KOBİ AKTÜEL

MAYIS 2021 • Fiyat: 15 TL
www.kobiaktuel.com.tr

AYLIK İŞ DÜNYASI VE EKONOMİ DERGİSİ

ISSN 2147-9852

kobiaktuel

VODAFONE TÜRKİYE YÜZDE 100 YENİLENEBİLİR ENERJİ HEDEFİNE ULAŞTI

SAĞLIK TURİZMİNDE MARKA OLMAK

BAHAR **EMLAK PİYASASINI CANLANDIRDI**

SİBER GÜVENLİK SİGORTASI NEDEN ZORUNLU OLMALI?

ŞEKERBANK'TAN ÇALIŞTIKÇA FAİZİ İNEN KREDİ

İKİNCİ ELDE EN ÇOK TALEP EDİLEN **10 OTOMOBİL**

MARKA SADAKATİNİN GÜCÜ



ERKA GRUBU CEO'SU SERHAT KAHRAMAN

"SEYAHAT SEKTÖRÜNDEN BİR UNICORN ÇIKARACAĞIZ"



Türk Ticaret Kanunu "Her tacirin, ticaretine ait bütün faaliyetlerinde **basiretli bir iş adamı** gibi hareket etmesi gerekir" diye emreder.

Faaliyetleri sırasında öngörülebilir risklerini, ödenebilir primlerle sigorta güvencesi altına alarak, işletmesini, istihdamı, vergi gelirlerini ve ekonomiyi sürdürülebilir kılmak **basiretli bir tacirin** önde gelen **yasal görevidir.**

Risklere karşı basiretli tacir olmanın gereği Quick Sigorta **Basiretli Tacir İş Yeri Sigortası.**

Quick'le özeniniz tam, içiniz rahat.

QUICK YARDIM
0850 755 1 755

www.quicksigorta.com

QUICK SİGORTA

Lenovo, işletmeler için Windows 10 Pro'yu öneriyor.

Lenovo ThinkPad X1 Serisi İş Bilgisayarlarını Keşfedin!

Lenovo



intel CORE i7

Intel® Core™ i7 işlemci

Windows 10

Daha fazla bilgi için
lenovo.com.tr adresini ziyaret edin.

LenovoTurkiye

Windows 10 Pro cihazlarıyla öne çıkın



İşletmeler yeni nesil çözümler ile büyümeye devam ediyorlar

Son yıllarda dijitalleşmenin hız kazanması ile birçok sektörde yeni hizmetler ortaya çıktı. Bunlardan biri kurumsal seyahat sektöründe görüldü. Bizigo'nun yapay zekâ odaklı teknolojisinin sunduğu özgün çözümlerle kurumsal seyahatler dijitalleşiyor. Biz de bu ay Portre bölümümüzde Bizigo'yu hayata geçiren Erka Grubu CEO'su Serhat Kahraman ile gerçekleştirdiğimiz söyleşiye yer veriyoruz. Kurumsal seyahati, kişiye özel bir deneyim hâline getirdiklerini belirten Kahraman, Bizigo'nun markalaşma sürecini ve şirketin gelecek planlarını Portre sayfalarımızda anlatıyor.

Tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 salgını nedeniyle birçok sektörde olduğu gibi bilişim sektöründe de büyük bir değişim ve dönüşüm yaşanmaya devam ediyor. Bu sektörde faaliyet gösteren şirketler, işletmelere sundukları yapay zekâ, nesnelerin interneti, chatbot, temassız işlem yapma kolaylığı gibi yeni nesil çözümlerle öne çıkıyorlar. Şirketlerin sağladıkları çözümleri ve bu yılki hedeflerini Bilişim dosyamızda mercek altına alıyoruz.

Pandemide uzaktan çalışma ve uzaktan eğitim sistemine geçilmesi ile dijitalleşme de hız kazandı; ancak bu durum siber saldırıların artmasına ve siber güvenliğin öneminin bir kez daha anlaşılmasına neden oldu. Özellikle KOBİ'lerin, siber risklerin büyüklüğü konusunda farkındalık kazanmaları ve önlem almaları gerekiyor. Yapılan araştırmalarda, piyasadaki şirketlerin yüzde 75'inin siber risk poliçesine sahip olmadığının ortaya çıktığını kaydeden Aksigorta Genel Müdür Yardımcısı Fahri Altıngöz, işletmelerin siber güvenlik sigortasına sahip olmalarının önemini Siber Güvenlik sayfalarımızda anlatıyor.

Bahar mevsiminin gelmesi ve yaz sezonunun yaklaşması ile Türkiye genelinde hizmet veren oteller, gerekli pandemi önlemlerini alarak yeni sezona hazırlanıyorlar. Bu dönemde oteller, dijital teknolojilere yatırımlarını artırmaya ve hizmetlerini genişletmeye devam ediyorlar. Otellerin aldıkları önlemlere ve sundukları ayrıcalıklı hizmetlere Turizm sayfalarımızda yer veriyoruz.

Bunların yanı sıra yazarlarımızın makalelerini; en güncel otomotiv, teknoloji, moda ve kültür-sanat haberlerini de sayfalarımızda okuyabilirsiniz.

Gelecek sayımızda buluşmak dileğiyle...

Esen Kalın

Nihan Makaskesen

KOBİ AKTÜEL

TN İSTANBUL MEDYA REKLAM TURİZM TİCARET LTD. ŞTİ. adına

İmtiyaz Sahibi ve Sorumlu Yazı İşleri Müdürü:
Eymen Tuğba Aloğlu

Genel Yayın Yönetmeni:
Nurullah Aloğlu

Editör:
Nihan Makaskesen

Görsel Yönetmen:
Ferhat Gedik

Reklam Koordinatörü:
Tuğba Duman

Reklam Satış Yönetmeni:
Kerem Çetin

Finans Direktörü:
Tünal Demirkaya
muhasebe@kobiaktuel.com

Reklam Rezervasyon:
reklam@kobiaktuel.com
0212 247 11 79

Abone:
abone@kobiaktuel.com

Yönetim Yeri:
Ergenekon Cad. No:31 D:6
Şişli/İstanbul
Tel: 0212 247 11 79

www.kobiaktuel.com.tr
info@kobiaktuel.com

Yayın Türü: Yerel süreli aylık

Yazarlar:
Dr. Öğr. Üyesi Ayşegül Ak
Dr. Serap Erdem
Prof. Dr. Feride Bahar Işın
Uzm. Dt. Alper İlker
Uzm. Dt. Ender İlker
Dr. Öğr. Üyesi Rahmi İncekara
Öğr. Gör. Özgenur Reyhan Güler
Marka ve Dijital Pazarlama Danışmanı Serap Öcal
Marka ve Pazarlama Yönetim Danışmanı Nagihan Ünüvar
Prof. Dr. Hakkı Okan Yeloğlu

KOBİ Aktüel Dergisi, TN İstanbul Medya Reklam Turizm Ticaret Ltd. Şti. tarafından T.C. yasalarına uygun olarak yayımlanmaktadır. Dergide yayımlanan yazı, fotoğraf, harita, illüstrasyon ve konuların her hakkı saklıdır. İzinsiz, kaynak gösterilerek dahi alıntı yapılamaz.

GÜNEŞLİ GÜNLERE İŞ'LE BAŞLAYIN

Çatınıza kuracağınız
Güneş Enerjisi Santralinizi
BİZ finanse edelim,
kendi GES'inize elektrik faturası
öder gibi sahip olun.



İŞ LEASING

www.isleasing.com.tr | 0 (212) 350 74 00

KOBİ Aktüel'de Bu Ay

28 PORTRE
Erka Grubu CEO'su Serhat Kahraman:
"Seyahat sektöründen bir unicorn çıkaracağız"

BAŞLARKEN

6 BRIFING
Yeni nesil dijital eğitim pazaryeri Crowia açıldı

10 BANKA
Şekerbank'tan çalıştıkça faizi inen kredi

22 İHRACAT
EİB'den 190 ülke ve bölgeye ihracat

ÖNE ÇIKANLAR

38 MAKALE
Özgenur Reyhan Güler yazdı: Avantajları maksimize etmek: Niş pazarlama

48 DOSYA: BİLİŞİM
İşletmelere yeni nesil çözümler

58 BULUT BİLİŞİM
Bulut tabanlı oyun gelişiminde veri merkezlerinin önemi

65 ENERJİ
Dünyada ve Türkiye'deki şehirlerde yenilenebilir enerji kullanımı

66 KONUT
Bahar emlak piyasasını canlandırdı

74 SİBER GÜVENLİK
Siber saldırıların yüzde 90'ı kimlik avı ile başlıyor

77 LOJİSTİK
Tehlikeli madde lojistiğinde güvenliğin temel taşı: ADR

80 OTOMOTİV
Segmentinde fark yaratacak Hyundai Elantra şimdi Türkiye'de

88 TURİZM
Mett Hotels & Resorts Bodrum'da açılıyor

93 TEKNOLOJİ
Oppo Reno5 beğeniye sunuldu













Vodafone'dan KOBİ'lerimize davet



Vodafone olarak, KOBİ'lere yönelik başlattığımız yerli alım seferberliğini 6 yıldır kararlılıkla sürdürüyoruz. Yatırımlarımızda tedarik zincirimize katılabilecek KOBİ'lerle etkin iletişim kurmaya ve iş birliği yapmaya devam ediyoruz. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) iş birliğiyle geçmişte düzenlediğimiz "Teknolojide Yerli Üretim ve KOBİ'lerin Gücü" etkinliğimizde de söz verdiğimiz gibi, Vodafone olarak, tedarikçimiz olma potansiyeline sahip KOBİ'lerimizle görüşmelerimizi sürdürüyoruz.

Yerli teknoloji ekosisteminde KOBİ niteliğini haiz firmalardan başta yazılım olmak üzere farklı altyapı bileşenlerini üretebilecek kapasiteye ihtiyaç var. Bu kapsamda sizlerle potansiyel iş birliği alanlarımız olabileceğine inanıyor ve şirketimiz ile firmanız arasındaki potansiyel iş birliği fırsatlarını değerlendirmek üzere çağrıda bulunuyoruz.

Nasıl başvuru yapılır?

Türkiye'de KOBİ, 250 kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri 125.000.000 TL'yi aşmayan ekonomik girişimlerdir. Vodafone 4.5G yatırımları için KOBİ'lerin bu iki maddeye ek olarak firmanın ürün/sistem geliştiriyor olduğunu da göstermesi gereklidir.

Talebiniz olması halinde, Vodafone Türkiye'nin satın alma ihtiyaçları hakkında bilgi vermek ve firmanızın buna uygun üretim yapılabilmesi konusundaki potansiyel fırsatları görüşebilmek amacıyla şirketimizin ilgili ekipleri ile görüşmeler yapmayı planlıyoruz.

Talebinizi yandaki konuları içeren bilgi ve belgeler ile **yerlikobi.tr@vodafone.com** e-posta adresine göndermenizi rica ediyoruz.

Şirketiniz, "Türkiye'de ürün ve sistem geliştirmek üzere kurulmuş" KOBİ niteliğinde bir firma mıdır?
(Cevabınız EVET ise aşağıda belirtilen 2 belgeyi tarafımıza iletiniz.)

- Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı'ndan alınan ilgili dönem itibarıyla KOBİ olduğunuzu gösterir belge.
- Firmanızın Ticaret Sicil Gazetesi "Amaç ve Konu" kısmında "ürün veya sistem geliştirmek, yazılım yapmak, yazılım geliştirmek, tasarım yapmak, araştırma-geliştirme faaliyetlerini yürütmek" vb. ifadelerin yer aldığı belge.

Şirketinizin ürettiği ürünlerin Yerli Malı Belgesi bulunuyor mu?
(Cevabınız EVET ise ürünlerinizin Yerli Malı Belgesi'ni tarafımıza iletiniz.)

Türkiye'de üretiminiz var mı?
(Cevabınız EVET ise ürünün menşeine ilişkin ilgili kurum ve/veya kuruluşlardan alınmış belgeleri tarafımıza iletiniz.)

- Örnek belgeler: Kapasite raporu, faydalı model bilgisi, patent belgesi, TUBİTAK Proje Destek Yazısı, üniversitelerin ilgili bölümlerinden proje onay belgesi, üniversitelerin AR-GE alanlarında faaliyet göstermek için onay/uygunluk belgesi vb.

Ürünlerinizi tanıtan broşür, sunum, web linki var mı?
(Cevabınız EVET ise ilgili bilgileri tarafımıza iletiniz.)

Firmanın Türkiye'de ürün/sistem geliştiriyor olduğunu gösterir örnek belgeler nelerdir?
Mevcutta üretimi ve satışı yapılan ürünler
Faydalı Model Belgesi
Patent Belgesi
TÜBİTAK Proje Destek Yazısı
Üniversitelerin ilgili bölümlerinden proje onay belgesi
Üniversitelerin Ar-Ge alanlarında faaliyet göstermek için onay/uygunluk belgesi (Teknokent, Teknopark vb.)

Yerli Malı Belgesi için şartlar nelerdir?
Bakanlık tarafından düzenlenen Sanayi Sicil Belgesi'ne sahip sanayi işletmeleri tarafından üretilmesi ve Sanayi Sicil Belgesi'ndeki "Üretim Konusu" içeriğinde yer alması.
Tamamen Türkiye'de üretilen veya elde edilen ürünler ile üretim sürecinin önemli aşamalarının ve ekonomik yönden gerekli görülen en son esaslı işçilik ve eylemin Türkiye'de yapılmış olması.
Ürünün yerli katkı oranının en az %51 olması gerekmektedir.

TSE Belgesi, İmalatçı Belgesi, Sanayi Sicil Belgesi, Yerli Üretim Belgesi gibi belgeler Yerli Malı Belgesi yerine geçmeyip kabul edilmemektedir.

Talep ve bilgi için:
yerlikobi.tr@vodafone.com

Birlikte mümkün
vodafone

Yeni nesil dijital eğitim pazaryeri Crowia açıldı

Etkinlik, eğitim ve danışmanlık hizmetlerinin interaktif şekilde gerçekleşmesine imkân tanıyan yeni nesil dijital eğitim platformu Crowia, hizmete açıldı. Kullanıcıların arama motorlarında ya da birbirinden farklı platformlarda aradığı etkinlik, eğitim ve danışmanlık ihtiyacını tek bir platformda sunan Crowia, kullanıcılara Türkiye'nin her yerinden dilediği uzmanla yüzde 100 canlı görüşme imkânı sağlıyor. Tüm alanlardaki uzmanları tek bir platformda bir araya getiren Crowia, 300'ün üzerindeki kategorisiyle hem bireylerin hem kurumların ihtiyaçlarına yanıt veriyor. 150'nin üzerinde iş ortağı, bu iş ortaklarına bağlı birbirinden farklı alanlarda 500'e yakın uzmanın Crowia'ya dahil olduğunun altını çizen Crowia Kurucusu Adnan Hacıbebekoğlu, "Açılışımızdan sonraki ilk ay platforma 250 bin civarında ziyaretçi gelmesini bekliyoruz. Bu rakamın birkaç ay içinde aylık 1 milyon ziyaretçi seviyesine ulaşmasını hedefliyoruz. Bir yıl içerisinde de 5 binden fazla uzmanın ve milyonlarca kullanıcının web sitemizde yer alacağını öngörüyoruz. Türkiye'deki çalışmalar devam ederken bir yandan yurt dışı hedef pazarları araştırıyor, 2021 yılında ilk yurt dışı pazar deneyimine başlamayı planlıyoruz" diyor.





Epson, sera gazını 2 milyon ton azaltacak

Global teknoloji liderlerinden Epson, Çevre Vizyonu 2050'yi yenilediğini duyurdu. Buna göre 2050'ye kadar salınandan daha fazla karbonu atmosferden çekerek 'karbon negatif' şirket olacak ve yeraltı kaynaklarından bağımsız hâle gelecek. Epson 25 Renewed kurumsal vizyonu doğrultusunda şirket, önümüzdeki 10 yıl içinde karbonsuzlaştırma, kaynak geri dönüşümü ve çevresel teknoloji geliştirmeye 100 milyar yen harcamayı ve yatırım yapmayı planlıyor. Bu çabaların, şirketin tedarik zincirindeki sera gazı emisyonlarını 2 milyon tondan fazla azaltması bekleniyor. Bu yatırımın dışında Epson, yönetim kaynaklarını, müşterilerin çevresel etkilerini azaltan ürün ve hizmetler geliştirmeye yoğunlaştıracak. Ayrıca Epson, dünya çapındaki grup tesislerinin tümünün elektrik ihtiyaçlarını 2023 yılına kadar yüzde 100 yenilenebilir enerji kaynaklarından karşılamaya karar verdi.

Otokar ilk çeyrekte cirosunu yüzde 91 artırdı

Koç Topluluğu şirketlerinden Otokar, 2021 ilk üç ay finansal sonuçlarını açıkladı. Pandeminin etkilerine rağmen 2020 yılında önemli ihracat anlaşmalarına imza atan şirket, ilk çeyrekte cirosunu yüzde 91 artırarak 877 milyon TL'lik bir ciro elde etti. Global bir marka olma hedefi ile çalışmalarının devam ettiğini belirten Genel Müdür Serdar Görgüç, yılın ilk çeyreğinde üretim adetlerini önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 32 artırdıklarını ifade ediyor. Görgüç, iç pazar ve ihracat çalışmalarıyla ilgili olarak şunları söylüyor: "12 yıldır Türkiye'nin en çok tercih edilen otobüs markasıyız. Geçen yıl iç pazardaki en büyük otobüs alım ihalesini kazandık ve İzmir Büyükşehir Belediyesi'ne bağlı ESHOT'a otobüs teslimatlarına başladık. İptal edilen fuarlar ve seyahat engellerine rağmen hedef pazarlarımızla iletişimimizi ve ilişkilerimizi sürdürdük. Kullanıcılarımızın ihtiyaçlarını doğru yorumlayıp özel çözümler sunmaya devam ettik. Araçlarımızda uyguladığımız yenilikçi çözümlerimiz ve yaklaşımımızla ihracat başarılarımıza yenilerini ekledik ve ilk çeyrekte ihracatımızı geçtiğimiz yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 44 artırarak 69 milyon dolar düzeyine çıkardık. Önümüzdeki dönemde, ticari araçlarda yurt içindeki güçlü pazar pozisyonumuzu koruyarak, ihracata odaklanmaya devam edeceğiz."




DenizFilo
DENİZFİLO İLE
İŞLER YOLUNDA!
Şirket aracı kiralarken Türkiye'nin her yerine
acil destek, çekici imkânı, yol yardımı ve
çok daha fazlası DenizFilo'da.
Ayrıntılı bilgi ve başvurularınız için www.denizfilo.com.tr'ye girebilir ya da
(0212) 337 44 55 no'lu destek hattımızdan 7/24 kesintisiz hizmet alabilirsiniz.
DenizLeasing



Anadolu Hayat Emeklilik'in aktif büyüklüğü 36 milyar TL'ye yaklaştı

Anadolu Hayat Emeklilik, 2021 yılı ilk çeyrek finansal sonuçlarını açıkladı. Şirket, geçen yılın aynı dönemine göre aktif büyüklüğünü yüzde 29,5 oranında artırdı. Konuyla ilgili değerlendirmede bulunan Anadolu Hayat Emeklilik Genel Müdürü Yılmaz Ertürk, "Salgının günlük hayat ve ekonomi üzerindeki etkilerinin devam ettiği, finansal piyasalarda önemli dalgalanmaların yaşandığı yılın ilk üç aylık döneminde istikrarlı büyümemizi sürdürdük. Aktif büyüklüğümüz 35,6 milyar TL'yi aşarken, özkaynaklarımız 1,3 milyar TL'ye yaklaştı. Net kârımız 132,9 milyon TL düzeyinde gerçekleşti" diyor. Müşterilerin hayatını kolaylaştıran çözümler üretmenin şirketin öncelikli hedefleri arasında olduğunu kaydeden Ertürk, sözlerini şöyle tamamlıyor: "Bu dönemde de dijital kanallardaki çalışmalarımızı kesintisiz olarak sürdürdük. Bireysel emeklilik katılımcılarımızın birikimlerinin, kendilerine en uygun fonlarda değerlendirilmesini hedefleyen robot fon danışmanlığı hizmetimiz FonMatik ROBO, büyümeye devam etti. Katılımcı sayısı 50 bini, fon büyüklüğü 2,1 milyar TL'yi aştı."

TAV ilk çeyrekte 60,6 milyon euro ciro elde etti

TAV Havalimanları yılın ilk üç ayına ilişkin finansal sonuçları açıkladı. Bu dönemde 60,6 milyon euro ciro elde eden şirket; pandemi nedeniyle getirilen uçuş kısıtlamaları sonucunda yılın ilk üç ayında iç hatlarda 3,3 milyon, dış hatlarda 1,1 milyon yolcuya hizmet verdi. TAV Havalimanları İcra Kurulu Başkanı Sani Şener, "2021'in ilk çeyreğinde yolcu trafiğimiz pandemi kaynaklı uçuş kısıtlamalarından etkilenmeye devam etti; ancak ilk çeyreğin, dış hat yolcusu mevsimselliği açısından en zayıf çeyrek olduğunu da burada eklememiz gerekir. Mevsimselliği oldukça düşük olan iç hat trafiği ise dış hattan çok daha hızlı bir şekilde toparlanmaya devam ediyor. 2021 Mart ayı itibarıyla iç hat trafiğinde 2019 yolcusunun yüzde 46'sı seviyesine kadar ulaştık" diyor. Yolcuda yaşanan bu azalma nedeniyle 2020 yılında hızlıca maliyet düşürücü önlemler aldıklarını belirten Şener, "Faaliyet giderlerimizde önemli düşüşler elde ettik. Maliyet düşürücü önlemlerimizin devam ettiği 2021 yılının ilk çeyreğinde aylık faaliyet giderlerimiz 21.4 milyon euro olarak 2020'nin dördüncü çeyreğinden yüzde 4 daha aşağıda gerçekleşti" ifadelerinde bulunuyor.



TürkTraktör yepyeni bir traktörünün daha ihracatına başladı

TürkTraktör, Avrupa'da uygulamaya geçen Faz V emisyon standartları düzenlemesine uygun traktörlerine yenilerini eklemeyi sürdürüyor. New Holland T3F, TürkTraktör Ar-Ge mühendisleri tarafından geliştirilerek üretilen yeni nesil çevreci motorlarla ve yerli üretim damgasıyla Avrupa pazarına sunulmaya başlandı. TürkTraktör Genel Müdürü Aykut Özüner, New Holland T3F'nin, Türkiye'nin küresel standartlardaki beklenti ve ihtiyaçları karşılayabilen mühendislik kabiliyetlerinde eriştiği noktanın bir göstergesi olduğunu belirtiyor. Özüner, büyük bir çoğunluğu yerli tedarikçiler tarafından sağlanan parçalarla Türkiye'de üretilen New Holland T3F ile bir kez daha global pazarlara dünya standartlarında ürünler sunabildiklerini kanıtladıklarını aktarıyor. Nisan 2021 itibarıyla başta Hollanda, Belçika, İtalya ve İspanya olmak üzere farklı AB ülkelerine ihraç edilmeye başlanan New Holland T3F; kompakt traktör tercih eden, bahçecilik ve seracılıkla üretim yapan Avrupalı çiftçilerin beğenisine sunuldu.



Büyük düşün, kiralayarak kazan!

Yeşil enerjiye ve çatılarınıza yatırım yapma zamanının geldiğini düşünüyorsanız QNB Finansleasing'e gelin, gerekli ekipmanı sizin için biz alalım, siz de elektrik faturası öder gibi leasing taksiti ödeyerek çatı üstü güneş enerjisi sisteminin sahibi olun.



QNB FINANSLEASING

0850 222 77 00 qnbfl.com

Akbank sendikasyonunu yüzde 100'ün üzerinde yeniledi



Akbank, yenilediği sendikasyon kredisi ile Türkiye ekonomisine 675 milyon doların üstünde destek sağladı. Konuyla ilgili açıklamalarda bulunan Genel Müdür Hakan Binbaşgil, "Kredimize bankalardan 792 milyon dolar tutarında bir talep geldi. Gelen bu güçlü talep sonrası sendikasyon tutarımızı hedeflediğimizin üzerinde, 675 milyon doların üstünde yeniledik. Böylece yenileme oranımız yüzde 107 olarak gerçekleşti. Bankamız sendikasyonunu 18 ülkeden 35 bankanın katılımıyla başarıyla yeniledi" dedi. Sendikasyona sürdürülebilirlik (ESG) performans kriterleri eklediklerini belirten Binbaşgil, "Sendikasyon kredimize üç sürdürülebilirlik performans kriteri (ESG KPI'ları) ekleyerek yurt dışı borçlanmamızı da bu stratejimize uyumlu hâle getirdik. Sırasıyla cinsiyet eşitliği, yeni kömür santrali projelerini kredilendirmeme ve bankamızın elektrik tedarikinin yenilenebilir kaynaklardan sağlanmasından oluşan bu performans kriterlerine belirlenen test dönemlerinde ulaşılması durumunda, sendikasyon kredimizin maliyetlerinde iyileştirme olacaktır. Sürdürülebilir finansmana dayalı borçlanma işlemlerinin toplam borçlanma içindeki payını 2021 yılsonunda yüzde 30'a çıkarmayı hedefliyoruz" dedi.

Şekerbank'tan çalıştıkça faizi inen kredi

Şekerbank, esnaf, işletme ve KOBİ müşterilerinin acil nakit ihtiyaçlarını, faiz indirimi sağlayan ürünü Üreten Kredi ile karşılıyor. Üreten Kredi'de, esnaf, işletme ve KOBİ'lerin bakiyesi günlük olarak takip edilen vadesiz mevduat hesaplarında bulundurdukları tutar arttıkça, o güne özel uygulanan faiz oranı da düşüyor. Her gün değişebilen faiz oranı, kullanılan kredi miktarının, müşterinin belirlenen ürünlerde banka ile çalışma hacmine olan oranına bakılarak belirleniyor. Şekerbank KOBİ, Perakende ve Tarım Bankacılığı Genel Müdür Yardımcısı Tuğbay Kumoğlu, her üç aylık dönem sonunda faizi tahsil edilen Üreten Kredi'ye ilişkin şunları söyledi: "Şekerbank olarak, içinde bulunduğumuz salgın döneminde ticari faaliyetlerini sürdüren esnaf, KOBİ ve işletmelerin yanında olmaya aralıksız devam ediyoruz. Bu süreçte, nakit akışında dalgalanma yaşayan müşterilere, çalışma hacimlerine bağlı olarak faiz oranında alacakları indirimi belirleme fırsatı sunuyor, Üreten Kredi ile düşük faizle kredi fırsatı yaratıyoruz."





Garanti BBVA'dan bayram kredisi

Garanti BBVA, Ramazan Bayramı öncesi artan ihtiyaçların hızlı ve kolayca karşılanabilmesi amacıyla, Bayram Kredisi kampanyası başlattı. Garanti BBVA müşterileri, ihtiyaçların daha da arttığı bu dönemde kredi işlemlerini şubeye gitmeden bankanın Anında Kredi Hattı ve dijital bankacılık kanalları üzerinden gerçekleştirebiliyorlar. Bayram kredisi hakkında bilgi veren Garanti BBVA Genel Müdür Yardımcısı Mahmut Akten, "Salgından kaynaklı olarak evden çıkmadan dijital kanallar üzerinden işlem yapmak isteyen tüketiciler, tüm ihtiyaçlarına hızlı ve kolay şekilde ulaşmak istiyorlar. Garanti BBVA olarak, bu beklentiden yola çıkarak yaklaşan Ramazan Bayramı sebebiyle müşterilerimizin ihtiyaçlarına şubeye gitmeye gerek kalmadan, evlerinin konforunda çözüm sağlamaya devam ediyoruz. Kredi başvurusu yapmak ve onaylanan kredisini hesabına aktarmak isteyen müşterilerimize güvenli, hızlı ve kolayca yardımcı oluyoruz" dedi.

ONLINE ALIŞVERİŞ KOLAYLIĞIYLA
TÜM İHTİYAÇLARINIZ KAPINIZDA!



MultiNet anlaşmalı restoran ve marketlerden online sipariş verin, bakiyelerinizi dilediğiniz gibi kullanırken temassız ve kolay ödeyin.

MOPAS · PEYNİRCİ BABA · Kaya Kahvaltı · MEAL BOX · 90-fit · KÖFTECİ YUSUF · filicha.com



multinet



Aras Kargo

Aras Kargo'nun Operasyon Genel Müdür Yardımcılığı görevine Cem Oğuz getirildi. Ankara Üniversitesi Mülkiye mezunu olan Oğuz, kariyerine Ziraat Bankası'nda Stratejik Planlama Uzmanı olarak başladı. IBM'de İş Dönüşümü Kıdemli Danışmanı, Türk Telekom'da İş Verimliliği ve Değişim Yönetimi Müdürü olarak çalıştıktan sonra Aras Kargo'nun Operasyonel Planlama Müdürü olarak atanan Oğuz, daha sonra yine sektörde farklı bir firmada Planlama ve İş Direktörü olarak kariyerine devam etti.

Beymen Grup

Beymen Grup çatısı altında faaliyet gösteren Ay Marka'nın yeni Genel Müdürü BarışTezmen oldu. Tezmen, Ay Marka bünyesinde yer alan Türk perakendesinin en önde gelen markalarında Network ve Divarese'e liderlik edecek. Koç Üniversitesi İşletme Bölümü mezunu olan Tezmen, Boğaziçi Üniversitesi'nde Ekonomi ve Finans yüksek lisansı yaptı. Kariyer hayatına PwC'de Kıdemli Denetmen olarak başlayan Tezmen, bu görevini takiben Turkcell'de Finansal Kontrol ve Raporlama alanında çalıştı. 2003-2012 yılları arasında Yargıcı Finans departmanında CFO görevini üstlenen Tezmen, 2012 yılından günümüze kadar ise Yargıcı Genel Müdürü olarak görev yaptı.





Flormar

Flormar'ın yeni CCO'su (Chief Commercial Officer) Sinem Tarhan oldu. 1996 yılında Bilkent Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü'nde lisan eğitimini tamamlayan Tarhan, kariyerine aynı yıl Kraft Jacobs'da Zincir Mağazalar Satış Sorumlusu olarak başladı; Satış Geliştirme Uzmanı ve Zincir Mağazalar Yöneticisi olarak devam etti. FMCG ve perakende şirketlerinde 24 yıldan fazla çoklu sektör deneyimi bulunan Tarhan; 2017 yılında Coty Kozmetik Şirketi'ne Ülke Genel Müdürü olarak başladı. Tarhan, yeni görevinde liderliğini yapacağı Flormar satış ekibi ile birlikte perakende mağazacılık, parfümeri, market, toptan ve e-ticaret kanallarındaki ticari faaliyetleri yürüterek Flormar'ın büyüme yolculuğuna önemli katkılarda bulunacak.

Castrol Türkiye

Ayhan Köksal, Castrol Türkiye, Ukrayna ve Orta Asya Direktörlüğü görevine getirildi. Castrol Türkiye ekibine 2005 yılında Ticari ve Endüstriyel Satışlar Bölge Satış Müdürü olarak katılan Köksal, 2018 yılından bu yana Castrol Türkiye İndirekt Satışlar Müdürü olarak görev yapıyordu. Kariyeri boyunca Castrol ve bp'de Satış ve Pazarlama departmanlarında çeşitli pozisyonlarda görev yapan Köksal, 2009 yılında Distribütör Bölge Satış Müdürü, 2010 yılında Ticari Araç Yağları Pazarlama Müdürü, 2011 ile 2014 yılları arasında bp Gaz Otogaz Satış Müdürü, 2015 ile 2018 yılları arasında ise Orta Asya Pazarları Satış Müdürü görevlerinde bulundu. Lisans eğitimini Boğaziçi Üniversitesi Endüstri Mühendisliği Bölümü'nde tamamlayan Köksal'ın, Yeditepe Üniversitesi'nden Pazarlama Yönetimi alanında yüksek lisans derecesi var.





Samsung Electronics Türkiye

Samsung Electronics Türkiye'de 2013 yılından bu yana Satış Sonrası Hizmetler departmanında çeşitli pozisyonlarda yöneticilik yapan Erbil Topgül, Satış Sonrası Servis Direktörü olarak atandı. İş hayatına 2005 yılında başlayan Topgül, 16 yıllık kariyeri süresince uluslararası şirketlerde müşteri hizmetleri, satış sonrası hizmetler ve müşteri deneyiminden sorumlu ekiplerin yönetiminden sorumlu oldu. Müşteri deneyimi gelişimi, verimlilik artışı, alternatif satış kanalları ve müşteri memnuniyeti artışı üzerine çeşitli projeleri hayata geçiren Topgül, Samsung Electronics Türkiye'de ise son olarak Müşteri Deneyimi Gurup Müdürü olarak görev yapıyordu. MBA derecesine sahip olan Topgül, hâlen Maltepe Üniversitesi'nde İşletme Doktora Programı'na devam ediyor.



Novartis Türkiye

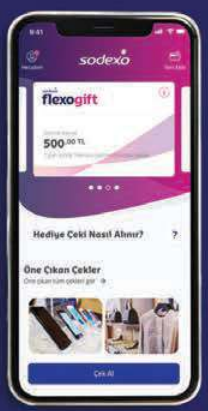
Novartis Türkiye Sağlık Çözümleri Direktörlüğü görevine atanan Dr. Murat Aşık, Tedavi Hizmetleri ve Yeni Moleküller ekiplerine liderlik edecek. Hacettepe Üniversitesi Tıp Fakültesi mezunu olan Aşık, uzmanlık eğitimini aynı üniversitede İç Hastalıkları alanında tamamladı. Kariyerine 2000 yılında çeşitli özel ve kamu kuruluşlarında iç hastalıkları, acil ve yoğun bakım hekimi olarak başlayan Aşık, daha sonra Özel Okmeydanı Hastanesi'nin başhekimliği görevini üstlendi. Ardından MSD'de 16 yıl boyunca medikal, pazarlama, pazar erişim, sağlık politikası, kurumsal iletişim, kurumsal sosyal sorumluluk gibi alanlarda çalıştı. 2011'de MSD'nin İsviçre ofisine transfer olarak Orta Doğu, Doğu Avrupa ve Afrika'dan sorumlu Sağlık Politikaları Direktörü olarak görev aldı. 2019'da Türkiye'ye dönerek; Acıbadem Sağlık Grubu'nda medikal, klinik, araştırma, inovasyon ve ticarileşme konularını kapsayan görevlerde bulundu.

sodexo flexogift

KURUMSAL HEDİYENİN ADRESİ, MUTLU ÇALIŞANLARIN SESİ: FLEXOGIFT

DİJİTAL | ESNEK | KOLAY





Sodexo FlexoGift ile kurumsal hediye çekleri dijitalleşiyor. Siz de FlexoGift'i tercih edin, çalışanlarınıza ve iş ortaklarınıza binlerce markadan hediye seçme özgürlüğü sunun!

sodexo flexogift

FlexoGift hediye dünyasıyla tanışmak için:
sodexoavantaj.com

- Gıda
- Giyim
- Teknoloji
- Ayakkabı
- e-Ticaret
- Akaryakıt
- Sağlıklı Yaşam

444 72 77

sodexo
YAŞAM KALİTESİ HİZMETLERİ



Dr. Öğretim Üyesi Rahmi İncekara
İstanbul Kent Üniversitesi
Uluslararası Ticaret Ve Lojistik
Bölüm Başkanı

Kripto para nedir?

Kripto varlıklar, merkezi elektronik para ve merkezi bankacılık sistemlerin aksine tümüyle merkeziyetsizlerdir. Bu hâliyle kripto varlıklar anonim bir özellik gösterirler. Kripto paralar, tedavüldeki paralar gibi yatırım ve tasarruf aracı statüsündedirler.



Kripto para veya kripto varlık, işlemleri güvenceye almak amacıyla, "kriptografi" yani şifreleme kullanan, çalışma şekli nakite alternatif bir değişim aracı olarak tasarlanmış bir dijital varlık, bir sanal unsuru ifade eder. Her bir kripto para birimi, merkeziyetsizliği barındıran bir blockchain zincirinden gelir. Merkeziyetsizliğin yanı sıra işlem ve kripto para sahip kayıtları, yeni kripto para arzı oluşturma kuralları, kripto para sahipliğinin sadece sahibince ispat edilebilmesi ve sadece sahibinin emriyle el değiştirebilmesi, aynı anda aynı kripto para için birden fazla işlem yapılırsa sadece birinin yerine getirilmesi gibi çeşitli özellikleri de bulunur. Kripto para dijital cüzdanlarda saklanır. Saklanan para, paranın kayıtlardaki sahibinin sadece kendisinin bileceği, akılda tutulmaya uygun olmayan şifrelerden ibarettir.

Kripto para ile dijital para arasındaki farklar

Dijital para ile kripto para arasında farklılıklar bulunur. Dijital para, merkezi bir otorite tarafından çıkarılır ve kontrol edilir. Kripto paraların arkasında merkezi bir otorite bulunmaz. Kripto para anonimdir. Dijital paralarla gerçekleştirilen işlemler, kullanıcıların gerçek kimlikleri ile "açık" bir şekilde yapılırken, kripto parayla yapılan işlemler herhangi bir merkezi otoriteyle paylaşılmayan bilgiler nedeniyle "gizli" statüdedir. Dijital paralar, pek çok ülke tarafından yapılan yasal düzenlemelerle gerçekleşmiştir. Pek çok ülke, dijital para projesiyle kendi dijital paralarını üretme aşamasındadır. Bundan yaklaşık bin yıl önce metal paradan kağıt paraya geçişi sağlayan Çin, kağıt paradan dijital paraya geçişi yine ilk kez sağlayan ülke olmuştur. Dijital Yuan ile merkezi otoriteye bağlı, fiyat dalgalanmalarına karşı koruma sağlayan dijital para sistemini elektronik sisteme entegre etmiştir. Kripto paralar ise oldukça sınırlı sayıda ülke tarafından düzenlemeye tabi tutulmuştur. Kripto paraların fiyat dalgalanmaları dijital paralara kıyasla oldukça fazladır.

Kripto paralar ile tedavüldeki paraların ayrıldığı noktalar

Para, merkezi bir otorite tarafından basılan, tasarruf ve yatırım niteliği bulunan, satın alma gücü olan, borç ve hizmet bedellerinin ödenmesinde kullanılan değerli bir varlıktır. Tedavüldeki paralar ile kripto paraların benzeştikleri yönler bulunur. Taşınabilirlik, dayanıklılık, bölünebilirlik, homojenlik, standart olma, taklit edilememe, zaman içinde değerini koruyabilme gibi özellikler benzeşen yönler olarak karşımıza çıkar. Genel kabul görme noktasında ise kripto paraların önünde biraz daha zaman bulunur. Fonksiyonlar açısından değerlendirildiğinde de tedavüldeki paralar ile kripto paralar arasında birtakım benzerlikler ve farklılıklar bulunur. Kripto paralar, tedavüldeki paralar gibi yatırım ve tasarruf aracı statüsündedirler. Değişim aracı olması ve değer ölçüsü olması kripto paraların, tıpkı tedavüldeki paralar gibi fonksiyonlarını ifade ederken, bu iki fonksiyon şu sıralar küresel gündemi meşgul etmektedir. Ekonomi politikası aracı olma özelliği ise kripto paralar için şu anda uzak bir hedef görünmektedir.

Türkiye dünyada dördüncü sırada

Tüm kripto para birimlerinin toplam piyasa değerinin 2 trilyon doları aşmıştır. Türkiye, kripto para kullanımı konusunda dünyada dördüncü, Avrupa'da birinci sıradadır. İçinde bulunduğumuz çağ teknoloji çağıdır. Geleceğin para birimi olan kripto para konusunda düzenlemelerin teşvik edici nitelikte olması oldukça önemlidir. Kripto para kullanımında Avrupa'da lider dünyada ise dördüncü sırada bulunan Türkiye'nin rekabet avantajı açısından kripto paraların ödeme aracı olarak kullanabilmesinin önünü açması gerekir. Pazarlama, alışveriş, ödemeler konusunda pek çok sektörde kazanç elde etmenin bir yolu da alternatif finansman aracı kripto varlıklardır. Bu varlıklar, döviz kazandırıcı işlemler başta olmak üzere, turizm, otomotiv, ihracat gibi pek çok alanda ülkemize finansal girdi sağlayabilmektedir. Geleceğin para birimi olarak gösterilen kripto paralar, önümüzdeki günlerde de adından sıkça bahsettirecektir.

BİZ BİRLİKTE TAM OLURUZ

callart



DIŞ ARAMA HİZMETİ 01

GELEN ÇAĞRI KARŞILAMA 02

DANIŞMANLIK HİZMETİ 03

MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ 04

RANDEVU HİZMETİ 05

İŞE ÖZGÜ MODELLER 06

EVRAK DAĞITIM ÖNCESİ HAZIRLIK 07

0 (232) 260 40 40

Akçay Caddesi No: 168/101 Gaziemir
İZMİR 35410

info@callart.com.tr



Dr. Ayşegül Ak
Başkent Üniversitesi
İİBF/İşletme Bölümü Öğretim Üyesi

Kripto para bilmecesi

Toplam büyüklüğü 2 trilyon doları bulan kripto para piyasası dalgalı seyir sürdürse de yüksek kazanç olasılığı nedeniyle hayli tartışılan bir alan hâline geldi. Merkeziyetsiz finans denilen ve merkezi otoritelerin gücünü devralmaya aday olan bu piyasanın ise paranın işlevlerini tam anlamıyla yüklenip yüklenemeyeceği merak konusu.

Paranın işlevleri hesap birimi olma, değişim aracı olma ve değer saklama aracı olmadır. Kripto paraların, bu işlevlerden değer saklama aracı olmayı, uzun vadeli yükselişini sürdürerek gerçekleştirdiğini söyleyebiliriz. Paranın enflasyona karşı erimesine engel alternatif bir yatırım aracı olma durumu var; ancak bu beraberinde bir balon olabilir mi endişelerini de getiriyor. Avrupa ve ABD'den gelen üst düzey açıklamalarda küçük yatırımcı için hayli riskli ve spekülatif bulundukları açıklaması yapılmıştı. Hesap birimi olma için çok erken; ancak ödeme aracı olma durumu varken yeni düzenlemeyle bu işlev fonksiyonunu yurt içinde kaybetmiş oldu. Şöyle ki; 30 Nisan 2021 tarihinden itibaren uygulanmak üzere 16 Nisan 2021 tarihinde kripto paraların kullanımıyla ilgili bir yönetmelik Resmi Gazete'de yayınlandı. Hem iç piyasada hem dış piyasalardaki takipçiler açısından oldukça fazla ses getiren bu düzenleme kripto paraların saklama işlevini yasaklamazken, ödeme aracı olma işlevlerini yasaklamış oldu. Yönetmelikte, "Kripto varlıklar, ödemelerde doğrudan veya dolaylı şekilde kullanılamaz ve kripto varlıkların ödemelerde doğrudan veya dolaylı şekilde kullanılmasına yönelik hizmet sunulamaz" denilerek, kripto paraların değer saklama aracı olarak kalmasına izin verilirken; ödeme işlevi yasaklanmış oldu. Böylelikle altının yerini kripto paraların alıp alamayacağı tartışılırken, altının güvenilir liman olma durumu öne geçti.





Coin ve token olarak ayrılıyor

Bu yazıyı yazdığım sıradaki piyasa verilerine göre en yaygın kullanılan Bitcoin (BTC) 446 bin 76 TL, Ethereum (ETH) 17 bin 396 TL seviyelerinden işlem görüyor. Coinmarketcap'in web sitesinden alınan bilgilere göre burada yaklaşık dokuz bin farklı kripto paranın günlük fiyat, işlem hacmi gibi bilgilere ulaşmak mümkün. Toplam büyüklüğü 2 trilyon doları bulan bu piyasada, toplamda 6 bin farklı paradan bahsediliyor. Coin ve token olarak ayrılan bu paralar, blokzincirlerin her biri üzerine yazılan ayrı projeler ve bu projelerin anlatıldığı 'white paper'lar, NFT adı verilen benzersiz ve değerli dijital ögeler ile bu alan, her bakımdan merak uyandıran pek çok yeniliği oluşturuyor. Her ne kadar beklentilere göre bu paraların çoğu uzun ömürlü olamayacaksa da blokzincir teknolojisinin getirmiş olduğu yeniliklerden sadece biri olarak kripto para teknolojisinin, geri dönülmez şekilde hayatımızdaki yerini aldığını söyleyebiliriz.



Baştan belirlenmiş bir üst sınırın olması

Blokzincir teknolojisi sayesinde, merkezi bir onay kurumuna ihtiyaç duymaksızın kişiler arası işlemlerin yapılabilmesi, elbette merkezi otoritelerin güç kaybı nedeniyle hoşuna gitmeyecektir. En başta gerekli düzenlemelerin yapılarak hesapların kayıt altında tutulma çabası; bu güç ve bu güçten kaynaklanan gelirleri koruma ile ilişkilidir. Yatırımcıların ilgili piyasada çok yüksek kârlara ulaşması vergi gelirlerinin kaybına da işaret eder. Değer artışının sebebini, bu paraların çok büyük kısmının baştan belirlenmiş bir üst sınırının olması, örneğin Bitcoin için 21 milyon; dolayısıyla talep arttıkça değerlenmesiyle ilişkilendirmek mümkün. Bir merkez bankasının çıkardığı paranın üst sınırı olmadığının, para basma işleminin enflasyon kaygısı nedeniyle sınırlandırıldığının da bu noktada hatırlanmasında fayda var.

TAB

TAB GIDA SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

SİZLERLE BÜYÜMEYE DEVAM EDİYORUZ

Türkiye'de **1.200**'den Fazla Restoran

25 Yıllı Aşkın Tecrübe

300'den Fazla **Franchise** Restoranı

25.000'den Fazla Çalışan

Gıda işletmeciliği konusunda tüm çözümleri kendi bünyesinde sunan iş modeli ile **TAB Gıda,** markalarına yatırım yapmak isteyen girişimcilere avantajlı teslimli işletme fırsatı sunuyor.













TM & © 2021 Burger King Corporation. Tüm hakları saklıdır. Burger King Corporation, Burger King markası ve ambleminin tek hak sahibidir. © 2021 Popeyes Louisiana Kitchen, Inc. All rights reserved. Tüm hakları saklıdır. Popeyes Louisiana Kitchen, Inc., Popeyes® markası ve ambleminin tek hak sahibidir. TM & © 2021 Arby's IP Holder, LLC. Tüm hakları saklıdır. Arby's IP Holder, LLC. Arby's markası ve ambleminin tek hak sahibidir. © 2021 Sbarro, LLC. Tüm hakları saklıdır. Sbarro International, Sbarro markası ve ambleminin tek hak sahibidir. TAB Gıda, Usta Dönerci® markası ve ambleminin tek hak sahibidir. TAB Gıda, Usta Pideci® markası ve ambleminin tek hak sahibidir.



Sodexo, FlexoGift platformu ile kurumsal hediye çeklerinin dijital adresi oluyor

Sodexo Avantaj ve Ödüllendirme Hizmetleri, pandemi ile birlikte dönüşen işveren ve çalışan ihtiyaçlarına yönelik yeni nesil kurumsal hediye platformu FlexoGift'i hayata geçirdi. Sodexo, yüzde 100 dijital olan bu platform ile işverenlere farklı kategorilerde Türkiye'nin seçkin markalarının yer aldığı bir yelpaze sunmuş oluyor.

Türkiye'nin yemek kartı alanında lider firmalarından Sodexo, çalışan ödül ve faydaları alanında da hem işverenlere hem çalışanlara seçme özgürlüğü sunan pratik ve dijital bir platform hizmeti vermeye başladı. Sodexo'nun yeni kurumsal dijital hediye platformu FlexoGift, günümüzde değişen firma ve çalışan ihtiyaçlarına uygun olarak uçtan uca dijital bir hizmet sunuyor. Firmaların dönemsel yardımlar, performans / bağlılık ödüllendirme, satış kanalı teşvikleri ve esnek yan haklar gibi uygulamalarında faydalanabilecekleri FlexoGift platformu plastik kart ya da kağıt çekler olmadan kullanılabilecek.

Binlerce marka ve ürün FlexoGift'te

FlexoGift platformu ile firmalar, birçok farklı kategoride kurumsal hediye seçeneklerini çalışanlarına ya da iş ortaklarına tek bir dijital platform üzerinden sunabilir hâle geliyorlar. FlexoGift uygulaması sayesinde çalışanlar, şirketleri tarafından tanımlanan bakiyelerini FlexoGift mobil uygulaması üzerinden istedikleri markalarının dijital çeklerine dönüştürerek gıdadan giyime, elektronikten e-ticarete well-being uygulamalarına kadar çeşitli kategorilerde birbirinden seçkin markalardan kendi hediyelerini kendileri seçebiliyorlar. Çalışanlar kendilerine verilen hediye bakiyelerini, birden fazla marka arasında bölüştürebiliyor, harcamadığı sürece değiştirebiliyor ve günümüzün dünyasına uygun olarak markaların ister mağazalarından ister e-ticaret sitelerinden harcamalarını yapabiliyorlar.



Fark edilme ve ödüllendirme beklentisi

Çalışanların iş süreçlerinde daha fazla söz sahibi olarak geleceğin çalışma biçimlerini şekillendireceğini öngördüklerini belirten Sodexo Avantaj ve Ödüllendirme Hizmetleri CEO'su Eda Uluca Özcan; yeni düzende çalışma biçimlerinin farklılaşmasıyla birlikte çalışanların motivasyonunu ve bağlılığını sağlamanın, İK profesyonellerinin en önemli gündemi hâline geldiğini belirtti. Özcan, "Yaptığımız araştırmalar, çalışanların beklentilerinin başında fark edilme ve ödüllendirilmenin geldiğini gösteriyor. Biz de bu koşullar ışığında firmalara esnek ve dijital bir hediye çözümü sunabilmek, çalışanlara da seçme özgürlüğü olan modern bir deneyim yaşatabilmek için uçtan uca dijital bir çözüm olan kurumsal hediye platformumuz FlexoGift'i geliştirdik. Aynı zamanda çalışan faydaları üzerine oluşturduğumuz uzmanlığımız ile dijital yetkinliklerimizi birleştirerek firmalar, çalışanlar ve üye iş yerlerini kapsayan ekosistemimizde büyük bir değer zinciri yarattık" dedi.

Çalışan motivasyonunu sağlamakta zorluk çekiliyor

Sodexo'nun FlexoGift dijital hediye platformu için GFK Araştırma Hizmetleri ile başta İstanbul olmak üzere Ankara, İzmir, Kocaeli, Bursa ve Antalya'dan hem beyaz hem mavi yaka 600'den fazla çalışan ve çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren 300'den fazla kurum ile gerçekleştirdiği Kurumların Ödüllendirme-Teşvik, Yardım ve Yan Haklar Araştırması'na göre firmaların yüzde 76'sı çalışan memnuniyetini ölçüyor ve takip ediyor. Öte yandan pandemi döneminde firmaların en çok zorlandığı konuların başında yüzde 56 ile çalışan motivasyonunun korunması geliyor.

Çalışanların yüzde 45'i yan haklarda esneklik istiyor

Yeni düzende çalışanlar için de esnekliğin ve kişiselleştirmenin önemli olduğunu belirten Özcan, "Artık her şeyin temelinde çalışan deneyimi yatıyor. Araştırmamıza göre çalışanların yüzde 50'ye yakını motivasyonlarını en fazla arttıracak unsurun şirketleri tarafından sunulacak maddi takdir ve hediye olduğunu belirtiyor. Öte yandan uzaktan çalışma ile birlikte çalışanların ihtiyaçları kişiden kişiye değişiyor, tek ve aynı çözüm tüm çalışanlara uymuyor. Çalışanların yüzde 45'i şirketi tarafından sağlanan yan hakların esnek olmasını ve kendi istediği faydadan özgürce yararlanabilmeyi istiyor. Araştırmaya katılanların yüzde 95'i esnek yan hak ve ödüllendirme uygulamalarının şirkete bağlılıklarını ve motivasyonlarını arttıracağını belirtiyor" dedi.



FONGOGO
proje sahiplerine destek
ŞEKERBANK'TA!

50.000 TL'ye kadar olan kredilerde kuaför salonundan yeni nesil kahvecilere, giyimden yemek sektörüne, tüm girişimcilere özel ayrıcalıklar Şekerbank'ta. Üstelik 36 aya varan vade imkânlarıyla.

fongogo

Şekerbank

TÜRKONFED 23'üncü Girişim ve İş Dünyası Zirvesi'nde "ikiz dönüşüm" masaya yatırıldı

TÜRKONFED tarafından "Dönüşüm Zamanı!" temasıyla düzenlenen 23'üncü Girişim ve İş Dünyası Zirvesi'nde, ikiz dönüşüm olarak da adlandırılan yeşil dönüşüm ve dijital dönüşüm tüm yönleriyle ele alındı. Zirvede ayrıca, TÜRKONFED tarafından hazırlanan Avrupa Yeşil Mutabakatı ve KOBİ'ler raporu da kamuoyuyla paylaşıldı.

Türk Girişim ve İş Dünyası Konfederasyonu'nun (TÜRKONFED), bu yıl 23'üncüsünü düzenlediği Girişim ve İş Dünyası Zirvesi, "Dönüşüm Zamanı!" ana temasıyla gerçekleşti. Kamu, iş dünyası ve uluslararası alandan isimlerin bir araya geldiği çevrimiçi zirvede, ikiz dönüşüm olarak da adlandırılan yeşil dönüşüm ve dijital dönüşüm temalı birer panel düzenlendi. Avrupa Yeşil Mutabakatı'nın, işletmelerin hazırlık sürecinden bu alanda sağlanan finansmanlara kadar tüm yönleriyle ele alındığı Yeşil Dönüşüm panelinin moderatörlüğünü Dünya Gazetesi Yönetim Kurulu Başkanı Hakan Güldağ üstlendi. Panelde, TÜRKONFED tarafından hazırlanan Avrupa Yeşil Mutabakatı ve KOBİ'ler raporu da kamuoyuyla paylaşıldı. Raporun yazarı Doç. Dr. Nazlı Karamollaoğlu, Avrupa Yeşil Mutabakatı ile 2050 yılına kadar net sera gazı emisyonlarının sıfırlanmasının hedeflendiğini söyledi. Karamollaoğlu, "AB'nin bu hedefi tek başına sağlaması mümkün değil, çünkü karbon kaçağı nedeniyle AB üretiminin iklim politikalarının daha esnek olduğu ülkelere kayması ve global ölçekte salınımların devam etmesi söz konusu. Bunu engellemek amacıyla iklim aksiyon planının içinde bir de karbon düzenlemesi mekanizmasının sunulması planlanıyor" diye konuştu.



"İş dünyası bu sürece adapte olmalı"

Unilever Türkiye, Orta Asya ve İran Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Seçkin, "Şirketlerin varlık sebebinin fayda ve değer yaratmak olduğuna inanan bir şirketiz. Bugün geldiğimiz noktada sürdürülebilirlik konusunda iddialı olan markalarımızın büyümedeki paylarının çok daha yüksek olduğunu görüyoruz" dedi. EBRD İklim Finansmanı ve Karbon Piyasaları Başkanı Jan-Willem van de Ven, dünyada yaşanan değişimin pazarlara ve finansmana ulaşmada hem olumlu hem de olumsuz etkileri olabileceğine dikkat çekerek, iş dünyasının bu sürece adapte olması gerektiğini belirtti. Sürdürülebilir kalkınma amaçları doğrultusunda, özel sektörün katkısını güçlendirmek, iş birlikleri geliştirmek ve çözümler üretmek üzere TÜRKONFED, TÜSİAD ve UNDP Türkiye tarafından kurulan Hedefler İçin İş Dünyası Platformu'nun Başkanı Şükrü Ünlütürk, Avrupa Yeşil Mutabakatı'nın, Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları içindeki birçok hedefle örtüştüğüne dikkat çekti.

"KOBİ'ler farklı teknolojilere yatırım yapmalılar"

Zirvenin son panelinde ise dijital dönüşüm ele alındı. Panelde, teknolojinin bir amaç değil, araç olduğunu belirten TÜBİSAD Yönetim Kurulu Başkanı Levent Kızıltan, "Artık dünya bambaşka bir yöne gidiyor. Dolayısıyla artık KOBİ'lerin ucuz iş gücü ile ürün satmaya odaklanmak yerine farklı teknolojilere, Ar-Ge'ye, inovasyona yatırım yapmaları gerektiğini bilmeleri gerekiyor" dedi. Dijitalleşme ve pandeminin hizmet sektöründeki etkilerini anlatan Armut Kurucu Ortağı Başak Taşpınar Değim, "Doğru ürün veya hizmetin doğru teknolojiye sunulduğu girişimler bugüne kadar hep başarılı oldu. Armut da bunların başında geliyor. Pandemi ise bu süreci daha da hızlandırdı" dedi.

"Dijitalleşmenin içinde her zaman insan unsuru da olacak"

TÜRKONFED ve UNDP iş birliğiyle 2019 yılından beri yürüttükleri İşimi Yönetebiliyorum Projesi hakkında bilgi veren Visa Türkiye Genel Müdürü Merve Tezel, "KOBİ'lerin yetkinliklerini artırmak hedefiyle başlattığımız bu projede çok önemli mesafeler katettiğimizi düşünüyorum. Pandemiye kadar binden fazla KOBİ'ye yüz yüze eğitim verdik. Pandemi ile birlikte de eğitimleri çevrimiçi ortama taşıdık ve bugüne kadar 600'ün üzerinde KOBİ'ye ulaştık, onlara ticari destek paketi sunduk. Sürece adapte olan KOBİ'ler için dijitalleşme büyük bir fırsat" diye konuştu. İstanbul Portföy Yönetimi Genel Müdürü Barış Hocaoğlu ise yapay zekânın insanın yerini aldığı bir noktaya gidildiğini vurgularken, buna rağmen yapay zekânın hiçbir zaman duyguların ve hislerin yerini alamayacağını, dijitalleşme ve teknoloji yaygınlaşsa bile içinde her zaman insan unsuru olacağını aktardı.



İster İşbaşı Eğitim Programı Dijital Asistanı (İDA) ile tüm işlemlerinizi tek tıkla yapın ister Rasyotek'in deneyimli ve uzman kadrosundan danışmanlık alın.

#İEPYanında #İDAEkranında

Hemen bilgi almak için **www.rasyotek.com.tr** 'yi ziyaret edebilirsiniz.

RASYOTEK
Teknolojik İnsan

İDA
İEP Dijital Asistan

444 4 908

EİB'den 190 ülke ve bölgeye ihracat

2021'in ilk çeyreğinde 190 ülke ve bölgeye ihracat gerçekleştiren EİB, yılın ilk üç ayında AB'ye ihracatını yüzde 13 artırdı. EİB, son bir yıllık dönemde 13 milyar 278 milyon dolarlık ihracata imza attı.

Ege İhracatçı Birlikleri (EİB), Mart ayında yüzde 18 artışla 1 milyar 286 milyon dolar ihracat rakamına ulaştı. 2021'in ilk çeyreğinde Ocak-Mart döneminde yüzde 8,5 yükselişle 3 milyar 515 milyon dolar dövizi Türkiye'ye kazandıran EİB, son bir yıllık dönemde 13 milyar 278 milyon dolarlık ihracata imza attı. Ege İhracatçı Birlikleri Koordinatör Başkanı Jak Eskinazi, EİB'in 2021'in ilk çeyreğinde 190 farklı ihraç pazarına ulaşarak, 105 ülke ve bölgeye ihracatını artırmayı başardığını söyledi. Eskinazi, "Avrupa Birliği'ne ihracatımız 2021'in ilk üç ayında yüzde 13 artışla 1 milyar 681 milyon dolarlık hacme ulaştı. 2021'in ilk çeyreğinde 18 AB ülkesine ihracatımız artarken, EİB'in toplam ihracatında AB'nin payı yüzde 48, Avrupa kıtasının ihracatımızdaki payı ise yüzde 55 olarak kayıtlara geçti. Eurostat'ın verilerine göre 2019 sonu itibarıyla AB ülkelerinin en fazla doğrudan yatırım yaptığı 10 ülke arasında ilk sıralarda yüzde 24 ile ABD, yüzde 21 ile Birleşik Krallık, yüzde 11 ile İsviçre, yüzde 4 ile Kanada ve Çin yer alıyor" ifadelerinde bulundu.





Ülke gruplarına göre ihracat artış oranları

Asya'nın küresel sanayi üretiminde payının giderek yükseldiğine değinen Eskinazi, 2021'in ilk üç ayında EİB'in ihracatının, Bölgesel Kapsamlı Ekonomik Ortaklık Anlaşması RCEP'e imza atan 15 Asya-Pasifik ülkesinden ASEAN'a üye Kamboçya'ya yüzde 370, Malezya'ya yüzde 51, Singapur'a yüzde 1,3, Tayland'a yüzde 34 ve Vietnam'a yüzde 101 artış ile birliğin diyalog ortaklarından Çin'e yüzde 1, Japonya'ya yüzde 3, Güney Kore'ye yüzde 87 ve Yeni Zelanda'ya yüzde 12 artış gösterdiği bilgisini verdi. Eskinazi, "2021 yılının ilk üç ayında ülke gruplarına göre ihracatımızda dikkat çeken artışlar yaşandı. Amerika ülkelerine yüzde 23 artışla 393 milyon dolarlık, Ortadoğu ülkelerine 375 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdik. Diğer Avrupa ülkelerine ise ihracatımız yüzde 8 artışla 251 milyon dolara, Asya ve Okyanusya ülkelerine yüzde 16 artışla 265 milyon dolara, Afrika ülkelerine 235 milyon dolara, Eski Doğu Bloku ülkelerine yüzde 20'lik artışla 191 milyon dolara, serbest bölgelere yüzde 26'lık artışla 75 milyon dolara ulaştı. Türk Cumhuriyetleri'ne ihracatımız ise 46 milyon dolarla geçen senenin aynı döneminin ihracat seviyesini korudu" diye konuştu.

En fazla ihracat gerçekleştirilen ülkeler

2021'in ilk çeyreğinde Almanya'nın EİB'in ihracatında yüzde 10 artışla 412 milyon dolarla birinci sıradaki yerini koruduğunu açıklayan Eskinazi, "ABD yüzde 22'lik artışla 279 milyon dolarla ikinci, Birleşik Krallık ise yüzde 11 yükselişle 211 milyon dolarla en fazla ihracat gerçekleştirdiğimiz üçüncü ticaret ortağımız arasında yer alıyor. İtalya'ya yüzde 5 artışla 205 milyon dolar, İspanya'ya yüzde 23 artışla 199 milyon dolar, Hollanda'ya yüzde 1 artışla 157 milyon dolar, Fransa'ya yüzde 23 artışla 166 milyon dolar, İsrail'e yüzde 9 artışla 95 milyon dolar, Belçika'ya yüzde 21 artışla 90 milyon dolar, Rusya'ya yüzde 19 artışla 84 milyon dolar ihracat gerçekleştirdik" dedi. EİB verilerine göre; Uganda yüzde 1866, Turks ve Caicos Adaları yüzde 462, Arjantin yüzde 441, Sierra Leone yüzde 383, Zimbabve yüzde 336, Maldiv Adaları yüzde 337, Honduras yüzde 377, Kamboçya yüzde 370, Jamaika yüzde 189, Pakistan yüzde 183, Haiti yüzde 166, İrlanda yüzde 165, Mayotte yüzde 153, Bahamalar yüzde 126, Zambia yüzde 112, Nikaragua yüzde 108, Vietnam yüzde 100, Gürcistan ve Ekvator Ginesi yüzde 97, Bangladeş ve Ruanda yüzde 92 ile en fazla ihracat artışı yaşanan 20 ülke arasında.

Çalışanlarınız nasıl daha mutlu olur?



Çalışanlarınızın ve ailelerinin tüm soru ve sorunlarına çözüm üretiyor, onların mutlu ve üretken olmalarını destekliyoruz.

Mutlu bir şirket için bize ulaşın.

avita.com.tr

UZMAN DESTEK
7 GÜN 24 SAAT • SINIRSIZ

ÇALIŞAN DESTEK PROGRAMI

AVITA

Güven • Destek • Performans

TAB Gıda franchise ile hız kesmeden büyümeye devam ediyor

TAB Gıda, 25 yılı aşkın sektör tecrübesi ve güçlü franchise sistemi sayesinde, ülkenin dört bir yanındaki lezzet tutkunlarına kaiteli, güvenilir ve erişilebilir ürünler ulaştırmaya devam ediyor. TAB Gıda çatısı altında hizmet veren Burger King, Popeyes, Arby's, Sbarro, Usta Dönerci ve Usta Pideci markaları, birbirinden lezzetli ve ekonomik ürünlerle lezzetseverlerin vazgeçilmez buluşma adresi oluyor.

Bugün 1200'ü aşkın restoranıyla Türkiye'nin hızlı servis restoran zinciri sektörü liderlerinden TAB Gıda, güçlü franchise sistemi ile pandemi döneminde de hız kesmeden büyümeye devam ediyor. TAB Gıda; bünyesindeki markalara yatırım yapmak isteyen yatırımcılara, tedarik zinciri yönetimi, operasyon ve pazarlama tecrübesinin yanı sıra satın alma gücünden faydalanma imkanı sağlıyor. Gıda işletmeciliği konusunda tüm çözümleri kendi bünyesinde sunan iş modeli ile benzersiz bir gıda ekosistemine sahip olan şirket, Türkiye'de kurulu fabrikaları, depoları ve üretim tesislerinden oluşan ekosistemi ile yatırımcılara güvenilir bir franchise sistemi sunuyor.



Aile işletmeciliği modeli ile Türkiye'nin dört bir yanında

Türkiye'nin hızlı servis restoran sektörü lideri TAB Gıda, markalarından Sbarro ve Usta Pideci için aile işletmeciliği modelini geliştirdi. Bu modelde girişimciler, tüm yatırımı TAB Gıda'ya ait olan restoranların işletmecisi oluyorlar. Girişimci bir ruha ve başarma hırsına sahip, başarılı bir iş geçmişi ve yönetim tecrübesi olan girişimci ailelerin tercih edildiği bu sistem, gıda işletmeciliği konusunda tüm sorunları kendi bünyesinde çözen bir yapıya sahip. Bu da girişimci adayları için oldukça cazip ve büyük bir avantaj sağlıyor.

Güvenli paketler ile güvenli gıdaya erişim mümkün

Salgının ilk gününden itibaren #evdekal hareketini destekleyen ve birçok uygulamayı hayata geçiren TAB Gıda, Tıkla Gelsin ve Yemek Sepeti'nin online ve mobil kanallarının yanında, Ara Gelsin sipariş hattı üzerinden de güvenli bir şekilde siparişleri alıyor. Online ve temassız olarak ödemesi yapılabilen ürünler, hijyen kuralları eksiksiz takip edilerek maksimum hassasiyetle hazırlanıyor.

Akıllanan tedarik zincirleri



Prof. Dr. Feride Bahar Işın
Başkent Üniversitesi
İİBF/İşletme Bölümü Öğretim Üyesi

Tedarik zinciri ağları için en kritik kabul edilen konu verimlilik ve maliyet kontrolü olsa da; koronavirüs salgını dayanıklılık, görünürlük, çeviklik ve şeffaflığın önemini ortaya çıkardı. Çok yakında tedarik zinciri boyunca insanlarla birlikte çalışan cobotlar, önde insan güdümlü bir kamyonla konvoy yapacak olan sürücüsüz robotik kamyonlar, kapıya teslim yapan dronlar ağırlıklı olarak karşımıza çıkacaklar.



Dijital teknolojiler, şirketlerin görünürlüklerini, iş birliklerini, hızlarını ve yanıt verme hızlarını artırmalarına olanak tanır. Bu durum ise akıllı tedarik zincirlerini zorunlu hâle getirmiştir. Artık tedarik zinciri; daha dayanıklı, esnek, dijital, veriye dayalı, şeffaf ve hızlı olmak durumundadır. Siber saldırı ihtimali, malların fiziksel akışı ve güvenlik açısından riski daha da artırır. Kart veya e-cüzdan şeklinde temassız dijital ödeme yöntemleri virüsün yayılma ihtimalini azaltır. Hatta konteyner ile gümrük işlemleri hizmetlerinin de dijital ödemeler aracılığıyla yapılabilmesi, insanların herhangi bir gecikme olmadan veya birbirlerini etkilemeden çevrimiçi olarak işlerini bitirmelerine ve çalışmaya devam etmelerine fırsat verir.



Çevrimiçi satış ve mobil hizmetler kullanılmalı

Nesnelerin interneti, büyük veri ve blok zinciri, daha dayanıklı bir tedarik zinciri yönetim sistemi için zaruridir. Firmalar artık eve teslim, çevrimiçi satış ve mobil hizmetleri kullanmalıdırlar; tedarik zincirini izlemek ve kesintinin etkilerini azaltmak için dijitalleşme ve bilgi teknolojisi kullanılmalıdır. Sosyal mesafe ile sınırlı çalışana rağmen üretim kapasitesini artırmak önemli bir diğer sorunsalı oluşturur. Bu sorunsalın çözümü ise üretim sisteminin daha az insan müdahalesi ile çalışabilecek şekilde imalatı, dağıtımda robotlardan ve diğer otomasyon biçimlerinden yararlanılması ile mümkün olacaktır.

Tedarik zincirinde robotların önemi

Tedarik zinciri bileşenleri, salgın sırasında makinelerin hastalanmadığını ve bunun ne kadar önemli olduğunu fark ettiler. İşgücü arzının noksanlığıyla birleşen bu farkındalık, artık tedarik sektöründe de robotların önemini ortaya çıkardı. Perakende mağaza düzeyinde temassız ödeme sistemlerinin kullanımı, dijital tedarik zincirleri, hizmeti doğrudan insanların evlerine getirmek için mobil hizmet operasyonlarının kullanılması, zamanında ve temassız teslimatı sağlamak için bir dron veya hibrit kamyon-dron kullanımı giderek yaygınlık kazanmaya başladı. Dijital dönüşüm salgın öncesinde de merkezi konumdaki büyük tesisler yerine müşterilere yakın, küçük ve yaygın olarak dağılmış depolara ilişkin eğilimi güçlendiriyordu. Salgın ve kilitlemenin etkisi, dağıtılmış ağların ek faydalarını ve esnekliğini daha da belirgin hâle getirdi. Envanter tutma maliyetleri artmış olsa da tedarik zincirindeki hız ile gelişmiş esneklik vazgeçilmez durumdadır. Tüm tedarik zinciri bileşenleri, robotlara, yapay zekâya, otomasyona ve cobotlara daha fazla ihtiyaç duyarlar. Çok yakında tedarik zinciri boyunca insanlarla birlikte çalışan cobotlar, önde insan güdümlü bir kamyonla konvoy yapacak olan sürücüsüz robotik kamyonlar, kapıya teslim yapan dronlar ağırlıklı olarak karşımıza çıkacaklar. Diğer bir deyişle, müşteriye ihtiyaçlarını ulaştırmanın en uygun, zamanında, en az maliyetli yolu, gelişmiş otomasyon ve akıllı makineleri lojistik operasyonlarına entegre etmek olacaktır.

Güvenliğe daha fazla ihtiyaç duyulacak

Dijital tedarik zincirinin yükselişi, tedarik zinciri ağını siber ve fiziksel tehditlerden korumanın da önemini ortaya çıkardı. Artık daha fazla kontrol, protokol ve güvenliğe ihtiyaç duyulacak. Tedarik zinciri güvenliği sağlanamadığında, kesintiyi yönetmek ve iş sürekliliğini sağlamak, yani yer ve zaman faydasını yönetmek mümkün olmayacaktır.



Yasemin Karslıoğlu
trexDCAS Satış ve Pazarlama Asistanı

KOSGEB'den
Proje Teklif Çağrısı

İmalat sanayisinde yer alan işletmeler, MES sistemleri ile dijitalleşmeye büyük bir adım atabilirler. KOBİ'ler için de dijitalleşme oldukça büyük önem taşımaktadır. KOSGEB, imalat sanayi KOBİ'lerinin, yerli teknoloji geliştiricilerle iş birliği öncelikli olmak üzere dijitalleştirilmiş iş süreci sayısını arttırmayı amaçlayan bir Proje Teklif Çağrısı yayınladı. Geri ödemesiz 300 bin TL'ye kadar destek limiti belirlendi.

Dijital dönüşüm, imalat sanayinde sektör bağımsız olmak üzere, işletmelerinizdeki tüm süreçlerinizdeki yaşamakta olduğunuz kayıp, hata, verimsizlik problemlerinizi giderecek argüman olarak kullanılır. İmalat sanayisinde yer alan işletmeler için verimliliklerini arttırmak, kayıplarını bulmak ve üretim sahalarını anlık olarak izlemek gibi birçok imkan sunan MES sistemleri ile dijitalleşmeye büyük bir adım atılabilir. Bu hem rakiplerinden bir adım önde olmayı hem de kayıplarını bulup onları iyileştirerek daha yoğun bir kapasiteyle çalışmayı sağlar.



Dijitalleşme zorunluluk hâline geldi

Gelişen ve dijitalleşen dünyada dijital dönüşüm artık bir tercih olmaktan çıktı. Dijitalleşen dünyaya ayak uydurmak ve rekabet edebilmek için işletmelerin dijitalleşmesini bir tercihten çok zorunluluk olarak değerlendirmek pek de yanlış olmaz. Ülkemizde büyük bir yer tutan KOBİ'ler için de dijitalleşme oldukça büyük önem taşımaktadır. Teknolojide yaşanan gelişmelerle birlikte ortaya çıkan yeni ekonomik düzende birçok alanda maliyetleri düşüren, üretim hızlarını iyileştirmelerini ve verimlilik artışını sağlayan yazılım uygulamaları, KOBİ'lerin rekabet edebilmesini ve varlıklarını sürdürmelerini kolaylaştırır. Bu denli yüksek rekabet bu dönüşümü tercihten zorunluluğa çevirir.

300 bin TL'ye kadar destek

KOBİ'lere dijitalleşme yolunda KOSGEB'ten son dönemde düzenli olarak destek çağrıları yapılmaktadır. Birçok KOBİ işletmelerinin kârlılığını arttıracak olan bu dönüşümün bir kısmını, KOSGEB KOBİGEL çağrılarıyla finanse eder. Bu desteği kullanan KOBİ sayısı her geçen gün artmaktadır. KOSGEB imalat sanayi KOBİ'lerinin, yerli teknoloji geliştiricilerle iş birliği öncelikli olmak üzere dijitalleştirilmiş iş süreci sayısını arttırmayı amaçlayan bir Proje Teklif Çağrısı yayınladı. Geri ödemesiz 300 bin TL'ye kadar destek limiti belirlendi. İmalat sanayi sektöründeki KOBİ'ler, imalat sanayi sektörüyle ilişkili 8 dijital teknolojiden biri veya birkaçını birlikte üretim ve ilişkili iş süreçlerine adapte etmek için proje sunabilecektir.

Danışmanlık firmaları yol gösterici olacaktır

Mert Yazılım trexDCAS MES-AÜS (Akıllı Üretim Sistemi), emek yoğun montaj istasyonları için de SAS (Akıllı Montaj İstasyonu) çözümleriyle yerli üretim belgesi sayesinde alabileceğiniz desteğe yüzde 15 ilave yapabilmenizi sağlayacaktır. Mert Yazılım Elektronik'in daha önceki çağrılarda hazırlanan projeleri ile bu destekten birçok partnerimiz faydalandı. KOSGEB' in proje başvurunuz esnasında sizlerden isteyeceği proje sunumu dahil daha yüksek oranda destek alabilmenizi sağlayacak, birlikte çalıştığımız alanında uzman destek danışmanlık firmaları sizlere yol gösterici olacaklardır. Ülkemizin çağı yakalayabilmesi ve dijital dünyaya uyum sağlayabilmesi için her geçen gün artarak devam eden çabalarımız, KOSGEB' ten gelebilecek destekle birlikte daha anlamlı hâle gelecektir. İmalat sanayisinde faaliyet gösteren bütün KOBİ'leri bu süreci mutlaka değerlendirmeye davet ediyoruz.


KOBİGEL ile desteğiniz hazır.
1.000.000 TL
'YE KADAR YATIRIM DESTEĞİ
Desteklenecek Proje Giderleri
YAZILIM
DONANIM
HİZMET
PERSONEL
İmalat sanayinde faaliyet gösteren fabrikalar trexDCAS MES çözümlerine KOBİGEL yatırım desteği ile sahip olabilirsiniz.
www.trex.com.tr
www.trexakademi.com.tr
trexDCAS
Productivity & Production Monitoring Technologies
@trexdcascom
444 3 468
IoT



“Seyahat sektöründen bir unicorn çıkaracağız”

Kurumsal seyahatler için ihtiyaca özel uçtan uca çözümler sunan Bizigo, bugün farklı sektörlerden binin üzerinde firmaya hizmet veriyor. Kurumsal seyahati, kişiye özel bir deneyim hâline getirdiklerini belirten Erka Grubu CEO’su Serhat Kahraman ile Bizigo’nun markalaşma sürecini, sağladığı avantajları ve şirketin gelecek planlarını konuştuk.

Bizigo’nın markalaşma sürecinden bahseder misiniz?

Bizigo, hizmet sunduğu binin üzerinde kurumsal iş ortağına sektör deneyimi ve yapay zekâ odaklı teknolojik altyapısı ile kurumsal seyahat süreç takibi ve yönetimi, raporlaması ve fatura işlemlerini tek bir yerden yönetme imkanı sunan modern bir seyahat platformu. Marka ismi İngilizce “business-go” olarak tanımlanan sektörden esinlenerek doğdu. Kurumsal seyahatler, Bizigo’nun yapay zekâ odaklı teknolojisinin sunduğu özgün çözümlerle dijitalleşiyor. Bizigo’nun tüm yazılımını, kendi Ar-Ge Merkezi’mizde ekibimizce tamamen yerli olarak geliştirdik. Teknoloji ve ürün çeşitliliği için 50 kişilik yazılım ekibimiz, her geçen gün daha da büyük hedefler için büyük bir azimle çalışıyor. Bir yıllık bir emeğin ürünü olan uygulamalarımız, tüm dünyada geçerli ve güncel bir yazılım dili kullanılarak ve önemli yeniliklerle hayata geçti. Birçok açıdan geleneksel seyahat ve ilgili hizmetlerden, zaman, etkinlik, maliyet ve operasyonel yük açısından çok daha avantajlı sonuçları ile müşterilerimize yeni bir dünya sunduk. Uçtan uca dijitalleşen süreçler sayesinde müşterilerimiz, seyahat harcamalarında tasarruf etmiş ve zahmetli evrak işlerini en aza indirmiş oldular.



Bugün ağırlıklı olarak hangi sektörlere hizmet veriyorsunuz?

Pek çok farklı sektörden binin üzerinde firmaya ve bu firmalarda 10 binden fazla kullanıcıya hizmet veriyoruz. Türkiye’nin en büyük 100 şirketi arasında yer alan sanayi kuruluşları, hizmet sektörünün en büyükleri, enerji, lojistik, hazır giyim, hızlı tüketim sektörlerinin önde gelen firmaları başlıca öne çıkan kullanıcılarımız olarak sıralanabilir. Ürünümüzle seyahat ve seyahat ile ilgili tüm konularda, her an her durumda kişisel ve anlık çözümler ile müşterilerimizin yanındayız.

Müşterileriniz Bizigo’ya kolay uyum sağladı mı?

Evet. Zamanla Bizigo’yu kullanan hem eski müşterilerimiz hem de yeni müşterilerimiz bu yeni platforma çok hızlı uyum sağladı. Seyahatlerini 7 gün 24 saat kesintisiz planlayabilmeleri çok hoşlarına gitti. Avantajlarını gördükçe onlar da yeni fikirler ile ürünümüzü geliştirmemize katkıda bulundular. Geleneksel operasyonlar ile saatler süren rezervasyon işlem süreçlerini iki dakikaya kadar düşürdük.

Kurumlara hangi hizmetleri sunuyorsunuz?

Tüm firmaların kurumsal seyahatleri için en doğru strateji ve aksiyon planını oluşturma aşamasından süreci en verimli ve hızlı şekilde yönetme noktasına kadar geniş bir hizmet çeşitliliği ile ihtiyaca özel uçtan uca çözümler sunuyoruz. Kullanıcı dostu ara yüz tasarımı, veri odaklı yaklaşımı, nihai hizmet ve destek ile birleştiren teknolojisi ile Bizigo, dünyada ve ülkemizde çalıştığı binlerce tedarikçi ile şirket politikalarına ve ihtiyaçlarına en uygun otel, uçuş, araç kiralama ve ulaşım alternatiflerini zahmetsizce görüntüleyebilme imkanı sağlıyor. Bir seyahat politikanız olabilir ya da olmayabilir. Her iki durumda da sizin istediğiniz şekilde seyahat politikanıza entegre olabilen veya tüm uzmanlığı ve tecrübesi ile bu politikaları yaratan bir platform olarak hizmet veriyoruz.

Bu hizmetlerin kurumlar için avantajları neler?

Seyahat yönetimini uçtan uca düşünmek çok önemlidir. Bizigo ile geliştirdiğimiz teknolojilerimizi ve teknoloji uzmanlığımızı uzun yıllara dayanan seyahat deneyimimizle birleştirerek, daha önce akla dahi gelmemiş çözümler ile müşterilerimize hem hız ve kolaylık hem de yüzde 30'a varan maliyet avantajı sağladığımızı gördükçe heyecanımız ve motivasyonumuz daha da arttı. Maliyetin yanı sıra şirketlerin bu kalemde denetim ve takip süreçlerini de hızlandırdık ve kolaylaştırdık. Bizigo, doğru fiyatı ve doğru seçenekleri aramak için birçok siteyi ziyaret etmeye, karşılaştırma tabloları hazırlamaya son veriyor. Böylece hem maliyet hem de zamandan tasarruf etme imkanı yaratıyor. Ayrıca gelişmiş teknolojik altyapısı ile şirketler, saniyeler içinde tek bir tıkla kurumsal seyahat raporları oluşturabiliyorlar. Bizigo, yaşanan e-posta trafiğini sona erdirdiği gibi anlık olarak istenilen raporun şirket sorumlularının ellerinin altında olmasını da sağlıyor.

Şirketlere özel hizmetleriniz var mı?

Bizigo'nun fark yarattığı alanlardan biri olarak bu konuya işaret edebiliriz. Bizigo kurumlar için seyahat çözümleri sunuyor; ancak kurumsal seyahati, sunduğu kişiselleştirme teknolojileri ve 7 gün 24 saat özel destek ekibi ile şirketlere özel bir deneyim hâline getiriyor.

Teknoloji altyapınızı geliştirmek için ne gibi yatırımlar yapıyorsunuz?

Biz hiçbir zaman "Tamam, bu ürün ve sistemi tamamladık" demiyoruz. Her yeni gün, daha nasıl geliştirilebileceğine bakıyor, daha önce hiç düşünülmeyen ya da düşünülse de uygulanmaya cesaret edilemeyen projelerimizle hem ekibimizi hem de hayallerimizi büyütüyoruz. Ar-Ge merkezi faaliyetlerimiz birçok alanda, özellikle büyük veri, makine öğrenmesi, veri madenciliği ve sektörel bulut tabanlı yazılım alanlarında, sürekli araştırma geliştirme yapıp yeni ürünler çıkarıyor. Oluşturduğumuz yapay zekâ teknolojimizi çok yakın bir gelecekte ihraç edeceğiz. Yine böyle bir projemiz "Kişiselleştirilmişi Akıllı Sıralama" ile de müşteri odaklı ve seyahat sektörüne büyük yenilik getirecek bir yazılım ürünü geliştirmek amacıyla geçen ay TÜBİTAK'a proje başvurusunda bulunduk.

Kurumsal Gezginler kapsamında neler sunuyorsunuz?

Kurumsal Gezginler, kullanıcılarımıza iş seyahatlerinde boş vakitlerinde destinasyonlara özel aktiviteleri önerdiğimiz deneyim markamız. Şirketlerin iş seyahatlerini planlarken ihtiyaç olan pratik bilgilerin ve ilgi çekici içeriklerin yer aldığı ve kurumsal gezginlerin seyahat deneyimlerini paylaştıkları bir platform. Bizimle seyahat etmeyi tercih edenleri farklı konularda bilgilendirerek, daha rahat ve sorunsuz bir deneyim yaşamalarına yardımcı olmayı hedefliyor.

Onay ve limit modülünüzle ilgili bilgi verir misiniz?

Onay ve limit modülü, iştiraklere, departmanlara, çalışan unvanlarına, seyahat sebeplerine ve ürünlere göre özelleştirilebilen, bu sayede daha etkin ve verimli seyahat yönetimi yapılabilmesini sağlayan bir Bizigo özelliği. Bizigo rezervasyon onay sistemi ile çalışanların harcama taleplerine anında cevap verilebilir ve seyahat bütçeleri şirketin istediği doğrultuda yönetilebilir. Dünyanın her noktasından kolayca ulaşabilen bu onay sistemi sayesinde, şirket bütçesine sadık kalınabilir ve çalışanların ihtiyaçlarına anında cevap verilebilir. Şirket politikalarına özel olarak belirlenebilen limit onay süreci ile çalışanlar, seyahat bütçelerini aşmadan yolculuklarını tamamlayabilirler. Bizigo, saniyeler içerisinde binlerce alternatifi karşılaştırarak en uygun seçeneğe ulaşmayı sağlar ve şirketleri fazla harcamadan ve hesapta olmayan sürprizlerden korur.

Pandemi süreci hizmetlerinizi nasıl etkiledi?

Turizm endüstrisi ve geleceğine olan inancımızla, 2020 Mart öncesinde yaptığımız yatırımlara, pandemi döneminde de devam ettik. Rakiplerimizden farklı olarak ERP sistemini ön plana aldık. Şirketlere ERP entegrasyonu kurmaya yönelik bir altyapı oluşturduk. Türkiye'nin en büyük 100 şirketi arasında yer alan sanayi kuruluşlarıyla, hizmet sektörünün en büyükleriyle anlaşmalar yaptık ve pandemi sürecinde hizmet vermeye başladık.

Bu süreçte, müşterilerin beklentilerinde ne gibi değişimler oldu?

Tahmin edilebileceği gibi sağlıkla ilgili endişeler ön plana çıktığı için çalışanların hangi tarihte nerede olacaklarını harita üzerinden takip edebilmeyi ve onların tehlikeli bölgelere seyahatlerini güvenli şekilde yönetmeyi sağlayan SOS raporu ve seyahat güvenlik koşulları ürünlerimizi devreye soktuk. Pek çok sektörde daralan iş hacimleri nedeniyle bütçelerin daha da kontrollü kullanımı önem kazandı. Müşterilerimize bu durgun dönemin seyahat politikalarını mercek altına almak için en iyi zaman olduğunu anlattık.





İşleyen sistemlerde bu süreçleri oturtmak zor olacağı için bu durgun dönemi verimli bir şekilde değerlendirerek, tüm gerekli altyapı ve entegrasyonlarını hazırladık.

Karbon salınım raporu hizmeti de sunuyorsunuz. Bu konudaki çalışmalarınızdan bahseder misiniz?

Bizigo olarak doğanın korunması ve çevre sağlığı konularını önemsiyor, bu konularda üzerimize düşeni yapmak istiyoruz. Karbon salınım raporu, şirketlerin yıl içerisinde yaptığı seyahatler sonucunda oluşan karbon ayak izini ölçümler ve raporlar. Bu sayede kurumlar, seyahatleri sonucunda ortaya çıkan karbon salınım oranına rahatlıkla ulaşabilirler. Bu veri, şirketlerin seyahatleri ile eş zamanlı güncellenir ve istenilen zamanda Bizigo üzerinden erişilebilir. Ayrıca, önümüzdeki dönemde STK'lar ile anlaşmalar yaparak doğanın korunmasına şirketlerin nasıl katkı sağlayabileceği ile ilgili farklı projelerimizi de hayata geçireceğiz.

Bu yılki hedeflerinizi, yeni projelerinizi paylaşır mısınız?

2020 yılında, 2019 yılı ciromuzun yüzde 50'sine ulaşmayı başardık. Bu yılki beklentimiz 2019 ciromuzu yakalamak yönünde. İlk çeyrek verilerimiz, bu hedefimizin gerçekleşeceğini gösterir şekilde sonuçlandı. Önümüzdeki dönemde çok önemli, global çapta yepyeni bir projenin daha lansmanını gerçekleştireceğiz. Bu alanda vizyonumuzu gerçekleştirmek için gerekli olan yatırımlara gerek insan kaynağı gerek teknoloji olarak hız kesmeden devam edeceğiz. 2022 yılında yüzde 200 büyüme ve önümüzdeki üç yılda, 1 milyon adet rezervasyon gerçekleştirme hedefimiz var. Pandemi öncesi 60 olan çalışan sayımız, bugün 170'in üzerine çıktı; 2023 yılına kadar 500 kişiye ulaşacağız. Geleceğin mihenk taşlarından biri olacağını düşündüğümüz e-para lisansı almak üzere başlattığımız bir sürecimiz de söz konusu. Bu süreci tamamlayarak lisansı aldığımızda müşterilerimize mobil ödeme hizmeti de sağlayacağız.

> "2022 yılında yüzde 200 büyüme ve önümüzdeki üç yılda, 1 milyon adet rezervasyon gerçekleştirme hedefimiz var. Pandemi öncesi 60 olan çalışan sayımız, bugün 170'in üzerine çıktı; 2023 yılına kadar 500 kişiye ulaşacağız."

Yurt dışına yönelik planlarınızdan da biraz bahseder misiniz?

Şu an gördüğünüz Bizigo, hayal ettiğimiz ürünün yüzde 60'ı. Hızla artan müşteri portföyümüzle farklı sektör ve yapıdaki kurumların ihtiyaçlarına göre geliştirmelerimiz her an devam ediyor. Hedefimiz, Bizigo'nun dünyanın birçok ülkesinde faaliyet gösteren bir ürün hâline gelmesi. Seyahat sektöründen bir unicorn çıkarmak istiyoruz. Yurt dışında unicorn olmuş modelleri inceledik ve daha iyisini yapmak üzere yola çıktık. Global benchmarklar ile hem hizmet kalitemizi hem de teknolojik altyapımızı kıyasladığımızda gerçekten çok avantajlıyız ve bu gücümüzü global ölçekte bir oyuncu olmak için kullanacağız. Beş yıl içinde aralarında Avrupa ülkeleri ve Amerika olmak üzere 10 ülkede ofis açacağız.

Kurumsal seyahat sektörünün bugünkü konumunu değerlendirir misiniz?

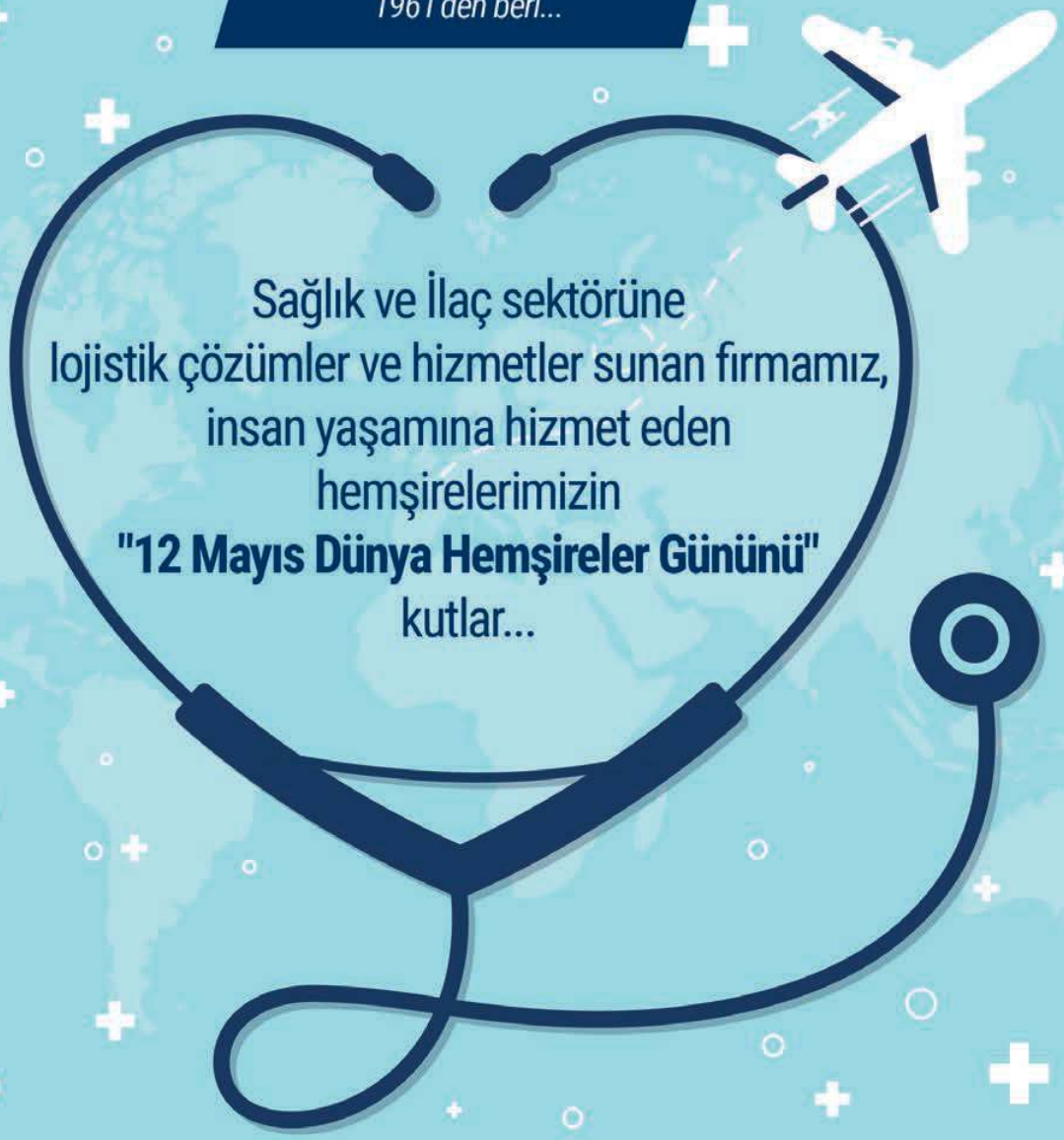
Kurumsal seyahat sektörüne baktığınızda, tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de kişisel seyahatten daha büyük bir hacme sahip. Pandemi öncesinde Türkiye'deki büyüklüğü 2 milyar dolara ulaşmıştı. Ayrıca, yerli ve yabancı binin üzerinde irili ufaklı oyuncunun olduğu bir alan. Kurumsal seyahatlere her yıl dünya genelinde 300 milyar dolardan fazla para harcanıyor. Birçok sektör raporu, çalışan gezginlerin turizmin önemli bir segmentini oluşturduğunu ve zincir otellerden büyük araç filolarına kadar birçok firmanın gelirinin iş seyahatleriyle entegre olduğunu gösteriyor.

Önümüzdeki dönemde, sektörünüzde ne gibi yenilikler göreceğiz?

Gelecekte seyahati şekillendirecek maddelerin arasında risk yönetimi, şeffaflık, iletişim, odaklılık, özelleştirilmiş seyahat politikaları, deneyim ve fayda odaklı seyahat hizmetleri ve çevrimiçi rezervasyon gibi dijital uygulamalar ilk sırada gösteriliyor. Pandemi sonrasında, sıkışmış talebin harekete geçeceği öngörüsü ile seyahat sektörünün gelişeceğini düşünüyoruz. Her ne kadar uzaktan çalışma kalıcı hâle gelecek diye düşünülse de sıcak satışlar, anlaşmalar, bayi toplantıları gibi alanlarda yüz yüze görüşmelerle birlikte fiziki seyahatlerin tekrar başlayacağı görüşündeyim. Önümüzdeki dönemde ayrıca diğer sektörlerde gördüğümüz AR, VR, IoT ve mobil teknolojilerin turizm özelindeki uygulamalarının da yaygınlaştığını göreceğiz.

ZOR ZAMANLAR DOĞRU KARARLAR

Sürdürülebilir Lojistik Çözümler
1961'den beri...



Sağlık ve İlaç sektörüne
lojistik çözümler ve hizmetler sunan firmamız,
insan yaşamına hizmet eden
hemşirelerimizin
"12 Mayıs Dünya Hemşireler Gününü"
kutlar...

İnsan üstü çaba göstererek gece gündüz demeden koronavirüse karşı mücadele veren, Türkiye'nin dört bir köşesindeki sağlık çalışanlarımıza sonsuz şükranlarımızı sunarız.

60 Yıl 1961-2021

Trans Orient
ULUSLARARASI TAŞIMACILIK TİC. A.Ş.

0212 467 26 00 | info@transorient.com.tr | www.transorient.com.tr

İşini e-ticaret ve e-ihracatla büyütmek isteyen KOBİ'ler E-Ticaret Zirvesi'nde buluştu

Türkiye'nin e-ticaret altyapı liderlerinden IdeaSoft'un, e-ticaret ekosistemine katkı sağlamak amacıyla düzenlediği KOBİ E-Ticaret Zirvesi 2021, 15 Nisan'da online olarak iyzico iş birliği ve Vodafone ana sponsorluğunda gerçekleşti.

KOBİ E-ticaret Zirvesi, IdeaSoft ve iyzico iş birliğinde, Pazarlamasyon'un kürasyonunda online olarak gerçekleşti. Ana sponsorluğunu Vodafone'un üstlendiği zirvede KOBİ'lere e-ticaret alanında ışık tutulup, e-ticarete adım atmak isteyen işletmelere önerilerde bulunuldu. "Öncesi&Sonrası" temasında gerçekleşen zirvede, e-ticaretin dünü ve bugünü de ele alınarak, e-ticarete başlamak isteyen KOBİ'lere ve e-ihracatla sınırları kaldırmak isteyen işletmelere yol haritası çizildi. Zirvenin açılış konuşmasını yapan IdeaSoft CEO'su Seyhun Özkara, "KOBİ'lerimizin dijital dönüşüm sürecine hızla etki eden e-ticaret ve e-ihracat sektörüne girmek isteyen herkes için düzenlediğimiz online zirvede 15'ten fazla iş ortağımızı, sektörün önde gelen isimlerini ve 2 bine yakın katılımcıyı ağırladık. Pandemiyle birlikte 136 milyar TL'den 226 milyar TL'ye çıkan ve yüzde 66 büyüyen bir e-ticaret hacmi var. Bu 226 milyar TL'nin de yüzde 64'nü perakende oluşturdu. Dijitale dönüşüm artık herkesin işinin odak noktası olacak" dedi.


Barbaros Özbuğutu


Emre Ekmekçi

"16 milyon 900 bin TL tasarruf etmelerini sağladık"

KOBİ'lerin her zamankinden daha önemli bir konuma gelmiş durumda olduklarını kaydeden iyzico&PayU CEO'su Barbaros Özbuğutu, "2020'de Türkiye ve dünyada daha önce benzeri görülmemiş bir süreç yaşadık ve yaşıyoruz. Türkiye'de ekonomiyi canlı tutan en önemli unsurlardan biri e-ticaret oldu. 2020 e-ticaret raporuna göre, pandemiyle birlikte 7 milyon kişi ilk kez online alışveriş yaptı, 5 milyon kişi de ilk kez faturasını internet üzerinden ödedi. iyzico&PayU olarak işletme ve KOBİ'lere teknolojilerimizle destek oluyoruz. 50 binden fazla üye iş yerimize ve 650 binden fazla bireysel satıcımıza hizmet sunuyoruz. Pandeminin başlangıcıyla birlikte üye iş yerlerimize destek olabilmek adına geçtiğimiz yıl 459 milyon TL'lik ödemelerini 19 gün erken gerçekleştirdik ve kişisel olarak 16 milyon 900 bin TL tasarruf etmelerini sağladık" şeklinde konuştu.

"En çok güvenli uzaktan bağlanma çözümüne ihtiyaç duyuldu"

E-ticarette işletmelerin yüzde 64'ünün faaliyet gösterdikleri sektördeki hacimlerinin daraldığını aktaran Vodafone Türkiye İcra Kurulu Başkan Yardımcısı Emre Ergun, yüzde 26'lık bir kısmın ise faaliyetlerinin büyüdüğünü açıkladığını vurguladı. Ergun, sözlerini şöyle sürdürdü: "KOBİ'lerimizin yüzde 22'si yatırımlarına devam edeceğini belirtirken, yüzde 29'u da önümüzdeki dönemde iş seçimlerinde ciddi bir artış beklentisi içerisinde. Katılımcıların yüzde 56'sı, pandemi sürecinde en çok güvenli uzaktan bağlanma çözümüne ihtiyaç duyduğunu belirtti. Yüzde 36'sı 'bulut teknolojilerine ihtiyacımız var' dedi. Diğer çözümler ise siber güvenlik çözümleri, ofis programları, özellikle de telekonferans, video konferans gibi iletişim çözümleri oldu" ifadelerinde bulundu. Teknoloji ve dijitalleşme konusunda personellerini eğitmenin ve teknolojik altyapıyı geliştirmenin de önemli bir konu olarak öne çıktığını ifade eden Ergun, "KOBİ'lerin yüzde 42'si eğitime odaklan-


Emre Ergün



maları gerektiğini belirtirken, yüzde 36'sı da teknolojik altyapıyı geliştireceğini söylüyor. Bu bilgiler ışığında, önümüzdeki dönemde e-ticaretin rolü artmaya ve yükselmeye devam edecek. Vodafone olarak KOBİ'lerin dijital pazarlama ve e-ticarete adaptasyonunu hızlandırmak için onların ihtiyaçlarını karşılayacak bazı çözümler sunuyoruz. Dijital KOBİ Eğitim Platformumuz ile KOBİ'lerin dijital dönüşümünü de destekliyoruz. Şimdiye kadar ücretsiz eğitim platformundan yararlanan müşteri sayısı 125 bin kişiyi buldu. Eğer 100 bin esnafımız ve KOBİ'miz bu hizmetimizden yararlanırsa toplam 36 milyon lira değerinde bir faydayı müşterilerimize ücretsiz olarak sunmuş olacağız" dedi.

"2020 yılında, 2.3 milyar adet e-ticaret gerçekleşti"

ETİD Başkanı Emre Ekmekçi ise; "E-ticaret sektöründe KOBİ'lerin yanı sıra ödeme şirketleri, lojistik şirketleri, telekom altyapı şirketleri, taşıma şirketleri, reklam ajansları, hazır altyapı veya teknoloji altyapı sağlayan firmalar da var. Çok geniş ekosistemde çalışan bir yapıdayız. Türkiye'de e-ticaret yapmak isteyen firmaların sayısı çok ciddi boyutlarda. Ürünlerinizi aslında web sitenizde sergiliyorsunuz. Müşterilerinizin sizleri online olarak bulabilecek bütün kanallarda bulunmalısınız.


Seyhun Özkara

Fiziksel ve dijital artık bir araya geldi. Pandemide sadece tüketiciler değil, satıcılar da değişti. Dijitali odak noktasına alan işletmelerle e-ticaret daha da büyüdü. Bu birleşmeye baktığımızda Türkiye'de çok çarpıcı rakamlar var. 2020 yılında, 2.3 milyar adet e-ticaret gerçekleşti. Yani yıllık kişi başı 28 sipariş ve 2 bin 800 lira da internetten alışveriş harcaması yapıldı. Genel ticaret içindeki oranı da ortalama yüzde 15.7" şeklinde görüşlerini belirtti.

Zirvedeki konu başlıkları

KOBİ E-ticaret Zirvesi'nde ayrıca; MediaMarkt Pazarlama, Kurumsal İletişim ve E-Ticaret Direktörü Çağanur Atay Uçtu, Gratis Pazarlama Direktörü ve Gratis İcra Kurulu Üyesi Gül Sağır Aydın, Related Digital CEO Sedat Kılıç, Boyner Pazarlama ve Marka Yönetimi Genel Müdür Yardımcısı Nurçin Koçoğlu "Perakendede E-Ticarette Neleri Doğru Yapmalıyız?", Kriko Kurucusu Uğur Eskici "E-ticarette SEO'nun Önemi", iyzico Dijital Pazarlama Müdürü Şafak Yılmaz ve IdeaSoft Satış Müdürü Zekeriya Ateş "E-ticarette Altyapı ve Ödeme Sitemlerinin Önemi", IdeaSoft Dijital Pazarlama Müdürü Cenk Kanıkman "E-ticaretle Sevilen Bir Marka Yaratmak", Vodafone Katma Değerli Servisler Ürün Müdürü Volkan Ertaş "E-ticarete Girişte Bizi Neler Bekliyor?", OPLOG Satış Müdürü Begüm Akçınar "Fullfilment İle Mükemmel Müşteri Deneyimi", iyzico İş Geliştirme Müdürü Demet Pektaş ve IdeaSoft Satış Ekibi Lideri İbrahim Vıcıl "İyi Bir Altyapı ve Ödeme Deneyimiyle Daha Fazla Kazanmanın Püf Noktaları", EDM Bilişim İş Geliştirme Müdürü Ayşegül Neslihan Cenik "E-ticarette Bütünleşik E-fatura ve KEP Hizmetlerinin Geleceği", Sopyo Kurucu Ortakları Ahmet Alan ve Ender Gazel "Pazaryeri Entegrasyonları", Innotera Kurucu Ortağı Halim Sekizkardeş "Sınır Ötesi E-ticaret ve Amazon Amerika", iyzico Müşteri Satışları Ekip Lideri Can Bakır "E-ihracatta Sınırları Aşmak" konuları hakkında önemli bilgiler paylaştılar.

BP Taşıtmatik: Ekonomik ve Kolay Filo Yönetimi



BP Türkiye olarak filo müşterilerimize akaryakıt giderlerinde tam kontrolü sağlamaları, tüm yakıt işlemlerinde kolaylık ve zaman kazanmaları için BP Taşıtmatik ile hizmet vermeye devam ediyoruz. BP Taşıtmatik ile üyelerimize filolarının yakıt tüketimini, tüketim tarihlerini, alım yaptıkları istasyonları takip edebilme fırsatı sunuyoruz. Müşterilerimiz bu sistem sayesinde araçlarından inmeden ödeme yapabildiği gibi hatalı yakıt alımının da önüne geçiyor. Araç sahibi olan tüm işletmeler teminat mektubu ve DBS zorunluluğu olmadan kredi kartı ile kolayca BP Taşıtmatik üyesi olabiliyor. Yüzde yüz filo yönetimi sağlayan bu sistem sayesinde müşterilerimiz sahip oldukları belirli plakaları kullanıma açıp kapatabiliyor, araç başına TL ya da litre bazında limitlendirme yapabiliyor. Bunun yanı sıra firmalar araçlarının yakıt alacağı istasyonları veya bölgeleri de sınırlandırabiliyor.

BP Taşıtmatik, şirketlerin sürücüye avans vermeleri, kredi kartı kullandırmaları, çalışanın nakit ödeme yapması, masraf fişi hazırlaması gibi işlemleri ortadan kaldırıyor. Müşterilerimiz aynı zamanda 7/24 ulaşabildikleri müşteri danışma hattı ile merak ettikleri tüm konulara yanıt bulabiliyor. BP Taşıtmatik'in sunduğu tek fatura imkânı ile işletmeler filolarının tüm yakıt alımları için tek bir fatura alabiliyor. Sistemden otomatik olarak aktarılan akaryakıt alımlarına ait bilgiler periyodlar halinde faturalanıyor. Üyelerimiz www.bptasitmatikonline.com web sitesi üzerinden ise araçlarının ikmal noktalarını ve miktarlarını diledikleri zaman takip edebiliyor.

Tüm bu avantajların yanında, sektörde bir ilk olan ve yalnızca BP Taşıtmatik üyelerinin faydalanabildiği BP FiloMaster platformumuz ile müşterilerimizin günlük operasyonel maliyetleri düşürmelerine yardımcı oluyoruz. BP FiloMaster ile her ölçekten işletmeye seyahat, sigorta, sağlık, ofis malzemesi, araç bakımı, araç kiralama, ofis temizliği ve kurumsal eğitim alanlarında avantajlı kurumsal çözümler sunuyoruz.

Siz de BP Taşıtmatik üyesi olmak için **www.tasitmatik.com** web sitemiz üzerinden başvurunuzu yapabilirsiniz.

İşinin Uzmanı BP Taşıtmatik Üyelerimize Özel BP FiloMaster Avantajları

Aracınıza Özel:
BP Taşıtmatik üyelerimize, kampanya kapsamında akaryakıta ek avantajlı tekliflerle araç bakımı, expertiz raporu, dezenfeksiyon ve yıkama hizmetleri sunuyoruz.

Eğitim:
BP Taşıtmatik üyelerimize hem ofis giderleri için özel bir teklifimiz, hem de çalışanlarının gelişimi için İngilizce kursu teklifimiz bulunuyor.

Mobilya-Mutfak:
BP Taşıtmatik üyelerimize özel, ofislerinde kullanmak üzere alacakları ev aletlerinde 4 ayrı marka ile avantajlı tekliflerimiz bulunuyor.

İşletmenize Özel Teklifler:
BP Taşıtmatik üyelerimizi iş hayatının her alanında rahatlatacak teklifler sunuyoruz. Ofisinizin elektrik ihtiyacından dezenfektasyonuna, kargo hizmetinden araç takibine avantajlı tekliflerimiz mevcut.

Seyahat:
Ticari hayatın olmazsa olmazı uçak bileti ve konaklama ihtiyaçları için seyahat kategorisinde avantajlı teklifler sağlıyoruz.

Araç Kiralama:
BP Taşıtmatik üyelerimize özel, araç kiralama ihtiyaçları için iki ayrı kiralama firmasından avantajlı teklifler sağlıyoruz.

Elektronik-Teknoloji:
BP Taşıtmatik üyelerimizin ofis ihtiyaçları olan printer ve akıllı uzaktan aydınlatma, iklimlendirme, güvenlik, kamera sistemleri için avantajlı teklifler sunuyoruz.

Hediye:
Kurumsal hayatın en çok tercih edilen hediyeleri olan çiçek, çikolata gibi hediyeler için de avantajlı teklifler BP FiloMaster platformumuzda.

Sağlık:
Çalışanlarının sağlığına dikkat eden işletmeler için personel check-up hizmeti teklifi sunuyoruz.

Kuru Temizleme:
BP Taşıtmatik üyelerimize özel kuru temizleme ihtiyaçları için avantajlı teklifler sunuyoruz.

BP Taşıtmatik Avantajları Türkiye'nin Dört Bir Yanında **bptasitmatik.com**

Bu bir ilandır.

bptasitmatik.com

BP Taşıtmatik: Ekonomik ve kolay filo yönetimi

BP Taşıtmatik üyesi olun, hem işletme hem de yakıt giderlerinizde tasarruf edin.

Teminat mektubu yok

DBS yok

Kredi kartıyla üyelik



Daha iyisini istediğinde

bp taşıtmatik



Nagihan Ünüvar
Markam Sen Marka Ve Pazarlama Yönetim Danışmanlığı Kurucusu & Genel Koordinatörü

Marka sadakatinin gücü

Sadakatin kelime anlamı, içten bağlılık, samimi ve güçlü dostluktur. Bir ilişkiyi güçlendirmek için yatırım ya da fedakârlık yapmaya istekli olmaktır. Bir müşteri açısından baktığımızda, kendisine iyi davranan ve ona değer veren bir markaya, marka ürün veya hizmeti için piyasadaki en uygun fiyatı vermese dahi bağlı kalmaktır.



Müşteri sadakati bir satın almanın ötesindedir. Sadık müşteri, bir ürünü defalarca satın almasa bile markaya sadık kalabilir. Müşterinin koşulları sürekli satın alıma uygun olmayabilir. Bir müşterinin aynı markadan tekrarlayan alımlar yapması ise o markaya sadık olduğu anlamına gelmez. Bu, başka alternatifin olmadığı ve mecbur kalınan bir satın alım olabilir.

Kârlılık ve büyüme

Marka sadakati ile markanın kârlılığı arasında doğrudan bir ilişki vardır; çünkü kazanılmış bir müşteri için pazarlama bütçesi harcamaya gerek kalmaz. Bu da markanın pazarlama maliyetini etkiler. Marka sadakati ile markanın büyümesi arasında da doğrudan bir ilişki vardır. Sadık müşteri, ürününü/hizmetini satın almaktan mutlu olduğu, kendine iyi davranan ve değer veren markayı, çevresine tavsiye eder ve yeni müşteri kazanımı sağlar. Tavsiye etmek, marka için referans olmakla eş anlamlıdır. Dolayısıyla tavsiye eden müşteri, aynı zamanda kendi itibarını da ortaya koyar.

Sadık müşteri sayısını artırma

Sadık müşteriler birer marka elçisidir. Adeta, şirketin pazarlama bölümünde çalışan gönüllülerdir. Pazarlama maliyeti olmadan, markaya yeni müşteriler kazandırırlar. Bir marka için her bir yeni müşteri elde etmek amacıyla harcanacak pazarlama bütçesi, kârlılığı etkiler. Dolayısıyla bir marka kârlı bir büyüme elde etmek istiyorsa tüm eforunu sadık müşteri sayısını artırmak için harcamalıdır.

Yeni müşteri kazanımları

Başarılı markalar, müşteri yaşam boyu değerine, elde tutma oranlarına odaklanırlar. Müşterileri elde tutmak ve birer marka elçisi hâline getirmek için çalışırlar. Değişen yaşam koşulları, ilerleyen yaş ile satın alma eğiliminin azalması, hastalık gibi faktörler sadık müşterilerin ayrılmasına sebep olabilir. Bu sebeple, yeni müşteri kazanımlarının sadık müşteriye çevrilmesi için istikrarlı bir şekilde çalışmak gerekir. Her yeni kazanımı bir marka elçisine çevirme hedefi ile hareket ederek; inovasyon, operasyonel işlemlerde disiplin ve sadık müşterilere özel etkinlik gibi faaliyetlerle ilişkinin sürdürülebilir hâle getirilmesi gerekir.

Ölçme ve değerlendirme

Müşteri sadakatini ve memnuniyetini ölçmek son derece önemlidir. Günümüzde, analiz araçları ve veri tabanı takibi ile müşterinin yaşam boyu değeri ve satın alımları ölçülebilir; ancak yukarıda söylediğim gibi, her tekrarlanan satın alım sadakat anlamına gelmez. Dolayısıyla müşteri memnuniyetini ölçecek verilere de ihtiyacımız bulunur. Bunun için pahalı anketlere ve karmaşık istatistiksel modellere ihtiyaç yoktur. Bazen tek bir soru sorularak istenen sonuca ulaşılabilir. Basit, kısa, müşteriyi yormayan ve net cevaplar alınabilecek bir anket çalışması ile ölçme yapılabilir. Anket sonuçları ile gerçek satın alım ve referanslar arasında yapılacak ölçümleme, hangi anket sorusunun en güçlü istatistiksel korelasyonu verdiğini gösterecektir. Bu da, markanın müşteri memnuniyeti anket sorularını şekillendirmesini ve doğru soruyu bulmasını sağlayacaktır.

Sürdürülebilir markanın gücü sadık müşterileridir. Markaya gönülden bağlı, onun için referans olan müşteriler markayı büyütür. Bunun için, müşteri ile ilişkinin devamlılığını sağlamak, değerli hissettirmek ve istikrarlı bir iletişimde olmak gerekir.



Geleceğin Ofisleri

RICOH
imagine. change.

*Salgın sonrası ofisler ortadan kalkmıyor ancak akıllanıyor, yenileniyor. **Ricoh** işte bu yenilenmenin tam ortasında.*

Yeni ofisler teknoloji yatırımlarından en iyi şekilde yararlanmalı

Dijital dönüşüm aslında pandemi sırasında başladı. İhtiyaçlarına göre şirketler değişikliklere gitmeye başladılar. Hukuk sektörü gibi baskı ağırlıklı birçok sektör artık dijital işyeri araçlarının gücünü deneyimledi. Hatta bazıları ilk kez Google Drive veya Office 365 gibi bulut tabanlı belge çözümlerini bile kullanmaya başladı. Bunun gibi ilk adımlar büyük dönüşümün de hazırlayıcıları oldu.

Dijital dönüşüm programlarının gücü bunları akıllı yazıcılar ve tabletler gibi cihazlar aracılığıyla ofis alanına entegre ettiğinizde net ortaya çıkıyor. Geleceğin ofisi, bilgiye anında erişilebiliyor olmayı ve çalışanlar nerede olursa olsun iş akışlarını otomatikleştirebilmeyi gerektirir. Avuç içi ve parmak izi tanıma sağlayan biyometrik araçlar, bulut özellikli çok işlevli yazıcılar da temassız işlemlere imkan sağlayabilir. Bu, yalnızca bilgileri daha güvenli kılmakla kalmaz, aynı zamanda evrakları dijitale dönüştürme sürecini her zamankinden çok daha kolay hale getirerek zamandan tasarruf da sağlar.

Fiziksel alanlar akıllı ve sezgisel olmalıdır

Kahve makinesinin üzerine dijital ekran ekleme fikri ilk bakışta tuhaf görünse de, bunun şirket içi iletişim üzerindeki etkisi küçümsenemez. Dijital ekranlar, dikkatleri iletilmek istenen mesajlara anında çekmenin etkileşimli ve dinamik yollarıdır. Düzgün çalışan bir entegre oda rezervasyonu yazılımı ile iş arkadaşlarınızla çakışma durumları da ortadan kalkacak. Bulutla çalışan bir işyeri geliştirme platformu olan **RICOH Spaces** gibi araçlar, masa rezervasyonlarından yön bulmaya kadar iş yerinizin her alanını dijitalleştirebilir. Bu araçlar gelecekteki gelişmeler için de büyük bir potansiyel sunuyor. Önümüzdeki dönemlerde odalara erişimi yönetmek için yüz tanıma teknolojisinin kullanıldığını da zaman bizlere gösterecektir.





Çalışma ortamları, güvenli işbirliğini teşvik etmelidir

Ekip çalışmasını ve yaratıcılığı geliştirmek isteyen işletmeler uzaktan çalışma araçlarının artık ofisin dört bir yanına entegre olmasını istiyor. Etkileşimli beyaz tahtalar ve projektörler gibi ses, video ve görüntüleme araçları, önemli fikirlerin ofis, ev veya çalışmanın gerektiği herhangi bir yer arasında kolayca ve kayıpsız paylaşılmasını mümkün kılma anlamında kesintisiz bir dijital çalışma deneyimi yaratmak için oldukça ileri seviyelere ulaştı.

Ricoh'un **Akıllı İşbirliği Odalarının** ve **Reactive SUITE** çözümlerinin arkasındaki mantık budur. Bir gün, hologram teknolojisinin bu araçları daha da güçlendirdiğini de görebiliriz.

Uzak ve temassız termal görüntüleme kameraları, COVID-19 sonrası ön plana çıkmıştır. Bu gibi cihazlar, şirketlerin işbirliği ortamlarında riskleri daha iyi yönetmelerine yardımcı olabilir ve enfekte olabilecek kişileri belirleyerek çalışanların sağlığını korumak bakımından önleyici rol oynayabilirler.

Geleceğin ofisinde neler var?

- Bilgiye nereden olursa olsun anında erişebilirlik.
- Kesintisiz dijital çalışma deneyimi
- İş akışının akıllı cihazlarla otomatikleştirilmesi
- Temassız işlemler
- Evrakların dijitalleştirilmesi
- Her alanı dijital ve programlanabilir alanlar.

Seçici olmayı ve akıllıca yatırım yapmayı unutmayın

Geleceğin ideal ofisini inşa etmenin anahtarı, boşa harcanan alanı en aza indirirken üretkenliği en üst düzeye çıkaran çözümlere yatırım yapmaktır. Aynı zamanda gelecekteki heyecan verici yeniliklere açık olmak da önemli bir faktördür. Bu gelişmelerin niteliği, iş sektörü ve şirket büyüklüğü gibi birçok farklı faktöre ve bir şirketin dijital olarak hangi seviyede olduğuna bağlı olacaktır.

Geleceğin ofisi söz konusu olduğunda herkese uyan tek bir model yoktur; en doğru modeli oluşturmak, çalışanların nerede olurlarsa olsunlar ellerinden gelenin en iyisini yapmalarına yardımcı olmak için çok önemlidir.

Daha fazlası için... **www.ricoh.com.tr**



Özgenur Reyhan Güler
Altınbaş Üniversitesi
Öğretim Görevlisi

Avantajları maksimize etmek: NİŞ PAZARLAMA

Geniş bir potansiyel müşteri yelpazesini hedefleyen bazı pazarlama stratejilerinin aksine, niş pazarlama, işletmenizle bağlantı kurma olasılığı en yüksek olan belirli bir tüketici segmentine odaklanır. Niş pazarlama, özellikle sınırlı bütçeye sahip küçük şirketler için kullanışlıdır.

İş dünyasında sıklıkla ortaya çıkan bir kavram niş pazarlama. Sektörde bir otorite olabilmeniz için bir nişiniz varsa, oradan zamanla dışa doğru genişleyebilir ve büyük bir sektörde büyük bir oyuncu olabilirsiniz. Niş pazar, benzersiz ihtiyaçları, tercihleri veya kimliği aracılığıyla tanımlayabileceğiniz daha büyük bir pazarın bir bölümüdür. Hangi pazara bakarsanız bakın, neredeyse her zaman bunu daha da iyileştirebilir ve bir dizi niş pazar oluşturabilirsiniz. Demografik bilgiler, kalite seviyesi, psikografikler, coğrafi alan, yaşam tarzı, kültür, aktivite veya alışkanlıklar, davranış niş bir pazarı belirlemenin en yaygın yollarından bazılarıdır. Hangi sektörde olursanız olun, girebileceğiniz ve uzmanlaşabileceğiniz daha spesifik, daha rafine bir niş pazar vardır. Bunu yaptığınızda, zamanla, genişleyebilir ve farklı nişlere girebilirsiniz. Yine de gerçek başarı, çoğu zaman tek bir niş içinde başlar.



Nişinizi bulmanın en önemli kısmı başlamaktır

Girişimlerinizde tam gaz ilerlemeden önce, içinde çalışacağınız niş bir pazar seçmeniz gerekir. Ne tür ürün veya hizmetler sunmak istediğinize dair bir fikriniz var olsa dahi, hedef kitlenizin kim olduğu ve onlara ne sunduğunuz konusunda çok net olmanız gerekiyor. Elbette, sunmanız gereken şey teorik olarak oradaki herkese yardımcı olmalıdır; ancak tüm müşterilere hitap etmeye çalışan işletmeler, sonunda hiçbiriyle bağlantı kurmazlar. Daha büyük, daha köklü işletmeler ve belirli bir niş pazara hizmet edenler arasındaki karmaşada kaybolurlar.

Sattığınız ürünün öne çıkmasını istiyorsanız, önce sunulmayan bir boşluk bulmanız gerekir. Kimliğinizi bir sektör veya pazarda oluşturduğunuzda, mesajınızı doğrudan ideal müşterilerinize onlara hitap edecek şekilde iletmek için hedefli niş pazarlama stratejilerini kullanabilirsiniz; ancak pazarlama stratejinize çok fazla dalmadan önce, potansiyel müşterilerinizi gerçekten tanımanız gerekir. Yüksek kaliteli bir lüks olarak kabul edilebilecek ve bu nedenle daha yüksek bir fiyat etiketi ile gelen bir şey mi arıyorlar; yoksa karşılanabilirlik ve değer mi istiyorlar?

Neden niş bir pazara ihtiyacınız var?

Yeni bir işletme sahibi olarak, pazarın küçük bir kısmına hizmet etmek için müşteri tabanınızı daraltmak mantığa aykırı görünebilir; ancak diğer herkesle aynı ürünleri veya hizmetleri farklılaştırıcı bir faktör olmadan sunuyorsanız, bir etki yaratmakta zorlanırsınız. Belirli müşterilere odaklandığınızda ve onların ne istediklerini ve neye ihtiyaç duyduklarını gerçekten dinlediğinizde, işinizi söz konusu niş pazar için hedef olarak konumlandırabilirsiniz.

Niş pazarlama stratejileri, kiminle konuştuğunuzu öğrenmenizi ve bu bilgileri iş planınızı oluşturmak için kullanmanızı sağlar. Bu pazarlarda global marketing kuralları pek işlemez. Önemli olan zaten az sayıda olan müşteriyi olabildiğince iyi anlayabilmek ve tüketiciyle işletme arasında sadece alışverişe dayanmayan duygusal olabilecek bağlar kurmaktır.

Daha büyük pazarlara açılmanıza yardımcı olur

Pazarınızdaki niş iş veya marka olmanın çok büyük bir değeri vardır. Dikkat çekmenize, sadık bir müşteri tabanı oluşturmanıza ve hatta potansiyel olarak daha büyük pazarlara açılma kapısını açmanıza yardımcı olur. "Küçük başla ve büyük ol", oyunun adıdır ve küçük girişimlerin, orada bulunan daha büyük adamlardan bazılarıyla nasıl rekabet edebileceği önemlidir.

İşletmenizin hizmet verebileceği doğru niş pazarı kurmak büyük ama önemli bir karardır. Başarıyı ölçmek ve seçiminizi ikinci kez tahmin etmek kolay olabilir, ancak güçlü bir markayla başarılı bir iş yaratmak ile kalabalığın içinde kaybolmak arasındaki fark işletmenin geleceğini belirler.

“KOBİ’lerin büyüme yolculuğunu yeni nesil çözümlerle destekleyeceğiz”

Türkiye’nin ödeme teknolojilerinde lider şirketlerinden Paynet, TÜRKONFED’le birlikte “KOBİ’lerin Dijital ve Finansal Karnesi” araştırmasını gerçekleştirdi. Araştırmayla ilgili değerlendirmede bulunan Paynet CMO’su Serra Yılmaz; ödeme ve tahsilatta KOBİ’lerin tercihlerinde nelerin öne çıktığını, KOBİ’lerin dijitalleşmesini desteklemek amacıyla sundukları çözüm ve hizmetleri anlatıyor.

Paynet olarak TÜRKONFED ile gerçekleştirdiğiniz “KOBİ’lerin Dijital ve Finansal Karnesi” araştırmasının sonuçlarında özellikle neler dikkatinizi çekti?

Araştırmaya katılan KOBİ’lerin yüzde 60’a yakınının pandemi döneminde ciralarında ortalama yüzde 40’a varan kayıplar yaşadıklarını görüyoruz. KOBİ’lerin 2021’e dair öngörüleri de kötümser bir tablo çiziyor. 2021’e ilişkin olumsuz makroekonomik kaygılarının giderilmesinin ve ciro kayıplarındaki telafilerin ancak dijital dönüşümle sağlanacağını düşünüyoruz. Araştırmada dijital olgunluk seviyesi yüksek firmalarda finansal olgunluk seviyesinin de yüksek olması bu görüşümüzü destekliyor, yani dijitalleşen KOBİ’ler finansal olarak da güçleniyorlar. Bir diğer çarpıcı sonucun ise, pandemi sürecinin KOBİ’lerde dijital dönüşümü hem hızlandırdığını hem de bu alanda yapılacak yatırımların önünde bir engel olduğunu gözlemliyoruz.

Peki KOBİ’lerin en güçlü motivasyon kaynağı ne?

KOBİ’lerin finansal davranışlarında en güçlü motivasyon kaynağınınsa ayakta kalma olduğu görülüyor. Son üç yılda KOBİ’lerin en fazla gerçekleştirdikleri finansal uygulamalar içinde yüzde 60,2 ile sigorta ilk sırada. Ödeme planı oluşturan KOBİ’lerin oranı yüzde 57,9 ve KOBİ’lerin yüzde 57,5’i ise son üç yılda nakit yönetimi ve sürekliliği sağlamaya çalışmış. Yatırımların yüzde 56,2 ile dördüncü sırada gerçekleştirilen finansal aktivite olması, ekonomik



genel görünümde, şirketlerin büyümeden çok mevcudu korumaya odaklandıklarını gösteriyor. KOBİ’ler gelecek üç yılda da önceliklerini değiştirmiyorlar.

KOBİ’ler hangi nedenlerle dijitale yatırım yapıyorlar?

Araştırmamıza göre 2017-2020 yılları arasında dijitale yatırım yapmış KOBİ sayısı 324 iken, gelecek üç yıl içerisinde yatırım yapmayı planlayan KOBİ sayısı 306’ya düşüyor. Gelecek üç yıl içinde dijitale yatırım yapmayı hedefleyenlerin öne çıkan gerekçelerini; Covid-19 sürecinde dijitalleşmenin öneminin artması, yeni müşteri talebini karşılayabilmek ve rekabette geri kalmak endişesi olarak görüyoruz. Gelecek üç yıl içinde yatırım yapmamayı düşünenler ise Covid-19’u bir çekince olarak gördüklerini ve aynı zamanda ülkenin içinde bulunduğu ekonomik durumdan ötürü yatırım yapmaya yönelmediklerini belirtiyorlar. Dijital dönüşüme yatırım yapılmamasının bir diğer sebebinin ise dijital ve teknoloji alanında KOBİ’lerin bu alanlarda bir fırsat veya tehdit görmemesi olduğunu gözlemliyoruz. Araştırmaya katılan KOBİ’lerin yüzde 53,2’si dijital ve teknoloji alanında fırsat görmediğini, yüzde 77,2’si bu alanda bir tehdit olmadığı yanıt görmediğini belirtiyor.



Ödeme ve tahsilatta KOBİ’lerin tercihlerinde neler öne çıkıyor?

En çok öne çıkan yöntem hesaba ödemeler. İkinci yaygın kullanılan metot ise Fiziki/Sanal POS kullanımı. Sanal POS çözümlerinde Paynet, en çok tercih edilen finansal teknoloji firması olarak lider konumda. Sanal POS kullananların tercih nedeni olarak kullanım kolaylığı ilk sırada geliyor, internetten satış yapabilme imkanı ve müşteri talebi Sanal POS tercihinin diğer nedenleri olarak öne çıkıyor. Firmaların POS çözümlerine yönelik önerilerinde ise mobil POS çözümleri ve daha hızlı bir sistem talebi göze çarpıyor.

KOBİ’lerin dijitalleşmesini desteklemek için neler yapıyorsunuz?

Müşterilerimizin dijital dönüşümünü finansal teknoloji çözümlerimizle destekliyoruz. Önümüzdeki dönemde de KOBİ’lerin nakit akışı yönetimlerini ek yatırım maliyetine katlanmadan, tek bir anlaşmayla, tek bir platform üzerinden Paynet hizmet modeliyle dijitalleştirebileceklerini daha sık vurgulayacağız. KOBİ’lerin büyüme yolculuklarını desteklemek amacıyla 2021 yılında dijital dönüşüm süreçlerine katkı sağlayacak yeni finansal ürün ve çözümlerimizi hızla devreye almaya devam edeceğiz.

ADVERTORIAL



Finans sektöründe büyüme hız kesmiyor

Koronavirüs salgını, hem iş modellerinde hem de tüketicilerin beklentilerinde değişikliklere neden oldu. Bu dönemde, işletmelere maliyet, hız ve verimlilik avantajı sağlayan finans çözümleri öne çıktı. Online alışverişin ve temassız ödeme yöntemlerinin tercih edilmesi, yeni nesil finans çözümlerine talepleri de artırdı. Bu taleplerin ve işlem hacminin artması ile finans sektöründe ciddi büyüme görüldü. Önümüzdeki dönemde de finans sektöründe hizmet veren kurumlar, yeni ürün ve çözümleriyle hız kesmeden büyümeyi sürdürmeyi amaçlıyorlar.

İş Leasing'den çatı üstü GES yatırımlarına finansman desteği

Son dönemde sayıları giderek artan öz tüketime yönelik pek çok çatı üstü GES yatırımını finanse eden İş Leasing, kurumsal firmaların yanı sıra KOBİ'lerin de enerji yatırımlarında aradıkları marka oldu. Çatı üstü GES kurulumu sağlayan EPC firmaları ile birlikte geliştirdiği çözümler ile sektöründe fark yaratan ve müşterilerine nakit akışları için ideal ödeme planları sunan İş Leasing, son olarak Niğde merkezli Hüseyin Durak Petrol Ticaret ve Sanayi Limited Şirketi'ne ait üretim tesisinin çatılarına öz tüketim amacıyla kurulan Güneş Enerjisi Santrali yatırımını finanse etti. 780 kWp kurulu gücüne sahip santral ile Hüseyin Durak Petrol firması, elektrik tüketimini güneş panellerinden sağlayarak önemli bir maliyet avantajı sağlayacak ve elektrik faturası ödemek yerine leasing taksitlerini ödeyerek kendi elektrik üretim santraline sahip olacak. Konu hakkında İş Leasing'den yapılan açıklamada enerji maliyetlerini azaltan ve doğa dostu çatı üstü güneş enerjisi santrali finansmanı alanındaki uzmanlık ve tecrübe ile bu alanda yatırım yapmayı planlayan sanayicilere destek verilmeye devam edileceği ifade edildi.





Paymes ile ödeme alma işlemleri kolaylaşıyor

Paymes, birey ve kurumların herhangi bir elektronik ticaret bilgi birikimine, uygulama bağımlılığına, yüksek bütçe gereksinimlerine ihtiyaç duymadan ödeme almalarına olanak sağlayan bir ödeme platformu. Paymes Kurucu Ortağı Sabrican Zaim, sosyal mecralar üzerinden satış yapan bireylerin ödeme alma işlemlerini kolaylaştırmak ve güvenli hâle getirmek için yola çıkan şirketin, bugün evinde el emeği ürünler üreten ev hanımından bin bayili fabrikaya ve alt bayilerine kadar hizmet veren bir yapıya ulaştığını söylüyor. Paymes'in ürün skalasını chatbotlar ile ödeme, tahsilat paneli ile ödeme ve elektronik ticaret altyapı ödemeleri olarak üçe ayırdıklarını dile getiren Zaim, şu bilgileri aktarıyor: "Chatbotlar ile ödeme çözümümüz, kullanıcılarımıza arkadaşları ile mesajlaşmak kadar kolay bir deneyim sunarak, 20 saniye gibi kısa bir sürede ödeme linki oluşturma imkanı sağlıyor. Paym.es Tahsilat Paneli'nde ise, kurumlara SMS, link, e-mail ile uzaktan tahsilat hizmeti sağlarken, QR ile ödeme noktası oluşturarak müşterileri ile yan yanayken de pos cihazı olmaksızın işlem yapmalarına aracılık ediyoruz. Panel ürünümüzde kullanıcılar isterlerse alt bayiler ekleyerek, onların da tahsilatlarını yönetebiliyor, kendi adlarına veya bayilerin adlarına ödeme gerçekleştirebiliyorlar. E-ticaret altyapısı sunan ürünlerimiz ise panel ve mesajlaşma aplikasyonu ile platformumuzu kullanan kullanıcılarımıza, kişiselleştirebilecekleri, hizmet ve ürünlerini sergileyebilecekleri ücretsiz butik e-ticaret sayfaları sunuyoruz" diyerek sözlerini noktalıyor.

2025'e kadar 4 trilyon doların üzerinde işlem hacmi bekleniyor

Pandemi ile birlikte tüm dünyada şirketler arasında ödeme vadelerinin süresi değişti. Uzayan vadeler ve yapılamayan tahsilatlar tüm piyasaları etkiledi. Covid-19 ile ticaretin paraya el değmeden gerçekleşme oranı ve hızı artarken, birçok ürünün satış hacminde yüzde 300'ü geçen büyümeler oldu. 2025'e kadar 4 trilyon dolardan fazla işlem yapılması bekleniyor.

72'den fazla ülkede faaliyet gösteren Avusturalya merkezli ödeme kuruluşu Octet, şu an farklı ölçeklerde 2 bin 400 şirkete hizmet veriyor. Octet Türkiye Genel Müdürü Derya Ekemen Fidan, "Sunduğumuz tahsilat ve ödeme ürünleri ile nakit döngüsünün alıcılar için uzun, satıcılar için kısa olmasını sağlıyoruz. Çözümlerimizle işletmelerin kârlılık ve verimliliğini artırıyoruz. Sunduğumuz tüm ürünler Octet Portal'ın yetkinlikleri ile özellikle likiditenin az olduğu dönemlerde firmaların nakit ihtiyaçlarını, işletme sermayelerini esnek yönetmelerine olanak sağlıyor" diyor.

Dijital dönüşümün KOBİ'lere etkileri

"Önümüzdeki dönemde bankacılık işlemlerinin ticaretin tarafı olan alıcı ve satıcıyı bankalar ile aynı ortamda bir araya getiren fintech şirketleri üzerinden yönetileceği aşikar. Covid-19 ile ticaretin paraya el değmeden gerçekleşme oranı ve hızı arttı. Birçok ürünün satış hacminde yüzde 300'ü geçen büyümeler oldu. E-ticaret, Covid-19 salgınının baş göstermesiyle beraber yepyeni bir seviyeye ulaştı" diye açıklamada bulunan Fidan; bu doğrultuda, firmaların ödeme kuruluşlarına taleplerinin de arttığını kaydediyor. Fidan, sözlerini şöyle sürdürüyor: "2025 yılına kadar dünyadaki ödeme kuruluşu sayısının 4 bin 200'e ulaşması ve tüm ödeme kuruluşlarının ödeme hacminde 4 trilyon dolardan fazla işlem yapması bekleniyor. Sektörün 2019-2025 yılları arasında yıllık bileşik büyüme oranının yüzde 28 olması, Infinicept kaynaklarına göre de belirtilen işlem hacmi karşısında dünyada 15 milyar dolar işlem geliri yaratması öngörülüyor."





KOBİ'lerin sadece yüzde 51'i pozitif nakit akışına sahip

Araştırmalara göre Avrupa'da yüzde 30 seviyelerinde olan şirketler arasındaki vadeli işlemlerin payının Türkiye'de yüzde 36,8 düzeyinde olduğunu aktaran Fidan; şirketler arası ödemelerde ortalama 50-90 gün arasında değişen vade süresinin ise Türkiye'de normal zamanlarda 60-90 aralığında seyrettiğini ifade ediyor. Şimdi bu sürenin Türkiye'de 120 gün ve üzerine çıkmış durumda olduğunu kaydeden Fidan, "Nakit akışında ve finansmana erişimde sıkıntı yaşayan tüm firmalar için Octet ürün ve çözümleri bu sürede can simidi oldu diyebiliriz. 2019 yılının Aralık ayında yapılan bir araştırma KOBİ'lerin sadece yüzde 51'inin pozitif nakit akışına sahip olduğunu gösteriyor. Salgınla beraber bu oranın daha da azaldığı öngörülüyor. Bu şartlarda işletmelerin, ne zaman ne kadar tahsilat yapacaklarını bilememeleri esas faaliyet alanlarına odaklanmalarını da engelliyor. Alış ve satışlarında Octet Portalı'nı kullanan işletmeler için ise bu konular sorun olmuyor, portal işletmelere tahsilat kolaylığı ve güvencesi sunuyor" diyor.

4 milyar 500 milyon TL işlem hacmine ulaşmayı hedefliyor

Fidan'ın aktardığı bilgilere göre BDDK'dan kendi alanında lisans alan ilk kuruluşlardan biri olan Octet Türkiye ile KOBİ'ler hizmet tedariklerinde ödemelerini, vadeli çek-senet olmadan daha kolay nakit akışları doğrultusunda yapabilme olanağına kavuşurken, alacaklarını ise peşin tahsil etmenin avantajlarından yararlanabiliyor. Octet Portalı'nda, satıcı peşin tahsilat yapmanın maliyetine kendisi katlanabileceği gibi satıcı herhangi bir maliyet yüklenmeden, alıcı kullandığı taksit veya talep ettiği erteleme kadar hizmet bedeli ödeyebiliyor. Fidan, sözlerini şöyle tamamlıyor: "Octet Türkiye olarak kredi kartı ile gerçekleşen tahsilat işlemlerinde tüm kart sistemleri ile çalışıyoruz. Diğer tahsilat ve ödeme ürünlerimizde ise şu anda 12 banka ile entegre çalışıyoruz. 2021'de bu sayıyı 16'ya çıkartmayı hedefliyoruz. Ayrıca 2021 yılında 4 milyar 500 milyon TL işlem hacmine ulaşmayı hedefliyoruz."

Finansal ve operasyonel yönetim hizmetleri tek pakette birleşti

Paraşüt, e-ticaret alanında faaliyet gösteren şirketlerin satıştan faturalandırmaya kadar tüm operasyonlarını uçtan uca dijital hâle getirmelerini ve bunların yönetimini bir arada gerçekleştirebilmelerini sağlayan "Paraşüt e-Ticaret" paketini çıkardı. Paket içerisinde yer alan Paraşüt-Shopside entegrasyonu sayesinde, kullanıcılar iki hizmeti tek bir paket ile yüzde 48 oranında daha az ödeyerek kullanabiliyorlar.

Kullanıcılarının dijital dönüşüm süreçlerindeki güvenilir çözüm ortaklarından olan Paraşüt, pandemi sürecinde ağırlık verdiği e-ticaret hizmetlerine bir yenisini ekleyerek "Paraşüt e-Ticaret" paketini çıkardı. E-ticaret alanında faaliyet gösteren şirketlerin e-ticaret, e-fatura ve e-arşiv ile ön muhasebe yönetimini bir arada gerçekleştirebilmelerini sağlayan bu paket, kullanıcıların finansal süreçlerini kolaylaştırırken operasyonel yönetimde de verimliliği artırıyor. E-ticaret alanında sundukları hizmetler ile firmalar için güvenilir bir bilgi kaynağı olma misyonunu üstlendiklerini ifade eden Paraşüt Kurucu Ortağı ve CEO'su Sean X Yu, "Özellikle e-ticarete yeni başlayan firmaların, fatura kesim ve takibi, vergi mükellefiyeti, vergi ödemeleri gibi muhasebe alanındaki konular hakkında soru işaretleri oluyor ve güvenilir bir kaynaktan bilgi edinme ihtiyacı duyuyorlar. Biz de gerek kullanıcılarımıza sağladığımız bilgiler gerekse ürün ve hizmetlerimizle onlara bu süreçte destek oluyoruz" diyor.

Operasyonlar uçtan uca dijitalleşiyor

Sean X Yu, e-ticaret alanında yaptıkları çalışmalar hakkında şunları söylüyor: "Geçen yıl pandemi ile birlikte e-ticaret hayatına giriş yapmak isteyen firmalar için özel paketler oluşturduk. Sunduğumuz ön muhasebeye entegre e-ticaret çözümleri ile yeni bir operasyona hızlı ve sorunsuz geçiş yapmalarını sağladık. Paraşüt Pazaryeri ile kullanıcılarımızın ürün ve hizmetlerini on binlerce potansiyel müşteriye sunmalarını sağladık. Bununla birlikte ilk satın almamızı gerçekleştirerek, büyük e-ticaret altyapısı sağlayıcıları ile Türkiye'deki tüm büyük pazar yerleri ve entegrasyon sunan Shopside'ı bünyemize kattık. Böylece e-ticaret alanına yatırım yapan kullanıcılarımıza e-ticaret, e-fatura ve e-arşiv ile



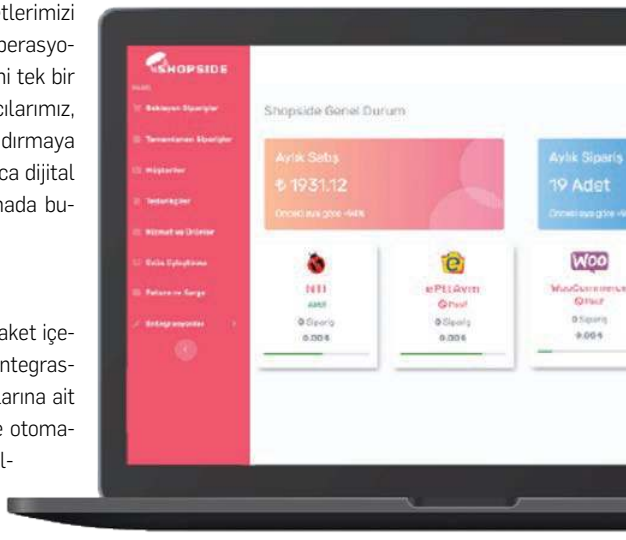
ön muhasebe yönetimini bir arada gerçekleştirebilecekleri çok daha kapsamlı bir hizmet vermeye başladık. Şimdi bu hizmetlerimizi bir adım daha ileriye taşıyarak, operasyonel ve finansal yönetim hizmetlerini tek bir pakette birleştirdik. Artık kullanıcılarımız, uygun fiyatlarla satıştan faturalandırmaya kadar tüm operasyonlarını uçtan uca dijital hâle getirebilecekler" diye açıklamada bulunuyor.

İki hizmet bir arada

Yu'nun aktardığı bilgilere göre bu paket içerisinde yer alan Paraşüt-Shopside entegrasyonu sayesinde, kullanıcıların satışlarına ait müşteri ve ürün bilgileri, Paraşüt'te otomatik olarak kaydediliyor, fatura yazdırılmaya hazır hâle geliyor. E-fatura kullanıcıları, gerçekleşen satışlarına ait e-faturaları otomatik olarak oluşturup müşterileriyle paylaşabiliyorlar. Her satışın ardından e-ticaret yapılan tüm pazaryeri ve sitelerdeki stok bilgileri otomatik olarak güncellendiğinden stok takibi hatasız yapılıyor ve bu işlemleri tek tek elle yapmanın önüne geçiliyor. Shopside ve Paraşüt aboneliklerine ayrı ayrı bütçe ayırmak yerine bu iki hizmet tek bir paket ile yüzde 48 oranında daha az ödeyerek kullanılabiliyor. Paraşüt, e-ticaret alanında faaliyet gösteren kullanıcıları için hazırladığı pakette, işletmelerin ihtiyaçlarına göre Paraşüt e-Ticaret Giriş Paketi ve Paraşüt e-Ticaret Paketi olmak üzere iki seçenek sunuyor. İşletme sahipleri, bu sayede masraflarını büyük ölçüde azaltarak hem faturalama hem de e-ticaret operasyonlarını otomatikleştiriyorlar.

Abonelere özel Sanal POS hizmeti

"Paraşüt e-Ticaret" paketinin kullanıcılara sağladığı en büyük avantajlardan biri de ödeme alımlarında sunulan Sanal POS hizmeti olarak öne çıkıyor. E-ticaret yapan işletmeler, yaptıkları satışların ödemelerini almak için tek tek tüm bankalara başvuru ile uğraşmadan PayTR ve ParamPOS'un Paraşüt e-Ticaret abonelerine özel sunduğu komisyon oranlarından yararlanabiliyorlar. Böylece, her banka için ayrı ayrı POS başvurusu yapmadan tek POS ile tüm banka ve kredi kartlarından ödeme alabiliyorlar.



Mastercard ve Papara'dan metal ön ödemeli kart

Türkiye'nin lider FinTech kuruluşlarından Papara, Mastercard ile iş birliği gerçekleştirerek Türkiye'nin 'ilk' metal ön ödemeli kartını kullanıcılarına sunduğunu duyurdu.

Türkiye'de ödeme teknolojilerini dönüştüren öncü kuruluşlardan Papara, bin adet sınırlı sayıda üretilen Mastercard logolu metal kartları kullanıcılarına sunduğunu açıkladı. Ek ücret ödemeden temin edilebilen Papara Mastercard Metal Card'ın kullanıcıları, Papara'ın sadakat programı olan Premium Cashback'e dahil olma imkânı yakalayacaklar. Bununla birlikte, kullanıcıların finansal ihtiyaçlarını karşılamak için özel Papara asistanları yalnızca bir telefon uzaklığında olacaklar. 18 gram paslanmaz çelikten üretilen bu kart, plastik kartlardan farklı olarak metal üzerine lazer kesim ile işlenen kusursuz ayrıntılara sahip. Diğer kartlara oranla çok daha ağır ve dayanıklı





yapısı ile kullanım ömrü de plastik kartlara göre daha uzun. Üzerinde yer alan tüm bilgilerin lazer ile ayrıntılı olarak işlendiği bu kart, aynı zamanda temassız ödeme özelliğini de barındırıyor. Şimdilik kapalı beta durumunda olan Papara Mastercard Metal Card programı ilerleyen süreçte tüm Papara kullanıcılarına açılacak.

Kullanıcılara en prestijli hizmetleri sunmayı hedefliyor

Papara CEO'su Ahmed Faruk Karslı, konuyla ilgili yaptığı bilgilendirmede, "Kullanıcılarımıza finansal anlamda benzersiz bir deneyim yaşatmak, bu konuda da öncü olmak değerlerimizin başında geliyor. Papara ekibi olarak, Türkiye'de bir ilk olan ve tüm dünyada prestije sahip Metal Card'ı üreterek kullanıcılarımıza verdiğimiz değeri göstermek istedik. Metal Card'ımız, hem ayrıcalıklı özelliklere sahip hem de paslanmaz çelikten üretilmiş bir kart. Bu iş birliğimizle, Türkiye'de ilk defa plastik olmayan bir ödeme aracını kullanıma sunmuş olduk. Beta aşamasında olan Papara Mastercard Metal Card'a şimdilik yalnızca bin kişi sahip olabilecek. Kısa bir sürede ise tüm kullanıcılarımızın beğenisine sunacağız" bilgilerini veriyor.

Ayrıcalıklı deneyim sunuyor

Son birkaç yılda nakit kullanımının hijyen ve güvenlik gibi nedenlerden dolayı daha az tercih edildiğini ve kart ödemelerinin artış trendinde olduğunu belirten Mastercard Türkiye ve Azerbaycan Genel Müdürü Yiğit Çağlayan, "Türkiye nüfusunun yaklaşık yüzde 70'i banka kartı kullanıyor. Öte yandan herhangi bir banka hesabına gerek olmaksızın, özellikle Papara gibi elektronik para lisansına sahip kuruluşlar tarafından kullanıma sunulan ön ödemeli kartlar, ödemeleri demokratikleştirme ve finansal kapsayıcılığı artırmada büyük rol oynuyor. Mastercard olarak bizler, finans teknolojilerinde gerçekleştirdiğimiz öncü çalışmalarla, kullanıcıların seçkin hizmetlere erişimini kolaylaştırmaya odaklanıyoruz. Geliştirdiğimiz metal ön ödemeli kartlar, tasarımı ile yenilikçi ve prestijli bir görünüme sahip; Papara'nın 'Premium Cashback' sadakat programıyla da kullanıcılarına ayrıcalıklı bir deneyim ve birçok avantaj sunuyor" diyor.

Sipay ön ödemeli kartları kullanıcılarla buluşturacak

İşletmelere kapsamlı çözümler sağlayan Sipay, son kullanıcıları birçok ödeme yöntemi ile buluşturuyor. Temassız mobil POS ürünü ile kalabalık ödeme kuyruklarını ortadan kaldıran ve teması olabildiğince azaltan şirket; yakın zamanda ön ödemeli kartları kullanıcılara sunacak.

Her sektör ve işletme için uçtan uca çözümler sunan Sipay; linkle ödeme, mobil POS, sanal POS, kurumsal ve bireysel cüzdan uygulamaları gibi birçok ödeme yöntemi ile son kullanıcıları buluşturuyor. İşletmelere sundukları mobil POS çözümünün yanında e-ticaret siteleri için tüm kart markalarıyla sanal POS hizmeti sağladıklarını belirten Sipay Genel Müdürü Semih Muşabak, "Bunların yanı sıra yakın zamanda Visa ve Troy ile ön ödemeli kartlar dünyasına giriş yapıyoruz. Bu noktada hem bireysel müşterilerimiz için hem de kurumsal iş birliklerimiz için çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Sipay kart ve Sipay dijital cüzdan uygulamasını tek çatı altında birleştirerek müşterilerimize yüzde 100 memnuniyet





sunmayı hedefliyoruz. Sipay kart ve cüzdan kullanıcıları birçok avantaja da sahip olacaklar. Bu konuda marka ortaklık süreçlerimiz hız kesmeden devam ediyor" diyor.

Temassız mobil POS'u hizmete sundu

Sipay olarak, pandeminin olumsuz etkilerine rağmen kısa sürede büyüme hızını ciddi oranda artırdıklarını dile getiren Muşabak, "Pandeminin de etkisiyle müşteri ihtiyaçları değişti. Biz de bu doğrultuda ürünlerimizde iyileştirmeler yaptık, iş birliklerimizi ve ürünlerimizi genişlettik. Türkiye'de bir ilk olan temassız mobil POS'umuzu hizmete sunduk. Bu ürünümüzle kalabalık ödeme kuyruklarını ortadan kaldırmayı ve teması olabildiğince azaltmayı başardık" ifadelerinde bulunuyor. Yakın zamanda çıkacak olan ön ödemeli kartlarda da bu eğilimi göz önünde bulundurduklarını vurgulayan Muşabak, temassız olarak çıkaracakları ön ödemeli kartların fiziki ve online satış noktalarında yerlerini alacağı bilgisini paylaşıyor.

Zaman ve maliyet kaybını azaltıyor

Tek tıkla ödeme alınabilen çözümlerle KOBİ'lerin zaman ve maliyet kaybını en aza indirdiklerini ifade eden Muşabak, sözlerine şöyle devam ediyor: "Mobilite gerektiren işletmeler için linkle ödeme çözümümüzle ya da temassız mobil POS ürünümüz ile destek sağlayabiliyoruz. Bunun yanı sıra e-ticaret sitelerine Türkiye'deki tüm kart markalarıyla anlaşmalı ve uygun komisyon oranları ile sanal POS hizmeti sunuyoruz." Muşabak, kolaylıkla ödeme alıp ödeme yapılabilecekleri, toplu para gönderim işlemlerinin gerçekleştirilebileceği kurumsal cüzdan ile KOBİ'lerin finansal faaliyetlerini iyileştirdiklerini aktarıyor.

Ürünlerini arttıracak

2020 yılında 1 milyona yakın işlem adeti sağladıklarını belirten Muşabak, 2021 yılında öncelikli hedeflerinin daha fazla kullanıcıya ulaşabilmek ve sorunlarına yönelik çözüm önerileri sunabilmek olduğunu söylüyor. Yurt dışı iş birlikleriyle hedeflerini bir üst noktaya taşımaya devam ettiklerini kaydeden Muşabak, "Önceliğimiz kullanıcı deneyimini iyileştirmek ve kullanıcıların ihtiyacına yönelik hizmet sağlayabilmek. Ön ödemeli kartlarımızı kullanıcılarla buluşturmak için son çalışmalarımızı tamamlamak üzereyiz. Yurt içi ve yurt dışındaki dijital ve finansal yeniliklerin takipçisiyiz. Gündemimizde olan açık bankacılık uygulamalarıyla yakından ilgileniyoruz. Bunun yanı sıra dijital bankacılık lisansı uygulamasıyla fintechler için yeni bir alan açılıyor diyebiliriz. Bu konunun da yakinen takipçisiyiz. Sahip olduğumuz elektronik para ve ödeme hizmetleri lisansına uygun bir şekilde ürünlerimizi artırarak, iş birliklerimizle yoğun çalışmalarımızın karşılığını alacağımız şekilde yılı tamamlamayı arzuluyoruz" diyerek sözlerini noktalıyor.

TEB Faktoring dijital alandaki yatırımlarına devam edecek

Her ölçekten şirketin ihtiyacına yönelik çözümler sunan TEB Faktoring, KOBİ'lerin işlerini güvenli bir ortamda büyütmelerine destek olmak için etkin bir nakit yönetimi ve uygun maliyetli ek işletme sermayesi sağlıyor. 2020 döneminde yaklaşık yüzde 25 oranında büyüyen şirket, bu yıl özellikle dijital dönüşüm alanında yapacağı yatırımlarla dijital kanallardan sunduğu kullanıcı deneyimini daha da hızlı ve verimli hâle getirmeyi amaçlıyor.

TEB Faktoring, her ölçekten şirket için ihtiyaca yönelik yurt içi ve yurt dışı faktoring çözümleri sunuyor. Şirketin sunduğu başlıca avantajlar arasında güçlü mali yapı ve uygun fon maliyetleri; her ölçekten firma için hızlı, uygun ve esnek, uluslararası standartta çözümler; ihtiyaca yönelik hız ve verimlilik odaklı çözümler; istenildiği zaman ulaşılabilecek ve hizmet alınabilecek dijital kanallar ve hizmetler; banka limitlerini bloke etmeyen kısa ve orta vadeli finansman ve yaygın TEB şube ağının kolaylıkları yer alıyor. KOBİ'lerin işlerini güvenli bir ortamda büyütmelerine destek olmak için etkin bir nakit yönetimi ve uygun maliyetli ek işletme sermayesi sağladıklarını ifade eden TEB Faktoring Genel Müdürü Çağatay Baydar; bu sayede KOBİ'lerin alacakları için uğraşmak zorunda kalmadan erken tahsilat ve daha kârlı satış yapma imkanına sahip olduklarını, işlerini büyütmeye daha çok odaklanabildiklerini belirtiyor. Baydar, "Yurt içi ticaretlerinden doğan alacaklarına ait faturalı çek ve senetlerini uygun maliyet ve hızlı servislerimizle, özellikle dijital servislerimizle finanse ediyoruz. İhracat faktoring hizmetimizle, hem finansman hem de alacak garantisi ve takibi servislerimizle, yurt dışında işlerini büyütmek isteyen KOBİ'lerimiz de güvenilir finansal ortak olarak yanındayız" diyor.



Yaklaşık yüzde 25 büyüdü

Baydar, pandemi dönemi olmasına rağmen, TEB Faktoring'in 2020 döneminde yaklaşık yüzde 25 oranında büyüyerek sektördeki pazar payını ve müşteri sayısını artırdığını dile getiriyor. Dijitalleşme sayesinde işlem hacmini artırmaya devam eden kurumun, 2021 yılında bu artışı sürdürdüğünü kaydeden Baydar, "TEB Faktoring olarak, pandemi süreci ve gelişen teknolojiyle değişen müşteri ihtiyaçlarını, öncelikli olarak web ve mobil gibi dijital kanallarımız üzerinden karşılıyoruz. Müşterilerimizin ihtiyaçlarına yönelik olarak hizmetlerimizi sürekli geliştiriyor, her zaman her yerden hizmetlerimize hızlı ulaşmasını sağlıyor, mevzuata bağlı izinlerin el verdiği maksimum seviyede etkin, yalın ve hızlı bir dijital deneyim sunmaya devam ediyoruz" şeklinde açıklamada bulunuyor.

Hızlı başvuru imkanı

Pandemi süreciyle birlikte kullanıcı alışkanlıkları ve müşteri ihtiyaçlarının hızla dijitale evrilmesi ile mobil uygulama başta olmak üzere dijital servisleri müşterilerin ihtiyaçları doğrultusunda geliştirmeye devam ettiklerini belirten Baydar; kullanıcıların, TEB Faktoring mobil uygulaması üzerinden faturalı çeklerinin fotoğrafını çekip TEB Faktoring ile kolayca paylaşarak, dakikalar içinde sonuç alıp ihtiyaçları olan nakde hızla ulaşabildiklerini açıklıyor. Mobil uygulamanın önemli bir hizmeti olan kare kod okuyucu ile çekin üzerinde bulunan kare kod okunarak çek bilgilerinin otomatik olarak doldurulduğunu anlatan Baydar; böylelikle kullanıcıların hızlı bir başvuru deneyimi yaşamasının sağlandığını ve manuel girişte oluşabilecek hataların önüne geçilebildiğini aktarıyor.

Kullanıcı deneyimini daha hızlı hâle getirecek

Baydar, 2020 yılını 10 milyar TL'ye yakın ciro ile kapatan TEB Faktoring'in, 2021 yılında özellikle dijital dönüşüm alanında yapacağı yatırımlarla servisini hızlandırıp, dijital kanallardan sunduğu kullanıcı deneyimini daha da hızlı ve verimli hâle getirmeyi ve müşterilerinin memnuniyetini artırmayı hedeflediğini ifade ediyor. Baydar, sözlerini şöyle tamamlıyor: "TEB Faktoring olarak, değişim sürecinin merkezine daima müşterilerimizi ve onların ihtiyaçlarını alıyoruz. Türkiye ve dünyadaki son trendleri ve yeni teknolojileri yakından takip ediyor, mümkün olan maksimum düzeyde bu değişikliklere sürdürülebilir bir şekilde adapte oluyor ve müşterilerimize daima yenilikçi, modern ve hızlı servis sunarak ülke ekonomimize katkı sağlamaya devam etmeyi amaçlıyoruz."



Serap Öcal
Step Media Reklam ve Pazarlama Kurucusu

Sağlık turizminde marka olmak

Sağlık göstergeleri, bir ülkenin yaşanabilirlik kalitesini ifade eder. Hastalık oranlarının azlığı, uzun yaşam süresi, salgın hastalıkların kısa sürede önlenebilmesi gibi değerler sağlık standartları hakkında bilgi verir.

Pandemi sürecinde gördüğümüz üzere, sağlık hizmetleri ülkenin sosyo-ekonomik pek çok konuda büyük etkiye sahip. Özverili ve yetenekli sağlık personellerimiz ile bu süreci en iyi şekilde atlatmak için çaba gösterildi. Covid-19 tedavisi için yurt dışından ülkemize uçak ambulanslar ile gelen hasta sayısı da oldukça fazla oldu. Bu da gösteriyor ki Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) raporlarında Türkiye'den daha üst sıralarda yer alan ABD, İtalya, İspanya gibi ülkelere göre ülkemiz, daha büyük bir çaba ve başarı gösterdi. Ülkemizde son yıllarda daha da önem kazanan sağlık turizminin uluslararası arenada daha fazla tercih edilirliğini arttırmak mümkün. Gerek tarihi ve kültürel zenginliklerimiz gerekse yeraltı ve yerüstü zenginliklerimiz buna uygun durumda. Ayrıca jeopolitik konum da ayrı bir pozitif etki oluşturuyor. Dolayısıyla izlenecek ve uygulanacak bazı politikalar ile Türkiye'nin sağlık turizmi alanında farkındalığı daha belirgin hâle getirilebilir. Mevcut duruma göre güçlü ve zayıf yönlerimizi şöyle sıralayabiliriz:

Güçlü yönlerimiz

➤ Türkiye'de uluslararası JCI Joint Commission International uygunluk belgesine sahip 170 sağlık kurumu mevcut.

➤ Türkiye'de uluslararası geçerliliği olan 60 Tıp Fakültesi var.

➤ Türkiye Avrupa Birliği aday ülkesi konumunda olması sebebiyle Avrupa standartlarında sağlık hizmetleri sunuyor.

➤ Türkiye'de Pfizer, Glaxo Smith Kline, Johnson & Johnson, Astra Zeneca gibi büyük ilaç firmalarının laboratuvarları ve üretim tesisleri bulunuyor.

➤ JCI Uygunluk belgesine sahip Türkiye Kızılay Derneği kan bankası güvenilirliği ile ön planda.



➤ Türkiye'deki termal kaynaklar Avrupa'da birinci, dünyada ise yedinci sırada.

➤ Ülkemiz uygun iklimi ile tarihi ve turistik uygarlıklar merkezi.

➤ Dört mevsimin yaşandığı ülkemiz, her mevsime uygun turizm bölgesi.

➤ Tatil bölgelerimizdeki güneşli gün sayısının fazla.

➤ Tarih boyunca birçok medeniyete hizmet etmiş olması nedeniyle Türkiye, farklı din ve inanıştaki insanlara hitap ediyor.

➤ Türkiye'de saç ekimi operasyonu maliyetleri diğer ülkelere kıyasla daha uygun.

➤ Saç ekimi başta olmak üzere cerrahi birçok alanda öne çıkan nitelikli sağlık personeline sahibiz.

➤ Ülkemizde son yıllarda dünyada ses getirecek organ nakillerine imza atılıyor.

➤ İnşaat sektörünün öncü ülkelerindeniz ve bu alanda yeterli deneyime sahibiz.

Zayıf yönlerimiz

➤ Döviz kurunun artması, maliyetlere yansıyor; bu nedenle sağlık hizmeti fiyat çekiciliğini kaybediyor.

➤ Sağlıkta üretim yönünden zayıf olmamız ve sağlık teçhizatının ithal edilmesi nedeniyle maliyetlerin artması ve dışa bağımlı bir yapımızın olması.

➤ Yeterli sayıda sağlık personeli ve tesisin olmaması.

➤ Özel sektörün ve yabancı yatırımcıların yeteri kadar teşvik edilememesi.

➤ Komşu ülkelerimizde yaşanan iç savaş ve diplomatik anlaşmazlıklarımız nedeniyle gelen turist sayısında azalma yaşanıyor.

➤ Terör olayları nedeniyle ülkemize gelen turist sayısında azalma var.

Öneriler

➤ Daha fazla turist çekebilmek için ülkemiz daha fazla reklam yapmalı. Özellikle uluslararası spor turnuvaları gibi organizasyonların ülkeye kazandırılması önemli.

➤ Ülkemizde terör olaylarının önlenmesi, yerli ve yabancı turistlerin can güvenliğinin sağlanması gelen turist sayısında artış sağlayacaktır.

➤ Anlaşmalı kurumlar anlamında, uluslararası sigorta şirketleri aracılığıyla daha fazla ülke ile anlaşma sağlanarak turist sayısı arttırılabilir.

➤ Türkiye'nin saç ekimi ve kalp damar hastalıklarındaki ucuz fiyat politikası, diğer alanlarda da yaygınlaştırılarak, ülkemiz cazibe merkezi haline getirilebilir.

➤ Özel sektör yatırımcıları, prosedür ve maliyet olarak sağlanacak kolaylıklarla daha fazla teşvik edilebilir.

➤ Yurt dışı kaynaklı yatırımcılara sağlanacak kolaylıklarla yurt dışı yatırımcılar teşvik edilmelidir.

➤ Özellikle tüketicilere yönelik olarak yapılacak alan araştırmaları ile sektörde tüketicinin beklenti, öncelik ve tercihlerinin tespit edilmesi, sektörün gelişimi açısından önemlidir.

➤ Son olarak, sağlık turizmi alanında daha fazla çalışma ve alan araştırması yapılmalıdır.



İşletmelere yeni nesil çözümler

Covid-19 salgını ile birlikte uzaktan çalışma sistemine geçilmesi, dijital teknolojilere olan ihtiyaçları arttırdı. Bu dönemde siber saldırıların artışa geçmesi ile siber güvenliğin önemi bir kez daha anlaşıldı. Pandemi süreci devam ederken, birçok sektörde olduğu gibi bilişim sektöründe de büyük bir değişim ve dönüşüm yaşanıyor. Hem işletmelerin hem de bireylerin ihtiyaçlarına yönelik yeni nesil çözüm ve hizmetler dikkat çekiyor. Bu bölümümüzde, bilişim sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin, işletmelere sundukları yeni çözümlerini ve hedeflerini mercek altına alıyoruz.

Kaspersky'dan KOBİ'lere MDR hizmeti

İşletmelere BT güvenlik olgunluk düzeylerini karşılayan çözümler sunan Kaspersky, kısa süre önce Kaspersky Managed Detection and Response (MDR) hizmetini piyasaya sürdü. Kaspersky MDR, her çerçeveye güç vererek anında bir BT güvenlik işlevi sağlıyor. Kaspersky'ın bu yıl ana odak noktası ise tüm çözümleri için yönetimin birleştirilmesi ve basitleştirilmesi olacak.

Kaspersky, işletmelere BT güvenlik olgunluk düzeylerini karşılayan çözümler sunuyor. Kaspersky Türkiye, Orta Doğu ve Afrika'dan Sorumlu Genel Müdürü Amir Kanaan, "Kaspersky, kısa süre önce B2B çözümlerini, müşterilerin BT güvenlik olgunluğuna dayalı olarak Güvenlik Temelleri, Optimum Güvenlik ve Uzman Güvenlik olmak üzere üç ayrı kategoriye ayırdı. Bunun yanı sıra büyük KOBİ'lerin ve küçük işletmeler için kısa süre önce dünya çapında önemli





bir hizmet olan Kaspersky Managed Detection and Response (MDR) hizmetini piyasaya sürdük. En karmaşık ve yenilikçi kötü amaçlı yazılım olmayan tehditlere karşı bile kesintisiz 7 gün 24 saat koruma sağlayan bu hizmet, iş kesintilerini önlüyor ve genel olay etkilerini en aza indiriyor. Her çerçeveye güç vererek anında bir BT güvenlik işlevi sağlayan Kaspersky MDR, daha olgun BT güvenlik ekiplerinin en kritik olaylara odaklanmasına olanak tanıyor" diyor.

Olgun güvenlik ekiplerinin olması

Olgun güvenlik ekipleri olmayan kuruluşların, hafif EDR çözümlerine ve otomatik yönetilen algılama ve yanıt (MDR) hizmetlerine yatırım yapmayı düşünmeleri gerektiğini ifade eden Kanaan; bu tür MDR hizmetinin, tehditleri aradığını ve müdahale önerileri verdiğini, böylece kuruluşun BT güvenlik ekiplerinde belirli bir tehdit avlama uzmanlığı olmasa bile korunduğunu açıklıyor. Kanaan, sözlerine şöyle devam ediyor: "Olgun güvenlik ekiplerine sahip kuruluşlar, hedeflenen saldırıların erken tespitini ve önlenmesini sağlamak için güvenilir bir tam ölçekli EDR çözümü kullanmalıdır. MDR hizmeti, harici SOC uzmanlarıyla istişarelere ve benzersiz tehdit istihbaratına erişime izin verdiği için burada da yardımcı olabilir."

Kaspersky EDR Optimum'a talepler arttı

Salgının en çok KOBİ şirketlerini etkilediğini dile getiren Kanaan; uzaktan çalışma sırasında bulut hizmetlerinin çoğalmasının, Kaspersky Endpoint Security Cloud talebini artırdığını belirtiyor. Kanaan, şu bilgileri veriyor: "Geçen yıl ürüne, kurumsal cihazlarda kullanılan bulut hizmetlerini ortaya çıkarmaya yardımcı olan bir bulut bulma özelliği ve Microsoft Office 365 için koruma dahil olmak üzere AV dışı işlevsellik ekledik. KOBİ müşterilerimiz tarafından yaygın olarak kullanılıyor. Bu evden çalışmaya geçiş sırasında işletmeler arasında güvenlik talebi de fırladı, bu da çevrenin bulanıklaşmasına, ağda daha fazla cihaza ve bulut hizmetlerinin kullanımında artışa neden oldu. Bulutta yerel mimariyi, kullanımı kolay, yüksek düzeyde otomatikleştirilmiş algılama ve yanıt araç setini ve benzersiz uç nokta korumasını bir araya getiren Kaspersky EDR Optimum ürünümüz için büyük talep gördük."

Küresel denetlenmemiş IFRS gelirini yüzde 3 artırdı

Kanaan'ın aktardığı bilgilere göre Kaspersky, 2020'de istikrarlı bir iş büyümesi sağladı ve küresel denetlenmemiş IFRS gelirini yüzde 3'lük bir yıllık artışla temsil ederek toplam 704 milyon dolara yükseltti. Küresel olarak, şirketin performansı bölgelerin çoğunda olumlu sonuçlardan kaynaklandı, özellikle META bölgesinde büyüme yüzde 14'tü. Aylarca süren küresel kısıtlamalar, derin bir değişime neden olarak dijital penetrasyonu hızlandırdı. 2020 yılında, dünyanın bir anda dijitale geçtiğini ve siber risklere karşı daha savunmasız hâle geldiğini aktaran Kanaan, sözlerini şöyle tamamlıyor: "Bir işletme olarak biz de yeni gerçekliğe uyum sağlamamız gerekiyordu ve insanların yarınları daha güvenli bir şekilde yaşamalarını sağlamak bizim sorumluluğumuzdu. Şirketin temel iş sektörlerindeki operasyonları arttı. Böylesi belirsiz zamanlarda insanların en iyi korumaya ve güvenliğe ihtiyacı olduğundan, insanların dijital yaşamının güvenliğini sağlamaya devam etmeyi planlıyoruz. Kendi tarafımızdan her yıl ürün ve hizmetlerimizi sürekli geliştiriyoruz. Bu yıl ana odak noktamız, tüm çözümlerimiz için yönetimin birleştirilmesi ve basitleştirilmesi olacak."

Redington Türkiye yeni yatırımlarıyla büyümeye devam edecek

Bilişim alanına odaklanmış, köklü bir şirket olan Redington Türkiye, parçası olduğu Redington Grup'un global bilgi birikimini Türkiye'deki iş ortaklarının ve müşterilerinin hizmetine sunuyor. 2020 yılını dolar bazında yüzde 45 büyüme ile kapatan şirket; bu yıl portföyüne eklenecek yeni markalar ve İnsan Kaynakları yatırımları ile büyümesini sürdürmeyi amaçlıyor.

Redington, siber güvenlikten yapay zekâya, büyük veriden nesnelerin internetine, analitikten 5G'ye ve bulut bilişime kadar birçok alanda ürün ve çözüm sağlıyor. Hem Türkiye'de hem de dünyada bilişim sektörünün çok büyük bir değişim ve dönüşümden geçtiğini dile getiren Redington Türkiye Genel Müdürü Cem Borhan, "Büyük altyapıların ve büyük şirketlerin büyük yatırımlar yaptıkları bir dönemden hizmetin öne çıktığı, abonelik ve aylık faturalandırma modeli gibi müşteri memnuniyetinin, sadakatinin oluşturulduğu bilişim çözümlerinin bir hizmet olarak verildiği bir döneme doğru ilerliyoruz. Bu yapı, KOBİ'ler açısından büyük önem taşıyor; en son teknolojilerine hızlı ve en uygun maliyetlerle ulaşabilmelerini sağlayarak başta rekabet avantajı olmak üzere birçok açıdan fayda sağlıyor. 'As a service' adı altında hizmet sağlayan yapıların da artması, KOBİ'lerin dijital dönüşüme giderek daha rahat uyum sağlamalarına olanak tanıyor. Redington Türkiye olarak kendimizi bu doğrultuda konumluyoruz ve daha fazla KOBİ'nin bu yapıdan faydalanması için çalışmalarımızı sürdürüyoruz" ifadelerinde bulunuyor.



Müşterilere özel çözümler sunacak

Pandemiye rağmen 2020 yılını dolar bazında yüzde 45 büyüme ile kapattıklarını açıklayan Borhan, hem ürün ailelerinin kapsamını genişlettiklerini hem de mevcut ürün ailelerinin olgunluk düzeyini artırarak ciddi bir büyüme ivmesi yakaladıklarını aktarıyor. 2021 yılı başı itibarıyla distribütörlüğünü yaptıkları marka sayısının 14'e ulaştığı bilgisini veren Borhan, "2021'in ilk çeyreğinde, markalarımız arasındaki sinerjiyi sağlamaya yönelik bazı adımlar attık ve oldukça verimli sonuçlarını da gördük. Birleştirici kimliğimizle, bütünleşik sistemler oluşturarak ve müşterilerin ihtiyaçlarını yakından takip ederek, müşterilere özel çözümler sunma yolunda ilerliyoruz. Özellikle bulut bilişim, veri analizi, yapay zekâ, güvenlik ve nesnelerin interneti gibi alanlara odaklanıyoruz. 2021, portföyümüze eklenecek yeni markalar ve İnsan Kaynakları yatırımlarımızla daha da büyüyeceğimiz ve ilerleyeceğimiz bir yıl olacak" diyor.

Güvenliğe yönelik projelerde artış yaşandı

Tüm dünyayı olumsuz yönde etkilemeye devam eden pandeminin, başta uzaktan çalışma olmak üzere şirketlerin ve insanların iş yapış şekillerini değiştirdiğini ve dijital dönüşüm projelerinin hızlanmasına neden olduğunu belirten Borhan; diğer taraftan hem BT (Bilgi Teknolojileri) hem de OT (Operasyonel Teknolojiler) açısından bütünsel bir otomasyonun önemini herkese çok net bir şekilde hatırlattığını vurguluyor. Borhan, sözlerini şöyle sürdürüyor: "Bir süredir nesnelerin interneti ve Endüstri 5.0 başlıkları altında daha bütünsel bir otomasyon anlayışından söz ediyorduk; ancak geçiş ivmesi beklenenden düşüktü ve bütünsellik konusunda da çeşitli sıkıntılar yaşanıyordu. Pandemi, bu konunun hem BT hem de üretim tarafında artık zorunluluk olduğunu gösterdi. Çevrimiçi işlemler çok hızlı bir yükseliş gösterdi. Bunun doğal bir sonucu olarak, veri merkezlerinde tahmin analitiği, iş tarafında ise Customer 360 projeleri öne çıktı. Bu dönemde siber güvenlik tehditleri artış gösterdiğinden, güvenliğe yönelik projelerde de artış yaşandı. Ayrıca robotik süreç otomasyonu çözümlerine yönelik ciddi bir talep oluştu."

Önümüzdeki dönemde öne çıkacak modeller

Pandeminin beraberinde büyük değişimleri ve ekonomik açıdan büyük belirsizlikleri de getirdiğini ifade eden Borhan, birçok şirketin belirsizlikler nedeniyle büyük projelerini iptal ettiğini ve yeni proje geliştirecek ya da üretime yatırım yapacak durumda olmadığını aktarıyor. Borhan, "Bu nedenle 'as a service' en çok talep edilen model hâline geldi. Çeşitli ekonomik nedenler, çeviklik, ölçeklenebilirlik, verimlilik ve benzeri nedenlerle abonelik modelleri ve 'as a service' olarak adlandırdığımız modellerin önümüzdeki dönemde daha da önem kazanacağına inanıyoruz" diyerek sözlerine son veriyor.

SANAYİ MERKEZİ

model KAPAKLI



ÇOK ÖZEL YATIRIM FIRSATLARI

Konumu, konsepti ve mimari yapısıyla Model Sanayi Merkezi, işletmelere 100 m²'den 11.000 m²'ye kadar alternatifler sunan, 5 bloktan oluşan bir projedir. İsteğinize bağlı olarak iç tasarımı tamamlanmış veya işinize uygun olarak kendinizin tasarlayabileceği, ister imalat, ister depolama, isterseniz de ofis olarak kullanabileceğiniz alanlar sanayinin kalbi **Çerkezköy Kapaklı'da** sizleri bekliyor.

modelsanayimerkezi.com

inno

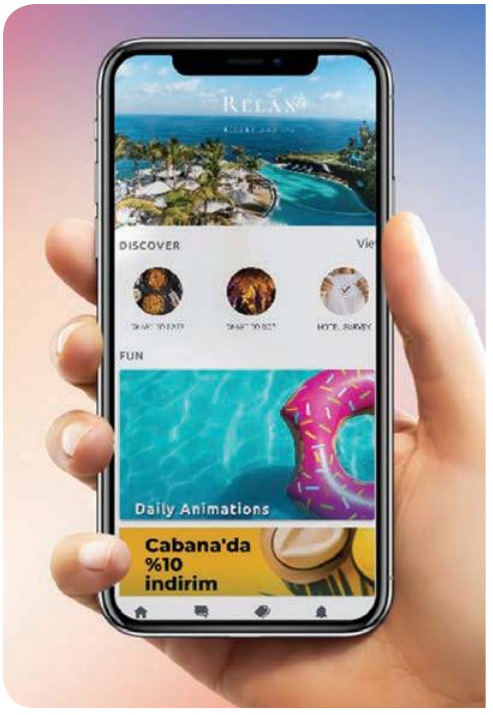
444 74 13

TP-Link'ten KOBİ'lere anahtar teslim ağ projeleri

Dünyanın en büyük network çözümleri üreticilerinden TP-Link, hem kurumlara yönelik hem de ev ve küçük ofisler için ağ ürünleri üretip, dünya genelindeki ofisleri ve yetkili distribütörleri aracılığıyla satışını yapıyor. Şirket, başta KOBİ'ler olmak üzere her büyüklükteki kuruluşun ihtiyacı olan uçtan uca ağ çözümleri sunuyor. TP-Link Ülke Müdür Yardımcısı Ali Dinçer, "KOBİ'lerin rekabetçi ortamda ayakta kalabilmeleri ve yeni pazarlara açılmaları için iyi bir ağ altyapısı, internet bağlantısı gerekiyor. Biz bu altyapıyı oluşturan ürünleri sunuyoruz. Türkiye geneline yayılmış ve alanlarında yetkin çözüm ortaklarımız ile KOBİ'lere anahtar teslim ağ projeleri gerçekleştiriyoruz. Kolay kurulan ve son derece kolay yönetilen ürünlere sahibiz. Kuruluşlara hem yatırım hem de yönetim açısından tasarruf sağlıyoruz. Ürün kalitesi, uygun fiyat kadar güvenlik ve kolay yönetim de önem verdiğimiz noktalar" diyor. 2020 yılını ciddi bir büyüme ile kapattıklarını aktaran Dinçer; salgının ürünlere talebi arttırması sonucunda satışlarının önceki yıla göre yüzde 78 arttığını ve bu yıl yüzde 20'nin üzerinde büyüme hedeflediklerini dile getiriyor. Sundukları ürün ve çözümlerin sürekli yenilendiğini ifade eden Dinçer, sözlerini şöyle noktalıyor: "Çok sayıda modele sahibiz ve özellikle yeni ağ teknolojilerine yönelik model sayımızı artırıyoruz. Hem kurumsal hem bireysel ürünlerde Wi-Fi 6, Mesh ağ teknolojisi gibi yeni teknolojilere yatırım yapıyoruz. Bu teknolojilere sahip ürün çeşidimiz 2021 yılı içinde çok daha genişliyor. Wi-Fi 6 destekli kurumsal ağ ürünlerimizi de pazara sunduk, ağ projelerinde kullanıyoruz. Ayrıca yeni bir alt markamızı bu yıl satışa sunduk. Kurumsal güvenlik çözümleri alanında VIGI markasıyla ürünler geliştiriyoruz. Bunların yanı sıra bazı ürün gruplarını Türkiye'de üretmeyi planlıyor, bu kapsamda çalışmalarımızı sürdürüyoruz."







İcibot dünyaya açılacak

Otellere özel geliştirilmiş, otellerin teknolojik dönüşümünü sağlayan bir platform olan İcibot; bir misafirin konaklama deneyimi yaşarken otel ile yaşadığı tüm iletişim sürecini dijitalleştiriyor. İcibot Satış ve Pazarlama Müdürü Bahadır Çakar, "İcibot, otelin misafir ilişkilerini tamamen teknoloji ile yönetmesini sağlıyor. Sunduğumuz teknoloji otele ilişkin misafir memnuniyetini arttırıyor. Oda içerisindeki tüm basılı malzemelerin yerine geçerek oradaki maliyetleri ortadan kaldırıyor" diyor. Pandemi sürecinde, otellerin misafirlerine temassız hizmet verme zorunluluğunun ortaya çıktığını ifade eden Çakar, sözlerini şöyle sürdürüyor: "Projeye başlarken temel amacımız otellerin misafirlerini daha iyi tanıyabilecekleri, onlara teknolojiyi kullanarak daha iyi hizmet verebilecekleri bir sistem geliştirmekti; ancak pandemi ile birlikte otellere temassızlık ve sosyal mesafeli bir misafir ilişkileri alanındaki sağladığımız faydalar çok dikkat çekti. Projemiz 2020 yılında Microsoft'un Türkiye'deki en büyük yazılım partnerlerinden biri olan Pargesoft'dan yatırım alarak ortak girişim hâline geldi. Önceki yıl ile kıyasladığımızda yüzde 500 büyüme sağladı. Önümüzdeki süreçte, teknolojimizi geliştirmeye hız kesmeden devam edeceğiz. En temel hedefimiz, projemizi dünyaya açmak." Temassızlık ve otomasyonun bilişim sektörünün yükselen konuları olduğunu vurgulayan Çakar, yapay zekâ ile birlikte temassızlık konusunun daha da gelişeceğini kaydediyor. Çakar, "Otellerde minimum temasla bir hizmet dönemi başlayacak. Hatta oda içerisinde varlık sensörleri ve uygulamayla açılacak kapıları düşünürsek turizmde ciddi teknolojik dönüşüm yaşanacak" diyerek sözlerini noktalıyor.

Cisco, işletmelerin dijital dönüşümlerini hızlandırıyor

İnternetin çalışmasını sağlayan ağ ve yönlendirme teknolojilerini tasarlayan ve geliştiren Cisco, aynı zamanda iş birliği, veri merkezi ve siber güvenlik alanlarında da ürün ve çözümler sunuyor. Hibrit çalışma modelleri ve ortamları çalışmalarına ağırlık veren şirket; 5G, Wi-Fi 6, optik ağ, yeni nesil silikon, çoklu bulut yatırımı, yapay zekâ gibi alanlara da odaklanmaya devam ediyor.

Cisco, erişim ve yönlendirme teknolojileri ile birlikte internetin çalışmasını sağlayan ve buna ek olarak iş birliği, veri merkezi ve siber güvenlik alanlarında da ürün ve çözümler sunuyor. Cisco portföyünün çoğunluğunu çalışma hayatının geleceği, bulut güvenliği ve iş birliği, otomasyon, uygulama öngörüleri ve analizleri, eğitim için kritik geliştirmeler, sağlık ve diğer endüstriler ile kurumlarda otomasyonun artmasının oluşturduğunu dile getiren Cisco Türkiye Genel Müdürü Didem Duru, "Bunların yanı sıra, 5G, Wi-Fi 6, optik ağ, yeni nesil silikon, çoklu bulut yatırımı, yapay zekâ gibi salgın döneminde hız kazanan alanlara da odaklanmaya devam ediyoruz. Bu yatırımlar Cisco'nun müşterilerine en doğru ve en iyi inovasyonu, en basit ve kolay tüketilebilir yollarla sunmasını da sağlayacak" diyor.





KOBİ'lere yönelik çözümler

Covid-19 salgınının günlük hayatın yanı sıra global ekonomiyi, müşteri beklentilerini ve iş yapış şekillerini de kökünden değiştirdiğini aktyaran Duru, dijital dönüşümün pandemi etkisiyle beraber artık kaçınılmaz bir gereklilik hâlini aldığını belirtiyor. Duru, "Djitalleşme yolunda ihtiyaçları en hızlı artan ve en efektif şekilde bu ihtiyaçlarının karşılanması gereken çok büyük bir pazar olan KOBİ'leri de tüm gücümüzle desteklemeye devam ediyoruz. Cisco olarak KOBİ'lere özel ürün portföyümüz Cisco Design ile müşterilerimize alışkın oldukları Cisco kalitesini daha uygun maliyet ve daha kolay kullanım deneyimi ile sunuyoruz" ifadelerinde bulunuyor. Covid-19 sonrası giderek artan uzaktan çalışma ya da hibrid çalışma modelinin her ölçekten şirketin gündeminde olduğunu kaudeden Duru, sözlerini şöyle sürdürüyor: "Cisco Secure Remote Work (güvenli uzaktan çalışma) ile şirketlerin kendi ölçeklerine uygun yatırımı yaparak, dijital dönüşümlerini güvenli bir platformda gerçekleştirmelerine olanak sağlıyoruz. Cisco Capital ile müşterilerimizin teknoloji yatırımlarını taksitlendirerek ödeme kolaylığı sağlıyor, dijital dönüşümlerini hızlandırmaları için destekliyoruz."

Uygun maliyet ve kolay kullanım deneyimi

Pandeminin devam etmesi ile müşterilerle birlikte iş sürekliliğinden iş çevikliğine geçiş için çalışmalar yaptıklarını dile getiren Duru, "Pandemide dijitalleşmenin, güçlü güvenlik sistemlerine sahip olmanın, kuvvetli ağ yapılarının önemi bir kez daha ortaya çıktı. 5G ve Wi-Fi 6 gibi teknolojiler, yakın geleceğe yön verecek. 2022'de yarım milyar insanın 5G kullanacağı hesaplanıyor" diyor. İnternetin çalışmasını sağlayan ağ ve yönlendirme teknolojilerini tasarlayan ve geliştiren teknoloji şirketi olarak, müşterilerin bu yoğun trafiğe ayak uydurmalarını sağlayacak inovasyonlara odaklandıklarını belirten Duru, "2019'da yeni tanıttığımız Cisco Silicon One platformunu büyütüp yönlendirme odaklı bir çözümden web ölçekli anahtarlama pazarına yönelik bir çözüm hâline getirerek 3,2 Tbps ile 25,6 Tbps arası hızlarda 10 ağ çipi (cihazlar) sunmaya başladık. Böylece bu platformu piyasadaki en yüksek performanslı programlanabilir yönlendirme ve anahtarlama silikon çözümü hâline getirdik" bilgilerini veriyor.

Bu yılki hedefler

Duru, bulutun daha da ön plana çıktığı bu dönemde müşterilere, dijital alanda hızlı ve çevik olabilmeleri için ağ bağlantılarını güvenli ve otomatize ederek yapmaları konsunda destek olduklarını aktarıyor. Hibrit çalışma modelleri ve ortamları çalışmalarına ağırlık verdiklerini dile getiren Duru, sözlerine şu cümlelerle son veriyor: "Webex, kullanıcılar, cihazlar, uygulamalar ve veriyi birleştiren ağlarda çalışan eşsiz bir çalışma ortamı sunuyor. Cisco olarak 2021'deki diğer önceliklerimiz ve hedeflerimiz ise uçtan uca güvenlik, BT esnekliğini ve iş süreçlerini destekleyen otomasyon araçlarımız ile müşterilerimizle birlikte çalışmak."

Ekmob'un hedefi satış yönetimi süreçlerinde bir kültür değişimi yaratmak



Satış ekipleri için kurulmuş bir satış gücü otomasyonu olan Ekmob; doğru müşteri segmentasyonu, doğru aktivite yönetimi, hedefler bazında doğru satış ve fırsat yönetimi, doğru raporlanan KPI'lar ve firma özelinde devamlı öğrenen makine öğrenmesi olmak üzere beş yetkinlikte hizmet veriyor. Ekmob, sunduğu SFA ürünü sayesinde satış sürecindeki tüm aktivitelerin anlık yönetilmesini sağlıyor. Ekmob SFA kullanan saha satış çalışanlarının minimum haftalık bir, aylık dört iş günü tasarruf ettiklerini dile getiren Ekmob Kurucu Ortak ve Genel Müdürü Sunay Şener, yöneticilerin ise gereksiz operasyonel iş yüklerini sıfırlayıp sadece satış ekiplerinde doğru yönlendirme ve strateji oluşturmasını sağladıklarını açıklıyor. Günümüzdeki iş dünyasının satış otomasyonu gerektirdiğini belirten Şener; Ekmob'un temel amacının, firmaların satış yönetimi süreçlerinde yeni bir kültür inşa etmek ve ekiplerin verimliliğini artırmak olduğunu söylüyor. Pandemi sürecinde, müşterilerin satış organizasyonlarını yeniden yapılandırmasına eşlik ettiklerini aktaran Şener, "Birçok yeniliği, entegrasyonu ve alt yapıyı bu dönemde hayata geçirebildik. Ekmob SFA olarak teknolojimizi satış ekibi otomasyonu olarak konumladık. Gerçek verilerden düzenli beslenen yapay zekâ destekli Ekmob BI (iş zekâsı) modülünü geliştirdik" diyor. Bu yıl Türkiye üzerinden aktif bir şekilde Ukrayna ve Polonya pazarlarına pazarlama ve satış çalışmalarına başladıkları bilgisini veren Şener, 2022 yılının ikinci çeyreğine kadar gelirlerinin yüzde 30'unu Doğu Avrupa pazarından elde etmeye odaklandıklarını sözlerine ekliyor.



Mikro Yazılım arama motoru Buluo'yu kullanıcılarına açtı

Mikro Yazılım, her sektördeki küçük, orta ve büyük ölçekli işletmelere özel geliştirdiği, kullanımı kolay, kapsamlı ve fonksiyonel ticari yazılımlarla bu alandaki ihtiyaçları karşılıyor. Şirket olarak, senelerdir koşullardan bağımsız olarak, planları doğrultusunda gelişimlerini sürdürdüklerini ifade eden Mikro Yazılım Genel Müdürü Alpaslan Tomuş; destek kanallarından daha kaliteli hizmet sunmak adına, pandemi sürecinde omni-channel bir deneyim sunmalarını sağlayacak Salesforce Support Cloud altyapısına geçiş yaptıklarını açıklıyor. Tomuş, "Kanaldan bağımsız tüm müşteri interaksiyonumuzu yönetilebilir kılan bu yatırımı, organizasyonel değişiklik ile destekleyerek planlama ve kalite birimlerini devreye soktuk. Böylece müşterilerimizin bizimle olan etkileşimleri skorlanabilir, ölçülebilir, geri bildirim yapılabilir hâle geldi. Son 7 senedir, müşterilerimizin bizde açtıkları vakaları logluyor, çözümlerini dokümante hâle getiriyorduk. 10 bini aşkın vaka ve çözümünü Buluo adını verdiğimiz arama motoruna taşıdık Salesforce platformunda geliştirdiğimiz bu arama motoru sayesinde müşterilerimiz, 7 gün 24 saat selfservis destek almakla kalmıyor, Buluo'nun gelişkin yetenekleri sayesinde şirketimizin ürün geliştirme süreçlerinde de aktif rol alabiliyorlar" diyor. Pandemi sürecinde yaşadıkları en temel değişimin, ürün geliştirme süreçlerinde gerçekleştirdikleri Müşteri Takıntılı dönüşüm olduğunu dile getiren Tomuş, sözlerini şöyle tamamlıyor: "Müşterilerimizi daha iyi tanımak, onlara daha iyi bir deneyim sunmak için tüm iş yapış modelinin merkezine müşterilerini alan, müşterinin Mikro Yazılım'ın ekosisteminin bir parçası değil de, Mikro Yazılım'ın müşterilerinin ekosisteminin bir parçası hâline geldiği Müşteri Takıntılılık üzerine yoğunlaşıyoruz. Tüm şirket fonksiyonlarını, müşterilerini merkeze alarak yeniden yapılandırıyoruz. 2021 yılı bizim için 'müşteri deneyimi iyileştirme yılı' olacak diyebiliriz."



ADEO sunduğu hizmetlerin çeşitliliğini arttıracak

ADEO, siber güvenlik alanında işletmelere yurt içinde ve yurt dışında danışmanlık, siber güvenlik, kurulum, eğitim, bilişim güvenliği, siber olay müdahalesi ve yönetilen güvenlik hizmetleri alanlarında, bünyesinde bulunan profesyonel IT danışmanları ile yüksek kalitede hizmetler sunuyor. ADEO CSO'su Halil Öztürkci, özellikle siber güvenlik konusunda, Yönetilen Siber Güvenlik Hizmetleri'nin gerek maliyet avantajı gerekse yetkin insan kaynağı problemine çözüm üretmesi açısından KOBİ'lerin yoğun ilgi gösterdiği hizmetlerinin başında yer aldığını dile getiriyor. Pandeminin siber güvenlik konusunda şirketlerin farkındalığını daha da arttırdığını kaydeden Öztürkci; bu dönemde özellikle uzaktan çalışma modeline çok hızlı geçmek zorunda kalan her büyüklükteki müşterilerin, bu yeni çalışma düzeninde özellikle siber güvenliğin sağlanması konusunda verdikleri yeni servislere ve yönetilen hizmetlere taleplerinin oldukça arttığını söylüyor. Öztürkci, sözlerini şöyle tamamlıyor: "2020 yılında, siber güvenlik hizmet ciromuzun yüzde 50 den fazla büyüdüğünü söyleyebiliriz. 2021 yılında devam eden pandemi ortamının ve ve yeni çalışma düzenlerinin bu gerçek üzerine şekillendirilmesi ile birlikte çok fazla müşterimizi siber saldırılara karşı korumayı amaçlıyoruz. Bu bağlamda gerek hizmet sunduğumuz müşteri sayısını gerekse müşterilerimize sunduğumuz servislerin çeşitliliğini arttırmak öncelikli hedeflerimiz arasında. Son yıllarda bir çok müşterimize sunduğumuz MDR (Yönetilen Tespit ve Müdahale) hizmetlerimizde kullanılabilecek ve müşterilerimizin sunduğumuz teknolojik altyapıda çok daha fazla seçeneğe sahip olmasına imkan tanıyacak şekilde üreticiler ile gerekli iş ortaklıklarımızın sayısını da arttırıyoruz. Bu sayede müşterilerimizin altyapılarının siber güvenliğini sağlarken, çok daha esnek alternatifleri sunma imkanına sahip oluyoruz. ADEO olarak, yatırımlar yapmaya devam edeceğiz."

Yenilenebilir enerji teknolojileri alanındaki yatırımlarına odaklanacak



Arena, yenilikçi teknoloji ürün ve hizmetlerin geniş dağıtım kanalları üzerinden son kullanıcılara iletilmesini sağlıyor. Bunu yaparken ürün çeşitliliği ve bulunurluğu, lojistik, depolama, finansman gibi geleneksel hizmetleri kesintisiz bir biçimde temin ettiklerini dile getiren Arena Ürün Yönetimi ve Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Kerem Günay, çoğunu kendi yazılım kaynakları ile geliştirdikleri dijital çözümleri de beraberinde sunduklarını belirtiyor. Günay, "KOBİ'lerin ihtiyacı olan IT altyapı yatırımlarının mal tedariğinde en etkili firmalardan biriyiz. Özellikle ihtiyaç duydukları ve pandemi sonrası en üst sıralara çıkan dijital dönüşüm önceliklerini gerçekleştirmeleri için kanal iş ortaklarımıza sunduğumuz tedarik, lojistik ve finansman destekleri bu alandaki öncelikli çözümlerimiz arasında yer alıyor" diyor. Buna ek olarak, 'tükettiğin kadar öde' yaklaşımı kapsamında bazı network altyapı yatırımlarını, ilk yatırım harcaması yapmaya gerek olmadan, aylık taksitler hâlinde finansman desteği sağlayarak uçtan uca bir hizmet olarak sunduklarını açıklayan Günay; "Bu sayede KOBİ'lerin kısıtlı olan yatırım harcamasını ve bütçelerini en etkin şekilde kullanmasına imkan tanıyoruz. Sunduğumuz bu çözüm sayesinde KOBİ'ler yatırım bütçelerini daha stratejik gördükleri iş önceliklerine yönlendirirken, network altyapılarının sorunsuz işleyişini uzman ekiplerimiz sayesinde bulut tabanlı uzaktan kontrol yöntemi ile bizler üstleniyoruz" ifadelerinde bulunuyor. 2021 yılında daha çok dijital taraftaki yatırımları önceliklendirdikleri bilgisini veren Günay, sözlerini şöyle tamamlıyor: "2021 yılında ana iş kolumuzdan farklı olarak yenilenebilir enerji teknolojileri alanındaki yatırımlarımıza öncelik vereceğiz. Bu alanda uluslararası iş birliklerimizin yanında Türkiye'nin önde gelen yerli ve milli üreticileri ile de bir araya gelerek, güneş enerjisi yatırımları yapan kuruluşlara ihtiyaç duyacakları uçtan uca tüm teknoloji ürünlerinin tedariğinde ön plana çıkacağız."



“Sözleşmeli evrak dağıtımında 1 milyon işlem gerçekleştirdik”

Callart, çağrı merkezinin yanı sıra sözleşmeli evrak dağıtım ve evrak alım hizmeti kapsamında telekomünikasyon, yemek ve perakende ile sigorta sektörlerine hizmet sunuyor. Callart Kurye Operasyonlar Sorumlusu Banu Uslu Nil, sundukları bu hizmet kapsamında kurumların hangi ihtiyaçlarını karşıladıklarını ve hangi sorunlarına çözümler sağladıklarını anlatıyor.

Callart’ın sunduğu sözleşmeli evrak dağıtım ve evrak alım hizmetlerinden bahseder misiniz?

Kargo ve kurye firmaları ürün ve evrak gibi paketleri teslim etme konusunda uzmanlar. Nitelikli iş gücü gerektirdiği için imza gerektiren sözleşmeli evrak teslim etme ve alma hizmeti ise yeterince yaygın değil. Biz Callart olarak, kargo ve kurye firmalarında, bu zorlukları aşarak, çift yönlü kurye hizmetini sekiz yıl önce başlattık. Bugün başarılı bir şekilde yıllık 1 milyon adet çift yönlü gönderimlerimiz var.



Hangi sektörlere hizmet sunuyorsunuz?

Callart olarak telekomünikasyon (B2C), yemek ve perakende (B2B) ile sigorta (B2C) sektörlerine hizmet veriyoruz.

Peki, hangi ihtiyaçları karşılıyorsunuz?

Kurumların ıslak imza gerektiren sözleşme dağıtım-toplama (yeni ve mevcut müşteri-çift yönlü), dijital evrak gönderimi yönetimi, evrak kontrol yönetimi ve onaylanması, evrakların arşiv yönetiminin yapılması, eksik evrak takip ve yönetimi, yeni ve mevcut müşterileri elde tutma yönetimi ihtiyaçlarına yönelik hizmetler sunuyoruz.

Kurumların hangi sorunlarına çözümler sağlıyorsunuz?

Kargo ve kurye firma araştırmalarınızda kaybedeceğiniz zamanı size kazandırıyoruz. Deneyimli ve nitelikli iş gücümüz ile iş yönetiminize katma değer sağlıyoruz. Takip konusunda doğabilecek kayıplarınızın önüne geçiyoruz. Gelirinizde artış sağlıyoruz. Mevcut müşterilerinize ıslak imza gerektiren satışları yapmanızı sağlıyoruz. Kurye sürecinde müşteri deneyiminizi iyileştiriyoruz. Müşterilerinizden gelen evrakların kontrolünü sağlayarak, gerekli olmayan kurye maliyetlerinizin önüne geçiyoruz. Dijital ortamda müşteri evrak takibi yaparak süreçlerinizi hızlandırıyoruz. Arşiv Yönetiminizi yaparak evrak güvenliğinizi sağlıyoruz. Evrak yükünden sizleri kurtarıyoruz.

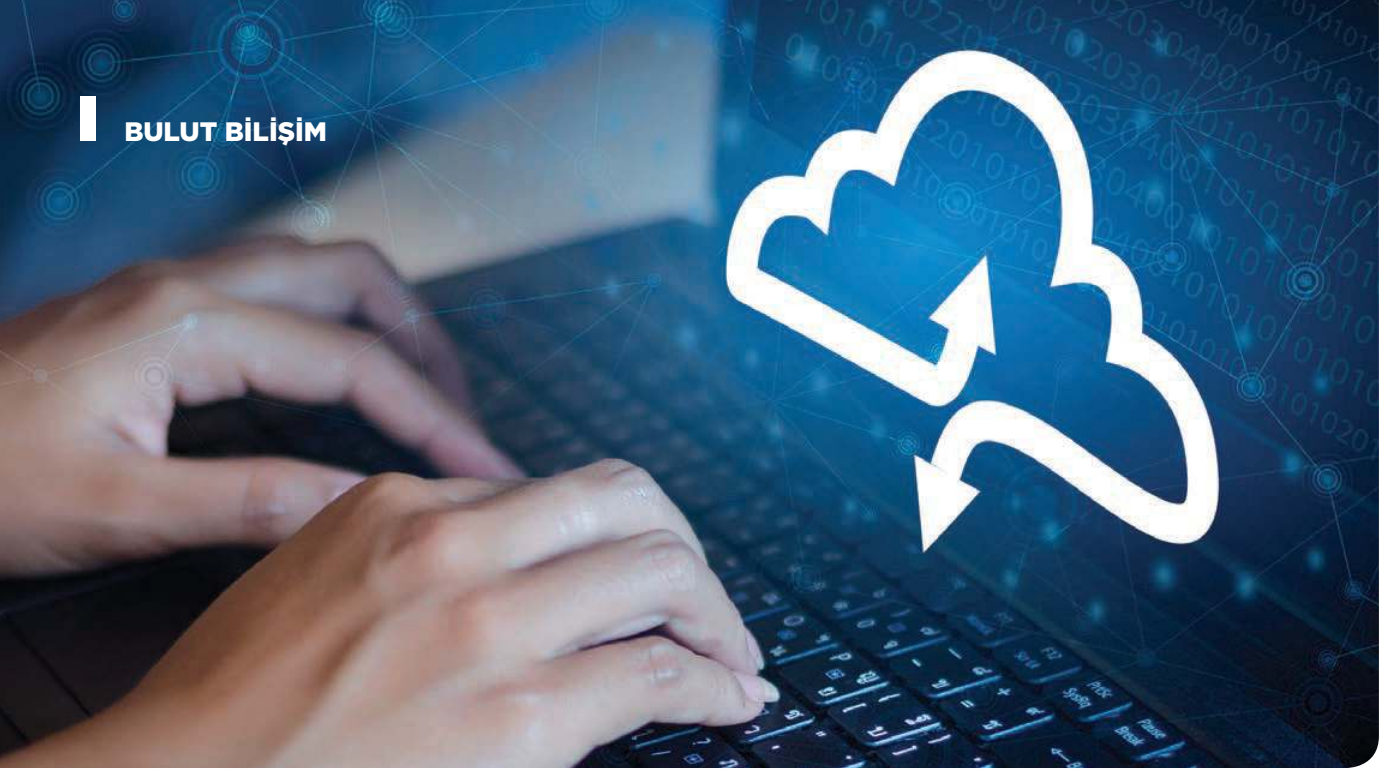
Türkiye'nin gücüne güç katmaya geldik

Denizcilik ve lojistikteki
150 yılı aşkın tecrübemizle
Türkiye'nin ihracatını
yeni ufuklara taşımak
en büyük hedefimiz.
Türkiye ile birlikte
şimdi tam yol ileri...



dfds.com.tr

DFDS



Bulut tabanlı oyun gelişiminde veri merkezlerinin önemi

Video oyun endüstrisi, son yıllardaki gelişimiyle 120 milyar dolarlık devasa bir pazar hâline geldi. Oyun endüstrisinin gelişiminde engel olarak görülen donanım ve yedekleme ihtiyacı, bulut bilişim teknolojileri ile ortadan kalkıyor. Bulut oyun hizmetlerinin gelişimi ve başarısı için ise doğru veri merkezlerinde hizmet sunmak önemli.

Bir zamanlar niş bir pazar olarak kabul edilen video oyun endüstrisi devasa noktalara ulaştı. 120 milyar dolarlık bir pazara erişen endüstrideki devrim niteliğinde gelişme ise kullanıcılarının önünde daimi engel olarak görülen donanım ve yedeklemenin bulut bilişim teknolojileri ile ortadan kalkması oldu. Henüz video ve müzik akışı hizmetleri gibi yüksek seviyelere ulaşmamış olsa da bulut oyun hizmetlerinin günden güne yaygınlaşmasına dikkat çeken Teletek Genel Müdürü İlyas Turgut'a göre birçok sektörde başarısını defalarca göstermiş olan bulut bilişim hizmetleri, bulut tabanlı oyun sektöründe de bunu kanıtlayacak pozisyona yerel, güçlü ve esnek kullanıma sahip veri merkezleri ile ulaşabilir.



Donanım ve yedekleme gereksinimini ortadan kaldırıyor

Turgut'un açıklamalarına göre oyuncuların, bir bulut sunucusu üzerinden uzaktan video oyunları oynamasına izin veren bir dizi akış hizmetini kapsayan bulut oyun hizmetleri, video oyunlarının yerel olarak özel tüketici donanımında çalıştırılması gereksinimini ortadan kaldırıyor. Bulut teknolojisi sayesinde oyuncular, çeşitli oyunları çalıştırabilen uzak bir sunucuya erişim kiralayarak herhangi bir bilgisayar, tablet veya akıllı TV üzerinden oyunlarını oynuyorlar. Turgut, bulut oyun alanında platformların oyuncularına yüksek hız ve lagsız oyun deneyimi yani ağ gecikmesi sorunu olmadan bir deneyim yaşatabilmelerinin arkasında doğru konumlanmış veri merkezlerinin önemli rol oynadığını belirtiyor.

Yerel veri merkezleri daha önemli hâle geliyor

Video oyunların donanım üzerinden değil de bulut hizmetleri üzerinden sunulmaya başlanması veri merkezlerini daha önemli hâle getiriyor. Oyuncuların ağ gecikmesi yaşamaları dahilinde oynayacakları oyunlardan istedikleri performansı alamama sorunu ile yüzleşebilecek birçok bulut oyun platformunun imdadına veri merkezlerinin yetiştiğini aktaran Turgut, özellikle ara bağlantı ve uç bilgi işlem hizmetleri sunan sağlayıcılar için bulut oyun hizmetlerinin önemli bir fırsat olarak ortaya çıktığına dikkat çekiyor. Bulut oyun hizmetlerinin güvenilir, esnek ve hızlı veri merkezlerine ihtiyaç duyacağını belirten Turgut, bulut oyunun uzaktan depolanmasından dolayı son kullanıcıya giden akış sinyali ve oyuncuların sunucuya geri gönderdiği giriş sinyalleri arasında gecikme oluşmaması için kullanılacak veri merkezlerinin hızlı olması gerektiğinin de altını çiziyor.

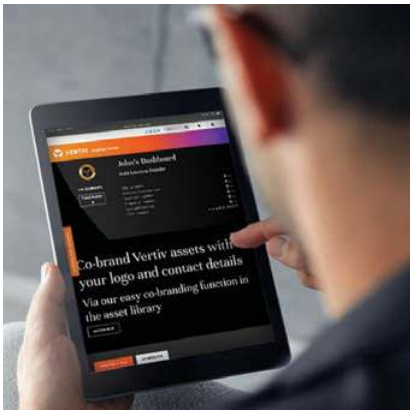
Vertiv global kanal büyümesini hızlandırıyor

Çalışanlara, araçlara, programlara ve iş ortağı ilişkileri yönetim sistemine yönelik yeni yatırımlar ve stratejiler, iş ortaklarının etkileşimlerini daha verimli hâle getirmeye ve kârlılıklarını artırmaya odaklanıyor. Vertiv İş Ortağı Programı'na yapılan yatırım, yeni global kanal gözetimini ve yeni bir global ortaklık ilişki yönetimi sistemlerini içeriyor.

Küresel bir kritik dijital altyapı ve süreklilik çözümleri sağlayıcısı olan Vertiv (NYSE: VRT), BT sektöründeki karar vericilere erişimi genişletmek, iş ortakları ve müşterileri için Vertiv deneyimini zenginleştirmek amacıyla Vertiv İş Ortağı Programı'na yaptığı ekleme ve geliştirmeleri duyurdu. İş Ortağı Programı'na yapılan yatırım, yeni global kanal gözetimini ve yeni bir global ortaklık ilişki yönetimi sistemlerini içeriyor. Bu yenilikler, iş ortaklıklarının, proje kayıtları, yapılandırma araçları ve Vertiv ile çalışmayı başlatmak, yönetmek veya tamamlamak için ihtiyaç duyabilecekleri her şey için Vertiv ile arayüz oluşturmasına olanak tanıyor. Bu







iyileştirmeler, Vertiv'in kanal ortaklarına ve onların müşterilerine daha iyi hizmet vermek için insana ve kaynaklara yaptığı sürekli yatırımın bir parçası olarak tanımlanıyor. Vertiv CEO'su Rob Johnson, "Kanal iş ortağı programı, Vertiv'in en hızlı büyüyen işlerinden birinin temelini oluşturuyor. Uluslararası fırsatları destekleyebilecek global bir programımız olsa da araçlarımız ve sunduğumuz faydalar, yerel pazarlardaki her bir iş ortağımızın farklı ihtiyaçlarını karşılamak, dünyanın her yerinde hızlı, kolay ekipman ve hizmet teslimatı yapmaya odaklanan tedarik zinciri sağlamak için hazırlandı. Sonuç olarak, iş ortaklarımıza en iyi ilişki deneyimini sağlamak için çıtayı yükseltiyoruz" diyor.

İş süreçlerini basitleştiriyor

Vertiv, iş ortağı etkileşimlerini daha verimli hâle getirmek ve kanal programının büyümesini hızlandırmak için deneyimli kanal ekibinden, geniş portföyünden ve yeni araçlarından yararlanıyor. Program araçları, iş ortaklarına büyük ölçüde entegre kabin çözümlerine odaklanan genişletilmiş bir ürün portföyüne daha kolay erişim sağlıyor. İş ortaklarının Vertiv altyapı ekipmanıyla eksiksiz çözümler oluşturmasına olanak tanırken, iş süreçlerini basitleştiriyor ve müşterileri için iş yapış süresini kısaltıyor. Vertiv'in Avrupa, Orta Doğu ve Afrika (EMEA) başkanı Giordano Albertazzi, global koordinasyon çalışmalarıyla birlikte bölgesel başkanlar ve onların kanal kuruluşlarına da liderlik ediyor.

Geniş portföye sahip

Vertiv, veri merkezi, edge (sınır), telekomünikasyon ve diğer kritik uygulamalar için geniş portföye sahip. 2020'de EMEA bölgesinde kanal için sunulan ürünler arasında Vertiv Liebert GXT5 ve Vertiv Edge line-interactive UPS gibi yüksek verimli tek faz KGK (Kesintisiz Güç Kaynağı) ve küresel olarak uyarlanabilir Vertiv Geist Universal Power Distribution Unit (UPDU) Vertiv Avocent ve Vertiv Cybex gibi güvenlik ve uzaktan yönetim sorunlarını ele alan BT yönetim araçları yer alıyor. Portföyün 2021 yılında genişletilmesi planlanıyor. CONTEXTworld Araştırma ve İş Geliştirme Direktörü Senthu Premakumar, "BT kanal pazarı yeni dijitalleşme dalgasını desteklemek için hızla büyüyor ve biz önümüzde büyük bir potansiyel olduğunu görüyoruz. Yaptığımız son araştırma, Vertiv'in bayilerine sunduğu pazardaki belli başlı rakiplerini geride bırakacak kadar yüksek marj sağlamak gibi temel değer tekliflerinden birini yerine getirdiğini gösteriyor" diyor.

Sözal Kimya'nın hedefi global marka olmak

Tekstil kimyasalları ve boyar maddeleri alanında 2007'den bu yana faaliyet gösteren Sözal Kimya; plastik, su kimyasalları ve hijyen grubu yatırımlarıyla faaliyet alanını genişletti. Türkiye'nin yanı sıra dünyanın farklı coğraflarına ürün çeşitlerini ulaştıran şirket, sürdürülebilir büyüme hedefiyle global marka olma yolunda çalışmalarını hızlandırdı. Ar-Ge alanında farklı iş birliklerine hazırlanan şirket, 2021 yılında yüzde 65 büyüme hedefliyor.

Geniş tekstil kimyasalları ve boyar maddeleri ürün yelpazesi ile Türkiye'nin yanı sıra dünyanın farklı ülkeleriyle ürünlerini buluşturan Sözal Kimya; Bursa'da yer alan üretim tesislerinde tekstil alanında 8 bin 111 metrekare, plastik bölümünde ise 11 bin metrekarelik alanda üretim faaliyetlerini gerçekleştiriyor. Kurulduğu günden bu yana yaptığı yatırımlarla faaliyet alanlarını da genişleten Sözal Kimya; tekstil, plastik, hijyen ve su arıtma alanlarında üretim gerçekleştiriyor. Kimya alanında yıllık 72 bin ton, plastik alanında ise 12 bin 500 ton üretim kapasitesi bulunuyor.





Plastik sektörüne boyar madde üretimi

Kimya sektörüne pek çok alanda hizmet verdiklerini belirten Sözal Kimya Yönetim Kurulu Başkanı Eren Sözal, faaliyetleri hakkında şunları söylüyor: "2007 yılında faaliyetlerimize tekstil yardımcı kimyasalları, tekstil boyar maddeleri ile başladık. Bu çalışma alanlarımızı 2016 yılında plastik sektörüne giriş yaparak daha da genişlettik. Plastikleri renklendirmek veya plastiğe başka özellikler kazandırmak için kullanılan plastik için katı bir katkı maddesi olan masterbatch üretimi ile plastik sektörüne boyar madde üretimi gerçekleştiriyoruz. Geçtiğimiz yıl itibarıyla faaliyet alanlarımıza su kimyasalları ve hijyen grubunu da dâhil ederek, ana ürün segmentimizi oluşturduk. 2017 yılında kurduğumuz Ar-Ge merkezimizde inovasyon çalışmalarımızı 30 kişilik ekibimiz ile gerçekleştiriyoruz."

Hedef yüzde 65 büyüme

Ar-Ge konusunda farklı iş birlikleri ile ciddi bir ilerleme hedeflediklerini vurgulayan Sözal, hem plastik hem de kimya alanında büyük bir yatırım planları olduğunu açıklayarak, şunları aktarıyor: "Sağlıklı ve sürdürülebilir büyümenin ancak bilgi ve teknolojiye yapılan yatırımlarla daha ileriye taşınacağına inanıyoruz. Bu doğrultuda, Bilgi Teknolojileri departmanımızı özelleştirerek, yazılım alanında hem ulusal hem de global teknoloji firmaları ile rekabet edebilecek çözümler geliştirmeyi ve yazılım sektörüne katma değerli ürünler kazandırmayı hedefliyoruz. Satış hacmimizde bir önceki yıla göre yüzde 30 oranında büyüme kaydettik. 2021'de 25 bin tonluk kapasite artışına giderek yüzde 65'lik büyüme hedefliyoruz." Aynı zamanda Ar-Ge ekipleriyle birlikte dört aşamalı bir ürünün hazırlık aşamasında olduklarını da belirten Sözal, katma değerli bu ürünle sektöre bir ilk kazandıracaklarını sözlerine ekliyor.



Prof. Dr. H. Okan Yeloğlu
Başkent Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Teknoloji ve Bilgi Yönetimi Bölümü Anabilim Dalı Başkanı

Teknoloji kullanımından teknoloji yönetimine geçişin gerekliliği

Genel olarak bakıldığında, teknolojinin kullanımı bizlere günlük hayatta oluşan her türlü konuyla ilgili bilgi edinmemizi dolaylı ve direkt olarak sağlıyor. İster birey ister işletme düzeyinde olsun, teknolojinin doğru ve verimli bir şekilde kullanılması için sahip olunan teknolojinin doğru yönetilmesi gerekiyor.

Günlük hayatta bireylerin ve işletmelerin teknolojinin her türlü nimetlerini kullandığını söylemek artık yeni bir olgu değil. Teknolojinin yarattığı avantajların bireyler ve işletmeler üzerindeki etkileri, sadece kullanım kolaylığı olarak ortaya çıkmıyor. Her türlü hizmet karşılaştırılması, rekabet avantajı yaratacak yeniliklerin ortaya daha net olarak çıkması, farkındalık yaratma çalışmalarının sosyal medyanın gücü ile gittikçe ivme kazanması teknoloji kullanımının etkisi niteliğinde anlam kazanıyor. İşletmelerin kendi içinde var oldukları sektörde diğer rakipleriyle en azından mevcut durumunu korumak için teknolojiyi etkin ve verimli kullanması çabaları da her geçen gün artıyor.



Teknolojinin doğru kullanılması

Genel olarak bakıldığında, teknolojinin kullanımı bizlere günlük hayatta oluşan her türlü konuyla ilgili bilgi edinmemizi dolaylı ve direkt olarak sağlıyor. Teknoloji, edinilen bilginin kullanılması ve bunun günlük hayata uygulanmasını sağlayarak, günlük hayatı görece de olsa kolaylaştırıyor. Elbette burada önemli olan konu ulaşılan her türlü bilginin gerçekten de doğru bilgi olup olmaması. Edinilen bilginin hangisinin doğru, kullanılabilir ve uygulanabilir olduğunun bilinmemesi zaman zaman birey ve işletmelere güçlük yaratabiliyor. İşte bu noktada kullanılan teknolojinin gerçekten de doğru bir şekilde kullanılıp kullanılmadığı sorusunu da gündeme getiriyor.

Teknolojinin etkin ve verimli kullanılmaması

Teknoloji kullanımının birey ve işletmeler üzerinde sadece olumlu etkilerini tartışmak, olayı tek boyutlu ve yönlü ele alma problemini de birlikte getiriyor. Birey düzeyinde bakıldığında, teknolojinin etkin ve verimli kullanılmaması stres, kaygı, istediği bilgiye ulaşamama korkusu gibi birtakım etkiler yaratırken; işletmeler düzeyinde bakıldığında ise sektördeki rekabetin boyutlarının algılanamaması, çalışan ve yöneticiler arasında iletişim sorunları, iletişim sorunlarından ortaya çıkan çatışmanın düzeylerinin artması, bireylerin iş yerinde kendini yetersiz hissetmesi gibi daha geniş perspektifte değerlendirilebilecek sorunların ortaya çıkmasına neden oluyor. Hem akademik hem de uygulamada yapılan çalışmalarda bu sorunlar çok ciddi bir şekilde ele alınabiliyor. Örneğin, birey kendisini çevreleyen teknolojik etkenlerin kullanımında kendini yetersiz hissetmesi nedeniyle bir özgüven problemi yaşayabilir ve buna paralel olarak kendini içinde bulunduğu sosyal yaşamdan hızlı bir şekilde soyutlamaya başlayabilir. Bu tür sorunlar belirli bir düzeye ulaştığında, birey artık kendini tükenmiş hissedebilir ve daha mutsuz olabilir. Mutsuzluğunu hem kendi yaşamına hem de iş yaşamına yansıttığında ise gerçek performansını gösteremeyebilir, verimi ve motivasyonu düşebilir.

Hukuki problemlere neden olabilir

Konuya tam tersi taraftan bakıldığında ise, birey teknolojik unsurları çok yüksek ve iyi düzeyde kullandığında, her türlü bilgiye çok kolay ulaşabileceği gibi kendine diğer bireylere göre ciddi bir avantaj yarattığında kendi iş yaşamında daha rahat hareket etmeye başlayabilir. İş yerinde her türlü teknolojik imkanı daha hızlı ve etkin kullanabildiğinden, bunu kendi çıkarları doğrultusunda kullanabilir. Böylesi bir durum iş yerinde kaytarmacılık, artık işini her yerde yapabildiği için iş yerinde bulunmama gibi olumsuz olarak değerlendirilecek farklı durumların ortaya çıkmasına, bireyler, astlar ve üstler arasındaki problemlerin artmasına neden olacaktır. Ayrıca, olumsuz durumların ortaya çıkması her türlü hukuki problemi de beraberinde getirecektir. Dolayısıyla ister birey ister işletme düzeyinde olsun, teknolojinin doğru ve verimli bir şekilde kullanılması için sahip olunan teknolojinin doğru yönetilmesi gerekliliği kendinden ortaya çıkıyor. Aslında, teknolojinin yönetimin sahip olunan yeteneklerin yönetimiyle birlikte ele alınması, kullanılacak hangi teknolojinin yeterli olacağı, istenilen faydayı sağlayacağı, nereden hangi yollarla temin edileceği, ne zaman terkedileceği ve yenisinin kullanılacağı çok daha önemli bir tartışma konusu. Gelecek dönemlerde ele alınan durumların daha ciddi tartışılacağı kaçınılmaz gibi gözüküyor.

Güvenlikte satın alma kararı 6 kritere göre veriliyor

Şirketler için güvenlik sistemleri yatırımı hayati önem taşıyor. En doğru satın alma kararını verebilmek için güvenlik teknolojileri sağlayıcılarını birçok kriterde değerlendiren şirketler, özellikle 6 kriter üzerinden hareket ediyorlar.

Türkiye'nin lider güvenlik entegratörlerinden Sensormatic'in, kurumsal firmalardan 180 temsilci ile gerçekleştirdiği araştırmaya göre şirketler elektronik güvenlik çözümleri için bir sağlayıcı seçerken 6 kilit kriteri değerlendirerek harekete geçiyorlar. Bu kriterler; satış sonrası hizmet, ürün kalitesi, fiyat-fayda dengesi, çözüm odaklılık, kurumsallık, deneyim ve ulaşılabilirlik.

Satış sonrasında da müşterinin yanında olmak

Müşteriler, elektronik güvenlik çözümleri alırken öncelikle satılan ürünün ve verilen hizmetin arkasında durulmasını bekliyorlar. Yaygın servis ağı bulunan, hizmet performansını ölçümleyip, raporlayabilen bir iş ortağı ile çalışmak şirketler için avantaj yaratıyor. Bu nedenle işletmelerin rekabette üstünlük sağlamak için ürünleriyle olduğu kadar sundukları satış sonrası hizmetlerle de farklılık yaratmaya odaklanmaları gerekiyor. Kaliteli bir satış sonrası hizmet, sürdürülebilir performans sağlıyor.

Kullanılan teknolojinin kalitesi

Müşteriler için ürün kalitesi de satın alma kararının olmazsa olmaz kriterlerinden birisi. Şirketler, söz konusu güvenlik olduğunda, özellikle kalitesini sorgulamayacakları, ihtiyaçlarını tam olarak karşılayan ve kullanımı kolay teknolojileri tercih ediyorlar. Yeni ve ileri teknolojiye sahip ürünler de müşteriler tarafından yine kalitenin önemli bir parçası olarak algılanıyor. Ürettikleri ürün ve çözümlerde ileri teknolojiyi en etkin şekilde kullanan, kullandığı teknolojinin kalitesiyle farklılaşan şirketler, müşteri tercihinde öne çıkıyorlar.

Maksimum fiyat-fayda dengesi

Neredeyse tüm sektörlerde satın alma kararının en önemli kriterlerinden biri fiyat-fayda



dengesi. Bu noktada müşterilerin çözüm ve hizmetler hakkında detaylı bilgilendirilmesi ve sunulan faydaların çok iyi anlatılması önem taşıyor. Kullandığı çözüm ve hizmetle ilgili kapsamlı bilgi edinen, bunların kendilerini hangi risklerden nasıl koruyacağını, sistemi nasıl kullanırsa daha fazla fayda sağlayacağını bilen müşteriler, çözümleri daha verimli kullanırken fiyat-fayda değerlendirmesini de daha sağlıklı yapabiliyorlar.

İhtiyaca özel çözümler

Birçok konuda olduğu gibi güvenlik konusunda da ihtiyaçlar standart değil. Bu nedenle müşteriler, ihtiyaçlarına özel çözümler sunulmasını istiyorlar. Müşteri risk analizini iyi yapan, ihtiyaçlarını en iyi şekilde anlayan ve bu ihtiyaçlara özel ileri teknoloji çözümler sunabilen ve gerektiğinde de yine ihtiyaca özel olarak ürün ve hizmetlerini ek yazılım gibi yöntemlerle geliştirebilen şirketler rakiplerinin önüne geçiyorlar.

Kurumsal yapı ve farklı sektör tecrübesi

Kurumsal yapı, her kurum ve şirkette belirsizliği ortadan kaldırıyor, verimliliği artırıyor, şeffaflığı sağlıyor. İşletmelerin gelişmesi, uzun ömürlü olması için bir zorunluluk olan kurumsallaşma, müşterilerin de iş yapacakları kurumlarda aradığı önemli özelliklerden biri. Şirketler, elektronik güvenlik çözümleri için bir sağlayıcı seçerken iş yapacakları sağlayıcının finansal anlamda güçlü, iş yapış olarak sağlam ve güvenilir olup olmadığını, kurumsal yapısına, sektörel tecrübesine ve referanslarına bakarak değerlendiriyorlar. Sadece bugün değil, uzun yıllar birlikte çalışabilecekleri, tecrübeli ve çok sayıda olumlu referansa sahip bir şirketle çalışmayı tercih ediyorlar. Özellikle farklı sektörlerle iş yapma deneyimine sahip şirketlerin, know-how anlamında daha büyük bir değer katacağına inanıyorlar.

Her aşamada müşterinin yanında olmak

İhtiyaç hâlinde ulaşılabilir olmak da şirketleri bir adım öne çıkarıyor. Müşteri temsilcileri ve proje yöneticileriyle interaktif bir iletişim içinde olmak ve süreç yönetiminde onların desteğini almak, şirketlerin iş yaparken daha güvende hissetmelerini sağlıyor. Sadece satışa kadar olan süreçte değil, çözümlerin kullanıldığı süreçte de ilgili kişilere en kısa sürede ulaşabilmek müşterilerin sağlayıcı seçerken göz önünde bulundurduğu önemli bir kriter oluyor. Araştırma sonuçlarını değerlendiren Sensormatic CMO'su Pelin Yelkencioğlu, "Yaptığımız araştırmanın sektörümüzdeki hizmet standartlarını yukarı çekeceğine inanıyoruz. Sektörümüzdeki tüm oyuncuların bu 6 kriterde daha iyi olmaya yoğunlaşmasının herkese faydası var. Biz Sensormatic olarak, müşterilerimizin tercih kriterlerinde üst sıralara çıkmak için var gücümüzle çalışıyoruz" diyor.



Enerji sektöründe dron kullanımı maliyet ve zamandan tasarruf sağlıyor

2018'den itibaren kurumsal ve endüstriyel uygulamalarda daha fazla yer bulmaya başlayan dronların en aktif kullanıldığı sektörlerin başında enerji geliyor. Dronların güvenli ve verimli hâle gelmesiyle enerji sektöründe dron kullanımı, şirketlerin hem maliyetten hem de zamandan yarı yarıya tasarruf etmesini sağlıyor.

Enerji sektörüne hızlı bir giriş yapan dronlar, günümüzde güneş, rüzgar, petrol ve elektrik gibi alanlarda aktif rol oynuyorlar. Enerji sektöründe kullanılan binaların, malzemelerin, enerji üreten altyapı mekanizmalarının periyodik olarak incelenmesi ve denetlenmesi gerektiğini belirten Proje & Makine Mühendisi ve Dronmarket İHA eğitmeni Taha Yasin Kapucu, "Bu denetleme sırasında hem yüklü miktarda maliyet ortaya çıkar hem de insan gücünün karşılaşabileceği çeşitli tehlikeler göz ardı edilebilir. Tam da bu noktada verimli çalışmasıyla aktif rol oynayan dronlar şirketlerin maliyetten ve zamandan yarı yarıya tasarruf etmesini sağlar" diyor.

Denetleme yapabilme kabiliyeti

Rüzgar türbinlerinden, yüksek gerilimli elektrik hatlarından güneş panellerine kadar birçok konuda enerji sektöründe dron teknolojilerinin denetleme yapabilme kabiliyetinde olduğunu söyleyen Kapucu, "Hassas denetleme yaparak problemler oluşmadan önlem alınmasını sağlayan dronlar sayesinde, enerji şirketleri oluşabilecek ciddi maliyetlerin önüne kolayca geçebiliyorlar. Dronlar, denetlenen birimin üç boyutlu modellemesini, çevrenin haritalanmasını ve çeşitli değerlerin ölçülmesi gerçekleştirebiliyorlar. Bir diğer önemli nokta ise insan hayatının tehlikeye atılmamış olması; çünkü dronlar, enerji sektöründeki tesislerin kurulmasına ve yer planlamasına kadar birçok konuda da kullanıldığından, ulaşımı zor ve tehlikeli alanlarda hiçbir insanın hayatını tehlikeye atmadan uçuş yapılabilmesine olanak sağlıyor" şeklinde konuşuyor.

Enerji sektöründe dron kullanımı yaygınlaşacak

Dronların enerji sektörüne sağladığı fayda ve avantajlardan dolayı kendilerine bu alanda gelen taleplerin her geçen gün arttığını dile getiren Kapucu, Türkiye'de enerji yatırımları anlamında ciddi bir potansiyelin olduğunu kaydediyor. Kapucu, sözlerini şöyle tamamlıyor: "Yenilenebilir enerji kapasitesinin Türkiye'de 2025'te 66,8 gigavata ulaşması öngörülüyor. Türkiye bu büyümeyle, Avrupa'da yenilenebilir enerji kapasitesini en fazla artıran 5'inci, dünyada ise 12'nci ülke olacak. 2020'de salgına rağmen teknolojik gelişmelerin katkısıyla rüzgar enerjisi sektörü ülkemizde büyümesini sürdürdü. Özetle tüm veriler sektörde yatırımların hız kesmeden devam edeceğini gösteriyor. Yatırımlar artıyor, sektöre giren firma çoğalıyor. Hâl böyle olunca ciddi bir rekabet de söz konusu. Bu yüzden maliyet ve zaman tasarrufu sağlayan dronlar, enerji firmaları için önemli bir rekabet etme aracı olacaklar. Burada ciddi bir pazardan bahsediyoruz. Ben önümüzdeki süreçte enerji sektöründe dron kullanımının daha da hızlı yaygınlaşacağını düşünüyorum."

Vodafone Türkiye yüzde 100 yenilenebilir enerji hedefine ulaştı

Daha sürdürülebilir bir geleceğe katkıda bulunma hedefiyle faaliyet gösteren Vodafone Türkiye, şebekesini ve ofislerinde kullandığı elektriğin tamamını yenilenebilir enerji kaynaklarından kullanmaya başladı. Böylece şirket, yüzde 100 yenilenebilir enerji hedefine planlanan tarihten üç yıl daha erken ulaştı.



Amaç odaklı vizyonu doğrultusunda küresel karbon emisyonunu 2040'a kadar net sıfıra düşürmeyi taahhüt eden Vodafone, Türkiye'de de çevresel sürdürülebilirlik çalışmalarına hız verdi. Vodafone Türkiye, 22 Nisan Dünya Günü'nde yaptığı açıklamada, 2021/21 mali yılı itibariyle tüm şebeke ve ofislerinde tüketilen elektriği yenilenebilir enerji kaynaklarından satın alarak, yüzde 100 yenilenebilir enerji hedefine planlanan tarihten üç yıl daha erken ulaştığını duyurdu. Vodafone, Türkiye genelinde 12 veri merkezi, 16 ofis binası ve 25 binden fazla baz istasyonunda tüketilen yıllık toplam 515 Gigawatt saat elektriğin yüzde 100'ünü yenilenebilir enerji kaynaklarından satın alarak, şebekesinin tamamında yüzde 100 yenilenebilir enerji kullandı.

Önemli bir adım

Vodafone'un Türkiye'de şebekesini ve ofislerini yeşil enerjiye geçirmesini değerlendiren Vodafone Türkiye İcra Kurulu Başkan Yardımcısı Hasan Süel, şunları söyledi: "Vodafone olarak, iklim değişikliği konusunda acil önlem alınması ve özellikle şirketlerin operasyonel performansından kaynaklı çevresel etkilerin en az düzeye indirilmesi gerektiğine inanıyoruz. Herkes için daha sürdürülebilir bir geleceğe katkıda bulunabileceğimiz konusunda pozitif ve iyimseriz. Sera gazı emisyonlarımızı azaltma, yenilenebilir elektrik kaynaklarına geçme ve enerji verimliliğimizi artırma taahhütlerimiz ile Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları'ndan iklim hedefine odaklanan SKA 13'ü ve temiz enerjiye odaklanan SKA 7'yi destekliyoruz. Vodafone Türkiye'nin yüzde 100 yenilenebilir enerji hedefine ulaşmasını, 2025 yılına kadar çevresel etkisini yarı yarıya azaltma ve 2040 yılına kadar net sıfır karbon emisyonuna ulaşma yolculuğunda atılan çok önemli bir adım olarak görüyoruz. Altyapımızı yüzde 100 yenilenebilir elektrikle enerjilendireceğiz. Güneş, rüzgar, su kaynaklarından sağlanan enerjiyi kullanarak müşterilerimize ürün ve servislerimizi sürdürülebilir yeşil altyapımız üzerinden sunmaya devam edeceğiz. Yüzde 100 yenilenebilir elektriğe geçiş, fosil yakıtlara olan bağlılığımızı azaltırken, müşterilerimizin kaynaklarını daha etkin bir şekilde yönetmelerine ve karbon emisyonlarını azaltmalarına yardımcı olacak. Vodafone olarak, çevresel sürdürülebilirliğe katkıda bulunmak amacıyla yenilenebilir ve alternatif enerji kaynaklarına yatırım yapmaya devam edeceğiz."

Yenilenebilir enerjiye
5 milyon TL'yi aşkın yatırım

Vodafone Türkiye, çevresel etkisini azaltmak üzere yenilenebilir enerji projelerine yatırım yapmayı sürdürüyor. 2019'da Adana'da, 2020 sonunda da İstanbul Esenyurt'taki teknoloji merkezlerinde toplam 5 milyon TL'yi aşkın yatırımla güneş enerjisi sistemleri kuran Vodafone, yenilenebilir enerji yatırımlarına önümüzdeki iki yılda İzmir, Tuzla ve Diyarbakır'daki teknoloji merkezleriyle devam edecek. İstanbul, İzmir, Adana, Tuzla ve Diyarbakır'daki toplamda beş ana teknoloji merkezinde hayata geçireceği yenilenebilir enerji yatırımlarıyla şirket; 2 Megawatt kurulu güce ulaşmayı, yıllık yaklaşık 3 Gigawatt saat yeşil enerji üretmeyi ve yıllık 1.451 ton karbon salımının önüne geçmeyi hedefliyor.

Net sıfır hedefini 10 yıl öne çekti

Vodafone Grubu, geçen yıl toplam küresel karbon emisyonunu 2040'a kadar net sıfıra düşürmeyi taahhüt etti. Karbon azaltma hedefleri Bilime Dayalı Hedefler Girişimi tarafından onaylanan Vodafone, bu doğrultuda, 2025 yılına kadar çevresel ayakizini yarıya indirmeyi ve satın aldığı tüm elektriği yenilenebilir kaynaklardan (Kapsam 2) tedarik ederek karbon emisyonunu sıfırlamayı; 2030'a kadar, kendi faaliyetlerinden kaynaklanan (Kapsam 1) tüm karbon emisyonlarını ortadan kaldırmayı; 2030'a kadar, ortak girişimler, tüm tedarik zinciri satın alımları, sattığı ürünlerin kullanımı ve iş seyahatlerinden kaynaklanan (Kapsam 3) karbon emisyonlarını yarı yarıya azaltmayı, 2040'ta ise tamamen ortadan kaldırmayı hedefliyor.Vodafone, 2050 yılı için belirlemiş olduğu tüm karbon ayak izinde "net sıfır"a ulaşma hedefini 10 yıl öne çekmiş oldu.

Dünyada ve Türkiye'deki şehirlerde yenilenebilir enerji kullanımı

Gelişen dünyada enerji ihtiyaçlarının sürekli artmasıyla birlikteuzmanlar iklim krizinin etkilerine karşı uyarılarda bulunuyorlar. Oluşan kirliliği azaltmak ve enerji ihtiyacını karşılamak amacıyla şehirlerde faaliyet gösteren iş yerlerine, yenilenebilir enerji kullanımı alanında destek sağlanması gerekiyor. YEKDEM teşviklerinin şehirlerde yenilenebilir enerji uygulamalarını artırması bekleniyor.

Dünya nüfusunun artışıyla birlikte sanayi de hızla gelişirken, yeni teknolojiler emisyonların artışına neden oluyor. Durum böyle olunca ani iklim değişikliğinin sonuçları, dünyanın farklı bölgelerinde sert bir şekilde etkisini gösteriyor. Günümüzde hızla artan dijitalleşme sonucu veri depolarken kullanılan elektrik ve soğutma enerji ihtiyaçları, küçük ülkelerin enerji ihtiyaçlarına eş değer hâle gelmiş görünüyor. Uzmanlar, bu durumu daha fazla



enerji kullanımı ve daha fazla emisyonun atmosfere salınması olarak yorumluyorlar. Yenilenebilir Enerji Araştırmaları Derneği Genel Sekreteri Dr. Füsun Tut Haklıdır, her geçen gün daha çok artan enerji ihtiyacını ve emisyonları dengelemenin iki yolunun enerjinin verimli kullanılması ve yenilenebilir enerji kullanımının yaygınlaştırılması olduğunu ortaya koyuyor. REN21'in kısa bir süre önce yayınladığı 2021 Şehirlerde Yenilenebilir Enerji Kullanımı durum raporunu değerlendiren Haklıdır, "Dünya nüfusunun yaklaşık yüzde 55'i şehirlerde yaşıyor. Şehirlerde kullanılan enerjinin büyük bir kısmı elektrik amaçlı binalarda ve endüstriyel tesislerde ısınma-soğutma faaliyetlerinde kullanılıyor" açıklamasında bulunuyor.



Hemen her ülkenin gündeminde

Haklıdır'ın açıklamalarına göre 2019 ve 2020'de şehirlerde yenilenebilir enerji eylem planlarının daha hızlı yapıldığı, bu alanda ulusal düzeydeki eğilimlerin arttığı ve yeni politikaların yayınlandığı görülüyor. Dünyanın dört bir yanında, belediyeler enerji ve iklim konularını gündemlerine alıyorlar. 2020 yılında başlayan salgınla mücadele edebilmek için yeni stratejiler geliştiren ülkelerin bir yandan da şehirlerde yenilenebilir enerji kullanımı üzerine çalıştığını belirten Haklıdır, sözlerini şu şekilde sürdürüyor: "Pandemi başında, ekonomik faaliyetlerin hızla düşmesi sonucu, hükümetler ve belediyeler enerji konusundaki stratejilerinde önceliklerini değiştirmek durumunda kaldılar. Pandemi hâlen devam ederken özellikle 2021'in başlarından itibaren hızlanan yerel ekonomik kalkınma, istihdam yaratma ve bazı belediyelerde yeşil iyileştirme-kurtarma paketleri duyurulmaya başladı. Ayrıca yenilenebilir enerji kullanım seçenekleri, Ortadoğu ülkeleri de dahil olmak üzere her ülkenin stratejik planları içerisine girdi."

Büyük ilgi görüyor

Haklıdır, 2020 yılında, dünyada 72 ülkede ve 834 şehirde en az bir sektörde yenilenebilir enerji kullanımı hedefi sonucu, yenilenebilir enerjiden elektrik üretiminin yanı sıra ısıtma ve soğutma alanında da yararlanıldığını kaydediyor. Hükümetlerin de destek planlarıyla şehir genelinde binalarda ve ulaşımda yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı politikalarının, ABD ile Avrupa'nın yanı sıra Asya, Latin Amerika-Karayip ve Avustralya'da da ilgi uyandırdığını söyleyen Haklıdır, "Bu süreçte özellikle Seul ve Jakarta gibi Global Gridded Model of Carbon Footprints (GGMCF) indeksinde dünyada en yüksek karbon salınımına neden olan şehirler, 2040'a dek kademeli olarak yüzde 70'e varan emisyon azaltma hedeflerini ortaya koyarak, güneş enerjisini daha yaygın kullanma yoluna gideceklerini açıkladılar" diyor.

"Türkiye'de yenilenebilir enerji kaynakları kullanımı artırılmalı"

GGMCF indeksine göre karbon emisyonu sıralamasında 189 şehir arasında; İstanbul'un 26'ncı, Ankara'nın ise 80'inci sırada bulunduğunu belirten Haklıdır, bu sıralamaya göre şehirlerde yenilenebilir enerji kullanımını yaygınlaştırmak gerektiğini vurguluyor. Haklıdır, sözlerini şöyle tamamlıyor: "Mevcut koşullarda EPDK 2021 yılı Ocak ayı verilerine göre 96 GWe'lık kurulu gücün yarıya yakını yenilenebilir enerji kaynaklarından sağlanıyor; ancak Türkiye'de üç büyük şehirde lisanslı yenilenebilir enerji üretim kapasitelerine bakıldığında İstanbul'da 1220 MWe (rüzgar ve biyokütle), İzmir'de 1872 MWe (rüzgar, biyokütle, jeotermal), Ankara'da 599 MWe (hidroelektrik, biyokütle) kurulu güç bulunurken lisanssız olarak; İstanbul'da sadece 14 MWe (güneş, rüzgar), İzmir'de 287 MWe (güneş, rüzgar, biyokütle), Ankara'da 379 MWe (güneş ,hidrolik, biyokütle) bir kurulu güç bulunuyor. Devam eden YEKDEM teşvikleri ve özellikle güneş enerji sektöründe düşen panel maliyetleriyle büyük şehirlerde yenilenebilir enerji uygulamalarının 2025 yılına dek artırılması bekleniyor."



Bahar emlak piyasasını canlandırdı

sahibinden.com ve Bahçeşehir Üniversitesi Ekonomik ve Toplumsal Araştırmalar Merkezi (BETAM) iş birliğinde hazırlanan Konut Piyasası Görünümü raporunun dördüncüsü yayınlandı. Rapora göre, baharın başlaması ile birlikte satılık ve kiralık konut piyasalarında canlanma gözlemlendi.

BETAM'ın sahibinden.com'un verileri ile hazırladığı Konut Piyasası Görünümü raporunun dördüncüsü yayınlandı. Rapora göre Mart ayının verileri gerek satılık gerekse kiralık konut piyasasında, yeni bir canlanmaya işaret ediyor. Geçen yılın Mart ayı ile karşılaştırıldığında hem satılık konut ilan metrekare fiyatları hem de satılan konut sayısının yanı sıra kiralık konut ilan metrekare fiyatları ile kiralanan konut sayısında da artış kaydedildi. Gayrimenkul alıcı ve satıcıları ile emlak profesyonellerine yol göstermek amacıyla hazırlanan rapor; sahibinden.com'un Emlak kategorisindeki veri havuzunun analiz edilerek elde edilen istatistiki veriler üzerinden, BETAM uzmanlarının yorumlarını içeren araştırmaları kapsıyor.

İstanbul'da konut satış fiyatı TÜFE'nin altında kaldı

Türkiye genelinde ortalama satılık konut ilan metrekare cari fiyatları yıllık yüzde 35,4 yükselerek 3 bin 695 TL olurken; bu rakam İstanbul'da yüzde 29,4, Ankara'da yüzde 36,3 ve İzmir'de yüzde 35,9 arttı. Bu artışla, ortalama satılık konut ilan metrekare fiyatları İstanbul'da 4 bin 938 TL, Ankara'da 2 bin 560 TL, İzmir'de ise 4 bin 433 TL'ye yükseldi. İstanbul'da ilan fiyatları TÜFE düzeyinin altında kalmaya devam ederken, Ankara'da ilan fiyatları geçen ay olduğu gibi TÜFE düzeyinin biraz üzerinde gerçekleşti. İzmir'de ise ilan fiyatlarının TÜFE seviyesindeki hareketini koruduğu görüldü.

Satılan konut sayısı yüzde 43,1 arttı

Satılık konut ilan sayısında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 12,8 artış kaydedilirken, satılan konut sayısında yüzde 43,1 artış gerçekleşti. Konut piyasasında canlılığın bir göstergesi olan, satılan konutların satılık ilan sayısına oranında, Mart ayında Şubat'a göre gerek ülke genelinde gerekse de üç büyük ilde, önemli bir artış yaşandı. Kapatılan ilan yaşının, bir önceki aya kıyasla belirgin bir değişim göstermesi ve sürenin geçen yılın aynı ayına göre yaklaşık 5 gün kısalması da bu canlanmaya işaret ediyor. Bu bağlamda ucuz ve lüks konutların satılık ilan metrekare fiyatlarındaki artış devam etti, satılık konut ortalama ilan metrekare fiyatı ucuz konutlarda 2 bin 15 TL'ye, lüks konutlarda ise 11 bin 38 TL'ye yükseldi.

Büyükşehirlerd konut satış fiyatları arttı

İlan satış fiyatlarının 2021 Mart ayında da geçen yılın aynı dönemine göre bütün büyükşehirlerde arttı. (Tablo 1). Satılık konut ilan metrekare fiyatlarının en hızlı arttığı iller Mardin, Aydın, Diyarbakır, Şanlıurfa ve Antalya olurken; en düşük artışların görüldüğü iller ise İstanbul, Kocaeli, Erzurum, Van ve Trabzon oldu.

Tablo 1

İller	Mart 2020 m2 Fiyatı	Mart 2021 m2 Fiyatı	Satılık Fiyat Değişimi (%)
Türkiye Ortalaması	2728	3695	35,4
Mardin	1133	1871	65,1
Aydın	2721	4400	61,7
Diyarbakır	1493	2324	55,6
Şanlıurfa	1333	2045	53,4
Antalya	2762	4117	49,1
İstanbul	3817	4938	29,4
Kocaeli	2125	2745	29,2
Erzurum	1358	1750	28,9
Van	1786	2270	27,1
Trabzon	2031	2545	25,3





İller	Şubat 2020 m2 Fiyatı	Şubat 2021 m2 Fiyatı	Yıllak Cari Kira Artışları (%)
Türkiye Ortalaması	14,0	16,9	21,0
Kahramanmaraş	7,7	11,4	46,8
Diyarbakır	7,3	10,5	43,2
Muğla	22,5	32,0	42,2
Mersin	9,1	12,8	40,5
Şanlıurfa	7,5	10,3	37,1
Manisa	9,2	10,4	12,2
Erzurum	5,8	6,5	11,4
Ankara	10,8	12,0	10,8
Antalya	16,0	17,7	10,3
Trabzon	7,7	8,1	5,6
Van	11,1	11,0	-1,0

Tablo 2



Üç büyük ilde kiralanan konut sayısı arttı

Mart ayında kiralık konut piyasasında da canlanma gözlemlendi. Geçen yılın Mart ayına göre hem kiralık konut ilan metrekare fiyatları hem de kiralanan konut sayısı arttı. Türkiye genelinde ortalama kiralık konut ilan metrekare fiyatındaki yıllık kira artış oranı, Mart ayında yüzde 21 olurken 2020 Mart ayında 14 TL olan ortalama kiralık konut ilan metrekare fiyatı, 2021 Mart ayında 17 TL'ye yükseldi. Yıllık kira değişim oranı İstanbul'da yüzde 25,9'luk artışla geçen ayki seviyesini korurken, Ankara'da yıllık artış yüzde 10,8'e geriledi, İzmir'de yüzde 18,5'e yükseldi. Bu gelişmelerin sonucunda, Mart ayında ortalama kiralık konut ilan metrekare fiyatları İstanbul'da 23,8 TL, Ankara'da 12 TL, İzmir'de ise 17,8 TL oldu. Mart ayında kiralanan konut sayısının toplam ilan sayısına oranında, Türkiye genelinde ve üç büyük ilde belirgin bir artış gerçekleşti. Bu gelişmeler, satılık konut piyasasında ortaya çıkan canlanmanın kiralık konut piyasasında da kendini göstermekte olduğuna işaret ediyor.

Kirada en yüksek oranlı artış Kahramanmaraş'ta

Mart ayında yıllık ortalama kira artışı ülke genelinde yüzde 21 olurken, büyükşehirlerde cari kira artışlarının arasında büyük farklılık oluştu (Tablo 2). Rapora göre en yüksek yıllık kira artışının görüldüğü iller Kahramanmaraş, Diyarbakır, Muğla, Mersin ve Şanlıurfa. İncelenen 30 büyükşehir arasında sadece Van'da kiralarda düşüş görüldü. En düşük kira artışının görüldüğü iller ise Erzurum, Ankara, Antalya ve Trabzon oldu.

İnşaat sektörü sürdürülebilir büyümeye ihtiyaç duyuyor

Türkiye Hazır Beton Birliği (THBB), her ay merakla beklenen inşaat ve bununla bağlantılı imalat ve hizmet sektörlerindeki mevcut durum ile beklenen gelişmeleri ortaya koyan Hazır Beton Endeksi 2021 Mart Ayı Raporu'nu açıkladı. Rapor, yüksek faiz ile birlikte düşünüldüğünde inşaat sektörünün yaşanan dalgalanmadan etkileneceğini, ancak faaliyetteki yükselmenin ümit verici olduğunu ortaya koydu.

Türkiye Hazır Beton Birliği (THBB) her ay açıkladığı Hazır Beton Endeksi ile Türkiye'de inşaat sektöründeki ve bağlantılı imalat ve hizmet sektörlerindeki mevcut durumu ve beklenen gelişmeleri ortaya koyuyor. İnşaat sektörünün en temel girdilerinden biri olan ve aynı zamanda üretiminden sonra kısa bir süre içinde stoklanmadan inşaatlarda kullanılan hazır betonla ilgili bu endeks, inşaat sektörünün büyüme hızını ortaya koyan en önemli göstergelerden biridir. THBB'nin açıkladığı Hazır Beton Endeksi 2021 Mart Ayı Raporu'na göre; 2021 yılına düşük seviyede başlayan faaliyet, yılın ikinci ve üçüncü aylarında yukarı yönlü hareket etti. Yılın ilk iki ayında yüksek seyreden güven ve beklenti gerilese de eşik değerin hemen altında yer aldı. Yılın başındaki yüksek beklenti-düşük faaliyet bileşeni Mart ayında yükselen faaliyet buna karşılık düşük güven-beklentiye döndü. Mart ayında para piyasasında yaşanan gelişmelerin piyasa beklentisinde etkili olduğu görülüyor.



Beklenti ve güven daha yüksek

Hazır Beton Endeksi Mart Ayı Raporu verilerine göre Mart ayında bütün endeksler, pandeminin Türkiye'ye etki etmeye başladığı bir önceki yıla göre yüksek görünüyor. Eşik değerin altında olmasına rağmen hem beklenti hem de güven, pandeminin başlangıcına kıyasla, aradan geçen bir yıl sonunda çok daha yüksek. Faaliyet ise özellikle yüksek faiz, yükselen konut fiyatları ve belirsizliğin etkisi ile geçen yıla kıyasla görece düşük bir artış gösterdi. Raporun sonuçlarını değerlendiren THBB Yönetim Kurulu Başkanı Yavuz Işık; Türkiye'de geçen haftalarda atılan normalleşme adımlarının, mevsime bağlı işlerdeki yavaşlamaya rağmen sektörün güveninin ve beklentisinin yüksek kalmasında etkisi olduğunu aktardı.

Endeks Değerleri



Faaliyetteki yükselme ümit verici

Ekonomik gelişmelerle ilgili değerlendirmelerini paylaşan Işık, "Geçen ay Türkiye ekonomisini etkileyen gelişmelerin, inşaat sektörü üzerinde de etkili olduğu görünüyor. Yüksek faiz ile birlikte düşünüldüğünde inşaat sektörünün bu dalgalanmadan etkilenmemesini beklemek mümkün değildir; ancak buna rağmen faaliyetteki yükselme ümit verici. Kritik nokta, bu hareketliliğin sürdürülebilir olup olmadığıdır" dedi. Işık, hem üretici hem de tüketici nezdinde güvenin ve öngörülebilirliğin tesisinin inşaat sektöründe sürdürülebilir bir büyümenin belkemiği olduğunu vurguladı.

Online psikolog ve diyetisyen hizmeti talepleri rekor kırdı

Armut.com, pandemi döneminde yükseliş trendinde olan online psikolog, diyetisyen, yaşam koçu gibi kişisel hizmet taleplerini inceledi. Online diyetisyen hizmet talepleri yüzde 332, online psikolog yüzde 790, pilates yüzde 44, yaşam koçu ve kişisel antrenör talepleri geçen seneye göre yüzde 72 artış göstererek rekor kırdı.







Tüm dünyada yükseliş gösteren "wellbeing" (kendine iyi bakma) trendinin ve mesafe, evde kalma kurallarına büyük önem gösterildiği pandemi döneminin dijital dünyada daha fazla vakit geçirilmesine neden olduğu gözlemleniyor. Hizmet alanında Türkiye'nin en büyük online platformlarından Armut.com verileri, bu durumun online ortamdaki kişisel hizmetlere olan talepleri de etkilediğini gösteriyor.

Online kişisel hizmetlerde psikolog ve diyetisyen talepleri önde

Pandemi dönemi ile beraber özellikle online psikolog, diyetisyen, yaşam koçluğu ve pilates talepleri en ilgi gören hizmetler arasında yer aldı. Pandeminin ilk gününde düşüşe geçen yüz yüze hizmetler, evlerde geçirilen vaktin artması ve mesafe kuralının öneminin farkına varılması ile beraber online olarak tekrar artış gösterdi. Yüz yüze diyetisyen ve psikolog hizmeti talepleri 2020 Mart'tan itibaren yüzde 38 azalırken online diyetisyen talepleri yüzde 332, psikolog talepleri ise yüzde 790 arttı. Özellikle pandemi sürecindeki belirsizlikle baş etmek isteyen kişilerin online psikolog arayışına yöneldikleri gözlemlendi.

Hizmet verenler de dijital dünyaya yöneldi

Pandeminin başlarında yüzde 63 oranında azalan yüz yüze pilates ders talepleri, 2020 yazından itibaren hocaların online ders sunma yetkinliklerinin artmasıyla beraber yüzde 44 oranında artışa geçti. Geçen sene yaşam koçluğu ve kişisel antrenörlerin pandeminin başlangıcı ile yüz yüze taleplerinde yüzde 32 kayıp yaşamıştı; ancak hizmet verenlerin de online dünyaya geçişi ile birlikte 2020 yazından bu yana talepler yüzde 72 artış göstererek eski seviyesini geçmeyi başardı.

NielsenIQ, Ramazan'da yiyecek ve içecek satışlarında yüzde 20 artış öngörüyor

Dünyanın önde gelen pazar araştırma şirketlerinden NielsenIQ, hızlı tüketim ürünlerindeki büyümenin Ramazan ayında süreceğini öngörüyor. Restoran ve toplu organizasyonlardaki kısıtlamaların pandemi nedeniyle sürmesi, hızlı tüketim ürünlerindeki büyümenin ev içi tüketim odaklı olarak devam edeceğini gösteriyor.

Türkiye, Endonezya, Malezya, Suudi Arabistan ve Birleşik Arap Emirlikleri gibi çoğunluğu Müslüman olan ülkelerde, Ramazan ayı ve devamındaki bayram periyodu, hızlı tüketim ürünlerinin üreticileri ve perakendecileri için önemli satış fırsatları oluşturuyor. NielsenIQ tarafından yapılan Ramazan araştırmasına göre 2020 yılında ülkemizde hızlı tüketim ürünlerinin satışı, Ramazan ayında diğer dönemlere kıyasla yüzde 20 oranında arttı. Malezya'da bu oran yüzde 15, Endonezya'da yüzde 30, Suudi Arabistan'da yüzde 11 ve Birleşik Arap Emirlikleri'nde ise yüzde 6 olarak gerçekleşti.



Hızlı tüketim ürünleri satışlarında iyileşme bekleniyor

NielsenIQ APAC EEMEA Analitik Danışmanlık Başkan Yardımcısı ve NielsenIQ Türkiye Genel Müdürü Didem Şekerel Erdoğan, "Ramazan ayı ve Ramazan Bayramı döneminde, hızlı tüketim ürünlerinde en fazla büyümeye neden olan kategoriler yiyecek ve içecek oluyor. 2021 Ramazan ayı, pandemi etkisinde geçirdiğimiz ikinci Ramazan dönemi. Hâlâ bazı kısıtlamalar devam etse de, hızlı tüketim ürünlerinin satışları açısından bu yılın geçtiğimiz yıla göre daha iyi olacağı konusunda iyimseriz. Geçtiğimiz yıl Ramazan dönemi satışlarında, önceki aylarda panik altında yapılan ürün alımlarının ve ürün stoklanmasının etkisi bulunuyordu" dedi. Erdoğan, bu yıl hızlı tüketim ürünleri satışlarındaki iyileşmenin, aşılama sürecinin getirdiği iyimser ortam ve panik alımlarının bittiği bir dönemin etkisi ile gerçekleşeceğini aktardı.

Ev içi tüketim ürünlerinde büyüme daha fazla olacak

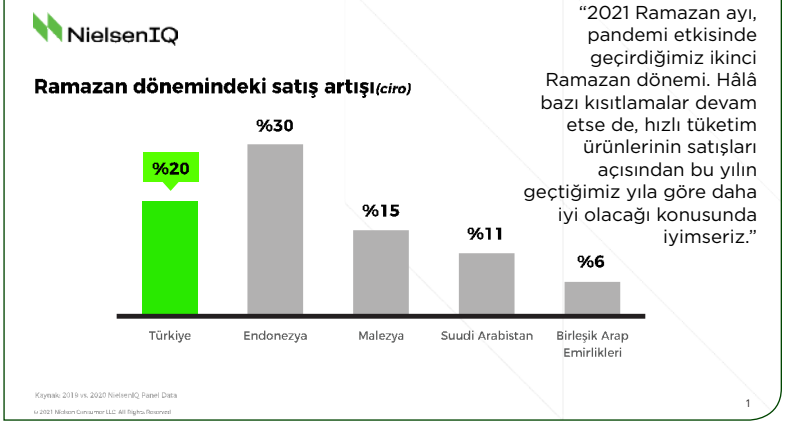
NielsenIQ Türkiye ve Doğu Avrupa Analitik Danışmanlık Lideri Murat Yıldırım, "Ramazan ayında özenle ve çeşitli hazırlanan iftar sofraları ve Ramazan Bayramı, yiyecek ve içecek kategorilerindeki satış artışını da sağlıyor. 2019 yılında Ramazan ayında en çok satan beş ürün kategorisindeki büyüme; Türkiye için yüzde 20, Endonezya için yüzde 10, Malezya için yüzde 18, Suudi Arabistan için yüzde 14 ve Birleşik Arap Emirlikleri için yüzde 2 oldu. 2020 yılı Ramazan döneminde, bir önceki aylarda yapılan stoklamaların ve kısıtlamaların da etkisi ile Endonezya, Malezya ve Birleşik Arap Emirlikleri'nde daha önceki yıllardaki kadar ciddi satış artışları görülmedi" dedi. Yıldırım, Ramazan ayı ve bayram dönemindeki kısıtlamaların, ev içi tüketim ve eve servis yemeklerde artışa yol açacağını sözlerine ekledi.

Verilen mesaj tüketicinin gerçeğini yansıtmalı

Didem Şekerel Erdoğan, tüketicilerin kalplerini ve akıllarını fethetmek için promosyonlar ve ürünlerin verdiği mesajın tüketicinin gerçeğini de yansıtması gerektiğini vurguladı. Erdoğan, "Örneğin, Türkiye'de her 4 kişiden 1'i geçtiğimiz sene, sanal bir Ramazan yemeğine katıldığını bildirdi. Bu seneki kısıtlamalar düşünüldüğünde, benzer durumun 2021'de de görünmesini bekliyoruz. Tüketiciler, en sevdikleri yemekleri evde yapmayı tercih edebilirler. Perakendeciler, eve servis yapılan ya da mağazadan alınabilecek 'kendin yap' yemek pişirme kitleri ile bu ihtiyaca destek olabilirler" şeklinde konuştu. Erdoğan'ın açıklamalarına göre Türkiye'de finansal du-







"2021 Ramazan ayı, pandemi etkisinde geçirdiğimiz ikinci Ramazan dönemi. Hâlâ bazı kısıtlamalar devam etse de, hızlı tüketim ürünlerinin satışları açısından bu yılın geçtiğimiz yıla göre daha iyi olacağı konusunda iyimseriz."

rumundan bağımsız olarak dikkatli harcama yaptığını söyleyen tüketiciler, toplumun yüzde 99'unu oluşturuyor. Malezya'da bu oran yüzde 97 ve Birleşik Arap Emirlikleri'nde ise yüzde 98. Bu durum gösteriyor ki, perakendeciler ve üreticiler promosyonlarını bu veriyi göz önünde bulundurarak yapılandırmalı, diğer taraftan da daha premium ürünler ile kendilerini şımartmak isteyen, finansal durumu korunmuş kişilerin gereksinimlerini göz önünde bulundurmalılar.

Ev içi tüketim, yiyecek ve içecekte büyümeyi artıracak

Ramazan dönemi, Türkiye'deki en önemli satış sezonlarından birini oluşturuyor. NielsenIQ çalışmaları gösteriyor ki, alışverişçilerin yüzde 50'si bu dönemde Ramazan'a özel mağaza ziyareti gerçekleştiriyor ve Ramazan'ın öncesindeki hafta itibarıyla tüketiciler, bu ay için alışveriş yapmaya başlıyorlar. Ramazan'da özellikle öne çıkan kategoriler ise gazlı içecekler, kuru meyveler, çay, hazır yemek karışımları ve hazır çorbalar şeklinde sıralanıyor. Bulaşık makinesi deterjanları, pişirme kağıtları, alüminyum folyo ve streç filmlerde çift haneli büyüme rakamları görülen diğer kategoriler arasında.

Alışverişçiler daha güvende hissediyorlar

Erdoğan, "Geçen yılın Ramazan ayı satışları biraz olağan dışıydı. Mart 2020'deki stoklama etkisi ve panik alımları sebebiyle, Mayıs 2020'de olağan Ramazan dönemi artışını göremedik; fakat stoklama etkisine rağmen ana yiyecek ve içecek kategorileri yine de çift haneli büyüme rakamları gösterdi. Bu da pandemi şartlarında bile Ramazan'ın ne kadar önemli bir dönem olduğunu ortaya koyuyor. Pandemi kısıtlamaları hâlen devam etse de alışverişçiler panik etkisinden daha uzak, daha güvende hissediyorlar ve stoklama durumu söz konusu değil. Dolayısıyla bu yıl Ramazan döneminde, 2020'den önceki yıllarda alışık olunan satış etkileri görülmesi bekleniyor" tespitinde bulundu. Aşılama süreci Türkiye'de devam etse de Ramazan ayında yasakların tamamen kalkacak gibi görünmediğini kaydeden Erdoğan, "Bu sebeple ev içi tüketimdeki önemli kategorilerden pirinç, yağ, bulgur, mercimek, peynir, süt, yoğurt, un, maden suyu, gazlı içecekler ve meyve suyu gibi kategorilerdeki büyüme etkilenecek. Üretici ve perakendeciler, Ramazan alışverişçilerinin kalbini ve aklını kazanmak için promosyon güçlerini; bulyon, salça, konserve gıda, kuru meyve, çay, meyve suyu ve gazlı içecek gibi yiyecek ve içecek kategorilerine odaklamalılar" diyerek sözlerini tamamlıyor.



Pandemi sigorta ihtiyaç ve çözümlerini yeniden şekillendiriyor

EY Sigortacılık Sektörü 2021 Görünümü Raporu'na göre küresel sigortacılık sektörünün pandeminin yarattığı değişimi, yeni normal ve farklı pazar ihtiyaçları doğrultusunda dönüşüm için bir fırsat olarak görmesi gerekiyor. Raporda, gelecek dönemde sektörde alternatif sermayenin çoğalması ve sektör oyuncularının somut getiri ve sürdürülebilir büyüme hedeflemesi ile birleşme ve satın alma faaliyetlerinde artış yaşanabileceği ifade ediliyor.

Uluslararası denetim ve danışmanlık şirketi EY (Ernst & Young), sigortacılık sektörüne yön veren trendleri incelediği Sigortacılık Sektörü 2021 Görünümü Raporu'nun sonuçlarını açıkladı. Sektörün gelecek 18 - 24 aylık dönemde izleyeceği büyüme stratejilerini ortaya koyan rapor, pandeminin sosyal ve ekonomik etkileriyle tüketicinin sigortacılık ihtiyaçlarını değiştirdiğine işaret ediyor. Raporda sigorta şirketlerinin değişen beklenti ve artan talebi karşılamak için sundukları çözümleri yeniden şekillendirdikleri belirtilirken, hedef odaklı dönüşüm, müşteri odaklılık, çeviklik ve maliyet ve sermaye optimizasyonunun sektör liderleri için en önemli gündem maddeleri olduğu belirtiliyor.

Yeni ve yaratıcı iş stratejileri geliştirilmesi ihtiyacı

Piyasa dinamiklerinin karmaşıklaştığı bir dönemde risk ve fırsatların iç içe geçmiş olduğunun ifade edildiği raporda; makroekonomik koşullar, jeopolitik gelişmeler, teknolojik ilerlemeler, demografik değişimler ve artan müşteri beklentilerinin sektörde yeni ve yaratıcı iş stratejileri geliştirilmesi ihtiyacını doğurduğuna işaret ediliyor. Sigortacılığın diğer sektörlerde yaşanan trend ve değişimlerden gittikçe daha fazla etkilendiği belirtiliyor. Raporu değerlendiren EY Türkiye Finansal Hizmetler Sektör Lideri Damla Harman, "Sigorta şirketlerinin küresel ekonomik toparlanma sürecinden büyüyerek çıkmaları için yeni çözümler üretmeleri ve değişen beklentiler karşısında kişiselleştirilmiş bir deneyim sunmaya hazır olmaları gerekiyor. Bu doğrultuda atılması gereken adımların başında yalın ve esnek bir maliyet tabanı oluşturulması geliyor. Bu, sigorta şirketlerinin hem kısa vadede kârlılığını destekleyen bir etki yaratacak hem de inovasyonlar ve sürdürülebilir büyüme için sağlam bir zemin hazırlayacaktır" diyor.



M&A faaliyetlerinde artış yaşanabilir

Rapora göre küresel sigortacılık sektörünün pandeminin yarattığı değişimi, yeni normal ve farklı pazar ihtiyaçları doğrultusunda dönüşüm için bir fırsat olarak görmesi gerekiyor. Raporda, gelecek dönemde sektörde alternatif sermayenin çoğalması ve sektör oyuncularının somut getiri ve sürdürülebilir büyüme hedeflemesi ile birleşme ve satın alma (M&A) faaliyetlerinde artış yaşanabileceği ifade ediliyor.

Dijitalleşme odağı korunmalı

Raporda; gelecek dönemin sektör için hâlen pek çok belirsizlik barındırdığına ve sigorta şirketlerinin bu küresel ortamda ana değer önerileri, dağıtım yaklaşımları, işgücü stratejileri ile veri ve teknoloji altyapılarına bütünsel olarak yaklaşmaları gerektiğine vurgu yapılıyor. Pandeminin ivmelendirdiği dijitalleşme sürecine yönelik odağın korunması ile operasyonlarda çevikliğin daha da önem kazandığı belirtiliyor.



Siber güvenlik sigortası neden zorunlu olmalı?

Dijitalleşmenin iyileştirici gücü olduğu kadar siber saldırıların artışına da etkisi büyük. 2020 yılında sadece Türkiye'de siber saldırılar yüzde 81 artmış durumda. Yapılan araştırmalar, şirketlerin yüzde 75'inin siber risk poliçesine sahip olmadığını ortaya koyuyor.

Dijital dönüşüm şirketlerin rekabet gücünü artırıyor. Öyle ki dijitalleşmenin dışında kalan kurumların oyun sahasının da dışında kalmaları kaçınılmaz; ancak dijitalleşmenin iyileştirici, rekabeti artırıcı gücünü kullanırken, siber saldırılardaki olağan dışı artışa da kayıtsız kalmamak gerekiyor. Geçtiğimiz yıl yalnızca Türkiye'de 1 milyon 692 bin 320 adet kötü amaçlı yazılım saldırısı düzenlendi. Geçen yıla göre yüzde 81 oranda artışın gerçekleştiği Türkiye'de, dakikada üç adet kötü amaçlı yazılım saldırısı yaşandı. Rakamlar, siber saldırıların artık görünmeyen bir risk olduğu düşüncesini ortadan kaldırıyor.

Saldırıların yüzde 43'ü KOBİ'lere yapılıyor

Yapılan araştırmalarda, piyasadaki şirketlerin yüzde 75'inin siber risk poliçesine sahip olmadığının ortaya çıktığını dile getiren Aksigorta Genel Müdür Yardımcısı Fahri Altıngöz, "Yaşanmakta olan pandemi sürecinde, çalışma düzeninin evlere taşınmasıyla birlikte saldırılar yüzde 20 artış gösterdi. Saldırıların yüzde 43'ü küçük şirketlere karşı yapılıyor. Küçük şirketlerin bir bilgi teknoloji uzmanına sahip olmaması, saldırıyı oldukça kolaylaştırmakla birlikte saldırganların bu küçük şirketlere sızarak daha büyük şirketlere sıçradığı görülüyor. KOBİ'lerin bir siber



uzmana sahip olmaması, zincirleme siber saldırılara yol açıyor" diyor. Altıngöz, siber güvenlik sigortasının KOBİ'ler için zorunlu hâle getirilmesi ve sistemsel altyapının buna uygun olarak yeniden oluşturulmasının büyük önem taşıdığını vurguluyor.

Siber farkındalık düzeyi düşük

Dünya Ekonomik Forumu'nun küçük işletmelerde siber güvenliği geliştirmenin küresel bir öncelik olması gerektiği konusunda uyarılarda bulunduğunun altını çizen Altıngöz, şöyle konuşuyor: "Dünya devi şirketler, kendilerine tedarikçi olmak isteyen şirketlerden siber güvenlik taahhüdünde bulunmalarını şart koşuyorlar. Hindistan ve İsrail'de siber güvenliğe ilişkin yeni bir düzenlemeye gidilirken, Singapur'da ise özellikle finansal şirketler için siber güvenlik sigortası zorunlu hâle getirildi. Farklı coğrafyalardaki pek çok ülkede, siber güvenlik konusunda farkındalık kampanyaları düzenlenirken, işletmeler düzeyinde aynı bilinç düzeyine ulaşabilmiş değiliz. Avrupa genelinde özellikle siber saldırıların hedefinde bulunan KOBİ'ler nezdinde siber güvenliğe ilişkin farkındalık düzeyi oldukça düşük."

3 milyonu aşkın KOBİ saldırganların hedefinde

Türkiye genelinde de durumun farklı olmadığını ifade eden Altıngöz, "Türkiye'de 3 milyonu aşkın KOBİ bulunuyor. Saldırganların hedefindeki KOBİ'lerin, siber risklerin büyüklüğü konusunda farkındalık kazanmaları ve yeni dünyada varlıklarını koruyabilmek anlamında önlem almaları gerekiyor. Siber sigorta poliçe sahipleri, nakit desteği almanın ve itibarlarını korumanın yanı sıra siber saldırı sonrası kaybedilen veri ve yazılımları, olay meydana gelmeden hemen önceki mümkün olan en yakın hâline getirme imkanına da sahip oluyorlar" diyor.



Siber saldırıların yüzde 90'ı kimlik avı ile başlıyor

Siber saldırılarda kimlik avı ile başarılı sonuçlar elde etmek isteyen hackerler, çalışanlara daha fazla saldırı düzenliyorlar. Buna yönelik son örnekler iş teklifi dolandırıcılığı üzerinden gerçekleşti. Günümüzün modern kötü amaçlı yazılımlarının çoğunun uç noktalara kolaylıkla ulaşması dikkat çekiyor.

Son 10 yılda siber güvenlik arenasında çoğu şey değişti; ama sabit kalan iki nokta bulunuyor. Birincisi hackerler için her şeyin başlangıcı olabilen kimlik avı, diğeri ise uç noktaların giderek daha fazla kuşatma altında kalması. Geleneksel imza tabanlı kötü amaçlı yazılımlara karşı koruma hizmetlerinden kaçmayı başaran hackerlerin katmanlı güvenlik yaklaşımlarından uzak kalan şirketleri kolaylıkla alt ettiğini belirten WatchGuard Türkiye ve Yunanistan Ülke Müdürü Yusuf Evmez, MFA korumasının ve uç nokta tespit ve yanıt sistemlerinin şirketlerin geleceği için kurtarıcı rollerde olduğunun altını çiziyor.





Siber saldırıların hikayesi kimlik avı ile başlıyor

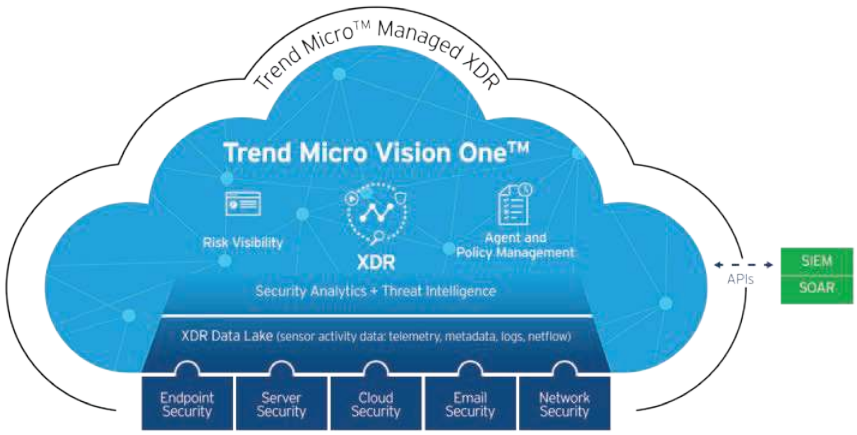
Siber güvenlik dünyasına yönelik son yıllarda yayınlanan çoğu raporda ortaya çıkan ve her kesime her defasında önemini hatırlatan unsur, kimlik avı saldırıları. Bir şirket çalışanına ya da bireysel internet kullanıcısına amaçları doğrultusunda saldırmak isteyen her hackerin hikayesine başladığı ilk noktayı oluşturan kimlik avı saldırıları, siber saldırıların yüzde 90'ınında ortaya çıkıyor. Bir kimlik bilgisi ile şirket verilerinden bireysel internet kullanıcılarının çoğu kişisel verisine kadar hackerlerin istedikleri her şeye kolaylıkla erişebildiğini belirten Evmez, hikayelerin inandırıcılığına da ayrıca dikkat çekiyor. Son dönemlerde dolandırıcılık çalışmalarının hediye ve kampanya mailleri ile bireysel internet kullanıcılarını, iş teklifleriyle de şirket çalışanlarını hedef aldığını aktaran Evmez, çok faktörlü kimlik doğrulamanın bu aşamada çoğu siber saldırı hikayesinin daha yazılmadan önüne geçerek engel oluşturduğunu dile getiriyor.

Şirketlerin uç noktaları kuşatma altında

Siber güvenlik tehditleri son yıllarda sıklıkla değişse de uç nokta güvenliği devamlılığını giderek artırıyor. Aslında hackerler gelişiyor, sistemler güncelleniyor ve korunuyor; ama değişen şey saldırganların uç noktaları nasıl tehlikeye attığı oluyor. Hackerlerin günümüzde gerekli çözümleri uygulamayan birçok şirkete yakalanmadan uç noktalara eriştiğine ve tüm siber güvenlik korumalarını alt üst edebildiğine dikkat çeken Evmez; yine burada kilit noktanın kimlik avı ile başladığını, bununla ilişkili uzaktan erişim sağlayabildikleri trojanlarla sistemlere sızabildiklerini aktarıyor. Şirketlerin bu aşamada uç nokta tespit ve yanıt hizmetlerinden faydalanmaları gerektiğini belirten Evmez, Panda Adaptive Defense ve Panda Adaptive Defense 360 çözümleri sayesinde şirketlerin, çeşitli güvenlik açığından yararlanan, bilinen veya bilinmeyen herhangi bir çeşit truva atı veya kötü amaçlı yazılıma karşı korunduğunu, çalışanlar kimlik avı içeren e-postayı açıp belgeler indirseler bile herhangi bir zarar ile karşılaşmadığı aktarıyor. Evmez, çok faktörlü kimlik doğrulama çözümleri ile işletmelerin daha da güvenli hesaplara ve erişim süreçlerine sahip olduklarını sözlerine ekliyor.

Trend Micro Vision One güvenlik operasyon ekiplerini rahatlatıyor

Trend Micro'nun yeni tehdit savunma platformu, merkezi risk görünürlüğü sağlıyor ve tehditlerin daha hızlı tespit edilerek müdahalede bulunulması için uyarıları önceliklendiriyor. Platform, kritik ihtiyaçları belirleyerek ve hızlı eylemler sunarak, güvenlik ekiplerinin daha iyi iş çıkartmasına yardımcı oluyor.



İşletmeler günümüzde izole araçlar, birbiriyle ilişkisiz gibi görünen uyarılar ve sofistike tehditlerle büyük bir mücadele veriyorlar. Siber güvenlik alanında önde gelen şirketlerden Trend Micro, 2019 yılında sunduğu Genişletilmiş tespit ve müdahale (XDR) çözümüyle BT ortamındaki uyarıları ilişkilendirerek yüzlerce işletmenin siber riskleri tanımlamalarına ve azaltmalarına yardımcı oldu. Şimdi Vision One ile daha karmaşık güvenlik sorunlarını gelişmiş XDR, yeni risk görünürlüğü, üçüncü taraf entegrasyonları ve güvenlik katmanları genelinde basit tehdit müdahaleleri ile çözüyor. Trend Micro, tek bir konsol üzerinden görünürlük ve yanıt sağlayan genişletilebilir platformuyla aşırı uyarı yükü ve kısıtlı kaynak sorunlarını ortadan kaldırıyor. XDR özelliklerini bünyesinde barındıran Trend Micro Vision One, güvenlik ekiplerinin daha fazlasını görmelerine ve daha hızlı müdahale etmelerine yardımcı olmak için yeni yeteneklerle çıtayı yükseltiyor.

İşletmelerin karşılaştıkları en önemli iki zorluk

İşletmeler, Trend Micro Vision One ile az sayıda güvenlik kaynağının daha uzman bir düzeyde çalışmasını sağlayarak verimliliği en üst düzeye çıkarabiliyorlar. İşletmelerin potansiyel güvenlik risklerini proaktif olarak belirleyip değerlendirebilmeleri için güvenlik olaylarını daha hızlı incelemelerine, kritik tehdit modellerini ve karmaşık saldırıları belirlemelerine ve genel güvenlik durumlarını ve eğilimlerini anlamalarına olanak tanıyor. Gartner'ın 2020 yılının Mart ayında yayınladığı Genişletilmiş Tespit ve Müdahale için İnovasyon İçgörüleri raporuna göre, işletmelerin güvenlikle ilgili karşılaştıkları en önemli zorluklardan ilki teknik açıdan bilgili güvenlik operasyonları çalışanlarını işe almak ve elinde tutmak; ikincisi ise savunma pozisyonunu güvenli bir şekilde yapılandırmanın yanı sıra hızlı bir tespit ve müdahale olanağı tanıyan bir güvenlik operasyonları yeteneği oluşturmak. Bu iki sorunun kesişmesi, ana akım işletmeleri büyük bir sıkıntıya sokuyor.

Yeni platform şu unsurları içeriyor

➤ ***Görünürlük ve tehdit istihbaratı:*** Trend Micro Research içgörüleriyle desteklenen güvenlik risk görünürlüğü ve çapraz katman tespit modelleri, işletmelerin karmaşık saldırıları ve silolara ayrılmış çözümlerin gözden kaçırdığı güvenlikle ilgili risk noktalarını görmelerini sağlıyorlar. Önizlemede, SaaS uygulama kullanımı, risk seviyeleri ve zaman içindeki eğilimlere ilişkin yeni bilgiler yer alıyor.

➤ ***Amaca yönelik tasarlanmış sensörler:*** Kritik güvenlik katmanlarında Trend Micro güvenlik yığınlarıyla doğal entegrasyonlar.

➤ ***Mevcut altyapıya uyum:*** İş akışlarının tamamlanması için hâlihazırda kullanılan mevcut üçüncü taraf çözümleriyle kullanıma hazır API entegrasyonları.

➤ ***Basit yönetim:*** Güvenlik politikalarını tek bir konsol üzerinden ayarlama ve güvenlik katmanları arasında gerçekleştirilen müdahaleleri yönlendirme yeteneği.

Diğer güvenlik teknolojilerine kolayca bağlanabiliyor

Trend Micro Teknik Lideri Burçin Olgaç, "Trend Micro, otuz yılı aşkın deneyimi ve inovasyonlarıyla hızla büyüyen XDR alanında en ön saflarda yerini aldı. XDR çözümleri pazarda yerini alırken, biz daha da ileri gidiyor ve daha fazlasını sunuyoruz. Trend Micro Vision One platformu, kritik ihtiyaçları belirleyerek ve hızlı eylemler sunarak, güvenlik ekiplerinin daha iyi iş çıkartmasına yardımcı oluyor. Tehdit savunma platformumuzu, değişen tehdit ortamına ve müşterilerimizin altyapısına uygun olarak geliştirmeye devam edeceğiz" diyor. Müşteriler bu yeni platformu Trend Micro'nun katmanlı güvenliğinin yanı sıra yeni entegrasyonlar sayesinde üçüncü taraf uç nokta koruma platformları ve Fortinet, Microsoft Sentinel ve Splunk dahil olmak üzere SIEM ve SOAR gibi diğer güvenlik teknolojilerine kolayca bağlayabiliyorlar. Yeni platformu erken aşamada kullanıma alan müşteriler, güvenlik duvarları, talep, kimlik ve erişim yönetimi gibi çözümlerle SIEM ve SOAR'ın ötesinde entegrasyon fırsatına sahip oluyor.

Mars Logistics istihdamını artırmaya devam edecek

Türkiye'de ilk koronavirüs vakasının duyulmasının üzerinden bir seneyi aşkın süre geçti. Bu sürede Mars Logistics öngörmenin imkansız olduğu pandemi düzenine uyum sağlamak için büyük adımlar attı ve çalışma modelini değiştirerek geçen yılı verimli bir şekilde tamamladı. Şirket, istihdamını yüzde 10 artırdı.

Türkiye'de koronavirüs vakasının görüldüğü ilk günden itibaren önlemler almaya başlayan Mars Logistics, çalışanların sağlığı ve işin sürekliliğini sağlamak adına planlı adımlar atarak ve gerekli yatırımları yaparak sürece uyum sağladı. Önümüzdeki dönemlerde istihdamı artırmayı amaçladıklarını söyleyen Mars Logistics İnsan Kaynakları Direktörü Nihal Kansu, şu anda Mars Logistics bünyesinde bin 530 çalışan olduğunu belirterek, "Pandemi nedeniyle herhangi bir küçülmeye gidilmedi, aksine geçtiğimiz yıla kıyasla yüzde 10 istihdamda artış oldu. Önümüzdeki dönemlerde de bu artışın devam etmesini,



şu anda uyum içinde çalışan ekibimize yeni üyelerin katılmasıyla gücümüze güç katmayı hedefliyoruz" diyor. Kansu, pandemi döneminde alınan önlemleri şu şekilde açıklıyor: "Ülkemizde ilk vakanın açıklanmasının ardından 2019 yılında stratejik planımıza eklediğimiz ve altyapı çalışmalarına 2019'da başladığımız uzaktan çalışma modeli için 250 bin dolarlık teknolojik yatırım yaparak, bu modeli hızlıca hayata geçirdik ve evden çalışmaya uygun olan bölümlerde çalışan arkadaşlarımızın evden çalışması için tüm gereklilikleri sağladık. Bu esnada işi gereği ofiste veya



depolarda çalışması gereken arkadaşlarımız için ofislerimizi pandemi kurallarına uygun şekilde düzenledik. Yaklaşık yarım milyon TL'lik harcama ile ofis ortamlarında fiziksel düzenlemeler yaparak, şube ve depolarımızda teması olabildiğince azalttık."

Eğitimler online platformlara taşındı

Pandemi öncesi çalışanlara yönelik düzenlenen eğitimlerin ağırlıklı olarak sınıf içi eğitimler olduğunu söyleyen Kansu, pandemi sırasında sınıf içi eğitimlerin yerini online platformlarda gerçekleşen eğitimlerin aldığını belirtiyor. Kansu, "Sınıf içi gerçekleştirdiğimiz eğitim içeriklerini, online platformda olabilecek şekilde kurgulayarak çalışanlarımızla paylaşmaya başladık. Yeni başlayanlar için oryantasyon eğitimlerimizi, yönetim sistemleri ile ilgili bilgilendirme eğitimlerimizi online ve e-learning eğitim formatına çevirerek çalışanlarımıza ilettik. Bu süreçte ağırlıklı olarak içinde bulunduğumuz dönemin şartlarına uyum sağlamamızı kolaylaştıran Koronavirüs Hakkında Bilinçlendirme Eğitimi, Pandemide Hastalara Evde Bakım İpuçları Eğitimi, Evde Kal Çocukla Kal Eğitimi, Pandemi Günlerinde ve Yeni Normale Dönüşte Duygusal Tepkilerimiz ve Psikolojik Sağlamlık Eğitimi, Sadece Nefes Al Eğitimi gibi konularda webinarlar gerçekleştirdik" ifadelerinde bulunuyor. Pandemiden kaynaklı kaygıları azaltmak, engellemek adına düzenlenen bu etkinlikler dışında da deprem sonrası gerçekleşen travmaları engellemek adına da eğitimler düzenlediklerini belirten Kansu, mesleki eğitimlerin de bu dönemde devam ettiğini kaydediyor. Kansu, "Üç modülden oluşan Lojistik Okulu'nun ilk iki modülü olan Lojistik ve Tedarik Zinciri Yönetimi ve Taşımacılık Yönetimi eğitimlerini pandemiden önce sınıf içi eğitim ile gerçekleştirmiştik. Eğitimin son modülü olan Gümrük ve Dış Ticaret Uygulamaları eğitimini ise pandemi nedeniyle online olarak gerçekleştirdik" diye açıklamada bulunuyor.

Hibrit çalışma modelini sürdürecek

Şu anda hibrit çalışma modeli ile çalışıldığını belirten Kansu, "Koronavirüs nedeniyle hızlı bir şekilde uzaktan çalışma modeline geçtiğimizde gördük ki altyapı olarak uzaktan çalışmaya uygunuz, işlerimiz aksamıyor ve çalışanlar da bu durumdan mutlu. Bu nedenle hibrit çalışma modeline devam etmeyi, dönüşümlü olarak ofislere gitmeyi sürdürmeyi planlıyoruz" diyor. Uzaktan çalışanlar için iletişim ve teknoloji, ergonomi ve yemek konularında destekte bulunduklarını belirten Kansu, sözlerini şöyle tamamlıyor: "Önemli olan sağlıklı, mutlu ve uyum içinde çalışmamız. Tabii ki pandeminin tamamen bitmesini ve kavuşmayı dört gözle bekliyoruz; ancak şu an için en önemli şey bu zorlu zamanlarda çalışanların mutlu oldukları ortamlarda, sağlıklı bir şekilde işlerine devam etmesi. Bu konuda elimizden gelen desteği vermeye devam edeceğiz. Hibrit çalışma modeliyle ofiste işi olan ofiste, ofiste işi olmayan ise evden çalışmaya devam edecek."

Tehlikeli madde lojistiğinde güvenliğin temel taşı: ADR

Teknolojinin hızlı bir şekilde gelişmesi, tehlikeli madde lojistiği yönetimini kolaylaştırıyor ve tüm süreçleri optimize etmeye imkan sağlıyor. Dinçer Lojistik, doğabilecek tüm risklere karşı kanun ve yönetmelikler kapsamındaki tedbirlere tam uygunluk ilkesiyle çalışmalarını sürdürüyor.

Tehlikeli madde lojistiğinde 18 yılı aşkın bir deneyimle faaliyet gösteren Dinçer Lojistik; başta kimya sektörü olmak üzere inşaat, boya, zirai ilaç gibi tehlikeli madde sınıfına giren ürünlerle çalışan pek çok sektöre hizmet veriyor. Tüm hizmetlerinde üstlendiği büyük sorumluluğun bilinciyle güvenlik konusunu merkezine alan şirket, doğabilecek tüm risklere karşı ulusal ve uluslararası mevzuatlar çerçevesinde





aksiyon alıyor. Dinçer Lojistik; tehlikeli madde lojistiğinin başlıca gerekliliği olan ADR (Tehlikeli Malların Karayolu ile Uluslararası Taşımacılığına İlişkin Avrupa Anlaşması) standartlarına uygun şekilde donatılmış 650 adetlik araç filosu, tehlikeli madde taşıyan sürücülerin alması gereken SRC5 belgesine sahip uzman sürücü kadrosu, tüm gerekli belge ve sertifikalara sahip alt yapısı, kapıdan kapıya ADR'li dağıtım ağı ve güvenlik uygulamalarını tüm iş süreçlerinin odağına alan kalite anlayışı ile sektörde adından sıkça bahsettiriyor. Şirket, gerek operasyonel gerekse bu alandaki mevzuat ve prosedüre hâkim yapısıyla ADR'li parsiyel dağıtım hizmetlerinde de öne çıkıyor.

"Güvenlik kırmızı çizgimiz"

ADR yönetmeliğinin sektördeki hayati önemine dikkat çeken Dinçer Lojistik Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Dinçer şu bilgileri veriyor: "Tehlikeli maddelerin insan sağlığına ve çevreye zarar vermeden, güvenli ve düzenli şekilde kamuya açık kara yolu ile taşınmasını sağlayan bir yönerge olan ADR; taşıma faaliyetinde yer alan gönderici, alıcı, taşıyan, paketleyen, operatör, boşaltan, dolduran, yükleyen gibi tarafların sorumluluk ve yükümlülüklerini de beliriyor. Bu yönetmelik kapsamında Tehlikeli madde lojistiğinde faaliyet gösteren bütün tarafların Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığına başvurarak Tehlikeli Madde Faaliyet Belgesi (TMFB) alma zorunluluğu bulunuyor. Dinçer Lojistik olarak kurulduğumuz günden bu yana güvenlik konusunu kırmızı çizgimiz olarak görüyor, ADR standartları kapsamında tüm sorumluluklarımızı azami ölçüde yerine getiriyor ve tüm prosedürleri harfiyen uyguluyoruz. ADR muafiyet, istisna ve kurallarını kullandığımız yazılım altyapımıza işleyerek, sürecin uçta uca yönetimini insan hatasından arındırarak daha güvenli bir yapıya taşıdık" sözlerini kaydediyor. Dinçer, ihtiyaç duyulması hâlinde müşterilerine ücretsiz özel tehlikeli madde danışmanlık hizmeti desteği verdiklerinin de altını çiziyor. Dinçer'in aktardığı bilgilere göre Avrupa Kimya Sanayicileri Birliği (CEFIC) tarafından oluşturulan ve kimya sanayine hizmet veren tedarikçileri sağlık, emniyet, çevre ve kalite standartları başlığında değerlendiren bir sistem olan SQAS'e (Safety & Quality Assessment System) yönelik ilk denetimini 2014 yılında çok yüksek bir puanla tamamlayan şirket, bu sertifikasyonla kalite standartlarını sürekli yükselterek güvenilirliğini uluslararası arenada da kanıtlamış bir şirket olarak öne çıkıyor.

Tehlikeli atıklar imha ediliyor

Dinçer, şirketin tehlikeli sınıfta yer alan maddelerin lojistiğinin yanı sıra tehlikeli atıkların imha edilmesi noktasında da etkin bir rol üstlenerek yüksek kalite standartlarında atık yönetim hizmetleri sunduğunu aktarıyor. Dinçer, sözlerini şöyle tamamlıyor: "Şirketimiz; Tehlikeli Atıkların Kontrolü Yönetmeliği kapsamında gerek operasyonel süreçler sırasında hasarlanan gerekse müşterilerin talepleri uyarınca bertaraf edilmesi istenen ürünlerin, ADR hükümlerine uygun olarak sözleşmeli tedarikçilere taşınmasını ve geri kazanım/bertaraf tesislerinde imha edilmesini sağlıyor. Çalışmalarını daima güvenilirlik ve sürdürülebilirlik ilkesi ile yürüten şirketimiz; atık yönetim hizmetlerini ekonomik, güvenli, insan sağlığına zarar vermeden ve çevreye olumsuz etkisi en az olacak şekilde gerçekleştiriyor."

Renault yeni hafif ticari araç modellerini tanıttı

Küresel çapta gerçekleştirdiği hafif ticari araç etkinliğinde Renault, ürün gamının yüzde 75'ini yenilediğini duyurdu. Marka Yeni Express Van, Yeni Kangoo Van, Yeni Trafic ve Yeni SpaceClass modellerini de tanıttı.

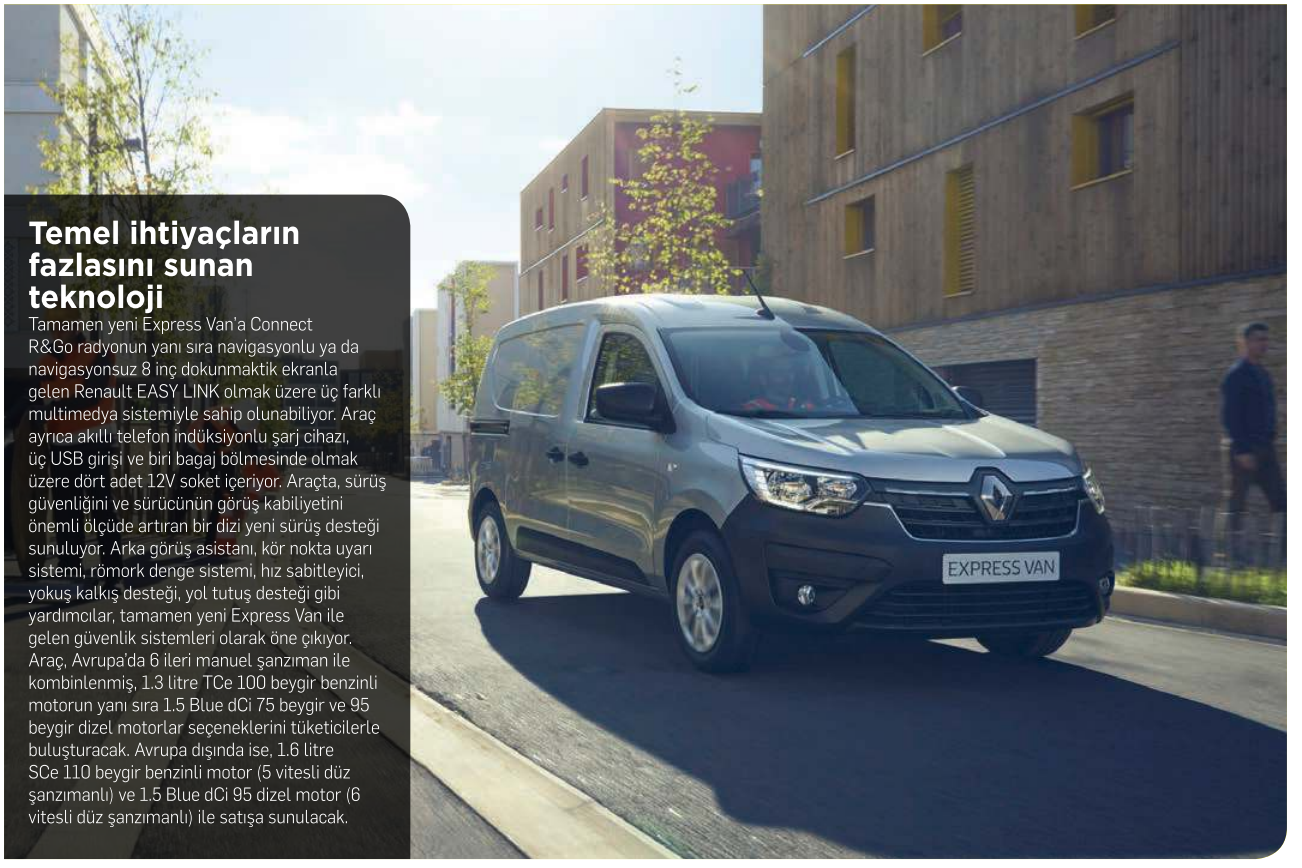
Renault 'LCV Show' adlı etkinlikte yeni hafif ticari araç stratejisini ve yenilenen ürün gamının detaylarını paylaştı. Etkinlikte tanıtılan modellerden tamamen yeni Express Van, dinamik dış tasarımıyla marka kodlarına eksiksiz uyum sağlıyor. Pazardaki diğer modellerden farklı boyutları yüklemeyi kolaylaştırırken, geniş saklama alanı ve konforu ileriye taşıyan koltuklarıyla modern bir iç mekan sunuyor. Tamamen yeni Express Van, işletmelerin tüm temel ihtiyaçlarına cevap veriyor. Segmentindeki en iyi oranlarıyla öne çıkan plan tamamen yeni Express Van, 4.39 m uzunluk, 1.91 m yüklenebilir taban alanı ve 716 mm genişliğinde sürgülü yan kapıya sahip. Kullanışlı boyutlarıyla benzinli versiyonu ile maksimum 780 kg ve dizel versiyonu ile ise 650 kg yük taşıma kapasitesi sunuyor.

Güvenli ve kolay yükleme imkanı

Yeni Express Van'ın kokpitinde ise 48 litrelik kokpit saklama alanı bulunuyor. Kolayca yükleme, boşaltma yapmak ve depolanan eşyalara erişmek için ekstra geniş 2/3 - 1/3 arka kapılarla donatılan araç, 3.3 m ile 3.7 metreküp arasında değişen bir yükleme alanı sunuyor. Güvenli ve kolay yükleme için tabanda altı ve yanlarda dört adet isteğe bağlı döner halat bağlama halkası ve yükseğe yerleştirilmiş yaklaşık 18W kapasiteli lambalarla geliyor. Üç düğmeli anahtar aracılığıyla ise yükleme alanı ön kabinden bağımsız olarak açılabiliyor.

İşlevsellik ve konfor odaklı tasarım

Kapının dikdörtgen tasarımı, aracın içine kolayca erişilmesini sağlıyor. Yan aynalar üst düzey görüş olanağı sunuyor. Kaput aerodinamiği ise hava akışını iyileştirmek ve yakıt verimliliğini artırmak için yeniden tasarlandı. Ön tarafta, daha yükseğe konumlanmış kaput çizgisi, ön cam sileceklerini, su jetlerini ve menteşeleri gizliyor. Ön çeki halkası, sis farı kapağına yerleştirildi. Arka tarafta ise ilave güvenlik ve hırsızlığa karşı koruma



Temel ihtiyaçların fazlasını sunan teknoloji

Tamamen yeni Express Van'a Connect R&Go radyonun yanı sıra navigasyonlu ya da navigasyonsuz 8 inç dokunmaktik ekranla gelen Renault EASY LINK olmak üzere üç farklı multimedya sistemiyle sahip olunabiliyor. Araç ayrıca akıllı telefon indüksiyonlu şarj cihazı, üç USB girişi ve biri bagaj bölmesinde olmak üzere dört adet 12V soket içeriyor. Araçta, sürüş güvenliğini ve sürücünün görüş kabiliyetini önemli ölçüde artıran bir dizi yeni sürüş desteği sunuluyor. Arka görüş asistanı, kör nokta uyarı sistemi, römork denge sistemi, hız sabitleyici, yokuş kalkış desteği, yol tutuş desteği gibi yardımcılar, tamamen yeni Express Van ile gelen güvenlik sistemleri olarak öne çıkıyor. Araç, Avrupa'da 6 ileri manuel şanzıman ile kombinlenmiş, 1.3 litre TCe 100 beygir benzinli motorun yanı sıra 1.5 Blue dCi 75 beygir ve 95 beygir dizel motorlar seçeneklerini tüketicilerle buluşturacak. Avrupa dışında ise, 1.6 litre SCe 110 beygir benzinli motor (5 vitesli düz şanzımanlı) ve 1.5 Blue dCi 95 dizel motor (6 vitesli düz şanzımanlı) ile satışa sunulacak.



için anahtar delikleri çıkarıldı. İşlevsellik ve konfor odaklı tasarlanan iç mekanda hayat kolaylaştıran saklama alanları öne çıkıyor. Döşemelerde kullanılan dayanıklı kumaş, göğüs ve omuzlar için yan destekli koltuk ve modern kafalıklarla birlikte sürücü yorgunluğunu azaltmaya yardımcı oluyor.

Tamamen yeni Kangoo Van

Tamamen yeni Kangoo Van, orta gövde sütunu çıkarılarak önceki modelin iki katı olan 1.446 mm genişliğindeki açıklıkla pazardaki en geniş sağ yan giriş açıklığını sunuyor. Şehir içi yollarda ekstra kullanışlı olan "Open Sesame by Renault" olarak bilinen bu en son yenilik, yükün yan taraftan yüklenip boşaltılmasını sağlayarak dar park alanlarında arka kapağın açılmasıyla ilgili sınırlamaların önüne geçiyor. Araç daha modern, geliştirilmiş iç mekana sahip. Tamamen yeniden tasarlanan koltuklar daha dayanıklı hâle gelirken, daha sessiz, daha az yorucu sürüş deneyimi sunan ek ses yalıtımı kabin içi konforu artırıyor. Kullanışlılığı göz önünde bulundurarak tasarlanan kabin, segmentinde lider olan 60 litrelik saklama bölmesi sunuyor. Tamamen yenilenen model iki farklı uzunluk seçeneğiyle geliyor. Uzun versiyonunda ekstra geniş sürgülü yan kapı (864 mm) ile segment lideri konumunda bulunuyor. Ayrıca, 3.548 mm ile en iyi yük uzunluğuna sahip. Depolama kapasitesi 4.2 ile 4.9 metreküp arasında, standart versiyonda ise 3.3 ile 3.9 metreküp arasında değişiyor.

Daha kolay ve daha güvenli

Araç, günlük işler devam ederken kullanıcıyı dış dünya ile bağlantılı hâle getiriyor. Araç daha fazla rahatlık için yeni Renault EASY LINK multimedya sistemi ve 8 inç ekran ile donatılmış olarak sunuluyor. Yeni, 12 adet isteğe bağlı sürücü destek sistemi serisi, tamamen yeni Kangoo Van'ı kullanmayı daha kolay ve daha güvenli hâle getiriyor. Mesafe takip sistemi, adaptif cruise kontrol, eller serpest park asistanı, aktif acil fren destek sistemi ve şeritten ayrılma uyarı sistemi bu güvenlik desteklerinin arasında yer alıyor. 7 vitesli EDC otomatik şanzıman ve 6 vitesli düz şanzımanlı model, 1.3 TCE (100 ve 130 beygir) benzinli motor ve 1.5 Blue dCi (75, 95 ve 115 beygir) dizel motorla donatıldı. 2022'nin başında E-TECH versiyon da planlanıyor.

Tamamen yeni Renault Trafic Combi ve Renault SpaceClass

Renault, yolcu taşıma araçlarını iki modelle tanıtıyor. Tamamen yeni Renault Trafic, çok sayıda yolcu için Combi ya da VIP müşterileri taşımak için SpaceClass'ı sunuyor. Trafic'in DNA'sı artık daha kaslı görünüm, optimize edilen iç mekan, aralarından seçebileceğiniz daha fazla sayıda motor ve daha güvenli performansla her zamankinden daha güçlü. Hem daha zarif hem de etkileyici olan tamamen yeni Renault Trafic Combi ve SpaceClass'ın ön kısmı, özel ve kurumsal müşterilerin tümüne hitap edecek şekilde yeniden tasarlandı. Depolama alanının daha iyi dağıtılması sayesinde araçta 86 litreye kadar kokpit depolama kapasitesi sunuluyor. Yeni Trafic Combi ve SpaceClass, seçilen konfigürasyona bağlı olarak 1'den 6 metreküp kadar değişen bagaj alanına sahip. Bagaj alanından ödün vermeden dokuz kişiye kadar sunduğu yeterli alanla, maksimum modülerlik ve araç içi konfor açısından tüm beklentileri karşılıyor.

Stop & Start teknolojisiyle donatıldı

Combi ve SpaceClass ile Tamamen Yeni Renault Trafic, yeni 8" dokunmatik ekran ve indüksiyonlu akıllı telefon şarj cihazıyla bünyesinde daha fazla teknoloji barındırıyor. En yeni Renault EASY LINK multimedya ve navigasyon sistemi ile bağlanabilirlik bir adım öteye taşınıyor. İki yeni model de artık her kullanıma uygun EDC şanzıman kombinli üç adet Blue dCi motor seçimiyle sunuluyor. Stop & Start teknolojisiyle donatılan seri, Euro 6D FULL standartlarıyla belirlenen en son düzenlemelere uyum sağlıyor.

Segmentinde fark yaratacak Hyundai Elantra şimdi Türkiye'de

Hyundai Assan, parametrik dinamik tasarıma sahip yeni sedan modelini satışa sundu. Sedanlar arasında fark yaratması beklenen aracın, beş farklı donanım seviyesi var.

Hyundai Assan, 2021 yılındaki model atağına Yeni Elantra modeliyle başladı. Yeni Elantra, markanın Türkiye'de 2021 yılında lansmanını yapmayı planladığı beş modelden ilki konumunda. Sedan segmentine farklı bir bakış açısı getirmesi hedeflenen otomobil, özellikle sıra dışı sert ve keskin çizgilerden oluşan tasarım diliyle rakiplerinden ayrılıyor. Öncelikli olarak Amerika, Kore, Çin ve diğer Asya pazarları göz önünde bulundurularak hazırlanan aracın Türkiye'deki hedefi, daha sportif ve aynı zamanda farklı bir tasarım çizgisine sahip sedan araç isteyen bireysel müşterilere ulaşmak.

Yenilikçi bir tasarım

CN7 model kodlu yeni Elantra, sıra dışı şekillere ve dokulara dayanan, Hyundai'nin parametrik dinamik adını verdiği yeni tasarım kimliğini yansıtıyor. Pek alışılmadık sert hatların yer aldığı otomobilde "parametrik dinamik" adı verilen yenilikçi bir dizayn felsefesi var. Bu felsefe, tasarımın amacı ve çözümü arasındaki ilişkiyi birlikte tanımlayan ve kodlayan, algoritmik düşünceye dayanan bir süreç olarak dile getiriliyor. Aynı zamanda matematiksel kavramlara da dayanan bu özel tasarım, gelişmiş bir dijital tasarım teknolojisi. Parametrik dinamik tasarımı basitçe tanımlamak için; tek bir noktada üç çizginin buluşması anlamına geldiğini söylemek gerekiyor. Böylelikle, araç üzerinde üç ana hat bulunurken, özellikle kapılarda ve arka çamurluklarda yer alan sert geçişler, aracın tüm dinamizmini ön plana çıkarıyor.

Dört kapılı bir coupe havası

Yenilikçi bir görünüme sahip olan otomobil, segmentindeki geleneksel tasarımlardan farklı bir yapıda. Geniş kademeli yeni tip ızgara ve entegre farlar, otomobilin olduğundan daha geniş görünmesini sağlıyor. Ayrıca, tamponda yer alan rüzgar kanalları sayesinde sürtünme katsayısı da önemli ölçüde azaltılmış. Bu sayede aerodinamizm artarken aynı zamanda yakıt ekonomisi de elde ediliyor. Yandan bakıldığında Z şeklinde bir forma kavuşan arka tasarım, bagaj kısmında da daha fazla yükleme alanı sunmaya yardımcı oluyor. Dört kapılı bir coupe havası sunan bu yeni tasarım, parlak siyah tampon difüzörüyle de şık görünüşünü destekliyor. Hyundai mühendisleri ve tasarımcıları, Elantra'yı dört kapılı bir coupe görünümüne dönüştürmek için altıncı nesle göre daha uzun, daha alçak ve daha geniş bir form tercih ettiler.





mesine de olanak tanıyor. Olası bir çarpışma anında çok katmanlı bir yapıda olduğundan güvenliği de artırıyor. K3 platformu, rahatlıkla uzatılıp genişletilebiliyor. Böylece, diğer segmentlerdeki modellerde de kullanım imkanı sunuyor. Estetik açıdan farklı bir duruş sergileyen Elantra'nın süspansiyon sistemi de konfora yönelik. Geliştirilmiş süspansiyon

Konforlu iç mekan

Sürücü odaklı kokpit, sürüş hissiyatını ve heyecanını zirveye taşırken sadelikle gelen zariflik de bir diğer önemli unsur olarak dikkat çekiyor. Yeni tip direksiyon simidi ve dijital ekrandan oluşan göstergeler bu yapıyı destekliyor. "Etkileyici koza" iç düzeni, sürücüyü bir uçak kokpiti gibi sarıyor. Alçak ve geniş çizgiler, kapıdan orta konsola kadar uzanıyor. Alçak ve geniş bu tarz, aynı zamanda otomobile geniş bir iç alan sağlıyor. Uyumlu bir şekilde birbirine bağlanmış 10,25 inçlik iki ekrandan oluşan geniş bilgi ekranı ve gösterge, otomobilin fütüristik hissini artırıyor.

Premium bir izlenim

Otomobilin içindeyken sürücüyü özel hissettirmek için sürücü tarafı ile sağ yolcu koltuğu arasında kokpite doğru paralel uzanan bir tutamaç bulunuyor ve tüm kokpit tamamen sürücüye doğru bir şekilde konumlandırılmış. Separatör özelliği bulunan bu tutamaç, araca premium bir izlenim de kazandırıyor. Ayrıca, tamamen yeni tasarım ürünü şık koltuklar da sportiflik seviyesini zirveye çıkarıyor. Vites topuzu, elektronik park freni ve diğer butonlar da diğer Hyundai modellerinden daha farklı bir şekilde hazırlanmış. Hyundai Elantra, tasarımı ve estetik iç mekanıyla C sedan segmentinde fark yaratırken aynı zamanda ailelerin geniş bagaj ihtiyacını da rahatlıkla karşılıyor.



Elantra ile gelen yeni K3 platformu

Hyundai'nin üçüncü nesil araç platformu, yeni Elantra'nın genel tasarımını, güvenliğini, verimliliğini, gücünü ve sürüş performansını önemli ölçüde geliştiriyor. Otomobil, K3 adlı platform sayesinde daha hafif ve daha iyi bir yakıt ekonomisine sahip. Bu platform aynı zamanda, mühendislerin daha çevik yol tutuşu için Elantra'nın ağırlık merkezini düşürmontaj yapısı sayesinde hem dinamizm hem de üst düzey sürüş konforu elde ediliyor.

Zengin donanım seçenekleri

Türkiye'de Style, Style Comfort, Smart, Elite ve Elite Plus olmak üzere beş farklı donanım seviyesiyle satılan otomobilin, teknolojik özellikleri de en az tasarımı kadar iddialı. Dual LED farlar, LED gündüz sürüş farları, uzunlanmasına yerleştirilen H formundaki LED arka lambalar, açılabilir tavan, 17 inç alüminyum alaşımlı jantlar, elektronik park freni, akıllı hız sabitleyici, kablosuz şarj sistemi, yağmur sensörü, ön çarpışma uyarı sistemi, şeritte kalma ve takip uyarı sistemi ve 10.25 inç bilgi ekranı yeni modelin en önemli donanımlarını oluşturuyor. Ayrıca, Elantra'da sunulan kablosuz Android Auto ve Apple Car Play özellikleri de 10.25 inçlik bilgi ekranıyla kombine bağlantı özelliği sunuyor. Elite Plus donanım seviyesinde sunulan 8 hoparlörlü Bose ses sistemi de müzik tutkunu kullanıcıların en beğendiği özellikler arasında yer alıyor.

Üstün sürüş keyfi

Hyundai Elantra'nın sürüş performans hedefi, kullanması heyecan verici ve eğlenceli bir otomobil olmak. Yeni platform ve modern güç aktarma organlarını birleştirerek tepkileri önemli ölçüde iyileştiren mühendisler, otomobilin sürücünün kullanım tarzına göre hızlı bir şekilde yanıt vermesine de olanak sağlamış. Yeni Elantra, otoyolda ve şehir içinde son derece sessiz ve sağlam bir sürüş özellikleri sunuyor. Ayrıca çevik sürüş dinamikleri, üç farklı sürüş moduyla değiştirilebilerek kullanıcısına farklı deneyimler sunabiliyor.





SEAT SUV ailesinin en büyük üyesi Tarraco Türkiye'de

SEAT SUV ailesinin en büyük üyesi Tarraco Türkiye'de satışa sunuldu. Türkiye'de Xcellence ve FR donanım seviyeleri ve 1.5 TSI 150 HP DSG motor seçeneği ile satın alınabiliyor.

SEAT'ın geleneklerine uygun olarak, İspanya'nın bir şehri olan Tarragona'dan ismini alan, Martorell'deki (Barselona) tesislerinde tasarlanıp geliştirilen ve Almanya'nın Wolfsburg şehrinde üretilen en yeni aracı Tarraco, Türkiye'de satışa sunuldu. SEAT markasının SUV ailesinin üçüncü ve en büyük üyesi olan Tarraco, SEAT modellerinin yeni tasarım dilinin ürünü. Ailenin zirvesinde yer alan model, teknolojiyi, dinamizmi ve işlevselliği zarif bir tasarımla birleştiriyor. 5 ve 7 koltuklu oturma düzeni bulunan Tarraco, kullanıcılarına daha fazla çeşitlilik sunuyor. Tarraco Xcellence donanım seçeneği ile 490 bin TL, FR donanım seçeneği ise 515 bin TL'den başlayan tavsiye edilen anahtar teslim fiyatıyla satışa sunuluyor.

TSI teknolojili benzinli motor

Volkswagen Grubu'nun MQB-A platformuna dayanan tasarım, Tarraco'nun karakterini de ortaya koyuyor: Heyecan ve işlevselliği birlikte sunan model, yedi koltuk seçeneğiyle kalabalık yolculuklar için de çözüm sunuyor. Tarraco, Türkiye'de şu an için sadece 1.5 litrelik TSI teknolojili benzinli motorla satışa sunuluyor. 150 HP güç ve 250 Nmtork üretebilen motor sadece 7 ileri otomatik DSG şanzıman seçeneği ile alınabiliyor. 0'dan 100 km/h hızlanmasını 9,5 saniyede tamamlayan model maksimum 199 km/h hıza ulaşabiliyor. NEDC standartlarına göre karma yakıt tüketimi değeri ise 100 km'de 6,1 litre olarak göze çarpıyor.

Yeni nesil güvenlik sistemleri Tarraco'da

Tarraco, Euro NCAP'in zorlu güvenlik testlerinden geçerek beş yıldızlı güvenlik derecesini aldı. Tarraco testlerde yetişkin ve çocuk yolcuların güvenliğinin yanı sıra yaya güvenliğindeki üstün performansını ve becerisini de bir kez daha gösterdi. Yeni SEAT Tarraco, daha zorlu sürüş or-



tamlarında bile sürüşü daha konforlu ve güvenli hâle getirmek için tüm yeni nesil tüm sürüş destek sistemlerini bir arada sunuyor. Yarı otonom seyahat asistanı, acil durum sürüş asistanı, kör nokta tespit sistemi, arka çapraz trafik uyarısı, araçtan çıkış uyarısı, adaptif hız sabitleyici (ACC) ve çarpışma öncesi asistanı gibi sistemler opsiyonel olarak sunuluyor. Sürücü ve yolcu ön-yan, perde ve sürücü diz hava yastıkları, şerit takip asistanı, ön bölge asistanı ve acil durum asistanı (e-Call) gibi özellikleri ise standart olarak sunan araç, segmentindeki güvenlik standartlarını yükseltiyor.

Yaşam için tasarlandı

Tarraco 4.735 mm uzunluğunda ve 1.674 mm yüksekliğinde olmasına rağmen zarif ve etkileyici bir görünüm sunuyor. Otomobilin ön ızgarası SEAT'ın yeni tasarım diliyle şekillendirilmiş. Çarpıcı Full LED mercekli ön farlar markanın imzasını yansıtırken, aynı zamanda kullanıcılarına daha net ve keskin bir görüş sağlıyor. Arkada ise dinamik LED sinyallere sahip imza niteliğindeki "Infinite LED" farları ise Tarraco'nun önemli özelliklerinden birini oluşturuyor. Tüm donanımlarda hem dış hem de iç mekanda yüzde yüz LED teknolojisi kullanıyor. İşlevselliğin çok önemli olduğu arka kısımda düşük bir yükleme alanı sunan Tarraco pratik bir SUV'un tüm özelliklerini barındırıyor.

Tamamen dijital iç mekan

Tarraco'nun iç mekanı üst düzey bir hissiyat yaşatıyor. Geniş ön konsol kabin içinde ferah bir iç mekan hissiyatı oluşturuyor. İç mekanın merkezinde ise sürücünün araçla ilgili tüm bilgilere ulaşmasını sağlayan 10.25" dijital gösterge paneli yer alıyor. Bilgi-eğlence sistemleri söz konusu olduğunda ise 8,25" ve 9,2" boyutlarında multimedya ekranları ile Full Link teknolojisi sunuluyor. Kamuflaj Yeşil, Oryx Beyaz, Refleks Gümüş Gri, Atlantik Mavi, Merlot Kırmızı, Dolphin Gri, Derin Siyah ve Urano Gri olmak üzere 8 faklı renk seçeneğinde satın alınabiliyor.

İkinci elde en çok talep edilen 10 otomobil

Cardata, ikinci elde tüketiciler tarafından en çok talep gören otomobil modellerinin güncel listesini paylaştı. Buna göre listenin başını Renault Megane çekti. Tüketiciler tarafından en çok tercih edilen ikinci araç Fiat Egea olurken, üçüncü araç modeli Fiat Linea oldu.

Otomotiv sektörünün en büyük veri ve ikinci el fiyatlandırma şirketlerinden Cardata, ikinci elde tüketiciler tarafından en çok talep gören otomobil modellerinin güncel listesini paylaştı. Cardata'nın binlerce araç arasından 2021 yılı istatistiklerine göre oluşturduğu listenin başını Renault Megane çekti. Bu dönemde, tüketiciler tarafından en çok tercih edilen ikinci araç Fiat Egea olurken, üçüncü araç modeli Fiat Linea oldu. Bu modelleri sırasıyla Renault Symbol, Volkswagen Polo, Ford Fiesta ve Renault Clio takip etti. Cardata araştırmasında tüketicilerin özellikle ikinci el araçlarda dizel otomatik versiyonlu modelleri tercih etmeye devam ettiği de öne çıkan detaylar arasında yer aldı.





En çok talep edilen otomobiller

1. Renault	Megane	1.5 DCI	Touch	Dizel	Otomatik
2. Fiat	Egea	1.3 MultiJet	Easy	Dizel	Manuel
3. Fiat	Linea	1.3 MultiJet	Pop	Dizel	Manuel
4. Renault	Symbol	1.5 DCI	Joy	Dizel	Manuel
5. VW	Polo	1.4 TDI	Comfortline	Dizel	Otomatik
6. Ford	Fiesta	1.4 TDCI	Trend	Dizel	Manuel
7. Renault	Clio	1.5 DCI	Touch	Dizel	Otomatik
8. Ford	Focus	1.5 TDCI	Trend X	Dizel	Otomatik
9. Seat	Leon	1.6 TDI	Style	Dizel	Otomatik
10. VW	Golf	1.6 TDI	Comfortline	Dizel	Otomatik

Çip krizinin büyümesi

İkinci el araca olan talebin Kasım 2020 itibariyle düşüşe geçtiğini hatırlatan Cardata Genel Müdürü Hüsamettin Yalçın, "Talepteki düşüş neticesinde ikinci el araç fiyatları ortalama yüzde 20 azalmıştı. Açıklanan yeni kısıtlama tedbirleriyle birlikte ikinci elde pazarın bir süre daha bu şekilde devam edeceğini öngörebiliriz. Diğer taraftan, önümüzdeki dönemde ikinci el araç fiyatlarını yukarı yönlü etkileyecek iki önemli konu var. Bunlardan ilki çip krizi. Çip kaynaklı tedarik sorununun, geçen sene pandemi nedeniyle sıfır araç tedarikinde yaşanan kriz kadar büyümeyeceğini tahmin ediyoruz; ancak kriz yayılır ve tedarik zincirinde global aksamalar olup da araç üretilemezse, talep geçen yıl olduğu gibi yine ikinci el araca kayacaktır. Bu da tıpkı geçen sene olduğu gibi ikinci el araçların yükselmesine neden olabilir" değerlendirmesinde bulundu.



Bayram sonrası ikinci el pazarı canlanabilir

Duyurulan yeni kısıtlamaların şu an için Ramazan Bayramı sonrasını işaret ettiğini belirten Cardata Genel Müdürü Hüsamettin Yalçın, "Havaların ısınmasıyla birlikte insanların daha fazla dışarıda mobilite ile hareket edip, araçlarına binip veya yeni araç satın alıp seyahat edecekleri bir döneme doğru gidiyoruz. Bu reaksiyon elbette şu an için yeni pandemi tedbirleri neticesinde bir süre daha ertelenecektir. Vaka sayılarının yeniden normale dönmesiyle de söz konusu hareketlilik başlayacaktır. Özellikle Temmuz sonuna kadar iki ayrı bayramın olması, bugünlerin de yaz aylarına denk gelmesi sebebiyle insanlar daha fazla seyahat edeceklerdir diye düşünüyoruz. Bunun sonucunda daha fazla sıfır ve ikinci el araç satın almaya yönelme olacak. Tüm bu gelişmeler doğrultusunda, ikinci ele olan talebin artmasını ve ikinci el araç fiyatlarının yükselmesini bekliyoruz" dedi.



Dr. Serap Erdem
Aile Hekimliği ve
Anti-Aging Uzmanı

"Nerede o eski bayramlar?"

demeden, bayramda beslenmenize ve sağlığınıza dikkat edin

Pandemi, insanların sosyal hayatlarında büyük değişikliğe sebep oldu. Salgını önlemek için hayata geçirilen kurallar nedeniyle herkes alıştıkları birçok şeyden mahrum kaldı. Uyku saatleri, beslenme alışkanlıkları, günlük fiziksel aktiviteler değişti. Covid-19 sürecinde, ikinci Ramazan ayını geride bırakmaya hazırlanırken, bu bayram daha farklı geçecek.

Türkiye'de son dönemde herkesin konuştuğu konu olan "Nerede o eski bayramlar?" sorusu bu bayram bir kez daha anlam kazanacak. Aile büyüklerinin ellerinin öpüldüğü, gönüllerinin hoş edildiği bayram ziyaretleri geçen yıl olduğu gibi bu yıl da gerçekleştirilemeyecek. Kutlamalar bu sene de telefonla veya görüntülü görüşmelerle yapılacak. Geniş aile sofralarında buluşmalar olmayacak. Bunun yanı sıra Ramazan ayı boyunca yaşanan uzun süreli açlık nedeniyle metabolizma hızımız da yavaşlamaya başlamış olabilir ve vücudumuz daha hızlı kilo almaya müsait hâle gelebilir. Bu nedenle Ramazan ayından çıkan kişiler kilo almamak için bayramdaki beslenmelerine dikkat etmeli, Ramazan Bayramı'nı toparlanma süreci olarak değerlendirmeye çalışmalılar.



Bu besinlerin tüketimine dikkat

Şeker Bayramı'nı özellikle kontrollü şeker tüketimi ile bitirmeniz konusunda uyarmalıyım. Bu bayram sevdiklerimizi ziyaret edip şeker, çikolata, tatlı gibi ikramlar alamayacağız; ancak alışkanlıklarımız gereği bunları evde ailemiz için bulunduruyor olabilir ve yine geleneksel hazırlıklarımızı tamamlayıp tatlılar hazırlamış olabiliriz. Bu besinlerin fazla tüketilmesi noktasında mümkün olduğunca uzak kalınmalı, illa tüketilecek ise küçük miktarlar ya da sütlü bir seçenek tercih edilmelidir.

Bayramda kilo almamak için 10 öneri

❁ Bol bol tatlı tüketmek için öğünlerinizi atlamayın. Kan şekerinizi aniden yükseltip düşürecek olan bu yanlış uygulama sağlınızı da tehdit eder.

❁ Eve aldığımız yada hazırladığınız şeker, çikolata, hamur işlerinde miktar konusunda kendinize sınır koymalısınız.

❁ Hamur tatlılarının yanında bazı yörelerimizde ayran ikram edildiğini hiç duymuş muydunuz? Glisemik yükü oldukça ağır olan leziz tatları masumlaştıran bu sağlıklı uygulamayı, bu bayram denemeye ya da hamur tatlılarının yerini sütlü tatlılara bırakmaya ne dersiniz?

❁ Sofranızdaki börek, tatlı ve dolma gibi karbonhidratlı besinler, sebze ve bakliyat tüketiminizi azaltmamalıdır.

❁ Ramazan ayında bedeniniz, uzun süreli oruç günlerinden iftar-sahur ritmine ulaşıyor. Dolayısıyla öğün saatlerinizi yeniden düzenlemede ilk günlerde zorluk yaşayabilirsiniz. Kahvaltı öğünü sonrası üç-dört saatlik bir zaman bırakarak mutlaka öğle yemeği yemeye özen göstermelisiniz. Etli/etsiz sebze yemeği, yoğurt-cacık ve yanına tahıl grubu bir besinle hafif bir menü tercih edebilirsiniz.



❁ Çay, kahve içmeyi fazlalaştırırken, su içiminizi azaltmamalısınız.

❁ Ana yemeklerle beraber şekerli veya tatlandırıcılı içecek tüketmek, aldığınız kalorileri hızla yağa çevirir. İçecek olarak su veya ayranı tercih etmelisiniz.

❁ Gece geç saatlere kadar yiyip içmekten kaçınmalısınız. Özellikle geç saatlerde kafeinli içecekler tüketmek, uyku düzeninizde değişikliğe neden olabilir.

❁ Herhangi bir öğünde almanız gereken kaloriden daha fazlasını almış olabilirsiniz. Bir sonraki öğünü sadeleştirerek, günlük enerji alımınızı dengeleyip bayramda kilonuzu koruyabilirsiniz.

❁ Bayram sonunda Ramazan dönemi öncesi beslenme alışkanlıklarınıza dönüş yapın, tek tip besine dayalı, kalorisi çok düşük tehlikeli diyet uygulamalarından uzak durun.

Sevdiklerimizden uzakta da olsak, kalplerimizin bir olduğu sağlıklı bir bayram diliyorum.

Neden diş hekimine gitmeye çekiniyoruz?



Uzm. Dt. Ender İlker
Uniqdent Diş Polikliniği Kurucu Hekimi
ve Çene Cerrahisi Uzmanı

Kabul edelim ki diş hekimine gitmek, yapılacaklar listesinde kolay kolay yer almaz. Diş hekimine gitmek, bazı korkularımızdan dolayı hoş olmayan tecrübeler arasında yer alır; ancak genel sağlığımız için ağız sağlığına özen göstermek ve diş hekimine gitmeyi rutin hâline getirmek önemlidir.

Ağız hijyenini önemsememek, diş ve diş etlerinde oluşacak sorunların yanı sıra başka sağlık sorunlarına da yol açabilir. Bunlar arasında ağız kanseri, kalp hastalıkları ve Alzheimer'da da dahildir. Eğer ağız sağlığınız bozulursa, bunu başlangıcında tedavi ettirirseniz maddi açıdan da biraz daha ekonomik olur. Herhangi bir hastalık ilerlerse sadece tedavi ilerlemez, masraf da artar. Diş hekimine gitmekten çekinilmesinin sebepleri ise genelde şöyle sıralanır:

Diş hekimi fobisi

İnsanların büyük bir bölümü diş hekimlerinden korkar. Bu, daha önce yaşanılmış kötü tecrübeler ve aileden gelen karakteristik bir özellikten dolayı olabilir. Bu fobi, diş hekimi ve hasta arasındaki iyi iletişim sonucunda yenebilir. Doğru diş hekimini seçmek, olumlu tecrübeler edinmek açısından son derece önemlidir.

Ücret

Yapılacak masrafın diş hekimi ve tedavisi seçimine karar verilirken göz önünde bulundurulan kriterlerden biri olduğu kaçınılmaz bir gerçektir. Hepimiz her gün maliyeti temel alarak seçimler yapıyoruz. Gerçek şu ki, yılda iki kez diş hekimine gitmek, varsa bir diş sorununun ilerlemesini önlemeye yardımcı olur. Hem problemin hem de maliyetin artmasını engeller. Mesela diş çürüğü ilk aşamasında tedavi edilirse, bir saatten az bir sürede tedavi edilebilir. Eğer tedavi edilmezse bu çürük kanal tedavisine neden olur ve bazen dişe kuron yapılması da gerekebilir. Bu maddi açıdan 10-12 kat daha fazladır. Kendimiz evde ağız sağlığımıza özen gösterirsek, diş tedavisi için para harcamaya gerek kalmayabilir.



Zaman

Hepimiz aile ve iş alanında pek çok sorumluluk alarak yaşıyoruz. Vücudumuza bakmak için zaman ayırmalıyız; ama çoğu zaman yapamıyoruz. Erken yaşlarda diş hekimine gitmeye başlamalıyız. Ağız ve diş sağlığı; uzun, mutlu ve sağlıklı bir yaşam için çok önemlidir.

Azarlanma korkusu

Kimse bağırılmasından hoşlanmaz; ama bazıları onları azarlayan doktorlarla karşılaşır. Burada konu yeniden diş hekimi seçiminin önemine geliyor. İyi bir diş hekimi bulmak ve iyi bir iletişim kurmak, ağız sağlığımızın korunması için son derece önemlidir.

Bilgisizlik

Pek çok kişi bazı masallar ve inanışlar gibi yanlış düşüncelerle büyüyor. Buna iyi bir örnek, dişlerimizi fırçalarken diş etlerimizin bir parça kanaması normaldir anlayışıdır. Kanayan diş etleri rutin fırçalama sırasında hiçbir zaman normal değildir. Bu, periodontal (diş eti) hastalık gelişiminin bir göstergesi olabilir. Diş eti iltihabı, ilk aşamalarında tedavi edilebilirse bu önlenebilir; ancak ilerlerse bu durum tersine çevrilmez. Bir başka örnek de diş taşlarının temizlenmesi halk arasında diş minelerini çizebildiği için zararlı ya da tekrar oluştuğu için gereksiz olarak tanımlanabiliyor; ama bunlar doğru değildir, hem ağız hijyenimiz hem de diş eti hastalıklarından korunmak ve ağzımızda ulaşamadığımız, temizleyemediğimiz bakteri plağı olmaması için bu temizliğin 6-12 ayda bir yapılması gereklidir. Bilgisizlik, diş ve diş etlerimizi korumak için bir bahane değildir.

Rutin hâline getirmeliyiz

Diş hekimine gitmek, diğer kontroller için doktora gitmek kadar önemlidir. Çalışmalar, ağız sağlığımızın genel sağlığımızla bağlantılı olduğunu gösterir. Sağlıklı kalabilmek için ağız sağlığımızı da korumalıyız. Buna düzenli diş muayenesi yaptırmak ve dişlerimizi temizletmek de dahildir. Sağlıklı bir yaşam için bunu rutin hâline getirmeliyiz. Diş hekimi korkusu bunun önüne geçmemelidir. Bu rutin, sağlıklı kalmak konusunda hayatımızı kolaylaştıracaktır.

Dedeman Grubu teknoloji yatırımlarına odaklandı

Bugün ikisi yurt dışında olmak üzere 17 otel ile hizmet veren Dedeman Hotels & Resorts International, şehir otelciğinde yoğunlaşmış bir marka. Pandemi sürecinde gerekli önlemlemleri alan Dedeman Grubu, teknoloji odaklı yatırımlarını arttırdı.

Dedeman Hotels & Resorts International, Dedeman ve Park Dedeman markaları ile ikisi yurt dışında olmak üzere 17 otelle sektörde yer alıyor. Bu oteller arasında Dedeman İstanbul, Dedeman Bostancı, Park Dedeman Bostancı, Park Dedeman Eskişehir, Dedeman Palandöken, Dedeman Palandöken Ski Lodge, Dedeman Konya Hotel &Convention Center, Dedeman Şanlıurfa, Park Dedeman Trabzon, Dedeman Zonguldak, Dedeman Tokat, Park Dedeman Elazığ, Park Dedeman Denizli, Park Dedeman Gaziantep, Park Dedeman Kastamonu, Dedeman Erbil ve Dedeman Oskemen yer



alıyor. Dedeman Hotels & Resorts International İş Geliştirmeden Sorumlu İcra Kurulu Üyesi Nadir Kadakal, "Dedeman ve Park Dedeman markalarımız ile bulunduğumuz bölgenin dinamiklerinin farkında olarak bölgenin turizmine değer katma hedefiyle çalışıyoruz. Dedeman olarak şehir otelciğinde yoğunlaşmış bir marka olduğumuz için, tüm iş dünyasını iş seyahatleri, toplantıları ve etkinlikleri özelinde misafir ederken, ülkemizin güzelliklerini keşfeden herkesi tatil seyahatleri için de ağırlıyoruz" diyor.

Pandemi önlemleri

Pandemi süreci başlangıcında Dedeman olarak oluşturdukları özel kurul tarafından tüm süreçleri çok hızlı şekilde tanımlandıklarını ve alınan önlemleri planladıklarını açıklayan Kadakal, "Bu çalışmalar sonucu aldığımız tüm önlemleri 'Güvende Kal' manifestomuzda bir araya getirdik. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Sağlık Bakanlığı ve ilgili sektör sivil toplum kuruluşlarının yaptığı çalışmaları da takip ederek tüm genelge, talimat ve önerileri eksiksiz olarak uygulamaya aldık" diyor. Pazarlama tarafında ise bu dönemde acente ve firmalar gibi hedef kitlelerine yönelik gerçekleştirdikleri görüşmeleri sıklaştırdıklarını belirten Kadakal, "Telemarketing çalışmalarımızı hızlandırdık ve teknoloji yatırımlarına odaklandık. İç iletişim odaklı dijital projemizi, QR Kod ile menü uygulamamızı hayata geçirdik. Dedeman Hotels & Resorts International APP projemize başladık. Fast Check-In ve Bluetooth kapı açma sistemleri üzerine çalışmalarımız devam ediyor. Ayrıca online rezervasyonların artması nedeniyle web sitemize yenilikler ekliyoruz, misafirlerimize çok daha hızlı, kolay rezervasyon ve bilgi edinme deneyimi sunuyoruz" ifadelerinde bulunuyor.



2021 hedefleri

Kadakal, Dedeman Hotels & Resorts International olarak pandemi sürecini hızlı ve doğru kararlar alarak başarılı bir şekilde yönettiklerini aktarıyor. Kadakal, "2021 yılının ilk aylarından itibaren iç pazarda yaptığımız satış aksiyonları, pandemi önlemlerimizin kuvvetli olması ve sektördeki 50 yılı aşkın tecrübemizden gelen marka güvenirliliğimiz sayesinde doluluklarımız tahminimizin üzerinde gerçekleşiyor. Oteller bazında 2020 yılı doluluk ortalamamız yüzde 45 olarak gerçekleşti, 2021 yılı için doluluk hedefimiz ise yıllık ortalama yüzde 55'i yakalamak" diyor.

İstenen konsept ve tasarımda etkinlik yapma olanağı

Pandemi süreciyle Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi sayılarının düşmesinin; şirket toplantıları, konferans ve seminer gibi organizasyonların ve konaklamalı-konaklamasız seyahatlerin azalmasının misafirlerde ve etkinliklerde değişimlere neden olduğunu dile getiren Kadakal; bu değişimle dijital dönüşümü daha da hızlandırdıklarını, misafirlere farklı çözümler sunmaya başladıklarını belirtiyor. Kadakal, sözlerini şöyle tamamlıyor: "Kurumların, markaların, acentelerin, organizasyon firmalarının sanal etkinlik çözümleri kapsamında tüm ihtiyaçlarına son teknolojiyle karşılık veren 'Yeni Nesil Dijital Toplantı Platformu' uygulaması ile bir yeniliğe adım atarak fark yarattık. Dijital platformda, canlı olarak istenilen sayıda farklı noktaya aynı anda bağlantı kurabiliyor, sistemde yer alan dev ekranlarda sunum veya video içerikli projeler oynatılabiliyor. İş ortağımız ile yapılandırdığımız sanal sahnede kullandığımız Greenbox teknolojisi ile misafirlerimiz, hayal ettikleri ve dijital ortamda çizilebilen tüm sahneleri toplantı sahne tasarımlarına yansıtabiliyorlar. Bu şekilde etkinlik sahibine mekandan bağımsız olarak istediği konsept ve tasarımda etkinlik yapma olanağı sağlıyoruz."



Mett Hotels & Resorts Bodrum'da açılıyor

Bir Sunset Hospitality markası olan Mett Hotels & Resorts'un dünya çapındaki ilk oteli Mett Hotel & Beach Resort Bodrum, Mayıs ayında kapılarını açıyor. Mett Bodrum'da Akdeniz insanına özgü yeme-içme tecrübeleri, hayat tarzı ve içten bir eğlence anlayışının neşeli, telaşsız Akdenizli rahatlığıyla sunulması amaçlanıyor.

Sade ve neşeli Akdeniz hayatından ilham alan Mett Hotels & Resorts; sosyalleşme ve eğlence merkezli bir yaşam tarzı sunan rafine, zarif, rahat ve yepyeni bir otel koleksiyonu. Deniz kıyısındaki lokasyonlarda Akdenizli kimliğiyle faaliyet gösterecek koleksiyonun ilk oteli ise, Mett Hotel & Beach Resort Bodrum. Mett Hotel & Beach Resort Bodrum, önünde apansız uzanan Ege manzarası ve kristal berraklığındaki sularına demirleyen tekneler ve plaj hayatının keyfini çıkaranlar için dingin, benzersiz bir ortam sunan Haremtan Koyu'nda, Bodrum Marina'dan sadece birkaç dakika uzaklıkta yer alıyor. Modern, minimalist ve bohem-şık bir stilde tasarlanmış otelin özenle dekore edilmiş 72 odası ve 31 süit, loft ve özel villası mevcut. Teraslı ve bahçeli olanların yanı sıra kendine ait özel havuzu olan villalar da, uzun veya kısa dönem konaklamalar için misafirlerin hizmetinde. Otelde ayrıca, retro stilde tasarlanmış bir sonsuzluk havuzu, bir kapalı havuz, geleneksel Türk hamamı, MOI SPA, RAISE Fitness ve yine özel havuzu bulunan, gün boyu kişisel hizmet alınabilen geniş kabanalar bulunuyor. Sade bir stili tanımlayan özel kapsül koleksiyonu ise METT Butik'te bu yaz Bodrum'un sahil hayatına yeni bir renk katmaya hazırlanıyor.

Uzun, Akdenizli sofralar

Mett Bodrum deneyiminin merkezinde, zengin bir yeme-içme ve eğlence anlayışı ile sosyalleşmenin yer aldığı Akdenizli bir yaşam tarzı sunuluyor. Küresel olarak öncü restoran konseptleri geliştiren ve bu alanda büyüyen bir yatırım ve yönetim şirketi olan Sunset Hospitality Grubu, yeme-içme sektöründeki deneyimini Bodrum'daki oteline de taşıyor. Deniz kenarında, açık havada yenen yemeklerden, rahat bir atmosferde sunulan modern İtalyan mutfağına geniş bir gastronomik yelpaze barındıran Mett Hotel & Beach Resort Bodrum; Folie Restaurant & Sea, Mood Lounge Bodrum, Otto, Isola Manzara Gardens restoranları ve özgün eğlence anlayışıyla Bodrum'un yeme-içme sahnesine değer katmayı hedefliyor.

"Beach club" kavramına yeni bir soluk

Provensal stildeki menüsü ve kabaret tarzı eğlence anlayışı ile düzenli olarak farklı sanatçı ve DJ'leri ağırlayacak, alışılmış "beach club" kavramına yeni bir soluk getirerek, deniz kenarında geçirilecek bir günü yeniden tanımlayan Folie bu yaz, Akdenizli bir tatil anlayışını içten bir eğlence duygusu ile harmanlayarak yaşamın güzelliklerini kutlayanların buluşma mekanı olacak. Otelin Genel Müdürü İlker Yörükoğlu, "Mett Bodrum'da Akdeniz insanına özgü yeme-içme tecrübelerini, hayat tarzını, içten bir eğlence anlayışını hepimizin çok sevdiği neşeli, telaşsız Akdenizli rahatlığıyla sunacağız. Bu hayat tarzını benimseyen, rahat, sosyal buluşmaları ve yaşamın güzelliklerini kutlamayı ilke edinmiş insanların doğal buluşma mekanı olmak istiyoruz. Doğayla ve kendimizle barışık, bulunduğumuz ortama katkı sağlayan, yerel değerleri önemseyen ve bunlardan beslenirken bu değerleri de destekleyen bir yapımız var" diyor.

İlkbaharın keyfi Elite World Sapanca'da yaşanıyor

Elite World Sapanca Convention & Wellness Resort ilkbaharda da misafirlerini ağırlamaya devam ediyor. Elite World Sapanca'nın konukları biyolojik göletin çevresinde yürüyüş yaparken, tenis kort ve basketbol sahalarında spor yapıp, adventure parkta macera dolu aktivitelere katılabiliyorlar. Ayrıca otelin misafirleri; otel bünyesinde yer alan Fit Life Spa & Wellness'da farklı bir SPA, detoks, tuz terapisi deneyimi de yaşayabiliyorlar.



Doğanın huzur veren atmosferinde ayrıcalıklı hizmetleri ile dikkat çeken Elite World Sapanca Convention & Wellness Resort, ilkbaharda da misafirlerine farklı ve keyifli deneyimler yaşatmaya devam ediyor. Elite World Sapanca özellikle açık alan etkinlikleri ile kış aylarının stresli günlerinden arınmak isteyenler için ideal bir tatil imkanı sunuyor. Misafirler biyolojik göletin çevresinde dolaşıp, tenis kortlarında, basketbol sahasında spor yapabiliyorlar. Ayrıca orman içinde aktif bir yaşam vaat eden Adventure Park, çocuklu ailelerin Elite World Sapanca'yı tercih etmelerinde önemli faktörler arasında yer alıyor. Adventure Park; ATV, trekking, bisiklet, paintball ve hazine avı gibi grup aktivitelerinin yanı sıra doğa yürüyüşü ve koşu gibi bireysel aktivitelere de imkan sağlıyor. Tüm bunların yanı sıra uygun hava şartlarında doğanın içinde yoga, pilates gibi grup çalışmaları da gerçekleştirilirken, çocuklar Kids Club'ta keyifli zaman geçirebiliyorlar.

İlkbaharda yenilenmenin adresi Fit Life

Elite World Sapanca'nın bünyesinde bulunan Fit Life Spa & Wellness bahar ayları ile birlikte yenilenmek isteyenlerin farklı bir deneyim yaşamalarını sağlıyor. Dış güzellik ve vücut sağlığı dengesine önem verenler için hazırlanan Fit Life Signature Masaj, kendini şımartmak isteyenlerin keyfini yerine getiriyor. Sıra dışı bir SPA deneyimi arzulayanlar ise Elite World Sapanca'nın özel hamamında baştan aşağı arınırken, dinlenme alanlarındaki ferahlatıcı ikramlarından tadıp, detoks bakım paketi ve bitki özlerinin ferahlatıcı etkilerini bir arada yaşayabilirler. Ayrıca otelin misafirleri tuz terapi odasındaki sıcak kum masaj yatağında uzanıp, Himalaya tuzu ile kaplanmış olan tuz terapisi odasının keyfini çıkartabilirler.

Hijyenik ve güvenli bir tatil için Elite World CARE

Elite World Hotels zincirinde yer alan tüm oteller, güvenli turizm sertifikasına sahip olup, yüksek önlem ve güvenlik tedbirleriyle hizmetlerini sürdürüyorlar. Elite World CARE (Covid-19 Anti Risk Ekibi) adındaki uzman ekiplerle aktif bir şekilde denetleme ve değerlendirmeler sürekli devam ediyor. Konforlu ve güvenli bir tatil için her detayın titizlikle düşünüldüğü Elite World Otelleri'nde misafirler, yüzde 50 doluluğu aşmayacak şekilde geniş ve hijyenik alanlarda sosyal mesafeye dikkat ederek ağırlanıyorlar.

Wish More Hotel İstanbul ikinci otelini hizmete sunacak

Pandemi kapsamında gerekli önlemleri alan Wish More Hotel İstanbul, 5 yıldızlı otel konforu sunuyor. Bu yıl doluluk oranının yüzde 60 olmasını bekleyen otel, ikinci otelini ise yakın zamanda hizmete açmayı planlıyor.

Wish More Hotel İstanbul, kentin en önemli noktalarına kolayca ulaşım sağlanan, Bayrampaşa'nın en merkezi noktasında Forum İstanbul'un hemen yanında, 5 yıldızlı otel konforu sunuyor. Toplantı, seminer, nişan, düğün gibi birçok organizasyona da ev sahipliği yapan otel; 29'u süit 198 oda, bir konferans salonu ve bir balo salonunun içinde yer aldığı 10 toplantı salonu, açık etkinlik alanı, cafe ve bir restorana sahip. Ayrıca otelde, tüm otel misafirleri ve üyelerinin de kullandığı 2 bin 250 metrekare büyüklüğünde son teknoloji ekipmanlar ile donatılmış Fitness, Uzakdoğulu terapistler ile hizmet veren Spa Merkezi





de mevcut. Bu yıl doluluk oranının yüzde 60 olmasını planladıklarını açıklayan Wish More Hotel İstanbul Genel Müdürü Erkan Akkurt, yeni bir Türk markası olarak hizmet kalitelerini, açacakları yeni zincir otellerde de sunmayı hedeflediklerini söylüyor.





Akkurt, Şişli Halaskargazi Caddesi üzerinde yer alan ikinci otellerinin yakın zamanda hizmete gireceği bilgisini veriyor.

Pandemi kapsamında alınan önlemler

Pandemi kapsamında uluslararası kurumlar tarafından verilen Güvenli Turizm Sertifikası ve yine uluslararası firmalar tarafından sağlanan hijyen denetim ve sertifika onaylarının alındığını dile getiren Akkurt, otel hijyen güvenlik prosedürlerinin oluşturulduğunu aktarıyor. Akkurt, bu süreçte aldıkları önlemleri şöyle anlatıyor: "Otel personeli eğitime alındı. Aynı zamanda sosyal mesafe etiketleri ile misafir ve personel alanları düzenlendi. Yaklaşık 50 ayrı noktada el dezenfektanları yerleştirildi. Otel ortak alanları, misafir odaları ve valizleri için ULV makinaları temin edilerek uygulanmaya başlandı. Teması azaltmak adına yemek menülerimizde QR kod uygulamasına geçildi. Tek kullanımlık ambalajlı ürünlere yöneldik."

Beklenti ve taleplerde değişimler

Akkurt, pandemi sürecinde, misafirlerin değişen beklenti ve talepleriyle ilgili açıklamada bulunarak, bu süreçte temassız ödeme ve temassız QR kodlu menünün öncelikli tercihler arasında yer aldığını belirtiyor. Akkurt, "Otel girişi esnasında Bureau Veritas tarafından aldığımız Güvenli Turizm sertifikamız soruluyor. Ayrıca uçakla gelen misafirlerimiz, PCR testinin otelde uygulanmasını talep ediyorlar" diyor. Akkurt, ürün ve hizmet kalitesini düşürmemek için düzenli aralıklarla personel eğitimleri düzenlediklerini belirtiyor. Ayrıca misafir memnuniyetinin sonucunun, misafir çıkışı esnasında ya da online kanal yorumlarına yansımasıyla personel motivasyonunu arttırdıklarını kaydediyor.

Reges, a Luxury Collection Resort&Spa'da huzur dolu bir tatil

Reges, a Luxury Collection Resort&Spa, Çeşme, Marriott otel grubuna ait The Luxury Collection markasının Türkiye'deki üçüncü oteli olarak Ege Denizi'nin büyüleyici sahili Çeşme'de hizmet vermeye devam ediyor. Markanın otantik deneyim, şık atmosfer ve zarafet yaklaşımı doğrultusunda misafirlerine sofistike lüks bir konaklama deneyimini bir yaşam tarzı olarak sunan Reges, a Luxury Collection Resort&Spa, Çeşme sezonu açtı. Otel, kolay ulaşılabilen destinasyonunda izole ve güvenilir ortamda tatil deneyimi sunuyor. Ege'nin otantik destinasyonlarına olan yakınlığı ile de uğrak noktası olacak Reges, a Luxury Collection Resort&Spa, Çesme, iki ayrı binasında bulunan 93 oda ve 11 suitinde Çeşme Yarımadası'nın panoramik deniz manzarasını tüm misafirlerine sunuyor. Reges, a Luxury Collection Resort&Spa, Çesme'nin sahilinde kişiye özel kabanalarda kişiselleştirilmiş sakin ve huzur dolu bir tatil hedefleyen misafirler için ayrıca iki ayrı açık havuz buluyor. Son teknoloji Technogym ekipmanına sahip fitness merkezi, sauna ve buhar odası alanları, Türk Hamamı, masaj odaları ve kapalı havuzu ile bin 400 metrekarelik alana yayılmış Spa Reges, otelde konaklayan misafirlerin Spa deneyimi yaşamalarına olanak sağlıyor. Yerden tavana cam kaplı geniş pencerelerinden Ege'nin tüm güzelliklerini gözler önüne seren odalar ferah ve geniş alanlarının tasarımlarında doğanın zengin nüanslarını yansıtıyor. Bolluk, bereket ve şans getirdiğine inanılan tavus kuşu görselleri her bir odayı süslerken, yatak baş ucunda bulunan Sakız Ağacı yaprağı görselleri Çeşme'nin otantik ruhunu yansıtıyor. Şık ve modern yaşam alanı sunan odalarda yağmur duşu, son teknoloji ultra modern televizyon, kişisel tercihlere göre ayarlanabilir aydınlatma ve sıcaklık araçları bulunuyor.







D-Marin Didim yaz sezonuna hazır

Tekneler için birinci sınıf bir merkez üssü olarak konumlanan D-Marin Didim, yaz sezonunda misafirlerini ağırlamaya hazır. Pandemi önlemleri kapsamında uluslararası standartlarda prosedürleri devreye alan D- Marin Didim, yat tutkunlarını bekliyor. Yatlar ve süperyatlar için sunduğu çekek hizmetleri ve kışlama kampanyaları ile kış aylarında da yoğun ilgi gören marina, 8 ayda yaklaşık 520 tekneyi ağırladı. D-Marin Didim, yaz sezonu boyunca İtalya, Fransa, İsviçre, Almanya, Rusya gibi dünyanın pek çok farklı ülkesinden 400'ü aşkın tekneyi de ağırlamayı hedefliyor. 72 bin metrekare çekek alanı, 400 ve 75 tonluk iki travel lift ve uzman ekibiyle teknelerin yaz sezonu hazırlıkları tüm hızıyla devam ediyor. Konumuyla misafirlerine Ege Deniz'inde benzersiz bir deneyim sunan D-Marin Didim, sunduğu üstün hizmet kalitesi ve birinci sınıf tesisleriyle dünyanın en iyi yönetilen marinaları arasında yer alıyor.



Akıllı ev sistemleri hem güvenlik hem konfor sağlıyor

Akıllı ev sistemleri, son dönemin teknoloji trendleri arasında öne çıkıyor. İncehesap.com tarafından açıklanan verilere göre; 2021'in ilk iki ayında, akıllı ev güvenlik kameralarının satışı geçen yıla kıyasla dört kat artarken, en çok tercih edilen akıllı ev cihazlarından biri olan robot süpürge satışları ise 2019'a kıyasla yüzde 80 artış gösterdi.

Son dönemde sıkça duyulan "akıllı ev" kavramı gelişimini sürdürüyor. İnternet üzerinden, sensör ya da farklı bir bağlantı yöntemiyle birbirine bağlanan cihazların oluşturduğu ekosistem olarak tanımlanan akıllı ev sistemleri, uzaktan erişilerek yönetilebildiği gibi belirli bir otomasyona bağlı kalarak kendiliğinden de çalışarak gündelik hayattaki konforu artırıyor. Özellikle, nesnelerin interneti kavramının gelişimi ve bu özellikteki cihazların hayatın her alanında kullanılmaya başlaması, evleri de akıllandırdı. Cihazların ya da objelerin; yazılım, sensör ya da farklı bağlantı yöntemleriyle birbirine bağlanarak haberleşmesi ve bu cihazların veri alışverişi yaparak verilen komutu yerine getirmesini sağlayan nesnelerin interneti teknolojisi kısa sürede evlere girdi.

Global akıllı ev pazarı büyüyor

Statista'nın yaptığı araştırmalara göre; global akıllı ev pazarının 2022 yılına kadar 53,45 milyar dolara ulaşacağı tahmin ediliyor. En çok tercih edilen akıllı ev ürünlerinden biri olan robot süpürgeler ise tüm dünya genelinde satışlarını artırmayı sürdürüyor. 2018'de global robot süpürge pazarı 1,84 milyar dolar değerindeyken; bu piyasa değerinin 2025 yılına kadar 4,98 milyar dolara ulaşacağı tahmin ediliyor. Akıllı ev sistemleriyle yapılabilecekler nerdeyse sınırsız. Bu sistemlerle; oturma odasına takılan akıllı ampülün verilen komuta bağlı olarak günün belirli saatlerinde, belirlenen renk sıcaklığına bağlı olarak çalışmasını sağlamaktan eve yerleştirilen güvenlik kamerasında yer alan hareket sensörü yardımıyla, evde olağandışı gerçekleşen hareketliliklerden anında haberdar olunmasına dek birçok dijital senaryo oluşturmak mümkün.

Robot süpürge satışlarında yüzde 80 artış

Akıllı ev sistemlerine olan talebin artmaya sürdürmesi bu ürün gamında yer alan akıllı cihazların satışına da yansımayı sürdürüyor. İncehesap.com verilerine göre; 2021'in ilk iki ayında, akıllı ev güvenlik kameralarının satışı geçen yıla kıyasla dört kat artarken en çok tercih edilen akıllı ev cihazları arasında yer alan robot süpürge satışları ise 2019'a kıyasla yüzde 80 artış gösterdi. 2020'de robot süpürge ürün sayfalarını ziyaret eden kullanıcıların sayısı bir önceki yıla oranla 4.3 kat artarken, verilere göre 2020'de akıllı ev kamerası ürün sayfalarını ziyaret eden kullanıcıların sayısında ise 9 kat artış yaşandığı görülüyor.

Gündelik hayata konfor katmayı sürdürecek

Akıllı ev sistemlerinin hem güvenlik hem de konfor sağladığının altını çizen İncehesap.com Kurucu Ortağı Nurettin Erzen, "Teknolojinin olanakları bir süre önce hayal bile edemeyeceğimiz cihazları evlerimizin içine kadar soktu. Bugün, akıllı ev sistemleri sayesinde neredeyse sınırsız senaryolar oluşturmak mümkün. Örneğin; bir robot süpürge belirlenen saat ve günlerde, oluşturulan senaryoya bağlı olarak evin tamamını ya da bir bölümünü temizleyip, temizlik sonucunu kullanıcıya raporlayabiliyor. Mobil cihazlardan kontrol edilen akıllı prizler aracılığıyla, su ısıtıcısı ya da ütünüzün açık kalıp kalmadığı konusunda kararsız kalmanız durumunda, akıllı prizi uzaktan kapatılabiliyorsunuz. Önümüzdeki dönemde de akıllı ev otomasyonu konusunun gelişimini sürdürerek pazar hacmini artıracağını düşünüyoruz, yapılan araştırmalar da bunu gösteriyor" diyor. Erzen, özellikle birbiriyle entegre olan cihaz çeşitliliği arttıkça, akıllı ev sistemlerinin de etki alanını genişleteceğini sözlerine ekliyor.

Poco F3 ve Poco X3 Pro satışa çıkıyor

Poco'nun amiral gemisi telefonları "Gerçek Canavar" Poco F3 ve Poco X3 Pro satışa açılıyor. Snapdragon 870 5G Mobil Platformu ile desteklenen Poco F3, 3.2 GHz'ye kadar hız sunan Qualcomm Kryo 585 ana çekirdeğe sahip ve ultra hızlı Qualcomm Adreno 650 GPU ile birlikte mükemmel bir oyun deneyimi sunuyor. 120Hz yenileme hızına ve 360Hz dokunmatik örneklem oranına sahip 6,67 inç E4 AMOLED Nokta Ekran ve Dolby Atmos ses özellikleriyle donatılan model, oyun oynarken cezbedici bir akıcılık sağlıyor. Qualcomm Snapdragon 860 ile tasarlanan Poco X3 Pro ise gelişmiş grafik işleme için Adreno 640 GPU ile birlikte 2,96 GHz'ye kadar yüksek performans sağlayan, 7nm işlemci teknolojisiyle üretilen Kryo 485 ana çekirdekli işlemciye sahip. Bu gelişmiş kombinasyon ile cihaz, akıcı ve yüksek kaliteli bir oyun deneyimi sunuyor. Model 120Hz yenileme hızı ve 240 Hz dokunmatik örneklem oranıyla etkileyici 6,67 inç FHD+ Nokta Ekran ile süper duyarlı, düşük gecikmeli oyun deneyimine olanak veriyor.





Oppo Reno5 beğeniye sunuldu

Oppo, şık ve hafif tasarımıyla dikkat çeken Reno5 modelini Türkiye'de beğeniye sundu. 50W hızlı şarj, 90Hz ekran yenileme hızı, Yapay Zeka Vurgu Videosu özelliği ile dikkatleri üzerine çeken Reno5, parlak gümüş ve ışıltılı siyah renk seçenekleriyle birlikte geliyor. Model, tamamen yeni bir kamera sistemiyle birlikte geliyor. Bu sistemde 64MP arka dörtlü kamera düzeneği ve 44MP çözünürlüğünde bir ön kamera yer alıyor. Kameralar markanın FDF Portre Video Sistemi ile destekleniyor. Reno5 ayrıca kullanıcıya 8 GB bellek ve 128 GB depolama alanı sağlıyor. Akıllı telefon aynı zamanda Qualcomm Snapdragon 720G mobil platformla birlikte dengeli bir enerji tüketimi ile hızlı performans sunuyor. Reno5, Oppo'nun ColorOS 11.1 arayüzüyle birlikte geliyor. ColorOS11.1'de kullanılan kişisel bilgilerin güvenli bir şekilde korunmasını ve aktarılmasını sağlayan şifreleme yöntemleri ISO, ePrivacy ve TrustArc gibi üçüncü taraf kuruluşlar tarafından belgelendirildi. Akıllı telefon Android 11 özelliklerini korurken, kullanıcı arayüzü ihtiyaca göre istenildiği gibi düzenlenebiliyor.

Huawei MateBook X Pro 2021 Türkiye'de satışta

Huawei dizüstü bilgisayarların estetik, yenilik ve akıllı DNA'sını miras alan yeni Huawei MateBook X Pro, performansı ve yenilikçi özellikleriyle üstün bir kullanıcı deneyimi sunuyor. Cihaz, 3K çözünürlüğü ve sürükleyici izleme deneyimi ile göz kamaştırıcı bir FullView Ekran sunuyor. Akıllı ve yeni bir soğutma sistemiyle birlikte çalışan 11. Nesil Intel Core işlemciler daha verimli bir performans sağlıyor. Huawei Free Touch dokunmatik yüzey, yüksek hassasiyetli çok noktalı dokunmatik ekran, çift mikrofon ve yüksek bölünmüş frekans kurulumuna sahip dört hoparlörü ile cihaz, kullanıcılarını kolay kullanımlı, yepyeni bir deneyim yolculuğuna çıkartıyor. Cihazın 16 GB LPDDR4x bellekle birleştirilmiş 11. Nesil Intel Core işlemcisi, iş, yaşam ve eğlence üçgeninde daha akıcı performans ve verimli bir deneyim yaşatıyor. Wi-Fi 6 destekleyen cihaz, geleneksel Wi-Fi 5'in yaklaşık üç katı aktarım hızı sunuyor. Huawei MateBook X Pro'nun gri renkli versiyonu 512 GB depolama alanı içerirken, yeşil renkli versiyonu 1 TB depolama alanına sahip.



Yasemin Özilhan for Ipekyol yeniden modaseverlerle buluşuyor

Ipekyol, stiliyle ve enerjisiyle modaseverlerin severek takip ettiği Yasemin Özilhan ile yeniden buluşuyor. Yasemin Özilhan for Ipekyol İlkbahar-Yaz 2021 Koleksiyonu'nun hikayesi ise denimlerin zamansız, feminen ve her daim cool duruşundan başlıyor. 25 parçadan oluşan tasarımlar, bu kez çok daha farklı bir perspektiften güncel trendleri yorumluyor. Her döneme adapte olabilen denim'lerden ve farklı kalıpların kusursuz birlikteliğinden oluşan koleksiyon, gündüzden geceye kolaylıkla adapte olurken, şehrin sokaklarında iddialı ve ilgi çekici bir şıklık sunuyor. Koleksiyonun ilgi çeken parçaları arasında ise wideleg denim ve buna eşlik edecek denim croped top yer alıyor. Aynı zamanda takım ruhuna gönderme yapan bu ikilinin tamamlayıcısı ise oversize denim gömlek ile sağlanıyor. Beyaz ve ekrunun birlikteliğinden doğan denimler, slouchy formu ve arkası bağlama detaylı denim blazer ceket ile feminen olduğu kadar Ipekyol kadınının modern stiline gönderme yapıyor. Marin stile gönderme yapan gömlek ve pantolon takımı ise çizgili detayıyla marin esintisini şehre taşıyor.



Güçlü, konforlu ve kendinden emin bir koleksiyon

Amerikan giyim tarzını kaliteli kumaşlar ile başarılı tasarımlara dönüştüren Brooks Brothers'ın 2021 İlkbahar Yaz Koleksiyonu zenginliğiyle göz dolduruyor. Giyimde öncelikle rahatlık arayan beyler, aradıkları şıklığa klasik, casual ve spor her tarzdan giyimi benimseyenlere zengin alternatifler sunan Brooks Brothers ile ulaşıyorlar. Bu sezon erkek koleksiyonunda oldukça rahat, spor ve şık parçaları bir araya getiren marka; çok sayıda renk seçeneği ile tişörtler, rahat kalıbı ve kaliteli kumaşları ile şortlar, kapüşonlular, kanvas pantolonlar ve keten gömleklerle özgürce dinamik kombinler yaratma fırsatı sunuyor.





Koton'dan sezon trendlerini el emeğiyle süsleyen koleksiyon

Koton'un Güneydoğu Anadolu kadınlarının el emeğiyle hayat bulan El Emeği Koleksiyonu, İlkbahar-Yaz 2021 sezonunda da tasarımlarındaki ince detaylar ve el işçiliğiyle modanın kalbine dokunuyor. Bu sezon 30 parçadan oluşan koleksiyon, Blue Ocean Craft ve Soft Boho isimli iki farklı temadan oluşuyor. Tasarımların hikayesi ise parlak güneşten ve kum tanelerinden ilham alıyor. Sezonun en güçlü trendlerinden biri olan rahat giyim ve gömlek formlarının birleştirildiği Blue Ocean Craft temasında, sezonun öne çıkan çizgi, çiçek ve meyve desenlerinin hakimiyeti hissediliyor. Koleksiyon, işlemeleri ve püskül detaylarıyla farklılaşıyor. Doğal dokulu kumaşlarla hazırlanan Soft Boho teması, bu yılın güçlü trendlerinden etnik detayları ve terracotta tonlarını ön plana çıkarıyor. Boho tarzı bluz ve elbiseleri, sezonun trendlerinden gömlek-şort ve gömlek-pantolon takımları tamamlarken, bohem tarzı sevenlere hitap ediyor.

Odeabank O'Art'ta 'Işıklık/Skylight' sergisi

Odeabank O'Art, fiziksel olarak bir araya gelmenin kısıtlandığı bu günlerde, Özge Topçu'nun 'Işıklık / Skylight' sergisini çevrimiçi olarak sanatseverler ile buluşturuyor. Topçu, sergide dijital sanat ile mekana özgü enstalasyonu bir araya getiriyor. İngiltere'nin ikinci büyük sanat ödülü olan The MAC International Art Priz'a da aday gösterilen sanatçının ışık heykeli, ilk kez sergilendiği Kılıç Ali Paşa Hamamı'nda formun izdüşümlerini ışık ile yeniden dönüştürüyor. Bu form, modern geometride dört boyutlu teseraktın doğurduğu bir yıldız formu olarak öne çıkıyor. Sanatçı, seriye hakim bu formla reel bir varlık alanına ait olmayan bir düşüncenin, 'Düz Dünya' teorisinin, geri gelişini, tüm öznel çağrışımlardan arındırarak; yatay, dikey ve diyagonallere indirgiyor. Begüm Güney küratörlüğünde uygulanan dijital yerleştirme, 15 Mayıs 2021 tarihine kadar sanal ortamda Odeabank web sitesi üzerinden gezilebilir.



Pera Müzesi'nden sanatseverlere evlerde üç boyutlu sergi deneyimi

Suna ve İnan Kıraç Vakfı Pera Müzesi, yenilenen web sitesi ile koleksiyon ve süreli sergilerini üç boyutlu olarak sanal dünyaya taşıyor. Suna ve İnan Kıraç Vakfı'nın Oryantalist Resim, Kütahya Çini ve Seramikleri, Anadolu Ağırlık ve Ölçüleri koleksiyon sergileri ile güncel sanat çalışmalarını tek çatı altında buluşturan Pera Müzesi, bu zengin çeşitliliği bu kez sanal ortamda sanatseverlerin ilgisine sunuyor. Ünlü "Kaplumbağa Terbiyecisi" tablosunun yer aldığı Osman Hamdi Bey salonundan müzenin yeni sergilerine uzanan dijital arşivde, eserlere Türkçe ve İngilizce bilgiler ve videolar eşlik ediyor.





Sónar Istanbul, 2 Ekim'de Zorlu PSM'de

Avrupa'nın en prestijli festivallerinden biri olarak kabul edilen ve her sene büyük bir merakla beklenen Sónar'ın İstanbul ayağı, 2 Ekim 2021 tarihinde yüzde 100 Music katkılarıyla Zorlu Performans Sanatları Merkezi'nde beşinci defa müzikseverlerle buluşacak. İlk dört yılında binlerce müzikseveri ağırlayan ve insanları müzik, yaratıcılık ve teknoloji ekseninde bir araya getiren Sónar İstanbul'un erken dönem biletlerinin satış tarihleri ve programa dair detaylar önümüzdeki günlerde açıklanacak.

BİR ÇOCUK DEĞİŞİR, TÜRKİYE GELİŞİR!

Çocuklarımızın potansiyellerini biliyor, eğitimleri ve hayalleri için çalışıyoruz.
TEGV yazın 3353'e sms gönderin 20TL ile çocuklarımızın eğitimine katkıda bulunun.

Her SMS 20 TL değerindedir. Bütün operatörler için geçerlidir.



EĞİTİM GÖNÜLLÜLERİ

TÜRKİYE EĞİTİM GÖNÜLLÜLERİ VAKFI
www.tegv.org

#EğitimVarsaGelişimVar

hızlı, destek kodu


10 YIL
TAV Passport
EŞSİZ BİR YOLCULUK
Ayrıcalıklı bir seyahat deneyimi için TAV Passport daima yanınızda.
TAV Passport
www.tavpassport.com
0 850 222 25 75
@TAV Passport

VeriSistem®
a CottGroup® company

KVKK & GDPR

KVKK -GDPR Projeleri

KVKK - GDPR Süreç Danışmanlığı

Gizlilik ve Güvenlik Eğitimleri

Bilgi Güvenliği Yönetim Sistemi Danışmanlığı

Teknoloji Danışmanlığı

VeriSistem®
a CottGroup® company

Test Hizmetleri ve Penetrasyon

Hizmet Olarak DPO

BT Destek Hizmetleri

Avrupa Birliği Veri Temsilciliği

Dijital geleceğiniz için bütünsel çözümler

Dijital çağa ayak uydurmak için veriler ile ilgili tüm süreçlerinizi yeniden yapılandırın.

CottGroup®, gizlilik ve güvenlik ile ilgili idari ve teknik danışmanlık üzerine uzmanlaşmıştır. Bu uzmanlık, organizasyonunuzun KVKK - GDPR ve tüm çevre mevzuat ile uyumlu olması için gereksinimlerinizi eksiksiz olarak karşılayacaktır.

CottGroup® | VeriSistem®
Boss Yönetişim Hizmetleri A.Ş
Astoria Towers
Kempinski Residences
Büyükdere Cad. No:127/B Kat:8
34394 Şişli / İstanbul

CottGroup® Holistic Business Services | VeriSistem

+90 212 244 9222
www.verisistem.com
www.cottgroup.com
ask@cottgroup.com