönetmek için analitik becerilerini kullanıyor. CarrefourSA'nın tüm iş süreçlerinde olduğu gibi hukuk, finans ve risk departmanlarında da iletişim becerisi büyük öneme sahip.

Şirketin mali durumu hakkında diğer departmanlarla ve yatırımcılarla etkili iletişim kurmak finans departmanı için ne kadar önemliyse, hukuk departmanı da yasal konularda diğer çalışanlarla ve şirketin dışındaki taraflarla iyi bir iletişim kurmaya özen gösteriyor. Bu çerçevede risk departmanı da riskler ve risk yönetimi stratejileri hakkında şirketin yöneticilerine ve ilgili paydaşlara raporlarını doğru bir iletişim ile sunarak süreçleri sorunsuz bir şekilde yönetiyor. Finans, hukuk ve risk alanlarında dijital veri analitiği, büyük veri analizi ve yapay zekâ gibi teknolojilerin kullanılması, daha iyi kararlar almak ve iş süreçlerini iyileştirmek için önemli bir rol oynuyor. Dijital dönüşüm, departmanlar arası iletişimi ve iş birliğini kolaylaştırıyor. Bu yüzden dijital platformları kullanan bu üç alan da daha hızlı ve verimli bir şekilde bilgi paylaşarak iş birliği gerçekleştirebiliyor.”

#### **Finansal sağlık için güncellik önem taşıyor**

Sevengül Karadağ'ın da belirttiği gibi, sürekli değişen finansal dünyada güncel bilgilere ve son trendleri yakalayarak bunları kurumun iş süreçlerine uygun hayata geçirmek, CFO'nun doğru kararlar almasına ve şirketin uzun vadeli başarısını sağlamasına yardımcı olan anahtarlar. “Şirketin finansal sağlığını korumak ve başarısı için kritik öneme sahip olan bu görev sorumluluğunda kendimi güncel tutmak finans, hukuk ve risk alanlarında yaşanan değişikliklere ve gelişmelere adapte olmamı sağlıyor” diyen Sevengül Karadağ'a göre, bu da şirketin uzun vadeli başarısını destekliyor. Bu kapsamda finansal alanın sürekli değişen dünyasında güncel kalmak için pek çok eğitim ve gelişim fırsatları bulunuyor. Mesleki sertifikalar, seminerler, web seminerleri ve iş dünyasındaki diğer profesyonel organizasyonların etkinlikleri ile güncel bilgileri edinebilmek mümkün. “Bunlara ek olarak, şirketin faaliyet gösterdiği, sektörün ve küresel finansal piyasaların durumunu izleyerek analiz etmeye özen gösteriyorum. Haberler, raporlar, ekonomik veriler ve sektör analizleri güncel durumu değerlendirmeme yardımcı olabiliyor” bilgisini veren Sevengül Karadağ, kişisel gündem ve yetkinlik takibi adımlarını şöyle anlattı:

“Diğer finans profesyonelleri, sektör uzmanları ve danışmanlarla iş birliği yaparak bilgi ve deneyim paylaşımında bulunurken, finansal topluluklar ve organizasyonlara katılım, güncel trendleri ve en iyi uygulamaları sonsuz bir öğrenme alanı olan finans dünyasında günceli yakalamama yardımcı oluyor. Tüm bu gelişim ve değişimlerin ekseninde dijital teknolojileri de

aktif bir şekilde kullanmaya özen gösteriyorum. Dijital dünyadaki trendleri ve finans sektöründeki inovasyonları izleyerek hizmet verdiğim kurum için faydalı uygulamaları değerlendiriyor ve iş süreçlerimize adapte ediyorum. Finansal teknolojideki gelişmeler de hızla ilerlemeye devam ediyor. CFO'lar, finansal süreçleri otomatize eden ve veri analizini kolaylaştıran yeni teknolojileri takip ederek, finansal analiz ve raporlama süreçlerini kolaylaştıracak teknoloji ve yazılımları kullanarak şirket verimliliğini artırmayı odağına almalı. Bu yenilikçi çözümler, rekabet avantajını da artıracaktır.”

## **SEVENGÜL KARADAĞ: “ETKİN VE SAĞLIKLI İLETİŞİM OLMAZSA OLMAZIMIZ”**

“CFO'nun görev tanımı şirketin finansal stratejisini belirlemek ve finansal hedeflere ulaşmak için planları hayata geçirmek. Ancak bunu yaparken, her stratejimizin diğer departmanlar ile uyumlu olmasını sağlamakla yükümlüyüz. Bir şirkette hayata geçirilen finansal planlar, tüm departmanların çalışmalarını desteklemeli ve şirketin ortak amacına yönlendirmeli. Şirketin dijital dönüşüm stratejilerinin oluşturulması ve yönetilmesinde de önemli bir rol oynuyor. Dijital teknolojilerin etkin kullanılması, finansal verimliliğin ve şirketin rekabet gücünün artmasında, iş süreçlerinin optimize edilmesinde de kilit bir noktada. CFO ekibi olarak şirketin finansal durumunu düzenli olarak izleyip raporlayarak, yöneticilere ve diğer departmanlara şirketin performansı hakkında önemli bilgiler sunuyoruz. Bu bilgiler, diğer departmanların kararlarını ve stratejilerini şekillendirmede yardımcı oluyor. Tüm bu strateji ve riskler şirketlerin finansal sağlığını ve istikrarını etkileyebiliyor. CFO da bu noktada doğru risk yönetimi ile şirketin finansal güvenliğini korumada ve diğer departmanların operasyonel hedeflere ulaşmasında önemli rol oynuyor. Özellikle siber güvenlik ve veri ihlalleri gibi dijital riskleri etkin yönetmeye odaklanıyor. Bu süreçlerin plan ve kontrol aşamalarında olmazsa olmazımız ise etkin ve sağlıklı iletişim. Hayata geçirdiğimiz bu iletişim sayesinde diğer departmanlarla doğru bir iş birliği sağlayarak, şirketin genel stratejisiyle uyumlu finansal çözümler sunuyoruz. Bu da, şirketin bütünsel bir bakış açısıyla yönetilmesine katkıda bulunuyor.”





## İş sürekliliğinin temeli güçlü ağ mimarisi

*CarrefourSA'da ağ mimarisi; ihtiyaçlara ve güncel teknolojilere göre sürekli gelişen, kendini yenileyen bir yapıya sahip.*

CarrefourSA Bilgi Teknolojileri - Sistem Network Operasyon Grup Müdürü  
Harun Akdoğan



**B**ilgi teknolojileri altyapısında her ne kadar global standartlar ve mimari kurgular olsa da organizasyonun özel ihtiyaçlarına, hedeflerine ve sektörel gerekliliklere göre bir mimari inşa etmek de önem taşıyor. Bu gerçek ışığında CarrefourSA'da da perakende sektörünün dinamizmine uygun, esnek ve çevik yapılar kurgulamak öncelik oldu. Bu bilinçle attıkları adımlar hakkında bilgi veren CarrefourSA Bilgi Teknolojileri GMY Sistem Network Operasyon Grup Müdürü Harun Akdoğan, “Rotamızı net olarak belirledik ve CarrefourSA'da 2022 yılında başlattığımız altyapı dönüşümü ile hedeflediğimiz yapıyı büyük ölçüde tamamladık” dedi. Kurumsal bazda ve sektörel olarak değişen ihtiyaçlara göre sürekliliği olan bir değişim ve dönüşüm politikası izlediklerini vurgulayan Harun Akdoğan, bu stratejinin altyapıda güncelliği sağladığına, bunun da önemli bir kurumsal fayda olduğuna dikkat çekti.

CarrefourSA'da bu başlıkta yürütülen tüm çalışmalar sistem yönetimi, ağ yönetimi, izleme/yardımcı masası ile saha operasyonu ekiplerinin 7/24 izleme ve destek vermesi esasına göre ilerliyor.

### SD-WAN odaklı çalışmalar da başladı

BT altyapısı ve insan kaynağının CarrefourSA'nın iş sürekliliği stratejisinin önemli bir bileşeni olduğu gerçeğine vurgu yapan Harun Akdoğan, yatırıma dair detayları ve kurumsal bazda elde edilen faydaları şöyle anlattı: “2023 yılında bu konuda yatırımlar yaptık ve yapmaya da devam edeceğiz. Bu yatırım kapsamında ayrıca felaket kurtarma merkezinin kapsamını genişletiyor, RPO ve RTO sürelerini de kısaltıyoruz. Ağ yapısını yedeklemek için SD-WAN yatırımı için çalışmalara da başladık. Herhangi bir kesintinin oluşmasından önce veya oluşmasından sonra bunun müşteri şikayeti ile öğrenilmesinin önüne geçmek için standart izleme sistemleri kurduk. Bunun yanı sıra uygulama performans izleme araçlarını devreye almak için de çalışmalara başladık. Her konuda görünürlüğü artırmak için internet ağlarını güvende tutmak ve yüksek hızda veri akışı içinde izlemeyi kolaylaştırmak için gerçek zamanlı çalışabilen bir cihaz olan Packet Broker teknolojisini devreye sokuyoruz. CarrefourSA olarak uzaktan çalışma ve mobilitenin nimetlerinde yararlanarak insan kaynağını farklı lokasyonlarda görevlendirirken, aynı paralelde bu hizmeti farklı coğrafi lokasyonlarda yedekleme çalışmalarına da devam ediyoruz.”

# Otomasyon adımları, verimlilik sağlıyor

*Dijital Dönüşüm Ofisi, önemli Ar-Ge çalışmalarına imza atarak, kurumsal iş süreçleri ve perakende sektörüne yenilikler katıyor.*

CarrefourSA Bilgi Teknolojileri - Dijital Dönüşüm Ofisi Grup Müdürü  
Doğukan Batırsoy



**D**ijital Dönüşüm Ofisi Grup Müdürlüğü, CarrefourSA bünyesindeki iş operasyonlarını ve süreçlerini modern teknolojilerle daha verimli hale getirmek ve müşterilere daha iyi bir deneyim sunmak için çalışan ekiplerden oluşuyor. 4 farklı müdürlük altında yapılan 35 kişilik ekibin önemine işaret eden CarrefourSA Bilgi Teknolojileri GMY-Dijital Dönüşüm Ofisi Grup Müdürü Doğukan Batırsoy, şöyle devam etti: "Yetkin ekibimiz ve iş ortaklarımız ile birlikte, dijital varlıkların yönetiminden online pazarlama stratejilerine, dünya trendlerinden aklınıza gelebilecek her türlü teknolojik yeniliklerin takibinden ve şirketimize kazandırılmasından sorumlu. Bu ekip, söz konusu teknolojileri kullanıp iş süreçlerini optimize ederek rekabet avantajı elde etmeye yardımcı olmaktadır."

Dijital Dönüşüm Ofisi, E-ticaret teknoloji ekipleri ile online alışveriş deneyimini iyileştirmek adına hem App hem Web olarak iki alanda da yenilikler ve güncellemeler yapıyor. Bu adımlarla kurumsal dijitalleşme yolculuğunu hızlandırmayı ve müşteri etkileşimlerini artırmayı hedeflediklerini belirten Doğukan Batırsoy, sözlerine şöyle devam etti: CRM ve Perakende ekiplerimizle birlikte, ödeme sistemlerinde sunulan farklı ödeme seçeneklerini artırarak müşterilerimiz için özel kampanya teknolojileri geliştirmeye yoğunlaştık.

Bu yıl içinde müşterilerimizin kazanımları ve aidiyetlerini arttıracak teknolojiler üzerinde projeler yürütmeye devam ediyoruz. Ayrıca otomasyon ekiplerimizle birlikte RPA teknolojilerini şirketimize katarak birçok verimlilik projesini hayata geçirme hedefiyle yola çıktık ve 101 farklı süreci otomasyona dönüştürdük. Müşterilerin meta dünyasında alışveriş keyfini tek tıkla yaşayabilecekleri bir alışveriş deneyimi tasarlamak için de önemli Ar-Ge çalışmaları yapmaya devam ediyoruz.

Doğukan Batırsoy, hedef ve stratejilerini de paylaştı. İlk adım, low code teknolojisini her geçen gün ekiplere daha da benimseterek şirket içi projelerin sürelerini önemli ölçüde kısaltabilmek. Nitelikli datayı merkezileştirerek Yapay Zeka ve Büyük Veri teknolojileri üzerinde çalışmalarımıza devam edeceğiz. B2B alanında "hem ihracat hem de toptan pazarlarında da varız" mesajını iletebilmek Batırsoy'un dikkat çektiği hedeflerden. "Havada karada CarrefourSA her zaman yanında" sloganıyla yola çıkan Mavi Tekne projesinde drone'lar sayesinde denizde de teslimata hız kesmeden devam etmek de 2023 yılı içindeki inovasyon stratejileri ve hedefleri arasında konumlandı. Doğukan Batırsoy, "Bu faaliyetlerimiz, şirketin rekabet gücünü artırmasına, gelirlerini artırmak için katkı sağlamasına ve müşteri memnuniyetini yükseltmesine yönelik önemli bir rol oynadı" vurgusunu yaptı.





## Dijitalleşme ve sürdürülebilirlik birbirini besliyor

*CarrefourSA, bilgi teknolojileri ve dijitalleşme odaklı birçok farklı yatırım ve yenilikle tüm paydaşlar için fayda sağlıyor.*

CarrefourSA Bilgi Teknolojileri - Proje Yönetim Ofisi  
Grup Müdürü  
Hakan Dökmecioğlu

**K**urumsal yapılanmada giderek önemini artıran bir birim olan proje yönetimi, şirketin büyüklüğüne, faaliyet alanına ve stratejik hedeflerine bağlı olarak çeşitlilik gösterebilir. Bilgi teknolojileri ve dijitalleşmeye büyük önem veren CarrefourSA da bu alandaki projelerine ve geliştirme çalışmalarına aktif olarak devam ediyor. CarrefourSA Proje Yönetim Ofisi Grup Müdürü Hakan Dökmecioğlu, destekledikleri projeler ve bunların kapsadığı alanlar konusunda bilgi verdi. İlk başlık olan 'yenilik ve rekabet üstünlüğü' başlığında bilgi teknolojileri, şirketin yenilikçi çözümler geliştirmesini ve rekabet üstünlüğü elde etmesini sağlıyor. 'İş süreçlerinin optimizasyonu' kapsamında bilgi teknolojileri, iş süreçlerinin otomasyonunu sağlıyor. Çünkü manuel işlemlerin otomasyona dönüştürülmesi, verimliliği artırırken hataları azaltıyor. Üçüncü başlık olan 'veri analitiği ve yönetimi' başlığında bilgi teknolojileri, büyük veri analitiği, veri madenciliği ve veri yönetimi gibi alanlarda şirketin verilerini anlamak, analiz etmek ve yönetmek için kullanım söz konusu. 'Dijital platformlar ve

uygulamalar' başlığında mobil uygulamalar, web siteleri, e-ticaret platformları gibi dijital platformların geliştirilmesi ve hayat kazanması bilgi teknolojileri tarafından gerçekleştiriliyor. 'Yapay zeka ve makine öğrenimi' söz konusu olduğunda, bilgi teknolojileri, yapay zeka ve makine öğrenimi teknolojilerini kullanarak tahmin modelleri oluşturmak, özelleştirilmiş deneyimler sunmak ve süreçleri optimize etmek de söz konusu. 'IoT entegrasyonu' başlığında IoT, cihazların internet aracılığıyla birbirleriyle ve merkezi sistemlerle iletişim kurmasını sağlarken, bilgi teknolojileri, bu cihazları entegre edip, verileri analiz edebiliyor. 'Güvenlik ve veri koruma' gündeminde bilgi teknolojileri, verilerin güvenliğini sağlamak, siber saldırılara karşı korumak ve uygun veri koruma standartlarını uygulamak için kullanılıyor. Hakan Dökmecioğlu'nun dikkat çektiği sekizinci ve son başlık ise 'müşteri deneyimi iyileştirmesi'. Buna göre, dijital dönüşüm projeleri, müşteri deneyimini geliştirmek amacıyla kişiselleştirilmiş hizmetler sunma veya çeşitli kanallardan etkileşim kurma fırsatları sunuyor.



### **Ekiplerin iş birliği büyük önem taşıyor**

“Dijital dönüşüm projeleri karmaşıktır ve işletmenin tüm katmanlarını etkiler” vurgusunu yapan Hakan Dökmecioğlu'na göre, başarılı bir dönüşüm için iş ve teknoloji ekiplerinin yakın iş birliği yapması, doğru teknoloji seçiminin yapılması ve sürecin etkili bir şekilde yönetilmesi önemli.

CarrefourSA Bilgi Teknolojileri, hayata geçirilen projelerle birlikte mağazacılık sektöründe de iş süreçlerinin verimli hale gelmesi ve müşteri deneyiminin üst seviyelere çıkarılması için yeni nesil teknolojileri mevcut iş süreçlerine dahil ettik. “Bu yeni nesil teknolojiler ve iş çözümleri sayesinde stok bilgilerimizi gerçek zamanlı takip ederken, lojistik alanındaki ihtiyaçlarımızdan kaynaklı karbon salımını azaltabilecek çıktılara ulaşmayı da hedefliyoruz” vurgusunu yapan Hakan Dökmecioğlu ekledi: “Teknoloji yatırımlarını ve işletme maliyetlerini dengeleyerek verimli teknoloji harcamaları yapmak ve bütçe kontrolü sağlamak her daim hedeflerimiz arasında.”

### **Ürün/hizmet hızı arttı**

Hayata geçirilen CarrefourSA İş Ortağım projesi, sektör için de önemli bir yenilik oldu. Bayilerin tek bir nokta üzerinden tüm süreçleri yönetebilmesi için tasarlanmış olan Carrefoursaisortagim.com uygulaması; CarrefourSA bayilerinin ürün tedariki, satış, mutabakat, anlık rapor, limit kontrolü, ödeme gibi ihtiyaç duyduğu tüm hizmetleri multichannel yapıda sağlayan teknoloji uygulaması olarak hayata geçirildi. “Akıllı Sipariş Yönetimi ile hızlı ve kolay sipariş verebilme. – algoritma geliştirerek kullanıcıya hazır sepet imkânı sunulması sağlandı” diyen Hakan Dökmecioğlu, şu eklemeyi yaptı: “Kullanılan algoritma ve öneri sistemleriyle ürün/hizmet hızı %50 arttı. Bayilerimize sürdürülebilir iş modelimizi destekleyen teknoloji ve dijital altyapı yatırımları yapmaya devam edeceğiz.”

### **Sürdürülebilir gelecek için adımlar**

Dijital dönüşüm ve sanayi ekosistemlerinin gelecek stratejisi de Hakan Dökmecioğlu'nun dikkat çektiği bir başlık ve Dökmecioğlu'nun belirttiği gibi Endüstri 4.0 ile birlikte sadece fabrikalar değil, mağazacılık sektörü de robotların dahil olması ile daha verimli iş süreçleri sunabilecek hale geldi. Stok bilgilerinin daha stabil tutulması sağlanarak, lojistik gereksinimleri de azaltılacak. “Bunun karbon salımını azaltabilecek bir çıktısı da olacaktır” beklentisini dile getiren Hakan Dökmecioğlu, otonomlaşıma ile birlikte manuel hataların azalacağını hatırlattı. Müşterinin kasa önü bekleme süresi ortadan kalkarken, müşteri için zaman tasarrufu söz konusu olacak, depolama maliyetleri azalacak, stok bilgilerinin daha stabil tutulması sağlanarak, lojistik gereksinimleri azaltılacak. Hakan Dökmecioğlu, CarrefourSA'da güvenlik dönüşümünü ve yeşil dünya-sürdürülebilir gelecek başlığında hedef ve stratejilerini şöyle anlattı:

“Mağaza, e-ticaret sistemleri, çalışanları, müşteri, tedarikçi ve destek sağlayıcıları ile bütüncül siber güvenlik sisteminin oluşturulması için güvenlik yapılanması büyük önem taşımakta. Siber güvenlik operasyonlarının uyumu ile birbirini besleyen ve tek noktadan yönetilebilir hale gelmesi, daha görünebilir ve ölçümlenebilir hale getirilmesi önemli. CarrefourSA ekosisteminde yer alan her bir paydaş için farkındalığın artırılması şart. Ulusal ve uluslararası mevzuatlar ile kabul görmüş güvenlik standartlarına uyum sağlandı ve bu konuda çalışmalar kesintisiz devam ediyor. C-Mobil kurumsal uygulama aracılığıyla şirket içi çalışanların hayatına sürdürülebilir seçeneklerin dahil edilmesi ve günlük hayatlarındaki aktivitelerinin ne kadar karbon ayak izi bıraktığını görmesi amaçlanmakta. İklim değişikliğinin etkisini azaltmak için küresel ısınmayı 1,5 derecenin altında tutmak gerekiyor ve bu da karbon ayak izini azaltarak olacak. C-Mobil, çalışanların ısınma, ulaşım, enerji tüketimi, satın aldığı her türlü ürün neticesinde atmosfere yayılmasına sebep olduğu sera gazını (karbon gazını) azaltmayı sağlayacak. Böylece sürdürülebilirlik kültürü yayılmış oluyor. Kişinin kendi karbon ayak izini diğer çalışanlarla ve dünyadaki karbon ayak izi ile kıyaslaması sağlanarak, aylık ve yıllık ilerlemesi de raporlanabilmekte.”

## Kurumsal BT sisteminde tam uyum

*ERP uygulamaları başlığında SAP kullanıcısı olan CarrefourSA, S/4 HANA geçişi ile ilgili çalışmalarını planlıyor.*



CarrefourSA Bilgi Teknolojileri - ERP Sistemleri Grup Müdürü  
Gürol Sungun

**P**andemi dönemi başlayan kesintisiz ve uzaktan çalışma modeli ile CarrefourSA'nın da stratejisi bu yönde değişikliklere gitti. Pandemi döneminde e-ticaret kanalının gelişmesi ile birlikte bunu besleyen sistemlerin ve altyapının geliştirilmesi, ayrıca dış firmalarla olan entegrasyonların artması gündeme geldi. CarrefourSA Bilgi Teknolojileri GMY - ERP Sistemleri Grup Müdürü Gürol Sungun, "Pandemi döneminde koşulların değişmesi ile birlikte farklı ticari iş birlikleri ve kanallar oluştu. Bu kapsamda sistemler de buna uyumlu duruma getirildi" açıklamasını yaptı.

ERP yapıları, şirketlerin iş süreçlerinin doğru, verimli ve hızlı işlenmesini sağlıyor. Böylece uçtan uca tüm süreçlerin rahatlıkla izlenebildiğine dikkat çeken Gürol Sungun, şöyle devam etti:

"Türkiye'de ve dünyada öne çıkan ERP uygulamalarının başında SAP gelmekte. Şirket olarak 2014 yılından bu yana mağaza, depo ve merkez konumlarında SAP sistemini

kullanmaktayız. Veri yönetimini ve uygulama kullanımını merkezileştirerek kolay kullanımı ve tutarlı veriye hızlı erişimi sağlamak söz konusu. Yaklaşık 250 farklı süreç SAP üzerinde birbirine entegre olarak herhangi bir veri kaybına uğramadan işliyor. Ayrıca, SAP'nin kendi içindeki modüllerle dış sistemlere entegrasyon yapılarak takip edilebilir veri akışı sağlanabiliyor. Kullandığımız BW raporlama sistemi ile analizler hızlıca yapılabilir. Sistemin devamlılığı ile ilgili olarak da hem SAP'den hem de dış danışmanlık firmalarından teknik destek alıyoruz."

Gürol Sungun, uçtan uca SAP'nin hemen hemen tüm modüllerini kullanan bir şirket olarak önümüzdeki dönem SAP'nin bir üst versiyonu olan S/4 HANA ile ilgili çalışmalarını planlayacakları bilgisini verdi. Bu proje ile veri temizliği ve uygulamada standartlara dönülmesi de hedeflenmekte. Gürol Sungun, "Ayrıca, bu noktada kullanılan bazı modüllerin yenileri ile değiştirilmesini ve optimizasyonu daha da yükseltmeyi hedefliyoruz" bilgisini paylaştı.

# Bilgi güvenliği tabanlı iş sürekliliği esas

*CarrefourSA ve tüm paydaşlarının bilgi güvenliğinin sağlanması için güçlü bir orkestrasyon mimarisi işliyor.*

CarrefourSA Bilgi Teknolojileri - Bilgi Güvenliği Grup Müdürü  
Hasan Filiz



**P**arekende sektörünün dinamik yapısı, bilişim sistemleri altyapılarını kullanmalarını zorunlu kılmakta. Dijital dönüşümler ve internetin yaygınlaşması, sektörde birçok yeniliğin uygulanmasını sağladı. Pandemi süreci ile birlikte e-ticaret kanallarındaki gelişmeler ve büyüme oranları ise hiç olmadığı kadar yüksek seviyelere ulaşmış oldu.

CarrefourSA olarak çok sayıda tedarikçi ve milyonlarca müşteriye dokunduklarını belirten CarrefourSA Bilgi Teknolojileri GMY - Bilgi Güvenliği Müdürü Hasan Filiz, “Bilişim sistemleri ile uçtan uca tedarik zincirini kontrol edebilir, akıllı ürün toplama ve dağıtım teknolojileri ile efektif lojistik süreçlerini yönetebilir, self-servis kasalar ile alışverişlerin kolayca yapılabilir hale geldiği bir sektörü konuşmaktayız. IoT, büyük veri, robot teknolojileri ve yapay zeka da kullandığımız ve önemi giderek artan başlıklar” dedi. Hasan Filiz’in dikkat çektiği gibi, bu kadar değişim ve gelişimin bir sonucu olarak bilginin değeri ve dolayısıyla güvenliği hiç olmadığı kadar önemli hale geldi. “Şirketimizin, müşterilerimizin, tedarikçilerimiz ve diğer iş ortaklarımızın verilerinin korunması ile bilgi güvenliği tabanlı iş sürekliliğinin sağlanması temel hedefimiz” vurgusunu yapan Hasan Filiz, şöyle devam etti:

“Bilgi güvenliği çözümlerinin bir orkestranın parçaları gibi çalışması ve birbirlerinden beslenmeleri, olası güvenlik

risklerinin azaltılması ve kontrollerindeki zaman kazancı için önemli. Bu değerlendirme üzerine çalışmalarımızı ve ürün konumlandırmalarımızı yaptık. Bu çözümlerin falsepositive ve falsenegative durumlar ile karşılaşma oranlarımıza olumlu etkileri ile karşılaştık. Önceki dönemlerde iç ve dış olarak ayırdığımız tehditlerin değerlendirmelerinde daha önceleri firmaların dışarıda gördükleri bir unsur olan üçüncü parti çalışılan firmalar, günümüzde kendilerine verilmiş bilgi ya da yetkiler nedeni ile tam ortada yer alıyorlar. Bunun sonucunda, yapılan yatırım ve çalışmalar ile doğrudan hedef olmaktan çıkan şirketler de bu tip firmaların istismar edilmesi ile büyük tehdit ile karşılaşabilmekte. Üçüncü parti firmalara giren saldırganlar, buralardan diğer kurumlara geçiş yapabilmekte ya da outsource hizmet veri kayıplarına, süreçlerde aksama ya da durma sorunlarına yol açabilmekte. Bu nedenle üçüncü parti firma ile yapılan çalışmalarda ‘bilgi güvenliği’ kriterlerinin ve kontrollerinin uygulanmasını önemli buluyor, buna uygun olarak çalışmalarımızı yapıyoruz.”

CarrefourSA için bilgi varlıklarının korunmasında insan faktörünün etkisine de önem veriliyor. Bu nedenle bilgi güvenliği eğitimleri, farkındalık çalışmaları ile bilgi varlıklarının korunması için çalışmalar yürütülüyor. “Bilgi güvenliğinin bir sonuç değil, süreç olduğunu biliyoruz” diyen Hasan Filiz, ekledi: “Bu farkındalık ile iş birimlerinin ihtiyaçları ve bilgi güvenliği arasındaki uyum ve dengenin sağlanması birimimizin de öncelikli görevi.”



# E-ticarette yeniliklerin sonu yok!

*“Doğrusu CarrefourSA” mottosuyla doğru ve güvenli sistemler kurarak ve bu sistemleri yaşatarak mutlu müşteri sayısını her geçen gün arttırmak öncelikli hedef.*

CarrefourSA Bilgi Teknolojileri –  
Dijital Dönüşüm Ofisi E-Ticaret Teknoloji Müdürü  
Canan Beşel Yeşil

**P**andemi sonrasında dünyada hacmi büyüyen online alışveriş kanallarına hızla adapte olarak e-ticaret alanında büyüme kaydeden CarrefourSA, elde ettiği bu büyümenin sürekliliğini sağlama hedefiyle çalışmalarını sürdürüyor. CarrefourSA Bilgi Teknolojileri GMY-Dijital Dönüşüm Ofisi E-Ticaret Teknolojileri Müdürü Canan Beşel Yeşil, “E-Ticaret Teknoloji Ekibi olarak bizler de bu hedef doğrultusunda teknik yatırımlarımıza ve çalışmalarımıza devam ediyoruz” bilgisini vererek, bu hedefte üstlendikleri rol tanımladı. CarrefourSA, Türkiye’de değişen alışveriş alışkanlıkları ile birlikte e-ticaret ve dijitalleşme üzerine yaptığı yatırımları sürdürüyor. “Bu nedenle bizler de teknoloji ekipleri olarak şirketimizin bu vizyonuna destek sağlayacak her türlü teknolojiyi takip ediyor ve uygulamaya geçiriyoruz” diyen Canan Beşel Yeşil, ayrıca online alışveriş kanalında daha konforlu bir alışveriş deneyimi sunarak daha büyük kitlelere ve maksimum müşteri memnuniyetine ulaşmayı hedeflediklerini vurguladı. Bu sebeplerle geçtiğimiz dönemde CarrefourSA E-Ticaret Teknoloji Ekibi olarak birçok yenilik ve sistem geliştirmesi projeleri başlattıklarını ifade eden Canan Beşel Yeşil, atılan adımları şöyle anlattı:

## **Ödeme seçenekleri çeşitlendi**

“Başarılı bir e-ticaret süreci çizebilmek için ödeme sürecini kolaylaştırmak, hızlandırmak ve iyileştirmek gerektiğinin bilinci ile farklı ödeme seçeneklerini sorunsuzca entegre edecek çalışmalar yaptık. Bu bağlamda Masterpass altyapısı ile çalışan kredi kartlı ödeme sisteminin yanında Tosla, Juzdan, GarantiPay gibi birçok ödeme seçeneğini müşterilerimize sunarak güvenli, sorunsuz ve kolay ödeme

yapılabilir hale getirdik. Online deneyimin iyi tasarlanmasının, bir siparişi tamamlamak için ne kadar önemli olduğunu biliyoruz. Bu yüzden yeni arayüz tasarım projelerimiz ile satın alma işleminin zahmetsizce gerçekleştirilmesini ve kullanıcı dostu ekranlar ile kusursuz müşteri deneyimi yaşanmasını sağlayabilmek için web ve mobil uygulama tasarımlarımızı yeniledik.”

Bu çalışmaların yanında, teslimat operasyonunu hızlandıracak ve kolaylaştıracak çeşitli projeler gerçekleştirildi. Canan Beşel Yeşil, bu projeleri, müşteri siparişlerinin toplanma sürecinin daha hızlı ve doğru tamamlanması hedefiyle yapılan Mağaza İçi Rotalama Projesi ve Reyon Bazlı Toplama Projesi ile örnekledi. Benzer şekilde tamamlanan Rotalama Projesi ile teslimata çıkacak ekiplerin sipariş paylaşımının en hızlı rotaya göre yapılması ve güzergahlarının çizilmesi sağlandı.

## **Geri bildirimlere hızlı dönüşler**

Sunduğu birçok avantaja rağmen, e-ticaretin dezavantajları ve zorlukları da var. Performans sorunları, teknik anlamda yaşanabilecek sorunlar ya da güvenlik anlamında yaşanabilecek zafiyet sorunları gibi nedenlerle e-ticaretin teknoloji tarafının yönetimi Canan Beşel Yeşil’in de belirttiği gibi oldukça zor. Bu anlamda bütün önlemlerin alınması, esnek ve büyüyebilir bir yapı kurulması ise elzem. “Altyapı ekipleri ile beraber sistem iyileştirme ve performans çalışmalarına bu bağlamda devam ediyoruz. Ayrıca bunlara bağlı olarak sistem izleme ve alarm üretme süreçlerini elden geçiriyor ve bu konuda yatırımlar yapıyoruz” detayını paylaşan Yeşil, ekledi: “İletişim ve destek birimlerini yapılandırarak, iç ve dış müşterilerimizin geri bildirimlerine ve taleplerine daha hızlı çözümler bulmayı hedefliyoruz.”



# Veri, kurumsal süreçlerde değer yaratıyor

*CarrefourSA için iş zekası ve karar destek sistemleri, büyük miktarda veriyi yönetmeye yardımcı olan güçlü araçlar.*

CarrefourSA Bilgi Teknolojileri - Dijital Dönüşüm Ofisi - İş Zekası ve Raporlama Müdürü  
Akif Coşkun



**G**ünümüz iş dünyasında, şirketlerin başarısının sırrı giderek daha fazla veriye dayanıyor. Bu gerçeğe dikkat çeken CarrefourSA İş Zekası ve Raporlama Müdürü Akif Coşkun'un belirttiği gibi, şirketler, her gün milyonlarca veriyi topluyor, analiz ediyor ve bu verileri işlerinde kullanarak daha bilinçli kararlar alıyorlar. İşte bu noktada iş zekası ve karar destek sistemleri devreye giriyor. Akif Coşkun'un verdiği bilgiye göre, CarrefourSA, büyük miktarlardaki verinin sağlaması konusunda benzersiz bir avantaja sahip. Müşteri bilgileri, pazar trendleri, satış verileri ve daha fazlası, her gün şirketin veri havuzlarına akıyor. Bu veriler yarı yapılandırılmış veya yapılandırılmamış veriler şeklinde oluyor. Akif Coşkun'un belirttiği gibi, bu verilerin değerini gerçekten anlamak ve bunların işe yaraması için ise iş zekası ve karar destek sistemleri önemli bir gereklilik.

Bu sistemler, büyük veri kümesini işleyebilir ve anlamlı bilgilere dönüştürebilir. "CarrefourSA farklı lokasyonlardaki mağaza performansını karşılaştırmak ve stok yönetimini optimize etmek için bu verileri kullanır" örneğini veren Akif Coşkun'a göre, bu da, pazardaki değişen taleplere hızla adapte olmalarını sağlar.

### **Tüm departmanlar için destek noktası**

İş zekası, bu verilerin görselleştirilmesi sağlar. Akif Coşkun,

"Biz de grafikler, tablolar, raporlar ve dashboard'lar aracılığıyla verileri daha anlamlı hale getiririz" değerlendirmesini yaptı. İş zekası birimi ile birlikte işletme içi süreçleri de optimize edebildikleri bilgisini veren Akif Coşkun, şöyle devam etti: "Bugün İK'dan mali işlere, yatırım inşaattan finans departmanına kadar tüm iş birimlerimiz için kararlarını datalara göre almalarını sağlayan veri modelleri oluşturuyoruz. Departmanlarının daha fazla kaynak gerektirdiğini veya hangi süreçlerin daha verimli hale getirilebileceğini anlamak için belirlenen KPI ölçümü için de bu sistemleri kullanıyoruz."

CarrefourSA Karar Destek Sistemleri Birimi; iş zekası verilerini temel alarak daha bilinçli kararlar alınmasını sağlıyor. Bu sistemler, gelecekteki eğilimleri tahmin edebiliyor ve böylece kurumsal stratejileri de buna göre ayarlayabiliyor. Akif Coşkun, bu sistemin sağladığı faydaları şu sözlerle anlatı:

"CarrefourSA için iş zekası ve karar destek sistemleri, büyük miktarda veriyi yönetmemize ve bu verileri iş süreçlerimize değerli bilgilere dönüştürmemize yardımcı olan güçlü araçlardır. Bu sistemler, rekabet avantajı sağlama, operasyonları optimize etme ve geleceğe yönelik stratejiler oluşturma konularında kritik bir rol oynamaktadır. Gelecekte, bu şirketin daha da veri odaklı hale gelmesi ve iş zekası ile karar destek sistemlerini daha fazla benimsemesi beklenmektedir."

# Rekabeti destekleyen süreç mimarisi

*CarrefourSA, çevikliği artırmak için CRM&Müşteri Deneyimi uygulamaları ile Mağazacılık uygulama birimlerini tek bir müdürlük altında buluşturdu.*

CarrefourSA Bilgi Teknolojileri - Dijital Dönüşüm Ofisi - CRM ve Mağazacılık Sistemleri Teknoloji Müdürü Kerim Günaydın

**P**erakende ekosisteminin kendine özgü dinamizmi her geçen gün artıyor ve güç kazanıyor. Gıda perakendeciliği başlığında ise bu dinamizm daha da rekabetçi ve zor, ancak CarrefourSA CRM ve Mağazacılık Sistemleri Teknoloji Müdürü Kerim Günaydın'ın tabiriyle daha zevkli hale geliyor. "CarrefourSA Bilgi Sistemleri olarak bu dinamik ve rekabetçi dünyaya meydan okuyabilmek ve süreçlerimizi rekabetçi piyasa koşullarına cevap verebilir hale getirmek için çevikliğimizi arttırmak zorunda olduğumuzu biliyorduk" diyen Kerim Günaydın, projenin başarısında önemli bir etken olan şu detayı paylaştı: "Bu vizyonla IT içinde ayrılmış olan CRM&Müşteri Deneyimi (Loyalty ve müşteri hizmetleri sistemleri) uygulamaları ile Mağazacılık (Kasiyerli kasa, hızlı kasa, mobil kasa) uygulama birimlerimizi tek bir müdürlük altında topladık. Böylece birbiriyle iletişimde kopuk olan iki birimi de aynı hedefe koşan, yakın çalışan, çevik kararlar alan, ortak proje ve fikir üreten ekip haline getirdik."

## Kasiyer ekranları sadeleştirildi

Ekip planlamasının ardından hızla işe başladıklarını belirten Kerim Günaydın, bireylerin perakende deneyiminde en kritik durak olan kasiyer ve kasada geçirilen sürede kusursuz süreç akışına odaklandıklarını vurguladı. Bu kapsamda kasiyerin deneyiminin de müşteri deneyimine paralel iyileştirilmesi gerektiğini hatırlatan Kerim Günaydın, şöyle devam etti: "Öncelikle ekiplerin birleştirilmesiyle kasiyer ekranlarını sadeleştirdik, yeni özellikler kazandırdık ve kazandırmaya da devam ediyoruz. Bu yaptığımız işler müşterinin kasada geçirdiği süreyi verimli ve daha kısa hale getirirken, kasiyerin de memnuniyetini sağlıyor. Backlog'da bekleyen ve iki birim tarafından yürütülmesi gereken işleri öncelik

sırasına koyarak hızlıca erittik ve daha yaratıcı düşünebilecek zamanı kazanmaya başladık. CRM tarafında kampanya motorumuzu geliştirecek projelere öncelik vererek müşterilere yeni faydalar sağlamak istedik. Bu noktada iş birimleri bazında pazarlama ve kampanya ekipleri, mağaza ve satış ekipleriyle de iletişimimiz arttı. Bu da domino etkisi yaratarak, bize talep oranını arttırdı. Çevik yaklaşıma iş birimleri de katıldığında çok daha hızlı ve keyifli iş sonuçlarını yakaladığımızı gördük."

## Yeni fikirler gündemde

Kerim Günaydın, bu organizasyon yapısı ile ekip üyelerinin de kendi gelişimlerine büyük fayda sağladıklarına işaret etti. Örneğin; mağazacılık sistemlerinden sorumlu ekip üyeleri CRM öğrenirken, CRM'den sorumlu olanlar da kasa yazılımlarına hakim oldu. Bu da aslında piyasada çok rastlanmayan bir uzmanlık profilini ortaya çıkardı. Günaydın, bu yorumunu şöyle detaylandırdı: "CarrefourSA bilgi teknolojilerinde bu kapsamda sektördeki en yetkin çözümleri yönetiyoruz. CRM tarafında Microsoft Dynamics, analitik tarafta SAP HANA, SAS, Python yazılımlarını kullanırken, mağazacılık tarafında NCR ve IBM-Toshiba kasa ürünlerini kullanıyoruz. Mobil kasa çalışmalarımız sahada kullanılmaya başlanırken, self shopping ve scan&go teknolojileriyle ilgili çalışmalarımızı da yürütüyoruz. Ödeme sistemleri anlamında çok geniş seçeneklere sahibiz. CRM tarafında da müşteri verisi tekilleştirilmiş sadakat programımızı yönetirken, aynı zamanda Hediye Kart, Kurumsal Kart, Apartman Kart, Ticari Kart gibi seçeneklere yenilerini ekliyoruz. Yeni fikirler ile ajandamız dolu. CarrefourSA'ya yakışan ve bilgi teknolojileri standartlarında uygulamalar ve yaklaşımlarla müşterilerimizin deneyimlerini geliştirmek için çalışmaya devam edeceğiz."





# Kalitenin sürekliliğinde yazılım testi önem taşıyor

*Test ve otomasyon ekibi, stratejik hedef olarak konumlandırılan Low code platformlarını CarrefourSA bilgi teknolojileri içinde yaygınlaştırmayı hedefliyor.*

CarrefourSA Bilgi Teknolojileri- Dijital Dönüşüm Ofisi –  
Test ve Otomasyon Müdürü  
Sabri Yalçın



**R**ekabette bir adım öne geçip farklılık oluşturmanın yolu hizmet kalitesini artırmak. “Şirket için kalite artışını sağlayan en önemli yatırımlardan biri ise yazılım testi” vurgusunu yapan CarrefourSA Test ve Otomasyon Müdürü Sabri Yalçın’ın belirttiği gibi, yazılım sektörünün altında ayrı bir endüstri haline gelen yazılım testi, globalde ve ülkemizde hızlı bir büyüme trendi içinde. Bu yorumunu, “Yazılımların özellikle akıllı telefonlarla birlikte daha çok hayatımıza girmesi ve birbirleriyle entegre çalışması, daha fazla test ihtiyacını doğuruyor” saptaması ile destekleyen Sabri Yalçın, şunları söyledi: “Buna bir de Z kuşağının yazılım ve uygulamalardan mükemmelenin yakın bir hizmet beklentilerini, hataya, yavaş çalışmaya, kullanım zorluğuna tahammüllerinin daha az olmasını ekleyince, yazılım testi de elzem bir ihtiyaç haline geliyor. Yazılım testlerinde yaşanacak bir hata, operasyonel, regülasyon ve prestij anlamında ciddi kayıplara neden olabilir. Bu bilinçle konumlandığımız, test ve otomasyon birimi olarak yolculuğumuz CarrefourSA’da Mart 2022’de başladı. Manuel olarak başlayan süreçlerimizi geçen 1.5 yıllık süreçte otomasyon ve kullanılabilirlik, performans, güvenlik testi gibi alt kırılımlara bölerek daha kapsamlı ve detaylı hale getirdik.”

## Low code, üretkenliği artırıyor

Bu yapı ile manuel olarak yazılmış test senaryoları, herhangi bir müdahaleye gerek kalmadan test otomasyonla otomatize edilerek yürütülebilir hale getirildi. Bu sayede ölçeklenebilir ve tekrarlanabilir test süreçleri elde ederek hızlı ilerleyen test süreçleri, daha hızlı geri bildirim ve daha hızlı proje geliştirmeleri yapılmasına yardımcı olundu. “Test sürecini insan hatasından

arındırdık ve test süreci daha özgür bir şekilde yürütülür hale geldi” vurgusunu yapan Sabri Yalçın, hedeflerini şöyle anlattı: “Test ve otomasyon birimi olarak bu yıl içinde stratejik hedef olarak koyduğumuz Low code platformlarını CarrefourSA bilgi teknolojileri içinde yaygınlaştırmaya çalışıyoruz. Low code; yeni bir yazılım geliştirme yaklaşımı. Geleneksel programlamanın çok yavaş ve çok katı bir süreci içinde barındırması, bizim de low code gibi işlevsel yaklaşımları fırsat olarak görmemizi sağladı. Low code platform; geleneksel programlamaların tersine, görsel modellemeler ve ‘sürükle bırak’ yapısıyla hızlıca uygulama geliştirilebilmemizi sağlıyor. Bu yaklaşım ile hiç kod yazmadan veya çok az kod yazarak hızlı ve daha güvenilir uygulamalar geliştirilebilir.”

## Test ihtiyacı artacak

Test otomasyon biriminin sorumluluk alanlarından biri de RPA teknolojileri. CarrefourSA içerisinde manuel olarak yapılmakta olan tekrarlı işlerin otomatize hale getirilmesini sağlayacak olan RPA teknolojisi kapsamında 4 adet robot devreye alındı. “Şirket içi hackathon eğitimleriyle RPA farkındalığımızı da arttırdık” bilgisini veren Sabri Yalçın, şu detayı paylaştı: “Toplamda devraldığımız 43 RPA sürecini 101’e çıkardık Yıl sonu hedefimiz olan 100 RPA sürecini şimdiden yakalamış bulunuyoruz.”

Sabri Yalçın’a göre, dijital dönüşümler devam ettikçe uygulamalar daha kritik hale gelecek ve test ihtiyacı da artacak. Yalçın, yapay zeka, büyük veri, bulut çözümleri, sürekli entegrasyon, sürekli test ve çevik proje yönetim çerçevelerinin katalizör rol oynayarak yetkinliklerinin daha büyük bir ivmeyle büyümesine katkı sağlayacağını vurguladı.



## İş süreçlerinde bütünsel takip

*Çalışanlar süreç takibi başlığında C4U Platformu'nda bir araya geliyor, bizzat süreç takibini yapabiliyor.*

CarrefourSA Bilgi Teknolojileri - Proje Yönetimi Ofisi -  
Proje Yönetimi Eğitim Ve Gelişim Müdürü  
Gizem Kılıç Emektar

**C**arrefourSA, kurum içi iletişimi tek bir kanalda birleştiren ve kurumsal bilgi paylaşımını artıran C4U platformuyla önemli avantajlar elde etti. Kısa adı 'C4U' olan 'CareFourYou' projesi ile CarrefourSA'da olay, talep, problem, değişim yönetimleri, proje süreçlerini çok daha yalın ve çok daha sorunsuz hale getiren bir platform hayat buldu. CarrefourSA Proje Yöneticisi Gizem Kılıç Emektar, bilgi teknolojilerine ulaşan her talebin artık C4U Platformu üzerinden iletildiğini belirtti. "Bu yapıda talep eden ya da sorun çözümü bekleyen her çalışan talebinin hangi aşamada olduğunu görebilir, yorum ya da doküman gibi eklemeler yaparak sürece dahil olabilir" bilgisini veren Gizem Kılıç Emektar, C4U yapısının sağladığı avantajları şöyle anlattı:

### **Süreç planlaması ve analiz buluşması**

"Kullanıcı sisteme giriş yaptıktan sonra platformda bulunan kategorilerden 'sorunum veya talebim var' seçimini yapar ve bildirimde bulunur. Böylece ilgili ekibe kayıt atanmış olur ve süreç ilerlemeye başlar. Yeni işe başlayan çalışanlar için tek bir sistemi öğrenmek yeterli olacağı için oryantasyon sürecinde taraflar için zaman avantajı sağlar. C4U platformu; IT ekibinin

işlerinin takibinde büyük bir yalınlık, farklı platformlara ihtiyaç duymamalarının yanında tekilleşme sağlar. Raporlama konusunda azalan ihtiyaçlar, doğal olarak zaman kaybına da engel olur. Lisans maliyetlerinin azalması da sonuçta şirkete finansal kaynak yaratır."

C4U'da oluşturulan kategoriler sayesinde birim süreçleri için odak grupları oluşturularak süreç planlaması ve analizi sağlanıp, tüm kullanıcıların ortak dili konuşması hedefi de hayat buldu. Geçişin sağlanması ile C4U kazanımlarını Gizem Kılıç Emektar şöyle anlattı:

"Tek bir platform ile yalınlaşma sağlanırken, kurum içi iletişimi tüm çalışanlara sunmak bu yapıyla söz konusu oldu. SLA takibi, ihtiyaca göre açılan iş akış süreçleri, envanter yönetimi, değişiklik yönetimi ve problem yönetimi C4U ile hayata geçti, Yazılım geliştirme döngüsü güç kazanırken, bildirimlerin tekil bir alanda toplanması mümkün oldu. En çok gelen bildirim üzerinde öncelikli iyileştirme sağlanarak, problem kayıtlarının azaltılması C4U ile sağlandı. Nihayetinde Kaynak Planlama kullanımı ile aktif ve gerçekçi planlama sağlandı ve kurumsal öngörülebilirlik gücü kazandı."



## Süreç takibinde pratik yapı

*Finansal verilerin takibi için mobil ve web portal olarak geliştirilen Executive Dashboard, ilgili departmanlarda süreç takibini kolaylaştırıyor.*



CarrefourSA Bilgi Teknolojileri - Proje Yönetimi Ofisi –  
Proje Yöneticisi  
Elçin Ferdiş

**E**xecutive Dashboard Projesi; CarrefourSA bünyesinde finansal verilerin takibi için mobil ve web portal olarak geliştirilen bir uygulama. Geliştirilen proje kapsamında, kullanıcı dostu ekranlarda hızlı ve efektif olarak, belirlenen KPI'ların dashboard'lar yardımıyla mobil ve web portal üzerinde önceki gün, ilgili gün, ayrıca haftalık, aylık ve yıllık bazda seçimleri ile takip edilmesi sağlanıyor. CarrefourSA Proje Yöneticisi Elçin Ferdiş, Executive Dashboard uygulaması ile sağlanan faydalara dikkat çekti. "CarrefourSA'nın finansal verilerinin anlamlı ve erişilebilir hale getirilmesi sağlandı" diyen Elçin Ferdiş'in verdiği bilgiye göre, en kısa sürede, en az etkileşim yoluyla finansal KPI'lara ulaşılarak, CarrefourSA'nın genel durumu hakkında fikir edinilmesi sağlandı. "Kullanıcılar, AD authentication e-posta adresleri ile sisteme giriş

yapabilmekte" detayını paylaşan Elçin Ferdiş, şöyle devam etti:

### **Kullanıcı dostu dashboard mimarisi**

"Web tarafında çeşitli kullanıcı rolleri var. Web tarafındaki bu kullanıcı rollerinin dinamik olarak geliştirilerek, mobil uygulamadaki kullanıcıların yetkilerinin kontrol edilebilmesi sağlandı. Kullanıcı erişimi için dinamik rolleme geliştirilmesiyle her kullanıcı için ekran bazında yetkilendirme yapılabilmesi mümkün oldu. Proje kapsamında 5 adet büyük rapor üzerinde çalışma yapıldı. Verilen kaynaktaki data ile dashboard'da gösterilen datanın tutarlı olması sağlandı. Dashboard'da sayfanın yüklenme performansının maksimum seviyede olmasının yanında Dashboard'un kullanımının da kolay ve kullanıcı dostu bir yapıda olması sağlandı."



# Yapay zekâ destekli RPA süreçleri artacak

*Verimli RPA süreçlerinin oluşturulması için çalışmalar ve araştırmalar kesintisiz biçimde sürüyor.*



CarrefourSA Bilgi Teknolojileri - Dijital Dönüşüm Ofisi –  
Test ve Otomasyon Kıdemli Uzman  
Seyhan Korkmaz

**C**arrefourSA, dijital dönüşüm araçlarından biri olan Robotik Süreç Otomasyonu (RPA) teknolojisi ile iş süreçlerindeki dijitalleşme yolculuğuna devam ediyor. İnsan kaynakları, finans- muhasebe, satış, bilgi teknolojileri gibi birçok departmanda RPA teknolojisi 7/24 çalışma fırsatı sağlayarak verimliliği artırırken, hata olasılığını minimize ediyor ve sisteme öğretilen işlerin de daha hızlı sonuçlanmasını sağlıyor. CarrefourSA Test ve Otomasyon Müdürlüğü Kıdemli Uzmanı Seyhan Korkmaz, “2023 yılı içerisinde iki oturumda olacak şekilde, şirket içerisinde RPA teknolojisinin herkes tarafından bilinmesi ve uygun süreçlerin dijital iş gücüne emanet edilmesi için RPA hackathon etkinlikleri yapıldı. Bu etkinliklerde RPA teknolojisi anlatılarak avantajları, kullanım alanları paylaşıldı. Çalışma sonunda farklı departmandaki kişilerin RPA farkındalığı artırılırken, RPA teknolojisine uygun süreç fikirleri alınarak hayata geçirilmesi için adımlar da atıldı” bilgisini verdi.

## **İş birimlerine de destek**

CarrefourSA Dijital Dönüşüm Ofisi'nde RPA yolculuğunda

4 robot ile ayda 101 farklı iş sürecinde, 15839 işlem ve 4855 saat tasarruf sağladıklarını vurgulayan Seyhan Korkmaz, detayları şöyle anlattı:

“Dijital dönüşümümüz devam etmekte. Robotik süreç otomasyonları ekibi olarak RPA süreç seçiminde teknik yeterlilik, sağlanacak tasarruf gibi kriterleri göz önüne alarak verimli RPA süreçlerinin oluşturulması konusuna dikkat ediyoruz. Aynı zamanda sadece teknik ve finansal yeterlilik değil, regülatif uyum gerektiren süreçlerde de kullanım sağlayarak, iş birimlerimize destek veriyoruz.”

RPA teknolojisinin akıllı süreç otomasyonları (IPA- Intelligent Process Automation) dönüşümü son dönemde hız kazandı. Bu vurguyu yapan Seyhan Korkmaz, CarrefourSA olarak mevcut RPA teknolojisinden faydalanırken, yapay zeka destekli teknolojileri de araştırarak dijital dönüşüm yolculuğunda kullanımı için değerlendirdikleri bilgisini paylaştı. Korkmaz, doküman anlamlandırma, görsel anlamlandırma gibi yapay zekâ destekli RPA süreçlerinin yapımı için çalışmalarının sürdürüğünün de altını çizdi.









# Güvenlik ve iş süreçleri yönetiminde verimlilik

*BBS, CarrefourSA bünyesinde kapsamlı bir güvenlik yatırımına imza attı. Hayata geçirilen ve 6 ana başlıktan oluşan yatırım, kurum içi ve kurum dışı bağlarda uçtan uca güvenliği güçlendiriyor.*

**B**ilgi Birikim Sistemleri (BBS), 1992 yılından bu yana sektörde öncü bilişim firmaları arasında yer alıyor. Yazılım, donanım ve hizmet alanında faaliyet gösteren BBS, teknolojiye yön veren, dijital dönüşümü benimsemiş, uzman kadrosu ve yenilikçi misyonuyla bilgi teknolojileri dünyasında sistem entegratörü olarak konumlanıyor. BBS'nin temel çalışma alanlarını Server & Storage Çözümleri, Sistem ve Network Altyapı Çözümleri, Bütünleşik İletişim Çözümleri, Bilgi Güvenliği Çözümleri, Teknik Hizmetler, Danışmanlık Hizmetleri ve Yazılım Çözümleri olarak sıralamak mümkün.

BBS, 2021 yılının son çeyreğinde bilgi güvenliği ve siber güvenlik alanında CarrefourSA ile çalışmalara başladı. Bu proje kapsamında son kullanıcı güvenliği, veri sızıntısı önleme, güvenli internet erişimi, log yönetimi, ayrıcalıklı kimlik yönetimi ve atak simülasyonu çözümleri öncelikli olmak üzere pek çok farklı alanda CarrefourSA'nın bilgi



BBS Kurumsal Satış Yöneticisi  
Armağan TEMUR



BBS İş Geliştirme Müdürü – Bilgi Güvenliği  
Engin ŞEREF

güvenliğini yükseltecek çözümler ve hizmetlerin sağlanması için iş ortaklığına başladı.

### Regülasyonlara tam uyum

Bu proje kapsamında CarrefourSA; KVKK ve GDPR gibi tabii olduğu regülasyonların gerektirdiği teknik altyapının temellerinin atılmasını hedefledi. Bu altyapı kullanılarak tüm sistemlerin güvenli erişimlerinin sağlanması ve olası bilgi kaybından doğabilecek her türlü kayıpların önüne geçilmesi hedeflendi.

Proje kapsamındaki ürünlerin kurulumları ve yaygınlaştırılması 2022 yılının üçüncü çeyreğinde tamamlandı. Bu süreç sonrasında BBS de CarrefourSA'nın günlük operasyonlarında karşılaşılan ihtiyaçlarına, değişen regülasyonlara bağlı olarak operasyonel destek hizmet anlaşması kapsamında destek sağlıyor.

Bu yatırım sürecinin ilk adımı olan ihtiyaçların belirlenmesi aşamasından itibaren tüm süreçlerde CarrefourSA BT ekipleri ve BBS ekipleri tam bir uyum içinde çalıştı. Proje kapsamında oluşturulan takvime uygun olarak altyapının oluşturulması, kurulum ve yaygınlaştırma çalışmalarının tamamlanmasıyla başarılı bir süreç yönetimi de sağlanmış oldu.

### Çözümler 6 başlıkta yerini aldı

Bu yatırım için BBS, CarrefourSA altyapısında antivirüs, DLP, EDR, web proxy, SIEM, Database Activity Monitoring, PAM ve atak simülasyonu ürünlerini konumlandırdı. BBS bu konumlandırma esnasında 6 temel başlıkta çözüm üretmeye odaklandı.

Öncelikli olarak ofis ortamında veya uzaktan çalışmakta olan kullanıcıların güvenliği sağlanmaya çalışıldı. Bu konuyu güvenliğin ilk adımı olarak gören BBS ekiplerinin belirttiği gibi, aylarca zaman ve kaynak harcayarak kurumsal altyapılardaki pek çok sistemi atlatmaya çalışmaktansa son kullanıcının makinesine erişilerek kurumsal ağlara sızmak artık daha kolay ve masrafsız bir saldırı yöntemi haline geldi. Bu gerçek karşısında BBS tarafından CarrefourSA'da kullanıcı makinelerinde gerekli önlemler alınarak, merkezi olarak yönetilebilen ve raporlanabilen bir altyapı oluşturuldu.

İkinci adımda, BBS tarafından CarrefourSA kullanıcılarının internet erişimlerini güvenli hale getirebilmek, zararlı sitelere erişimlerden kaynaklanabilecek zafiyetlerin önüne geçebilmek için web proxy çözümü konumlandırıldı. Üçüncü olarak, KVKK, GDPR gibi regülasyonların gerekliliklerini karşılayabilmek, CarrefourSA'ya ait kıymetli verilerin kurum dışına sızmasının önüne geçmek ve kurumsal prestijin devamlılığını sağlamak için DLP ve Database Activity Monitoring ürünlerinin konumlandırılması yapıldı.

### PAM mimarisi kurgulandı

Dördüncü aşamada merkezi log yönetimi sağlamak için SIEM cihazlarının kurulumu gerçekleştirilirken, beşinci adımda CarrefourSA kullanıcılarının kurumsal sistemlere güvenli erişimi, bu erişimler esnasında kullanıcıların sadece erişmeleri gereken sistemlere ve ihtiyaç duydukları seviyelerde, belirlenmiş haklar paralelinde bağlanabilmeleri için ayrıcalıklı kimlik yönetimi (PAM) ürünlerinin kurulumu gerçekleştirildi.

BBS'nin CarrefourSA'da hayata geçirdiği kapsamlı yatırımın altıncı ve son adım olarak da hayata geçirilen bu kapsamlı güvenlik yatırımlarının ne kadar efektif olarak kullanıldığı, bilinen atak tipleri ve atak gruplarının senaryolarına karşı mevcut güvenlik altyapısı ile hangi seviyede koruma sağlanabildiği, 'sıfırıncı gün' senaryolarında hızlı aksiyonlar alınabilmesi için de atak simülasyon ve güvenlik kontrolü doğrulama çözümü konumlandırıldı.

## GÜVENLİK EKSENİNDE GÜÇLÜ BAĞLAR

BBS, CarrefourSA altyapısında antivirüs, DLP, EDR, web proxy, SIEM, Database Activity Monitoring, PAM ve atak simülasyonu ürünlerini konumlandırdı. Hedef ise, ilerleyen süreçte de CarrefourSA ile çalışmalarını devam ettirmek. BBS bu noktada hem altyapı hem de güvenlik anlamında CarrefourSA'nın gelişen altyapısına destek sağlayabilmeyi, böylece uzun soluklu bir iş birliğine imza atmayı hedefliyor.



# IBM iş uygulamaları uçtan uca iş başında

**BBS, CarrefourSA ile güvenlik ve otomasyon alanlarında IBM çözümlerini konumlandırarak kapsamlı bir yatırıma imza attı.**

**B**BS'nin CarrefourSA ile bilişim odalı iş birliğinin önemli bir başlığı olarak IBM çözümlerinin konumlandırılması sağlandı. BBS bünyesinde görev yapan IBM İş Uygulamaları ekibi, güçlü ve uzman kadrosuyla halihazırda birçok önemli projeye imza atıyor. Bu projelerin kapsamına bakıldığında, yazılım lisanslarının temini ve uzman kadro tarafından sunulan danışmanlık ve bakım hizmetlerini kapsadığı görülüyor. CarrefourSA ile güvenlik ve otomasyon alanlarında da BBS, IBM çözümlerini konumlandırarak birçok projeyi başarılı bir şekilde hayata geçirdi. Bunun bir örneği olarak, BBS IBM İş Uygulamaları ekibi ve CarrefourSA arasındaki ilk proje de 2022 yılında müşterinin 'Ayrıcalıklı Kimliklerinin' güvenliğini sağlamak amacıyla gerçekleştirilen PAM (IBM Security Verify Privilege) projesi oldu. Beklentileri karşılayan bu ilk çalışmanın ardından CarrefourSA ile iş birliği BBS'nin Doküman Yönetimi ve İş Akışı projesi olan CP4BA (IBM Cloud Pak for Business Automation), güvenlik çözümleri içinde yer alan Kimlik Yönetimi Projesi (IBM Security Verify Governance) ve entegrasyon alanında çözümlerden biri olan API Connect (IBM Cloud Pak for Integration) projesiyle başarılı ve verim sağlayan biçimde devam etti.



BBS Yazılım İş Geliştirme Müdürü  
Duygu DELİLER



BBS İş Uygulamaları Müdürü – IBM  
Müjdat MUTLU

### Düzenlemelere eksiksiz uyum!

BBS'nin CarrefourSA bünyesinde hayata geçirdiği projelerin hepsinin ortak bir kapsamı oldu: CarrefourSA'nın tabii olduğu regülasyonların gerektirdiği teknik altyapıyı sağlamak. Proje bazında bakıldığında ise PAM projesiyle müşteri, ayrıcalıklı kimliklerinin ve şifrelerinin güvenliğini sağlarken, olası her türlü siber saldırı risklerinden de kendisini koruma hedefi ön planda oldu. Ürünün parolalarını otomatik olarak değiştirmek, oturumları kayıt altına alıp tüm işlemleri raporlarla ve günlüklerle takip edebilmek, bunun yanı sıra görüntü ve klavye kaydı da alma özellikleri sayesinde olası tüm tehlikeli durumları engellemek CarrefourSA'nın BBS ile bu başlıkta yürüttüğü projede önceliği oldu.

CarrefourSA'nın BBS ile hayata geçirdiği bir diğer çalışma olan Kimlik Yönetimi projesiyle CarrefourSA ilgili birimleri, entegre olunan sistemlerdeki yetkileri insan kaynakları verisi ile birleştirerek yetki analizleri yapabilecek. Kimlik Yönetimi projesiyle bu sistemlerdeki sahipsiz hesapları da kolaylıkla bulup raporlamasını yapabilmek mümkün oluyor. İş birimleri ve teknik ekipleri tek bir platform üzerinde buluşturan bu ürün sayesinde kullanıcı erişimi ve erişim riskleri de kontrol altına alınabiliyor.

### Tüm API'ler tek arayüzde

Cloud Pak for Business Automation projesi ile CarrefourSA, dokümanlarının yönetimini daha verimli hale getirip, iş akışlarını otomatikleştirebildi. Bu yatırımla CarrefourSA aynı zamanda iş akış şemaları oluşturup süreç madenciliği ile süreçlerini analiz de edebilecek. BBS'nin uzman ekiplerinin hayata geçirdiği bu yatırımla CarrefourSA'da operasyonel bazda tüm süreçlerin dijitalleşmesi söz konusu. Bu 'bütünsel' dijitalleşme CarrefourSA'da ilgili ekiplerin manuel iş yükünden de kurtulabileceği anlamını taşıyor.

Cloud Pak for Integration projesi ile CarrefourSA, API'lerin yönetimini güvenli hale getirip tek bir arayüz üzerinden tüm API'leri yönetme imkanına sahip oldu. Bu sayede dijital marka ve topluluğu oluşturan API'leri keşfetmek ve test etmek CarrefourSA için çok daha kolay hale geldi.

### Merkezi yönetim avantajı

Bu kapsamlı yatırımda ulaşılan noktaya bakıldığında, CarrefourSA'da yürütülen IBM dijital otomasyon ürün ailesi projesinin ilk fazı CarrefourSA'nın tüm sözleşmelerini dijital ortamda takibi ve yönetimi için "Sözleşme Yönetimi" ürününün devreye alınmasıyla gerçekleştirildi. Merkezi konumda olan IBM doküman

yönetim sisteminin diğer sistemlerle olan entegrasyon süreçleri de BBS'nin uzman ekipleri tarafından başarılı bir şekilde devam ettiriliyor. CarrefourSA'da konumlandırılmış IBM PAM çözümü olan IBM Security Verify Privilege ürünü hem kurum içindeki sistem yöneticilerinin hem de kurum dışı danışman firmaların sistemlere güvenli şekilde erişim sağlamalarına yardımcı oluyor. Kurulum ve implementasyon süreçlerine başlanan ve CarrefourSA merkezinde konumlanacak olan kimlik ve erişim yönetimi projesi sayesinde CarrefourSA içerisinde yer alan tüm dijital kimliklerin tek bir yerden, kurallar çerçevesinde ve takibi yapılarak yönetilmesi hedefleniyor.

### Stratejik adımlar atıldı

Bu kapsamlı yatırım çalışmasında CarrefourSA ve BBS ekipleri tüm projelerde bir 'ekip' olarak hareket etti. Hem proje hem de proje sonrası elde edilen başarı tek bir takım olarak ele alınıp üstlenildi. Hedef ise bundan sonraki süreçte de BBS ve CarrefourSA ekipleri arasındaki verimli iş birliğinin aynı biçimde devamlılığını sağlamak.

BBS, CarrefourSA'da konumlandığı kapsamlı yatırımda önemli stratejik adımlara imza attı. CarrefourSA'nın dijitalleşme sürecinde, tüm içeriklerin merkezi bir yerde konumlandırılması ve süreçlerin dijital hale getirilmesi amacı ile IBM CP4BA ürünü konumlandırıldı. Güvenlik tarafında ise hem normal kimliklerin hem de ayrıcalıklı kimliklerin yönetilmesi ve bunların takibinin yapılabilmesi amacı ile IBM IGA ve Verify Privilege ürünleri ile projeler gerçekleştirildi ve çalışmaların devamı da olacak.

## HEDEF; İŞ BİRLİĞİNDE DEVAMLILIĞI SAĞLAMAK!

CarrefourSA'ya önemli faydalar sağlayan bu kapsamlı yatırım, BBS ekipleri ile verimli bir iş birliğinin sonucu ve devamının gelmesi de BBS'nin hedefleri arasında. BBS için CarrefourSA ile yakalanan bu güzel iş birlikteliğini sürdürmek öncelik. Gelişen teknoloji ve dijital dünyayı yakalayabilmek, tüm şirketlerin sürdürülebilirlik ilkesi gereği çok büyük öneme sahip. Bu gerçekten yola çıkan BBS, gelecek dönemlerde de müşteri ihtiyaçları doğrultusunda sektörde devrim yaratan projelere imza atmayı amaçlıyor. BBS, önümüzdeki dönemde de CarrefourSA ile çalışmayı hem altyapı hem de güvenlik anlamında CarrefourSA'nın gelişen altyapısına destek sağlayabilmeyi hedefliyor.

# Perakende sektörü için uçtan uca güvenlik

*BEAM Teknoloji, yatırımlarını global pazarda genişletme, savunma sanayi başta olmak üzere odak sektörlerde yatayda pazar payını artırma hedefiyle ilerliyor. CarrefourSA iş birliği ise perakende sektöründeki yetkinliğin yansımalarını içeriyor.*

**S**iber güvenlik test ve değerlendirme merkezi olarak 2011 yılından bu yana çalışmalar yürüten BEAM Teknoloji; ürün, sistem, süreç ve personellerin operasyonel ortamlarında olası siber saldırılara karşı direncini uluslararası standartlara ve ulusal mevzuatlara uygun olarak test edip değerlendiriyor. Bu kapsamlı uzmanlığının yanında BEAM Teknoloji, yine bu saldırılara karşı anlık olarak izleme ve müdahale hizmetleri sağlayan akredite ve lisanslı bir siber güvenlik şirketi olarak sektörde yetkinliğini ortaya koyuyor.

BEAM Teknoloji'nin yetkinliği ulusal ve uluslararası kriterlere uyumu ile de pekişiyor. Çünkü özellikle son kullanıcıların geliştirdiği ve/veya tedarik ettiği bilişim çözümlerinin tasarımından kaynak kod seviyesine kadar detaylı test ve değerlendirmelerinin uluslararası Ortak Kriterler standardına uygun olarak gerçekleştirilen testleri sonucunda başarılı ürünler 32 ülkede geçerli bir "ürün güvenlik sertifikasına" sahip olabiliyor. Bu





yetkinliğe sahip Türkiye’de ilk özel laboratuvar olan BEAM Teknoloji de 2021 yılında Katar Ulusal Siber Güvenlik Ajansı tarafından da lisanslanarak Katar’da bu alanda faaliyet gösteren Almanya merkezli TÜV-IT firması ile birlikte iki özel laboratuvardan biri olarak konumlanıyor. BEAM Teknoloji’nin test ve değerlendirmeler için nitelikli ve eğitilmiş insan kaynağı, tekrar edilebilen yetkin ve yeterli test kabiliyeti ile akredite edilmiş laboratuvarı başarı hikayelerine de imza atıyor. Bunun bir örneği olarak özellikle Katar’da sahip olduğu lisans ile 2022 Dünya Kupası sürecinde sağladığı kritik altyapıların test edilmesi ve olası saldırılardan önce açıkların kapatılması hizmeti ile BEAM Teknoloji de bilinirliğini ve güvenilirliğini artırırken, birçok kritik projeye davet edilen bir test merkezi konumuna da ulaştı.

### Üçüncü göz görevde

CarrefourSA, dijital dönüşümün yoğun olarak uygulandığı bir sektör olan perakendede pazar lideri markalardan biri olarak yüksek seviyede güvenlik ve erişilebilirlik önceliği ile çalışmalarını yürütüyor. Olası risklere karşı farkındalığı üst seviyede tutarak sahip olduğu pazar payını ve müşteri güvenini koruma hedefiyle ilerleyen CarrefourSA, bu noktada BEAM Teknoloji ile önemli bir çalışmaya da imza attı. Çünkü CarrefourSA, söz konusu risk ve tehditlere karşı güvenlik operasyonlarını iç kaynakları ile yürütse de saldırganlarla eş siber güvenlik alan bilgisine sahip üçüncü taraf bir test ve değerlendirme merkezinin analiz yetkinliği ile bu alandaki gücü pekiştirme isteği öne çıktı. Bu da, BEAM Teknoloji’yi çözümleri ve referanslarıyla bu yatırımda konumlandırdı.

BEAM Teknoloji tarafından “test hedefi” olarak tabir edilen bilişim ürünleri, entegre sistemler, süreçler ve personellerin tamamı CarrefourSA ile yürütülen çalışmaların bilfiil içerisinde yer almakta ve sürekli olarak test edilmekte. Bu sayede de üçüncü bir göz, CarrefourSA’nın almakta olduğu tüm güvenlik tedbirlerinin güncel ve ihtiyaca uygun olduğunu denetlemekte ve doğrulamakta.

## GÜVENLİĞE KATKI SAĞLAYAN ÇÖZÜMLER İNŞA EDİLİYOR

Kuruluş vizyonu “paydaşlarının ihtiyaç duyduğu siber güvenlik serviserinin tamamına uluslararası standartlarda ve kalitede cevap vermek” olan BEAM Teknoloji, işin en temel noktasından başlayarak kurumsal hafızasını ve bilgi birikimini oluşturmaya başladı. Her türlü bilişim çözümünün sakladığı, işlediği ve/veya ilettiği dijital varlıklara yönelik olası risklerin canlı ortamlarda bu çözümler tarafından yeterli seviyede korunup korunmadığı, olası saldırı potansiyellerine karşı güvenlik mimarisinin direncinin ölçülerek, varsa eksikliklerinin iyileştirilmesi konusunda ISO/IEC 17025 standardına uygun test ve değerlendirmeler gerçekleştirmek temel öncelik.

BEAM Teknoloji, birçok farklı alan ve ürün grubunda yerli ve yabancı birçok üretici ve altyapı sahibi ile birlikte çalıştı. Bu da ona, özellikle var olan eksiklikleri ve gereksinimleri gerçek ve canlı ortamlarda güncel olarak izleyebilme yetkinliğini veriyor. Bu kapsamda Ar-Ge ekibi ile ihtiyaçlara yönelik güvenlik çözümleri geliştirmeye odaklanan BEAM Teknoloji, işletmekte olduğu siber operasyon merkezi için kendi geliştirdiği büyük veri analizine dayalı Siber Operasyon Merkezi Yönetim Çözümü ile ağ trafiği ve log analizi konusunda uzmanlaşmış, aynı zamanda yaygın olarak gerçekleştirilen ortalama saldırılarına karşı gelen-giden e-postalar üzerindeki tehditlere karşı Olta.la ve Emcrpt ile kullanıcıların güvenliğine katkı sağlayacak çözümler geliştirmeye başladı.

Söz konusu çözümlerin katma değerlerinin günümüz tehdit ortamında korunabilmesi için ise yapay zeka teknolojilerinden destek alacak şekilde geliştirilmesi ve iyileştirilmesi ile globalde rekabetçi düzeylerinin devam ettirilmesi hedeflenmekte.



### **İş birliğinin sürekliliği hakim**

BEAM Teknoloji ve CarrefourSA arasında bu anlayışla kurgulanan iş birliği 2023 yılı başında hayata geçti. Tüm yapıyı buluşturan güvenlik mimarisinin üçüncü göz olarak

## **BAĞIMSIZ TEST VE İZLEME HİZMETİ YAYGINLAŞACAK**

2023 yılı başında almış olduğu yatırımla ürün ve servislerinin ilk etapta 10 farklı hedef ülkede yaygınlaştırılmasını hedefleyen BEAM Teknoloji, yurt içinde de savunma sanayinin yanı sıra son kullanıcıların da güvenli ürün tedarik edebilmesine yönelik faaliyetlerini arttırmayı hedeflemekte. Çok yakın bir gelecekte konvansiyonel varlıkların hemen hemen tamamının dijitalleşmesini ve verinin bir para birimine dönüşmesini öngören birçok araştırma raporundan hareketle kritik altyapılara ilave olarak son kullanıcıların da doğru ve güvenli ürünleri tedarik etmesinin de önemi artacak. BEAM Teknoloji de işte bu noktada sahip olduğu tecrübe ve referanslar ile artacak bağımsız test ve izleme hizmetini karşılayacak yatırımlar planlanmakta.

denetlenmesi esasında sürekliliği olan bir çalışmayı tanımlıyor. BEAM Teknoloji de söz konusu yapının devamlılığı ve ihtiyacın sürekliliği göz önüne alındığında, CarrefourSA'nın memnuniyetinin devam etmesi paralelinde iş birliğinin de sürekliliğine inanıyor.

BEAM Teknoloji, dijital dönüşümün ve günümüz ekonomik koşulların zorunluluklarından birinin de her tüzel kişinin kendi operasyonunu en iyi şekilde yürütmesi olduğuna işaret ediyor. Sonuçta, BEAM Teknoloji'nin de dikkat çektiği gibi, CarrefourSA'nın birincil çalışma alanı siber güvenlik test ve değerlendirme faaliyeti değil. Tüm bu başlıklar aslında BEAM Teknoloji'nin esas faaliyet alanı ve şirket, kurumsal yapılanmasını ve operasyonel yetkinliğini de bu bilinçle sürekli geliştiriyor ve güçlendiriyor. Bu noktada BEAM Teknoloji, CarrefourSA'nın ihtiyaç duyduğu siber güvenliği sağlamanın önemini farkında ve bu beklentiyi karşılamak için kesintisiz çalışmaya önem veriyor.

### **Ekipler arasında sinerji**

Güvenlikte üçüncü bir göz olarak yetkinlik, iki taraf için de önemli faydaları beraberinde getiriyor. BEAM Teknoloji'nin CarrefourSA ile yaptığı iş birliği BEAM Teknoloji için bilgi birikimi ve tecrübeleri aktarabildiği, bu yetkinliğini kullanabildiği bir birliktelik. Buna ek olarak, ekipler arası koordinasyon ve iletişimle gücü daha da artan ve ortaya çıkarılan katma değerler ile her iki taraf için kıymetli başarı





## HEDEF KÜRESEL PAZARDA GÜÇ KAZANMAK

Kuruluşundan bugüne 1000'in üzerinde ürünün formal ve informal güvenlik değerlendirmelerini gerçekleştiren BEAM Teknoloji Test Merkezi, özellikle bu alanda yetkin personelin yetiştirilmesi konusunda da önemli çalışmalara imza atıyor. Gerek sahip olduğu bilgi birikimi ve tecrübe gerekse bu alanda yapmış olduğu yatırımla öne çıkan BEAM Teknoloji, "alan uzmanı" yetiştirme konusunda da önemli bir yetkinliği ortaya koyuyor. BEAM Teknoloji, özellikle insan kaynağı sorununun üst seviyede olduğu siber güvenlik alanında yetiştirdiği kadrolarla gerek test ve değerlendirme gerekse güvenlik operasyonlarının yürütülmesi alanında birçok kurum ve kuruluşa nitelikli hizmetler sağlıyor.

Türkiye pazarındaki yetkinliğini küresel pazarlara da taşıyan BEAM Teknoloji, Azerbaycan ve Katar'da sunduğu çözüm ve hizmetlerin müşteri nezdinde karşılık bulması ve özellikle kullanıcı farkındalığı eğitimi alanında kendi markası olan Olta.la çözümü ile ulaştığı başarı ile gücünü pekiştiriyor.

Yatırımlarını global pazarda genişletme, savunma sanayi başta olmak üzere odak sektörlerde yatayda pazar payını genişletme hedefi olan BEAM Teknoloji, 2023 yılı başında Türkiye Kalkınma Bankası'nın Yenilikçi ve İleri Teknolojiler Fonu'ndan yatırım aldı ve kurumsal yatırım planlarını uygulamaya geçirdi.

ve tecrübeler oluşturan bir birliktelik söz konusu. BEAM Teknoloji'nin yetkin ekiplerinin özellikle birçok sektör ve uzman ekiple iletişimde olma tecrübesi, CarrefourSA'nın alanında uzman ve işine ciddiyetle yaklaşan uzman ekibi ve konusuna hakim yöneticileri ile aynı dili konuşmak, her tür konuyu derinlemesine değerlendirerek titiz bir şekilde ilerleyebilmek iki ekip arasındaki sinerjinin de önemli çıktılarından.

Bu açıdan bakıldığında, CarrefourSA iş birliği BEAM Teknoloji için önemli bir çalışmayı içeriyor. Sektörel olarak perakendeye hakim olan BEAM Teknoloji, CarrefourSA projesi sayesinde her yeni altyapı ile atak yüzeyi bilgi birikimini ve bu alandaki tecrübesini geliştirme ve güncelleme fırsatı elde ediyor. BEAM Teknoloji'nin özellikle yeni dönemde uluslararası pazarda faaliyetlerini artırma hedefini göz önüne alınca, global pazarda önemli bir marka değeri olan CarrefourSA ile iş birliğinin, referansının ne kadar değerli ve önemli olduğu da görülüyor. BEAM Teknoloji, bu yatırımla CarrefourSA'nın önemli faydalar elde ettiği gerçeğine dikkat çekerken şu vurguyu da yaptı. Buna göre, standart bir hizmet alım kontratı yaklaşımı olmadan mevcut ekibe +1 kişi anlayışıyla dahil olma kültürüyle yapılan işlerin, değerlendirilen tüm olayların sahiplik ve aidiyet düşüncesiyle ele alındığı bir iş birliğinin oluşması bu çalışmanın en önemli faydası.



# İK süreçlerinde uçtan uca adımlar

*Genomsoft, CarrefourSA bünyesinde İnsan Kaynakları süreçlerinin dijitalleştirilmesi ile ilgili olarak üç başlıkta önemli bir çalışmaya imza attı. İki şirket arasındaki bağlar sürekli gelişerek gücünü koruyor.*

**D**ijital dönüşüm, iş süreç yönetimi, araç takip sistemleri Genomsoft'un odaklandığı temel başlıklar olarak öne çıkıyor. Bunları entegrasyon çözümleri, e-ticaret otomasyonları ve proje danışmanlığı konusundaki uzmanlık izliyor. Bu noktada Genomsoft'un yetkin olduğu teknolojiler de mobil uygulama çözümleri, web uygulamaları, gömülü donanım kodlama çözümleri ve nesnelerin interneti (IoT) çözümleri olarak sıralanıyor.

Genomsoft'un gerek 2023 yılı gerekse orta vadeli hedeflerinde öncelik net: Müşteri sayısını ve iş hacmini artırmak. Stratejik hedefleri kapsamında Genomsoft; öncelikle yurt dışı operasyonlarının hacmini artırarak gerek ülke ekonomisine gerekse bununla bağlantılı olarak istihdama katkı sağlamayı amaçlıyor. Genomsoft'un orta vadeli hedeflerine bakıldığında ise proje bazlı çözümlerle elde edilen bilgi ve deneyimleri çeşitli sektörler için yönelik olarak paket çözümler haline getirmek var. Farklı sektörler için yönelik bilgi birikimi ve proje deneyimi böylece Genomsoft'un farklı sektörler için yönelik uzmanlığını paket çözümler olarak ortaya koymasını, bilişim sektörü şirketi olarak 'ürünleştirme' başarısını elde etmesini sağlayacak.



Kemal İlhan YARICI  
Kurucu Ortak (Co-Founder)

Oğuz KAYMAZ  
Kurucu Ortak (Co-Founder)

### İK süreçlerinde tam performans

Genomsoft, CarrefourSA ile İnsan Kaynakları süreçlerinin dijitalleştirilmesi ile ilgili olarak çalışmalarını devam ettiriyor. Bu kapsamda Genomsoft, CarrefourSA için hazırladığı İnsan Kaynakları platformu ile başlıca işe alım süreçlerini, performans değerlendirmelerini ve mağazalarda gerçekleşen olay bildirimlerinin yönetimini üstleniyor.

Söz konusu modüllerin detaylarına bakıldığında, Genomsoft'un uçtan uca yetkinlik sergilediği görülüyor. Bunun bir örneği olan "İşe Alım Modülü", CarrefourSA bünyesindeki tüm işe alımların gerçekleştirildiği platform olma özelliğine sahip. İşe Alım Modülü kanalında ilk adım, adaya SMS ve e-Posta kanalları ile gönderilen 'Aday Formu' ile başlıyor. Bu form aracılığıyla adayın Kişisel Bilgileri, İletişim Bilgileri, Adres Bilgileri, Eğitim Bilgileri, Yabancı Dil Bilgileri, İş Deneyimi Bilgileri, SGK Bilgileri ve Sağlık Evraklar Dosyaları dijital ortamda alınıyor. CarrefourSA'nın talebi olan söz konusu bilgilerin doldurulmasının ardından Aday Formu, CarrefourSA İK departmanı tarafından değerlendiriliyor. Bu konuda ilgili birimler olan İşe Alım ve Özlük departmanları da süreci İK Platformu ile yürütüyor. Bu platform, adaya dair süreç kapsamında üretilen tüm veri ve dosyaların izlenebilmesini sağlıyor. Genomsoft'un CarrefourSA'ya sunduğu İşe Alım Modülü kapsamında adayın işe alım süreci boyunca tekrarlayan ve insan gücü gerektiren işlemler de RPA ile entegre çalışarak hem insan kaynaklı hata riskini ortadan kaldırıyor hem de iş gücü tasarrufunu beraberinde getiriyor.

### Detaylı bilgiler arşivleniyor

Genomsoft'un CarrefourSA'ya sunduğu bir diğer platform "Olay Bildirim Modülü". Bu modül kapsamında CarrefourSA mağazalarında meydana gelen ve İK birimine bildirilmesi gerekli olan olayların yönetildiği bir süreç hayata geçiriliyor. Genomsoft'un hazırladığı bu modülde süreç, mağaza müdürünün açtığı OBTF (Olay Bildirim Takip Formu) ile başlıyor. Söz konusu formda olayın hangi tarih ve saatte meydana geldiği, olayın öncelik seviyesi, olaya dahil olan personeller, olayın detayı, mağaza müdürünün görüşü gibi kapsamlı bilgiler talep ediliyor. Bu yönüyle önemli detayları içeren form CarrefourSA İK birimine iletiliyor ve böylece İK departmanı bünyesindeki İşe Alım, Özlük ve Çalışma İlişkileri birimleri de formu değerlendirip kararlarını vererek sonucu

ortaya koyuyor. Bu kapsamlı bilgilerle yürütülen karar ve değerlendirme süreci boyunca üretilen tüm veriler ve dosyalar da ihtiyaç halinde erişim adına arşivleniyor.

Genomsoft'un eseri olan ve CarrefourSA'da etkin olarak kullanılan bir diğer modül ise 'Performans Değerlendirme Modülü'. Bu platform; CarrefourSA bünyesindeki personellerin periyodik performans değerlendirmelerinin yürütüldüğü bir süreci kapsıyor. Bu form; personelin bağlı olduğu bir üst yöneticisi tarafından belirli periyotlarda gerçekleşen, personelin davranış ve iş performansını değerlendiren bu modül olarak kurumsal ve bireysel bazda önem taşıyor.

### Verimli iş birliği devam ediyor

Genomsoft'un insan kaynakları başlığında CarrefourSA'da ortaya koyduğu verimli çalışma 2018 yılında başlayan iş birliğinin sonucu. Genomsoft ve CarrefourSA bağının verimli biçimde devam ettiğini de belirtmek gerek.

2018 yılında ilk adımı atılan ve devamlılığı olan iş birliği kapsamında Genomsoft, CarrefourSA'da matbu ortamda gerçekleşen İK süreçlerini dijitale taşıyarak, olası hata ihtimalini de minimize etti. Bu platform ile CarrefourSA, iş süreçlerinin izlenebilirliğini elde ederken, Genomsoft çözüm yapısı ile işgücü tasarrufu sağladı ve maliyetlerini minimuma indirme fırsatını yakaladı.

Genomsoft ve CarrefourSA arasında 2018 yılına dayanan iş birliği, karşılıklı memnuniyet ve güven çerçevesinde, verimli biçimde devam ediyor. Bu kapsamda CarrefourSA'da temeli atılan sistemi güncel tutmak ve olası yeni ihtiyaçlara çözüm üretmek adına Genomsoft, CarrefourSA İK ve IT birimleri ile haftalık durum değerlendirme görüşmeleri düzenliyor. Müşterinin dahil olduğu bu düzenli iş geliştirme süreci sayesinde hem CarrefourSA'da hayata geçirilen sistem gelişerek yeni ihtiyaçlara yanıt verebiliyor hem de iki firma arasında ikili ilişkileri daha da geliştiriyor.

Bu açıdan bakıldığında Genomsoft için CarrefourSA önemli bir iş ortağı konumunda yer alıyor. Söz konusu iş birliğinin bir parçası olarak Genomsoft, perakende sektörü için İK süreçlerinin kapsamını ve akışını tanıma, hatta bu yapıyı optimize etme şansı buldu.





### **Yurtdışı pazarlara erişim**

2023 yılı ve orta vadede yürütülen çalışmalar kapsamında Genomsoft, önümüzdeki dönemde turizm sektörünün büyüyerek yeni ihtiyaçları ortaya çıkartacağı kanısında. Şirket bu kapsamda turizm sektörüne yönelik çalışmalarına da hız vermiş durumda. Genomsoft, gerek pazar analizi gerek hedef kitle odaklı yürütülen çalışmaların sonuçlarına göre çözümlerini geliştirmeyi ve önümüzdeki kış turizmi sezonu için yeniliklerini ortaya koymayı hedefliyor.

Öte yandan Genomsoft, yurt dışındaki iş ortaklarıyla operasyonlarını yürütmeye devam ediyor. Bu kapsamda proje danışmanlık desteği ve personel kaynağı sunumu ön planda. Pandemi dönemi ile birlikte uzaktan çalışma sisteminin iyiden iyiye yerleşmesi, Genomsoft'a göre Türkiye gibi maliyet avantajı sunan lokasyonlara yönelik talebin de artmasını sağladı. Genomsoft da bu gelişen talebi karşılamak üzere çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren iş ortakları ile çalışmalarına hızlı bir şekilde devam ediyor. Genomsoft'un orta vadeli hedefi ise yurt dışı operasyonların hacmini daha da artırmak. Genomsoft,

bu noktada halihazırda sağladığı proje danışmanlığı ve insan kaynağı odaklı hizmetlerinin yanına yüzde yüz yerli sermaye ile ürettiği yazılım çözümlerini de bu kapsama almayı hedeflemekte.

Genel olarak İK süreç yönetiminde şirketlerde görülen eksikleri Genomsoft, "İK birimi şirket organizasyonun en temel birimini oluşturmaktadır. Organizasyon kapsamında gizlilik içeren evrakların hemen hemen tümü İK birimi üzerinden akar, ne yazık ki bir çok şirket gizlilik temelli bu operasyonları KVKK kurallarına göre yürütememektedir. Aynı zamanda bu evrak sirkülasyonu çok ciddi bir yönetim operasyonu gerektirir. Bu süreç kapsamında bir çok tekrarlayan iş bulunmaktadır en temel sorunda tam bu noktada ortaya çıkar. Özellikle tekrarlayan işlerde insan iş gücü hataya açıktır ve oldukça maliyetlidir" değerlendirmesini yaptı.

### **Tüm şirket birimleri, dönüşümü benimsemeli**

Genomsoft ekibine göre, hem KVKK gereksinimlerini uygulamak hem de evrak yönetimini hatasız





gerçekleştirmek adına şirketlerin bu operasyonları mutlaka dijital ortama aktarması gerekiyor. Bu noktada doğru iş ortağı ise çok önemli. Genomsoft ekibinin belirttiği gibi, seçilecek iş ortağı operasyon kapsamında tüm akışı görebilmeli, değişen mevzuat ve iş modellerini otomasyona adapte edebilme kabiliyetine sahip olmalı. Genomsoft, CarrefourSA örneğinden yola çıkarak bu konuda şirketlere şu önerilerde bulundu:

"İK süreçlerinin dijitalleşmesi öncelikle İK biriminin kültür değişimi ile başlamakta. Dijital iş modeline göre insan kaynağının ve rollerin belirlenmesi önem arz etmekte. Bizim CarrefourSA ile yaptığımız iş modeli bunun başarılı bir örneği. Tüm süreç KVVK uyumluluğu içerisinde yürütülmekte, ayrıca değişen mevzuat ve iş modelleri sürekli uygulama güncellemeleri ile gereksinimlere karşılık vermekte. CarrefourSA ile birlikte gerçekleştirdiğimiz bu sürecin başarısının temelinde İK biriminin dijital dönüşümü sadece bir otomasyona geçmek olarak görmemesi, organizasyonlarını da revize ederek dijital dönüşüme tüm imkanları ile alt yapı hazırlamaları belirleyici oldu."

## OPERASYONEL VERİM PEKİŞTİ

Genomsoft'un CarrefourSA'da kurguladığı çözüm birçok önemli fayda ve avantajı beraberinde getirdi. Öncelikle İK süreçleri için matbu form uygulaması sonlandırıldı. CarrefourSA içinde İK süreçlerinin izlenebilirliği sağlanırken, yine İK süreçleri boyunca üretilen veri ve dosyaların arşivlenmesi sağlandı. Böylece İK başlığında kapsamlı bir büyük veri mimarisi ortaya konuldu. Başta SAP olmak üzere İK süreçlerinin birbiri ile entegre olması sağlandı. Genomsoft'un CarrefourSA'da hayata geçirdiği çalışma kapsamında kritik bir RPA entegrasyonu sağlandı. Böylece tekrarlayan ve insan gücü gerektiren süreçler optimize edildi. Bu sayede hata faktörü ortadan kaldırılırken, 7-15 kata kadar performans artışı sağlandı. 24 saat veri işleme yetkinliğinin kazanılması da büyük bir kazanım oldu.



# BT kaynaklarını kullanımda maksimum verim!

*Snapbytes; CarrefourSA'nın birçok dijital sürecini, Atlassian ekosistemi üzerinde güncel yaklaşımlarla yeniden tasarladı. Bu kapsamlı adımlar, kurumsal fayda sağlamakta da gecikmedi.*

**T**uncay Şentürk'ün kurucusu olduğu Snapbytes, 2016 yılında her sektöre hitap edecek şekilde, firmaların IT merkezli dijital dönüşümünde hızlandırıcı olmak üzere yola çıktı ve Şentürk'ün yürüttüğü çalışmaların bir yansıması olarak Atlassian ekosisteminde yer alan bir firma olarak çalışmalarına başladı. Hızlı büyüme sergileyen Snapbytes'in öncelikli hedefi kurumların Agile (çevik) dönüşümlerinden en yüksek faydayı sağlamaları ve fikirden ürüne giden yolu kısaltmaları. Organizasyonların tüm bu ve benzeri ihtiyaç ve süreçlerinin dijital dönüşümü ile iç ve dış müşterilerine takip edilebilir, tekrarlanabilir ve sürdürülebilir hizmet sunması, Snapbytes ile iş birliğinin de en büyük çıktısı.

Marketplace eklentileri 90 ülkede 4.000 müşteriye ulaşan Snapbytes, geliştirdiği ürünlerle Atlassian ekosistemindeki derinliğini pekiştirirken, ITSM, DevOps uygulamalarındaki bilgi ve deneyimle müşterilerine IT hizmet yönetimi ve yazılım süreçlerinde kendini kanıtlamış, müşteri ihtiyaçlarını tam olarak karşılayan çözümler oluşturabiliyor.

Atlassian, özellikle Proje Yönetimi, Yazılım Geliştirme ve ITSM süreçlerinde ürünleri olan, uluslararası



Snapbytes Genel Müdürü  
Hasan Kaya

başarılı bir kurum. Ancak kurumsalın uluslararası büyük yapısı, ürünlerin ihtiyaç sahibi müşterilere entegre edilmesi ve uyumlandırılması gibi konulardaki çözüm geliştirme süreçlerinde Atlassian Türkiye Çözüm Ortaklarına ve onların yetkinliğine güveniyor. Snapbytes da ekosistemin ihtiyaç duyduğu her türlü yeni teknik, bilgi ve donanım ihtiyacına karşı sürekli güncel ve hazır. Bu da müşterilerin ihtiyacı olan her türlü entegrasyon, yazılım ve dijital dönüşüm gibi teknolojik zemini yapılandıran her konuda, Snapbytes olarak yetkin hizmet sunumunu beraberinde getiriyor.

### Bulut gündemi öne çıkıyor

Snapbytes bu operasyonlarını İngiltere ve Türkiye ofislerinde koordine ediyor. Tuncay Şentürk'ün bizzat operasyonların başında yer aldığı Cheshire ofisinin yanında, Boğaziçi Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi BÜDOTEK Teknopark'ta uzman ekibiyle çalışmalarını yürütüyor, teknoparkta girişimcilik ekosistemi ile kurulan sıkı bağları güçlendiriyor.

Kurucularının finans ve telekom sektörleri başta olmak üzere tüm sektörlerdeki deneyimi ile Snapbytes'ın 2023 yılı önceliği; güncel bir başlık olup Atlassian ekosisteminin de odağı olan buluta transfer ve bulut dönüşüm. Bu noktada temel motivasyon da var olan müşterilerin dijital dönüşüm süreçlerini bir adım daha ileriye taşıyarak tüm teknolojik kurulumlarını buluta taşımak, yeni müşteriler için ise dijital dönüşüm ve buluta transfer süreçlerini hızlı, kolay yönetilebilir ve sürdürülebilir hizmetlere dönüştürmek.

### Yeni hizmet alanları tasarlanıyor

Bulut dönüşüm, özellikle farklı uygulamalar kullanan ve özel çözümleri gerekli kılan kurumlardaki entegrasyon süreçleri için uzman danışmanlığı gerektiriyor. 2024 yılında sonlanacak olan Atlassian Jira Server modeli, müşterilerin veri merkezi veya bulut platformuna geçmesini gerekli kılacak. Orta vadeli hedeflerde yurtdışında etkinliği artırmak öne çıkıyor. Bu yolda önce stratejik iş ortaklıkları ile başlayıp, yeni şubeler ile devam edecek şekilde bir planla ilerleniyor. Dijital dönüşüm ve teknolojik altyapı ve hizmetlerin buluta transferi konusunda talebi yönetmek için de çeşitli adımlar atan Snapbytes, bu konuda Türkiye pazarı öncelikli olacak şekilde yeni hizmet alanları tasarlıyor. Bu noktada Atlassian Cloud Migration hizmetlerinin çeşitliliği ve buluta geçişte sağladığı kolaylık var olan müşteriler ve yeni bağlantılar için önemli bir avantaj sunuyor.

Bu kapsamda, Snapbytes farklı kapsamlarda Jira Destek Paketleri oluşturdu ve Jira Danışmanlığı adı altında yeni bir hizmet modeli olarak müşterilerine sunmaya başladı. Bunun yanında yüksek performanslı yazılım test otomasyon

ürünü TestB4, Türkiye'de önemli kurumlar tarafından hali hazırda kullanılan yetkin bir test yapılandırma ve yönetim servisi. Bu ürünü de bulutta SaaS modeli ile hizmet verecek şekilde yapılandırmaya odaklanan Snapbytes, ayrıca aktif olarak müşterilerine sunduğu bazı özel eklentilerini de bulut destekli hale getirip, Atlassian Marketplace'te 2023 yılı içerisinde konumlandırmış olacak. Atlassian ekosisteminin gücü ve tecrübesini kullanarak, bulut temelli teknolojileri yönetmek ve buluta özgü çözümler yaratmak ana hedef. Yazılım test otomasyon ürünü Testb4'un bulut ve Jira uyumluluğu için adaptasyon ve revizyon çalışmaları da öncelikler arasında.

### İletişim kanallarında sadeleştirme

Snapbytes Genel Müdürü Hasan Kaya, CarrefourSA ile yürüttükleri çalışma hakkında bilgi verdi. Buna göre, CarrefourSA Jira Service Management kullanımına başlamadan önce şube çalışanları sorun ve taleplerinin birkaç platformu aynı anda kullanarak ilgili birimlere iletiyorlardı. Birden fazla iletişim kanalının varlığı, buna karşılık tek elden süreç yönetimine yönelik ihtiyaç, Jira kullanımına geçişin önemli nedenlerinden biri oldu. Hasan Kaya, Jira Service Management'in CarrefourSA şube çalışanlarının tek bir kanal üzerinden hızlıca ilgili ekiplere ulaşmasını sağladığını belirtti. Şube çalışanlarının ilgili ekiplere hızlıca ulaşmasını sağlayan bu yapıda, verilecek hizmetin kategoriler halinde sunulması sayesinde müşteriler de ilgili ekiplere direkt olarak sorununu veya talebi iletebiliyor. "Bu özellikleri ile sistem, tüm sürecin uçtan uca C4U (Care For You) isimli tek bir platform üzerinden takip edilebilmesini sağlamakta" yorumunu yapan Hasan Kaya, iş birliğinin başlangıç adımlarını şöyle anlattı:

## KURUMSAL BİRLİK DAHA DA PEKİŞTİ

C4U Projesi, departmanlar arası iş birliğini arttırdı. Proje yönetimi ile operasyonel ve yazılım ekipleri aynı bakış açısı altında bir araya geldi. Böylelikle, bir başarı kriteri olarak KPI'lar ile iş yönetimi öncelikleri de birbirine yaklaştı. Proje, bilgi paylaşımını ve sürekli gelişmeyi tetikleyerek, müşteri odaklı bakmayı bir öncelik haline getirdi. Sonuçta, daha kaliteli bir hizmet ortaya konulması söz konusu oldu. BT maliyetlerini rasyonelleştirmek ve düşürmek, BT kaynaklarını daha etkin kullanmak, BT iş süreçlerini kolaylaştırmak, riskleri yönetmek ve daha iyi bir kurumsal yönetimi sağlamak C4U projesinin ana çıktıları oldu.



“CarrefourSA ile ilk temasımız, bir başka firmada yaptığımız projenin referans çözüm olması sayesinde oldu. 2021 yılı sonunda ilk analiz ve ihtiyaç toplantılarımızı yaptık. Beraber bir iş planı ve önceliklendirme yaparak, 2022 yılında projemize dair ilk adımı da attık. Çevik prensiplere uygun şekilde, önceliklendirmeye ve değişen ihtiyaçlara uygun, geri dönüşlere göre güncellenen ve tekrarlı geliştirme, servise alma süreçlerini işlettik. Çalışmalarımıza, yeni süreçlerin Jira üzerinde hayata geçirilmesi ve mevcut süreçlerde de ekiplerden gelen isteklere göre optimizasyonlarla devam ediyoruz.”

Olay bildiriminde kolaylık Snapbytes’ın hayata geçirdiği bu yatırım kapsamında CarrefourSA IT hizmet kataloğu, son kullanıcıların doğru hizmete ulaşımını ve IT çalışanlarının, ihtiyaç duydukları temel bilgileri alabilmelerini sağlayacak şekilde Jira Service Management üzerinde tasarlandı. Örneğin; iş birimi CarrefourSA’nın web sayfasında veya mobil uygulamada bulunan bir ürünün fiyat hatasını iletirken, önce bunun bir “E-Ticaret Problemi” olduğunu seçiyor, ardından “E-Ticaret Ürün Sorunları” ve “Fiyat”

kırılımını seçerek, sorun tipini belirtebiliyor. Hasan Kaya’ya göre, bu sayede hem destek ekibi talebin veya sorunun detayını kayıt üzerinde görebilir hem de iş biriminin kullanıcı deneyimi açısından daha doğru bir yapı işletilmiş olur. Bu yapıda son kullanıcılar, CarrefourSA hizmet kataloğuna göre özelleştirilen Jira Service Management portalı C4U üzerinden olay veya talep bildirimini yapabiliyor. Bildirilen olay ve talepler öncelikli olarak CarrefourSA Yardım Masası ekipleri tarafından çözüme ulaştırılıyor. Bunun için de Yardım Masası ekipleri Jira Service Management’in otomasyon, raporlama, SLA yönetimi gibi özelliklerinden faydalanıyor. “İhtiyaç halinde kalıcı çözüm analizi veya yazılım/altyapı değişikliği gibi konular için Jira Software üzerinde kurgulanan diğer süreçlerle entegre olunuyor” bilgisini paylaşan Hasan Kaya, şöyle devam etti:

“Bu entegrasyonlar kapsamında Jira Service Management üzerinden açılan olay ve talep kayıtları, Jira Software üzerinde tasarlanan Problem Yönetimi, Değişiklik Yönetimi, Yazılım Geliştirme Süreçleri ve Proje Yönetimi süreçleri ile ilişkilendirilmekte. Bu süreçler arasındaki otomasyonlar ile farklı takımların farklı süreçleri arasında beklemler oluşturmadan geçişler yapılabilmekte. Örneğin; problem kaydı için çözüm sağlandığında, ilişkili olay kayıtlarının da otomatik olarak ‘Çözüldü’ olarak güncellenmesi söz konusu. CarrefourSA ile çalışmalarımız sırasında, Jira’nın sunduğu sağlam altyapıya CarrefourSA için özelleştirilmiş eklemeler yapma fırsatımız da oldu. Atlassian ürünlerinin güçlü yanlarından biri de açık platform modelini benimsemesi. Bu sayede, özelleşmiş ihtiyaçlar için Atlassian ürünleri üzerine kendi uygulamalarımızı geliştirmemiz mümkün olabilmekte. Biz de CarrefourSA için bunun bir örneğini, Atlassian ürünlerinde uygulama geliştirme konusunda deneyimli geliştirme ekibimizin katkılarıyla, "Approval Definition" isimli bir uygulama ile kısa bir sürede hayata geçirdik. Bu uygulama ile hedef; açılan talepler için hizmet kataloğuna

## HASAN KAYA: “UÇTAN UCA KATKI SAĞLADIK”

“Snapbytes, yıllar içinde ITSM ve SDLC süreçlerinde elde ettiği deneyimi ile CarrefourSA’nın süreçlerine uçtan uca katkı sunarken; CarrefourSA’nın dijital dönüşüm deneyimi, gelecek vizyonu ile bize öğrenme ve kendimizi geliştirme olanağı tanıyan bir proje oldu. CarrefourSA’nın ihtiyaç ve hedeflerinden yola çıkarak geliştirdiğimiz eklenti ve çözümler, Atlassian Marketplace’de yer alacak ürünlere dönüşme potansiyeline de sahip.”



göre dinamik bir onay sürecinin kurgulanabilmesi ve onay süreçlerindeki değişikliklerin kolaylıkla yapılabilmesini sağlamak oldu.”

### **Birçok başlıkta iyileştirmeler yapıldı**

Bu uygulamada hem kategori bazlı onaycılar belirlenebilmekte hem de kategori bazlı kayıtların hangi ekiplere atanacağı seçilebilmekte. Onaycılar belirlenirken, Active Directory ile entegre Jira grupları seçilebileceği gibi, yine Active Directory'deki tanımlı organizasyon bilgileri de kullanılabilir. Bu sayede talep açan kişiye göre değişken olan yönetici bilgisi, dinamik olarak seçilerek, onay süreçlerinde kullanılabilir. Ayrıca, değişken onaycı sayıları da bu uygulama ile kolayca yönetilebilir.

Uygulamada söz konusu bu onaylara ek olarak, hizmet kataloğundaki hizmetlere destek verecek takımlara da otomatik atama yapılması sağlanabilmekte. Böylece katalog maddelerinde veya ilişkili takımlardaki değişiklikler, herhangi bir Jira yöneticisinin müdahalesine gerek kalmadan yapılabilir. Snapbytes, CarrefourSA ile iş birliği kapsamında ITSM süreçlerine ek olarak yazılım geliştirme süreçlerinde de iyileştirmeler yaptı. Bunun bir örneği olarak test yönetimi sürecinin Jira'ya taşınması ile önemli kazanımlar elde edildi. Örneğin; Jira üzerinde bir test kütüphanesi oluşturarak, testlerin Test Kümesi, Test Planları gibi yapılarda organize edilmesi sağlandı. Ayrıca geliştirme ekiplerinin üzerinde çalıştıkları işler ile testlerinin ilişkilendirilmesi sağlandı. Bunun yanında isterler ile gerçekleşen testler arasında uçtan uca ilişki kurmak ve takip/kapsam raporları alınması mümkün oldu. Yazılım süreçlerindeki hata takibi, hataların testlerle ve isterlerle bağlantısı da sağlanarak kolaylaştırıldı. Bunlar için Jira üzerinde bir test yönetim uygulaması olan “Xray Test Management for Jira” kullanıma alındı ve Hasan Kaya, şu bilgiyi paylaştı:

“CarrefourSA'nın, örneklerini de paylaştığımız birçok dijital sürecini, Atlassian ekosistemi üzerinde güncel yaklaşımlarla yeniden tasarladık. Özellikle Jira uygulamaları; farklı IT ve yazılım geliştirme süreçlerini efektif bir şekilde bir arada tutan merkezi bir uygulama haline geldi. Takım çalışması, başarılı projelerin olmazsa olmazıdır. Bu çalışmamızda da iki şirket takımlarının tek bir takım olarak aynı hedefe ilerlemesi sonuçta proje özelindeki başarıyı da sağladı. İş talep eden ve işi karşılayan iki ekibin farklı bakış açıları ve know-how'ları ile birbirini tamamlaması sayesinde; sağlıklı, sürdürülebilir bir takım ve proje yapısı ortaya çıkmış oldu.”

## **KULLANICI DENEYİMİ ARTIRILDI**

Snapbytes'in CarrefourSA ile iş birliğinde ana beklenti; IT süreçlerinin, güncel ITIL standartlarına uygun bir şekilde uçtan uca takip edilebilir, ölçülebilir ve verimli hale getirilmesi oldu. Bunu yaparken hem son kullanıcılar hem de IT çalışanları için kullanıcı deneyimini artırmak hedeflendi. Bu kapsamda, CarrefourSA için şu konu başlıklarında çalışmalar yapıldı:

### ITSM süreçleri:

- Olay Yönetimi
- Talep Yönetimi
- Problem Yönetimi
- Değişiklik Yönetimi
- Envanter Yönetimi
- SLA Yönetimi

### Yazılım Geliştirme Süreçleri:

- Proje Yönetimi
- Kanban ve Çevik Geliştirme Süreçleri
- Test Yönetimi



# İletişimde kesintisizliğin yol haritası

*Mobil iletişim başlığında uçtan uca çözümleri ile Turatel Mobil Medya, CarrefourSA'nın kesintisizliğini destekliyor.*

**C**arrefourSA, hem kendi iç işleyişleri ve süreçleri için hem insan kaynaklarının ve kendi güvenlik kontrollerinin yapıldığı kontrol mekanizmalarında hem de nihai müşteriye temas edilen tüm katmanlarda Turatel Mobil Medya servislerini 7/24 etkili ve kesintisiz biçimde kullanıyor. Turatel Mobil Medya; 2005 yılında İstanbul merkezli olarak kuruldu. İlk dönemlerinde o dönemin en popüler mecrası da olan toplu mesajlaşma servislerinde Turkcell iş ortağı olarak yola çıkan Turatel Mobil Medya, bugün ise üç operatörün de iş ortağı olarak faaliyetlerini yürütüyor. Bu noktada Turatel Mobil Medya, değişen ve gelişen teknolojiler ve bu paralelde güncellenen regülasyonlara bağlı olarak, özellikle son dönemlerde hayata geçirdiği yatırımlarla çok sayıda ürün ve servis geliştirdi. Turatel Mobil Medya, bu servisler paralelinde bir "Teknoloji firması" olma yönünde atılımlarını da kararlılıkla hayata geçiriyor. Son dönemde öne çıkan servislere çok farklı ve yetkin uygulamaların öne çıktığı görülüyor. Elektronik Ticaret Kanunu (ETK) ve KVKK izin süreçlerinin yönetildiği smartADM, firmalar ile İletim Yönetim Sistemi (İYS) arasındaki veri alışverişini sağlayan smartACL, kesintisiz iletişim imkanı sağlayan smartSWITCH, SMS gönderimleri sonrası detaylı rapor çıktısı imkanı sağlayan smartURL, müşteri deneyimlerinin ölçülmesine imkan sağlayan smartPOLL, acil durumlarda personelle iletişim imkanı sağlayan checkSOS ise ilk akla gelen örnekler...



Turgut Saral



### **Yabancı numaralar kampanyadan yararlanabiliyor**

Önemli yeniliklere kesintisiz biçimde imza atan Turatel Mobil Medya'nın öncelikli hedefi; teknoloji ve yazılım odaklı yetkin projeleri hayata geçirmek. Orta vadeli kurumsal amaç ise küresel pazarlara taşınabilecek projelere imza atmak. Bunun yanı sıra bir kurumsal hedef olarak hem lokaldeki mağazalarından hizmet alan yabancı numaralardan hem de kampanyalara katılacak bu gibi yabancı kişilerden kampanya yönetilmesi de bir süredir kurumsal öncelikler arasında konumlanıyor. Çünkü bu kişilere doğrulama içerikli mesajlarının gönderilmesi için Turatel Mobil Medya'dan yurtdışı kaynaklı numaralara SMS gönderimine yönelik bir çözüm talebi gündeme geldi. Bu taleplere yanıt olarak bir servis geliştiren Turatel Mobil Medya, önemli bir fayda da ortaya koydu. Böylece yurt dışından gelip Türkiye'de yaşayan, yurt dışı numarasıyla hizmet almak isteyen kişilerin erişebilecekleri kişilere doğrulama yapabilecekleri, ihtiyaç duymaları halinde reklam ve pazarlama içerikli gönderim yapabilecekleri, kanalda da bir çözüm yaratıldı.

### **Zengin içerik paylaşımı**

Turatel Mobil Medya, CarrefourSA'nın beklentileri paralelinde, CarrefourSA ile müşteri iletişimine imkan sağlayan mesajlaşma servislerinin konumlandırılmasını üstlendi. Bu servis ile ortaya konulan bulk ya da teklî iletişim imkanı ile kullanıcılara da kolay ve uygun maliyetlerle iletişim imkanı sağlanmakta. 2022 yılının Ocak ayında hayatımıza giren İletim Yönetim Sistemi (İYS) kapsamında CarrefourSA'ya ait tüm izinli iletişim verisi smartACL aracılığı ile İYS servislerine aktarıldı. Bu aktarım sonrası izni alınmış her abone bilgisi "3 iş günü" kuralına uygun olarak İYS'ye aktarıldı ve böylece veri bütünlüğü sağlanmış oldu. CarrefourSA'ya ait ve 3 operatörden kiralanmış olan kısa numaranın yönetimi böylece Turatel Mobil Medya tarafından üstlenildi. CarrefourSA ile hayata geçirilen proje kapsamında abonelerin kısa numaraya gönderdiği tüm mesajlar Turatel Mobil Medya tarafından toplanmakta ve servis aracılığı ile CarrefourSA'ya teslim edilmekte. Hayata geçirilen proje kapsamında zengin

bir içerik paylaşımı söz konusu oldu. Bunun örneği olarak kampanya iletişimlerinde MMS gönderimleri sayesinde ürün ve kampanya görsellerinin ve söz konusu başlıklardaki içeriklerin yer aldığı görsel ve video içerikli gönderimlere imkan sağlanmakta.

Paydaşların kampanya ve bilgilendirme içerikli SMS ve MMS gönderim talepleri de yine Turatel Mobil Medya'nın uzman ekipleri tarafından karşılanmakta. CarrefourSA ile hayata geçirilen proje kapsamında kişisel verilerin ilgili regülasyonlara bağlı olarak korunmasına gerekli hassasiyet gösteriliyor. Bu kapsamda gönderim yapılacak veriler de KVKK kapsamında, FTP ortamında şifreli olarak Turatel Mobil Medya operasyon ekiplerine iletiliyor. Bu paylaşımın hemen ardından da gerekli test ve onay süreçlerinin ardından gönderimler yapılıyor.

### **SMS trafiğinde büyüme hız kesmiyor**

2007 yılında Turkcell İş Ortağı olan Turatel Mobil Medya, gelinen noktada 3 operatörün de mesajlaşma ve mobil pazarlama çözüm ortağı olarak konumlanıyor. CarrefourSA ve Turatel Mobil Medya iş birliği de 2005 yılına dayanıyor. Yatırımları tamamlanan servislere ek olarak, orta ve uzun vadede CarrefourSA'da konumlandırılması planlanan yeni projelere dönük yatırımlar da devam ediyor. 2005 yılında bir telefon görüşmesi sonunda CarrefourSA ile kurulan bağlar, yıllar içinde kat be kat artan SMS trafiğinin de etkisiyle güç kazanıyor. 2005 yılında yılda ortalama 1 milyon civarında seyreden SMS trafiği, geldiğimiz noktada ise yıllık 200 milyonlara ulaşmış durumda. Gelişim hızı dinmeyen mobil iletişim başlığındaki yolculukta Turatel Mobil Medya ve CarrefourSA da 18 yılı aşkın zamandır tüm taraflar için verimli bir iş birliğini devam ettiriyor.

Turatel'in CarrefourSA'da hayata geçirdiği SMS projesinde öncelikle tüm müşterilere hızlı ve uygun maliyetlerle iletişim imkanı sağlandı. Bunun yanında, gönderimler sonrası raporlama başlığındaki yetkinliklerle CarrefourSA'ya ulaşılabilirlik ve kitlenin etkileşimlerinin ölçümü gibi konular odağında bilgiler sunuldu. smartACL



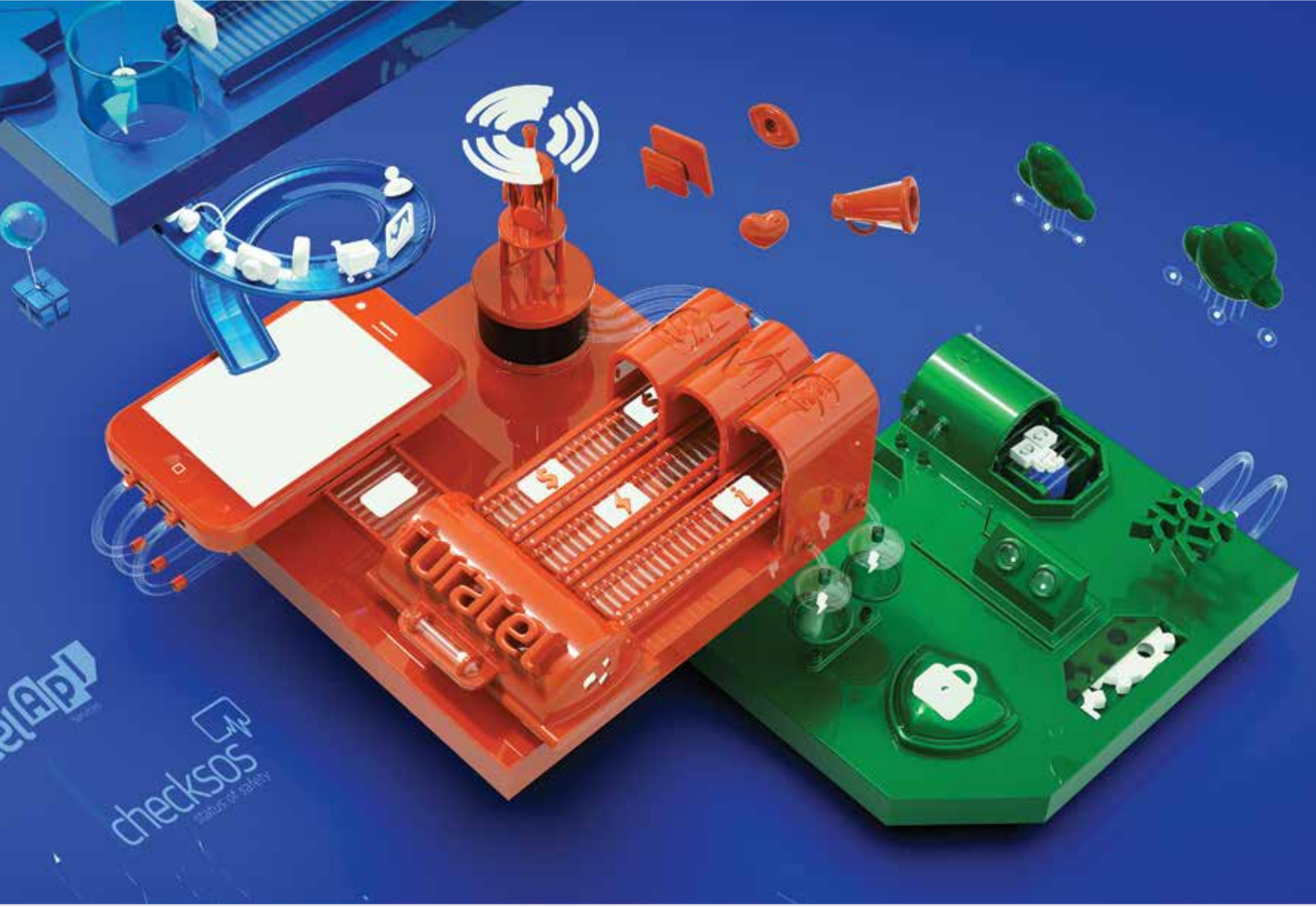
## CARREFOURSA, TURATEL MOBİL MEDYA'NIN SMARTSWITCH FONKSİYONUNU KULLANIYOR

Turatel Mobil Medya'nın smartSWITCH özelliği CarrefourSA içinde önemli faydaları beraberinde getiriyor. İletişimde kesintisizlik ve süreç hızı ise esas. Bunun bir örneği olarak, hâlihazırdaki birincil operatörleri Türk Telekom, ikincil operatörleri Turkcell oda tipi servislerinde birincil operatörü Türk Telekom olarak kullanıp smartSWITCH fonksiyonuyla Türk Telekom OTP servislerinde yaşanabilecek problemlerde kesintisiz ve sorunsuz bir geçişle gerekli operatörleri olan Turkcell'e geçiliyor. Bu da tüm taraflar için servislerde kesintisizliği beraberinde getiriyor.

servisi ile izinli tüm datanın İYS'ye aktarımı ile iletişim kurma imkanı sağlandı. Bunun yanı sıra CarrefourSA'da kurgulanan yapı ile ilgili tüm süreçlerin yasal prosedürlerle tam uyumu sağlandı. Tüm bu adımlar sonucunda da Turatel, kısa numara servisleri ile abonelerin CarrefourSA ile etkileşimde olacağı bir platformu ortaya koydu.

### Müşterilerle etkili iletişim

Perakende sektörünün önde gelen büyük markalarından olan CarrefourSA ile yürütülen iş birliği Turatel için yüksek seviyede önem arz etmekte. Çünkü CarrefourSA'nın elde ettiği faydalar net oldu. Buna göre, Turatel iş birliği ile hayata geçirilen CarrefourSA SMS hizmetleri ile CarrefourSA da müşterileriyle hızlı ve düşük maliyetli bir yöntemle iletişim kurabilme fırsatı yakaladı. Böylece tüm kampanya ve hizmetleri ile ilgili bilgilendirmeleri etkili biçimde gerçekleştirme imkanı bulan CarrefourSA için bu iletişim yöntemi satışlara da net katkı sağladı. İYS servisleri ile iletişim verisini büyüten CarrefourSA, böylece kampanya iletişimlerini de daha fazla kişiye ulaştırdı. Öte yandan, Switch servisleri ile kesintisiz iletişim imkanı sağlanırken, satış ve ciro kaybının da önüne geçildi.



### Talepler anında işleniyor

Turatel'in CarrefourSA'da kurguladığı sistem, sahadaki tüm müşterilerin anlık online kampanya katılım taleplerini alıyor. Yani tek bir mesaj toplama servisi, temel fonksiyonunu başarıyla yerine getirerek, sahada 81 ilde aktif işlem yapan tüm yazar kasalarda anlık olarak CarrefourSA'nın düzenlediği kampanyaya katılacak olan müşterilerin taleplerini alıyor. CarrefourSA'da alınan bu talepler C veritabanında anlık olarak işleniyor ve kampanya katılımı uygun olan kişilere de aynı hızda ve aynı servis kullanılarak yanıt veriliyor. Yani CarrefourSA, Turatel'in birbiri ile bağlantılı ve birbirini tamamlayan üç önemli servisini aktif olarak kullanıyor: Mesaj topluyor, mesaj atıyor ve son olarak, İYS servisini kullanıyor. CarrefourSA, küresel bazda farklı lokasyonlardan sisteme güvenli erişim sağlayabilecek VPN erişimi için yine Turatel servislerini kullanıyor. Bu kapsamda CarrefourSA'nın segmente ettiği müşterilerine Turatel de reklam içerikli, CarrefourSA müşterilerinin alışkanlıklarına uygun ürün tekliflerini yapıyor. CarrefourSA bunun için bulk, yani toplu kanaldan yapılan içeriklerin tekli gönderilmesine imkan sağlayan Turatel servisini kullanıyor. Bu servis yardımıyla CarrefourSA isterse text mesaj gönderebiliyor isterse MMS

mesajı. IS servisinde ise yine mevzuat gereği paralelinde Elektronik Ticaret Kanunu'nun yayınlanan yeni yönetmelik kapsamında izinli bütün verilerin, firmaların Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) nezdindeki ileti yönetim sistemi ve bulunduğu yerde depolanması sürecine altyapı sağlayıcısı Turatel Mobil Medya.

### E-TİCARETTE ŞİFRE KOLAYLIĞI

Turatel Mobil Medya'nın temel olarak baktığımız zaman 3 ana ürün grubu içerisinde alt kısımlarına baktığımız zaman toplu mesajlaşma tarafında smartSWITCH ve smartSINGLE ve smartNOTICE öne çıkıyor. Yine toplu mesajlaşmayı, kendi içinde daha da detaylarına ayırmak gerektiğinde de uygulama zenginliği öne çıkıyor. OTP (One Time Password / Single Shot) web sitesi ve özellikle de e-ticaret tarafında yoğun şekilde kullanılıyor.



# Bütünselliği olan çözüm, yatırımda “devamlılık” anlamını taşıyor

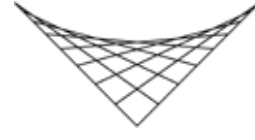
*Üç Boyutlu Yazılım, kendi eseri olan Eskimo çözüm ailesi ile CarrefourSA’da kapsamlı bir yatırıma uygulama ve donanımıyla imza atıyor.*

**Ü**ç Boyutlu Yazılım, bilişim sektöründe 20 senedir faaliyet gösteren bir firma. YTÜ Davutpaşa Teknopark’ta bulunan ofisinde mevcut müşterilerine Eskimo ürün ailesi ile hizmet vermeye devam ettiklerini belirten Üç Boyutlu Yazılım Kurucusu Arda Orcan, “Bir yandan da Ar-Ge çalışmalarımızı yürütüyoruz” dedi. Eskimo OmniCommerceSuite çözümü ile müşterilerinin online ve fiziksel kanallarını birlikte ve muntazam şekilde yönetebildiklerini söyleyen Arda Orcan, ekledi: “Eskimo Kasa’da pazaryerleri ile entegrasyon sağlanması, ayrıca tüm sipariş, stok ve satış süreçlerini, kullanıcı dostu ekranlarla yönetme imkanı sunuyor. Hem de bu imkana, geleneksel kasa çözümlerine kıyasla çok daha makul fiyatla ve platform bağımsız sahip oluyorlar. Bu da müşterilerimize etkinlik ve verimlilik anlamında katkı sunuyor.”

Eskimo ürün ailesi; farklı modüllerden oluşan ve müşterilerin ihtiyaçları doğrultusunda hızlı ve kolay uyarılma imkanı sağlayan bir çözüm paketi. Bu modüllerin tamamını kullanarak işini yöneten müşteriler olduğu gibi sadece belli modülleri kullanan müşteriler de var. Arda Orcan, Eskimo çözümü ile yüz yüze kanallardan yani mağazalar



Üç Boyutlu Yazılım Kurucusu  
Arda Orcan



ÜÇBOYUTLU  
YAZILIM, BİLGİ & İLETİŞİM SİSTEMLERİ

veya restoranlar aracılığı ile veya dijital kanallar, yani web, mobil, çağrı merkezi veya pazaryerleri üzerinden ürün ve hizmet satışı gerçekleştiren işletmelere, tüm tedarik ve satış süreçlerini yönetebilecekleri, CRM ve Kampanya özelliği barındıran bir çözüm sunduklarını vurguladı. Bir stok ve satış yönetim uygulaması olan Eskimo, müşterilerin web sitesi, online satış sitesi veya mobil uygulama ihtiyaçlarına cevap verirken, cari yönetimi, müşteri yönetimi, pazaryerleri ile entegrasyon, tedarikçi yönetimi, sipariş, mal kabul, stok yönetimi, stok transferi, mağazalarda etiket basımı, satış ve satış sonrası şikayet yönetimi gibi süreçleri uçtan uca yönetebilecekleri ve bir işletmenin ihtiyaç duyacağı tüm süreçleri içeren bir çözüm. EFT POS ve ÖKC sistemleri ile entegrasyon sayesinde de hızlı ve hatasız işlem imkanı sağlanıyor. SAP, Oracle gibi ERP uygulamaları ile entegre olarak bütünleşik bir üretim, planlama, satınalma, satış ve muhasebe süreci bu şekilde sağlanmış oluyor.

#### Online ve offline işlevsellik

Piyasada bu başlıklarda destek sunan yerli ve yabancı birçok farklı çözüm var. “Bizim rakiplerimizden ayrıştığımız hususların başında ise Eskimo’nun platform bağımsız çalışabilir olması geliyor” diyen Arda Orcan, ekledi:

“Native, yani browser üzerinde değil, üzerinde koştığımız donanımın özelliklerinden faydalanacak şekilde çalışıyor uygulamamız. Bu sayede biz gerekirse bir Windows PC veya herhangi bir iOS veya Android telefon, tablet, el terminali veya yeni nesil Anroid POS cihazları üzerinde başarılı şekilde çalışabiliyoruz. Bir diğer özelliğimiz ise Eskimo’nun hem online hem offline çalışabiliyor olması. Offline çalışabilmesi sayesinde Eskimo ile satış ve operasyon hiçbir şekilde durmadan devam ediyor ve bağlantı geldiğinde sistem kendini güncelliyor.”

#### Yatırım sürekli büyüyor

Üç Boyutlu Yazılım, CarrefourSA ile aslında uzun süredir çalışıyor, fakat son dönemde bu çalışmalar Arda Orcan’ın tabiriyle önemli bir noktaya gelmiş durumda. “Müşterimizin esasen birkaç motivasyonu ve hedefi olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır” diyen Arda Orcan, bu yorumunu şöyle detaylandırdı:

“Öncelikle müşterimiz kullanmakta olduğu geleneksel kasa sistemini bizimle yedeklemiş oluyor. Bunun yanı sıra bizdeki mobilite, hem online hem offline çalışma ve hızlı uyarılma becerileri sayesinde geleneksel kasada yapabileceği her şeyi yaparken, çok daha düşük maliyetle yeni bir takım

talepleri de hayata geçirme fırsatı yakalıyor olacak. Yatırımın birinci fazı 2022 sonunda tamamlanırken, ikinci faz 2023 Temmuz’da tamamlandı. Şu anda üçüncü faz devam etmekte. Ama özünde bu yatırım, ihtiyaçlar ve yeni talepler doğrultusunda sürekli gelişecek bir proje.”

#### Tüm süreçler mobil üstünden işliyor

“Şu anda artık saha kurulumu ve mağazalarda yaygınlaştırma aşamasında olduğumuz Mobil Kasa ve bir sonraki adımı olan Self-Servis Kasa projelerimizin çalışmalarını 2022 yılında başlattık” bilgisini veren Arda Orcan, detayları şöyle anlattı:



“Mobil Kasa projesi ile bir yandan mevcut geleneksel kasa sistemlerine alternatif bir çözüm üretirken, diğer yandan da yatırım maliyetlerinde önemli bir tasarruf sağlamayı hedefledik. Eskimo Kasa çözümümüzün donanım ve platform bağımsız olması ve bunun yanı sıra online ve offline olarak çalışma kabiliyeti sayesinde müşterimize önemli bir avantaj sunuyor. Eskimo Kasa uygulamamızı CarrefourSA’da Android işletim sistemli mobil cihazlarda konumlandırıyor olacağız.”

## ALIŞVERİŞ SEPETİ MARKETTE OLUŞTURULACAK

Uygulamayı kendisi geliştiren, bu yönüyle uygulamada tamamen müşterinin istek ve ihtiyacına göre uyarlama yapma imkanına sahip olan Üç Boyutlu Yazılım, paket çözüm ve kısıtlı uyarlama imkanı sunmak yerine Eskimo ile hızlı ve düşük maliyetli uyarlama imkanı sunuyor. Bunun yanı sıra KVKK/ETK izinlerinin alınması, e-Fatura/e-Erşiv entegrasyonu, ERP veya muhasebe uygulamaları ile entegrasyon imkanı da müşterilerin süreçlerine kolaylık sağlıyor. Eskimo ile satışı ve operasyonu bir mobil cihaz üzerine alarak, satışı mağazanın her alanında, hatta mağaza dışında gerçekleştirebilmek de mümkün. “Üç Boyutlu Yazılım, Türkiye’de öncü bir projeye CarrefourSA ve Zebra Technologies’in Türkiye’deki çözüm iş ortaklarından, Mobisis Teknoloji ile imza atmaya hedefliyor.” Bu projede donanım olarak Zebra PS20 Kişisel Alışverişçi kullanılacak. Market müşterisinin mağazada ürünleri alışveriş arabasına atarken Zebra PS20 ile okutmasıyla alışveriş sepetini oluşturması, kasa bankosuna geldiğinde de doğrudan ödemesini yaparak mağazadan ayrılması hedefleniyor. Zebra’nın yurt dışında benzer çözümü farklı yazılım firmaları ile yapması ışığında Türkiye’de bu konuda öncü olmak hedefleniyor. Zebra PS20’nin düşmelere karşı dayanıklılığı, ergonomisi, yurt dışı referansları, barkod okuma hızı ve yazılımla uyumu cihazı da ön plana çıkardı. Sistem sayesinde mağazanın alışverişe açık olduğu zaman diliminde müşteriler self-servis alışveriş yapabilecek. Mağazanın alışverişe kapalı olduğu saatlerde ise mağaza personelinin sistemi, stok sayımı veya etiket operasyonlarında kullanılabilir olacak. CarrefourSA açısından bu proje, önemli verim ve tasarruf anlamına geliyor.

Tabi ki müşterimizin ihtiyaçları ve talepleri doğrultusunda bir takım entegrasyon ve uyarlamalar da gerçekleştirmiş bulunuyoruz. Günün sonunda, büyük donanım yatırımına gerek duymadan, mobil cihazlar üzerinden tüm satış, kampanya, stok sayım, iade gibi mağazacılık süreçlerini yönetilebilecek, ÖKC cihazları ile entegrasyon sayesinde tahsilat işlemi de gerçekleştiriyor olacağız.”

### Çözüm ortağı görüşmeleri devam ediyor

Mimaride yakın zamanda yapılması planlanan bir değişiklik ile Eskimo, tek mağazası olan küçük bir işletmenin dahi kolaylıkla ve çok düşük bir bütçe ile satın alıp, tak çalıştır mantığı ile kolaylıkla kullanmaya başlayacağı bir yapıya bürünecek. Bu bilgiyi paylaşan Arda Orcan, “Bu durumun gereği olarak, Eskimo’nun tüm Türkiye sathından dağıtım, satış ve destek hizmetlerini yürütmek üzere çözüm ortağı görüşmelerimiz devam etmekte” bilgisini verdi. Bir Ar-Ge firması olarak uygulamayı sürekli olarak iyileştirme, geliştirme ve mükemmelleştirme odaklı bitmeyen bir çalışma içinde olduklarını vurgulayan Arda Orcan, şu bilgiyi paylaştı:

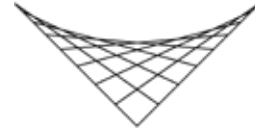
“Kurumsal stratejimiz doğrultusunda bir yandan yerel donanım üreticileri ve dağıtıcıları ile yakın ilişkide kalarak, diğer yandan servis sağlayıcı firmalar ile yapmış olduğumuz jenerik entegrasyonlar sayesinde mevcut ve müstakbel müşterilerimize avantaj sağlamayı hedefliyoruz.”

### Ek özellikler hayat buluyor

Eskimo odağında müşteri geri dönüşleri, yapılan ve planlanan yenilikler üzerinde önemli bir etkiye sahip. Eskimo kullanıcılarının, öncelikle programın esnek yapısından kaynaklı memnuniyetine dikkat çeken Arda Orcan, Ar-Ge odaklı yetkinliklerinin önemine de şöyle değindi:

“Devam eden ve hep devam edecek olan Ar-Ge faaliyetlerimiz neticesinde bazen kendi fikirlerimiz ve zaman zaman da bir müşterimizden gelen öneri veya talebi programın genel kabiliyetlerine ekliyoruz. Bu ek özellikler için mevcut müşterilerimizden herhangi bir ek ücret de talep etmiyoruz. Bu stratejimiz müşterilerimizde ciddi bir memnuniyet yaratmakta. Birçok rakibimizin opsiyonel ve ek ücrete tabi olarak sunduğu bir takım özellikler, bizde





ÜÇBOYUTLU  
YAZILIM, BİLGİ & İLETİŞİM SİSTEMLERİ

ise standart olarak sunulmakta. Dolayısı ile bu durum müşterimizi ekonomik olarak da rahatlatmakta.”

### **Omnichannel kurgular artık bir gereklilik**

Covid-19 pandemisinin hafiflemesi ile birlikte fiziksel mağazacılık tekrar eski günlerine dönmüş gibi görünse de, Arda Orcan'ın belirttiği gibi, önemli bir müşteri kitlesi dijital alışveriş olanaklarının kolaylık ve avantajlarını kullanmaya devam ediyor. “Dolayısı ile fiziksel ile dijitalin bir birlerinin tamamlayıcısı ve destekleyicisi şeklinde kurgulanması bize göre artık bir zorunluluk haline gelmiş durumda” yorumunu yapan Arda Orcan, bu kapsamda önemli bir değişime işaret etti. Buna göre, bundan 4-5 sene evvel bu tip kurgular “satış artırıcı” olarak görülüyordu, ama artık satış artırmak değil, satış kaybetmemek için de gerekli hale gelmiş durumda. Dolayısı ile omnichannel kurgular artık “olmazsa olmaz” hale geldi. Arda Orcan'a göre, tüm kurumsal yapıların bu doğrultuda yapmış ve yapmakta olduğu önemli işler söz konusu, fakat bu noktada gözden kaçan bazı noktalar olduğunu da belirtmek gerek. Arda Orcan, bu tespitini şu bilgilerle detaylandırdı:

“Kimi kurumsal firmaların omnichannel kurguları hayata geçirme noktasında konuya fazlaca teknolojik açıdan yaklaşırken, müşteri ve mağaza çalışanı deneyimini çok iyi planladıkları ve dolayısı ile yapılan yatırımın amacına ulaşamadığını görüyoruz. Kimi zaman da, kurumsal firmaların bütçesel veya muhtelif nedenlerle, omnichannel kurgular için yeni ve yetkin bir uygulamaya yatırım yapmak yerine, mevcut kullandıkları altyapının kabiliyetlerini zorlayarak çözüm üretmeye gayret ettiklerini görüyoruz. Maalesef bu çabalar da çoğu zaman vakit ve para kaybı ile sonuçlanıyor, amaçlanan hedefe de ulaşılamıyor. Bu gerçekler karşısında Eskimo ise iyi planlanmış ve bütünleşik mimarisi ile hem ekonomik hem de hızlı şekilde işletmelerin tüm fiziksel ve dijital mağazacılık süreçlerini yönetmesine imkan sunuyor.”

### **Yurt dışı adımlar güçlenecek**

Kapsamlı kurumsal fayda sunan ve sürekli gelişen, yenilenen Eskimo çözümünün yurtdışı adımları da hız kazanıyor. Arda Orcan, “Mevcutta çok prestijli müşterilerimizden biri halen Türkiye'deki mağazalarının yanı sıra yurt dışındaki bir mağazasında da Eskimo'yu İngilizce versiyonu ile kullanıyor

ve bundan mutluyuz” bilgisini verdi. Bunun yanı sıra, halen planlama aşamasında olunan bir projede, elektronik sektörünün dünyanın en büyüklerinden olan bir Üç Boyutlu Yazılım müşterisinin Türkiye'de açacağı ilk mağazasının altyapısı sağlanacak. Arda Orcan, “Bu mağazadaki kullanımın diğer ülkelerdeki mağazalar için de örnek teşkil edeceğini düşünüyoruz ve umuyoruz ki bu proje, yurt dışına atacağımız adımların başlangıcı olacak” beklentisini dile getirdi.

## **YATIRIMCI İLGİSİ GİDEREK ARTIYOR**

Bilişim sektöründe yaşanan işgücü göçü ve hızlı değişimin herkes gibi kendilerini de etkilediğini vurgulayan Üç Boyutlu Yazılım Kurucusu Arda Orcan, kurumsal olarak gerek 2023 yılı gerek orta vade için hedef ve stratejilerini şöyle anlattı:

“Halen iyi bir çekirdek kadromuz olmakla birlikte amacımız bu kadroyu büyüterek sabit kılmak. Bu yönde ekip arkadaşlarımıza iyi bir çalışma ortamı sağlamaya gayret ediyoruz. Örneğin; çalışma saatlerimizi 9:30-17:30 olarak düzenledik ve günde 7 saate düşürdük. Bunun yanı sıra hibrit çalışma yöntemine devam ediyoruz. Ekip arkadaşlarımızla yüksek güven seviyesinde, sorumluluk ve inisiyatif almayı teşvik edici bir çalışma yöntemimiz söz konusu. Bu yapı ilk etapta arkadaşlarımızı zorluyor olsa da, tüm paydaşların gelişimlerini hızlandırması adına bu metodu doğru buluyoruz. Diğer yandan, müşteri portföyümüzü büyütme ve mevcut müşterilerimizin işlerine daha fazla değer katmak üzerinde sürekli bir arayış ve değerlendirme içerisinde olduğumuzu vurgulamak isterim. İstikrarlı biçimde büyüyen yapımız ve hayata geçirdiğimiz başarılı çalışmaların bir sonucu olarak özellikle son dönemde bilinirliğimizde ve tercih edilme noktasında önemli bir artış söz konusu. Kurumsal bilinirliğimizin istikrarlı biçimde gelişiminin doğal bir sonucu olarak bazı yatırım fonlarının da dikkatini çektiğimizi görüyoruz. Hatta Üç Boyutlu Yazılım'a yatırım yapmak isteyen birkaç fon ile yakın zamanda görüşmelerimiz oldu ve şu anda konuyu değerlendirme aşamasındayız. Doğru zamanda atılacak adımlarla önümüzdeki birkaç sene içerisinde Bilişim 500 listesinde üst sıralarda kendimize yer bulmayı hedefliyoruz.”

# E-ticaret operasyonunda kesintisiz, hızlı ve nitelikli çözüm Vector ile sağlandı

*Perakende sektörünün öncülerinden CarrefourSA ile çalışmak Vector Group için önemli bir referans değer. OT/VT sektörü ile CarrefourSA'nın bulunduğu perakende sektöründe iş birlikleri içinde olmak Vector Grup için önemli bir avantaj.*

**V**ector Group; "izlenebilirlik" alanında yazılım, donanım ve teknik servis hizmetlerini, yani yapının tüm unsurlarını tek çatı altında sunan bir teknoloji şirketi. Depo ve demirbaş yönetim yazılımları, son teknoloji endüstriyel donanım ekipmanları ve teknik servis ağı ile Vector Group, müşterilerine uçtan uca hizmet sunuyor. Tüm bu yetkinliklerin yanında Vector Group, ayrıca IoT, RFID, digital signage, robotik otomasyon ile ileri teknoloji hizmetleri alanlarında da kapsamlı çalışmalara imza atıyor, bu başlıklardaki yetkinliğini sürekli güçlendiriyor.

Orta vadeli kurumsal hedeflere bakıldığında, Vector Group'un rotası net: İzlenebilirlik alanında sahip olunan yetkin tecrübenin ve deneyimin gücü ile birlikte önümüzdeki yıllarda ileri teknoloji çözümler ile müşterilere hizmet sunmak. Bu noktada Vector

**vector**  
İzlenebilirlik Entegratörü

**vecsoft** Scalability Software

**vec**tech Keep Working

**vec**SOLUTION vector



Group, müşterileri için izlenebilirlik alanında ileri teknolojiler ile çözüm üreten ve sektörel danışmanlık hizmetleri ile fark yaratan, çözüm mimarı ve mühendis kaynakları ile yenilikçi, profesyonel, bilimsel yaklaşım ile proje yönetimi yapan, en nitelikli ve yüksek kalitede hizmeti ulaştırmayı öncelikli hedef olarak belirliyor.

#### **Sürekliliği olan iş birliği**

Vector Group, CarrefourSA ile kapsamlı bir çalışmaya imza attı. Temelde CarrefourSA e-ticaret ve franchising depo operasyonlarında sipariş süreçlerinin hızlı, hatasız ve verimliliği yüksek şekilde ilerlemesi için son teknoloji endüstriyel donanım ihtiyaçları Vector Group tarafından karşılandı. Hayata geçirilen bu kapsamlı yatırımda e-ticaret operasyonları için Honeywell Eda51, franchising depo operasyonlarında ise Honeywell Eda61K ile kesintisiz izlenebilirlik hizmeti sunuldu. Bu yatırımın sonucunda CarrefourSA, müşteri siparişlerinin geldiği andan başlayarak bu siparişlerin teslim edilme anına kadarki tüm süreçlerini hatasız ve verimli şekilde yürütme gücüne kavuştu. Vector Group da bu yatırımda endüstriyel donanım ve teknik servis ihtiyaçlarını karşılamış oldu.

Bu yatırım aslında Vector Group'un CarrefourSA ile uzun yıllara dayanan ve farklı ölçeklerde projeleri içeren iş birliğinin adımlarından biri oldu. Böylece 2020 yılı itibarıyla Vector Group, CarrefourSA ile olan verimli bağlarını e-ticaret ve franchising depo projeleri ile devam ettirdi. Vector Group, bu kapsamlı yatırımı, e-ticaret ve franchising depo projeleri özelinde tamamladı. Ancak gelişen ve değişen teknoloji dünyasında birçok farklı proje başlıkları odağında CarrefourSA ile görüşmeler devam ediyor, sürekliliği olan bir iş birliği yaklaşımı etkin oluyor.

#### **Koordineli işleyiş**

Vector Group'un hayata geçirilmesini sağladığı bu yatırım kapsamında CarrefourSA'nın önceliği olan "E- ticaret

operasyonunda kesintisiz izlenebilirlik" sağlandı. Elde edilen verimli sonuçlarda Vector Group'un CarrefourSA'nın beklentilerine doğru donanım ve uygulama çözümleri ile yanıt vermesini sağlaması belirleyici oldu. Bu strateji kapsamında Vector Group, online kanaldan gelen siparişlerin toplama operasyonunda perakende sektörü için uygun olan Honeywell Eda51, depo operasyonları içinse Honeywell Eda61K kullanımını sağladı. Taraflar arasında geçmişe dayanan verimli bağlar ve ihtiyaçların net ve doğru biçimde paylaşımının bir sonucu olarak, CarrefourSA'da hızlı ve hatasız ilerlemesi gereken süreç odağındaki ihtiyaçlara yanıt verildi.

Vector Group'un CarrefourSA ile iş birliği başladığı andan itibaren hem müşteri yöneticileri hem de teknik servis yöneticileri nezdinde CarrefourSA ekiplerinin desteği ile koordinasyonlu iş ilişkisi öne çıktı ve yatırımın ortaya koyduğu faydada belirleyici oldu. Öyle ki, projelerin başlangıç ve bitiş tarihleri göz önünde bulundurulduğunda, minimum 6 ayı omuz omuza çalışarak birbirlerine destek olarak yürüten tüm Vector ve CarrefourSA ekipleri önemli bir başarıya imza attı. Perakende sektörünün öncülerinden CarrefourSA ile çalışıyor olmak ve referansları arasında olması Vector Group için de önemli bir gurur kaynağı.

Bu yatırımın CarrefourSA'ya kattığı faydalar, sağladığı avantajlara bakılınca, Vector Group'un hayata geçirdiği mimaride e-ticaret ve depo başlıklarında izlenebilirlik süreçlerinde kesintisiz, hızlı ve nitelikli çözüme ulaşılması söz konusu. Vector Group, CarrefourSA'nın manuel ve geçmiş teknolojiler ile yürütülen operasyonlarının gelişen teknolojiler ile değişiminde aktif rol aldı. Sonuçta şu bir gerçek ki, sektör ve kurumsal ölçek fark etmeksizin, rekabet koşullarında fark yaratmak günümüzde ancak güçlü teknolojik altyapılar ve değişimlerle söz konusu olabilmekte. CarrefourSA da işte bu bilinçle yatırımlarını yapmakta ve fayda elde etmekte. Bu değişimde Vector Group olarak iş birliği içinde olmak da gurur kaynağı.



### Sektör bazında yetkinlik önem taşıyor

Vector Group, izlenebilirlik alanında sahip olduğu tecrübe ve deneyimin gücü ile önümüzdeki yıllarda ileri teknoloji çözümler ile müşterilerine hizmet sunmaya devam etmek istiyor. Bu hedefler paralelinde yetkin insan kaynağı edinimi, Ar-Ge ve departman yatırımları yapıyor. Müşteriler nezdinde izlenebilirlik alanında ileri teknolojiler ile çözüm üreten, sektörel danışmanlık hizmetleri ile fark yaratan, çözüm mimarı ve mühendis kaynakları ile yenilikçi, profesyonel, bilimsel yaklaşım ile proje yönetimi yapan, en nitelikli ve yüksek kalitede hizmeti ulaştırmak Vector Group'un birincil hedefi.

### OT/VT başlığında alışkanlıklar değişiyor

Otomatik tanıma ve veri toplama (OT/VT), çeşitli alanlarda büyük öneme sahip olan bir teknoloji ve konsept. Vector Group, bu alanda beklentilerini ortaya koyarken, bu eğilimlerin genel olarak OT/VT alanının geleceğini de şekillendirmesini bekliyor. Bu başlıkta gelişmiş yapay zeka ve derin öğrenme ilk sırada ve Vector Group'un beklentisi; OT/VT alanında yapay zeka ve derin öğrenme tekniklerinin daha da geliştirilmesi. Özellikle görüntü ve video analizi, ses tanıma ve doğal dil işleme gibi alanlarda daha hassas ve doğru sonuçlar elde edilebilecek. İkinci beklenti, geniş

veri kaynakları ve IoT. Burada IoT cihazları ve sensörlerin sayısındaki artış, çevre verilerinin otomatik olarak toplanmasını sağlarken, bu da daha fazla veri elde edilerek analiz edilip, anlamlandırılabilmesi anlamına geliyor. Üçüncü beklenti otomatik veri etiketleme ve anlama. Vector Group beklentilerine göre, veri setleri genellikle makine öğrenimi algoritmalarının eğitimi için etiketlenmiş veriler gerektirir. Otomatik etiketleme teknikleri ise bu veri setlerinin daha hızlı ve verimli bir şekilde oluşturulmasına yardımcı olabilir. Dördüncü beklenti özerk araçlar ve robotlar. Otomasyon ve otomatik tanıma, özerk araçlar ve robotların güvenli ve etkili bir şekilde çevreleriyle etkileşimde bulunmasını sağlar. Vector Group'a göre bu da endüstriyel otomasyon, lojistik ve taşıma sektörlerinde önemli gelişmelere yol açabilir. Sürdürülebilirlik ve çevresel uygulamalar beşinci beklenti olarak öne çıkıyor ve OT/VT teknolojileri, çevresel izleme ve sürdürülebilirlik uygulamalarında kullanılarak, orman yangınları, su kirliliği, hava kalitesi gibi konularda anlık ve geniş ölçekli veri toplamayı mümkün kılabilir. Altıncı beklentinin temeli sağlık ve tıp alanındaki kullanımlar ve OT/VT burada hastalık teşhisi, ilaç geliştirme ve hastaların takibi gibi birçok alanda kullanılabilir, hatta görüntü analizi, biyomedikal sensörler ve tıbbi cihazlar aracılığıyla büyük veri setleri toplanabilir. Yedinci beklenti konusu güvenlik ve izleme uygulamaları. Güvenlik sistemlerinin ve izleme uygulamalarının daha etkili hale gelmesini sağlayan OT/VT başlığında yüz tanıma, plaka tanıma, nesne takibi gibi teknolojiler güvenlik sektöründe yaygın olarak kullanılmakta. Sekizinci başlık eğitim ve eğlence ve öğrenci performansının izlenmesi, özelleştirilmiş eğitim materyalleri oluşturulması, sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik deneyimleri gibi alanlarda kullanımı artabilir. Vector Group'un beklentilerinde dokuzuncu ve son sırada etik ve gizlilik meseleleri yer alıyor. Buna göre OT/VT teknolojilerinin yaygınlaşması, etik ve gizlilik meselelerini de beraberinde getiriyor. Bu nedenle bireylerin verilerinin korunması, yanlış kullanım riskleri ve veri güvenliği konuları dikkate alınmalı.

### Ekip bağları verimliliği beraberinde getirdi

Bu beklentiler paralelinde Vector Group da ileri teknoloji sistemlerinin yaygınlaşması, müşterilerinin izlenebilirlik alanındaki süreçlerini kusursuz yönetebilmeleri adına şirkete

## İŞ KOLLARINDA ÇEŞİTLİLİK

Vector Group, izlenebilirlik alanında yazılım, donanım ve teknik servis hizmetlerini tek çatı altında sunan bir teknoloji şirketi. İzlenebilirlik alanında donanım, yazılım veya hizmetlerine ihtiyaç duyan kurumsal firmalara, tek tek veya uçtan uca, en doğru, en hızlı, en güvenilir ve katma değer üreten çözümleri sağlayan Vector Group, bu alanda müşterilerinden ve uluslararası otoritelerden "kalite" ödülleri de aldı. Depo ve demirbaş yönetim yazılımları, son teknoloji endüstriyel donanım ekipmanları ve teknik servis ağı ile müşterilerine uçtan uca hizmet sunan Vector Group için IoT, RFID, digital signage, robotik otomasyon ile ileri teknoloji hizmetleri de odaklanılan iş kolları içerisinde.

bu alanda yetkin mühendis istihdamı sağlayarak Ar-Ge yatırımları yapıyor. Şirket, bu süreç içinde, niş alanından çıkmayacak şekilde, birçok yeni iş birliğine de imza atıyor. Vector Group, CarrefourSA E-ticaret ve Franchising depo operasyonlarında sipariş süreçlerinin hızlı, hatasız ve verimliliği yüksek şekilde ilerlemesi için son teknoloji endüstriyel donanım ihtiyaçlarını karşıladı. E-ticaret operasyonlarında Honeywell Eda51, Franchising depo operasyonlarında ise Honeywell Eda61K ile kesintisiz izlenebilirlik hizmeti bu yatırımda öne çıktı. İş birliği başladığı andan itibaren hem müşteri yöneticileri hem şirketin diğer birimlerinin yöneticileri, CarrefourSA ekipleri ile koordinasyonlu bir iş ilişkisi kurdu. Projelerin başlangıç ve bitiş tarihlerini göz önüne alınca, minimum 6 ayı omuz omuza çalışarak birbirlerine destek olarak yürüten tüm Vector ve CarrefourSA ekipleri, yatırımda başarılı sonuçların da mimari oldu.

CarrefourSA, müşteri siparişlerinin geldiği andan teslim edilmesine kadarki tüm süreçlerini hatasız ve verimli şekilde yürütürken, buradaki endüstriyel donanım ve teknik servis ihtiyaçlarını ise Vector Group karşılamış oldu. Süreç hızlı ve

hatasız şekilde ilerledi, testler başarılı geçti ve ihtiyaçların karşılanması ile bu proje de tamamlandı. Ancak Vector Group, projenin donanım ayağı tamamlanmış olsa bile süreçleri her zaman yakından takip ederek uçtan uca hizmet kolu ile iletişime devam ediyor.

## DİJİTALLEŞME, KURUMSAL GÜCÜ ORTAYA KOYUYOR

CarrefourSA, Vector Group'un mimarı olduğu ve hayata geçirdiği yatırım sayesinde e-ticaret ve depo izlenebilirlik süreçlerinde kesintisiz, hızlı ve nitelikli çözüm elde etti. CarrefourSA'nın manuel ve geçmiş teknolojiler ile yürütülen operasyonlarının gelişen teknolojiler ile değişiminde Vector Group belirleyici oldu. Rekabet koşullarında fark yaratmak günümüzde teknolojik güçlü altyapılar ve değişimlerle söz konusu olmakta. Bu değişimde Vector ile önemli bir iş birliğine imza atan CarrefourSA da bu bilinçle yatırımlarını yaparak fayda elde ediyor.



# Müşterinin market yolculuğuna dair detaylar bir arada

*CarrefourSA projesiyle VeriPark çözümleri Türkiye'deki milyonlarca perakende müşterisiyle buluşuyor.*

**V**eriPark, 1998'de Türkiye'de kurulup tüm dünyaya açılan bir şirket. İkinci ofisini Dubai'de açan VeriPark, MEA ile başlayan büyümesini global ölçeğe taşıyarak, 15 ülkede ofisleri ve 900'ün üzerinde çalışanı bulunan bir firma oldu. Küresel bazda 18 ofisiyle 'çok uluslu' bir şirket olan VeriPark; bankacılık, sigorta ve perakende sektörlerine yönelik, çok kanallı hizmet yönetimi, müşteri ilişkileri yönetimi, kampanya ve sadakat yönetimi, şube dönüşümü, internet ve mobil bankacılık, mobil cüzdan ve saha satışı uygulamaları gibi yenilikçi çözüm ve hizmetler sunarken, kurumların iş süreçlerini yeni nesil teknolojilerle dönüştürmelerini sağlıyor.

VeriPark Profesyonel Hizmetler Direktörü Tahir Özmen, CarrefourSA ile yürüttükleri CRM projesi kapsamında amaçlarını online ve offline kanallardaki tüm kampanyaları tek bir CRM sistemi üstünde tanımlayabilmelerini sağlamak ve bunun tüm mağazalarla entegre şekilde yüksek performansla çalışabilecek bir yapı ortaya koymak olarak belirtti. Perakende sektörünün en büyük sorunlarından biri olan dağınık kampanya, sadakat, şikayet ve talep yönetimi sistemleri böylece CarrefourSA özelinde tek ve merkezi bir altyapıda toplandı. Yüzlerce kampanya kolayca tanımlanıp üstün bir performans ile çalışırken, OmniChannel Kampanya Yönetim Sistemi, Sadakat Yönetimi ve Şikayet Yönetimi sistemleri de uçtan uca tek bir platformda müşteriye



VeriPark Satışlardan Sorumlu Kıdemli Başkan Yardımcısı  
Armağan Gürkan



bütünleşik bir bakış açısı ile yaklaşmayı sağlıyor. Sadakat ve Kampanya Yönetimi Sistemi kapsamında müşteri, örneğin kasaya gidip telefon numarasını söylediğinde ya da CarrefourSA kartını kullandıktan sonra ürünler kasada okutuluyor ve müşteriye kişiye özel kampanyalar sunulup, indirimler yapılabiliyor.

### Müşteriye özel kampanya sunumu

O gün doğum günü olan bir müşteriye kasada anında örneğin %10 indirim ya da hediyeler sunulabiliyor. Müşterinin bu kişisel bilgisini getirmenin yanı sıra indirim oranını hesaplarken, değişen özel kurgular ile müşteri üzerinde heyecan uyandırabilecek, müşteriye özel, kolay yönetilebilir sadakat kampanyaları gerçekleştirebilecek yetenekte tüm kanallara hizmet edebilecek esnek bir sadakat ve kampanya programı sunuluyor.

Bu çalışmanın ardından faz 2 olarak Şikayet ve Talep Yönetimi projesini gerçekleştirdiklerini söyleyen Tahir Özmen, "Şikayet ve Talep Yönetiminde, CRM üzerinde oluşturulan veya iletişim kanallarından alınan şikâyet / servis talepleri, iş emirlerine dönüştürülerek "Bildirimler" varlığı altında tek platform üzerinde takip edilebilmekte" bilgisini paylaştı. Ayrıca, talebe dönüştürülen bildirimlerle ilgili görev atamaları, delegasyon, sorumlu bazında iş takibi, KPI takibi gibi fonksiyonlar da bu platform üzerinden yönetilebiliyor.

Örneğin; CarrefourSA mağazaları veya call center'dan bir şikayet geldiğinde, çalışanlar CRM'i açıp müşteri kartını ve sepetini görüntüleyebiliyor. Burada bir ticket oluşturarak, bu şikayet ya da talep CarrefourSA'nın iç süreçlerinden geçerek sonuçlandığında müşteriye bilgi veriliyor. Tahir Özmen, yatırım süreci hakkında şu detayları paylaştı:

"Kampanya yönetim sistemi ve şikayet yönetim sistemleri, 2019 sonunda başlayan projeye devreye girdi. 2020 sonunda, yani pandeminin çok yoğun yaşandığı bir dönemde de canlıya çıktık. Ancak VeriPark-CarrefourSA iş birliği 2000'li yılların başından beri dönem

dönem gerçekleşen farklı projelerle devam etmekte. Projemiz halen bakım süreçlerinde olan bir proje, yani projeyi yaptık, bitti ve çıktık demiyoruz. Bu açıdan da CarrefourSA ile halen sürmekte olan iyi bir takım arkadaşlığımız ve iş birliğimiz var."

### Modern CRM sistemi inşa edildi

VeriPark bu yatırımla CarrefourSA'nın tüm birimlerinin birbirleri ile entegre olmasını sağlayan, müşteri ile ilgili

## "ÜRÜN YOL HARİTAMIZI SÜREKLİ GÜNCELİYORUZ"

*VERİPARK SATIŞLARDAN SORUMLU KIDEMLİ BAŞKAN YARDIMCISI ARMAĞAN GÜRKAN*

"VeriPark ürünleşme ve ürünleriyle dünya pazarlarına açılmayı hedefleyen bir şirket. Aynı zamanda Türkiye'de de bankacılık, sigortacılık ve perakende sektöründe de çok güçlüyüz. Türkiye'de İstanbul ve İzmir ofislerimiz yaklaşık 400 kişiden oluşuyor ve tüm dünyadaki ekibimizin yaklaşık yarısını oluşturuyor. Halen Türkiye'deki en büyük bağımsız ve %100 yerli yazılım firmasıyız.

2023 ve sonrasında 2024 için yüksek bir büyüme beklentimiz var. Yeni ürün odaklı organizasyon yapımızla ve genişleyen satış ekiplerimizle özellikle Amerika ve Avrupa'da seçilen pazarlarda sektörün lider konumda yazılım firması olarak büyümeyi hedefliyoruz. ASEAN, yani Güneydoğu Asya bölgesinde gücümüzü artırmak amacıyla Kuala Lumpur ofisimizi genişletmeyi planlıyoruz. Açıldığımız yeni pazarlara paralel olarak, yeni regülasyonlar, siber güvenlik yaklaşımları ve süreçleri bizi yeni iş ortaklıkları, çalışma şeklimizde değişimler ve yeni ürünlere yönlendiriyor. Bu nedenle ürün yol haritamızı veri ve yapay zeka alanındaki son gelişmelere paralel sürekli güncelliyoruz."

## CRM at the Heart of Digital Transformation in the Retail Industry

- Omni-Channel Marketing
- Customer Insights
- Customer Analytics
- Discount & Promotion Management
- Omni-Channel Loyalty
- Open Retail APIs
- Embedded Finance & Retail
- Customer Satisfaction Management

### DİNAMİK ANALİTİK YETKİNLİKLER EKLENİYOR

VeriPark, perakende şirketlerinin Omnichannel dönüşümünde müşteriyi odağa alıyor. VeriPark perakende sektörünün dijital dönüşümünü sağlarken CRM odaklı bir yaklaşım kullanıyor. CRM altında Müşteri Veri Platformu, Müşteri Yolculuğu Oluşturma, Sadakat ve Müşteriyi Elde Tutma, Satışları Artırma ve Şikayet ve Talep Yönetimi gibi çözümlerle sektörün sürekli dönüşen teknolojileri yakalaması sağlanırken, bir yandan da yapılan projelerden önemli bir perakende sektör deneyimi elde ediliyor ve bu da çözümlere entegre edilerek yeniden sektörün hizmetine sunuluyor. Çünkü perakende sektöründe tüm oyuncuların bir omnichannel yapıya ihtiyacı var. Bu nedenle VeriPark kampanya yönetim modülü tek bir merkez üzerinden tüm kanallara kolayca kampanya çıkmayı sağlayan ve müşteri iletişiminin tek merkezden, CRM'den yürütülmesini sağlayan bir çözüm sunuyor. Dynamics 365 ve VeriTouch çözümüyle birlikte müşterinin tek bir görünümünü oluşturmak ve bu tek müşteriye birçok farklı kanaldan dokunabilmek, e-posta, SMS gibi farklı iletişim yolculukları yaratabilmek mümkün oluyor. VeriPark'ta bu mimariye dinamik olarak analitik özellikler de ekleniyor. Müşteriyi tanıdıktan, müşteri alışveriş yapıp şikayetlerini oluşturduktan sonra oluşan datayı anlamlı hale getirip, farklı KPI'lar oluşturabilmek söz konusu.

tüm bilgileri tek bir yapı üzerinden takip edebilecekleri modern bir CRM sistemi sağladı. Tek bir müşteri veritabanına sahip olarak CarrefourSA, KVKK gibi regülasyonlara hızlı adaptasyon sağlamanın yanında, tüm kanallardaki müşteri verilerini uygulamak istediği kampanyalara hedeflendirebildiği bir yapıya sahip oldu. OmniChannel CRM yaklaşımı ile müşteri deneyimini, kasa, e-commerce, mobil uygulama ve iş ortaklarında oluşabilecek tüm kanalların kampanya ve sadakat kurallarını tek bir yerden yönetmeye ihtiyaç duyuyorlardı. Tüm birimlerin birbirleri ile entegre olduğu OmniChannel CRM yaklaşımı ile uyumlu, kampanya ve şikayet yönetiminin aynı platform üzerinden yönetildiği bir CRM sistemi de sağlandı.

VeriPark'ın Microsoft'un Dynamics 365 platformu üzerinde inşa ettiği VeriTouch Perakende CRM çözümünün Kampanya ve Sadakat Yönetimi ile Şikayet Yönetimi modülleri kullanıldı. Uzun yıllardır deneyimli bir Microsoft Çözüm Ortağı olan VeriPark, çözümlerini Microsoft Dynamics CRM üzerinde inşa ederken, Microsoft'un yeni teknolojilerini perakende sektörüne uygulayarak CarrefourSA'yı yeni teknolojilerle buluşturmaya odaklandı. Tahir Özmen, "Böylece farklı iletişim kanallarından gelen bildirimlerin Dynamics 365 uygulamasında iş emri olarak oluşturulması sağlanıyor. Bu proje ile CarrefourSA ekipleri de CRM sisteminde oluşan kayıtların KPI sürelerini yönetebiliyor, personel/



birim bazında takip edebiliyor ve kayıtları ekip üyelerine atayabiliyorlar. Aramızda karşılıklı güven ve aynı zamanda dostluğa dayanan güzel bir iş birliği kurulmuş durumda. Sürecin her aşamasında ve halen çok sık iletişim halinde olduğumuz için ekipler arasında sıkı bir sinerji bulunuyor” bilgisini verdi.

#### **Kurumsal verim ve müşteri memnuniyeti bir arada**

CarrefourSA Türkiye’de önemli bir perakendeci, milyonlarca müşteriye sahip Türkiye’deki en büyük perakende firmalarından biri. CarrefourSA projesiyle VeriPark çözümleri Türkiye’deki milyonlarca perakende müşterisiyle buluşuyor.

Sonuçta perakende sektörü çok hızlı bir şekilde dönüşen müşteri ihtiyaçlarını karşılamak üzere hızlı bir şekilde aksiyon almayı ve müşterilerle doğru bir iletişim sağlamayı gerektiriyor. VeriPark da perakende şirketlerinin Omnichannel dönüşümünde müşteriye odağa alıyor.

VeriPark, perakende sektörünün dijital dönüşümünü sağlarken, CRM odaklı bir yaklaşım kullanıyor. CRM, yani “Customer Relationship Management” merkezli bir yaklaşımla müşteriye merkeze almak söz konusu. Tek merkezden yönetilen kampanya, sadakat ve şikayet yönetim sistemi ile örneğin çağrı merkezi temsilcileri CRM’e girerek tek merkezden müşterinin kartına

ulaşabiliyor, alışverişlerini görebiliyor, bütün işlerini yapabiliyor. Böylece iş takibi açısından sağlanan çok sayıda entegrasyonla hem takip edilmesi gereken ekran sayısı azalıyor hem de müşteri açısından memnuniyet ve çalışan tarafında da verim artmış oluyor.

## **ÇÖZÜM ZENGİNLİĞİ, FAYDA SAĞLIYOR**

VeriPark çözümü, örneğin müşterinin aylık ortalama sepet büyüklüğünü öğrenmek ve segmente edebilmek, ona özel kampanyalarla müşteriye hedeflemek ya da churn durumundaki, yani artık alışveriş yapmayan müşterinin ihtiyaçlarını analiz etmek gibi yeteneklere ulaşılabilir. Perakende sektörü odaklı VeriPark çözümleri şöyle sıralanıyor:

- Omni-Channel Marketing
- Customer Data Platform
- Customer Insights
- Customer Analytics
- Intelligent Discount and Promotion Management
- OmniChannel Loyalty
- Open Retail APIs
- Embedded Finance and Retail
- Customer Satisfaction Management



# HPE yetkinliği CarrefourSA'da

*CarrefourSA'da sanallaştırma altyapısının g¼ncellenmesinde tercih HPE'nin rack tipi DL380 sunucuları oldu. SAP iř y¼kleri i¼in de yine HPE, Superdome sunucusu ile CarrefourSA'da yerini aldı.*

**B**ilgi Birikim Sistemleri (BBS); sunucu, veri depolama, sanallaştırma, yedekleme, felaket kurtarma gibi geleneksel ç¼z¼mler ile birlikte bulut hizmet servileri, network sanallaştırma, masa ¼st¼ ve uygulama sanallaştırma, yapay zeka, makina ¼ğrenmesi, b¼y¼k veri ve analitik konularında sahip olduğu sertifikalı uzman kadrosu ile u¼tan uca teknoloji ç¼z¼mleri sunuyor.

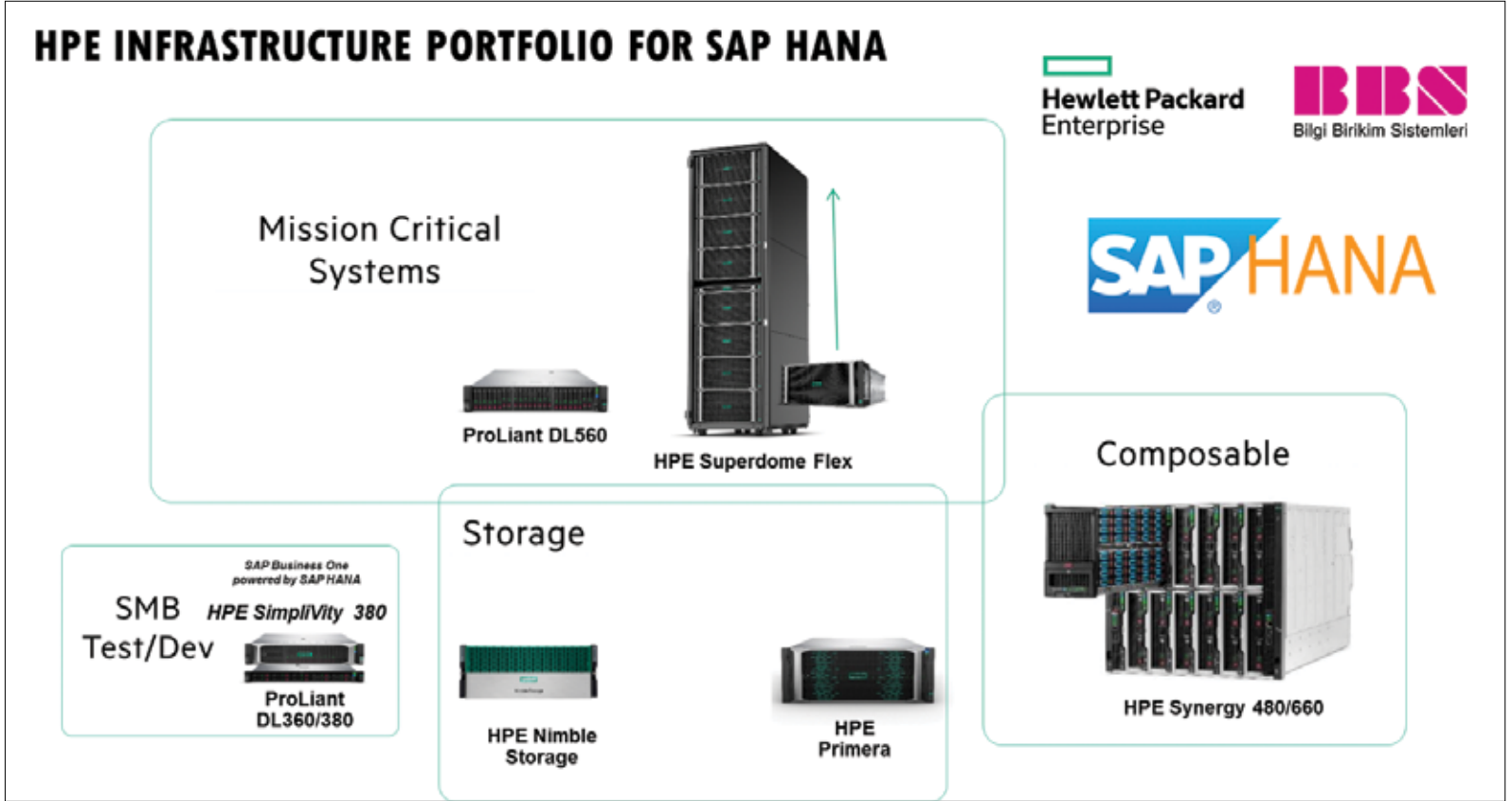
BBS, CarrefourSA ile uzun yıllardır, bir¼ok farklı ihtiya¼ları noktasında birlikte başarılı projelere imza atıyor. Bunun bir ¼rneđi olarak CarrefourSA'da sanallaştırma altyapısındaki kaynak ihtiya¼ı i¼in HPE rack tipi sunucular ve HPE yapay zeka tabanlı Alletra 9080 ¼r¼n¼ konumlandırıldı. Yatırım kapsamında SAP iř y¼kleri i¼in de yine HPE'nin high-end sunucusu olan Superdome ile SAP altyapısındaki t¼m ihtiya¼lara y¼ksek performanslı ç¼z¼m sağlandı.



BBS İş Geliştirme Y¼neticisi – HPE GreenLake  
Canan G¼RGEN



BBS İş Geliştirme M¼d¼r¼ – Server & Storage  
G¼khan KAYA



#### Yatırımlar, fayda sağlamakta gecikmedi

Söz konusu yatırım kapsamında CarrefourSA'da sanallaştırma altyapısının güncellenmesi öncelikli oldu. HPE'nin yüksek performanslı rack tipi DL380 sunucuları konumlandırıldı. Bu yatırımın ardından bir diğer öncelik olan SAP HANA altyapısının iyileştirilmesi için ise HPE'nin işlemci gücü yüksek high-end Superdome sunucuları konumlandırıldı.

BBS rehberliğinde hayat bulan bu yatırımla CarrefourSA, sanallaştırma altyapısında yüksek performansla birlikte %100 veri erişimi sağladı. SAP iş yükleri için de sağlanmış olan performans paralelinde özellikle haftalık raporlamaları daha kısa sürelerde alabilmek mümkün hale geldi. CarrefourSA'da BBS ile hayat bu yatırımlardan sanallaştırma altyapısı 2022 yılında tamamlandı. SAP HANA altyapısı ise 2023 yılının ilk çeyreğinde kullanıma geçti.

Yatırım sürecinde BBS ve CarrefourSA BT ekipleri arasında verimli bir iş birliği hayat buldu. Yetkin bir teknik ekibe sahip olan CarrefourSA, işini ve ne yapacağını

bilen, organizasyon yapısı oturmuş güçlü bir ekiple öne çıkıyor. BBS'nin yetkin teknik ekipleri ile birlikte planlanan çalışmalar ve elde edilen çıktılar da iki ekibin iş birliğinin yetkinlik, profesyonellik ve başarı düzeyini ortaya koyuyor.

### DOĞRU ÇÖZÜMLER, ANALİZLERİN SONUCU

BBS, bundan sonraki süreçler için de CarrefourSA ile yeni projeler ve yeni iş birliktelikleri konusunda sürekli bir iletişim halinde olacak. Bu yaklaşımın bir sonucu olarak BBS, CarrefourSA'nın sistem altyapı gereksinimlerini analiz ederek, en doğru çözümün konumlandırılması noktasında sürekli değişen ve gelişen teknolojilerin kullanılacağı stratejiler planlamaya devam etmekte.

# CarrefourSA'da zamanınız size kalır!

*Encore Mağaza Dönüşüm ekibi, Hızlı Kasa ile kasada sıra beklemeden alışveriş yapma imkanını CarrefourSA'da hayata geçirdi. CarrefourSA müşterileri Hızlı Kasa ile her büyüklükte sepet için kuyrukta beklemeden rahatça alışveriş yapıyor.*

**E**ncore Bilişim Sistemleri ve CarrefourSA, 2018 yılında self servis dönüşüm yolculuğuna başladı. CarrefourSA'nın mağazacılık tecrübesi ile Encore'un dijital dönüşüm ve self servis uzmanlığı böylece bir araya geldi. İş birliği sürecinde mağaza formatları bazında en iyi kullanım ve en yüksek verim alınabilecek uygulamalar bilimsel metodolojilerle belirlenerek uygulamaya alındı. Kurulan sistemlerin verimlilik ve tasarruf sağladığından emin olunduktan sonra ise NCR Hızlı Kasa hizmetini daha fazla mağazada daha çok müşteriyle buluşturmak için Encore ile bir çalışma başlatma kararı alındı. Bu amaçla NCR'in global çaplı değişik self servis çözüm örnekleri de incelendi. Encore Mağaza Dönüşüm Ekibi'nin yaptığı hesaplamalar ve incelemeler sonucunda da Hipermarket formatlı mağazalarda self servis alanların genişletilmesi ve bantlı ve geniş paketlenme alanlı Hızlı Kasa modellerinin hayata geçirilmesine karar verildi. Böylelikle CarrefourSA müşterilerine daha geniş ve rahat alışveriş alanı ayrılarak, alışverişindeki ürün sayısı yüksek, alışveriş arabası ile kasa alanına gelen müşteriler için de self servis Hızlı Kasa kullanabilme olanağı sağlandı. Bu kadar fazla ürünü Hızlı Kasa'dan kolaylıkla geçirebilmek için de Hızlı Kasa girişine hareketli bant sistemi geliştirildi. Ayrıca Hızlı Kasa



Encore Bilişim Satış Müdürü  
Nilay Aktünel



üniteleri de satın alınan ürünlerin sığacağı şekilde daha büyük poşetleme üniteleri ile genişletildi.

### Encore, NCR ve CarrefourSA ekipleri takım halinde çalıştı

CarrefourSA; bu proje ile teknolojiyi mağazalarında daha da etkili kullanarak müşterilerine sıra beklemeden ve kendi istediği şekilde alışverişini tamamlama alternatifi sunmayı hedefledi. Pandemi sonrası tüketicilerin değişen perakende alışveriş anlayışını gözlemleyen ve bu amaçla yatırımlarını da bu yöne çeviren CarrefourSA, NCR'in küresel uzmanlığı ve Encore Mağaza Dönüşümü danışmanları ile veriye dayalı olarak kapsamlı bir inceleme yapılmasını talep etti. Böylece, özellikle büyük sepetli müşterilerin de sıra beklemeden kullanabilecekleri sürekli açık kasaları olan bir mağaza konsepti geliştirildi. Öncelikle hipermarketlerde bantlı sistemli NCR Self Servis Kasa konumlandırma kararı alındı. Pilot uygulama için Beylikdüzü Hipermarket mağazasında bu sistemin uygulanmasına karar verildi. Encore Bilişim Satış Müdürü Nilay Aktünel, yatırım sürecini ve CarrefourSA iş birliğini şöyle değerlendirdi: "2021 Nisan ayında Beylikdüzü Hipermarket'te hareketli bantlı model Hızlı Kasa kuruluşu ile Hızlı Kasa alanı genişletildi. CarrefourSA yönetiminin Hızlı Kasaların yaygınlaştırılması konusundaki kararlı ve destekleyici yaklaşımı proje başarısı için çok kritik oldu. Proje taraflar arasında koordinasyonun önemli olduğu bir dönüşüm projesiydi ve başarıyla gerçekleştirildi. Encore, NCR ve CarrefourSA ekipleri ortak hedefler oluşturarak tek bir takım halinde çalıştı. Çalışmaya, öncelikle muhtemel mağazaların verilerinin analiz edilmesi ve yerleşim planlarının incelenmesi ile başladı. Encore uzman danışman kadrosu, NCR'in global tecrübelerinden de yararlanarak, veriye dayalı analiz ve planlama yaklaşımı ile mağaza gerçekleri ile paralel tavsiyeler verdi. Ortaya çıkan analiz sonuçlarına göre hangi mağazada nasıl bir kasa modeli ve yerleşimi ile hedeflenen müşteri kitlesine ulaşılabileceğini hesapladı. Operasyonel düzenlemeler konusunda fikir alışverişinde bulunuldu. Oluşturulan alternatif planlar CarrefourSA yetkilileri ile pratiklik, uygulanabilirlik, zaman ve maliyet açısından değerlendirilerek en uygun modele karar verildi."

### Performans kriterlerine tam uyum sağlandı

Encore, NCR ve CarrefourSA ekipleri organize bir şekilde Beylikdüzü mağazasını hızla dönüşüm için hazırladı. Mağazada hali hazırda kullanılmakta olan 8 adet Hızlı Kasa vardı. Asiste (kasiyer ile hizmet verilen) kasa alanları azaltılıp, self servis alanı genişletilerek büyük poşetleme alanına ve hareketli bant ünitesine sahip olan 4 adet yeni Hızlı Kasa bu bölüme yerleştirildi. Self servis alanı yaklaşık 2 kat büyütüldü. Projenin başından itibaren mağaza ve bölge yönetimi ile hazırlık çalışmaları da yapıldı. Mağaza görevlilerine ise bu yeni modelde kendilerinden nasıl bir çalışma şekli beklendiği konusunda eğitimler verildi. "Proje, CarrefourSA dijital dönüşüm vizyonu içerisinde önemli bir dönüm noktası olarak görülüyordu" değerlendirmesini yapan Nilay Aktünel'in verdiği bilgiye göre,

projenin başarısının ölçülmesi için pilot mağazanın performans kriterleri oluşturuldu ve günlük olarak izlemeye alındı.

Bu iş birliğinde başarılı sonuçlar kendini göstermekte de gecikmedi: Müşteriler yeni hareketli bantlı Hızlı Kasa alanını ilgiyle karşıladı ve Hızlı Kasa kullanım oranı sadece birkaç hafta içinde iki kattan fazla artış gösterdi. Beylikdüzü Hipermarket yönetimi de olumlu geri dönüşlerini bildirdi. Bu yatırımla mağazada mevcut personelle aynı anda açık tutulabilen kasa sayısı arttırılırken, bunun doğal bir sonucu olarak, hedeflendiği gibi kasa kuyrukları azaldı. Böylece mağaza personeli de müşterilere hizmet seviyesini arttıracak daha verimli işlerde daha uzun süre görev yapabilir hale geldi. Yatırıma dair detayları Nilay Aktünel, şöyle anlattı:

"CarrefourSA ile başlatılan çalışmada yurt dışı örneklerin incelenmesi, önerilen modellerin uygulanabilir olduğu konusunda bir güvence oluşturdu. CarrefourSA şimdiye kadar benimsemiş olduğu dijitalleşme vizyonu kapsamında Hızlı Kasaları ilgili tüm birimlerinde farkındalığı oluşturmuş ve rutin süreçlerine zaten dahil etmişti. Bu durum projenin hızlı ve hatasız ilerlemesinde destek oldu. Bant sistemleri NCR Self Servis Kasa Donanımı'na entegre edilerek sepet büyüklüğü fazla olan müşteri segmentinin de kullanımına uygun bir kasa modeli oluşturuldu. Mağazada kasa alanının da bu müşteri segmentinin self servis alışverişi rahat yapabileceği şekilde düzenlenmesi sağlandı. Hatta Encore ve NCR uzmanları bu konuda da CarrefourSA satış ve inşaat departmanlarıyla iş birliği içinde en uygun yerleşim ve ölçeklendirme planını birlikte oluşturdular. Beylikdüzü mağaza ekibi Hızlı Kasa yönetimi konusunda tecrübeliydi. Yeni modelle ilgili operasyonel konularda mağaza personeli tekrar eğitime tabi tutuldu. Projenin başarısını garantileyecek uç noktadaki personel de böylece yeni modelde çalışmaya hazır hale getirildi."

## "DİJİTAL DÖNÜŞÜM" VİZYONUNA TAM DESTEK!

Encore Bilişim Sistemleri, önümüzdeki yıllarda da CarrefourSA ile mağazalarda self servis hizmetinin arttırılması için çalışmaya devam ediyor. CarrefourSA Beylikdüzü mağazasında bu yatırımla elde edilen başarının ardından hareketli bantlı Hızlı Kasa alanı uygulaması diğer hipermarketlere de uygulanmaya başladı. Müşterilerin alışveriş alışkanlıklarının değişmesi paralelinde farklı model ürünler hibrit olarak kullanılmaya başlandı. Bu tabloda Encore, NCR'in tüm dünyada geliştirmeye devam etmekte olduğu en yeni teknolojilerle CarrefourSA müşterilerini buluşturmaya devam etmek istiyor. Bu amaçla CarrefourSA yönetiminin "Dijital Dönüşüm" vizyonuna destek veren bir çözüm ortağı olmak Encore için büyük önem taşıyor.

# Uçtan uca entegrasyon, verimi beraberinde getiriyor

*CarrefourSA'da uzun zamandır kapsamlı ve entegre yatırımlara imza atan Karel, iş birliğini yeni projelerle devam ettirmeyi planlıyor.*

**C**arrefourSA ile Karel arasındaki kapsamlı iş birliği 2015 yılında başladı ve bu ilk adımın temeli, 'müşteri ile görüşmeleri mağazalar arası ve genel müdürlük iletişimi için haberleşme sistemleri ile çağrı merkezi sistemi ihtiyacı' odaklı oldu. İki şirket arasındaki görüşmeler, CarrefourSA'nın ihtiyaçlarını anlamak ve uygun çözümleri belirlemek için de önemli bir ilk adımdı. Karel Özel Projeler Satış Müdürü Arda Soydam'ın verdiği bilgiye göre, CarrefourSA, bu yatırımla bir dizi hedefi gerçekleştirmeyi amaçladı. Öncelikli olarak, haberleşme maliyetlerini düşürerek operasyonel verimliliği artırmak hedeflendi. Mağazalar arasındaki iletişimi sorunsuz ve stabil hale getirerek, çağrı merkezi operasyonunu daha etkin bir şekilde yönetmek ve müşterilere kesintisiz iletişim imkanı sunmak da öncelikler arasında yerini aldı. Arda Soydam'ın belirttiği gibi, böylece müşteri memnuniyetini artırmak ve marka sadakatini güçlendirmek hedeflendi.

Bu ilk yatırım 2015 sonuna doğru tamamlandı. Proje kapsamında çağrı merkezi ve IP sistem kurulumu gerçekleştirildi ve canlıya alındı. "Bu önemli adım, CarrefourSA'nın iletişim altyapısını modernize etmek ve çağdaş bir iletişim çözümüyle donatmak için atıldı" vurgusunu yapan Arda Soydam, bunun ardından geçen 8 yıl boyunca sisteme sürekli olarak eklemeler ve entegrasyonlar yapıldığını da hatırlattı. Bunun bir örneği olarak, mağaza eklemeleri, el terminallerinin haberleşmesi, çağrılarının ses kayıtlarının tutulması,



Karel Özel Projeler Satış Müdürü  
Arda Soydam

DECT sistemler, telefonla sipariş için ASR gibi özellikler sisteme entegre edilerek kapsamlı ve işlevsel bir iletişim platformu oluşturuldu. Karel ve CarrefourSA BT ekipleri arasındaki verimli iş birliğinin, bu kapsamlı projenin başarısında önemli bir rol oynadığına dikkat çeken Arda Soydam, şöyle devam etti:

### Verimli iş birliği devam edecek

“CarrefourSA BT ekiplerinin inovatif bakış açıları, ihtiyaçlarına özel çözümler üretebilme yetenekleri ve projenin gerçekleştirilmesi aşamasında sağladıkları yönlendirme ve destek büyük önem taşıdı. Karel olarak, müşterilerimizin ihtiyaçlarına odaklanarak özelleştirilmiş çözümler sunmayı ve iş birliği içinde verimli çalışmayı önemsiyoruz. Yenilikçi iletişim çözümleriyle CarrefourSA'nın iş ihtiyaçlarını karşıladık ve onlara maliyet tasarrufu, operasyonel verimlilik ve müşteri memnuniyeti gibi birçok fayda sağladık. CarrefourSA'nın iletişim altyapısı modern, güvenilir ve etkili bir şekilde çalışan bir sistem haline geldi. CarrefourSA ile olan başarılı iş birliğimizi sürdürmeye devam edeceğiz. Müşterilerimizin ihtiyaçlarına uygun çözümler sunmaya devam ederek, onların iş süreçlerini optimize etmelerine ve rekabet avantajı elde etmelerine yardımcı olmayı hedefliyoruz.”

Karel, CarrefourSA gibi perakende noktalarının ihtiyaç duyabileceği çeşitli dikey uygulama ve entegrasyonlarla ilgili çözümler sunuyor. Bu çözümler, işletmenin iletişim altyapısını güçlendirerek operasyonel verimlilik, müşteri memnuniyeti ve rekabet avantajı sağlamayı amaçlıyor. Arda Soydam, CarrefourSA gibi perakende noktalarında sunulabilecek diğer entegrasyon çözümleriyle ilgili görüşmelerin devam ettiğini de hatırlattı. “Bu entegrasyon çözümleri, CarrefourSA gibi marketlerin iş süreçlerini iyileştirmeye ve operasyonel verimliliklerini artırmaya yardımcı olabilir” diyen Arda Soydam, “Her bir entegrasyon, müşteri memnuniyetini ve çalışan verimliliğini artırmak için farklı faydalar sağlar” vurgusunu yaptı.

### İhtiyaca özel çözümler Karel'den geliyor

Karel, entegrasyon çözümlerini sunma potansiyeli paralelinde özelleştirilmiş çözümler sunmaya devam ediyor. Bu başlıkta çalışmalarda önemli bir adım olan CCTV kameralar; güvenlik ve izleme amaçlarıyla kullanılıyor. Bu kameraların iletişim sistemine entegre edilmesi, mağaza içindeki görüntüleri canlı izleme, kaydetme ve aksiyon alma imkanı demek. Raf/Ürün Takip Sistemleri Entegrasyonu; marketlerde ürün takip sistemleri, stok yönetimi, envanter kontrolü ve tedarik süreçlerini optimize etmek için kullanılıyor. Bu sistemlerin CCTV altyapısıyla görüntü işleme ile entegre edilmesi, gerçek zamanlı envanter bilgilerine erişimi ve envanter düzeltmelerinin hızlı yapılmasını sağlıyor, etkin stok yönetimini beraberinde getiriyor. Ödeme Entegrasyonu başlığında; marketlerde kullanılan POS sistemleri, ödeme işlemlerinin düzgün ve hızlı gerçekleşmesini sağlıyor. Görüntü işleme çözümlerinin POS sistemleriyle entegre

olması ise ödeme işlemlerinin doğrudan iletişim ağı üzerinden gerçekleştirilmesini sağlıyor.

Kişİ Sayma Entegrasyonu; marketlerdeki kalabalık saatlerde müşteri sayısını izlemek ve sirkülasyonu yönetmeyi sağlarken, Lojistik Entegrasyonu ise tedarikçilerle ve depo operasyonlarıyla iletişimi optimize ediyor. Bu entegrasyonla siparişlerin otomatik iletilmesi, envanter takibi, teslimat yönetimi ve geri bildirim süreçleri daha etkin gerçekleştirilebiliyor. Bu bilgileri paylaşan Arda Soydam, şu vurguyu yaptı:

“Bu tür çok lokasyonlu projelerde en önemli avantajlarımızdan biri Türkiye'nin her ilinde bulunan yetkili satış ve servis ağıımız sayesinde kesintisiz, hızlı ve yetkin destek sağlamamız. Sürekli yenilenen katma değerli tüm çözümlerimizle ve entegrasyon yeteneğimizle müşterilerimizin başarılarına katkıda bulunmaya devam edeceğiz.”

## KESİNTİSİZ BİR 'ZİNCİR EKOSİSTEMİ' OLUŞTURULUYOR

CarrefourSA gibi marketlerde ihtiyaç duyulan dikey uygulama ve entegrasyonlarla ilgili örnekler ve Karel'in sağladığı faydalar şöyle sıralanıyor:

- **Mağazalar Arası İletişim:** Büyük marketlerdeki mağazalar arasındaki iletişim büyük önem taşır. Karel çözümleri, mağazalar arasında kesintisiz ve güvenilir bir iletişim sağlayarak yönetim ekibinin etkili bir şekilde bilgi paylaşmasını ve iş süreçlerini koordine etmesini sağlar.
- **Çağrı Merkezi Entegrasyonu:** Karel, çağrı merkezi entegrasyonu ile müşteri çağrılarının doğru şekilde yönlendirilmesini ve hızlı şekilde cevaplanmasını sağlar. Bu, müşteri memnuniyetini artırır ve çağrı merkezi operasyonunu daha etkin hale getirir.
- **El Terminali Entegrasyonu:** Mağaza personeli, el terminalleri aracılığıyla envanter yönetimi, fiyatlandırma ve stok takibi gibi görevleri gerçekleştirir. Karel çözümleri, el terminallerinin haberleşmesini sağlayarak mağaza personelinin iş birliğini kolaylaştırır.
- **Ses Kayıt ve Analiz:** Karel çözümleri, çağrıların ses kaydını tutar ve bu kayıtların analizini sağlar. Bu, müşteri geri bildirimlerini değerlendirmek, eğitim ihtiyaçlarını belirlemek ve hizmet kalitesini sürekli iyileştirmek için değerli veriler sağlar.
- **Entegre Mobil Uygulamalar:** Mobil uygulamalar, müşterilerin mağaza içindeki deneyimlerini geliştirmek için güçlü bir araç. Karel, mobil uygulamalarla entegrasyon sağlayarak müşterilere daha iyi hizmet sunmayı destekler. Bu, müşteri sadakatini artırır ve rekabet avantajı sağlar.



# 'Quickpick' ile e-ticaret güçleniyor

**Obase Quickpick projesinin CarrefourSA'da uygulanması ile toplama sürelerinde %45'lik iyileştirme sağlanırken, günlük teslimat kapasitesinde de %164'lük artış sağlanıyor.**

**O**base'in 2018 yılında Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Verimlilik Ödülü'ne layık görüldüğü Quickpick çözümünün öncelikli hedefi; müşteri memnuniyetinin sağlanması, müşterinin iletildiği siparişlerin etkin, hızlı ve doğru toplanması, mağaza toplama personelinin performans ölçüm ve raporlamasının yapılması. Obase ve CarrefourSA ilişkisi 15 yıllık geçmişe sahip ve bu süreçte birçok farklı ihtiyaca yönelik projeler hayata geçirildi. Yaklaşık 5 yıl önce başlayan Quickpick yatırımı ise pandemi ile ortaya çıkan fevkalade durumun hızlı ve sorunsuz yönetilmesini sağladı. Sektörün değişen ihtiyaçları paralelinde sürekli geliştirilen Quickpick, bu yetkinliğini pandemi döneminde ortaya koydu. Pandemi döneminde artan siparişler ve gündeme gelen farklı ihtiyaçlara yanıt verilirken, güçlü performans da teyit edildi. Son dönemlerde navigasyon geliştirmeleri de eklenen çözüm sayesinde dağıtım sırasında gerekli olması durumunda, e-irsaliyelere cihaz üzerinden erişim sağlanabilmekte. Proje süreci içerisinde, planlama konusundaki ihtiyacı karşılamak için tüm darkroom ve e-ticaret noktaları için "Obase Tahminleme" ürünü konumlandırıldı. Bu çerçevede; tarihçeli sipariş sayıları, hava durumu, yılbaşı veya bayramlar gibi özel gün dönemleri 'değişken' olarak kullanılarak, gelecek 4 hafta oluşacak muhtemel sipariş değerleri öngörülebiliyor. Obase Quickpick projesinin CarrefourSA'da uygulanması ile toplama sürelerinde %45'lik iyileştirme sağlanırken, günlük teslimat kapasitesinde de %164'lük artış sağlandı.

**E-ticaretinizi güçlendirmek için,  
Quickpick Mobil Toplama çözümü işinize hız katar!**

## QUICK PICK



Obase Quickpick; E-ticaret ve Pazar yerlerinden gelen siparişlerin konsolide edilip mobil cihazlar ile toplandığı ve teslimatının yapıldığı süreçleri yöneren bir E-ticaret arka ofis yönetimi ürünüdür.

**QUICK PICK** ile operasyonunuz daha güçlü

**Talep ve operasyon yönetiminde etkinlik**

CarrefourSA, Quickpick projesinde de Obase ile iş birliği yaptı. Türkiye’de perakende sektöründe omni-channel hizmet stratejisi güden ilk markalardan biri olan CarrefourSA, uzun zaman önce hayata geçirdiği e-ticaret kanalını daha da geliştirmeyi hedefledi. Bu kapsamda sipariş toplama süreçlerinin dijitalleştirilebilmesi, daha az efor ve hızla, en doğru şekilde siparişlerin toplanabilmesi için Quickpick çözümü konumlandırıldı. Hedef ise fiziksel mağaza satışları ile e-ticaret ve pazaryeri satışlarını bütünleşik bir şekilde yönetmek oldu. CarrefourSA’nın online kanaldan alınan siparişlerinin kusursuz ve hızlı biçimde teslim edilmesine, toplama operasyonlarının yeni nesil teknolojilerle mobil olarak yapılmasına yönelik bir çözüm de bu şekilde hayat buldu. Pandemi dönemi ile e-ticarette güç kazanan talep ve bunun operasyon üzerindeki doğal etkisi başarılı biçimde yönetildi.

**En uygun rota saptanıyor**

Quickpick uygulaması ile e-ticaret sistemi ve pazaryerlerinden alınan siparişler, teslimat türüne göre hızlı ve slotlu olmak üzere toplama listelerinde önceliklendiriliyor. Sipariş içindeki ürünler reyon bazlı gruplandırıldıktan sonra personellere atanıyor ve personeller de kendilerine atanan gruplardaki ürünleri görüntüleyebiliyor. Mağaza içi ürün sıralama ile toplama sırası da kullanıcıya gösteriliyor.

CarrefourSA tarafında yapılan planogram çalışması Quickpick ile entegre edilerek, tüm satış kanallarından gelen siparişlerin mağaza içinde toplanması da optimize edildi. Toplama listesinde olup mağazada mevcut olmayan bir ürün için müşterinin muadil bir ürün isteyip istemediği sistem üzerinden görüntülenebilirken, yine Quickpick aracılığı ile müşteriyle iletişime de geçilebiliyor. Kasap ve balık gibi hazırlama işlemi gerektiren özel reyonlarda kullanılmak üzere geliştirilen modül ile bu özel reyonlarda çalışan personelin görebileceği bir ekran üzerinden hazırlık işleminin tamamlanması sağlanabilmekte. Bu sayede reyonların yoğunluğunu ve personellerin bekleme süreleri azaltılarak, zaman kaybının önüne geçiliyor.

Toplama aşamasında barkodu okutulan ürünler bluetooth ile etkileşimli olarak Quickpick uygulaması üzerindeki sipariş listesinde ‘Toplandı’ olarak kaydedilirken, stok/son kullanma tarihi gibi sebeplerle karşılanamayan ürünlerin karşılanamama nedeni seçimi yapılarak, sonrasında Quickpick üzerinde raporlanıp ve CarrefourSA tarafından tedarik süreçlerinin iyileştirilmesi için kullanılabilir. Ayrıca operasyonel nedenlerle karşılanamayan siparişler de farklı slotlara ertelenebildiği gibi, mağaza değiştirme fonksiyonu ile diğer mağazalara da aktarılabilir. Gruplar halinde toplanan siparişler, ilgili mağaza sorumlusu tarafından kontrol edildikten sonra birleştirilerek teslimata hazır hale getiriliyor ve siparişlerde olası hataların azaltılması sağlanıyor. Rota optimizasyonu ile birlikte siparişlerin dağıtım için en uygun rotalara atanması sağlanıyor ve her bir rotada yer alan siparişler için ideal dağıtım sırası da sistem tarafından oluşturuluyor, siparişler bu sıra ile araçlara yüklenebiliyor. Sipariş listesindeki ürünler, soğuk zincirin kırılmaması için Quickpick üzerinde yer alan ‘soğuk zincir uyarı sistemi’ ile soğuk depolama alanlarına yönlendirilebiliyor.

**Özel geliştirmeler fark yaratıyor**

Rotalaması yapılan siparişlerin teslimat adreslerine ulaştırılması için harita uygulaması üzerinden navigasyon özelliği kullanılarak araç sürücüsü yönlendiriliyor. Dağıtım sırasında gerekli olması durumunda, e-irsaliyelere cihaz üzerinden erişim sağlanabilirken, dağıtım sürecinde kapıda iade ve ödeme süreçleri Quickpick üzerinden yönetilebiliyor. Müşteriler de online ya da kapıda kredi kartı/nakit ödeme tiplerinden yararlanabiliyor.

Sürekli kendini geliştiren bir ürün olan Quickpick, aynı zamanda CarrefourSA’nın ihtiyaçlarına göre özelleştirmeleri de ortaya koyuyor. Değişen ve artan ihtiyaçlara özel geliştirmeler Quickpick’in ayrışma noktalarından biri. Örnek olarak projede son olarak eklenen fonksiyon olan “tahminleme”; planlama odaklı yetkinlikleri geliştirme ihtiyacının da bir sonucu. Tüm bu adımların temelinde ise süreçlerin hepsini kapsayan biçimde Quickpick rotasında ortak akıl ve iş birliği yaklaşımı ortaya kondu.

Obase; 28 yıllık şirket tarihinin başından beri perakende sektörüne hizmet veren, operasyon yoğun bir sektörü çok iyi tanıyan bir bilişim şirketi olarak konumlanıyor. Bu da perakende sektöründe hizmet sunulan müşterilerle uzun soluklu bağları beraberinde getiriyor. Benzer güçlü bağların öne çıktığı CarrefourSA’yla 15 yıla yayılan iş birliği göz önüne alındığında, yeni iş birliklerinin gündeme geleceği de aşikar. Obase’in aynı zamanda bir Ar-Ge Merkezi olması, böylece yenilikçi teknoloji ve çözümlerin geliştirilmesinde kritik rol oynaması da CarrefourSA ile birlikte daha birçok yeniliğe imza atılacağını gösteriyor.

**TALEBİN TAHMİN EDİLMESİ, OPERASYONUN PLANLAMASINDA MÜKEMMELLİK SAĞLIYOR**

Hizmet sağlayan ve ürün üreten firmalar için karar alma, planlama, uygulama gibi operasyonel süreçlerde tahminleme yapabilmek önemli bir yetkinlik. Bunun bir örneği olarak CarrefourSA ile gerçekleştirilen proje kapsamında, tüm darkroom ve e-ticaret noktaları için “Obase Forecaster” ürünü her Pazartesi çalışıp, gelecek 4 hafta oluşacak muhtemel sipariş değerlerini öngörüyor. Hedef ise bu değerlerin darkroom’larda sipariş toplayacak personel sayısının belirlenmesi çalışmasına girdi oluşturması. Sezonallık, trendler, özel günler gibi farklı dinamikler göz önünde bulundurularak geliştirilen talep tahmin algoritmaları; her hafta kendi aralarında yarışırılıyor. Gerçekleşen taleplere göre üssel düzeltme, regresyon, Holt-Winters gibi farklı talep tahmin metotları arasından muhtemel en iyi sonuçlar seçiliyor. Bu seçimde, talep tahmin metodunun değişen koşullara adapte olabilmesi için çapraz validasyon testleri uygulanırken, testlerin sonuçları da Multinomiyal Bayesyen dağılımı ile değerlendiriliyor. Böylece çok sayıda darkroom/e-ticaret noktası için esnek, veriden öğrenen, %90 üzerinde talep tahmin doğruluk oranlarına sahip bir sistem hayata geçirilmiş oluyor.

# Ar-Ge çalışmalarına daha da odaklanılacak

*Orion POS, yenilikçi yazılımlar ile sektöre katkıda bulunurken, yurt dışı pazarında daha aktif olmak için Ar-Ge çalışmaları yapmayı hedefliyor.*

**O**rion POS; 2006 yılından bu yana HoReCa, yiyecek, içecek, konuk ağırlama ve eğlence sektörlerinin ihtiyacı olan satış noktası (Point Of Sales - POS) sistemlerinin yazılım ve donanıma yönelik anahtar teslim çözümler üreten %100 yerli sermayeli bir teknoloji firması. Odaklandıkları temel başlıkları bu şekilde sıralayan Orion POS Sistemleri Genel Müdürü ve CEO'su Tufan Yüksel, alt başlıkları da çözüm segmenti bazında sıraladı. Buna göre Orion POS, HoReCa sektörü için özelleştirilmiş yazılım çözümleri sunuyor ve gerekli donanımlarla da bunu destekliyor. Bu yazılımlar müşteriden siparişin alınmasından hazırlanmasına, servisine ve ödemesine kadar olan tüm sürecin otomasyonunu sağlıyor. Tufan Yüksel de, "Bu yazılım aynı zamanda restoran, kafe, bar, fast food gibi her tür işletmeye uygun, masaya servis, self servis, paket servis, online sipariş gibi tüm sipariş kanalları ile çalışabilen, self servis bir büfeden, 500+ şubeli bir zincir restorana kadar ölçeklendirilebilen bir yazılım" bilgisini paylaştı.

## **Trendler yakından takip ediliyor**

Orion Pos, yiyecek içecek işletmelerine özel olarak hazırladığı Orion Stok ve Maliyet Yönetim Yazılımı ile hammadde ve reçeteli ürün yönetimi, sipariş, satın alma, depo yönetimi, ürün yönetimi, sevkiyat, satış, sayım, raporlama ve analiz işlemlerini ilgili tüm süreçleri yönetmeyi sağlıyor. Tufan Yüksel'in verdiği bilgiye göre, bu sayede işletmenin kârlılık ve verimlilik analizi de yapılabilir.

Ödeme işlemleri, söz konusu sektördeki işletmeler için önemli bir konu. Orion POS da ödeme işlemlerini kolaylaştırmak için yazarkasa, e-fatura, e-arşiv, e-adisyon entegrasyonları ile ödeme süreçlerini çok hızlandıran bir yapıya sahip ve bu yönüyle işletmeleri e-dönüşüm sürecine dahil ediyor. "Günümüzde, müşterilere mobil ve online sipariş seçenekleri sunmak



Tufan Yüksel

Orion POS Sistemleri Genel Müdürü ve CEO'su



oldukça önemli” diyen Tufan Yüksel, bu ekseninde çözümlerini şöyle anlattı:

“Orion POS, bu trendi takip ederek mobil uygulamalar ve online sipariş platformları için yazılım geliştirir. Müşteri sadakati de yiyecek içecek işletmeleri için kritik öneme sahip. Orion POS, müşteri sadakat programları ve iş zekası araçları sunarak işletmelerin müşterileri daha iyi anlamalarına ve onlara daha iyi hizmet sunmalarına yardımcı olur. 7/24 hizmet veren müşteri destek hizmetimiz ile sürekli teknik destek sağlayarak, işletmelerin herhangi bir sorununda hızlı ve kalıcı çözümler sunarız.”

### Tüm operasyon süreçleri yönetiliyor

Orion POS, CarrefourSA ile Bulut Mutfak çözümü üzerine çalışma yürüttü. Tufan Yüksel bu çalışmayı “Bulut Mutfak; paket servis veya self servis hizmeti sunan birçok markayı aynı çatı altında barındıran bir yapı olarak tanımlanabilir” sözleri ile özetledi. CarrefourSA tarafından İstanbul’da 10 marka ile başlatılan Bulut Mutfak lezzet operasyonunun tüm yazılım ve otomasyon çözümlerini bir bütün olarak gerçekleştirdiklerini vurgulayan Tufan Yüksel, şöyle devam etti:

“CarrefourSA’nın Bulut Mutfak için ihtiyaç duyduğu POS sistemlerini, online sipariş platformu entegrasyonlarını, ayrıca kurye platformları entegrasyonlarını sağladık. Tüm bunları raporlayan bir sistem de kurduk. Bu sistem ile sipariş edilen yemeğin hazırlanmasından adrese ulaştırılmasına kadar tüm operasyon süreçleri Orion POS yazılımları ile yönetiliyor ve takip ediliyor.”

### Kurumsal yazılımlarla entegrasyon

CarrefourSA ile söz konusu proje Ocak 2023’te gündeme geldi. Kapsamlı bir müzakere süreci neticesinde projenin adımları belirlendi ve harekete geçildi. “Kendi yazılımımızın CarrefourSA için uyarılma çalışmalarının yanı sıra kendilerinin kullandığı ERP yazılımları ile entegre olduk ve tüm sistemi Ağustos 2023’te devreye aldık” diyen Tufan Yüksel, yürütülen projede şu detayları paylaştı:

“Bu, sürekli gelişen bir proje. Bu çerçevede müşteri istekleri doğrultusunda operasyonu iyileştirebilmek adına iş birliğimiz devam ediyor. Bu projede CarrefourSA’nın 30. Yıl projesi olan CarrefourSA Bulut Mutfak için gereken yazılım süreçlerini yönettik. Bu çerçevede İstanbul’da ve Türkiye’nin diğer illerinde açılması planlanan diğer bulut mutfak şubeleri için de iş birliğimiz artarak devam edecek. CarrefourSA gibi büyük, kurumsal ve vizyoner bir firma ile çalışırken kendimizi de geliştirdik. Bu yönüyle CarrefourSA markasının Orion POS markasına mutlaka pozitif anlamda katkısı olacaktır. CarrefourSA ile başarılı bir operasyon yürüttüğümüz göz önüne alınırsa, benzer ihtiyaçları olan firmalar da Orion POS’u tercih edecektir. Projenin ilk lokasyonu olan İstanbul Mecidiyeköy’de edinilen deneyim ile Bulut Mutfak yatırımının CarrefourSA açısından, kendilerinin de ifade ettiği gibi artarak büyüyeceğini düşünüyorum. Bu yatırımla CarrefourSA online paket sipariş sektöründe büyüyerek, daha fazla müşteriye daha uygun fiyata yemek sağlayarak, karlılığını artıracaktır.”



### Memnuniyeti daha da artıracakız

Orion POS, satışının büyük bölümünü müşteri referansları ile yapan bir firma. “Bu çerçevede müşteri memnuniyet oranımızın çok yüksek olduğunu söyleyebilirim” vurgusunu yapan Tufan Yüksel, “Bunun sebebi de 7/24 çalışan müşteri destek hattımızın müşterilerimizin her türlü ihtiyacını hızlıca giderebilmesi” dedi. Bunun yanında müşterilerine sundukları sektörel danışmanlık hizmetlerinin de kendilerine çok yardımcı olduğunu ifade eden Tufan Yüksel, şöyle devam etti:

“Bu paralelde 2023 yılı için hedefimiz; mevcut müşterilerinizin memnuniyetini daha da arttırmak, onların sadakatlerini kazanmak ve yeni müşteriler edinmek olacak. Teknoloji firması olmamız sebebiyle sürekli yeni teknolojileri takip eder ve kendimizi besleriz. Bunun sonucunda da her zaman yeni yazılımlar geliştirme fikirleri kafamızda dolaşır. Sektörün ihtiyacını karşılayacağını düşündüğümüz yazılımların da analizlerini yapar, yeni yazılımlar geliştirmeye başlar ve bunları piyasaya süreriz. Orta vadeli hedefimiz bu tür yenilikçi yazılımlar ile sektöre katkıda bulunabilmek. Bir diğer orta vadeli hedefimiz de yurt dışı pazarında daha aktif olmak için Ar-Ge çalışmaları yapmak.”

## BÜYÜME FIRSATLARI DEĞERLENDİRİLECEK

Orion Pos, yiyecek-içecek sektöründe teknolojik öncü olmayı hedefliyor. Hedef; müşterilere her zaman en son teknolojiyi sunarak, işletmelerini verimli ve rekabetçi bir şekilde yönetmelerine yardımcı olmak. Müşterilerin ihtiyaçlarını anlamak ve karşılamak, önceliklerin başında geliyor. Müşteri memnuniyetini artırmak için sürekli olarak geri bildirim toplama ve ürün ile hizmet geliştirmeye odaklanılıyor. Orion Pos’un sürdürülebilir bir şekilde büyümesi ve genişlemesi için stratejiler geliştiriliyor. Yeni pazarlara açılmak, yeni müşteri segmentlerini hedeflemek ve uluslararası pazara adım atmak gibi büyüme fırsatları kurumsal öncelikler. Çalışanların yeteneklerini geliştirmeleri ve kariyerlerini ilerletmeleri için de onlara destek sağlanıyor. Çalışan memnuniyetini artırmak ve şirket içi yetenekleri korumak bu noktada temel hedefler arasında.

# “Perakendeye yön veren adımlarımızın devamı gelecek”

*Perakende teknolojilerinde öncü olmayı hedefleyen POS AŞ, CarrefourSA ile uzun yıllardır verimli biçimde ve yeniliklerle ilerleyen bir iş birliği yürütüyor. Alınan verimin, iki şirketin paylaştığı ortak bakış açısının da bir yansıması olduğu belirtiliyor.*

**P**OS AŞ ve CarrefourSA iş birliği 1997 yılında bir hipermarket ile başladı. Bugün bu iş birliği hipermarketler, süpermarketler, mini marketler ve franchise gibi farklı konseptlerdeki çok sayıda mağazaya ulaşmış durumda.

En yeni teknolojileri birlikte inceleyerek, araştırarak ve uygulamalarını yaparak sektördeki pek çok ilke birlikte imza attıklarını vurgulayan POS AŞ Genel Müdürü Gülümhan Akalın, bu ‘ilk’leri şöyle örnekledi:

“İlk sadakat kart çözümlerinden olan CarrefourSA Kart bunlardan birisi. Biraz daha eskiye gidersek, sektörde mağaza içi tüketici kredisi uygulamalarından ödeme sistemlerinin kredi kart cihazları ile entegre çalışmasını sağlayan ‘CarrefourSA protokolü’ne kadar birçok ilki sektöre kazandırdık.



POS AŞ Genel Müdürü  
Gülümhan Akalın

2016'da ise farklı üçüncü parti kuruluşlarla entegre olan ve farklı puan tiplerini ve gelişmiş kampanya yapısı ile birlikte otomatik iade fonksiyonunu da destekleyen GeniusOpen'a geçiş yaparak önemli bir dönüm noktasını birlikte tamamladık. Merkezi yönetim ve takip ile birlikte online merkezi kupon, puan ve kampanya sistemlerimizin CarrefourSA ERP'si ile entegrasyonunu sağladık.

Bu geçiş ile birlikte merkezi yönetim gerçek zamanlı hale geldi. Sanal ürün satışı, bayramlarda bahçe satışı, yat ve teknelere satış gibi farklı satış işlemlerini de ilk defa CarrefourSA'da yaptık. Akıllı telefonlara geçiş yapmadan önce mağazalarda fiziksel kart dağıtılmasını ve bu kartların otomatik olarak aktifleştirilmesini sağladık."

### **İş ortağı gibi çalışıyorlar**

Pandemi döneminde mağazadan evlere teslimat için ürün toplama ve satış, merkez depodan satış, e-ticaret platformundan satış gibi süreçlere destek olmanın yanı sıra mağazaların sorunsuz satış yapmasına yardımcı olan POS AŞ, elektronik satışlarını arttırmak için ürün önerme, garanti ve hizmet satışı gibi çözümlerin geliştirilmesinde CarrefourSA ile çalışmalar yürüttü. "Hatta CarrefourSA şubelerindeki Lezzet Arası olarak adlandırılan restoran bölümünde Toshiba'nın bir çözüm ortağına ait restoran uygulaması kullanılıyor. Bu da bizim yönetimimizle ilerledi" bilgisini veren Gülümhan Akalın, ikili iş birliğini şu sözlerle değerlendirdi:

"CarrefourSA ile bir teknoloji sağlayıcısı yerine iş ortağı gibi çalışmayı tercih ediyoruz ve iki firmanın da birbirini desteklediği çok verimli bir iş birliği yürütüyoruz. Hayata geçirdiğimiz teknolojileri CarrefourSA'ya biz tanıtıyoruz, ticari olarak ve teknik olarak uygun olanları hayata geçiriyoruz ve yapılan değerlendirmeler sonucunda henüz gündeme alınması tercih edilmeyen teknolojileri de gelecek dönemin projeleri olarak takip etmeye devam ediyoruz. İş birliğimizde hem CarrefourSA öneriler sunuyor hem de biz sektördeki trendlere ve stratejimize paralel olan ve CarrefourSA'ya da fayda sağlayacak teknolojileri tanıtıyoruz."

### **Kesintisiz süreçler**

POS AŞ, 1993 yılından bu yana perakende sektörüne teknoloji hizmeti veriyor ve 2012'den itibaren

Toshiba Global Commerce Solutions çatısı altında faaliyet gösteriyor. Bu kapsamda farklı segmentteki perakendecilere Toshiba POS donanım ve yazılım ürünleri, POS AŞ tarafından geliştirilen Genius satış uygulamaları, çok kanallı perakendecilik çözümleri, bu çözümlerin kurulumu ve teknik desteği, proje yönetimi, danışmanlığı ve bakım hizmetlerini de kapsayan uçtan uca çözümler sunuluyor. "Türkiye çapında çözüm ortaklarımızla birlikte 20.000'den fazla lokasyonda 5.000'i aşkın müşterimiz üzerinden 70.000'den fazla Toshiba POS ürününe destek veriyoruz ve perakende sektörüne yön veren konumumuzu daha da ileriye taşıyoruz" bilgisini veren Gülümhan Akalın, görüşlerini bu sözlerle noktaladı:

"GeniusOpen'a geçiş ile elde edilen teknoloji ve fonksiyonalite güncellemesi, CarrefourSA müşterilerine pek çok fırsat ve imkan sağlıyor. Ayrıca farklı perakende gruplarının satın alınması sonrasında farklı lokasyonlarda bulunan yüksek sayıda şubeyi bir gecede CarrefourSA sistemine herhangi bir aksaklık olmadan bağlayabildik. CarrefourSA'nın çoğunluk hisselerinin el değiştirmesi nedeniyle yaşanan geçiş sürecini kesintisiz ve hatasız olarak CarrefourSA ekibi ile birlikte sağladık. Bahsettiğim başarılarla ek olarak, tamamladığımız projelerden aldığımız güç ile iş birliğimizi daha da ileriye taşımak için yıllardır birlikte çalışıyoruz."

## **YENİLİKÇİ TEKNOLOJİLER GELİŞTİRİLİYOR**

POS AŞ-CarrefourSA iş birliğinde pandemide ara verilen 'mağaza içinden sipariş verme' projesine kalınan yerden devam edilecek. Bunun yanı sıra kullanıcıların alışveriş fişlerinin bir kopyasını mobil uygulamalarından da görebilmesini sağlayarak kağıt kullanımını azaltacak E-Belge Dönüşüm Projesi üzerinde çalışılıyor. POS AŞ, mobil satış, sipariş ve ödeme çözümlerini odağında tutuyor. Hedef, dünyada yaşanan dijital dönüşüm çerçevesinde Toshiba'nın perakende sektörüne sunduğu çözümleri CarrefourSA'nın istek ve beklentileri doğrultusunda birlikte hayata geçirmek.



# E-ticaret rotası netlik kazandı

*Rasyona Bilişim Teknolojileri, CarrefourSA'nın e-ticaret altyapısının kesintisiz işlerliğini desteklerken, ödeme sistemlerinin de kesintisiz çalışması hedefine uyumu sağladı.*

**R**asyona Bilişim; 2010 yılında Ali Hacıgüzeller'in "Bilgi & Sorumluluk & Güven" mottosu ile kurduğu, sektörün güçlü ve güvenilir temsilcilerinden biri. Kurumsal öncelik ise iş birliği yapılan firmaların ihtiyaçlarını analiz ederek, onların iş sistemlerine ve süreçlerine özel, butik hizmetler tasarlayıp sunmak.

Rasyona Bilişim, birçok başlıkta uzmanlığını, sunduğu hizmetlerle ortaya koyuyor. Öncelikle tüm işletim sistemleri ve veritabanı platformlarında iş süreçlerinin uçtan uca yönetimi, uygulanması ve danışmanlık hizmetleri sunuluyor. Rasyona Bilişim, gerek yerinde gerekse uzaktan 7/24 süreç gözlemlene desteği, talebe göre de çözümlene, bildirme, raporlama hizmetini müşterilerine sağlıyor. SAP Rootis & SAP Etool paketleri ile müşteriye özel monitoring (görüntüleme) hizmeti sunumu da Rasyona Bilişim'in yetkinlikleri arasında. Bu başlıkta sunulan hizmetle beraber de olası problemlere anlık müdahale edilmesi, sorunların kök/sebebe analizleri ile hataların azaltılması ve sürekli iyileştirme yapılması mümkün oluyor. SAP Rootis & SAP Etool paketi sayesinde Rasyona Bilişim'in müşterilerine büyük ve



Rasyona Kurucu Ortak  
Ali Rıza Hacıgüzeller

karmaşık akışların çok daha sade, anlaşılır halde sunulması söz konusu oluyor. Bu paket; otomatik raporlama ile hızlı analiz ve en doğru çözümün üretilmesinin sağlanması gibi pek çok fayda barındıran terzi usulü modellenmiş kişiye özel bir hizmet yapısını ortaya koyuyor.

### Uçtan uca görünürlük

Bu kapsamlı yetkinlikleri ile Rasyona Bilişim, 4 yıl önce CarrefourSA ile çalışmalar için kolları sıvadı. CarrefourSA'nın e-ticaret müşterilerinin deneyimlerini izleme ihtiyacına yanıt verme hedefiyle Rasyona Bilişim de süreçte yerini aldı. Stratejik yol haritasını oluşturan Rasyona Bilişim, CarrefourSA'nın bu yatırım kapsamındaki hedeflerine uyumlu önceliklerle ilerledi. Öncelikle e-ticaret altyapısının kesintisiz çalışır olması sağlandı. Buna paralel olarak, ödeme sistemlerinin de kesintisiz çalışması ve ciro avantajı elde edilmesi hedeflendi. Rasyona Bilişim, CarrefourSA'nın talebi paralelinde, olası yoğun sipariş iptallerinin anında gözlemlenmesini, ayrıca iptal gerekçeleriyle raporlanarak bu oranın en aza indirgenmesi odaklı çalışmaları yürüttü. CarrefourSA'nın bu paralelde Rasyona Bilişim'den talebi olan 'operasyonel görünürlüğün sağlanması' da süreçler içinde önemli bir başlık oldu. Bu kapsamda tüm süreçler dahilinde takılma noktalarının saptanması ve anlık olarak bildirilmesi hedeflendi.

### Sürekli gelişen, yenilikçi yaklaşım

Kapsamlı bir süreç yönetimini gerekli kılan bu yatırım, esasında hiç bitmeyen bir süreç bütünü ve üzerine yapılan eklemelerle sürekli canlı kalıyor. Rasyona Bilişim de bunun bir sonucu olarak sunduğu hizmet ve çözümleri sürekli geliştiriyor. Bu iş birliğinin ilk adımı olan birinci faz altı aylık bir süreçte tamamlandı ve söz konusu istek ve beklentilerle yatırımda kesintisizlik de sağlanmış oluyor. Devamlılığı olan bir yatırım süreci, CarrefourSA ve Rasyona Bilişim arasında verimli bir iş birliğini etkin ve daim kılıyor. CarrefourSA ekibinin yatırıma sahip çıkması ve süreç içinde öne çıkan yeni ihtiyaçları Rasyona Bilişim ekiplerine iletmesi de yaşayan bir çözüm sürecinin sürekli geliştirilmesini sağlıyor.

## ÇÖZÜMLER DAHA DA GENİŞLEYECEK

CarrefourSA'nın taleplerini karşılamak için Rasyona Perakende İzleme Sistemleri konumlandırıldı. Böylece Rasyona, öncelikle müşteri memnuniyeti odaklı operasyonel görünürlüğü sağladı, hataları anında bildirme amacını karşıladı. Çok düşük bir maliyetle, müşteri kaybı, sipariş iptalleri ve daha birçok olası ciro kaybının önüne geçerek sürekli iyileşen, ihtiyaca uygun çözümler sundu. Rasyona Bilişim, çözümlerini daha da genişleterek ödeme sistemleri, sipariş takibi, stok akışı izleme, fatura, sipariş, iade gibi başlıklarda belge akışlarını izleme gibi konularda CarrefourSA ile çalışmaya devam edecek.

## DANIŞMANLIK YETKİNLİĞİ ÖN PLANDA

2010 yılında kurulan, teknolojik danışmanlık hizmetleri veren Rasyona, 30'dan fazla yetkin danışman ve sistem yönetimi ekibiyle farklı sektörlerin önde gelen büyük ölçekli firmaları ile teknik bakım anlaşmalarına imza atarken, orta, büyük ve küresel ölçekteki firmaların iş sistemleri ve süreçlerindeki kurulum, sürüm yükseltme ve geçiş projelerini de başarıyla tamamladı. İş sistemleri ve süreçleri ile ilgili uçtan uca yönetim, uygulama ve danışmanlık hizmetleri veren Rasyona Bilişim, tüm işletim sistemleri ve veritabanı platformlarında teknik danışmanlık ve bakım hizmetleri sunuyor.

En yeni teknolojileri izleyerek doğru teknolojiyi doğru müşteri ile buluşturma hedefiyle ilerleyen Rasyona Bilişim, bakım hizmeti başlığında yerinde ve uzaktan destek vererek, sistemlerin operasyonel ve yönetsel süreçlerini tamamlıyor. Farklı sektörlerdeki müşterileri ile gerçekleştirdiği projeler paralelinde sürekli büyüyen bilgi birikimine sahip olarak alanında da farklı konumlanan Rasyona Bilişim, akıllı işletme otomasyonu ve analizi ile görünürlük sağlayarak karar desteği ve hızlı düzeltici eylemleri de sağlıyor.

Alanında uzman operasyon ekibi ile 7/24 süreç gözlemleme hizmeti sunan Rasyona Bilişim, bununla birlikte gelişmiş ve özelleştirilmiş yardım masası yönetimi de sağlıyor. Saha ile merkez arasındaki iletişimi güçlendirerek bilgi taşıma desteği veren Rasyona Bilişim, tüm iş süreçlerini kapsayan "Kontrol Kulesi" hizmeti de veriyor. Üstlendiği çalışmalarla akılcılığı ve standardizasyonu temel alan, başarıları ile sektörde güçlü, güvenilir ve iddialı firma olarak ilerleyen Rasyona Bilişim, sunduğu teknolojik danışmanlık ile de alanında farklı konumlanıyor.

# Mağazacılık sektörüne SAP bakışı!

*Türkiye’de yaklaşık bin farklı noktada yer alan CarrefourSA mağazalarında SAP çözümleri kullanılıyor.*

**C**arrefourSA; finans, raporlama, planlama, satın alma ve envanter yönetimi gibi iş süreçlerini güçlendirmek amacıyla, kurumsal kaynak yazılımı (ERP) arayışı sürecinde görüşmelerine başladıktan hemen sonra, perakende sektörünün iddialı dijital dönüşüm projelerinden birini kurumsal uygulama yazılımları alanında dünya lideri olan SAP ile hayata geçirme kararı aldı. Merkezi satın almadan kârlılık analizine, kalite kontrolden sezon öncesi planlamaya ve tedarikçi kapasite planlama ve tüketici satışına kadar tüm süreçleri kapsayan SAP projesi ile CarrefourSA, en ileri perakende teknolojilerine ve altyapısına ulaşan bir proje örneğini ortaya koydu.

Bu kapsamlı yatırım için ilk adımlar CarrefourSA ve SAP üst düzey yöneticilerinin bir araya gelmesi ile atıldı. SAP çözümlerinin canlıya geçmesiyle beraber iki taraf arasındaki iletişimde de süreklilik güç kazandı. SAP çözümleri odaklı iş birliği ile sezon öncesi planlamadan son müşteri satışına



SAP Türkiye Genel Müdürü  
Uğur Candan





kadar tüm ERP süreçlerinin birbiriyle bütünleşik ve takip edilebilir olması ise CarrefourSA'nın kurumsal çevikliğini ve çok kanallı (omnichannel) iş süreçlerini olumlu yönde destekledi.

### **Tüm paydaşlar için fayda**

CarrefourSA'nın hedeflerini ve önceliklerini belirlemesi, bu hedefler için SAP ile iş birliği kararı alması 2013 Kasım'ına dayanıyor. Dokuz ay süren verimli iş birliği sonunda SAP projesi 1 Ağustos 2014 tarihinde devreye alındı. Tasarım aşamasından canlıya geçene kadarki süreçte tamamı SAP ile yakın çalışarak gerçekleştirilen bu projede CarrefourSA önemli faydalar elde etti. SAP yatırımı ile hem kurumsal uygulamaların yenilenmesi sağlandı hem de daha önce kullanılmayan birçok yeni araç da CarrefourSA çalışanlarının hizmetine sunuldu. Verimli iş birliğinin bir yansıması olan SAP Projesi ile CarrefourSA çalışanları, tedarikçiler ve müşteriler dahil olmak üzere operasyonun her noktasında önemli kazanımlar elde edildi.

### **Uçtan uca SAP mimarisi**

CarrefourSA çalışanları, SAP projesinin hayata geçmesiyle, muhasebe işlemleri ve fatura onayları gibi kurumsal süreçleri uçtan uca yönetebilme, raporlama, hızlı veri akışı gerçekleştirebilme imkanına sahip oldu. SAP projesi sayesinde mağazalar da sipariştten teslimat adımına kadar her bir süreç için anlık bilgi paylaşımı sağlayan portala sahip oldu. Operasyon süreçlerinde yer alan planlama ekiplerinin bakım ekipleri ile süreçlerini eş zamanlı planlayıp, saha faaliyetlerini anlık işleyebilme imkanı sunan uygulama sayesinde, ortak bir 'ana veri yapısının' kurulması sağlandı. Böylece ortak ana veri sözlüğü oluşturulması gibi birçok önemli hedef de gerçekleştirildi. Verimli iş birliğinin bir sonucu olarak mağazacılık dinamiklerine ve iş ihtiyaçlarına karşılık gelen tüm süreçler uçtan uca SAP mimarisi ile yapılandırıldı.

### **Güçlü veri platformu**

CarrefourSA'da yürütülen proje kapsamında CAR, BW/4 HANA, BPC gibi alanındaki en güçlü SAP çözümleri kullanıldı. Sistem ortamlarını geleneksel veritabanı teknolojilerinden devrim niteliğindeki bellek içi veritabanı teknolojisine kademeli olarak dönüştürmek için SAP CAR, (Customer

Activity Repository) teknolojisinden yararlanıldı. SAP CAR, perakendecilerin farklı formatlarda yayılmış müşteri ve işlem verilerini toplayan, temizleyen ve merkezileştiren güçlü bir veri platformu ile beraber mağaza operasyonlarında kullanmasına olanak sağladı.

CarrefourSA bu yatırımla tek bir ERP çatısı altında konsolide bir şekilde iş süreçlerinin yönetilebilmesini, en modern entegrasyon mimarisi ile ERP'ye dokunan tüm entegrasyonların güvenli, hızlı ve sürdürülebilir olmasını sağlayan bir projeyi hayata geçirmiş oldu. ERP, POS, Talep Tahminleme ve sezon öncesi planlama gibi hemen hemen tüm perakende fonksiyonlarında katma değerli uygulama ve stratejik danışmanlık hizmetleri CarrefourSA'ya büyük faydalar sağladı. Bugün Türkiye'de yaklaşık bin farklı noktada yer alan CarrefourSA mağazalarında SAP çözümleri kullanılıyor. Müşteri satış işlemlerini, envanter bilgilerini perakende bakış açısıyla birleştiren bir altyapı olan SAP CAR, hem pazarlama hem mağazacılık anlayışında, aynı veriyi farklı bakış açılarıyla kullanarak planlamayı sağlama sağladı ve tüm süreçlere verimlilik kattı.

## **TÜM SÜREÇLER S/4 HANA'DA KONUMLANACAK**

Pandeminin de etkisiyle dünyada üretim, tedarik zinciri ve pazarlama ağlarının yeniden şekillendiği, dijital dönüşümün ise baş döndürücü hızla geliştiği yepyeni bir döneme girdik. CarrefourSA da tüm sektörlerdeki her şirket gibi dönüşüme hızla uyum sağlama zorunluluğunun bilinciyle perakende sektörünün öncüsü olarak, dijital dönüşüm alanında yatırımlarına kesintisiz biçimde devam ediyor. CarrefourSA bu yatırımlarla akıllı bir işletme olma ve bunun sürekliliğini sağlama yolunda gerekli adımları atıyor. Söz konusu stratejinin bir yansıması olarak CarrefourSA'da hedef; mevcut sistemdeki tüm süreçleri önümüzdeki dönemde S/4 HANA yapısına taşımak ve daha da ileri inovasyonları hayata geçirmek olarak planlanıyor.





Carrefour  SA

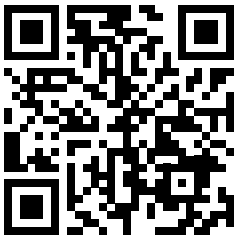
# CarrefourSA Bayisi Olmak Çok Doğru Yatırım

Her zaman doğrusunu  
müşterileriyle buluşturan CarrefourSA,  
şimdi de esnafımızı doğru yatırımlarla buluşturuyor.  
**Kazançlı gelir sahibi olmak için  
hemen başvurun.**

Carrefour  SA  
süper

 Hoş geldiniz / Welcome

Gelişimin bir parçası  
olmak isteyen tüm girişimciler,  
[www.carfoursaisortagi.com](http://www.carfoursaisortagi.com)  
üzerinde yer alan CarrefourSA  
bayilik başvuru formunu  
doldurarak başvurabilir.





# Doğrusu memlekete faydalı olmak

Tam 30 yıldır Salihli kirazından Ayvalık zeytinine yerli ürünleri sizlerle buluşturuyor, yerli üreticilerle çalışarak Türkiye'nin dört bir yanındaki kooperatiflere destek oluyoruz.



Carrefour  SA

