

Pazar yerlerinde **nasıl yer alabilirsiniz?**

Ekonomist

ŞUBAT 2020

e-Dönüşüm

Online
pazar
yerleriyle
dünyaya
açılın

QNB
eFİNANS
katkılarıyla

MARKALARIN
YURTDIŞI
STRATEJİLERİ

“Dijital
deneyimi
mağazaya
taşıyacağız”

QNB Finansbank'tan ücretsiz KOBİ e-Dönüşüm Paketi

QNB Finansbank müşterileri e-Fatura, e-İrsaliye, e-Defter, e-Serbest Meslek Makbuzu, e-Müstahsil Makbuzu ve e-Arşiv'den oluşan KOBİ e-Dönüşüm Paketi'ne hiçbir ücret ödmeden ve koşulsuz sahip oluyorlar. İlk etapta 2022'ye kadar ücretsiz olan KOBİ e-Dönüşüm Paketi'nin devamında QNB Finansbank farklı projeler ve ürünlerle KOBİ'leri desteklemeye devam edecek.

İşinizi geleceğe taşımaya karar verdiğiniz anda
QNB Finansbank yanınızda.

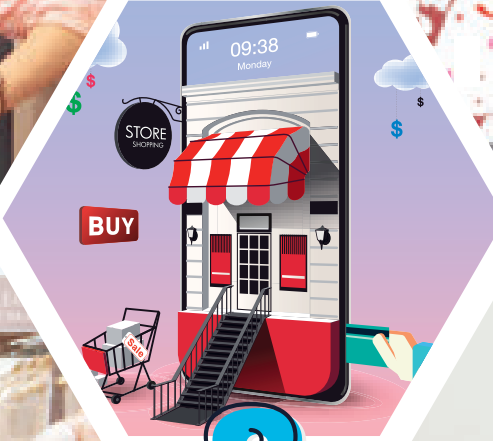
KOBİ e-Dönüşüm Paketi QNB eFinans'ın sağlayacağı ürün/hizmetlerden oluşmaktadır, farklı bir özel entegratörden alınacak ürün/hizmetler QNB Finansbank tarafından hediye edilmeyecektir. e-Fatura, e-Arşiv, e-İrsaliye, e-Serbest Meslek Makbuzu ve e-Müstahsil Makbuzu için kullanım kotası senelik toplam 100.000 adet, e-Defter için 1GB kullanımdır. Bilgi için: qnbfinansbank.com

[içindekiler]



5

12



8



16

18



20

5 Bulut tabanlı yazılım yurtdışına açılacak

6 Dijital gündem

8 **KAPAK KONUSU**
ONLINE PAZAR YERLERİ İLE
DÜNYAYA AÇILIN

12 "Dijital Köprü'yü yeni hizmet ve çözümlerle büyütüyoruz"

16 "Dijital deneyimi mağazaya taşıyacağız"

18 Anahtar teslim çözüm sunuyor

19 e-Sporda başarıyı getirecek 5 adım

20 **DUAYEN**

"Dijitalleşmeye 20 milyon dolar yatırdı"

22 Zorlu'dan Osmangazi bölgesinde dijital atak

24 **TEKNOPANO**

26 "Dönüşümü tüm şirkete yaydık"

28 "Mutabakat süreçlerini kolaylaştırıyoruz"

30 "2,5 yılda 1 milyar TL hacme ulaşacağız"

32 **İlke Altın:** "EFKS'den e-Arşive gelişim"

34 Vergi gündemi



26



28

30



[editör]

Online pazarla globalleşmek mümkün

Dijitalleşmeyle birlikte Türkiye’de e-Ticaret, en hızlı büyüyen alanlardan biri olarak karşımıza çıkıyor. Türkiye’de e-Ticaret pazarı 2014-2018 yılları arasında yıllık ortalama yüzde 33 büyüme elde etti ve online e-ticaret işlemleri, TL bazında bir önceki yıla göre yüzde 42 büyüme gösterdi.

TÜBİSAD’ın 2019 e-Ticaret raporuna göre, online perakende Türkiye’de e-Ticaret alanındaki yüzde 35’lik payı ile 20,8 milyar TL’lik bir katkı sağlıyor. Bu sayının oluşmasında online pazar yerlerinin katkısı ise yüzde 50 düzeyinde. Tüketici pazar yer platformlarını benimsedi ve bu iş modeli, tedarikçilerin iyileştirme alanı haline geldi. Zira pazar yerleri KOBİ’lerin ürün ve hizmetlerini internet üzerinden müşterilerine ulaştırmalarını kolaylaştıran araçlar olarak öne çıkıyor. Türkiye’nin neresinde olursa olsun bir satıcının tüm Türkiye’deki tüketicilere kolay ulaşabilmesi, satıcıların işlerini büyütebilmesi için büyük bir fırsat.

Pazar yerleri özellikle KOBİ’lerin ve geleneksel perakendecilerin e-Ticarete başlarken lojistik, dağıtım, dijital pazarlama, içerik gibi alanlardaki hareket kabiliyetlerini oldukça artıran ve bu alanlarda kolaylıklar sağlayan platformlar.

Pazar yerlerinin, e-Ticarete yeni başlayacak olan işletmeler için nitelikli insan gücü, performans iyileştirme gibi konularda hızlandırıcı bir etkisi bulunuyor.

Bu ay kapak haberimize Türkiye’nin en önemli online pazar yerlerini taşıdık. Haberde de okuyacağınız gibi online pazar yerleri e-İhracat alanında 2020’de çitayı yükseltmeyi hedefliyor. Bu anlamda online pazar yerleri Doğu Avrupa’dan Kuzey Afrika’ya, ABD’den Güney Amerika’ya kadar operasyonlarını genişletecek.

Herkese iyi bir ay diliyorum.



Burcu Tuvay
btuvay@ekonomist.com.tr

Ekonomist HAFTALIK EKONOMİ VE SİYASİ HABER DERGİSİ

e-Dönüşüm



YAYINCI
Doğan Burda Dergi
Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş.

GENEL MÜDÜR Cem M. Başar
YAYIN YÖNETMENİ Talat Yeşiloğlu
YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ (Sorumlu) Dr. Orhan Karaca
HABER MÜDÜRÜ Talip Yılmaz
GÖRSEL YÖNETMEN Özcan Çayçoşar

EDİTÖRLER
E-DÖNÜŞÜM Burcu Tuvay
BORSA - TEKNOLOJİ Gözde Yeniova
HABER MERKEZİ Levent Gökmen, Özlem Bay Yılmaz, Sibel Atik, Ayşegül Sakarya Pehlivan, Aram Ekin Duran, Ceren Oral
MARKA MÜDÜRÜ Arzu Sözeri
SAYFA UYGULAMA M. Engin Bilgin
FOTOĞRAFLAR Hüseyin S. Öngen, Gökhan Çelebi

ANKARA TEMSİLCİSİ Erdal İpekeşen
Tel: 0 312 207 00 71
ekonomist@doganburda.com

YÖNETİM
SATIŞ VE DAĞITIM DİREKTÖRÜ Egemen Erkorol
ÜRETİM PLANLAMA DİREKTÖRÜ
(TÜZEL KİŞİ TEMSİLCİSİ) Yakup Kurtulmuş
FİNANS DİREKTÖRÜ Didem Kuruç

ETKİNLİK VE PROJE DİREKTÖRÜ Ali Erman İleri
REKLAM GRUP BAŞKANI Nisa Aslı Erten Çokça
REKLAM GRUP BAŞKAN YRD. Seda Erdoğan Dal
REKLAM SATIŞ KOORDİNATÖRÜ
Neyran Çınar, Burcu Kevser Karaçam
REKLAM SATIŞ MÜDÜRÜ
Burcu Acavut - İpek Tunali - Ecem Arda
TEKNİK MÜDÜR Ayfer Kaygun Buka
Tel: 0 212 336 53 61 - 62
BÖLGELER SATIŞ MÜDÜRÜ Dilek Ünlü
Tel: 0212 336 53 72 Faks: 0 212 336 53 91
PROJE MÜDÜRÜ Selçuk Ergenç
Tel: 0 212 336 53 60 (3 hat) Faks: 0 212 336 53 90

REZERVASYON
Tel: 0 212 336 53 00/57/59 Faks: 0 212 336 53 92/93

ANKARA REKLAM SATIŞ KOORDİNATÖRÜ
Sezinur Balıkcıoğlu
ANKARA REKLAM SATIŞ MÜDÜRÜ
Beliz Balıbey Tel: 0 312 207 00 72/73
HEDEF SAYFALAR
Tel: 0 212 336 53 70 Faks: 0 212 336 53 91

YÖNETİM YERİ
Kuştepe Mahallesi, Mecidiyeköy Yolu Cad. No:12
Trump Towers Kule 2, Kat 21 - 22 - 23 34387 Şişli/İST.
Tel: 0 212 410 32 00 Faks: 0 212 410 35 81

BASKI
Bilnet Matbaacılık ve Yayıncılık A.Ş.
Dudullu Organize San. Bölgesi 1.Cad.
No:16 Ümraniye-İSTANBUL
Tel: 444 44 03 Faks: 0216 365 99 08/08
www.bilnet.net.com
Sertifika No: 42716

DAĞITIM
Turkuvaz Dağıtım Pazarlama A.Ş.

YAYIN TÜRÜ Yerel, süreli, haftalık

FİPP üyesidir.

© Ekonomist Dergisi Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş. tarafından T.C. yasalarına uygun olarak yayımlanmaktadır. Ekonomist Dergisi'nin isim ve yayın hakkı Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş. ye aittir. Dergide yayımlanan yazı, fotoğraf, harita, illüstrasyon ve konuların her hakkı saklıdır. İzinsiz, kaynak gösterilerek dahi alıntı yapılamaz.

DB OKUR HİZMETLERİ HATTI 0 212 478 0 300
okurhizmetleri@doganburda.com

DB ABONE HİZMETLERİ HATTI
Tel: (0 212) 478 0 300 Faks: (0 212) 410 35 12-13

ÇALIŞMA SAATLERİ
abone@doganburda.com / www.doganburda.com
Hergün saat 09.00-22.00 arasında hizmet verilmektedir.

BULUT TABANLI YAZILIM YURTDIŞINA AÇILACAK

Yazılım şirketi Likom, bu yılın ikinci yarısında pazara sunulacak olan bulut tabanlı yeni ürünüyle yurtdışına açılmaya hazırlanıyor. 2019 yılında yüzde 35 net büyüme sağladıklarını söyleyen Likom Genel Müdür Yardımcısı Seval Inceoğlu, 2020 sonuna kadar yüzde 50 büyüme hedefi koyduklarını belirtiyor.

Ayşegül Sakarya Pehlivan eduran@ekonomist.com.tr



Türkiye’de Bilgi Teknolojileri (BT) sektörü 44,7 milyar TL’lik büyüklüğe ulaşmış durumda. Bu sektörden 18,3 milyar TL’lik pay alan yazılım pazarı büyümesiyle yerli yabancı yatırımcıların dikkat çekiyor. Son dönemde dijital dönüşüme yönelik yatırımların artması yazılım şirketlerinin de büyümesini sağlıyor. Bunlardan biri de yaklaşık 35 yıl önce kurulan Likom Yazılım. Şirket, katma değerini kendi ürettiği yazılımlarla sağlayan Türkiye’nin ilk büyük bağımsız yazılım üretim şirketlerinden biri. Kurumsal kaynak planlama (ERP), iş süreçleri yönetimi (BPM), iş zekası araçları (BI) ve yönetim bilgi sistemi ürünlerinin yanı sıra müşteri ihtiyaçlarına özel yazılımlar geliştiriyor.

2019 yılında yüzde 35 net büyüme sağlayan şirket, 2020 sonuna kadar yüzde 50 büyümeyi hedefliyor. Şirket iç pazardaki büyümesini yurtdışına taşımaya hazırlanıyor. Bu yılın ikinci yarısında bulut tabanlı yeni ürünüyle yurtdışına açılacaklarını söyleyen Likom Genel Müdür Yardımcısı Seval Inceoğlu, “Dijital teknolojiler hızla geliyor. Bizler de bu hıza ayak

uydurarak; mobil ve bulut çözümleri üretmek anlayışı ile yeni projelerimizi geliştirmeye devam ediyoruz” diyor.

UZMANLIĞA GÖRE DİJİTAL DÖNÜŞÜM

İşletmeler son birkaç yıldır yapılan çalışmalarla verilerini kağıt ortamından dijitale taşıdı. Inceoğlu’na göre, şimdi sırada bulut tabanlı projeler var. Likom’un geliştirdiği yazılımlar sayesinde verilerin saklanması, analiz edilmesi ve raporlanması büyük yatırımlara gerek olmadan sağlanabiliyor. İşletmeler karar ve yönetim sürecini daha net ve hızlı yürütebiliyor. Inceoğlu, bu kapsamda iş zekası araçlarının işletmelerde daha yoğun kullanılmasını tavsiye ediyor.

Likom’un odaklandığı konulardan bir de e-Dönüşüm. Şirketin, Gelir İdaresi Başkanlığı’yla uyumlu e-Defter, e-Fatura, e-Arşiv Fatura, e-İrsaliye ve e-Müstahsil Makbuzu ürünleri bulunuyor. Ürünler süreçlerin hızlanması, hatasız oluşan kayıtlar, verilere erişim kolaylığı, maliyet avantajı sağlayıp firmaların iş süreçlerinin düzgün işlemesine ve kurumsal hafızalarının gelişmesine katkıda bulunuyor.

QNB eFinans’la entegre çalışıyor

Yüzde 90’ı nitelikli mühendis olmak üzere 107 kişinin çalıştığı Likom Yazılım, QNB eFinans’ın e-Fatura, e-İrsaliye, e-Defter, e-Arşiv, e-Müstahsil Makbuzu, e-Serbest Meslek Makbuzu’ndan oluşan e-Dönüşüm Paketi’nin neredeyse tamamı ile entegre olarak çalışıyor. Inceoğlu, 2020 yılında da bu tarz e-Dönüşüm paketleri ile entegre olmaya devam edeceklerini söylüyor.

LİKOM

DİJİTAL GÜNDEM

► Burcu Tuvay btuvay@ekonomist.com.tr

TEKNOLOJİ GİRİŞİMLERİNE MİLYARLAR YAĞIYOR

KPMG'nin hazırladığı Venture Pulse raporu, 2019'un üçüncü çeyreğindeki girişim yatırımlarını inceledi. Rapora göre, 55,7 milyar dolarlık yatırımların aslan payını alan ABD işlem sayısı ve hacimle liderliği kimseye kaptırmıyor, Avrupa rekor yatırımla yola devam ediyor, Asya'da ise kırılma sürüyor. Tüm dünyadaki siber güvenlik girişimlerinde rekor büyüme bekleniyor.

Startup.watch verilerine göre; 2019'da Türkiye'den 30 girişim 2019 yılında toplamda 36 milyon doların üzerinde girişim sermayesi yatırımı aldı. Eski Peak Games çalışanlarının girişimi olan Dream Games, Kasım 2019'da Balderton Capital'in Makers Fund liderliğindeki katılımıyla 7,5 milyon dolarlık bir tohum yatırımı aldı ve bu dönemde Türkiye'de gerçekleşen en büyük girişim sermayesi yatırımı olarak göze çarptı. 2019'da Türkiye'nin önde gelen girişim sermayesi yatırımlarından ikisi olan Picus Security (5 milyon dolar) ve oBilet'e (5 milyon dolar) katılan

Earlybird, Türk ekosistemine olan isteğini gösteriyor. Maxis ve Collective Spark'ın Mutlubiev'e yaptığı 2,1 milyon dolarlık yatırım da Türkiye'nin önde gelen işlemlerinden biri olarak öne çıktı. Dekopasaj, Eylül 2019'da Galata Business Angels, Collective Spark ve açıklanamayan bir melek yatırımcıdan 1,87 milyon dolar yatırım aldı. KPMG Türkiye Birleşme ve Satın Alma Hizmetleri Lideri Gökhan Kaçmaz, "Küresel düzeyde girişim yatırımlarının revaçta olduğu alanlar fintech, taşımacılık, ulaştırma, healthtech ve biotech'ler olmakla beraber teknolojik dikeyde ise yapay zeka kritik bir odak noktası olacak" dedi.



KOÇ HOLDİNG DİJİTAL YOLCULUĞUNU ANLATTI

Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu, bu yıl 50'incisi düzenlenen Davos Zirvesi'nde iş dünyası liderlerine Koç Topluluğu'ndaki dijital dönüşümü anlattı. Zirve kapsamında Endüstri 4.0 uygulamalarıyla dünyaya öncülük eden şirketlerin



yöneticilerini buluşturan panelde konuşan Çakıroğlu, "Dört yıl önce topluluğumuz bünyesinde başlattığımız Dijital Dönüşüm Programı ile tüm şirketlerimizde yenilikçi, iş-birliğine açık, müşteriye merkeze alan ve daha çevik yeni bir kültür oluşturma hedefiyle yola çıktık" dedi. Çakıroğlu, Dünya Ekonomik Forumu'nun Endüstri 4.0 çalışmalarında küresel en iyi örnekleri listelediği Global Lighthouse Network'üne geçtiğimiz yıl Ford Otosan'ın Kocaeli fabrikası ve Romanya'nın Ulmi şehrindeki Arçelik çamaşır makinesi fabrikasının dâhil olduğunu belirtti.

DİJİTAL HAZIR OLUŞLUK ENDEKSİ

Cisco, 141 ülkeyi kapsayan '2019 Küresel Dijital Hazır Oluşluk Endeksi'ni yayımladı. Singapur, araştırmaya temel oluşturan yedi parametrenin tamamında zirvede yer alırken, Türkiye dünya sıralamasında 59'uncu sırada yer buldu. Araştırma bir ülkenin temel ihtiyaçları, beşerî sermayesi ve teknolojik altyapısındaki gelişmelerin, dijitalleşmeye hazır oluşluk üzerindeki etkisini de ortaya koyuyor. Toplam GSYİH'larına göre dünyanın en büyük 10 ekonomisine sahip olan ülkeler arasında yalnızca ABD, dijitalleşmeye hazır oluşluk sıralamasında 3'üncü olarak ilk 10'a girdi. Ancak ABD'nin hazır oluşluk düzeyi ülke içinde farklılık gösterdi. Türkiye genel sıralamada 59'uncu sırada yer alırken, en yüksek puanı, "iş yapma kolaylığı" ile "özel işletme ve devlet yatırımları" kategorilerinde topladı. Singapur, "beşerî sermaye" ile "özel işletme ve devlet yatırımları" gibi yedi parametrenin tamamında en üst sırada yer aldı.

TEK KARTLA ABONELİK İŞLEMLERİ DÖNEMİ

Çipli kimlik kartlarıyla beraber fatura aboneliği, kredi başvuruları, noter ve banka işlemleri gibi pek çok alanda sözleşme süreci artık çok daha güvenli ve hızlı hale gelecek. Yeni çözüm tek kartla tek seferde ve elektronik olarak kimlik kontrolü, sözleşme imzalama ve ödeme yapmanıza imkan sağlayacak. Yeni elektronik kimliklerin güvenli ve hızlı bir şekilde doğrulanması için geliştirilen, EGA tarafından üretilen Türkiye'nin ilk onaylı kimlik doğrulama cihazı biOnay ile vatandaş, kimlik kartlarıyla alışveriş, para transferi ve kredi kullanımına kadar pek çok işlemi banka ya da kredi kartına ihtiyaç duymadan gerçekleştirebilecek. Kimlikle ödeme sistemi sayesinde kart komisyonları, kart dağıtım ve operasyon masrafları, yurtdışına ödenen paralar tarih olacak.





MOBİL ALIŞVERİŞİ TERCİH EDİYORUZ

Finans teknolojilerinin etkin biçimde kullanımına dönük girişimlerde bulunan ve 30 binden fazla e-Ticaret sitesinin ödeme alt yapısını sağlayan İyzico'nun verilerine göre Türkiye'de online alışverişin getirdiği hızı ve çeşitliliği seviyoruz. Verilerin ortaya çıkardığı sonuçlar ödeme alışkanlıklarımızla ilgili pek çok detayı da gözler önüne seriyor. Giyim sektörü dâhil etmediğinde ortaya çıkan sonuca göre online alışverişte çiçek ve elektronik kategori olarak öne çıkıyor. Ödeme yöntemi olarak 100 TL'nin altındaki işlemler için mobil alışveriş tercih ederken, 100 liranın üzerindeki harcamalarımızı masaüstü bilgisayar kullanarak yapıyor ve ürünü detaylıca incelemeyi tercih ediyoruz. Bununla birlikte 2019 yıl sonunda mobilden yapılan işlem adedi, masaüstünden yapılan işlem adedini geçti. Bu durum da yine fiyatın ilk tercih olduğunu ve sepet tutarlarının yüksek olmadığını gösteriyor.

DIJİTAL DÖNÜŞÜMÜ HIZLANDIRACAK

Yenilikçi teknolojilerle geliştirilen platform eDanışman, girişimcilerin ve farklı ölçekteki şirketlerin sağlıklı ve sürdürülebilir büyüme için danışmanlık ve dijital alt yapı ihtiyaçlarını tek bir bulut altında

topluyor ve müşterilerinin ihtiyaçlarına çözüm odaklı bütünlük hizmet deneyimi sunuyor. Değişen ihtiyaçlara göre sürekli iyileştirilecek olan eDanışman,

inovatif bakış açısı ile müşterileri için güvenilir bir teknoloji ve süreç danışmanı olarak konumlanıyor ve şirketlerin operasyonel yüklerini hafifletip sadece ana işlerine odaklanabilmelerini sağlıyor. Sistem Global Danışmanlık Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Karşlıoğlu, "Verimlilik günümüzdeki en önemli iş süreçlerinden biri haline geldi. Dijital dönüşüm de bu yönetim süreçlerinin en kritik aşamalarından biri. eDanışman ile ürün ve servislerimizi "Dijital Danışmanlık Platformu"na taşıyoruz" dedi.



ZYXEL EĞİTİM SEKTÖRÜNE ODAKLANDI

Zyxel, eğitim sektörüne odaklandığını açıkladı. Son olarak; yeni nesil iletişim çözümleri ile Balıkesir Bilnet Koleji öğrencilerinin öğrenme sürecini keyifli ve eğlenceli hale getiren Zyxel, 2020 yılında eğitim alanında projelerin ağırlıkta olacağını duyurdu. Gençlerin eğitim kalitesini artırmak için yeni teknolojiler geliştiren Zyxel, dünya genelinde öğrencilerin birer dünya vatandaşı olarak yetiştirilmesine katkı sağlamayı hedefliyor. "Eğitim sektörü, öncelikli sektörlerimiz arasında yer alıyor" diyen Zyxel Kurumsal Kanal Satış Müdürü Ömer Faruk Erünsal, dijitalleşmenin dönüştürdüğü sektörlerin arasında eğitimin, muhtemelen listenin ilk sıralarında yer aldığına dikkat çekti. Erünsal "Kara tahtadan akıllı tahtaya, basit seviyedeki bir kimya laboratuvarından 3D yazıcılara geçişte şüphe yok ki okulların güçlü bir iletişim altyapısı ihtiyacı bulunuyor" dedi.

2020'NİN DİJİTAL PAZARLAMA TRENDLERİ

Tam hizmet reklam ajansı ve girişimcilik merkezi olarak faaliyet gösteren MODD/group 2020 yılı dijital pazarlama trendlerini açıkladı. Dijital pazarlamanın her geçen gün farklılaştığına dikkat çeken MODD/group CEO'su Cem Has, "Bu yılın dijital trendlerine baktığımızda geçtiğimiz yıl parlamaya başlayan uygulamaların yükselişinin devam ettiğini görüyoruz. 2020'de dijital pazarlama alanına damga vuracak trendleri chatbots, sesli arama, video pazarlama, social commerce, DM mesajlaşma ve SEO olacak" dedi.



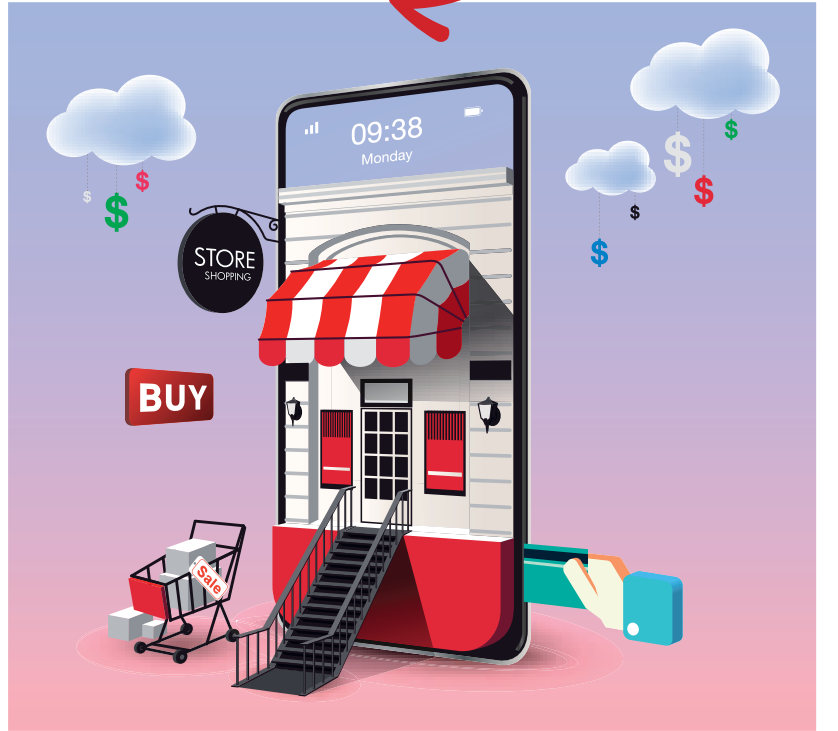
ONLINE PAZAR YERLERİ İLE DÜNYAYA AÇILIN

e-Ticarette önümüzdeki dönemde en önemli gündem kuşkusuz e-İhracat olacak. Bu kapsamda düzenleme ve proje geliştirme çalışmaları sektör oyuncuları tarafından yoğunlaşacak. Online pazar yerleri e-İhracat alanında 2020'de çitayı yükseltmeyi hedefliyor. Bu anlamda online pazar yerleri Doğu Avrupa'dan Kuzey Afrika'ya, ABD'den Güney Amerika'ya kadar operasyonlarını genişletecek.

Burcu Tuvay @btuvay@ekonomist.com.tr

Türkiye'de e-Ticaret pazarı 2014-2018 yılları arasında yıllık ortalama yüzde 33 büyüme elde etti ve online e-ticaret işlemleri, TL bazında bir önceki yıla göre yüzde 42 büyüme gösterdi. TÜBİSAD'ın 2019 e-Ticaret raporuna göre online perakende Türkiye'de e-Ticaret alanındaki yüzde 35'lik payı ile 20,8 milyar TL'lik bir katkı sağlıyor. Bu sayının oluşmasında online pazar yerlerinin katkısı ise yüzde 50 düzeyinde. Tüketici, online pazar yeri platformlarını benimsedi ve bu iş modeli, tedarikçilerin iyileştirme alanı haline geldi.

Birden çok satıcıyı tek bir çatı altında toplayarak alıcıyla buluşturan alışveriş siteleri olarak ifade edilen online pazar yerleri, aslında geleneksel alışverişteki pazaryeri kavramının e-Ticaretteki tam karşılığı denilebilir. Satıcıların sanal mağazalar açarak ürünlerini ve tanıtımlarını koydukları bu alanlarda alıcılar da dünyanın hangi köşesinde olurlarsa olsunlar sadece birkaç tık ile istedikleri ürüne sahip olabiliyor. Sanal POS çözümleri üzerinden gerçekleştirilen ve 3D güvenli ödeme



Yedek parça pazar yeri

Doğuş Grubu çatısı altındaki Doğuş Teknoloji liderliğinde düzenlenen InvenDO Kurum İçi Girişimcilik Programı kapsamında, çalışanlar tarafından gönderilen 400'den fazla proje arasından seçilen Stokartı, 2019 başında Doğuş Grubu tarafından yatırım almaya hak kazandı. Stokartı bu doğrultuda; ilk 10 ayda 11 ülkeye 460 bin dolarlık satış yaparak hedeflerini aştı.

Şirketlerin fazla stok ve varlıklarını yurtdışındaki alıcılarla buluşturan pazar yeri platformu Stokartı, bir ilke imza atarak yedek parça ihracatını dijitalleştiriyor. Bu doğrultuda 17 milyar dolar büyüklüğündeki Ortadoğu yedek parça pazarından yüzde 3'lük pay elde etmeyi hedefleyen Stokartı, ayrıca yeni yatırım turuna hazırlanıyor.

sistemleri ile denetlenen ödemelerle de alım-satım işlemi gerçekleştirilmiş oluyorlar.

HEPSİGLOBAL İLE DÜNYAYA AÇILDI

Türkiye ve bölgesinin (Doğu Avrupa, Orta Doğu, Afrika ve Rusya'yı kapsayan bölgede) lider e-Ticaret platformu olan Hepsiburada, milyonlarca müşteri, platformda yer alan 17 bini aşkın iş ortağı, yeni girişimciler ve çözüm ortaklarıyla büyük bir ekosistem oluşturuyor. 35'den fazla kategoride, 25 milyonu aşan ürün çeşitliliğiyle aylık 100 milyon üzerinde ziyarete ev sahipliği yapan platformda yer alan 17 bini aşkın KOBİ, girişimci ve markaları 'HepsiGlobal' ile yurtdışı pazarlara açmaya başladı. Ayrıca kendi coğrafyalarındaki en büyük pazar yerleri ile stratejik iş ortaklığı yaptıklarını söyleyen Hepsiburada CEO'su Murat Emirdağ, öncelikli Körfez Bölgesi, Almanya, Fransa gibi Türklerin yaşadığı Doğu Avrupa, Kuzey Afrika, Rusya gibi ülkeler olmak üzere tüm dünyaya ihracat yapmaya başladıklarını ifade ediyor. Emirdağ, şöyle devam ediyor:

"Pazaryeri modelimiz ile girişimciler hiçbir maliyet ödemedi, Hepsiburada'nın tüm teknoloji altyapısından, pazarlama ve operasyon gücünden yararlanıyor, ürünlerini kolaylıkla müşterilere sunabiliyor. Aynı zamanda, Hepsiburada Pazaryeri üyeleri; mağaza açmak için ayrı bir ücret ödemi-iyor, Hepsiburada'nın yaptığı tüm banka anlaşmalarından yararlanabiliyor ve Hepsiburada'nın avantajlı kargo fiyatlarını kullanarak maliyetlerini de azaltıyor. Pazaryeri sayesinde Anadolu'nun en ücra noktasındaki işletmeler dahi Hepsiburada Pazaryeri'nde mağazalarını açarak tüm Türkiye'ye satış yapabiliyor."

190 ÜLKEYE ULAŞTI

100 bin satıcı ve 28 milyon kayıtlı kullanıcısı bulunan, saniyede bir ürün satışı gerçekleşen online pazar yeri GittiGidiyor, bünyesinde listele-

nen 15 milyon ürün her an kullanıcılarla buluşuyor. Bunun yanında GittiGidiyor'da listelediği ürünleri eBay üzerinden dünyaya satan 100'ün üzerinde satıcı bulunuyor ve bu satıcıların yurtdışına açık olarak listelenen 25 bini aşkın ürünü mevcut. 2018'den bu yana yerli ürünleri eBay üzerinden 190 ülkede 183 milyon kullanıcıyla buluşturan GittiGidiyor, ayrıca Türkiye'de bir ilk olarak hayata geçirdiği Google Reklam Paketi'yle satıcıların daha fazla potansiyel kullanıcıyla buluşmalarına ve satışlarını artırmalarına destek oluyor. GittiGidiyor Genel Müdürü, eBay MENA Bölge Direktörü ve TOBB E-Ticaret Meclisi Başkanı Öget Kantarcı, akıllı bir yapıdan hizmet almak isteyen kullanıcılar için yapay zekâ ve büyük verinin doğru kullanımına önem verdiklerini söylüyor ve şöyle devam ediyor:

"Kullanıcıların arama çubuğuna 'yaşlı telefonu' gibi aslında ürünü tanıma anlamında net olmayan anahtar kelimeler yazdığında bile biz onların hangi model ürünleri aradığını anlayabiliyor ve ihtiyaçlarını karşılıyoruz. Sadece klasik perakendecilerin değil, e-Ticarete faaliyetleri olan tüm

Yüzde 90'ı satışlarını artırıyor

"Türkiye'de KOBİ'lerin E-Ticarete Yaklaşımları" araştırmasının sonuçlarına göre, e-Ticarete entegre olan KOBİ'lerin yüzde 90'ı satışlarını artırıyor. Satışlardaki ortalama artış oranı ise yüzde 30 oluyor. KOBİ'ler, e-Ticaret sayesinde ürünlerini Türkiye'nin tüm illerine ulaştırabiliyor, çok daha fazla müşteriye erişiyor ve 7/24 satış yapabiliyor. Üstelik bir e-Ticaret platformu üzerinden e-Ticarete girmenin başlangıç maliyeti de ortalama 3 bin 500 TL. Araştırmadan elde edilen bir diğer bulgu ise henüz e-Ticarete dâhil olmayan KOBİ'lerin bu fırsatlarla ilgili farkındalık sahibi olmadığı. KOBİ'lerin yüzde 70'i önümüzdeki bir yıl içinde e-Ticarete girmeyi düşünmediğini ifade ediyor.

markaların GittiGidiyor'da mağaza açmasını sağlayarak onların da işlerini büyütmelerine katkıda bulunuyoruz. Tüm bunların yanında markalarımıza ve KOBİ'lerimize onları geleceğe taşıyacağına inandığımız e-İhracat alanında fırsatlar sunuyoruz."

YAPAY ZEKAYA YATIRIM YAPACAK

sahibinden.com, 5 milyondan fazla ilanı ile aylık 375,8 milyon ziyaret ve 12 milyar sayfa görüntülenmesine ulaştı. iOS ve Android uygulamalarının toplamına bakıldığında Türkiye'de aktif kullanıcı sayısıyla 6'ncı sırada yer alıyor.

sahibinden.com'da ticari kaydı bulunan bir firmaya sahip her girişimci, ürün ve hizmetlerini geniş bir kitleye ulaştırmak için mağaza açmakla işe başlıyor. Tek bir panel üzerinden ilanlarını kolayca yönetebilen girişimciler, ayda 47 milyon üzerinde kullanıcının ziyaret ettiği sahibinden.com'un teknoloji altyapısı ile pazarlama ve operasyon gücünü arkasına alıyor.

sahibinden.com Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Nazım Erdoğan, bir dizi teknoloji tabanlı ürünü ihraç etmek için de çalışmalar sürdürdüklerini belirtiyor. "Fotoğraftan Araç Tanıma" özelliğini hayata geçirdiklerini anlatan Erdoğan, "Oto360 platformunu hizmete sunduk. Bu platformla otomobil alım-satım sürecinde kullanıcıların ihtiyaç duydukları servisleri tek bir platform altında toplayarak tek tıkla kolayca ulaşımlarına ve işlerini hızlı bir şekilde yapabilmelerine olanak sağladık" diyor. Emlak360 platformuyla da, emlak alım-satım veya kiralama sürecinde emlak endeksi, ekspertiz, kredi teklifleri ile alım/satım/kiralama rehberi gibi ihtiyaç duyulacak servisler bir araya getirildi. Erdoğan, "Önümüzdeki dönemde, kullanıcı deneyimini daha da ileriye taşıma adına, önceliğimiz teknolojiye ve yapay zekâya dayalı yenilikçi ürünleri geliştirmek adına yatırımlarımıza devam edeceğiz" diye konuşuyor.

6 MİLYAR ZİYARET SAYISI

2019 yılında 6 milyar ziyaret sayısına ulaşan Trendyol'un mobil uygulaması

Pazar yerlerinin sunduğu üç avantaj

- 1 Bir şirket için bir pazar yeri ile e-Ticarete başlamak, kendi e-Ticaret sitesini açıp satış yapmaya başlamasından çok daha kolay.**
- 2 Pazaryerleri özellikle KOBİ'lerin ve geleneksel perakendecilerin e-ticarete başlarken lojistik, dağıtım, dijital pazarlama, içerik gibi alanlardaki hareket kabiliyetlerini oldukça artıran ve bu alanlarda kolaylıklar sağlayan platformlar.**
- 3 Pazaryerlerinin, e-Ticarete yeni başlayacak olan işletmeler için nitelikli insan gücü, performans iyileştirme, operasyonel hizmetlerin güçlendirilmesi gibi konularda hızlandırıcı bir etkisi bulunuyor.**

bugüne kadar 45 milyondan fazla indirildi. Müşterilerin ve iş ortaklarının e-Ticaret deneyimini iyileştiren teknoloji projeleri geliştiren platform, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'ndan onaylı AR-GE Merkezi statüsü kazandı. Bu merkezde gerçek zamanlı veri analizi, makine ve derin öğrenme, görüntü işleme, veri görselleştirme, kişiselleştirme ve büyük veri alanlarında çalışılıyor. Müşterilere siparişlerinin çok daha hızlı iletilmesi ve iş ortaklarının da e-Ticareti daha kolay ve verimli yapabilmeleri için lojistik destek sunan Trendyol, 2018 yılında kurduğu Trendyol Express teslimat operasyonunun kapsamını ciddi anlamda genişletmeyi hedefliyor. Türk markalarının ve ürünlerinin global pazarlarda daha fazla yer alması ve katma değerli ihracat için çalışan platform, bu alandaki yatırımını artıracak.

TÜRK KOBİ'LERİ AVRUPA'YA ULAŞACAK

1994'te ABD'de kurulan Amazon.com, dünyadaki ilk online alışveriş sitesi. Amazon.com.tr Türkiye'den Avrupa'ya e-ihracata başladığını duyurdu. KOBİ'ler modadan ev eşyasına, elektronikten kişisel bakıma kadar onlarca kategoride ürünlerini Avrupa'da satışa sunabilecek. Klasik perakendenin büyük oyuncularının yanı sıra Türkiye ekonomisinin bel kemiği yerel işletmelerin ürünleri İngiltere ve Almanya'nın da dahil olduğu 28 Avrupa ülkesi üzerinden milyonlarca aktif müşteriye Amazon.com.tr aracılığıyla ulaşacak.

Avrupa'ya e-İhracatın Türk KOBİ'leri için önemli bir dönüm noktası olduğunu belirten Amazon.com.tr Ülke Müdürü Richard Marriott: "Satıcıların başarılı olması için çeşitli yatırımlar yapmaya devam ediyoruz; yüklerini azaltacak araçlar sunuyor ve satışlarını artırmalarına destek oluyoruz" diyor. e-ihracat programının hayata geçmesi ile beraber, KOBİ'ler sadece Amazon.com.tr'de yer alan kategorilerde değil, Amazon'un Avrupa'da faaliyet gösterdiği ülkelerde yer alan güzellik, el yapımı ürünler ya da araba aksesuarları gibi farklı kategoride birçok ürün satma imkanı bulacak.

QNB eFinans Genel Müdürü Okay Yıldırım: "Farklı çözümler sunmaya devam edeceğiz"



"e-Ticaretin en önemli özelliği verilen hizmetin 7/24 ve kesintisiz bir şekilde devam ediyor olması. Bu sebeple e-Ticaret'te e-Arşiv kullanımının başladığı ilk günden itibaren hizmetimizi buna uygun bir şekilde tasarladık. İlk online e-Arşiv fatura uygulamasına geçen e-Arşiv hizmet sağlayıcılarından olduk, sonrasında birçok hizmet sağlayıcı da bizi takip etti. Bu, sektörün de hizmet deneyimini değiştiren bir uygulama oldu ve faturalandırma ve paketleme süreçleri birbirine entegre hale geldi. Bu durum da, verilen hizmetin hiçbir şekilde aksamaması ve artan e-Fatura/ e-Arşiv hacimlerine uygun bir altyapı ve yatırım ihtiyacını beraberinde getirdi. En başta bir mükellefiyet gibi görülen e-Arşiv, e-Ticaret firmalarının operasyonlarını da kolaylaştıran bir uygulama haline geldi. Bugün Türkiye'nin önde gelen e-Ticaret siteleri ve elektronik pazaryerleri QNB eFinans'ın hizmet sağlayıcısı olduğu markalar. Hizmet

sunduğumuz e-Ticaret'te önde gelen markalardan pek çoğuna bu anlamda terzi işi hizmet sunduk. Sektörde bir ilk olan; e-Ticaret, lojistik firması ve QNB eFinans üçlü işbirliği ile e-Ticaret'te kapıda ödeme deneyimini değiştirdik. Aldığımız özelge ile kapıda ödeme ve e-Arşiv süreçlerini birbirine entegre hale getirdik. 2019 yılında yayınlanan en son rapora göre, sektörde yapılan tüm e-Fatura ve-Arşiv işlem hacminin yüzde 21'i QNB eFinans sistemleri üzerinden geçti, günlük yapılan e-Arşiv işlem adeti bugünden 1 milyonu aştı. 2020 yılındaki toplam işlem adetinin ise 1 milyarı geçmesini bekliyoruz. e-Ticaret hızla büyüyen bir yapıya sahip. e-Dönüşüm ile birlikte önümüzdeki dönemde daha birçok yeniliğin bizleri beklediğini söylemek mümkün. Özellikle e-Ticaret ile birleştiği noktada, B2B pazaryerlerinin artması ile birlikte farklı çözümlerimiz ile katkı sağlamaya devam edeceğiz."

E-İHRACATLA DÜNYAYA AÇILMAK

Türkiye'den yurtdışına açılmak ve küresel düzeyde rekabet etmek isteyen KOBİ'ler, İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) ve Alibaba Group bünyesindeki küresel çevrimiçi perakende pazar yeri olan AliExpress desteğiyle, AliExpress'in ekosistemi ve altyapısından faydalanarak ürünlerini tüm dünyaya ihraç edebilecek. 15 bin İHKİB üyesini dünyanın dört bir yanındaki müşterilere ulaştıracak bu ortaklık kapsamında, AliExpress Türk ihracatçısına küresel ekosistemini açacak ve tahsilat, lojistik ve pazarlamanın da içinde bulunduğu çeşitli alanlarda 18 dilde altyapı desteği sağlayacak. AliExpress'in çözüm ortağı İhracatname ise kayıt ve mağaza açma süreçlerinde satıcılara rehberlik edecek. AliExpress'te mağaza açan ihracatçılar ve KOBİ'ler, platforma katılım ücreti veya periyodik ücretler ödemeyecekler ve AliExpress satışları ürün kategorisine bağlı olarak yüzde 5 ile 8 arasında değişen uygun komisyon oranlarından faydalanmaya uygun olacak.

AliExpress Global Tüketici ve Pazar Operasyon Direktörü Cheer Zhang şunları söylüyor: "Türkiye'deki KOBİ'lerin AliExpress üze-

rinden yurtdışına açılmasında hedeflediğimiz ana pazarlar arasında Rusya, Avrupa ve Ortadoğu yer alıyor. Ayrıca, ABD ve Brezilya, Şili gibi Kuzey ve Güney Amerika ülkelerinde de önemli bir potansiyel olduğunu görüyoruz" diyor.

GİRİŞİMCİ KADINLAR İÇİN YENİ SATIŞ KANALI

Boyner Grup ve KAGİDER ortaklığıyla kadın girişimcilere destek olmak için gerçekleştirilen "İyi İşler: Perakendede Kadın Girişimcileri Güçlendirme Programı"na katılan işletme sahibi girişimci kadınların ürünleri bundan böyle Morhipo.com'da açılan İyi İşler Dükkan'da satışa çıkıyor. İyi İşler Dükkan'da tekstil, hazır giyim, ayakkabı, çanta, aksesuar, ev ve mutfak tekstili gibi alanlarda faaliyet gösteren ve "İyi İşler"e katılan 24 kadın işletmecinin binlerce ürünü Morhipo.com müşterilerinin beğenisine sunuldu. Bu ürünler aylık olarak 40 milyondan fazla müşteriyi e-Ticaret platformunda ağırlayan Morhipo.com'da özel ayrıcalıklarla satışa sunuluyor. Morhipo.com Genel Müdürü Şule Kuban, "Bundan sonra daha çok kadın girişimciyi Morhipo.com'da ağırlayacağımızı umuyorum" diyor. ■

"DİJİTAL KÖPRÜ'YÜ YENİ HİZMET VE ÇÖZÜMLERLE BÜYÜTÜYÖRÜZ"

Teknolojideki uzmanlığıyla şirketleri dijital ve geleceğe taşıyan QNB Finansbank, Dijital Köprü Projesi'nin kapsamını genişletiyor. QNB Finansbank Kurumsal ve Ticari Bankacılık Genel Müdür Yardımcısı Ömür Tan, "Şu an QNB eFinans'ın e-Dönüşüm alanında sunduğu ürünleri kapsayan Dijital Köprü, şubat sonunda birçok ek hizmeti de ücretsiz sunmaya başlayacak" diyor. Tan, bu hizmetleri ön muhasebe, mutabakat işlemleri, e-Ticaret pazaryeri yönetimi, insan kaynakları yönetimi ve saha ekip yönetimi olarak sıralıyor.

Ceren Oral Balaban coral@ekonomist.com.tr



QNB Finansbank, şirketleri dijital geleceğe hazırlamak hedefiyle 23 Eylül 2019'da Dijital Köprü Projesi'ni hayata geçirdi. Projeyle 28 bin başvuruyu aşarak e-Dönüşüm alanında da öncü ve lider bir banka olduğunu kanıtlayan QNB Finansbank, şubat sonunda Dijital Köprü'nün içeriğini yeni hizmetlerle genişletiyor. Banka bu tarihte NeoVade isimli, tahsilat ve ödeme işlemlerinde sistemsel takip sağlanacak yeni ürününü de aktif hale getirecek.

QNB Finansbank Kurumsal ve Ticari Bankacılık Genel Müdür Yardımcısı Ömür Tan, böylece aslında Dijital Köprü'nün bir platform haline gelerek büyüdüğünü söylüyor ve şirketlerin dijital dönüşümünü sağlamayı görev edindiklerini belirtiyor. Dijitalleşmenin birçok aşamasını kapsayan hizmet ve çözümlere sahip olduklarını söyleyen Tan, "Dijital Köprü'nün kapsamını genişletmeye sürekli olarak devam edeceğiz. 2022 yılı itibarıyla en az 100 bin müşteriye dokunmayı hedefliyoruz" diye konuşuyor.

Ömür Tan ile Dijital Köprü Projesi'nde gelinen son noktayı, elde edilen başarıyı ve yenilikleri konuştuk. Tan'dan QNB Finansbank'ın teknoloji ve inovasyon vizyonunda öne çıkan



Dijital Köprü Platformu neleri kapsıyor?

QNB Finansbank'ın QNB eFinans'ın e-Dönüşüm alanındaki ürünleriyle başlattığı Dijital Köprü Projesi'nin kapsamı şubat ayı sonunda genişliyor. Banka, müşterilerinin ihtiyaç duyduğunu gözlemlediği birçok ek hizmetle onlara ayrıcalıklı bir dünyanın kapılarını açıyor. Böylece Dijital Köprü'nün bir platform halini alacağını söyleyen Ömür Tan, sunacakları bu geniş kapsamlı hizmetlerin de ücretsiz olacağını söylüyor. Tan, Dijital Köprü'ye eklenen hizmetler hakkında şu bilgileri veriyor:

■ **Ön Muhasebe Programı:** KolayBi'nin sunduğu yenilikçi ön muhasebe programıyla cari hesap takibi, nakit akış yönetimi, proje gelir gider takibi gibi işlemler tek bir uygulamada kolaylıkla gerçekleştirilebiliyor. Uygulamadaki raporlamaları internete erişim olan her yerden gözlemek mümkün. Bu program Dijital Köprü ile 2022'ye kadar ücretsiz kullanılabilir.

■ **İnsan Kaynakları Yönetimi:** Yeni nesil personel yönetimi programı Kolay İK ile özlük, performans, bordro, vardiya gibi birçok işlem tek bir uygulamada toplanmış durumda. Tüm çalışanlar Kolay İK'ya her zaman, her yerden erişebilir ve tüm talepler ve süreçler internet üzerinde yönetilir. Bu uygulama Dijital Köprü ile 2022'ye kadar 60 çalışan için ücretsiz kullanılabilir.

■ **Saha Ekib Yönetimi:** Sahada ekibi olan şirketler için özel olarak tasarlanmış Ekmob uygulamasıyla çalışanların konumları gerçek zamanlı görüntülenebildiği gibi ziyaret

planları oluşturmaya ve gerçekleştirmeleri raporlamaya olanak sağlıyor. Bu uygulama Dijital Köprü ile 2022'ye kadar 10 çalışan için ücretsiz kullanılabilir.

■ **e-Ticaret Pazaryeri Yönetimi:** Bu çözüm, e-Ticaret sitelerinde satış yapan şirketlerin tüm işlemlerini tek ekrandan gerçekleştirmelerini sağlayan Stockmount aracılığıyla veriliyor. e-Ticaret sitelerinde ve mobil uygulamalarda ürün satışı gerçekleştiren satıcılar, günlük rutin işlemlerinin tamamını bu program aracılığıyla gerçekleştirebilir. Otomatik ürün güncelleme, siparişlere özel fatura ve kargo etiketleri yazdırma ve genel, kategori bazlı veya ürün bazında fiyatlandırma gibi birçok özelliğiyle kullanım avantajı sunuyor. Bu uygulama Dijital Köprü ile 2022'ye kadar e-Ticaret sitelerindeki üç mağaza için ücretsiz kullanılabilir.

■ **Mutabakat İşlemleri:** Şirketlerin tüm mutabakat süreçlerini web üzerine taşıyan bir platform olan KolayMutabakat, mutabakatın sürdürülebilir şekilde yapılmasını sağlayarak şirketlerin iç kontrol süreçlerini güçlendiriyor, vergi risklerinden korunmalarına yardımcı oluyor. İş gücünden, kâğıt, faks ve telefon masraflarından yüzde 90'a varan oranda tasarruf sağlayan KolayMutabakat; Türkçe, İngilizce, Almanca, Fransızca, İtalyanca, İspanyolca, Portekizce ve Rusça kullanılabilir. Bu uygulama Dijital Köprü ile 2022'ye kadar 1500 mutabakat işlemi için ücretsiz kullanılabilir.

noktaları öğrendik. Ömür Tan ile kurumsal ve ticari bankacılık alanındaki 2020 stratejilerini de masaya yatırdık.

QNB Finansbank QNB eFinans'ı hangi hedeflerle kurdu?

2013, e-Dönüşüm alanındaki mevzuatın değiştiği ve bu konunun ön plana çıkmaya başladığı bir yıldır. Bu alanda büyüme potansiyelinin yüksek olduğunu gördük ve harekete geçerek QNB eFinans'ı özel entegratörlük hizmeti veren bir iştirak olarak kurduk. Hedefimiz yüksek cirolar elde ederek büyümek değil, QNB eFinans ile e-Dönüşüm dünyasının bir parçası olmak ve bu alanda farklı birçok ürünle müşterilerimizin tüm iş akışlarında yanlarında yer almaktır. 2013'te Türkiye'de 10 binlerde olan

e-Fatura'da mükellef sayısı 2019 sonu itibarıyla 221 binlere ulaştı ve birçok '-e' ürün hayata geçti. Biz de QNB eFinans ile yola çıkarken koyduğumuz hedeflere ulaşmanın gururunu yaşıyoruz.

QNB eFinans zaman içinde nasıl bir gelişim gösterdi?

QNB eFinans, 2013'te QNB Finansbank ve CyberSoft ortaklığında hayata geçirilmişti. CyberSoft, teknoloji ve altyapı konusunda QNB eFinans'a destek veriyordu. Bu ortaklık 2018'e kadar devam etti. Ardından biz QNB eFinans'ı büyütme amacıyla şirketin tamamını satın aldık. Böylece geleceğe yatırım yaptık ve dijitalleşme vizyonumuzu QNB eFinans'ta içselleştirme şansını yakaladık. Sektörde ilk Tax-

Free hizmeti ve Avrupa'daki iş ortaklıklarıyla Türkiye'de dış ticaret alanında entegrasyon sağlayan ilk e-Fatura hizmet sağlayıcısı olan QNB eFinans, EESPA'nın da ilk Türk üyesi. 2019'da Silikon Vadisi'nde yayımlanan CIO Applications tarafından Avrupa'daki en iyi 10 e-Fatura çözüm sağlayıcı arasında seçildik. Bugün uluslararası alanda birçok markayla işbirliği yaptığımız bir konuma geldik.

QNB eFinans'ı rakiplerinden ayıran farklar neler?

Başta e-Fatura olmak üzere, e-Defter, e-Arşiv, e-İrsaliye, e-Serbest Meslek Makbuzu (e-SMM), e-Müstahsil Makbuzu (e-MM), İhracat Faturası ve Tax-Free sunduğumuz ürün ve hizmetlerimiz. İnovatif çözümler ve sektöre kazandırdığımız ilklerin yanı sıra, QNB eFinans'ı rakiplerinden ayıran en büyük özelliklerinden biri, hizmet kalitesi. QNB eFinans, e-Dönüşüm sektöründe yüzde 100 banka iştiraki olan tek fintech. Esnek yapısıyla inovatif çözümler sunarken hizmet kalitesinden ve veri güvenliğinden ödün vermiyor. Özellikle de bilgi güvenliği ve kesintisiz hizmet için çok önemli olan bulut altyapı sistemlerine büyük ölçüde kaynak ayırdık.

Dijital Köprü hangi hedeflerle hayata geçti?

Kurumsal ve çok büyük şirketler, dijitalleşmeyi kendi ekipleriyle ve profesyonel yönetim anlayı-



şıyla çözüyor. Ancak KOBİ'lerin ve daha mikro ölçekli şirketlerin bu konuda sıkıntı yaşadıklarını, dijitalleşmenin zamanı ve maliyeti noktasında desteğe ihtiyaçları olduğunu gözlemledik. Bu noktada Dijital Köprü Projesi üzerinde çalışmalarımız başladı.

Projeyle şirketlere neler sunuyorsunuz?

Dijital Köprü ile şirketleri dijital dünyaya ve geleceğe hazırlıyoruz. Dijitalleşmenin tüm aşamalarını kapsayan hizmet ve çözümlere sahibiz. Bir KOBİ'nin dijital dönüşüm için ortalama maliyetinin 20 bin TL civarında olduğunu hesapladık. Dijital Köprü ile şirketlerin dijital dönüşüm için üstlenecekleri bu maliyetin tamamını 2022'ye kadar ücretsiz olarak üstleniyoruz. Dijital Köprü, banka olarak son yıllarda yaptığımız en büyük yatırım diyebilirim. Dijital Köprü'ye dâhil olmak için önkoşul bulunmuyor. Sadece başvuracak şirketlerin QNB Finansbank'ta bir hesabının olması yeterli.

Dijital Köprü'de başvurular hangi noktada?

2020'ye de oldukça iyi ve hızlı başladık. 28 bin başvuruyu geçtik, 30 bine yaklaştık. Projeye başta KOBİ'leri hedefe koyarak başlamıştık ancak talep çok fazla olunca yıllık satış geliri 300 milyon TL'ye kadar olan kurumsal ve ticari şirketlere de Dijital Köprü ürünlerini ücretsiz olarak vermeye başladık.

2022'ye kadar kaç şirketle Dijital Köprü aracılığıyla çalışmayı hedefliyorsunuz?

Oldukça uzun vadeli bir bakış açısıyla hareket

"Teknolojide ve inovasyonda öncü bir bankayız"

"QNB Finansbank olarak vizyonumuz, tüm ihtiyaçlarında müşterilerimizin yanında yer alabileceğimiz bir dünya yaratmak ve bu dünyanın etrafını dijital dönüşümün gerektirdiği ürün ve hizmetlerle örmek. Bankacılığın bugün geldiği noktada alternatif fikirlerle ve yenilikçi ürünlerle fark yaratmak zorunda olduğumuzu biliyoruz. Bu vizyonla çalışmalarımıza devam ediyor, teknolojiye yatırımlarımızı artırıyoruz. Teknolojide ve inovasyonda öncü bir bankayız. Sektörümüzde Enpara.com gibi birçok ilkimiz mevcut. Ayrıca QNB eFinans'ın tamamının QNB Finansbank bünyesine geçmesi, bankamızın dijitalleşme vizyonunu da destekledi ve bu sayede müşteri sayımızda da önemli artışlar yakaladık."

“NeoVade ile alternatif finansman kaynağı sağlayacağız”

TİCARİ İLETİŞİM PLATFORMU Şubat ayında kapsamını genişleterek yeni hizmetler eklediğimiz Dijital Köprü Platformu ile NeoVade isimli yeni ürünümüz de aktif hale gelecek. NeoVade, alacaklı ya da borçlusu olunan e-Faturalar için, bu faturaların vadesinden önce ya da sonra ödenmesine yönelik teklifler oluşturulabilen bir ticari iletişim platformu. Müşterilerimiz NeoVade üzerinden; e-Faturaları için teklif üretebilecek, karşı taraf ile bu teklifleri paylaşabilecek ve oluşturulmuş olan tekliflerin kabul/onay takibini yapabilecekler. Böylelikle kendi müşterileri ve tedarikçileri ile tahsilat ve ödeme konularında hızlıca iletişim kurabilecekler.

ZAMAN VE MALİYET TASARRUFU Dijital ortamda vade/fiyat değişikliği mutabakatı sunan NeoVade ile alıcı ve satıcı şirketler arasında alternatif finansman kaynağı sağlıyoruz. Bu sayede zaman ve maliyet tasarrufu elde edilecek.

Tahsilat ve ödeme işlemlerinde sistemsel takip sağlanacak. Oldukça kullanıcı dostu bir ara yüzü olan NeoVade'den ilk aşamada QNB eFinans aracılığıyla e-Fatura kullanan müşterilerimiz faydalanacak. Bu nedenle şirketlere NeoVade'nin avantajlarından faydalanmaya başlamak için ücretsiz e-Dönüşüm Paketi'mize bir an önce başvurularını çağırısını yapıyorum.

ALTERNATİF ÇÖZÜMLER Teknoloji konusunda hep alternatif ve yenilikçi ürün ve çözümler üretiyoruz. Örneğin, QNB eFinans'ı ilk kurduğumuz zaman 'e-Kredi' adında bir ürünümüzün lansmanını yapmıştık. e-Kredi bugüne kadar toplamda 4 milyar TL'ye yakın hacim yaratan bir ürün oldu. e-Faturaların krediye dönüştürülmesi banka açısından da çok doğru bir kredi yapısını ortaya çıkarıyor. Çünkü neyi finanse ettiğimizi çok daha net görüyor, bu sayede ticaretin finansmanını yapıyoruz.

ediyoruz. Her geçen gün geliştirdiğimiz Dijital Köprü'yü kapsamını genişleterek önümüzdeki yıllarda sürdüreceğiz. 2022 itibarıyla en az 100 bin müşteriye dokunmayı hedefliyoruz.

Şirketler neden bu projeye dâhil olmalı?

Şirketlerin dijital dönüşümünü sağlamayı görev edindik. Dijital Köprü ile teknolojinin ve dijital dönüşümün gerekliliklerini biz yönetiyor ve şirketlerin iş süreçlerine odaklanmalarını sağlıyoruz. Özetle söylemek istediğimiz şu, 'Siz işinizi yapın geri kalanını Dijital Köprü'ye bırakın!'. Projenin şirketlere sağladığı en temel avantajları ise maliyet, rekabette öne çıkma, hız ve verimlilik diyerek özetleyebiliriz.

e-Dönüşüm'de temmuz ayında yeni bir tebliğ daha geliyor. Bu geçiş için şirketlere önerileriniz neler?

1 Ocak 2020'de yürürlüğe giren yeni tebliğ dolayısıyla özellikle 2019'un aralık ayının son haftasında yoğun bir taleple karşılaşmıştık. Bu süreci daha iyi yönetmek adına zamanında harekete geçmek çok önemli. Bu, şirketlere de daha geniş bir alışma dönemi olanağı sunar ve fayda da daha fazla olur. Nitekim onların hayatın kolaylaştırıcı bir dönüşüm bu. O nedenle şirketlere bu geçişle ilgili hazırlıklarını son dakikaya bırakmalarını ve başvurularını daha erken yapmalarını öneriyorum.

QNB Finansbank kurumsal ve ticari bankacılıkta neleri farklı yapıyor?

Son üç yıl içinde kurumsal ve ticari bankacı-

lıkta yıllık ortalama piyasanın iki katından fazla büyüdük. Büyürken de içimizde çok kaliteli bir portföy oluşturduk. Olaya hiçbir zaman sadece kredi vermek olarak bakmadık ve kurumsal ve ticari müşterilerimize ciddi büyüme desteği verdik. Onların sermaye ve yatırım ihtiyaçlarını karşıladık. Bunların dışında yarattığımız en büyük fark ise nakit akışlarına destek vererek bu akışı doğru sağlamaları için alternatif çözümleri üretmek ve müşterilerimize terzi işi diyebileceğimiz özel ve uygun çözümler sunmak diyebilirim. Bu da hem QNB eFinans'ın hem de bizim nakit yönetimi ve dış ticaret ekibimizin katkısıyla gerçekleşti. Sistemlerine uygun entegre ettiğimiz ürün ve çözümlerimizle Türkiye'de önde gelen birçok kurumsal ve ticari büyüklükteki şirketin ana bankasıyız.

2020'de kurumsal ve ticari bankacılıkta hedefleriniz ne olacak?

QNB Finansbank'ın her alanda genel stratejisi, pazarda rekabet ettiği tüm bankaların ötesinde büyüyerek pazar payı kazanmak. Geçtiğimiz yıllarda olduğu gibi 2020'de de kurumsal ve ticari bankacılığın göreceli olarak daha fazla pazar payı kazanması hedefimiz var. 2020'de yine pazardan daha fazla büyümeyi hedefliyoruz. Ocak ve şubat ayı rakamlarımız da bu hedefin ulaşılabiliğini teyit ediyor. Geçtiğimiz yıllarda QNB Finansbank'ın rakiplerinden en büyük farkı hızlı ve kaliteli aktifle büyümesi oldu. Bu yıl da aynı stratejiyle yolumuza devam edeceğiz. ■

"DİJİTAL DENEYİMİ MAĞAZAYA TAŞIYACAĞIZ"

Gelinlik ve abiye alanında faaliyet gösteren Oleg Cassini, 2020 yılında toplamda yüzde 20, e-ticarette ise yüzde 150 büyüme hedefi koydu. Dijital deneyimle fark yaratmayı hedeflediklerini söyleyen Oleg Cassini CEO'su Jeff Zelenko, 2021 yılında dijital deneyim odaklı bir showroom konsepti hayata geçireceklerini belirtiyor.

Ayşegül Sakarya Pehlivan asakarya@ekonomist.com.tr



Gelinlik ve abiye alanında faaliyet gösteren bir Amerikan markası olan Oleg Cassini, bugün tüm dünyada 300'den fazla noktada faaliyet gösteriyor. 2010 yılında Türkiye pazarına giren markanın ülke genelinde 13 mağazası var. Son dönemde dijitalleşmeye odaklanan şirket, finanstan müşteri deneyimine kadar her aşamada dijital dönüşüm için yatırım yapıyor. 2020 yılında toplam yüzde 20 büyümeyi hedefleyen şirket, e-Ticarette ise yüzde 150 büyüme hedefi koydu. Türkiye'deki farklı noktalara ulaşmak için yeni bir konsept geliştirmeye hazırladıklarını söyleyen Oleg Cassini CEO'su Jeff Zelenko, "Yeni mağaza konseptimiz için, daha çok dijital deneyim etrafında inşa edilecek bir showroom konsepti hayata geçirmeyi planlıyoruz. Yeni konsept ayrıca mağaza içi deneyimin dijital dünyayla bağlantı kurmasını da sağlayacak" diyor. Benzersiz bir dijital bir deneyim sunarak fark yaratmayı hedeflediklerini söyleyen Zelenko, Oleg Cassini'nin yeni vizyonunu anlattı.

Kısaca şirketinizden bahsedebilir misiniz?

Oleg Cassini olarak geçmişte yarım asıra dayanan özel okazyon giyim markasıyız. Markamız Türkiye'ye ek olarak Avustralya, Güney

Afrika, Çin, Amerika Birleşik Devletleri, Kanada, Meksika ve İngiltere'de de faaliyet gösteriyor. Marka dünya çapında toplam 334 mağazada satışa sunuluyor. Markamızın asıl amacı kadınların en özel gecelerinde kendilerini güvenli ve güçlü hissedecekleri aynı zamanda ulaşılabilir ancak sıradan olmayan kıyafetler içinde olması. Bu nedenle kadın dostu bir markayız.

Yurtiçinde kaç mağazanız var ve 2020 sonuna kadar kaç açacaksınız?

Şu anda Türkiye'de toplam 13 mağazamız bulunmaktadır. İstanbul'da altı, Ankara'da iki, Antalya, İzmir, Adana, İzmit ve Bursa'da bir mağazamız bulunmaktadır. Türkiye'deki farklı noktalara erişimimizi artırmayı sağlayacak yeni bir konsept geliştirme sürecindeyiz. Yeni konsepti 2020'de test etmeyi ve 2021'de ise uygulamayı umuyoruz. Perakendedeki offline ve online dönüşümlerin tümünü uyguluyoruz.

Dijital dönüşüm konusunda ne gibi adımlar attınız bugüne kadar?

İşletmemizin dijital çalışmalarını; başlıca müşterinin internetteki arama davranışının motivasyonlarını anlamak ve hayallerindeki gelinliklerin ne olduğunu tespit edebilmek için sosyal medyayı kullanmak amacıyla oluşturdu. 2016'da



e-Dönüşüm finansta da devam ediyor

YENİLİKÇİ ÇÖZÜMLER Dijital dönüşümü finans departmanımızda da aktif bir şekilde uyguluyor ve kullanıyoruz. e-Fatura, e-Defter, e-Arşiv, e-İrsaliye ve tax-free e-Fatura uygulamaları başta olmak üzere tüm e-Dönüşüm ürünlerinde yenilikçi çözümlerden yararlanıyoruz.

VERİMLİLİĞE KATKISI OLDU Tüm bu çözümlerin yanı sıra dijital katma değeri yüksek olan hizmetleri kullanmak ve şirketimize entegre etmek, işgücümüzü en verimli şekilde kullanmak ve stratejik kararlarımıza en hızlı şekilde yön verebilmemize çok büyük katkı sağladı.

e-Ticaretimizi geliştirmeye başladık ve 2018'de Trendyol'da satış yapmaya başladık ve dijital pazarlama ve e-Ticaretin iş stratejimizin çekirdeği haline getirerek büyümeye devam etmesini bekliyoruz. Sürekli dijital dünyayı merkez alan pazarlama stratejileri geliştiriyoruz. Video kampanyalarına yatırım yapmanın yanı sıra marka mesajını yönlendirmek için marka için en uygun fenomenler ile iş birliği yapıyoruz. E-ticaret konusunda, üçüncü parti/partner firmalarda ürünlerimizi satmanın yanı sıra e-Ticaret projelerine özgü ürün yelpazemizi durmadan geliştiriyoruz. Pazarlama bütçemizin çok büyük bir kısmı müşterimizin dijital deneyimine ayrılmıştır.

Dijital dönüşüm konusundaki en büyük katkısı şirketin hangi biriminde gördünüz?

Avantajları, müşterimiz için gelin kıyafeti ve tüm düğün günü ihtiyaçları alışverişi adına benzersiz bir dijital bir deneyim sunarak fark yaratmaktır. Dijital deneyim, gelin veya abiye kıyafet satın alacak müşterimizin mağazaya ziyaret etmeden önce hazırlıklı olmasını sağlar. Biz ayrıca dijital deneyimi, gelinin yapılacaklar listesini hazırlayarak tüm ihtiyaçlarına cevap verebilecek bir yolculuk olarak sağlıyoruz. Tüm dijital, e-Ticaret ve web sitesi yönetimimizi yönetmekle sorumlu özel bir ekibimiz var. SEO, Google ve sosyal medya reklamcılığında bize yardımcı olması için üçüncü parti firmalardan da destek alıyoruz. Ayrıca tüm dijital girişim ve projelerimizi destekleyen bir PR şirketi ile de yakından çalışıyoruz.

Önümüzdeki dönemde dijital dönüşüm konusunda atacağınız yeni adımlar nelerdir?

Dijital fırsatlar ve teknoloji geliyor ve şu anda bizler de tüm gelişmelerde güncel kalmayı planlıyoruz. Yeni mağaza konseptimiz için, daha çok dijital deneyim etrafında inşa edilecek bir showroom konsepti hayata geçirmeyi planlıyoruz. Yeni konsept ayrıca mağaza içi deneyimin dijital dünyayla bağlantı kurmasını da sağlayacak. Tüketicilerimizin sürprizlere açık olmasını öneririm.

2019 yılını ne kadarlık büyümeyle kapatınız? 2020 hedefiniz nedir?

2019'da aslında kendimizi yukarıda açıkladığım yeni konseptle büyüme stratejimiz kapsamında mağaza sayımızı 20'den 13'e düşürdük. Ancak şu anda çalışmaya devam eden mağazalardaki satış sirkülasyonumuz sayesinde 2018'den beri yaptığımız küçülmeye rağmen işimiz büyüyerek devam ediyor. 2021'den itibaren yeni konseptimizi test etmeyi planlıyoruz. Özetle 2020 yılında, toplam yüzde 20 büyüme, e-Ticarette yüzde 150 büyüme ve son üç yıla kıyasladığımızda yüzde 100'ün üzerinde büyümeyi hedefliyoruz.

E-dönüşüm konusunda attığınız adımlardan bahsedebilir misiniz?

Oleg Cassini ailesi olarak, müşterimizin taleplerini dinleyip, analiz edip, anlamlandırarak harekete geçtiğimizi ve dijital dönüşüm süreci ile buluşturduğumuzu dile getirebiliriz. Mağazalarımızda kasa entegrasyonlarını minimize edip, tüm süreçlerin satış danışmanlarımız tarafından sadece tek bir cep telefonu ile dahi gerçekleştirilebildiği ve sistemin birbirini okuduğu entegrasyonlarımız en önemli adımımız oldu. Eski dönemlere göre çok daha hızlı, planlı ve satış odaklı bir sürecin içerisindeyiz.

e-Dönüşüm konusunda yeni projeler var mı gündeminizde?

Perakendenin dinamikliği gereği yaratıcı, yenilikçi ve yüksek güvenilirlikli elektronik uygulamaları sayesinde müşterilerimizin ihtiyaçları anlayarak, çözüm odaklı ve memnuniyet temelli bir e-dönüşüm süreci öngörüyoruz. Bu bağlamda tüm mağazalarımız, ERP programlarımızın ve genel merkezimizin birbirini tam anlamıyla birbiriyle uyumlu olarak tanıdığı projelerimizi bir bir hayata geçirmeye devam edeceğiz. Oleg Cassini olarak dijital dönüşümde yenilikler devam ettikçe, biz de bu yeniliklere uyum sağlayabilen yeni projelerimizi geliştirmeye devam edeceğiz.

ANAHTAR TESLİM ÇÖZÜM SUNUYOR

Center Bilgisayar, 2013 yılından bu yana e-Fatura uygulamasının başlaması ile özel entegrasyon çözümü oluşturuyor. Şirketin ortağı Ecmel Bircan, müşterilere anahtar teslim e-Fatura çözümü sunduklarını, kendi sistemleri üzerinden e-Faturaların gönderimi ve alımını sağladıklarını kaydediyor.

Burcu Tuvay btuvay@ekonomist.com.tr



1 982 yılında Center Bilgisayar Tüketim Malzemeleri Pazarlama ismi ile bilgisayar kullanıcılarına tüketim malzemesi satışı yapmak üzere kurulan Center Bilgisayar, kişisel bilgisayarlar üzerine paket program üretimi, satışı ve hizmetleri konusunda faaliyetlerine devam etti. Türkiye’de paket program üretimi yapan ilk birkaç şirketten biri olan Center Bilgisayar’ın, 1989 yılında Ege Bölgesi’nde paket program pazarındaki payı yüzde 80’in üstündeydi. 1992 yılında donanım satışına başlandı. IBM ile başlayan donanım satışı 1995 yılında HP ve Compaq ile devam etti. 2000’li yılların başında Microsoft ile sıkı çalışmalar yapılmış, 2004 yılında Enflasyon Muhasabesi Hesaplamaları için excel üzerine yapılan program Türkiye çapında 2 bin 500 adet satıldı ve Microsoft’tan ‘Yılın Örnek Çalışması’ ödülü verildi.

2004 yılında itibaren PARALOG programlarının satışına başladığını söyleyen Center Bilgisayar Şirket Ortağı Ecmel Bircan, 2005 yılında bir dikey pazar ürünü olarak süt ürünleri üreticileri, süt kooperatifleri, süt birlikleri ve damızlık birliklerine özel çözüm üreten program üretimi yaptıklarını anlatıyor.

Bircan, 2006 yılında Süt Programları ile pos cihazları kullanılarak süt toplama işinin otomatik hale getirdiklerini belirtiyor.

UZAKTAN MÜDAHALE

2013 yılında e-Fatura uygulamasının başlaması ile özel entegrasyon çözümü oluşturduklarını ifade eden Bircan, müşterilere anahtar teslimi e-Fatura çözümü sunduklarını, kendi sistemleri üzerinden e-Faturaların gönderimi ve alımını sağladıklarını kaydediyor. Bircan, ayrıca tüm e-Fatura müşterilerini uzaktan kontrol ettiklerini ve oluşan problemlere anında müdahale ettiklerini belirtiyor.

e-Beyanname ve e-Bildirge uygulamaları yıllardır PARALOG programları içinde kullanılıyor. e-İrsaliye ve e-Müstahsil uygulamaları

ise hazır olarak bekliyor, zorunlu kullanma tarihinde kullanıma hazır olacak. e-Dönüşüm projelerinin müşterilere ilk kullanımda zor ve karmaşık geldiğini ancak ilerleyen zamanda hem ekonomik hem de kullanım kolaylığı açısından yararlı olacağını ifade eden Bircan, özellikle arşivleme konusundaki büyük zorlukları ortadan kaldırdığına ve şirket içinde kağıt kullanımını önemli ölçüde azalttığına işaret ediyor.

Onay alan 15 şirketten biri

e-Defter uygulamasında GİB’ten onay alan ilk 15 şirketten biri olduklarını vurgulayan Ecmel Bircan, sözlerini şöyle sürdürüyor:
“2019 yılı sonu itibarı ile e-Arşiv uygulamasına başladık. GİB’in e-Fatura ve e-Defter uygulamalarında şartlar arasına koymadığı ISO standard belgeleri şartı nedeni ile müşteriler e-Fatura ile birlikte yapmış oldukları donanım ve teknik altyapıyı kullanamadılar. Bu nedenle e-Arşiv faturası uygulamasında bir entegratör ile çalışma zorunluluğu ortaya çıktı..”

E-SPORDA BAŞARIYI GETİRECEK 5 ADIM

McKinsey, en fazla takip edilen ilk 3 spor dalı arasında olan ve yüzde 34 büyümesi beklenen e-Spor endüstrine yönelik detaylı bir çalışma yayınladı. Market dinamiklerini ele alan çalışmada McKinsey, yatırım yapmak isteyen markalara göre endüstrinin gelişim alanlarını belirledi ve beş aşamalı bir reçete sundu.



Sirketlere, kamu kurumlarına, sivil toplum kuruluşlarına hizmet veren global yönetim danışmanlığı firması McKinsey & Company, dünyada hızla yayılan ve güçlü bir ekonomiye dönüşen e-Spor alanındaki araştırmaları kapsamında endüstrinin gelişimine yönelik özel bir çalışma yayınladı.

20 yıldan uzun süredir var olan e-Spor, son yıllarda hızlı bir büyüme trendi içerisinde. 2018 yılında güçlü yatırımlar yapılan bu alanın 2019'da yüzde 34 oranında büyümesi bekleniyor. Markaların e-Spora olan ilgilerinin artmasında ise genç erkek kitleye erişebilmelerinde oynadığı rol etkili oluyor. McKinsey'nin paylaştığı verilere göre, sadece Amerika'da 21 milyon e-Spor takipçisi bulunuyor. Bu kitlenin yüzde 83'ü erkek ve yüzde 84'ü de 35 yaş altı kişilerden oluşuyor.

Takipçilerin yüzde 10'u haftada 20 saatten fazla bir süre boyunca oyun izliyor. Gördüğü bu ilgi ile e-Spor, en fazla takip edilen ilk üç spor dalından biri haline dönüşmüş durumda.

SÜRDÜRÜLEBİLİR REÇETE

Bu araştırma sonuçlarına dayanarak McKinsey danışmanları, çok çeşitlilik ve değişkenlik gösteren e-Spor endüstrisinde gelişimi ve büyümeyi sürdürülebilir kılmak için reçetesini açıkladı. Şöyle sıralanıyor:

1. Sürekli canlılık sağlanmalı

Yayımcılar, ligler ve popüler oyun yayıncılarının her biri genellikle bir ya da iki oyunla sınırlı yayın yapıyor ve bu nedenle kısıtlı bir kitleye ulaşıyor. Bunun için markalara özel içerik yaratmaları, veriyi iyi yönetmeleri ve takımları ve oyuncuları bazında sürekli ölçüm yapmaları gerekiyor.

2. Yayıncılarla işbirlikleri geliştirilmeli

Takımların ajanlarla rekabet edebilmeleri için

satış ve pazarlama yetkinliklerini güçlendirmeleri, kendilerini yayıncılara kanıtlamaları gerekli.

3. Sanal oyunlar, bire bir iletişime açık mekanlara taşınmalı

Canlı e-Spor etkinlikleri oldukça popüler. Sponsorlar da ekran karşısındaki izleyicilerdenense heyecanlı bir ortamda buluşmuş izleyicilerle bire bir etkileşim şansı yaratan bu etkinlikleri daha değerli buluyor.

4. İzleyici ölçümleri geliştirilmeli

E-spor alanında öncü platformlar, markalara reklam görünüm sıklığı, tekil erişim ve gerçekleştirilen takımlar ve liglerin sunduğu sponsorluklar gibi parametrelerde veri sağlamalı.

5. Hedefleme için altyapı oluşturulmalı

e-Spor artık reklam hedef kitlesi ölçümlenebilecek bir büyüklüğe ulaştı ve endüstrinin sponsorlara e-Spor takipçilerinin alt segmentlerini hedefleme imkanları sunması gerekiyor.

Bu risklere dikkat

- Oyuncuların yalnızca yarısı oyun izliyor
- Şampiyonalar çok çeşitli
- En popüler olanlar e-Spor profesyonelleri değil
- İzleyiciler takımlar, oyuncular ve yayıncılar arasında bölünmüş durumda
- İzleyicilerin hangi bölgelerden olduğunu belirlemek güç
- Kesin verilere ulaşmada zorluk yaşanıyor
- e-Spor hayranları geleneksel sporlardan kopmuyor
- Spor video oyunları e-Spor oyunlarında ikinci sırada



DİJİTALLEŞMEYE 20 MİLYON DOLAR YATIRDI

Denizcilikte dünyanın 100 güçlü ismi arasında 69'uncu sırada gösterilen Yüksel Yıldırım, grubun dijitalleşme konusunda bugüne dek 20 milyon doların üzerinde kaynak ayırdığını söylüyor. Bu kaynakla akıllı limanlar kuran Yıldırım, 51 ülkede girişimleri olan bir iş insanı olarak dijitalleşmenin kaçınılmaz olduğunu aktarıyor.

► Dünyada krom madeninde üçüncü, konteyner liman işletmeciliğinde dokuzuncu, denizcilik sektöründe ise 69'uncu sırada yer alan Yıldırım Holding İcra Kurulu Başkanı Yüksel Yıldırım, holdingin dijitalleşme sürecini anlatırken 35 yıl önceye gönderme yapıyor.

İTÜ'de Makine Mühendisliği bölümünü bitirip, Amerika'ya gittiğinde Oregon State University'de okurken 1985 yılında otomasyon ve robotik eğitimi de aldı. Amerika'da PACECO adlı bir Japon firmasında çalışmaya başladı ve üç yıl vinç tasarımları yaptı.

Şüphesiz Yüksel Yıldırım'ı denizcilik sektöründe dünyanın 100 ismi arasına taşıyan bu deneyimi oldu. 35 yıl önceden bugüne



uzanan iş yaşamında hep vizyoner kararlar alan Yüksel Yıldırım, holdingin limancılık ve madencilik işlerinde dijitalleşmeye 20 milyon dolarlık bir kaynak aktardığını söylüyor.

Bugün 2 milyar dolar cirolu devin icrada kaptanlığını yürüten Yüksel Yıldırım, 51 ülkede iş yapan bir isim olarak dijitalleşme adına önemli adımlar attığını dile getiriyor.

Grubun dijitalleşme yolculuğunu konuştuğumuz Yüksel Yıldırım, gelecekte grubu ve kendini nerede gördüğünü anlattı...

AKILLI LİMAN FARKI 10 ülkede 22 limanı işleten holdingimiz, bugün 2 milyar dolar büyüklüğe sahip. Dünyanın farklı noktala-

YÜKSEL YILDIRIM

rında yer alan yatırımlarımızda ciddi bir dijitalizasyon yaptık. Sanayi 4.0 prensipleriyle liman ve terminallerde dijitalleşmeye gittik. Limanlarımızı dev gemilere hizmet verecek şekilde tasarladık. Nesnelerin interneti ve makineler arası iletişim teknolojilerini kullanan uzaktan takip ve kontrol sistemleri, bulut bilişim alt yapısı ve Yılport'un ileri teknoloji elleçleme ekipmanlarıyla kurduğumuz akıllı limanlarımızla sektörde fark yarattık. Navis SPARCS N4 terminal işletim sistemiyle müşteriler, acenteler ve hat şirketleri doğrudan bilgiye erişerek gerçek zamanlı verileri sistemimizden canlı takip edebiliyorlar.

HAZİNE YÖNETİMİ DİJİTALLEŞTİ Biz bu süreçte holdingin hazine departmanında da merkezi hazine yönetimi sistemini kurup dijital hale getirilmesi için çalışmalarımızı sürdürüyoruz. 2017 yılında tüm grup şirketlerinin finansal faaliyetleri ve hazine operasyonlarıyla ilgili finansal enstrüman kullanımları (kredi, mevduat, döviz alım-satım, akreditif, türev kullanımları vb.) merkezi bir yapıyla kayıt altına alındı. Kurgulanan bu yapıyla finansal enstrüman operasyonlarının takip edilebilirliği ve muhasebeyle entegrasyonu otomatik hale getirildi. Biz tüm bu süreçlere çok para yatırdık. Holdingin bu işe aktardığı kaynak 20 milyon doları buldu. Holding şirketlerini dijitalleştirdik, limanlarımızda terminal operasyon sistemini kurup otomasyon teknolojilerine dönük yatırımlar yaptık. Ben 85-88 arasında otomasyon ve robotiks okudum. 35 yılın ardından bugün 51 ülkede çalışan bir iş insanı olarak hangi ülkede ne olduğunu bilmek istiyorum. O nedenle dijitalizasyona yatırımlarımızı sürdürüyoruz.

TÜRKİYE'DE YETERİNCE BÜYÜDÜM Liman ve madencilikte globalde önemli bir noktaya geldim. Fakat benim hayalim bir fon şirketi kurmak. Ben elbette Yıldırım Holding'in hissedarıyım. Fakat farklı

Hedef Samsunspor'u şampiyonluğa taşımak

Yüksel Yıldırım iş dünyasının yanı sıra, spor camiasında da tanınmış bir isim. Samsunspor Futbol Klübü Başkanı olarak kente önemli katkılar yapan Yüksel Yıldırım, kırmızı beyazlı camiaya şampiyonluk mesajı veriyor. Tamamen çalışmaya odaklı bir iş insanı olan ve Samsunspor'u da işinin başındaki bir patron gibi yöneten Yıldırım, "Artık Yılport Samsunspor olarak bu sene şampiyon olacağımızı net bir şekilde söylüyoruz" diyor.

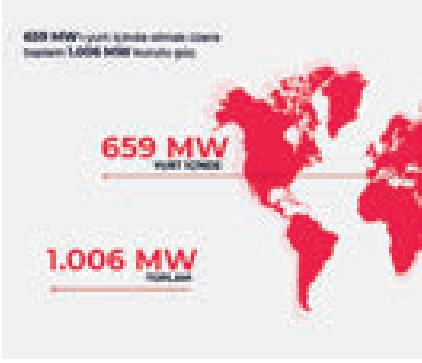


girişimler yapmak istiyorum. Artık çalışacaksam farklı ilerlemek istiyorum. Benimde geleceğimi düşünmem lazım. Neticede ben para için çalışmıyorum. Bugün dünyada kromda üçüncü, konteyner liman işletmeciliğinde dokuzuncu, denizcilik sektöründe ise 69'uncu sırada yer alan bir isimim. Ben artık kendimi ispat ettim. Türkiye'de bulunduğum sürece daha fazla büyüyemem. O nedenle yurtdışı merkezli bir fon şirketi kuracağım.

ENFLASYON AŞAĞI ÇEKİLEREK EKONOMİ DÜZELMEZ

Bugün herkes birbirini izliyor. Piyasada bir tedirginlik var. Gerçekçi olmak lazım. Ekonominin çarklarının dönmesi için devlet mevcut tabloyu değiştirmek üzere çalışmalı. Enflasyonu baskı ile aşağı çekerek ekonomi düzelmüyor. Ekonomimiz artık global ve kendini bunun dışında göremezsiniz. Öte yandan Türkiye'de üretim gücü var ama ürettiğin malı satacağın bir pazar yok. İnsanların alım gücü azaldı. Alım gücü olan da temkinli. Türkiye 2019'da kötüyü gördü. Şimdide bir düzelleme var. Ama bunun sürdürülebilir olması için acil ekonomik reformlara ihtiyaç var. Piyasaya para girmeli ve bunu da devlet yapmalıdır. Bizim önümüzde çok proje var ama bunları da yapacak para lazım. Ben vaktimin yüzde 70'ini para aramakla geçiriyorum.

ZORLU'DAN OSMANGAZİ BÖLGESİNDE DİJİTAL ATAK



Afyon, Eskişehir, Bilecik, Uşak ve Kütahya'yı kapsayan Osmangazi bölgesinde, 1,8 milyon aboneye hizmet veren Zorlu grubu, dijital dönüşüm adına enerji bir dizi yatırımı devreye aldı. Bin megavatın üzerinde bir kapasiteyle enerji sektöründe elektrik dağıtımı, perakende satışı ve ticareti, doğal gaz dağıtımı ve ticareti, güneş panelleri ticareti ve kurulumu, elektrikli araç şarj istasyonları kurulumu ve işletimi olmak üzere geniş bir yelpazede hizmet veren grup, dijital hamlesini bu yıl da sürdürecektir.

Sibel Atik satik@ekonomist.com.tr



Zorlu Grubu'na ait sanayi kuruluşlarının elektrik ve buhar ihtiyaçlarını karşılamak üzere 1993 yılında kurulan Zorlu Enerji Elektrik Üretim şirketi bugün bin megavatın üzerinde kurulu güçle yatırımlarını sürdürüyor. Osmangazi bölgesinin elektrik ihtiyacını karşılayan, yenilenebilir enerjide girişimleri olan şirket, dijital атаğa geçti.

Enerji sektöründe elektrik dağıtımı, perakende satışı ve ticareti, doğal gaz dağıtımı ve ticareti, güneş panelleri ticareti ve kurulumu, elektrikli araç şarj istasyonları kurulumu ve işletimi olmak üzere geniş bir yelpazede hizmet veren grup, Osmangazi bölgesinde önemli dijital yatırımları devreye aldı. Elektrik dağıtımı ve perakende satışına yönelik faaliyetlerini Zorlu Osmangazi Enerji olarak sürdüren grup, 1,8 milyonu aşkın abonesine etkin hizmet için birçok dijital projeyi hayata geçirdi.

DİJİTAL DÖNÜŞÜME ODAKLANDI

Afyon, Eskişehir, Bilecik, Uşak ve Kütahya'yı kapsayan Osmangazi bölgesinde bir dizi dijital yatırımı devreye alan şirket, yeni bir CRM ve akıllı IVR projesini hayata geçiriyor. Bu projeye call center üzerinden online abonelik ve abonelik sonlandırma işlemlerini yapan şirket, tüm kanallardan gelen şikâyet ve talepleri dijital bir ortamda takip edip tüm talepleri yakından



electrip platformunu büyütüyor

Zorlu Grubu, yurtdışında güneş enerjisinden elektrik üretmek, solar fotovoltaik (PV) panelleri kiralamak, satmak, satın almak, ihraç etmek, bunları çatılara yerleştirmek ve buna ilişkin her türlü kurulum hizmeti ve danışmanlık hizmeti vermek üzere 2016 yılında Zorlu Solar'ı kurdu. Şu anda güneş enerjisi alanında yeni nesil teknolojiler geliştiren First Solar'ın Doğu Avrupa, Avrasya ve Doğu Akdeniz bölgelerinin dahil olduğu 26 ülkede distribütörlüğünü yapan

grup, gelecek süreçte öncelikle yenilenebilir enerji kaynaklarına olan yatırımları artırmayı da planlıyor. Bu plan dahilinde elektrikli araç sektöründe yaptığı ZES şarj istasyonlarının yanı sıra bir diğer yatırımı 'electrip' ile saatlik elektrikli araç kiralama hizmeti veren grup, bugün itibarıyla İstanbul Levent 199, Zorlu Center, İTÜ ve Eskişehir Osmangazi Üniversitesi'nde hizmet verdiği electrip platformunu daha farklı noktalara taşımayı amaçlıyor.

izleyecek SLA yönetim sistemini uygulamaya alacak. Bu sistemle kurumsal WhatsApp hesabı, web sitesi, şikayetvar.com, mail, SMS gibi kanallarla entegre olacak ve müşteri talepleri dijital olarak takip edilebilecek.

Özellikle müşteri hizmetleri merkezlerinin olmadığı bölgelerde tüm alternatif kanallarla bu CRM sayesinde müşterilerine her an hizmet vermeyi planlayan şirket, geçmişe dönük tüm fatura ve belgeleri de dijital olarak mail adreslerine iletebilecek. Akıllı IVR sistemi sayesinde müşterilere borç tutarı ve geçmiş dönemlere yönelik bilgilendirme gibi hizmetler de sunulacak.

Öte yandan müşterilere daha iyi hizmet vermeyi isteyen şirket, Zorlu Enerji Online İşlemler web sitesini de kurdu. Üye olan müşteriler faturalarını görüntüleyebilecek. Faturasına tek tuşla itiraz edip faturalarını indirebilecek.

İSTASYON AĞINI GENİŞLETECEK

Öte yandan Zorlu Grubu, 2018 itibarıyla yeni nesil teknoloji faaliyetlerini Zorlu Energy Solutions (ZES) markası altında topladı. Şirket, ZES markasıyla şehir içi ve şehirlerarası yollarda hayata geçirdiği hızlı şarj istasyonlarıyla Türkiye'deki elektrikli araç sahiplerinin yolculuklarını kolaylaştırmayı ve elektrikli araç devinimini hızlandırmayı hedefliyor. Türkiye'nin en hızlı şarj istasyonunu Manisa'da bulunan Oksijen dinlenme tesisinde (O375) kuruldu. Halka açık noktalarda sunduğu hızlı şarj hizmetinin yanında, kullanıcıların talepleri doğrultusunda ev ve iş yerlerine de şarj istasyonu kurulumu yapan şirket, kısa süre içerisinde şarj istasyonu ağını genişletmeyi planlıyor. 2018 yılında kur-

ZORLUENERJİ



duğu Zorlu Energy Solutions (ZES) markası ile elektrikli araç devinimini hızlandırmayı isteyen şirket,

bu yapıda e-Dönüşüm çalışmalarını da hızlandırdı. ZES'in mobil uygulamasını yakın zamanda kullanıma sunuldu ve elektrikli araç sahiplerine Türkiye'de ilk defa istasyona rezervasyon imkanı sağlandı. Kullanıcılar şarj işlemlerini uygulama üzerinden başlatıp bitirebiliyor. Mobil uygulama ile en yakın şarj istasyonlarının konumu görülebiliyor ve özelliklerini incelenebiliyor. Kullanıcılar şarj işlemine uygulama üzerinden cihaz üzerinde bulunan QR kodu okutarak ya da cihaz üzerindeki alana ZES kart okutarak hızlı bir şekilde başlatılabiliyor. Şirketin ZES markasıyla bağlantılı olarak hayata geçirdiği electrip girişimi de mobil uygulama üzerinden elektrikli araç kiralama imkanı sağlıyor. electrip uygulaması üzerinden en yakın araca ulaşıp kiralama işlemi yapılabiliyor. Ödeme işlemi de yine uygulama üzerinden gerçekleştiriliyor.



'Akıllanan' cihazlar artıyor

OFİSLER İÇİN GÖRÜNTÜLENME TEKNOLOJİSİ

Son dönemlerde ofis yaşamı yerini mobil ve uzaktan çalışmaya bırakıyor. Değişen iş yaşamı beraberinde istenilen yer ve zamanda çalışma olanağı sunuyor. Tüm bu koşullar, şirketlerin bilgi yönetimi konusunda dijital dönüşümü içeren güncel baskı ve tarama teknolojisine sahip olmasını gerektiriyor.

Görüntüleme teknoloji şirketi Canon da yeni imageRUNNER ADVANCE DX serisi ile şirketlerin dijital dönüşüm yolculuklarına eşlik ederken yeni cihazların baskıya ve dijitalle kolayca entegre edilmesini sağlayarak ofis verimliliğini artırmaya yardımcı oluyor.

Canon imageRUNNER ADVANCE DX serisi, belgeleri dijitalle aktarıyor, arşivliyor ve her yerden ulaşılmasını sağlıyor. Çift taraflı tarama işlevi sayesinde, zaman kaybettiren yönetim işlerini ortadan kaldırarak zaman tasarrufu elde edilmesine yardımcı oluyor. Yeni seri belgelerin adlandırmasını, üçüncü taraf girişlerini ve toplu kaydedilmesini otomatik bir şekilde yapılmasına da fırsat sunuyor.



Yapay zekalı akıllı çamaşır makinesi

LG, günlük hayatın koşturması içerisinde giysileri ayırmaya, üzerlerindeki sembollere uygun yıkama programı ve deterjan seçmeye vakti ve enerjisi olmayan tüketiciler için yapay zeka özellikli LG çamaşır makinelerini öneriyor. Akıllı çamaşır makineleri, derin öğrenme teknolojisi ile çamaşırların ağırlığını otomatik olarak algılayıp kumaş yumuşaklığını doğru bir şekilde değerlendiren, en doğru yıkama programını seçiyor. Böylelikle, kumaş hasarı oluşumunu yüzde 18 azaltarak, kıyafetlerin ömrünü uzatıyor. Yeni LG çamaşır makinelerinde bulunan Steam Plus özelliği, özel bir sterilizasyon döngüsüyle, alerjenleri nötralize ediyor. Buhar teknolojisine sahip LG çamaşır makinelerinde yıkanan çamaşırlardaki alerjik reaksiyonlara neden olan ev akarları ve enfeksiyonlara neden olan bakterilerin yok edildiği ifade ediliyor. Ayrıca, Wrinkle Care özelliği ise rahatsız edici kırışıklıkların yüzde 30'unu giderdiği iddiasında.

AKILLI ODA KUMANDASI

Isıtma, soğutma ve havalandırma sektöründe çözümler sunan Buderus, yenilenen akıllı oda kumandası Logamatic TC100'ü piyasaya sundu. Akıllı oda kumandasının kullanım kolaylığı ve sağladığı enerji verimliliği ile ön plana çıktığı ifade ediliyor. Duvar tipi yoğuşmalı kombiler için özel olarak tasarlanan Buderus Logamatic TC100, MyMode mobil uygulamasıyla hızlı bağlantı sağlıyor. Kurulumu yapılan oda kumandası, ısıtma sistemleriyle iletişim kurarak etkileşime geçiyor ve entegre algılama sensörü ile kullanıcı yaklaştığında dokunmatik ekran otomatik olarak açılıyor. Akıllı kontrol mekanizmaları sayesinde oda sıcaklığı ve sıcak kullanım suyu işletimi kolayca ayarlanabiliyor. TC100 akıllı oda kumandası 'evde/dışarda' veya 'otomatik/manuel' gibi birçok farklı moda uyarlanabiliyor. Manuel oda sıcaklık kontrolü dışında akıllı oda kumandası, dışardaki sıcaklığı otomatik olarak tespit ederek ısıtma sıcaklığını kendi kendine ayarlayabiliyor.



Mobil ve uzaktan çalışmanın arttığı günümüzde verimli olmanın yolu yeni teknolojileri de kullanmaktan geçiyor. Evde ya da ofiste tüm ihtiyaçlara çözüm yaratan ürünler giderek artıyor. Gözlükler, kumandalar, ekranlar ve yazıcıların hepsi yapay zekayla akıllanıyor!

'TAK VE ÇALIŞTIR' SUNUM SİSTEMİ

Panasonic, verimli toplantı odası işbirliğine yönelik kablosuz sunum sistemini piyasaya sürüyor. Ekranlar ve projektörler için kablosuz tak ve çalıştır sunum sistemi satışa sunuluyor. Sistem, aynı anda dörde kadar sunucunun Panasonic ekranlarında veya projektörlerinde görsel içeriği ve ses içeriğini görüntülemesine olanak veriyor. Kablo ihtiyacını ortadan kaldırıyor ve farklı bilgisayarlar arasında geçişi kolaylaştırıyor. Kullanıcıların verici düğmesini bilgisayarlarının USB ve HDMI girişlerine bağlamaları ve içeriği ekranda paylaşmak için sadece düğmeye basmaları yeterli. Herhangi bir ayarlama, yazılım veya sürücü kurulumu gerektirmiyor. İlki set üstü kutusuyla temel sistem ve ikincisi de SDM kart alıcısıyla kablosuz sistem olmak üzere kablosuz sunum sisteminin iki versiyonu bulunuyor. Bilgisayarla ekran arasında herhangi bir kablo bağlantısı gerektirmiyor ve alan sınırlamasıyla ilgili sorunları ortadan kaldırıyor.



GÖRME ENGELLİLERE AKILLI GÖZLÜK ÇÖZÜMÜ

Teknoloji birçok alana çözüm sunarak farklı ihtiyaç sahiplerine yardımcı oluyor. Bu anlamda özellikle yapay zeka teknolojisi çok fazla kullanılıyor. Bu alanda yeni bir ürün de görme engelliler için geliştirildi. Microsoft'un yapay zekâ ve makine öğrenmesiyle güçlendirilen akıllı karma gerçeklik gözlüğü HoloLens, görme zorluğu çekenler ve görme engelliler için modifiye edildi. Geliştirilen ürün, kamera ve ses algılama yardımıyla anlık bilgi elde ediyor. Bunları işleyerek bir odada kimin nerede olduğunu kullanıcının kulağına saniyeler içinde söyleyebiliyor. Bu bilgilerin sağlanabilmesi için öncelikle kullanıcı yakınlarının ve tanıdıklarının rızasının alınması gerekiyor. Ek bir LED şerit de eklenen gözlükte, bilgisi aktarılan kişinin göreceği şekilde bir ışık yanıyor. Bu adım, görme engelli ve az gören çocukların sosyal etkileşim becerileri geliştirmelerinde kullanılan teknolojilerin küçültülmüş bir sürümü olarak sunuldu.



HEM DİKEY HEM YATAY ÇALIŞAN MONİTÖR

Saatlerini ekran başında geçiren profesyonellerin monitör seçerken dikkat ettiği özelliklerden biri şüphesiz monitörün hareket kabiliyeti oluyor. Acer'in B7 serisine dahil olan B247Y monitörü, pivot özelliği ile hem dikey hem de yatay olarak kullanıma izin veriyor. Ofisteki çalışanlara iş başındayken en uygun açığı bulabilmeleri için hareket alanı tanıyan monitörün paslanmaz çelik standı, 120 mm'ye kadar yükseltilebiliyor. Tek hareketle -5 dereceyle 25 derece arasında istenilen eğime getirilebilen ekran, 45 derece dönebilir özelliğe sahip. B247Y'nin ZeroFrame form faktöründe olması sayesinde çerçeveler ekranı sarmıyor. Bu tasarım, kullanıcının ekrandaki görüntüye odaklanmasını sağlıyor. Göz yorgunluğunu azaltmaya yardımcı çözümleriyle de dikkat çeken B247Y, titreşimi ortadan kaldıran Flickerless teknolojisini kullanıcılarla buluşturuyor. Ayrıca mavi ışık filtresiyle gözleri koruyan BlueLightShield özelliğine sahip.



Kişisel çalışma alanları için kulaklıklar

Teknoloji üreticileri tarafından günümüz çalışanlarının zaman ve mekândan bağımsız olarak toplantı ve çağrı ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik çözümler geliştiriliyor. Logitech de özellikle kesintisiz görüntülü arama yapmak isteyen ofis çalışanlarına yönelik Zone Kablolu Kulaklık serisini kullanıcılara sundu. Logitech Zone kulaklıkları, ister açık bir ofiste ister evden çalışsın, kullanıcıların daha iyi odaklanmasına ve daha verimli çalışmasına yardımcı oluyor. Kulaklık ve mikrofon seti ayrıca Zoom gibi arama uygulamalarıyla kullanabiliyor. Zone Kablolu serisi Logitech Webcam'ler ile de uyumlu bir şekilde çalışıyor. Kulaklıklar sesi kısmak, oynatmak veya duraklatmak için bir kablo üzeri denetleyicisi ve dolaşmayan bir kabloya sahip. Ayrıca çok yönlülük sunan USB Type-A veya Type-C bağlantısı içeriyor ve Logi Tune mobil ve masaüstü uygulamalarıyla uyumlu çalışıyor.



"DÖNÜŞÜMÜ TÜM ŞİRKETE YAYDIK"

Orman ürünleri, gübre-kimya ve demir çelik, enerji, liman işletmeciliği gibi farklı sektörlerde faaliyet gösteren Yıldızlar Yatırım Holding, dijital dönüşüm projelerine 20 milyon Euro'ya yakın yatırım yaptı. Yıldızlar Yatırım Holding Yönetim Kurulu Genel Sekreteri İlkay Ünal, holding olarak dijital dönüşümü tek bir alanla sınırlamayıp tüm iş süreçlerine yaydıklarını söylüyor.

Ayşegül Sakarya Pehlivan asakarya@ekonomist.com.tr



Dijital dönüşüm konusunda ne gibi adımlar attınız bugüne kadar? Ne kadarlık yatırım yaptınız?

Öncelikle, tüm sistemlerimizi konsolide etme hedefi doğrultusunda stratejilerimizi belirledik. Bunu yapabilmemizin ilk yolunun tüm şirketlerimizi aynı ERP platformuna taşımak olduğu inancıyla ERP sistem araştırmalarımızı başlattık. Bu konuda belirlediğimiz kriterlere en uygun olan SAP sistemini tercih ederek tüm grubun aynı zamanda projesini başlattık ve başarıyla sistemleri devreye aldık. Global şirket olmanın gereği, tüm süreçlerimizi güncel teknoloji ile donatmak üzere adımlar atmaya devam ediyoruz. 20 milyon Euro'ya yakın dijital dönüşüme yatırım yaptık.

Yıldızlar Yatırım Holding'in temelleri, 1890 yılında Hasan Yıldız tarafından Trabzon'da atıldı. 1900'lü yıllarda kurulan atölye ile üretime de başlayan Yıldız Ailesi, beş nesildir Türkiye'de önemli projelere imza atıyor. 4 bin 300 kişiye istihdam sağlayan Yıldızlar Yatırım Holding, bugün başta orman ürünleri, gübre-kimya ve demir çelik sektörü olmak üzere deniz taşımacılığı, liman işletmeciliği, gayrimenkul, sigorta ve enerji alanlarında faaliyet gösteriyor. Uluslararası bir sanayi grubu haline gelen Yıldızlar Yatırım Holding'in amiral gemileri ise Yıldız Entegre, İGSAŞ ve Yıldız Demir Çelik... Teknolojiyi ve modern yatırım yöntemlerini yakından takip eden şirket, dijital dönüşümü 2008 yılında başlattı. Yıldızlar Yatırım Holding Yönetim Kurulu Genel Sekreteri İlkay Ünal, holding olarak dijital dönüşümü tek bir alanla sınırlamayıp tüm iş süreçlerine yaydıklarını söylüyor. Dijital dönüşüme 20 milyon Euro'ya yakın yatırım yaptıklarını söyleyen Ünal'la holdingin 2020 hedeflerini konuştuk.



İşbirliği devam ediyor

ÇÖZÜM ORTAĞI eFinans ile grup şirketlerimizin e-Fatura ve e-Arşiv süreçlerinde işbirliği içerisindeyiz. Çok önemli çözüm ortaklarımızdan biri olarak gördüğümüz özel entegratör iş ortağımız QNB eFinans, yeni isteklerimizin karşılanması ve her türlü sorularımıza geri bildirim açısından bizlere hızlı destek sunuyor.

KAĞIT FATURA BİTTİ Öncelikle, mevzuatsal açıdan zorunlu olduğumuz şirketlerimizin fatura alanlarında elektronik e-Uygulama sistemleri ile kağıt fatura kullanımımız sona erdi. Ardından, grubumuzun diğer şirketlerinde de e-Uygulama sistem kullanımı başlatma kararlarımız oldu. Bu sayede, kağıt israfının önlenmesi ile beraber işlemlerin daha standart ve hızlı yapılması açısından büyük verim elde edildi. Ayrıca, gelen ve giden fatura kontrollerinin sistematik takibi ve kolayca yapılması bizim açımızdan çok iyi oldu.

E-İRSALİYE SÜRECİ GÜNDEMDE QNB eFinans ile fatura tarafındaki işbirliğimizi önümüzdeki dönemde de sürdürme düşüncesindeyiz. Önümüzdeki dönem için e-İrsaliye süreci gündemimizde olacak. Bu süreç için tekliflendirme aşamasındayız. Bu aşamada QNB eFinans teklifleri faturadaki işbirliği göz önünde tutularak değerlendiriliyor.

Dijital dönüşümün nasıl bir katkısı oldu size?

Dijital dönüşümün tüm grubumuza sağladığı en büyük katkı; şeffaflık, hız ve kolaylık oldu. Kişilere bağlı olarak yaşanan hataların önüne geçerek hata oranını azaltıp denetimini de daha kolay hale getirdi. Bunun yanı sıra şirketlerimiz bazında farklı ve çeşitli katkılarını da gördük. Örneğin Yıldızlar Yatırım Holding'in lokomotif şirketlerinden Yıldız Entegre, ismine yakışır bir şekilde entegre üretim ve hizmet vermeye başladı.

Dijital dönüşüm konusundaki en büyük katkıyı şirketin hangi biriminde etkisini gördünüz?

Holding olarak dijital dönüşümü tek bir alanla sınırlamayıp tüm iş süreçlerimize yaydık. Dolayısıyla insan kaynaklarından muhasebeye, pazarlamadan hammadde tedarikine kadar tüm alanlarında ciddi bir katkı sağladık. Müşteri odaklılığımız ile oluşturduğumuz portal ve CRM sistemleri sayesinde bugün müşterilerimize baştan uca farklı deneyim fırsatları sunuyoruz. Hem zamanlarını daha etkin kullanmalarını sağlıyoruz hem de tüm operasyonlarını anlık gerçekleştirebilmelerini ve görüntüleyebilmelerini sağlıyoruz.

2020 büyüme hedefiniz nedir?

Son üç yıl içinde farklı şirketlerimize yurtiçinde ve yurtdışında yaklaşık olarak 500 milyon Euro'nun üzerinde yatırım yaptık. 2019 yılı bu yatırımlarımızın meyvelerini aldığımız bir yıl oldu. Bu yılın başında grup olarak büyümemizi yüzde 30 olarak belirlemiştik. Son rakamlar, henüz ortaya çıkmadı ancak bu hedefimize ulaşacağımızı öngörüyoruz. Yılın son aylarında

ise yepyeni bir sektöre giriş yaptık. YYH bünyesinde Yıldız Enerji adlı şirketimiz faaliyete başladı. 2019'un son çeyreğinde faaliyetlerine başlayan YYH Yıldız Enerji, başta ülkenin dört bir yanında konuşlanmış grup şirketlerine ve kurumsal müşterilerine en uygun koşullarda elektrik enerjisi sağlamayı hedefliyor. Öğrenen bir organizasyon yapısında ilerlemesini beklediğimiz YYH Yıldız Enerji, kullanacağı dijital çözümlerle beraber hem çevik hem de üretken bir şirket olacak.

2020 sonuna kadar ihracatta büyüme hedefiniz nedir?

Yıldızlar Yatırım Holding olarak, son yıllarda ihracata büyük önem veriyoruz. Grup olarak satışlarımız içinde ihracatın oranı özellikle Yıldız Demir Çelik şirketimizin 2019'da tüm hatlarıyla devreye girmiş olmasının da etkisiyle yüzde 20 seviyelerine yaklaştı. 2020'de bu rakamı yüzde 30'a taşımak için değerli adımlar atıyoruz. Önceliğimiz iç pazar olmakla beraber ihracatta da mevcut pazarlarda derinleşerek, yeni yeni pazarları da portföyümüzde dahil etmeyi hedefliyoruz.

2020 yılında yeni yatırım planı var mı?

Yatırımlarımıza da her yıl devam ediyoruz. Son üç yılda 500 milyon Euro'nun üzerinde yatırım yapıp yeni fabrikalar kurup, yeni üretim hatlarını devreye aldık. Bu yıl da kapasite artırımını, dijital dönüşüm, insan kaynakları gibi alanlarda yatırımlarımızı sürdüreceğiz. Bu yatırımlarımızın yanı sıra Slovenya fabrikamızdaki yenileme çalışmalarını tamamlamayı hedefliyor, Yıldız Demir Çelik'in ikinci faz yatırımı içinde hazırlıklarımızı sürdürüyoruz. İGSAŞ'ta da planladığımız yatırımlarımız var.

"MUTABAKAT SÜREÇLERİNİ KOLAYLAŞTIRIYORUZ"

Mutabakat süreçleri, muhasebe departmanlarını gerçekten zorlayan sıkıcı işler... Kolaymutabakat.com Kurucusu Asım Koç, mutabakat süreçlerini kolaylaştırıyor. Asım Koç, "Bugün, Kolaymutabakat'ın 3 bine ulaşmış müşterisi, Türkiye'deki 230 bin, Türkiye dışındaki 20 bini aşkın şirket ile 5 milyona yaklaşmış tekil mutabakat işlemi yaptılar" diyor.

Levent Gökmen Demirciler lgokmen@ekonomist.com.tr



İş dünyasında günümüzde tüm süreçli kolaylaştırıcı uygulamalar yaygınlaşıyor. Muhasebe departmanlarını zorlayan mutabakat işlerini kolaylaştıran Kolaymutabakat.com, bugün 3 bine ulaşan müşterisinin Türkiye'deki 230 bin, Türkiye dışındaki 20 bini aşkın şirket ile 5 milyona yaklaşmış tekil mutabakat işlemi yapmasını sağladı. Kolaymutabakat.com Kurucusu Asım Koç ile şirketi ve sunduğu hizmetleri konuştuk.

Kolaymutabakat'ı kaç şirket kullanıyor? Kullanıcı sayınız nedir?

Kolaymutabakat.com'u 2010 sonunda dünyanın ve Türkiye'nin ilk elektronik mutabakat sitesi olarak kurdum. Bugün, Kolaymutabakat'ın 3 bine ulaşmış müşterisi, Türkiye'deki 230 bin, Türkiye dışındaki 20 bini aşkın şirket ile 5 milyona yaklaşmış tekil mutabakat işlemi yaptılar. Kolaymutabakat gerçek anlamda Türkiye'nin mutabakat portalıdır. Yurtdışında faaliyet gösteren easyrecon.com adı altında elektronik mutabakatın uygulamamız da var. Bugün sekiz farklı dili destekliyor ve sekiz farklı ülkede başarıyla kullanılıyor.



Kolaymutabakat şirketlerin dijital dönüşümünün neresinde? Sağladığınız faydalar nedir?

Mutabakat süreçleri, muhasebe departmanlarını gerçekten zorlayan, samimi olmak gerekirse oldukça sıkıcı işlerdir. Yüzlerce, binlerce müşteri ve tedarikçilerinizle düzenli olarak Cari Hesap ve BA-BS mutabakatını manuel yöntemlerle yapmak çok zordur. Biz, mutabakat süreçlerinin tamamını internet üzerinden yaparak şirketlerin dijital dönüşümlerine katkı sağlıyoruz. Mutabakat bildirimlerinin otomatik yapılması, alıcı e-Posta adresi doğrulama ve önerme, yanıt vermeyenlere otomatik hatırlatma, ekstre takibi, elektronik ekstre kıyaslama ile mutabakat farklarının tanımlanması, mutabakat süreçlerinin tüm aşamalarının eksiksiz olarak uygulama üzerinde yapılması ve eşsiz raporlama özellikleriyle kolaymutabakat, muhasebecilerin elle yaptıkları işlerin yüzde 90'ından fazlasını kendisi otomatik olarak yapar. Bu dijital dönüşüm muhasebecilere çok büyük zaman kazandırarak verimliliklerin artmasını sağlar.

Kolaymutabakat'ı kullanmak ismi gibi gerçekten kolay mı?

En başından başlarsak, kurulum diye bir iş

“Yurtdışında büyüyeceğiz”

“Bir numaralı projemiz, QNB Finansbank Dijital Köprü müşterilerini memnun Kolaymutabakat kullanıcılarına dönüştürmek. Bir de yurtdışında büyüme hedeflerimiz doğrultusunda easyrecon.com da üzerinde çalıştığımız büyük projelerden biri. Geçen yıl ortasında canlıya aldığımız hesabimNe.com uygulamamızla ticari alacak yönetimine bambaşka bir boyut getirdik. Akıllı

Alacak Yönetim uygulaması “HesabımNe” ile işletmeler gerçek zamanlı ticari alacak yönetimini web ve mobil uygulamalar üzerinden yapabiliyorlar. İçinde hayatı kolaylaştıran birçok otomatik uygulama var. Şu anda aktif olarak kullanan müşterilerimizden ticari alacaklarındaki vade aşımalarında çok ciddi azalma sağladıklarını görüyoruz.”

yok örneğin. Bulutta çalışan Kolaymutabakat kurulum gerektirmiyor. Kullanıcılar kendilerine uyan abonelik paketlerinden birini satın alarak, hemen o gün kullanmaya başlıyorlar. Otomatik çalışan birçok fonksiyonla, Kolaymutabakat, kullanımı kolay bir uygulamadır. Kullanıcılarımız, internet üzerinden yaptığımız düzenli canlı eğitimlerimize katılarak site kullanımını hakkında her türlü detay bilgiyi uzman eğitimlerimizden alabilirler.

QNB Finansbank Dijital Köprü projesinin elektronik mutabakat çözüm ortağısınız. İşbirliğiniz neleri kapsıyor?

Bu proje bizi gerçekten çok heyecanlandırıyor. QNB Finansbank'ın Dijital Köprü ile Türkiye'nin dijital dönüşümüne yaptığı katkı devrimsel bir şey. Büyük bir dönüşümün miladı. Fikirden en uç uygulama noktasına kadar her aşamada muazzam destekleri var. Dijital Köprü projesinin lansmanını duyduğumuz gün “biz bu projenin içinde olmalıyız” dedik. Kendimizi tanıma aşamasından, karar ve uygulamaya geçmeye kadar olan sürecin hızı çok etkileyici. Kolaymutabakat olarak biz, QNB Finansbank Dijital Köprü projesinin elektronik mutabakat çözüm ortağıyız. Bu proje yalnızca dijital dönüşüm ürünlerinin kullanımını yaygınlaştırarak ülke ekonomisi için bir değer yaratmıyor, aynı zamanda ürün geliştiriciler olarak bizi de ileri taşıyor. Beraberce öğreniyoruz, geliştiriyoruz, uyguluyoruz.

QNB Finansbank Dijital Köprü ile şirketlerin dijital dönüşümüne nasıl bir katkı sağlıyorsunuz?

QNB Finansbank Dijital Köprü projesi ile

en küçük işletmenin bile bu ürünleri kullanabilmesini sağlıyor ki, işte ben bu nedenle bu proje Türkiye'deki dijital dönüşümün miladıdır diyorum. Vizyon çok etkileyici. Bu proje ile tüm Dijital Köprü müşterilerine yıllık bin 500 adet mutabakat gönderimini ücretsiz olarak veriyoruz. Bunun yıllık parasal karşılığı bin 390 TL. Her işletmeye bin 390 TL'lik bir avantaj sağlıyorlar. İşletmelerin bunun için yapması gereken tek şey QNB Finansbank Dijital Köprü üzerinden bir başvuru yapmaları. Bu başvuru sonrasında Kolaymutabakat hesapları otomatik olarak açılıyor ve şirketler hemen kullanmaya başlayabiliyorlar. Bunu hiçbir bedel ödemedi yapıyorlar. Bu işletmeler için muazzam bir fırsat ve kolaylık. Biz tüm gücümüzle bu yeni kullanıcılarımızın yanındayız.

“2020 rekor bir yıl olacak”

“Kolaymutabakat kurulduğu günden buyana katlanarak büyümesini sürdürüyor. Bizim büyümemizin dinamiği yasal düzenlemelerden kaynaklanmıyor. Yani devlet e-Faturaya geçiş limitlerini düşürdüğü için birçok işletmenin e-Fatura kullanmak zorunda kalması gibi bir şey değil bizimki. İşletmeler gönüllü olarak dijital dönüşümlerinin bir parçası olarak elektronik mutabakat uygulamalarını kullanıyorlar. QNB Finansbank Dijital Köprü projesi, birçok şirketi dijital dönüşüm gerçekleştirme konusunda teşvik edecek, onlara ilham verici olacak. Daha projenin ilk günleri bize şunu gösteriyor ki; 2020 yılı sadece bizim için değil, dijital dönüşüm sektörü için de rekor bir yıl olacak.”

Söyleşi

GÖKHAN
BOYANA

"2,5 YILDA 1 MİLYAR TL HACME ULAŞACAĞIZ"

KOBİ'lere hizmet veren bulut tabanlı bir ön muhasebe programı olan KolayBi'nin kurucusu ve CEO'su Gökhan Boyana, QNB Finansbank'ın "Dijital Köprü" kampanyasına dahil olduktan sonra büyüme hedeflerini artırdıklarını söylüyor. Son 6 ayda 75 milyon TL'lik e-fatura ve e-arşiv hacminin KolayBi' üzerinden sağlandığını kaydeden Boyana, "2,5 yıl içerisinde bu sayının 1 milyar TL'lik hacme ulaşmasını planlıyoruz" diyor.

Aram Ekin Duran eduran@ekonomist.com.tr



Başta KOBİ'ler olmak üzere şirketlere ön muhasebe işlemlerini tek bir sistem içinde yürütebilme ve proje bazlı gelir gider takibi gibi hizmetler veren KolayBi', bulut tabanlı bir ön muhasebe programı. Şirketin kurucusu ve CEO'su Gökhan Boyana, QNB Finansbank'ın KOBİ'leri geleceğe taşıyacak "Dijital Köprü" kampanyasına kabul edilmelerinin kendileri için büyük bir şans yarattığını söylüyor. Boyana ile KOBİ'lerin e-Dönüşüm sürecini ve KolayBi'nin hedeflerini konuştuk. Sorularımız ve aldığımız yanıtlar şöyle:

Kısaca şirketinizden bahsedebilir misiniz? Ne zaman kuruldu? Nasıl bir fikirle yola çıktınız?

KolayBi' eski adıyla NKolayOfis, KOBİ'lerin finansal dijital dönüşümlerini hızlandırmak için geliştirdiğimiz bulut tabanlı bir ön muhasebe programı. Serüvenimiz, 2016 yılında ortağım Cem Taylan Ekinci ile İtalya'da yüksek lisans yaparken başladı. Firmaların geleneksel yollarla gerçekleştirdiği ön muhasebe



KolayBi'

işlemlerini dijitalleştirilmesi gerektiği inancıyla 2017 yılının başında MVP ürünümüzü çıktık.

Şirket olarak müşterilerinize ne gibi hizmetler veriyorsunuz?

Firmalarımız KolayBi' ile cari hesap, fatura ve stok yönetimi, anlık banka hesap hareketleri gibi takibi zor ön muhasebe işlemlerini tek bir sistem içinde yürütebiliyorlar, proje bazlı gelir gider takibini yapabiliyorlar. Bunlara ek olarak, sanal pos entegrasyonu ile tahsilatlarını hızlandırıyor, e-Fatura/e-Arşiv uygulamalarını kullanarak faturalama süreçlerini kısaltıyorlar. Son 6 ayda Türkiye'de 75 milyon TL'lik e-fatura ve e-arşiv hacmi KolayBi' uygulama ve altyapıları üzerinden sağlanmıştır. 2,5 yıl içerisinde bu sayının 1 milyar TL'lik hacme ulaş-

masını planlıyoruz.

e-Faturaya geçiş şirketlere ne tür avantajlar sağladı?

Ülkemizde, KOBİ'lerin dijital dönüşüm süreçlerini yakından takip edip ürün ve hizmetlerimizi bu doğrultuda geliştiriyoruz. Örneğin tahsilat sürecini kısaltmak amacıyla ürünüme entegre ettiğimiz Sanal Pos özelliği ve ileride yine geliştirmeyi planladığımız pazaryeri entegrasyonu gibi. 2017 yılında kurulduğumuz an itibarıyla e-Fatura sürecine geçmiş ve mevcutta kullanan bir firmayız. e-Faturaya geçtikten sonra matbu faturada oluşabilecek olan masraflardan kaçınmış olduk. Kendi ürünümüzü kendi operasyonumuz için de kullandığımız için kullanım esnasında ve e-Faturaya geçiş süreçlerinde müşterilerimizin potansiyel olarak zorlanabileceği noktalarda kendilerine proaktif olarak yardımcı oluyoruz.

Önümüzdeki dönemde yeni projeleriniz var mı, bunlardan bahsedebilir misiniz?

Bahsettiğim gibi KolayBi'



KolayBi



“Körfez ülkelerine açılma planımız var”

“Şu an için önceliğimiz Türkiye’de yer alan mevcut ve potansiyel müşterilerimizin işlerini büyütmelerine yardımcı olacak yeni ürün ve çözümler üreterek pazardaki payımızı güçlendirmek. Bu hedefimizi gerçekleştirme konusunda tatmin edici bir noktaya geldikten sonra özellikle bu doğrultuda önemli adımlar attığımız Körfez ülkelerine ve e-Fatura süreçlerine geçmesi planlanan diğer ülkelere açılmayı planlıyoruz. Ürünümüzün ölçeklenebilir bir altyapıda olması pazar analizi kuvvetli olan bir ekibimiz ile beraber iyi iş ortaklıkları ile yurtdışındaki pazarlarda da çok başarılı işler yapacağımıza inancımız tam.”

KOBİ’lerin tüm finansal ihtiyaçlarına çözüm bulabilecekleri bir platform olacak. Bunun için özellikle tüm ödeme ve alış/satış süreçlerini takip edebilecekleri ürünlerimizi geliştirmeye devam ediyoruz. Aynı zamanda çok yakında platformumuzun ulaşılabilirliğini artırmak için mobil uygulamamızı çıkaracağız. Bunun dışında Türkiye’deki mali müşavirlerimizin KolayBi kullanan mükelleflerimiz ile uyum içerisinde olmasını sağlayan portalımızı devreye alacağız. Avrupa Birliği’nde PSD2 diye anılan mevzuata yakın bir mevzuat çalışması Türkiye’de de yapıldı. 2021 yılında mevzuat gereği alacağımız lisans ile beraber finansal teknoloji dikeyinde yeni bir çok ürün ile ilgili çalışmalarımıza başladık.

QNB Finansbank ile yaptığınız işbirliği size nasıl geri dönüşler sağlıyor?

QNB Finansbank’ın KOBİ’leri geleceğe taşıyacak Dijital Köprü kampanyası ile e-Dönüşüm ürünlerini ücretsiz sunması ve bu

kampanya kapsamına bizi de dahil etmesi büyük bir şans oldu bizim için. Pilot sürecinde olduğumuz bu iş birliği şimdiden birçok KOBİ’nin KolayBi’ uygulaması içerisinde QNB eFinans entegratörü ile e-Fatura ve e-Arşiv fatura kesmesine imkan sağladı. Bu işbirliği ile birlikte mevcut çözümlerimizi çok daha geniş bir kitleye sunma imkanı buluyoruz. Bu kitlenin teknoloji okuryazarlığı oranının yüksek olması, kullanıcılarımızdan aldığımız değerli geri bildirimlerle ürünümüzü ve verdiğimiz hizmetleri geliştirmemiz konusunda bize çok yardımcı oluyor.

Sizce şirketler ‘dijital dönüşüm’ için neler yapmalı?

İlk önce neden dijital dönüşüme ihtiyaç duyabileceklerine bakmamız lazım. Artık firmalarımızın rakipleri sadece yurtiçinde değil yurtdışında da bulunuyor. Bu firmalar ile rekabet

sağlayabilmeleri için fiyat zaman maliyetlerinde tasarrufa gitmeleri gerekiyor. Özellikle hedef kitlemiz olan KOBİ’ler için konuşmak gerekirse dijital dönüşüm trendlerini yakalamaları çok önemli. Özellikle finans alanında eski usul yürütülen kağıt defter işleri şirketlere ciddi zaman/para yükü oluyor, yeni yılla birlikte yürürlüğe giren e-Fatura/e-Arşiv yönetmeliği ile birlikte belli bir cirosu olan şirketlerin zaten dijital dönüşümden kaçmaları mümkün değil. Tam bu noktada KolayBi’ online ön muhasebe programı olarak KOBİ’lerin işlerini kolaylaştırmak için devreye giriyor. Sadece finans için değil mevzuatlar ile beraber gelen dijital dönüşümle birlikte tüm şirketler yürüttükleri çoğu faaliyetlerini dijitale taşıyarak işlerini kolaylaştırıp, tasarruf ettikleri zaman/parayı şirketlerini büyütme için harcayabilirler.

UZMAN GÖRÜŞÜ

QNB eFinans Kanal Satış ve İş Ortakları Bölüm Müdürü

İLKE ALTIN



EFKS'DEN E-ARŞİVE GELİŞİM

Değerli Ekonomist Dergisi okuyucuları, e-Dönüşümde taşların oturmaya başladığı, kullanıcıların yeni tanıştığı bu elektronik uygulamaları daha yakından tanımaya başladığı bir döneme girdik. e-Fatura sistemlerinde teknik olarak anlık hata ve uyarılarla daha hızlı bir alışma süreci yaşanırken; kardeşi e-Arşiv sistemindeyse alışma süreci mükellefler açısından biraz daha yavaş ve karmaşık gelişebilmekte. Çünkü e-Arşiv sistemine dair sorulan soruların cevabı uzun araştırmalar sonucu tespit edilebiliyor. Bu sebeple bu sayıda, tümüyle e-Dönüşüme dahil olmayan vergi mükelleflerini ilgilendiren "30 bin TL – 5 bin TL sınırlı e-Arşiv" diye bahsedilen uygulamayı konu dışı tutmak şartıyla, e-Arşiv uygulamasından bahsetmek isterim.

Öncelikle en temel soru işaretinden başlamak gerekir. e-Arşiv nedir, faturaları "e-Arşivlemek" midir, hatta e-Defterleri "e-Arşivlemek" midir? Yıllar içinde sıkça duyduğum bu fiil, e-Arşiv uygulamasını tabii ki ifade etmiyor. e-Arşiv faturalarına farklı bir terim ile ifade edilse mükellef tarafından daha rahat anlaşılabilirdi ancak e-Arşiv uygulamasının yasal tarifi aslında amacı oldukça net ve doğru ortaya koymaktadır. e-Arşiv, e-Fatura alıcısı olmayan vergi mükelleflerinin veya vergi mükellefi olmayanların (tüketicilerin) fatura alıcısı olduğu hallerde, Gelir İdaresi Başkanlığı tarafından belirlenen standartlara uygun olarak faturaların elektronik ortamda oluşturulması,

elektronik ortamda muhafazası, ibrazı ve raporlamasını kapsayan bir uygulamadır. Ana tanımı bu olan uygulama muhafaza, ibraz ve raporlama gibi temel işlevler ile elektronik şekilde bu yapı altına girecek ödeme belgelerinin "Arşivlenmesidir". Satıcının bu noktadaki vergi mükellefiyeti yüzde yüz elektronik şekilde karşılanmaktadır.

E-ARŞİV'İN ATASI, EFKS

Aslen e-Arşiv dediğimiz süreç, yeni yüzyılın başlarında iyice artan depolarca matbu fatura maliyeti ve postalama maliyeti olan telekomünikasyon firmalarının başı çektiği bir grupça talep edilmişti. Hatta bu talep vesilesiyle günümüzdeki e-Defter sisteminin daha temel bir hali de bu talebin içeriğindedir. 11 Temmuz 2006 tarihli 26 bin 225 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan 361 Sıra No'lu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği ile Elektronik Fatura Kayıt Sistemi (EFKS) ile ilk resmî e-Arşiv sistemi oluştu. O yıllarda telekomünikasyon şirketleri bazen çevre korumaya dair ifadelerle bazen de hediye dakikalar ve SMS'lerle bizleri postadan fatura almamaya teşvik etmişti. Herhalde bu konuda bankaların kredi kartı ve hesap ekstrelerini elektronik posta ile iletmek üzere kredi kartı puan kampanyalarından etkilenmişlerdi. Sonuç olarak başarılı bir iletişim ile bir çok aboneyi ikna ettiler ama aslen kendi taraflarında bulunan depolarca belgeyi, yani "ikinci nüshaları" dijitalleştirerek büyük bir tasarruf sağlamışlardır.

Bu mükellefler 1 Nisan 2015 tarihinden itibaren e-Arşiv uygulamasına geçmiş, EFKS uygulaması ortadan kalkmıştır.

EFKS İSTEĞİNDEN E-ARŞİV'E

e-Fatura sisteminin canlıya geçtiği 1 Ekim 2014 ve sonrasındaki iki sene boyunca EFKS kullanımına hak kazanan firmalar tasarruflu şekilde malî operasyonlarını sürdürürken; e-Fatura ile tanışmamış firmalar hâlen kağıt fatura trafiğini yaşamakta ve EKFS gibi bir sistemin kendileri için de var olmasını istemekteydi. Özellikle tüketiciye yönelik iş yapan firmaların da var olan kağıt fatura süreçlerini azaltması ciddi bir gereklilik haline gelmişti. O dönemden aklımda kalan basit bir hesabı dünyaca ünlü bir spor ayakkabı markası çıkartmıştı. Matbaa, printer mürekkebi, muhasebe elemanının faturalamaya harcadığı mesai, kurye işlemleri derken düzeltme sürecini dahi ön görmeden bir yıllık kağıt fatura operasyonunda fatura başına 2.63 TL seviye hesaplamıştı. Faturaları bayi ziyaretlerinde elden götürdükleri için bu hesaba kargo maliyeti dahil etmemişlerdi. Hâlen bilindik bir e-Ticaret sitesi ise benzer adette yıllık kağıt faturayı ürünlerle ilettiğinden dolayı kargoyu göz ardı etse de bu tutarı 2.40 TL seviyesinde hesaplıyordu. Türk Ticaret Kanunu sebepli 10 yıl süreyle bu belgelerin saklanması maliyetini ve kargo ücretlerini anlaşmalı olsanız dahi eklediğinizde çıkan sonuç bazı firmalar için belki de fatura başına kârı eritecek kadar olabilir.

E-ARŞİV SADECE E-TİCARETÇİLERE DEĞİLDİR

30 Temmuz 2013 tarihli 28 bin 867 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan 433 Sıra No'lu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği ile duyurulan uygulama, 1

Ocak 2016'da başlatılmıştır. Uygulama kullanım zorunluluğu 2019'a kadar internet üzerinden mal ve hizmet satışı yapan ve 2014 yılı gelir tablosu brüt satış hasılatı 5 milyon TL ve üzeri olan mükellefler şeklinde tanımlanmıştır. İnternet üzerinden satış hususu yıllar içerisinde sürekli firmaların ve müşavirlerin farklı yorumlamalarına yol açmış olsa da bu yorum serbestisini sonlandıran durum yine VUK509 ile oluşmuştur. 19 Ekim 2019 tarihli ve 30 bin 923 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 509 Sıra No'lu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği'yle beraber e-Fatura kullanan tüm mükellefler e-Arşiv kullanmalı şartı oluşmuştur.

E-DEFTERE FAYDASI VAR

2019 Aralık ayındaki sayımda bahsettiğim üzere; e-Arşiv uygulamasına geçmenin sadece e-Defter uygulaması kullanan firmalar için de bazı faydalarını tekrar etmek isterim: e-Defterlerde e-Arşiv kullanıcıları için e-Arşiv rapor numaralarını belirterek icmal imkanı www.edefter.gov.tr adresinde 16 Nisan 2015 tarihli bir duyuru ile getirilmiştir. 19 Ekim 2019 tarihli Resmi Gazete'de yer alan 3 Sıra No'lu Elektronik Defter Genel Tebliği'ne göre; denetim unsurlarından ötürü, ilk e-Defterlerini 2-3 ay içinde yapacak olan firmaların muhasebe ve bilgi işlem birimleri, e-Arşiv uygulamasını kullanmaları halinde bu alandaki satır azaltıcı dolayısıyla veri alanını küçülten fırsatları da değerlendirebilir.





MALİ YÜKÜMLÜLÜKLER TAKVİMİ

10 Şubat Pazartesi

- 16-31 Ocak 2020 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

11 Şubat Salı

- 16-31 Ocak 2020 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödemesi

17 Şubat Pazartesi

- 2019 IV. Geçici Vergi Dönemine (Ekim-Kasım-Aralık) Ait Gelir Geçici Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- 2019 IV. Geçici Vergi Dönemine (Ekim-Kasım-Aralık) Ait Kurum Geçici Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Ocak 2020 Dönemine Ait Alkollü İçecekler, Alkolsüz İçecekler, Tütün Mamulleri ve Makaronlara İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Ocak 2020 Dönemine Ait Dayanıklı Tüketim ve Diğer Mallara İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Ocak 2020 Dönemine Ait Motorlu Taşıt Araçlarına İlişkin Özel Tüketim Vergisinin (Tescile Tabi Olmayanlar) Beyanı ve Ödemesi
- Ocak 2020 Dönemine Ait Özel İletişim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Ocak 2020 Dönemine Ait Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Ocak 2020 Dönemine Ait Kaynak Kullanımını Destekleme Fonu Kesintisi Bildirimi ve Ödemesi
- Ocak 2020 Dönemine Ait Ticaret Sicili Harçları Bildirimi Verilmesi ve Ödemesi

20 Şubat Perşembe

- Ocak 2020 Dönemine Ait Şans Oyunları Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Ocak 2020 Dönemine Ait 5602 Sayılı Kanunda Tanımlanan Şans Oyunlarıyla İlgili Veraset ve İntikal Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Ocak 2020 Dönemine Ait İlan ve Reklam Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Ocak 2020 Dönemine Ait Müşterek Bahislere İlişkin Eğlence Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ile Diğer Eğlence Vergilerine İlişkin Eğlence Vergisinin Ödemesi
- Ocak 2020 Dönemine Ait Elektrik ve Havagazı Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Ocak 2020 Dönemine Ait Yangın Sigortası Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

24 Şubat Pazartesi

- Ocak 2020 Dönemine Ait Geri Kazanım Katılım Payı Beyannamesinin Verilmesi

25 Şubat Salı

- 1-15 Şubat 2020 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- 1-15 Şubat 2020 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödemesi

26 Şubat Salı

- Ocak 2020 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Ocak 2020 Dönemine Ait GVK 94. Madde ile KVK 15. ve 30. Maddelerine Göre Yapılan Tevkifatların Muhtasar ve Prim Hizmet Beyannamesi ile Beyanı ve Ödemesi
- Ocak 2020 Dönemine Ait İstihkaktan Kesinti Suretiyle Tahsil Edilen Damga Vergisi ile Sürekli Mükellefiyeti Bulunanlar İçin Makbuz Karşılığı Ödenmesi Gereken Damga Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

2 Mart Pazartesi

- Ocak 2020 Dönemine Ait Turizm Payının Beyanı ve Ödemesi
- Ocak 2020 Dönemine Ait Haberleşme Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Ocak 2020 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Alımlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Ba)
- Ocak 2020 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Satışlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Bs)
- Ocak 2020 Dönemine Ait Geri Kazanım Katılım Payının Ödemesi
- Diğer Ücretlerin Gelir Vergisinin İdarece Tarhı ve 1. Taksit Ödemesi
- Basit Usulde Vergilendirilen Mükelleflerin 2019 Yılına İlişkin Gelir Vergisi Beyanı ve 1. Taksit Ödemesi

Komodo Ulusal Parkı, Endonezya

Asıl şimdi uçacaksınız.

Miles&Smiles QNB Finansbank kartınız varsa bekleyerek zaman kaybetmezsiniz. Milleriniz hızla birikir, hemen uçarsınız.



Başvuru için
MİL TCKN yazın
2273'e gönderin.

milesandsmilesqnbfinansbank.com



 **TURKISH AIRLINES**
Miles&Smiles

e-Dönüşüm'ün ÖNCÜSÜ: QNB eFinans

CIO Applications tarafından Avrupa'daki e-Fatura sağlayıcıları arasında ilk 10 şirketten biri seçilen QNB eFinans; yenilikçi, güvenilir ve pratik e-Dönüşüm ürünleriyle ihtiyaçlarınıza uygun çözümler sunuyor, hayatınızı kolaylaştırıyor.

