

DR. IŞIL KESKİN ŞAHAN: ŞİRKETLERDE İLETİŞİM PSİKOLOJİSİ

KOBİ

Garanti BBVA

GİRİŞİM

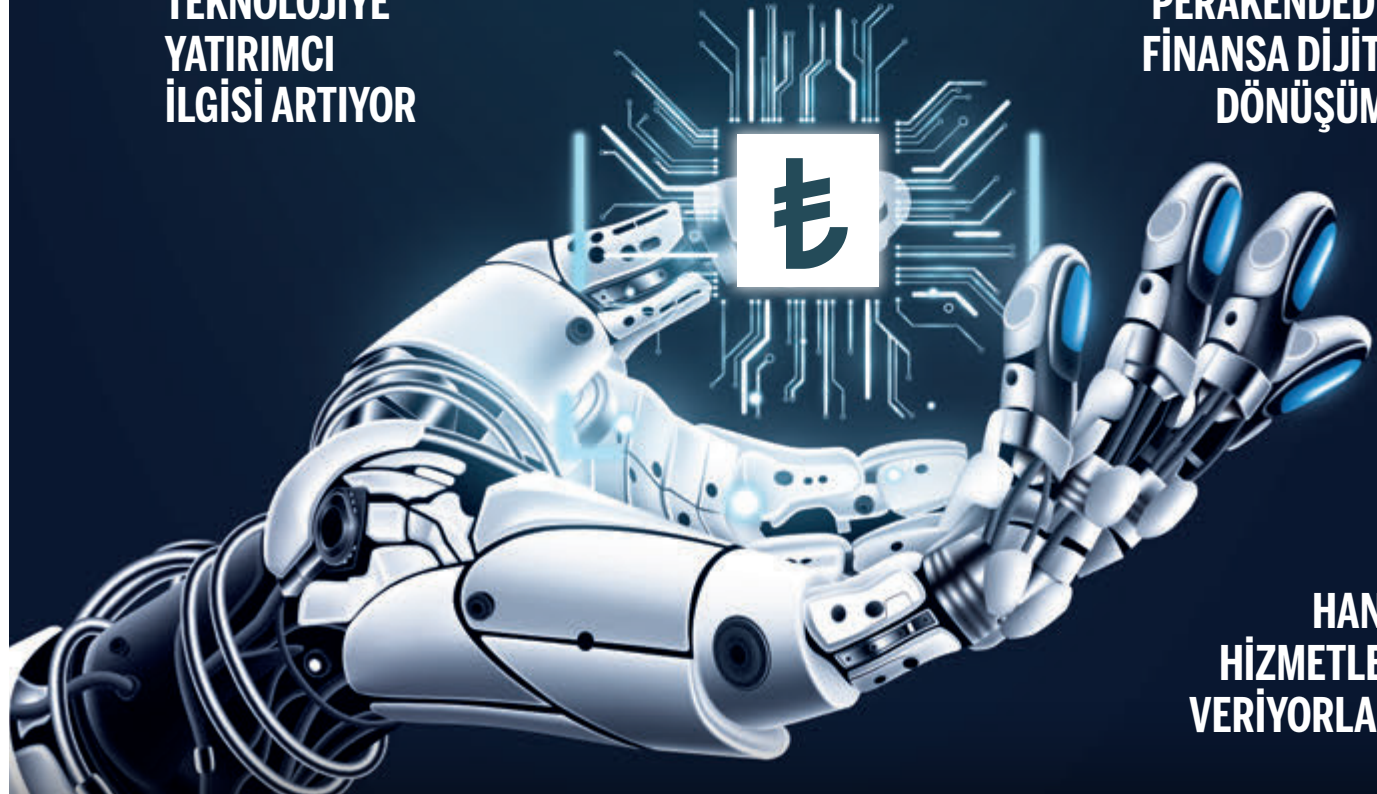
EKONOMİST DERGİSİ'NİN PARASIZ EKİDİR.

TEMMUZ 2024

TEKNOLOJİ GİRİŞİMLERİ YÜKSELİYOR

TEKNOLOJİYE
YATIRIMCI
İLGİSİ ARTIYOR

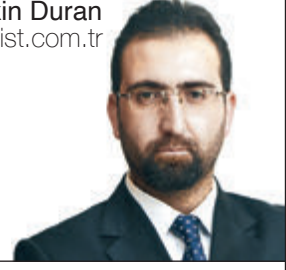
PERAKENDEDEN
FİNANSA DİJİTAL
DÖNÜŞÜM...



HANGİ
HİZMETLERİ
VERİYORLAR?

ÜRETKEN YAPAY ZEKADA GİRİŞİM TRENDİ "AVRUPALI KOBİ'LERİ DİJİTALLEŞTİRECEĞİZ"

"5 YIL İÇİNDE KÜRESEL MARKA OLMAK İSTİYORUZ"



Teknoloji girişimleri dünyayı değiştiriyor

Küresel düzen büyük bir hızla değişiyor. Dijitalleşme ve yapay zeka alanlarındaki atılımlar, kar topu etkisi ile kısa süre içinde büyük bir çığa dönüştü ve günbegün tüm yaşamımızı kapsar hale geldi. Hala gidilecek çok yol olsa da artık özellikle tekno-girişimcilik ülke ekonomilerinin en büyük motoru haline gelecek gibi gözüküyor.

Girişimciliğin önemli türlerinden biri olan teknoloji girişimciliği ya da tekno girişim, üretilecek olan yeni bir fikir ya da ürünün teknolojik tabanlı çözümler ile harmanlanması olarak tanımlanabilir. Teknoloji girişimciliğinin geleneksel sektörlerden en büyük farkı, daha yenilikçi ve özgün fikirlerle trendleri değiştirme gücüne sahip olması.

İnovasyonun baş aktör olduğu tekno-girişimcilik alanında, tam da bu nedenle geleneksel sektörlerle göre rekabet daha az oluyor. Çünkü her tekno-girişimci aslında inovatif fikirleri ile kendine özgü bir yol, bir alan açıyor. Bu nedenle de iş hayatına sıfırdan giren girişimciler ve KOBİ'ler için teknoloji girişimcisi olmak çok daha avantajlı ve risksiz sayılıyor.

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı da bu gelişmeleri görerek, dünyada giderek daha önemli hale gelen tekno-girişimcilik üzerine bir strateji belgesi yayınladı. 'Milli Teknoloji Hamlesi'nin

hedeflerinin ve stratejilerinin belirlendiği 2023 Sanayi ve Teknoloji Stratejisi'nde tanımlanmış beş ana eksenden birini girişimcilik başlığı oluştururken, "Gelecek İçin Girişim" başlığı ile teknoloji odaklı girişimcilik faaliyetleri odağa alındı.

Türkiye bu küresel rüzgarı yakalamış görünüyor. Sayfalarımızda da okuyacağınız gibi, Türkiye Yapay Zekâ İniyatif (TRAI) bünyesindeki yapay zekâ girişim sayısı, 12 yeni start up ile 2024'ün ikinci çeyreğinde 350'ye çıktı. Son bir yılda girişim sayısının en çok arttığı kategori ise 'Üretken Yapay Zekâ' oldu.

Perakendeden finansa, e-ticaretten sağlığa kadar pek çok stratejik sektörde faaliyet gösteren teknoloji girişimlerinin sayısı hızla artıyor. Hem yerli hem de uluslararası girişim sermayesi fonları da her geçen gün Türkiye'den çıkan teknoloji girişimlerine olan ilgisini artırıyor. Hiç kuşkusuz, bu girişimlerden bazıları unicorn, hatta decacorn mertebesine ulaşmayı başaracak.

Biz de bu sayımızda kapak konusu olarak Türkiye'de giderek öne çıkan, dünyaya açılmaya başlayan teknoloji girişimlerini ele aldık. Keyifli okumalar.

Sağlıkla kalın.

KOBİ
GİRİŞİM**Ekonomist**EKONOMİ,
İŞ VE FINANS
HABER DERGİSİYAYINCI
Doğan Burda Dergi
Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş.**GENEL MÜDÜR** Cem M. Başar
YAYIN DİREKTÖRÜ Sedat Seçkin Büyük
GENEL YAYIN YÖNETMENİ (Sorumlu) Talip Yılmaz
YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ Gözde Yeniova Saylak
HABER MÜDÜRÜ Aram Ekin Duran
GÖRSEL YÖNETMENİ Özcan Çayçoşar**HABER MERKEZİ**Ayşegül Sakarya Pehlivan (Haber Editörü),
Özlem Bay Yılmaz (Haber Editörü),
Levent Gökmen Demirciler (Haber Editörü),
Burcu Tuvaş (Haber Editörü),
Sibel Atik (Haber Editörü), Çeren Oral Balaban
SAYFA UYGULAMA M. Engin Bilgin
FOTOĞRAFLAR Hüseyin S. Öngen, Gökhan Çelebi
PROJE MÜDÜRÜ Selçuk Ergenç
KURUMSAL İLETİŞİM MÜDÜRÜ
Funda Demirci Ayan**ANKARA TEMSİLCİSİ** Erdal İpekeşen
Tel: 0 312 577 31 56
ekonomist@doganburda.com**YÖNETİM****SATIŞ VE DAĞITIM DİREKTÖRÜ** Egemen Erkorol
ÜRETİM PLANLAMA DİREKTÖRÜ
(TÜZEL KİŞİ TEMSİLCİSİ) Yakup Kurtulmuş
FINANS DİREKTÖRÜ Didem Kurucu
DİJİTAL İÇERİK DİREKTÖRÜ Eren Demir**REKLAM****REKLAM VE ETKİNLİK GRUP BAŞKANI**Ali Erman İleri
REKLAM GRUP BAŞKAN YARDIMCISI
Seda Erdoğan Dal, Neyran Çınar
REKLAM SATIŞ KOORDİNATÖRÜ
Burcu Acavut, Burcu Kevser Karaçam
REKLAM SATIŞ MÜDÜRÜ
Maya Yılmaz, Mürvet Yılmaz
TEKNİK MÜDÜR Ayfer Kaygun Buka
Tel: 0212 336 53 61-62**HEDEF SAYFALAR REKLAM KOORDİNATÖRÜ** Aysel Sener
Tel: 0 212 336 53 75
REKLAM BÖLGELER SATIŞ MÜDÜRÜ
Hülya Erdoğan Tel: 0 212 336 53 72
REZERVASYON
Tel: 0 212 336 53 00 / 57 / 59**ANKARA REKLAM SATIŞ KOORDİNATÖRÜ**
Sezinur Balıkcıoğlu
REKLAM ANKARA SATIŞ MÜDÜRÜ
Beliz Balıbey Tel: 0 312 577 31 56**ETKİNLİK ve MARKA YÖNETİMİ**
ETKİNLİK ve PROJE KOORDİNATÖRÜ Nihal Ayan
MARKA YÖNETMENİ Nil Özarpak**YÖNETİM YERİ**Kuştepe Mahallesi, Mecidiyeköy Yolu Cad. No:12
Trump Towers Kule 2, Kat 21 / 34387 Şişli-İstanbul
Tel: 0 212 410 32 00 Faks: 0 212 410 35 81**BASKI**Bilnet Matbaacılık ve Yayıncılık A.Ş.
Dudullu Organize San. Bölgesi 1.Cad.
No:16 Umraniye-İSTANBUL
Tel: 444 44 03 Fax: (0216) 365 99 07-08
www.bilnet.net.tr Sertifika No: 42716**DAĞITIM**

Turkuvaş Dağıtım Pazarlama A.Ş.

YAYIN TÜRÜ Ulusal, süreli, iki haftalık**FİPP** üyesidir.

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

DB OKUR HİZMETLERİ HATTI 0 212 478 0 300

okurhizmetleri@doganburda.com

DB ABONE HİZMETLERİ HATTI

Tel: (0 212) 478 0 300

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

İÇİNDEKİLER



Mağaza içi uygulamadan, tüketicilerle gerçek zamanlı kişiselleştirilmiş diyaloglar kurulmasına, siber güvenlik önlemlerinden e-ticaret uygulamalarına kadar birçok alanda teknoloji sunan şirketler, başta perakende ve finans dünyası olmak üzere iş hayatını hızla dijitalleştiriyor. Küresel ölçekte adımı giderek daha çok duyuran yerli teknoloji girişimleri arasından yakın gelecekte birçok unicorn çıkması bekleniyor.



E-ticaret lojistiği alanında Türkiye’de hizmet vermeye başlayan ilk lojistik şirketi olan Sertrans, ihracatçıların büyümesine destek olmak için beş yıllık bir yatırım planlıyor. Sertrans Logistics Yönetim Kurulu Başkanı Nilgün Keleş, “Proje kapsamında beş yıl içinde Avrupa’daki toplam depolama kapasitemizi yaklaşık 60 bin metrekareye çıkaracağız” diyor.



Geleneksel bannerlara göre 10 kat daha fazla etkileşim sağlayan bir reklam teknolojisi şirketi olan Ingosa, gözünü küresel pazarlara dikti. Ingosa’nın Kurucu Ortağı ve CEO’su Gökçe Duman, “Önümüzdeki 5 yıl içinde, Ingosa’yı global bir marka haline getirecek ve dijital reklamcılıkta lider bir konuma yükselteceğiz” diyor.

05 TARIM
600 kadın çiftçiye eğitim verilecek

06 PANO

08 KAPAK KONUSU
Teknoloji girişimleri yükseliyor

12 YAZILIM
"Avrupalı KOBİ'leri dijitalleştireceğiz"

14 E-TİCARET
“Yeni yatırımla ihracatçılara destek olacağız”

16 OYUN
3 milyon dolar tohum öncesi yatırım aldı

17 YAPAY ZEKA
Üretken yapay zekada girişim rüzgarı esiyor

18 MOBİL UYGULAMA
“2025’te global pazarlara açılacağız”

20 GARANTİ BBVA PARTNERS
“5 yıl içinde küresel marka olmak istiyoruz”

22 KOZMETİK
“İki markamızla da iddialı büyüyeceğiz”

24 BİLİŞİM
“Şirketleri küresel ticarete hazırlıyoruz”

26 DANIŞMANLIK
“Hedefimiz; globalde sınav haklarında liderlik etmek”

28 SAĞLIK
“Danışanlarımıza saç sağlığı hizmeti veriyoruz”

30 MOBİL UYGULAMA
Yatırımcı portalı BiStock tohum turuna çıkıyor



Bakiyem Ödeme Çözümleri, global yolculukta ilk adımını İngiltere ile atıyor. ‘Payrotta’ ismiyle İngiltere’ye açılacaklarını kaydeden Bakiyem CEO’su Umur Yalçın; Avrupalı KOBİ’leri ve şirketleri de Türk yazılımıyla dijitalleştireceklerini söylüyor.

31 SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK
Çaya AR-GE kattı liflerden ürün yaptı

32 FINTECH
“Finansal teknolojilerde global marka olacağız”

34 LOJİSTİK
“81 ilde ulusal bir kargo şirketi olacağız”

36 YEME-İÇME
Bütünsel bir restoran deneyimine odaklanıyor

37 SCALE UP
5’nci dönem girişimcileri globale açılmaya hazır

38 Doç. Dr. Işıl Keskin Şahan:
Şirketlerde iletişim psikolojisi eksenli yönetim biçimi neden önemli?

40 Cem Ener:
E-ticareti yeniden tanımlayan Temu ve Shein’in başarısının formülü

42 VERGİ TAKVİMİ

600 kadın çiftçiye eğitim verilecek

Bunge Gıda Türkiye ve Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası (EBRD) arasında gerçekleştirilen iş birliği kapsamında kurulan Komili Zeytin ve Zeytinyağı Enstitüsü'nün yeni dönem eğitimlerinin ilki 1 Temmuz'da başladı. Proje kapsamında beş yılın sonunda en az 600 kadın çiftçiye eğitim verilmesi hedefleniyor.

1878'de Midilli'nin Komi Köyü'nde başlayan yolculuğuna 1923'ten bu yana Anadolu topraklarında devam eden ve 2017'de Bunge Gıda bünyesine giren Komili, zeytinyağını başta Ayvalık ve Körfez Bölgesi'nin olmak üzere Ege'nin en iyi zeytinlerinden elde ediyor. Şirket, gerçekleştirdiği projelerle; Anadolu zeytinyağının dünyada bilinirliğinin artırılması, üreticinin bilinçlendirilmesi, verimliliğin artırılması, maliyetlerin düşürülmesi ve ülke tüketiminin hak ettiği yere gelmesi için çalışıyor.

Zeytin yetiştiriciliği sertifikası veriliyor

Komili'nin 'Kuşaklar Boyu Yaşasın Diye' çatısı altında gerçekleştirdiği sürdürülebilirlik faaliyetleri kapsamında Bunge Gıda Türkiye ve Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası (EBRD) iş birliğiyle hayata geçen Komili Zeytin ve Zeytinyağı Enstitüsü'nün yeni dönem eğitimlerinin ilki 1 Temmuz'da başladı. Kadın zeytin çiftleri yetiştirme, iklim dostu, sürdürülebilir ve verimli çiftçilik pratiklerinin paylaşıldığı Komili Zeytin ve Zeytinyağı Enstitüsü'nün Ayvalık Ticaret Odası'nda gerçekleşen yeni dönem eğitimlerine 23 kadın çiftçi katıldı.

Haziran 2023'te eğitimlerine başlayan Komili Zeytin ve Zeytinyağı Enstitüsü'nde 2023 yılı boyunca 127 kadın zeytin çiftçisi eğitim alarak zeytin yetiştiriciliği sertifikasına sahip oldu. Proje kapsamında beş yılın sonunda en az 600 kadın çiftçiye eğitim verilmesi hedefleniyor.

"Zeytinyağını ve yarattığı kültürü koruyoruz"

Komili Pazarlama ve Ticari Pazarlama Lideri Dr. Pınar Okay; Komili Zeytin ve Zeytinyağı Ens-



'Zeytincinin Başucu Rehberi'yle eğitime destek

Komili Zeytin ve Zeytinyağı Enstitüsü'nün düzenlediği 'Kadın zeytinciler için zeytin yetiştiriciliği, zeytinyağı üretimi ve girişimcilik' eğitim programına katılan kadın zeytin çiftçilerinin eğitimini desteklemesi için 'Zeytincinin Başucu Rehberi' kitabı hazırlandı. Balıkesir Üniversitesi, Edremit Zeytincilik Enstitüsü Dr. Öğr. Üyesi Tuba Öncül Abacıgil tarafından derlenen 'başucu rehberinde' eğitimlerde verilen bilgilerin güncel veriler ve görsellerle yer alması sağlandı.



titüsü'nün, zeytinyağının ve yarattığı kültürün bu topraklarda 'Kuşaklar Boyu Yaşasın Diye' kurulduğuna dikkat çekiyor. Eğitimlere kadın çiftçilerin gösterdiği ilgiden çok mutlu olduklarını söyleyen Okay; Komili olarak Anadolu'nun en bereketli topraklarının bin yıllardır en kadim üyesi zeytin ağaçlarının ve meyvesinin şifa kaynağı zeytinyağının değerine inandıklarının altını çiziyor. Bu bakış

açısı ile eğitimlerine Haziran 2023'te başlayan Komili Zeytin ve Zeytinyağı Enstitüsü ile Anadolu'nun verimli topraklarını eğitilmiş kadın çiftçilerle beslemek istediklerini vurgulayan Dr. Pınar Okay, şöyle devam ediyor:

"Biliyoruz ki zeytin çiftçiliği bu topraklarda bin yıllardır yapılıyor. Komili Zeytin ve Zeytinyağı Enstitüsü ile bizim arzumuz ve hedefimiz; iklim dostu, sürdürülebilir ve verimli çiftçilik pratiklerini daha fazla kadın zeytin çiftçimize öğretmek onları bu yolda yetiştirmek. Eğitimlerimize ilgi gösteren kadın çiftçilerimiz ile hep yanımızda olan tüm eğitimlerimiz başta olmak üzere doğayı ve biyoçeşitliliği koruyabilmek adına bize katkı sunan değerli bilim ekiplerimizin katkıları çok değerli."

3 yılda 300 bin KOBİ'ye erişti

■ Akıllı Kobi İcra Kurulu Üyesi Ümit Öncel; Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) himayesinde hayata geçirilen Akıllı Kobi'nin üç yılda 300 binin üzerinde KOBİ'ye eriştiklerini ve Türkiye'nin çeşitli illerinde gerçekleştirdikleri konferanslarla 60 KOBİ'ye 600 bin TL üzeri değerinde dijitalleşme çözüm paketlerini ücretsiz olarak sağladıklarını belirtti. Ümit Öncel, TOBB'un himayesinde Akıllı KOBİ'nin Türkiye'nin kalkınma hamlesinde önemli bir rol oynamayı ve KOBİ'leri güçlendirerek ülke ekonomisinin daha da gelişmesine katkıda bulunmayı hedeflediğini söyleyerek, şu görüşleri dile getirdi: "Akıllı KOBİ Platformu'nun bulunduğu imkanlarla KOBİ'ler, potansiyellerini tam anlamıyla kullanarak daha hızlı büyüme imkanı yakalıyor ve ülke ekonomisine sağladıkları katkıları daha üst seviyelere çıkartabiliyor. KOBİ'lere sunduğumuz tüm bu destek ve katkıların etkisiyle, daha güçlü KOBİ'lerle gelecek çağa damgasını vuracak Türkiye'nin inşasında payımız olduğu için mutluluk ve gurur duyuyoruz. Bu vesileyle TOBB'a kayıtlı olan 2 milyon KOBİ'mizi Akıllı KOBİ Platformu'na üye olarak Türkiye'nin dijital dönüşüm seferberliğinin bir parçası olmaya, Akıllı KOBİ'yi sosyal medya hesaplarından takip ederek güncel etkinliklerden, KOBİ'lere özel kampanyalardan, yayın ve içeriklerden haberdar olmaya davet ediyoruz."



İNVENDO UP

Üç yenilikçi girişime destek

■ Doğu Teknoloji'nin inovasyon ve girişimcilik ekosistemine katkı sağlamak amacıyla sürdürdüğü ve bu sene de çok sayıda başvuru alan girişimcilik programı InvenDO Up'ta değerlendirme süreci tamamlandı. Programa kabul edilen üç yenilikçi girişim ise Binclusive, Chex ve Caspipot oldu. InvenDO Up, bu girişimleri mentorluk, yatırımcı sunumu, teknik yol haritası, yeni müşteri edinimi, çalışma alanı ve toplantı odası desteği, yerel ve global yatırım ağlarına erişim gibi birçok alanda destekleyecek. Girişimlerin odaklandığı alanlara bakıldığında Binclusive; kurumların yazılımlarını ve içeriklerini 1 milyar insan için erişilebilir hale getirmeyi amaçlayan ve erişilebilirlik yasalarına uygun sertifikalandırmalarını sağlayan bir yapay zekâ çözümünü sunuyor. Yiyecek-içecek ve yemek servisi pazarı oyuncularını için geliştirdiği yapay zekâ destekli uçtan uca çözümler ile dikkat çeken Chex, bu şirketler ve oyuncular için kâr maksimizasyonu sağlayan bir işletmeler arası SaaS girişimi olarak öne çıkıyor. Caspipot ise honeypot hizmetlerini dakikalar içinde oluşturulabilen, saldırganların takip edilebileceği ve saldırı yüzeyi izleme ile ihlal veri kontrolü sağlayan bir SaaS güvenlik çözümü sunuyor.

Geleceğin kadın liderlerine sertifika

■ Teknolojide Kadın Derneği'nin kurumsal üyeleriyle el ele vererek Cumhuriyetin 100. yılı kapsamında gerçekleştirdiği "Teknolojinin Lider 100leri" programının destekçileri arasında bulunan Teknosa, proje kapsamında eğitimlerini tamamlayan gençlerin mezuniyet töreninde yerini aldı. 4 ay boyunca 'Veri Analitiği', 'Python ile Veri Bilimi', 'Python ile Yapay Zeka', 'Robotik Süreç Otomasyonu', 'Süreç Analisti' ve 'Siber Güvenlik' gibi konularda teknik eğitimlerin yanı sıra liderlik, takım çalışması ve problem çözme yeteneklerini de geliştiren 189 öğrenci sertifikalarını aldı. Teknosa'nın program kapsamında desteklediği gençlere sertifikalarını Teknosa İnsan Kaynakları ve Sürdürülebilirlik Genel Müdür Yardımcısı Ersin Aydın ile Teknosa Müşteri Deneyimi, CRM ve Veri Analitiği Grup Müdürü Duygu Bayram takdim etti. Teknosa, "Birlikte Güçlüyüz" mottosuyla gerçekleşen projede gençlerin eğitimlerine katkıda bulunarak ve mentorluk desteği verdi. Gençler bu sayede hem kendi potansiyellerini keşfetme hem de Teknosa kültürünü öğrenme fırsatı buldu.



Girişimcileri inovasyona çağırıyor

■ İnci Holding ile Japon akü devi GS Yuasa'nın iştiraki, Türkiye'nin en büyük akü üreticisi ve sektörünün ihracat lideri İnci GS Yuasa, teknoloji tedarikçilerinden inovatif fikirler bekliyor. İnci Radar ve İnci GS Yuasa; "İsı İzolasyonu ve Enerji Verimliliği ile Ortam İklimlendirme ve Ergitme Potalarında Enerji Verimliliği" konularında inovasyon sunabilecek ilgililere çağrı yapıyor. Çağrıda, teknoloji tedarikçilerinden; ısı emici malzemeler, soğutma teknolojileri, ısı geri kazanım sistemleri, verimli yakma sistemleri, alternatif enerji kaynakları ile ısıtma sistemleri, ergitme ocaklarındaki ısıtma teknolojileri, dolaşım sistemleri, etkili izolasyon çözümleri, HVAC sistemleri, filtreleme teknolojileri, otomatik ısı kontrol ve optimizasyon sistemleri gibi çözümler bekleniyor. Ayrıca ortam sıcaklığını azaltarak çalışanların konforunu artıran ve sağlıklarını koruyan, enerji verimliliği sağlayan ve sürdürülebilir olan, mevcut sistemlere entegre edilebilen uygulanabilir projeleri etkin mali çözümlerle sunmaları isteniyor. Programla ilgili tüm detaylara, <https://inciradar.com/> web sitesi üzerinden ulaşılabilir.

Bayer'den girişimcilere davet



■ Bulut Güvenlik hizmetleri veren Dorabase, Türkiye'deki girişimci ekosistemine yönelik hibe paketi açıkladı. Dorabase'in kurucusu ve yönetici ortağı Timuçin Öğün'ün liderliğinde geliştirilen bu hibe paketi, Türkiye'deki girişimcilerin ihtiyaç duyduğu çözümleri kolayca erişilebilir ve yönetilebilir hale getirme misyonunu taşıyor. Girişim sermayesi sektöründe yatırımcı ve mentör olarak aktif bir rol üstlenen Timuçin Öğün, verdikleri hibe paketini; "Dorabase olarak, girişimci şirketlerin IT altyapılarını güvenle yönetebilmeleri için her zaman yanlarında olacağımızı göstermek istedik. Girişimcilerin karşılaştığı zorlukları biliyor ve onlara en

doğru çözümleri sunmak için var gücümüzle çalışıyoruz. Hibe Paketi ile girişimcilerimizin yanındayız ve onların başarıya ulaşmaları için gereken desteği sunmaya devam edeceğiz," şeklinde açıklıyor. Dorabase'in girişimci şirketlere verdiği 180 bin TL değerindeki hibe paketi; geri ödemesiz ve karşılıksız olacak şekilde planlandı. Tahsis edildiğinden itibaren 1 yıl süre ile geçerli olacak paket, bulut sunucu kiralama hizmeti ve CDN servisi için kullanılacak. Daha da önemlisi, Dorabase startup desteklerinden yararlanan girişimler, Dorabase'in veri merkezi hizmetlerini ve bulut tabanlı hız ve güvenlik servislerini ömür boyu liste fiyatı üzerinden yüzde 20 indirimli kullanma hakkı da elde edecek.

iyzico Kadın Girişimci Destek Programı'nda 7'nci dönem başvuruları başladı

■ Ödeme sistemleri şirketi iyzico'nun 'Kadın Girişimci Destek Programı'na 7'nci dönem başvuruları başladı. Kadınların ülke ekonomisine katkısında etkin rol almaları ve finansal olarak güçlenmelerine destek olmak amacıyla başlatılan 'iyzico Kadın Girişimci Destek Programı'na bugüne kadar 500'ün üzerinde kadın girişimci katıldı. Programın kayıtları 31 Temmuz'a kadar devam edecek. Başvular, <https://www.iyzico.com/isim-icin/kadin-girisimci> adresi üzerinden yapılabilecek. Programa kabul edilen kadın girişimciler, ilk dönemlerde olduğu gibi iyzico'nun sunduğu finanstan eğitime, pazarlama ve tanıtımdan özel indirimlere kadar birçok avantajlı imkândan yararlanabilecek. iyzico Genel Müdür Yardımcısı Şebnem Dağ Güven, "iyzico etki raporlarında kadın girişimcilerin büyüme hızının erkek girişimcilerin büyüme hızından iki kat fazla olduğunu görüyoruz. Kadın girişimcilere yeni kaynaklar sağlamak amacıyla partnerlerimizle birlikte 'iyzico Kadın Girişimci Destek Programı'nı başlattık. Önceki dönemlerde aldığımız olumlu geri bildirimlerin ardından yedinci dönem başvurularımız da hız kesmeden başladı" dedi.



PILOT'tan 10 girişime yatırım ve nakit desteği

■ Yenilikçi girişimleri destekleyerek global arenaya taşınmasında köprü görevi üstlenen Türk Telekom Ventures'in girişim hızlandırma programı PILOT için yeni dönem girişimleri belli oldu. PILOT'un 12. dönemine kabul edilen 10 girişim, Türk Telekom Ventures'tan 30 bin dolar yatırım ve 150 bin TL nakit desteği alma fırsatı yakalayacak. Türk Telekom'un iş bağlantılarından, yüksek teknoloji birikimi ve altyapısından da faydalanma imkânı bulacak olan girişimler, PILOT programı sonunda Stanford Üniversitesi iş birliği ile ABD'de kendilerine özel tasarlanan tamamlayıcı global girişimcilik programına katılmaya hak kazanacak. Türk Telekom Ventures Genel Müdürü Muhammed Özhan, "Global başarılarımıza imza atacak çok daha fazla girişime destek olarak ülkemizden yeni 'unicorn'lar çıkarmayı hedefliyoruz. Girişimlere sağladığımız destekleri Türk Telekom Ventures'in girişim sermayesi yatırımları alanındaki bilgi birikimi ve tecrübelerini aktardığı, girişimlere büyümelerinde destek olduğu bir süreç olarak konumluyoruz" dedi.

TEKNOLOJİ GİRİŞİMLERİ YÜKSELİYÖR

Mağaza içi uygulamadan tüketicilerle gerçek zamanlı kişiselleştirilmiş diyaloglar kurulmasına, siber güvenlik önlemlerinden e-ticaret uygulamalarına kadar birçok alanda teknoloji sunan şirketler, başta perakende ve finans dünyası olmak üzere iş hayatını hızla dijitalleştiriyor. Küresel ölçekte adını giderek daha çok duyuran yerli teknoloji girişimleri arasından yakın gelecekte birçok unicorn çıkması bekleniyor. Uluslararası girişim sermayesi fonları da her geçen gün Türkiye'den çıkan teknoloji girişimlerine olan ilgisini artırıyor.

Start up'lar geliştirdikleri teknolojilerle tüm sektörlerde köklü değişimlere neden oluyorlar. Mağaza içi uygulamadan, tüketicilerle gerçek zamanlı kişiselleştirilmiş diyaloglar kurulmasına, siber güvenlik önlemlerinden e-ticaret uygulamalarına kadar birçok alanda teknoloji sunan şirketler, başta perakende ve finans dünyası olmak üzere iş hayatını hızla dijitalleştiriyor. Özellikle perakende alanında mağazacılık deneyimini iyileştirmek ve verimlendirmek için çözümler sunan bu şirketler, geliştirdikleri yapay zeka teknolojileriyle perakendeyi dijitalleştiriyor. İş süreçlerini verimli ve eğlenceli hale getirerek oyunlaştırma tabanlı yazılım ürünlerin geliştirilmesi, tüketicilerle gerçek zamanlı, kişiselleştirilmiş diyaloglar kurulması, müşteri davranışlarını izleyip analiz ederek mağaza düzeninin optimize edilmesi gibi birçok alanda teknolojiler geliştiren bu şirketler, artık kabuklarından sıyrılarak hızla globalleşiyor.

Perakendeyi dijitalleştiren bu firmaların sunduğu teknolojiler artık farklı ülkelerde global şirketler tarafından da kullanılmaya başlandı. Bu alanda önümüzdeki dönemde birden fazla unicorn çıkması bekleniyor. Zira markaların kanallar arası, kişiselleştirilmiş müşteri deneyimleri sunmasını sağlayan, yapay zeka tabanlı pazarlama platformu Insider artık bir decacorn (değeri 10 milyar doları aşan şirketler için kullanılıyor) adayı. Kapak haberimizde hızla büyüyen bu şirketlerin global hedeflerini ve yeni dönem planlarını araştırdık.

DİJİTAL RAF TRENDLERİ

Örneğin, Usersdot 2020 yılında e-ticaret verileri ile markalara aksiyon ve içgörü üretme odaklı kurulmuş yapay zekâ tabanlı B2B SaaS şirketi. Usersdot, şu an sekiz farklı ürünle markaların satış ve kârlılığını artırırken, yüksek otomasyon çözümleriyle de zaman kazandırıyor. Şirket, alışveriş yapan kişinin e-ticaret yolculuğunda gördüğü fiyat, görsel, yorum, soru-cevap, teslimat günü, satıcı gibi halka açık veriyi belirli aralıklarla toplayıp satış, pazarlama, içgörü ekipleri için aksiyona çeviriyor.

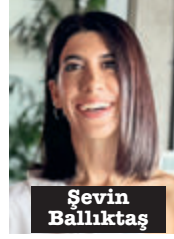
Firmaların dijital raf trendlerini yakalamalarını sağladığı çözümler de sunan şirket, operasyon ekiplerinin kolay bir şekilde stok,

buy box gibi metrikleri analiz ettiği, hangi influencer etkin, neden ürün iade edildi gibi içgörüler de bildiriyor. Usersdot Kurucu Ortağı ve CEO'su Şevin Ballıktaş, "80'den fazla şirkete 10'dan fazla ülkede çözüm sunuyoruz. Hedefimiz e-ticaret ekiplerinin açtığı tek ekran olmak ve entegre çözümlerle aksiyonu direkt almak" diyor.

YENİ YATIRIM TURUNA ÇIKACAK

Vispera ise perakende sektöründe mağaza içi uygulama, izleme ve denetim süreçlerinin mükemmelleştirilmesi hedefiyle kurulmuş bir teknoloji firması. Geliştirdiği görüntü işleme/makine öğrenmesi teknolojisi sayesinde, sektöre

mevcutta kullanılan insana dayalı ve hataya açık geleneksel yöntemlerden çok daha hızlı ve maliyet avantajlı perakende uygulama ve denetim çözümleri sunuyor. 60'ın üzerinde firmaya, 50'den fazla ülkeye hizmet veren şirket yeni ülkelere açılmayı hedefliyor. Bu yıl fotoğraf çekimini video çekim rahatlığıyla gerçekleştirmeyi hedefleyen Augmented Reality ürününü hayata geçirdiklerini söyleyen Vispera Kurucu Ortağı ve Eş CEO'su Aytül Erçil, "Pek çok kurumdan yatırım aldık. 2025 yılı içinde özellikle perakendeciler için yaptığımız Shelvesight ürünümüzle büyümek için bir yatırım turuna çıkmayı planlıyoruz" diyor.



Şevin Ballıktaş



Aytül Erçil

12 ŞİRKETİN SUNDUĞU TEKNOLOJİLER

Şirket adı	Faaliyetleri
Akinon	Tamamen bulut üzerinden çalışan, markaların istedikleri kurguları yapabilecekleri Headless ve Composable bir ticaret platformu sunuyor.
Arvia	Görüntülü görüşme çözümleriyle firmaların kendi web siteleri içinden müşterileriyle yüz yüze görüşebilmelerini sağlıyor.
Commencis	Dünyanın en büyük global bulut sağlayıcısı olan AWS'in danışmanlık partneri olarak, başta perakende sektörü olmak üzere farklı sektörlerden şirketleri bulut teknolojileriyle buluşturuyor.
Counterfake	Perakende sektöründe online sahtecilikle mücadele adına tam otomatik yapay zeka tabanlı 'Online Marka Koruma' çözümü sunuyor.
Ingosa	İşletmelerin, pazarlamacıların ve reklam ajanslarının sanayiler içinde ilgi çekici, dönüşüm odaklı reklam metinleri ve diyalog bazlı reklam kreatifleri oluşturmalarına yardımcı olan bir reklam teknolojisi.
Inooster	İş süreçlerini verimli ve eğlenceli hale getirerek iş yerlerinin potansiyelini maksimize etmeyi hedefleyen, davranış bilimlerini temel alan oyunlaştırma tabanlı yazılım ürünler geliştiriyor.
Insider	Markaların kanallar arası, kişiselleştirilmiş müşteri deneyimleri sunmasını sağlayan, yapay zeka tabanlı pazarlama platformu olarak faaliyet gösteriyor.
Navlungo	200'den fazla ülkeye anında kargo teklifi alınması, tekliflerin karşılaştırılması, gönderilmesi, depolanması ve fulfillment operasyonlarının yönetilmesini sağlıyor.
Nexizon	Perakende sektöründe yapay zeka ve mobil teknolojileri entegre ederek, fiziksel mağazaların ziyaretçi trafiğini, müşteri demografilerini ve davranış kalıplarını derinlemesine analiz ediyor.
Open Zeka	Müşteri davranışlarını izleyip analiz ederek mağaza düzenini optimize etmek için değerli veriler sağlıyor.
Usersdot	Alışveriş yapan kişinin e-ticaret yolculuğunda gördüğü fiyat, görsel, yorum, soru-cevap, teslimat günü, satıcı gibi halka açık veriyi belirli aralıklarla toplayıp satış, pazarlama, içgörü ekipleri için aksiyona çeviriyor.
Vispera	Geliştirdiği görüntü işleme/makine öğrenmesi teknolojisi sayesinde sektöre mevcutta kullanılan insana dayalı ve hataya açık geleneksel yöntemlerden çok daha hızlı ve maliyet avantajlı perakende uygulama ve denetim çözümleri sunuyor.

Not: Şirketler alfabetik sıralanmıştır.

BURAK DAĞLIOĞLU / CUMHURBAŞKANLIĞI YATIRIM OFİSİ BŞK.

“Türk teknoloji girişimleri yatırımcıların radarında”



“Türkiye’de şu an 6 olan unicorn sayısını gelecek yıllarda hızlıca çift hanelere taşıyacağımızı düşünüyorum. Özellikle yapay zeka ve yapay zeka destekli uygulamalar dikkat çekiyor. Bir diğer alan fintech, finansal teknolojiler. Hızla büyüyen, Türkiye’de istihdam oluşturan, Türkiye’ye işte bu teknoloji ihracı neticesinde döviz girişi sağlayan, değer üreten bütün teknoloji girişimcilerinin başımızın üstünde yeri var ve yatırımcılar

bunları çok yakında ilgiyle takip ediyor. Türkiye’deki teknoloji girişimi yapan fonların sayısının zaman içerisinde arttığını gördük, hepsiyle çok yakın çalışıyoruz. Hem uluslararası girişim sermayesi fonları Türkiye’ye ilgi gösteriyor hem de bizim kendi sermaye piyasalarımızın mevzuatlarına göre kurulmuş Türkiye içerisinde de kaynaklar toplayan girişim sermayesi fonlarımız var. Bütün bu destekleyici ekosistem içerisinde biz bir fikirleri varsa bunu deneme konusunda kendilerini her zaman destekliyoruz.”

OYUNLAŞTIRMA TABANLI YAZILIM

Inooster ise iş süreçlerini verimli ve eğlenceli hale getirerek iş yerlerinin potansiyelini maksimize etmeyi hedefleyen, davranış bilimlerini temel alan oyunlaştırma tabanlı yazılım ürünler geliştiriyor. Motivist Retail ürünü ile oyunlaştırılmış çalışanların performans metriklerini gerçek zamanlı olarak takip edebilmelerini sağlayan bir sistem sunuyor. Oyunlaştırma dinamikleriyle yeniden tasarlanmış satış performans takipleri ve iş süreçleri ile müşterilerin verimliliklerinde yüzde 4 ile 15 arasında artışlar görülüyor. Türkiye, İngiltere ve Hollanda pazarlarında faaliyet gösteren Inooster’ın sunduğu çözümler, 100 binin üzerinde beyaz yakalı tarafından aktif olarak kullanılıyor. Diğer Avrupa ülkelerine de açılmayı hedeflediklerini söyleyen Inooster Kurucusu ve CEO’su Murat Yılmaz, “APY Ventures, Logo Ventures ve TechOne VC’den aldığımız yatırımlarla büyümeyi sürdürüyoruz. 2024 üçüncü çeyrek itibarıyla yeni bir yatırım turuna çıkmayı planlıyoruz” diye konuşuyor.



Murat Yılmaz

YENİ DEPO TESİSİ KURACAK

200’den fazla ülkeye anında kargo teklifi alınması, tekliflerin karşılaştırılması, gönderilmesi, depolanması ve fulfillment operasyonlarının yönetilmesini sağlayan Navlungo’da müşteriler yurtdışı kargo bilgilerini Navlungo teklif alma platformuna girdikten sonra anında çoklu fiyat teklifi alıyor, karşılaştırıyor ve

en uygun alternatifini seçebiliyor. Müşterinin uluslararası kargo süreçlerini tek panelde yönetmesi zamandan tasarruf etmeyi sağladığı gibi işini güvenle büyütmesine de sağlayan şirket, Etsy, Ebay, Wish gibi global pazar yerlerindeki müşteri mağazaları-

nı; Shopify, WooCommerce, İkas, Ticimax gibi e-ticaret altyapıları ile oluşturulmuş sitelerini Navlungo paneline entegre ediyor.

Eforsuz bir şekilde e-ihracat kargo operasyonunu yönettiklerini söyleyen Navlungo Kurucu Ortağı Alp Çiçekdağı, “Amerika, Kanada, Almanya, Romanya, İngiltere ve Birle-



Berkehan Türk

şik Arap Emirlikleri gibi ülkelerde depolama hizmeti sunuyoruz. Suudi Arabistan ve Kanada’da yeni depo tesislerini aktive etmeyi planlıyoruz. Fransa, İtalya ve İspanya gibi önemli pazarlarda varlık göstermeyi amaçlıyoruz. Ayrıca, Türkiye Cumhuriyetler bölgesindeki pazarlara da odaklanıyoruz” diye konuşuyor.

OPERASYONEL VERİMLİLİK

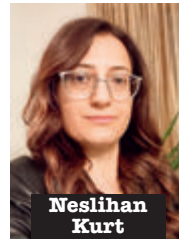
Nexizon da, perakende sektöründe yapay zeka ve mobil teknolojileri entegre ederek, fiziksel mağazaların ziyaretçi trafiğini, müşteri demografilerini ve davranış kalıplarını derinlemesine analiz eden bir B2B SaaS çözümü. Şirket, mevcut donanım altyapısı ile sorunsuz bir şekilde entegre olabilen özellikleri sayesinde, gerçek zamanlı veri akışı ve içgörüler sunarak, perakende işletmelerin operasyonel verimliliğini artırıyor. Mağaza operasyonlarından müşteri deneyimine, envanter yönetiminden fiyatlandırma stratejilerine kadar çeşitli alanlarda detaylı analizler ve ölçümler sağlayarak, veri tabanlı yönetim olanağı sunan Nexizon, yaklaşık bin mağazada ve 19 ülkede çalışıyor. Londra’da bir satış ofisi kurmayı plan-

ladıklarını belirten Nexizon Kurucu Ortağı Berkehan Türk, “Bu yıl hedefimiz 3 bin mağazaya ulaşmak. Bu yılın sonlarında veya önümüzdeki yılın başlarında, yurtdışı operasyonlarımıza başlayabilmek için bir yatırım turu planlıyoruz” şeklinde konuşuyor.

HIRSIZ ÖNLEME SİSTEMİ

OpenZeka, özellikle perakende sektörüne yapay zeka tabanlı çözümler sunan bir şirket. Geliştirdiği yazılım Cordatus sayesinde, müşteri davranışlarını izleyip analiz ederek mağaza düzenini optimize etmek için değerli veriler sağlıyor. Ayrıca, hırsız-

lık önleme sistemleri geliştirerek güvenlik açısından da önemli bir katkı sunuyor. Ürün teşhirlerini ve görsel sunumları analiz ederek müşteri etkileşimini en üst düzeye çıkardıklarını vurgulayan Open Zeka Eğitim Yöneticisi Neslihan Kurt, “Hangi ürünlerin daha fazla ilgi çektiğini ve müşterilerin nasıl tep-



Neslihan Kurt

ki verdiğini anlamak için yapay zeka algoritmalarını kullanıyoruz. Bu sayede, mağaza içi ürün yerleşimini optimize ederek satışları artırıyoruz” diyor. 2 binden fazla firmaya çözüm sunduklarını söyleyen Kurt, yıl sonunda 5 bin şirkete ulaşmayı, Avrupa ve ABD pazarlarına açılmak için çalışmalar sürdürdüklerini belirtiyor.

KUZAY AMERİKA'YA ODAKLANDI

Arvia görüntülü görüşme çözümleriyle firmaların kendi web siteleri içinden müşterileriyle yüz yüze görüşebilmelerini sağlıyor. Tek satır kod yardımıyla web sitesine eklenebilen Arvia Görüntülü Görüşme özelliği sayesinde, firmanın web sitesine gelen ziyaretçiler anında



Burhan Bozkurt

firma yetkilisine bağlanabiliyorlar. Nerede olurlarsa olsunlar buldukları yerden fiziksel mağaza deneyimini yaşayabiliyorlar. Ürünü detaylı olarak görebiliyor, sorularını sorabiliyor, firma yetkilisinden tavsiye alabiliyor ve siteden ayrılmadığı için hemen ardından aynı sayfada ürün satın alımını gerçekleştirebiliyorlar. Firma temsilcilerinin yaptığı bütün görüşmelerin raporlarına Arvia Yönetim paneli üzerinden ulaşabiliyor. Arvia Kurucu Ortağı Burhan Bozkurt, “100 bin dolar tohum öncesi yatırım aldık ve Arvia Inc olarak New York şubemizi açtık. 2024 yılı için büyüme stratejimizde daha çok Kuzey Amerika'ya odaklandık” diyor.

ONLINE SAHTECİLİKTEN KORUYOR

Perakende sektöründe online sahtecilikle mücadele adına tam otomatik yapay zeka tabanlı Online Marka Koruma çözümlerini sunan Counterfake, bu sayede e-ticaret platformlarında, bireysel e-ticaret sitelerinde ve sosyal medya platformlarında sahte ürünleri otomatik olarak tespit ediyor. Bu ürünlerin kaldırılmasını sağlayarak markaları online sahtecilikten koruyor. Türkiye’de 16 markayı sahtecilikten



Furkan Arslan

ÇAĞRI ORÇAN / AKINON KURUCU ORTAĞI VE CSO'SU



“Farklı coğrafyalarda büyüyeceğiz”

“Tamamen bulut üzerinden çalışan, markaların istedikleri kurguları yapabilecekleri Headless ve Composable bir ticaret platformu sunuyoruz. Platformumuz ve destek çözümlerimiz markaların müşterilerle etkileşimde bulunmalarını, gelirlerini artırmalarını ve e-ticaret oyununda önde olmalarına yardımcı oluyor. Bu yıl itibarıyla tüketici markalarına yönelik geliştirdiğimiz inovatif çözümlerimizi ve tecrübemizi kurumsal satış noktasında sorunsuz dijital satış deneyimi arayan şirketlerle de buluşturuyoruz. Hem B2B hem de B2C markalarının çoklu kanal operasyonlarına yönelik hizmet vermeye devam edeceğiz. 16 ülkede faaliyet gösteriyoruz ve 150’den fazla markaya hizmet veriyoruz. Geçtiğimiz senelerde başlattığımız uluslararası açılımımızı yakın dönemde Doğu ve Kuzey Avrupa, MENA, Güney Afrika ve İngiltere’ye taşıdık. Bu yıl bu coğrafyalarda büyümeye devam edip farklı pazarlar için de araştırmaya ve çalışmalarımızı sürdüreceğiz.”

ALP PEKİN / COMMENCIS GENEL MÜDÜR YARDIMCISI



“20’den fazla ülkeye hizmet veriyoruz”

“2018 yılından beri dünyanın en büyük global bulut sağlayıcısı olan AWS’in danışmanlık partneri olarak başta perakende sektörü olmak üzere farklı sektörlerden şirketleri bulut teknolojileriyle buluşturuyoruz. Türkiye’de bulut bilişim alanında en deneyimli teknoloji firmalarından biriyiz. Yaklaşık 500 kişilik bir ekibimiz var. Hayata geçirdiğimiz çözümler 20’den fazla ülkede finans, perakende, e-ticaret, sigorta ve hava yolları gibi farklı sektörlerde faaliyet gösteren büyük ölçekli şirketler tarafından kullanılıyor. Perakende sektöründe müşteri deneyimini güçlendirmek ve satış ekiplerine destek olmak amacıyla hayata geçirdiğimiz bir diğer çözüm ise anlık tercüme uygulaması oldu. 2024 yılı sonunda, bulut bilişim alanında destek verdiğimiz şirket sayımızı 100’ün üzerine çıkarmayı hedefliyoruz. Başta Suudi Arabistan olmak üzere, Ortadoğu hedeflediğimiz bölgeler arasında yer alıyor.”

koruduklarına dikkat çeken Counterfake Kurucusu Furkan Arslan, yakın zamanda özellikle Çin, Asya ve ABD pazarı olmak üzere tüm internette dil ve sınırdan bağımsız online sahtecilikle mücadele edebileceklerini bildiriyor. Ar-

slan, “Tüketicilerin de ürün ilanlarının sahte olup olmadığını, sahte ise sahtecilik ibarelerinin ne olduğunu görebileceği B2C bir mobil uygulama oluşturmak adına çalışmalarımızı sürdürüyoruz” diye konuşuyor.

“Avrupalı KOBİ’leri dijitalleştireceğiz”

KOBİ’lere ve büyük müşterilere online ödemelerin her alanında çözümler geliştiren Ankara merkezli Bakiyem, kısa sürede Türkiye’nin en önemli fintech’lerinden biri haline geldi. Girişimci Umut Yalçın ve ortakları tarafından 2017 yılında kurulan Bakiyem, 2023’te işlem hacmini altı kat artırarak 6,5 milyar TL’ye yükseltirken, müşteri sayısını da yüzde 40 artırdı. Toplam işlem hacmi ise 8,5 milyar TL’yi buldu.

2024 yılına da iddialı başlayan Bakiyem, işlem hacminde 2024 yıl sonu hedefi olan 13 milyar TL’ye 2024 yılının ilk altı ayı itibarıyla ulaşmayı başardı. Şirket, yıl sonu kârlılık hedefi olan 30 milyon TL’ye ulaşabilmek için de çalışmalarını hızla sürdürüyor.

“Payrotta’ ismiyle İngiltere’ye açılıyoruz”

Bugün 52 sektörde 5 bin şirketin kullandığı Bakiyem, şimdi de rotasını yurt dışına çevirdi. 2023’ün çok verimli bir yıl olduğunu ve Türkiye’nin dev şirketlerinin de Bakiyem’in online ödeme çözümlerini tercih ettiğini kaydeden Bakiyem.com CEO’su Umut Yalçın, sağlam ve istikrarlı adımlarla ilerledikleri Türkiye’de edindikleri bilgi ve tecrübeyi Avrupa’ya taşıyacaklarını söylüyor. Türk şirketlerinin ERP ve muhasebe programlarına entegrasyonu, cari takibi, sipariş modülü, fatura ödeme gibi işlemlerinde şirketleri dijitalleştirerek verimini artırırken maliyetlerini 10’da 1’e düşürdüklerine dikkat çeken Yalçın; şimdi de İngiltere üzerinden Avrupalı KOBİ’leri ve şirketleri de Türk yazılımıyla dijitalleştireceklerine işaret ediyor.

Umut Yalçın, global yolculuğa ilişkin planları ve hedeflerine ilişkin şunları paylaşıyor: “Global yolculuğumuzdaki ilk adımımızı Avrupa ile atıyor, bu kapsamda ‘Payrotta’ ismiyle İngiltere’ye açılıyoruz. Tamamen

Bakiyem Ödeme Çözümleri, global yolculukta ilk adımını İngiltere ile atıyor. ‘Payrotta’ ismiyle İngiltere’ye açılacaklarını kaydeden Bakiyem CEO’su Umut Yalçın; Avrupalı KOBİ’leri ve şirketleri de Türk yazılımıyla dijitalleştireceklerini söylüyor.

“Proje bedellerimiz 10 kat daha uygun”

“Fintech şirketleri ile çalışan KOBİ’ler çok uygun bedellerle tam dijitalleşmeyi sağlayabiliyor. Örneğin; kullandıkları ERP ve muhasebe programlarına entegrasyon, cari takibi, sipariş modülü, fatura ödeme gibi özellikler ile müşterilerine hizmet vermek isteyen bir işletmenin ödemesi gereken ücretler 7 haneli bedelleri bulabiliyor. Bakiyem’in ise platform bağımsız çalışan bir entegrasyon dili olduğu için rakiplerinin 10’da 1’i gibi kısa sürelerde dijitalleşmeyi sağlayabiliyoruz. Bu vesileyle de proje bedellerimiz rakiplerimize göre 10 kat daha uygun.”

kendi özsermayemizle kurduğumuz bu yeni şirketimiz, Bakiyem’in şubesi olarak çalışacak. Türkiye’de olduğu gibi İngiltere’de de sahadan ilerleyecek, sahayı tamamen dijitalleştireceğiz. Amacımız, entegratörlük kavramını İngiltere’ye de götürmek. Entegratörlük becerilerimiz sayesinde de firmaların kullandığı satış ve ödeme modüllerinin ağır maddi ve zaman maliyetlerine gerek kalmadan kısa sürede sahayı dijitalleşmelerini sağlayacağız.”

Arap Yarımadası, Güney Afrika, Azerbaycan

Türkiye’de cep telefonlarını POS’a çeviren ilk fintech’lerden birisi olan Bakiyem, beş yılda ödeme sistemleri pazarında Türkiye’deki en önemli entegratörlerden biri haline geldi. Umut Yalçın; Bakiyem’in özellikle ‘0’ yatırım maliyetiyle şirketlerin bütün online ödeme süreçleri olan EFT-havale, DBS (Doğrudan Borçlandırma Servisi) ve bütün banka sanal poslarını tek bir platformdan bütün ERP’lere entegre çalışmasıyla çok önemli bir fayda sağladığını vurguluyor.

Yakın zamanda İngiltere’deki ilk satışını duyurmaya hazırlanan Bakiyem, İngiltere pazarında birkaç yıl içinde büyük bir oyuncu olma hedefiyle ilerleyecek. Şu anda dünyadaki önemli birkaç ödeme şirketiyle de görüşme halinde oldukları bilgisini paylaşan Umut Yalçın; “İngiltere’nin ardından globalleşme rotamızda başta Arap Yarımadası olmak üzere Güney Afrika ve Azerbaycan bulunuyor. Amacımız; yerli fintech teknolojilerinin gücünü yurtdışına taşımak” diyor.

Sertaç Özinal, Bakiyem ailesinde

Bakiyem’i farklı kılan en önemli unsurlardan biri ise finans sektörünün en deneyimli, girişimcilik dünyasının da önde gelen isimlerinden biri olan Sertaç Özinal’ın Bakiyem’in hem yatırımcısı hem de yönetim kurulu üyesi olması. Kariyerine Chicago ve İstanbul’da çalıştığı Andersen Consulting’te başlayan, Pamukbank’ta bireysel bankacılıktan sorumlu üst düzey yöneticilik yapan Özinal; Pamukbank’tan sonra 2004-2011 yılları arasında Bankalararası Kart Merkezi

SERTAÇ ÖZİNAL - UMUT YALÇIN



“Ekonominin kayıt altına alınmasına katkı sunuyoruz”

“2020 YILINDA İKİ KEZ YATIRIM ALDIK” Gazi Üniversitesi Teknokent'teyiz. Bugün alanında uzman kadromuzla kolay, hızlı ve düşük maliyetlerle ödeme almak isteyen firmalara online çözümler sunuyoruz. Kayıt dışı ekonominin kayıt altına alınmasına ciddi katkımız var. Bugüne kadar Bankalararası Kart Merkezi (BKM) eski Genel Müdürü ve Turkish Bank Yönetim Kurulu Üyesi Sertaç Özinal'ın yanı sıra Alesta Yatırım'dan da iki kez yatırım almayı başardık. İlk yatırımımızı 2020 yılında 1 milyon dolar değerlemeyle, ikinci yatırımımızı ise bundan altı ay sonra da 2 milyon dolar değerlemeyle aldık. Yeni yatırımlar için görüşmelerimiz sürüyor.

“SHOPALM, BİNDEN FAZLA KADINA GELİR YARATTI” Bakiyem'in yanı sıra bir de Shopalm isimli bir yatırımımız bulunuyor. Kadın girişimcilerin sosyal medya üzerinden ürün satıp para kazanma olanağı sunan dijital mağaza Shopalm, bugüne kadar binden fazla kadına gelir yarattı. Shopalm de aylık 8 milyon TL işlem hacmine ulaştı.

(BKM) Genel Müdürü olarak görev yaptı.

Purus Partners Kurucu Ortağı olan Sertaç Özinal; fintech, yapay zekâ, siber güvenlik, blockchain ve web3 gibi gelişen teknolojiler konusunda faaliyet gösteren erken aşama girişimlere yatırım yapıyor. Singapur merkezli bir girişim sermayesi şirketi olan True Global Ventures'in genel ortağı olan Özinal, aynı zamanda Turkishbank Yönetim Kurulu Üyesi.

“Bakiyem, Türkiye'nin yeni 'Unicorn'u olabilir”

Bakiyem'in faaliyetlerine ilk başladığı 2017 yılından bugüne 5 bin 500'ün üzerinde müşteriye online ödeme çözümleri sunduğunu belirten Bakiyem Yönetim Kurulu Üyesi ve Yatırımcısı Sertaç Özinal, Bakiyem müşterilerinin yüzde 90'ının KOBİ'lerden, kalan kısmının ise büyük ölçekli şirketlerden oluştuğunu bilgisini veriyor. Ancak işlem hacminin yüzde 50'sini KOBİ'lerin, yüzde 50'sini ise büyük ölçekli şirketlerin oluşturduğunu

kaydeden Özinal, şöyle devam ediyor:

“Bakiyem, Türkiye'nin en büyük şirketleriyle çalışıyor. T. Şişecam ve Flokser gibi devler de Bakiyem'in online ödeme çözümlerini tercih ediyor. Aynı zamanda yatırımcısı olduğum Bakiyem, hedeflerinin her zaman çok önünde gidiyor. Bakiyem'in çok kısa sürede Türkiye'nin yeni 'unicorn'u olacağına inanıyorum. Bu nedenle de büyük bir inançla ve keyifle Bakiyem'in yönetim kuruluna dahil oldum. Dijitalleşen yeni dünyada finans çözümlerinde fintech'lerin rolü daha da büyüyecek ve Bakiyem gibi fintech'lerin, şirketlerin dijital dünyaya entegrasyonuna kolaylık sağlayacağına inanıyorum.”

“Yeni yatırımla ihracatçılara destek olacağız”

E-ticaret lojistiği alanında Türkiye’de hizmet vermeye başlayan ilk lojistik şirketi olan Sertrans, ihracatçıların büyümesine destek olmak için beş yıllık bir yatırım planlıyor. Sertrans Logistics Yönetim Kurulu Başkanı Nilgün Keleş, “Proje kapsamında beş yıl içinde Avrupa’daki toplam depolama kapasitemizi yaklaşık 60 bin metrekareye çıkaracağız” diyor.

Türkiye’de ekonominin bel kemiğini oluşturan KOBİ’ler için e-ticaretin büyümesi önemli fırsatlar yaratıyor. Bu süreçte KOBİ’lerin hem yurtiçi hem de yurtdışı pazarlarda rekabet edebilmesi için dijitalleşme ve lojistik konusunda doğru iş birlikleri hayata geçirmesi stratejik önem taşıyor. E-ticaret lojistiği alanında Türkiye’de hizmet vermeye başlayan ilk lojistik şirketi olan Sertrans, sunduğu hizmetlerle KOBİ’lerin önemli bir iş ortağı konumunda. 140 bin metrekarelik depolama alanı ve milyonlarca ürün kapasitesiyle Türkiye’de ve dünyada pek çok markaya hizmet verdiklerini söyleyen Sertrans Logistics Yönetim Kurulu Başkanı Nilgün Keleş, “Son iki yılda depolama kapasitemizi yüzde 100’e yakın büyüterek, e-ticaret lojistiğine ve lojistiğin yeni ihtiyaçlarına uygun teknolojilere yatırım yapmaya devam ediyoruz” diyor. Sertrans, ihracatçıların büyümesine destek olmak için de önemli bir yatırım planlıyor. “Önümüzdeki beş yılda devreye alacağı toplam 16 depo ile 250 milyon insanın yaşadığı bir coğrafyaya yayılarak; Türk ihracatçısına bu pazarlarda kalıcı olma ve tüm lojistik ihtiyaçlarını tek çatı altında çözebilme imkanı sunacağız” diyen Sertrans Logistics Yönetim Kurulu Başkanı Nilgün Keleş’e e-ticaret yatırımlarını ve yeni dönem hedeflerini sorduk.

2023 yılı nasıl bir oldu sizin için? 2024 yılı büyüme hedefiniz nedir?

Şirket olarak kurulduğumuz günden itibaren ciro obezi bir şirket olmaktan ziyade sürdürülebilir kârlı büyümeyi hedefledik. Bugün finansal açıdan sektörün en iyilerin-

den biri olabilmemizi ve yatırım yapabileceğimiz kapasitemizi koruyabilmemizi bu yaklaşıma borçluyuz. 2024 yılında da bu yaklaşıma sürdüreceğiz. 2023 yılı, AR-GE çalışmalarımıza ağırlık verdiğimiz bir yıl oldu. Can ve mal güvenliği sağlama, verimlilik artışı, yabancı çözümlerin yerine milli ürünler geliştirme gibi amaçlarla çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Büyük veri ve yapay zeka teknolojilerini işimize entegre etmeye, AR-GE ekibimizle şirketimize, sektörümüze ve ülkemize büyük katkılar sağlayacak hizmetler ortaya koymaya devam edeceğiz.

2024 ajandanızda öncelikle başlıklar neler olacak, projelerinizden bahsedebilir misiniz?

2024 yılında teknolojik anlamda yapacağımız yatırımlar devam edecek. Bu yatırımların yanı sıra depolama kapasitemizi daha da genişletmek adına çeşitli adımlar atacağız. 2030 vizyonumuz doğrultusunda organizasyon yapımızda yapacağımız iyileştirmeler, uygulayacağımız yeni politikalar ve İK teknolojilerine yapacağımız yatırımlarla yakın vade hedefimiz olan 2025 yılında “Türkiye’nin en iyi lojistik organizasyonu” olma vizyonuna uygun olarak 2024 yılında önemli adımlar atacağız. Bu adımlar 2030 hedeflerine ulaşma noktasında hızlanmamıza yardımcı olacak.

Depolama kapasitesiniz nedir? Depolama yatırımlarınız olacak mı yeni yılda?

Hali hazırda 140 bin metrekareyi aşan bir depolama kapasitesine sahibiz. Bu sayıyı 2024’te 200 bin metrekarenin üzerine taşımayı planlıyoruz.

“Uçtan uca çözüm sunuyoruz”

“Sertrans Logistics, 1989 yılında İstanbul’da bir aile şirketi olarak kuruldu. Kurulduğumuz ilk yıllarda uluslararası parsiyel ve multimodal taşımacılık alanında hizmet veren bir şirket iken, bugün gelinen noktada uçtan uca çözüm sunan, 4PL olma yolunda ilerleyen, 3PL lojistik şirketine dönüştük. Avrupa’daki direkt hatlarımızla 19 ülkede 80’den fazla noktaya direkt komple ve parsiyel taşımacılık hizmeti sunuyor; uluslararası kara, hava, deniz yolu ve multimodal taşımacılık hizmetlerimizle dünyanın 200’e yakın ülkesinde 800’den fazla noktaya hizmet veriyoruz. E-ticaret lojistiğinin yanı sıra serbest ve gümrüklü depolama alanında ülkemizin kapasitesi ve yetkinlikleri en geniş lojistik şirketlerinden biriyiz. Güçlü temsilci ağıımız ve global referanslarımızla dünyanın pek çok bölgesinde tanınırlığa ve güvenilirliğe sahibiz. 2030 yılına kadar mevcutta Almanya’da yer alan depo ve satış ofisi yapılanmamızı Avrupa’ya yayarak Avrupa’da yerleşik düzende lojistik hizmeti vermeyi hedefliyoruz. 2030 yılına kadar teknolojik, insan kaynağı, depolama ve benzeri alanlara yapacağımız yatırımlarla ülkemizin en büyük lojistik şirketi olma hedefine ulaşma arzusundayız.”

NİLGÜN KELEŞ



E-ticarette yeni depo yatırımı planı var mı, ne kadarlık yatırım planlıyorsunuz?

E-ticaret lojistiği alanında ülkemizde hizmet vermeye başlayan ilk lojistik şirket olarak, 140 bin metrekarelik depolama alanımız ve milyonlarca ürün kapasitemizle ülkemizde ve dünyada pek çok markaya hizmet veriyoruz. Son iki yılda depolama kapasitemizi yüzde 100'e yakın büyüterek, e-ticaret lojistiğine ve lojistiğin yeni ihtiyaçlarına uygun teknolojilere yatırım yapmaya devam ediyoruz.

Yurt dışı operasyonlarınızdan bahsedebilir misiniz?

Türkiye ihracatçısının uluslararası tedarik ve dağıtım zincirlerine daha hızlı ve rekabetçi fiyatlarla nüfuz etmelerini temin etmek ve önemli pazarlardaki ihracat performansının istikrarlı şekilde büyümesine imkân sağlayacak altyapı olanaklarının oluşturması sürecine destek verme hedefiyle önemli bir projeyi hayata geçiriyoruz. Önümüzdeki beş yılda devreye alacağımız toplam 16 depo ile 250 milyon insanın yaşadığı bir coğrafyaya yayılarak; Türk ihracatçısına bu pazarlarda kalıcı olma ve tüm lojistik ihtiyaçlarını tek çatı altında çözebilme imkanı sunacağız. Proje kapsamında beş yıl içinde Avrupa'daki toplam depolama

kapasitemizi yaklaşık 60 bin metrekareye çıkaracağız. Türkiye ihracatına büyük katkı sağlayarak ihracat potansiyelini geliştirmeyi hedefliyoruz.

Dijitalleşmeye yönelik yatırımlarınızdan bahsedebilir misiniz?

Günümüzde lojistik sektörü, sürekli değişen ve gelişen bir yapıya sahip. Bu dinamik sektörde rekabet avantajı sağlamak ve operasyonel verimliliği artırmak için teknoloji kullanımı kaçınılmaz bir öneme sahip. Teknolojinin lojistikteki rolü, tedarik zinciri yönetiminden depo operasyonlarına, taşımacılıktan envanter takibine kadar geniş bir yelpazeyi kapsıyor. Otomasyon sistemleri, güçlü yazılımlar ve dijital platformlar, iş süreçlerini optimize etmede ve verimliliği artırmada kilit rol oynuyor. Sertrans bu noktalar özelinde kasları oldukça güçlü bir şirket. Şirketimiz, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığına akredite sektörümüzün sayılı Ar-Ge merkezlerinden birine sahip. Öyle ki Sertrans AR-GE merkezi, yapılan araştırmalarda sektörümüzün en fazla AR-GE yatırımı yapan ilk beş merkezinden biri konumunda. Son dönemde hayata geçirdiğimiz ülkemizin ilk yapay zekâ destekli WMS yazılımı Akıl İş sadece şirketimiz için değil, sektörel anlamda son derece önemli bir yatırım. 2030

hedeflerimiz doğrultusunda AR-GE çalışmalarımıza ağırlık vererek gerek depo gerekse uluslararası nakliye operasyonlarımıza dair teknolojik altyapı seviyemizi her geçen gün biraz daha geliştirmeye devam edeceğiz.

Lojistik trendleri pandemiden sonra nasıl değişti. 2024 yılı pazara ilişkin öngörüleriniz nelerdir?

Lojistik sektöründe son yıllarda son derece büyük bir değişim yaşanıyor. Teknolojik anlamda verimlilik ve hız noktasında sektörün yeni teknolojiler ve çözümlerle tanışma hızı son derece yüksek. Sektörümüzün hizmet verdiği hemen hemen her sektörde rekabette hız, ürünün bulunabilirliği, kapasite, teslimat ve verimlilik oldukça büyük önem taşıyor. Dolayısıyla, küresel pazarlardaki değişimlere hızlı yanıt verebilen, hizmetlerini ihtiyaçlara göre şekillendirebilecek kadar esnek ve yüksek verimlilikle hizmet verebilen lojistik şirketleri, hizmet verdiği markaları bir adım öne taşıyor. Lojistik sektöründe her yeni teknolojik gelişim, iş süreçlerine hız ve esneklik katıyor, rekabette markaları bir adım öne geçiriyor. Sertrans olarak biz de bu yaklaşıma uygun şekilde, güçlü IT altyapımız ve ileri teknoloji-mizle, müşterilerimize yüksek standartlarda lojistik hizmeti sunuyoruz.

3 milyon dolar tohum öncesi yatırım aldı

Türkiye girişimcilik ekosistemindeki son yatırım haberlerinden biri, oyun sektöründen geldi. Yerli mobil oyun şirketi Grand Games, Earlybird Digital East Fund liderliğinde, 3 milyon dolar tohum öncesi yatırım aldı. Laton Ventures'un da katılımcıları arasında yer aldığı yatırım turu, Earlybird'ün Türkiye'de Peak Games'ten sonraki ilk oyun sektörü yatırımı oldu.

“İnovasyonla farklılaşacağız”

Daha önce Good Job Games ve Moon Active gibi sektörün önde gelen oyun şirketlerinde çalışan, Zen Match, Wonder Blast gibi oyunlarda lider pozisyonlarda görev alan Bekir Batuhan Çelebi, Mustafa Fırtına ve Mehmet Çalım tarafından kurulan Grand Games, milyonlarca kişi tarafından oynanacak uzun ömürlü mobil oyunlar geliştirme hedefiyle yola çıktı. Oyun sektöründeki şirket sayısının son 5 yılda çok arttığını, ancak başarılı oyunların sayısının azaldığını belirten Grand Games Kurucu Ortağı Bekir Batuhan Çelebi, “Oyun sektörü yükselişte olsa da inovatif ve kaliteli üretilmeye çok az rastlanıyor. Grand Games olarak hissiyat odaklı yaklaşımımız ile şans ve sosyal rekabet üzerine odaklandığımız yüksek kalitede oyunlar geliştireceğiz. Yazılım, ürün geliştirme, sanat ve pazarlama gibi alt disiplinlerden çok tecrübeli insanlar barındıran ekibimiz ve stratejimiz ile başarılı olacağımıza inancımız tam” dedi.

Yeni oyunlar yolda

Hızlı üretmen ve kullanıcılarından hızlı geri dönüşler almanın gücüne inanan Grand Games ilk oyunlarını yayına aldıklarını açıkladı. iOS ve Android platformunda yayında olan Magic Sort! oyununu ABD’de soft launch çıkartarak ilk oyunlarını oyunseverlerle buluşturdu. Yeni oyunlar konusunda da ipuçları veren Bekir Batuhan Çelebi: “Grand Games olarak ilk aylarımızda Puzzle oyunlarına odaklandıktan sonra sosyal rekabet ve etkileşimi bambaşka bir noktaya

Yerli mobil oyun şirketi Grand Games, Peak Games’ten sonra ilk oyun sektörü yatırımını yapan Earlybird liderliğinde, 3 milyon dolar tohum öncesi yatırım aldı.



“Hedefimiz Türkiye’den yeni bir unicorn çıkarmak”

Aldıkları yatırımı kendileri gibi oyun ekosistemini değiştirme ile ilgili tutkulu insanlardan bir ekip kurmak için kullanacağını belirten Grand Games Kurucu Ortağı Bekir Batuhan Çelebi, değerlendirmelerini şu ifadelerle sonlandırdı:

“Hedefimiz, Peak Games ve Dream Games gibi, oyun ekosisteminde unicorn statüsüne erişmiş şirketlerin arasında yer almak. Bu yolculukta bize inanan ve destek veren tohum öncesi yatırımcılarımıza teşekkür ederiz.”

taşıyacak amiral gemisi oyunumuzu da 2025’in başlarında yayınlamayı planlıyoruz” dedi.

Türkiye’deki ikinci oyun yatırımı

Earlybird Digital East Fund liderliğinde gerçekleştirilen tohum öncesi yatırım turuna, Laton Ventures ve de katıldı. Avrupa’daki teknoloji yenilikçilerini hedefleyen Earlybird, daha önce Türkiye’de, Haziran 2020’de Zynga’ya 1,8 milyar dolara satılan ve Türkiye’nin ilk unicorn’u olan Peak Games’e de yatırım yapmıştı. Grand Games yatırımı, Earlybird’ün Türkiye’deki ikinci oyun yatırımı oldu. Türkiye’nin uygulama mağazala-

rında zirveyi zorlayan ve dünya çapında sevilen mobil oyunlar geliştirme konusunda oldukça başarılı bir geçmişinin olduğunu dile getiren Earlybird Digital East Fund’tan Oğuzhan Özer, “Türkiye’deki oyun ekosisteminin on yılı aşkın süredir devam eden gelişimine ve özellikle Peak Games’in satın alımından sonra küresel çapta bir merkez haline gelmesine tanıklık ettik. Sektörün zorluklarını da bilen seçici bir yatırım firması olarak Grand Games’i bizim için farklı kılan şey ekiplerinin kalitesi ve vizyonları oldu. Bu heyecan verici yolculuklarında onları desteklemekten büyük mutluluk duyuyoruz” dedi.

Üretken yapay zekada girişim rüzgarı esiyor

Türkiye Yapay Zekâ İnisiyatifi (TRAI) bünyesindeki yapay zekâ girişim sayısı, 12 yeni start up ile 2024'ün ikinci çeyreğinde 350'ye çıktı. Son bir yılda girişim sayısının en çok arttığı kategori ise 'Üretken Yapay Zekâ' oldu.

Türkiye Yapay Zekâ İnisiyatifi (TRAI) Türkiye'de yapay zekâ farkındalığını artırmak ve ekosistemi geliştirmek amacıyla 2017'de kurulmuş bir girişim olarak faaliyetlerini sürdürüyor. TRAI Meet-Up, yapay zekâ seminerleri, yapay zekâ zirveleri, demo-day gibi yüzlerce etkinlik gerçekleştiren TRAI, ekosisteminde yer alan 350 yapay zekâ girişiminin akademi, özel sektör ve yatırımcılarla buluşmasına, ortak projeler gerçekleştirmelerine ve yurt dışına açılmalarına yardımcı oluyor. TRAI ekosisteminde, girişimlerin yanı sıra 80'den fazla özel sektör şirketi de yer alıyor.

CAN SİNEMLİ



En çok çalışılan alan 'yapay görü' oldu

TRAI tarafından yayınlanan Yapay Zekâ Girişimleri Haritası, ekosisteme dair önemli bilgiler ortaya koyuyor. Haritaya göre; Türkiye'de yapay zekâ girişimlerinin en çok tercih ettikleri alanlara bakıldığında ise ilk üç sırada yapay görü (82 girişim), öngörü ve veri analitiği (66 girişim) ve makine öğrenmesi (55 girişim) yer alıyor.



En çok ilgiyi 'Üretken Yapay Zekâ' gördü

Kurulduğu 2017 yılında 24 yapay zekâ girişimiyle yola çıkan TRAI, Türkiye'de son yıllarda yapay zekâ alanında çalışan yeni girişimlerin gösterdiği başarılı büyümeyi ortaya koyan TRAI Yapay Zekâ Girişimleri Haritası'nı yayınladı. Verilere göre; 2024 yılının ikinci çeyreği itibarıyla TRAI bünyesine 12 yeni start up eklendi.

'Akıllı Platformlar,' 'Arama Motoru ve Asistanı', 'Chatbotlar ve Diyalogsal YZ', 'Öngörü ve Veri Analitiği', 'Nesnelere İnterneti' başta olmak üzere 12 farklı kategorideki girişimlerin izlendiği haritada; son bir yılda girişim sayısının en çok arttığı kategori 'Üretken Yapay Zekâ' oldu. 2023 yılının mart ayında beş girişimciye sahip olan 'Üretken Yapay Zekâ' kategorisi, 2024 yılının haziran ayında 22'ye ulaştı. Bu kategoriyi 'Nesnelere İnterneti' ile 'Öngörü ve Veri Analitiği' kategorileri takip etti.

"Özel sektör liderleri için önemli bir kaynak"

Yapay zekâ girişimleri haritasına ilişkin değerlendirmelerde bulunan TRAI Direktörü Can Sinemli, yılın her çeyreğinde özenle hazırlayarak yayınladıkları TRAI Yapay Zekâ Girişimleri Haritası'nın özel sektör liderleri ve yatırımcılar için önemli bir kaynak oluşturduğuna dikkat çekiyor. Bu harita sayesinde yatırımcıların yeni potansiyel girişimleri takip edebildiğine dikkat çeken Can Sinemli, haritanın iş birliği arayışındaki şirketler için de değerli bir rehber niteliği taşıdığının altını çiziyor. "Bugün geldiğimiz noktada 350 yapay zekâ girişimine ev sahipliği yapmanın mutluluğunu yaşıyoruz" diyen Can Sinemli, ilerleyen dönemde bu sayının katlanarak artacağına ve bu alanda daha çok yatırımların gerçekleşeceğine inandıklarını da sözlerine ekliyor.

“2025’te global pazarlara açılacağız”

Dijital içerik ve mobil uygulama üreticisi Teknasyon, dijital içerik sağlayıcılar için yeni girişimi Zotlo Store’u hayata geçirdi. Zotlo Store, dijital içerik sağlayıcılar için ‘web satışlarınızı’ hızlandıracak bir alternatif olarak kullanıcılara sunulacak. Dijital içerik sağlayıcılar için ödeme yöntemlerinde kolaylık sağlayan Zotlo, global ödemelerin kabul edilmesinde ve A/B testleriyle satışların artırılmasına yardımcı olacak. Özellikle abonelik hizmetleri sunan işletmeler için, dünya çapında ödemeleri kabul etme ve abonelikleri yönetme gibi kritik sorunlara çözümler sunarak, kullanıcı kazanım maliyetlerini düşürecek ve uygulama marketlerinin baskısını azaltacak. Şirketin kuruluş hikayesini Zotlo Store Ürün Direktörü Didem Yeniçağ Yağcı ile konuştuk.

Zotlo Store’un doğuş hikayesi hakkında bilgi verir misiniz?

Teknasyon olarak uzun yıllardır mobil sektörde faaliyet gösteriyoruz. Aynı anda onlarca mobil uygulama geliştiriyoruz ve bu uygulamalar milyonlarca kullanıcı tarafından global ölçekte kullanılıyor. Dinamik bir sektörde faaliyet gösterdiğimiz için sürekli değişen trendler, teknolojiler ve regülasyonlara ayak uydurmayı kendimize görev biliyoruz. Zotlo Store da bu süreçlerin bir ürünü olarak doğdu. Kullanıcı gizliliğiyle ilgili düzenlemeler pazarlama maliyetlerini artırırken, yüksek mağaza komisyonları da karlılığı etkiliyordu. Bu durum bize, karlılığı koruyacak yeni çözümler bulmamız gerektiğini gösterdi ve web’deki bu potansiyele odaklandık. Web’de kullanıcılarla etkileşim ve satış için harika fırsatlar olduğunu gördük. İlk etapta web satış ve abonelik yönetim altyapımızı ve Web-To-App dediğimiz Web’den satın alınan ürünlerin mobil uygulamalarla senkronizasyonu

Dijital içerik sağlayıcılar için ödeme yöntemlerinde kolaylık sağlamak üzere faaliyete geçtiklerini belirten Zotlo Store Ürün Direktörü Didem Yeniçağ Yağcı, “2024’te ilk son kullanıcı mağazamızı açmayı, 2025’te ise global pazarlara açılmayı hedefliyoruz” diyor.

“KOBİ’ler dijital dünyaya adım atmalı”

“KOBİ’ler için dijital servisler sunmanın pek çok avantajı var. Dijital servisler, coğrafi sınırlamaları ortadan kaldırarak, şirketlerin ürün ve hizmetlerini daha geniş bir pazarda sunmalarını ve daha fazla müşteriye ulaşmalarını sağlıyorlar. Ayrıca, fiziksel mağaza, depolama, teslimat gibi giderlerin olmaması, operasyonel olarak daha düşük maliyetlerle iş yapmayı mümkün kılıyor. Müşteri odaklı çözümler, hızlı yenilik ve teknolojiye uyum sağlama gibi avantajlar, işletmelerin rekabet avantajı elde etmelerine de yardımcı oluyor. Bu avantajlardan faydalanmak ve dijital dünyaya adım atmak KOBİ’ler için stratejik bir karar.”



DİDEM
YENİÇAĞ
YAĞCI

nu sağlayan servisimizi geliştirdik. Ancak, satış sitelerinin ön yüzünü geliştirmek de maliyetliydi ve trend takibi ile A/B testleri gibi kritik konularda bizi yavaşlatıyordu. Bunun üzerine, geliştirdiğimiz altyapıya kod yazmadan satış sitesi tasarlama servisini de ekledik. Bu çözüm de eklenince Zotlo Store web’den satış ve abonelik yönetimi sağlayan uçtan uca bir platforma dönüştü. Sektördeki diğer oyuncuların da bu tür bir çözüme ihtiyaç duyduğunu bildiğimiz için, bu çözümü tüm ekosistemin faydalanabileceği bir B2B SAAS platformu olarak sunduk ve geçtiğimiz ay Türkiye lansmanını gerçekleştirdik.

Sektördeki hangi açığı kapatmayı hedefliyorsunuz?

Zotlo Store, öncelikle mobil uygulama geliştiricilerine yönelik her şey dahil bir web-to-app çözümü sunarak sektörde önemli bir açığı kapatmayı

hedefliyor. Web-to-app yöntemi, uygulama içi servislerin, uygulama dışından web sitesi üzerinden satışının yapılıp, ardından mobil uygulama içine senkronize edilmesini içeriyor. Bu yöntem, web üzerinde geniş bir kullanıcı kitlesine çok daha düşük maliyetlerle ulaşmayı, mağaza komisyonlarından tasarruf etmeyi ve yüksek dönüşüm ve abonelik tutunması sağlıyor. Ancak, web-to-app uygulamaları çeşitli zorluklarla dolu. Ödeme ve abonelik yönetim altyapısına ihtiyaç duyuluyor; ödeme sağlayıcılarla anlaşma süreçleri, ödeme yöntemlerinin çeşitlendirilmesi ve yerleştirilmesi gibi konuların çözülmesi gerekiyor. Satış sitelerinin hazırlanması, trend değişimlerine adapte edilmesi, yerleştirme, takip ve ölçümleme gibi birçok detay, derin kodlama, kaynak ve zaman gerektiriyor. Ayrıca, vergi, fatura, harcama itirazları gibi finansal operasyonların yönetimi ile güvenlik ve dolandırıcılık algılama konularında finansal ve teknik bilgiye ihtiyaç duyuluyor. Zotlo Store, bu zorlukları ortadan kaldırarak, web'den satış yapmak ve web'in potansiyelinden faydalanmak isteyen mobil uygulama sahiplerine, bu alanda bilgi ve tecrübe gerektirmeden hızlı ve düşük maliyetli hazır bir çözüm sunuyor. Platformumuz, kullanıcıların çok kısa sürede satış sitesi oluşturmalarına, ödeme ve abonelik işlemlerini yönetmelerine ve global çapta web'de satış yapmalarına olanak tanıyor. Bunun yanı sıra, yakında açmaya hazırladığımız son kullanıcı mağazamız üzerinden de geliştiricilere web üzerinden satış yapabilecekleri yeni bir satış kanalı oluşturarak hem B2B hem B2C alanında hizmet sunmayı planlıyoruz.

2024 büyüme hedefiniz ve büyüme stratejiniz nedir?

2024 yılı için öncelikli hedefimiz, Zotlo Store'u Türkiye'de tanınan ve tercih edilen bir marka haline getirmek. Yaklaşık bir yıldır beta sürecindeyiz ve bu süre zarfında birçok partnerimiz Zotlo Store'u kullanmaya başladı. 2024 yılı bitmeden, bizi çok heyecanlandıran son kullanıcı mağazamızı da açmayı planlıyoruz. Her türlü dijital servis ve içeriğin satın alınabileceği bu mağaza sayesinde hem B2B hem de B2C alanlarında hiz-



met sunmaya başlayacağız. Bu adım, marka bilinirliğimizi son kullanıcılar nezdinde de artıracak ve aynı zamanda partnerlerimize yeni bir satış kanalı sunmamızı sağlayacak. Türkiye pazarında olgunlaşmamızı tamamladıktan sonra, 2025 yılı itibarıyla global pazarlara açılmayı hedefliyoruz. Uluslararası pazarda Zotlo Store'u tanıtmak ve geniş bir kullanıcı kitlesine ulaşmak için kapsamlı bir strateji üzerinde çalışıyoruz. Küresel ölçekte de başarılı olacağımıza inanıyoruz ve bu yönde gerekli hazırlıkları yapıyoruz. Bu hedeflere ulaşmak için, sürekli olarak kullanıcı geri bildirimlerini dinliyor, hizmetlerimizi geliştiriyor ve yeni özellikler ekliyoruz. Amacımız, kullanıcılarımızın ihtiyaçlarını en iyi şekilde karşılayarak onların başarısına katkıda bulunmak, onlarla büyümek ve dijital hizmet sağlayıcılarının tercih ettiği bir platform olmak.



Kaç kişilik bir ekip var bu ürünün arkasında?

Zotlo Store'un arkasında oldukça yetkin ve özverili bir ekip bulunuyor. Ürün geliştirme ekibimiz şu anda 15 kişiden oluşuyor. Bu ekip, yazılım mühendisleri, UI/UX tasarımcıları, analiz/test uzmanları ve ürün yöneticilerinden oluşan, alanlarında uzman profesyonellerden oluşuyor. Her biri, ürünün teknik altyapısını ve kullanıcı deneyimini mükemmelleştirmek için çok yoğun çalışıyor. Ancak, Zotlo Store'un başarısı sadece ürün geliştirme ekibimizin çalışmalarıyla sınırlı değil. Operasyon, satış ve pazarlama alanlarında da çok daha geniş bir ekipten destek alıyoruz. Satış ve pazarlama ekibimiz, ürünümüzü doğru hedef kitleye ulaştırmak ve marka bilinirliğimizi artırmak için stratejik çalışmalar yürütüyor. Operasyon ekibimiz ise günlük işleyişin sorunsuz ilerlemesini sağlıyor. Müşteri desteği, finansal süreçlerin yönetimi gibi konularda kullanıcı memnuniyetini en üst düzeyde tutmayı hedefleyerek çalışıyoruz. Elbette, finansal ve hukuksal konularda da danışmanlardan destek alıyoruz. Bu profesyoneller, finansal planlama, vergi yönetimi, hukuki düzenlemelere uyum gibi konularda ekibimize rehberlik ediyor ve böylece tüm süreçlerimizin yasal ve mali açıdan sorunsuz ilerlemesini sağlıyorlar.

“5 yıl içinde küresel marka olmak istiyoruz”

Geleneksel bannerlara göre 10 kat daha fazla etkileşim sağlayan bir reklam teknolojisi şirketi olan Ingosa, gözünü küresel pazarlara dikti. Ingosa'nın Kurucu Ortağı ve CEO'su Gökçe Duman, “Önümüzdeki 5 yıl içinde, Ingosa'yı global bir marka haline getirecek ve dijital reklamcılıkta lider bir konuma yükselteceğiz” diyor.

İşletmelerin, pazarlamacıların ve reklam ajanslarının saniyeler içinde ilgi çekici, dönüşüm odaklı reklam metinleri ve diyalog bazlı reklam kreatifleri (conversational banner) oluşturmalarına yardımcı olan bir reklam teknolojisi şirketi olan Ingosa, geleneksel bannerlara göre 10 kat daha fazla etkileşim sağlayarak, satın alma niyetini ve marka hatırlanabilirliğini artırıyor ve çerezsiz bir dünyada birinci taraf veri toplamayı kolaylaştırıyor. Geçen yıl 1,5 milyon dolar değerlendirme üzerinden yatırım alan şirket, yatırım turunda Doğu Yeni Girişimler ve Aegean Ventures ile Arya Melek Yatırım Ağı'ndan melek yatırımcılar yer aldı. Ingosa'nın Kurucu Ortağı ve CEO'su Gökçe Duman ile şirketin kuruluş hikayesi ve gelecek hedeflerini konuştuk.

Kendiniz ve şirketinizin kuruluş hikayesi hakkında bilgi verir misiniz?

Ingosa, Nisan 2022'de Dürin Artuk, Muhammer Okumuş ve benim tarafından kuruldu. Amacımız, dijital reklamcılık dünyasında devrim yaratan bir teknoloji geliştirmekti. Üretken yapay zeka ve konuşma tabanlı AI kullanarak, markaların tüketicilerle gerçek zamanlı ve kişiselleştirilmiş diyaloglar kurmasını sağlayan bir platform oluşturduk. İlk günlerden itibaren, vizyonumuzu gerçeğe dönüştürmek için büyük bir tutku ve azimle çalıştık.

Çalışan sayınız nedir?

Ingosa, kurucu ortaklar, yazılım ekibi, mentorlar ve global expansion partnerlerden oluşan 10 kişilik dinamik bir ekipten oluşmaktadır. Bu çeşitli yetenek havuzu, şirketimizin yenilikçi çözümler üretmesine ve global pazarlarda bü-

“Partners, yeni bir başlangıç oldu”

“Garanti BBVA Partners programı, Ingosa'nın büyüme yolculuğunda yeni bir başlangıç noktası oldu. Şu ana kadar ihtiyaç belirleme toplantıları gerçekleştirildi ve öncelikli olarak ürün geliştirme ve PR desteklerinden faydalanmayı planlıyoruz. PR destekleri konusunda hızlı adımlar atıldı ve bu alandaki çalışmalarımız hızla devam ediyor. Programın, stratejik hedeflerimize ulaşmamızda önemli bir rol oynayacağına inanıyoruz.”



GÖKÇE DUMAN

nızdan bahseder misiniz?

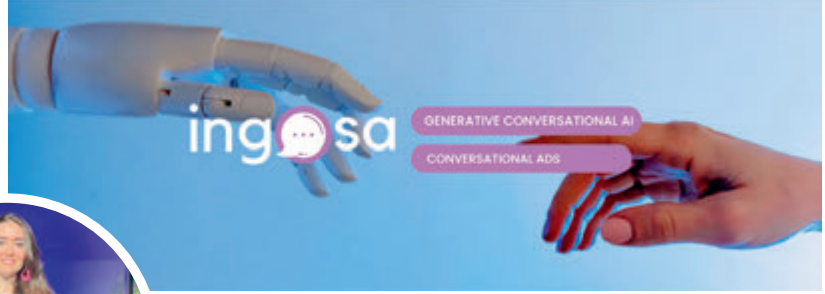
Ingosa olarak, dijital reklamcılık ve pazarlama teknolojileri alanında faaliyet gösteriyoruz. Üretken yapay zeka ve konuşma tabanlı AI teknolojilerimizi kullanarak, markaların dijital reklam kampanyalarını daha etkileşimli ve kişiselleştirilmiş hale getiriyoruz. Platformumuz, reklam bannerları içinde gerçek zamanlı diyaloglar oluşturarak kullanıcı deneyimini zenginleştiriyor ve çerezsiz (cookie) bir dünyada birinci parti veri toplama süreçlerine can simidi oluyor.

Geçen yıl önemli bir yatırım turuna çıktınız. Elde ettiğiniz geliri nasıl değerlendiriyorsunuz?

Yatırımcılarımızın Ingosa'nın misyonuna ve potansiyeline göstermiş olduğu güven bizi heyecanlandırıyor. Bu finansman, reklam teknolojisi endüstrisini kişiselleştirilmiş ve etkileşimli dijital reklamcılıkta yeni bir çağa taşıma hedeflerimizi daha hızlı gerçekleştirmemize yardımcı olacak. Markalar ve tüketiciler arasındaki ilişkiyi çerezsiz bir dünyada yeniden tanımlıyoruz. Platformumuz yalnızca reklam deneyimini kişiselleştirmekle kalmıyor, aynı zamanda veri toplamaya yeni bir yaklaşım sunuyor.

Son dönemde odaklandığınız alanlar hangileri?

Son dönemde, kullanıcı etkileşimini artırmaya ve veri toplama süreçlerini iyileştirmeye odaklandık. Özellikle, global pazarlarda genişlemeye yönelik stratejiler geliştirmekteyiz. Kuzey Amerika, İngiltere, Hollanda ve Fransa



gibi pazarlardan talep alıyoruz. Ayrıca, sürdürülebilirlik ve veri güvenliği konularına da büyük önem veriyoruz.

Önümüzdeki 5 yıla ilişkin hedefleriniz nasıl şekilleniyor?

Önümüzdeki 5 yıl içinde, Ingosa'yı global bir marka haline getirecek ve dijital reklamcılıkta lider bir konuma yükselteceğiz. Bu süreçte, teknolojimizi sürekli olarak geliştirmeye, müşteri tabanımızı genişletmeye ve yeni pazarlara açılmaya odaklanacağız. Ayrıca, sürdürülebilirlik ve veri güvenliği konularında da yenilikçi çözümler sunmaya devam edeceğiz.

Hizmet verdiğiniz iş ortaklarınız arasında kimler var?

Volkswagen, Audi, BMW, Citroen, Nissan, Mediamarkt, Sephora, HSBC, Dominos, PepsiCo, Samsung ve Grundig gibi dünyaca ünlü markalarla iş birliği yapıyoruz. Publicis Groupe, WPP, Opportune (eski adıyla SEM), Hype, Ingage ve OMD gibi dijital medya ajansları da dijital reklamcılık stratejilerinde devrim yaratmak için Ingosa'nın teknolojisine güveniyor.

Şirketiniz Garanti BBVA Partners Tech Girişim Hızlandırma Programı'nda AntiCon Martech ve SalesTech Pitch Of'ta birincilik ödülü kazandınız. Bu başarı nasıl geldi?

AntiCon Martech ve SalesTech Pitch Of'un pazarlama ve satış teknolojileri alanında ki en önemli etkinliklerden biri. Alanında uzman kişilerin bir arada bulunduğu saygın bir jüri tarafından ödüle layık görüldük. Bu zafer, ekibimizin sıkı çalışmasının ve reklam endüstrisini dönüştürme potansiyeline sahip konuşma tabanlı yapay zekanın bir kanıtıdır. Londra AntiCon'dan aldığımız bu ödül, teknolojimizin pazarlama ve ötesinde ne kadar ileri gidebileceğini sürdürülebilir şekilde yenilik yapma ve sınırları zorlama azmimizi pekiştiriyor. Bu etkinlikten ödülü yanı sıra Ingosa'yı daha da geliştireceğimiz geri bildirimlerle dönüyoruz. İşletmelerin müşterileriyle bağlantı kurmalarına ve başarıya ulaşmalarına olanak tanıyan çözümler geliştirmeye devam edeceğiz.

Yapay zeka alanında Türkiye'deki girişimler ne düzeyde seyrediyor?

Türkiye'deki yapay zeka girişimleri hızla geliyor ve küresel arenada rekabet edilecek düzeyde yenilikçi çözümler sunuyor. Özellikle, pazarlama, sağlık, finans ve e-ticaret gibi sektörlerde yapay zeka uygulamaları yaygınlaşmakta ve büyük bir potansiyele sahip. Türkiye, genç ve dinamik girişimci nüfusu ile bu alanda büyük fırsatlar sunuyor.

Yapay zeka alanına girmek isteyen girişimciler nelere dikkat etmeli?

Yapay zeka alanına girmek isteyen girişimcilerin, öncelikle güçlü bir teknik bilgiye sahip olmaları ve sürekli öğrenmeye açık olmaları önemlidir. Ayrıca, veri güvenliği ve etik konulara dikkat etmeleri gerekmektedir. Pazar ihtiyaçlarını iyi analiz ederek, yenilikçi ve kullanıcı odaklı çözümler geliştirmeleri de başarının anahtarıdır.



“İki markamızla da iddialı büyüyeceğiz”

Üniversite yıllarında babasının rulman şirketinde çalışma hayatına atılan Nilüfer Şener, aile şirketinden sonra Enkay Trade’de göreve başladı. Enkay çatısı altında iki girişimi de hayata geçiren Şener, “Markalara dünyaya açılma fırsatı sunan fmcgstore.com’un ve değerli taşlarla zengin formülleri buluşturan kozmetik markası ‘Beauty&More’un kurucusuyum. İkisinde de iddialı bir büyüme hedefliyoruz” diyor.

İş dünyasında, çalışma hayatına daha üniversite yıllarındayken başlayan ve zamanla bunun meyvelerini toplayan pek çok isim var. Genç girişimci Nilüfer Şener de onlardan biri. Yıldız Teknik Üniversitesi’nde okuduğu yıllarda aile şirketlerinde babası ile omuz omuza çalışan Şener, şirketlerinin yurtdışı ticaretinde ve iş hacminin büyümesinde büyük katkıda bulunuyor. Mezun olduktan sonra da şirketlerindeki görevine bir süre daha devam ediyor. Sonrasında ise 35 yıldır FMCG alanında faaliyet gösteren 80’i aşkın ülkeye ihracat yapan Enkay Trade’in üst düzey yöneticisi ve ortağı olarak görev yapmaya başlıyor. Şirketteki bu profesyonel görevinin yanı sıra girişimcilğe de soyunan Şener önce, markasına dünyada yer edinmek isteyen satıcılara ürünlerini tanıtmak için sunan Fmcgstore.com’u kuruyor. Ardından da değerli taşların içeriğindeki zengin mineralleri, başarısı ispatlanmış cilt bakım formülleriyle birleştirdiği ‘Beauty&More’ kozmetik markasını yaratıyor. Girişim yolculuğundan hedeflerine kadar pek çok konuyu konuştuğumuz Nilüfer Şener, sorularımızı şöyle yanıtlıyor:

Biraz kendinizden söz eder misiniz?

Yıldız Teknik Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü’nden ‘onur öğrencisi’ olarak mezun olduktan sonra kariyerime aile şirketimizde devam ettim. Aslında çalışmaya üniversite yıllarımda başlamıştım. Arkadaşlarım okuldan çıkışta keyifli aktiviteler peşinde koşarken ben babamın yanına ofisimize giderdim. Babam bir makine parçası

“Dünyada ses getirmeyi hedefliyoruz”

“Beauty&More markasının başarısını Türkiye ve dünyada ispatladıktan sonra, farklı markalarla birlikte karşınızda olacağız, Ar-Ge çalışmalarımız devam etmekte. Kısa vadeli hedefimiz, ürünlerimizin Türkiye’de tüm online platformlar, seçkin eczane ve parfümerilerde yüz bakım kategorisinin en çok satılan ürünleri haline getirmek. Orta ve uzun vadede ise markamızı, dünyanın en seçkin online platformları, drugstore ve dermokozmetik satış noktalarında listeleterek bulunduğu kategorilerde dünya çapında ses getirmek ve premium yüz bakım kategorisinde üst düzey kaliteli ürünlerimizle yerimizi perçinlemektir. En önemli hedefimiz ise Türkiye’de ve dünyada değerli taşlar dendiğinde ilk aklı gelen kozmetik markası olmak, seçkin eczane ve online platformların hepsinde en çok satan marka haline gelmek.”

olan ‘rulman’ ticareti yapıyordum. Aslında çok da ilgimi çeken bir alan değildi fakat işin ticaret tarafı her zaman çekici geldi. Babamın yurtdışı ile olan iş trafiğini çok fazla hafiflettim. Birlikte fuarlara ve müşteri ziyaretlerine giderdik. Eğitimim sırasında ‘Ticaretin Profesyonellerini’ yetiştiren bir akademide uzun

dönem girişimcilik ve liderlik eğitimleri aldım. Aynı zamanda pek çok prestijli üniversitenin sayısız eğitim programını da başarı ile tamamladım. Üniversite yıllarımda, merkezi Polonya/Varşova’da bulunan, Doğu Avrupa’nın en büyük sanayi üreticilerinden biri ile 19 yaşında iş anlaşması imzalayarak ilk uluslararası iş tecrübemi edindim. Pazar araştırması, ithalat ve ihracat süreç yönetimleri ile pazarlama ve satış alanlarında yöneticilik yaptım. Tüm bunları üniversitede yaptığım için mezun olduktan sonra iş hayatının dinamiğine alışmak benim için hiç zor olmadı.

Sonraki süreçte nasıl bir kariyer yolculuğunuz oldu?

Lisans eğitimim sonrasında; MBA master’ımı da bitirdikten sonra bir işletmenin ihtiyaç duyabileceği her alanda tecrübemi ilerlettim. Ardından, merkezi İsviçre’de bulunan dünyanın en prestijli gemstone akademisinde



'Coloured Gem Professional' ve 'Advanced Gemstones' eğitimimi tamamladım. Bir süre daha aile şirketimizde çalıştıktan sonra 35 yıldır FMCG alanında faaliyet gösteren 80'i aşkın ülkeye ihracat yapan; Rotterdam, Dubai ve New York'da şirketleri bulunan Enkay Trade'in üst düzey yöneticisi ve ortağı olarak görev yapmaya başladım. Hala da bu görevimi sürdürmekteyim.

Peki hangi alanlarda faaliyet gösteriyor Enkay Trade?

Türkiye'nin ilk bin ihracatçısı arasında yer alan, 4 farklı ülkede ofisi bulunan ve 80'den fazla ülkeye aktif olarak ihracat yapan; lojistik, yazılım, hukuk, inşaat, restoran, hotel, perakende mağazacılık, satış-pazarlama, distribüsyon, e-ticaret gibi birçok sektörde faaliyet gösteren şirketleri bünyesinde bulunduran Enkay Şirketler Grubu'nun 30 yılı aşkın tecrübesi bulunuyor. Şirket olarak, 2024'te ihracat alanında küresel pazarlarda genişlememizi artırmayı, dijital ticaret stratejilerimizi güçlendirmeyi (e-ihracat gibi), inovasyona odaklanmayı, sürdürülebilirlik ve çevresel bilinci yükseltmeyi, stratejik iş ortaklıkları kurarak sektörde liderliğimizi sürdürmeyi hedefliyoruz. Daha somut bir dille, gelişen dünyanın hızla artan tüketim ihtiyaçlarına hızlı cevap verebilmek adına ABD ve Singapur'da yeni dağıtım merkezleri açmak da hedeflerimiz arasında. Ayrıca, gelecek 5 yıl içerisinde dünyadaki lojistik merkezlerimizin sayısını yirmiyeye çıkarmak istiyoruz.

Enkay Trade çatısı altında farklı girişimlerin de olduğunu biliyoruz...

Evet, aynı zamanda; Enkay Trade çatısı altında kurulan FMCG ürün portalında kendi markasına yer edinmek isteyen satıcıların dünyaya ürünlerini tanıtmak için sunan Fmcgstore.com'un da kurucusuyum. Öte yandan kozmetik sektöründe de kurduğumuz 'Beauty&More' markasını bir dünya markası haline getirmeyi hedefliyoruz.

Kozmetik markanız 'Beauty&More' un kuruluş öyküsünü anlatır mısınız?

Hikayemiz, güzelliğe farklı bir bakış açısıyla yaklaşmamız ve dünyayı tüketilecek bir yer olarak değil, çok değerli bir kaynak olarak görmemizle başladı. Bu konuda bir şeyler yapmamız gerektiğini fark ederek yeni bir cilt bakımı vizyonunu hayata geçirmeye karar verdik. İşim gereği sürekli dünyadaki seminer,



NİLÜFER ŞENER

fuvar ve heyet ziyaretlerinde bulunup hem sektördeki gelişmeleri takip ediyor hem de kendi tecrübelerimi bu organizasyonlardaki diğer katılımcılarla paylaşarak ahenk yaratıp değer üretiyoruz. Pandemi öncesinde yine bir yurt dışı gezisinde, dünyanın en prestijli fuvarlarından birinde gezerken bir yanda tüm cazibesi ve parlaklığı ile bana göz kırpan, duvarlarında Nefertiti'nin doğal taşlarla harmanlanmış görsellerinin olduğu ve mineral bakımından son derece zengin değerli taşların yer aldığı, enerjisi ile beni kendine çeken bir stand ve hemen yanında da cilt bakım rutinlerimizin vazgeçilmezleri olan pek çok çeşit ve ölçüde

cilt serumlarının olduğu diğer bir stand. Bu tablo bana ilham oldu.

Çok niş bir alanda faaliyet gösteriyorsunuz. Bu özel ürünleri nasıl geliştirdiniz?

Değerli taşlar alanında hali hazırda uzun süredir etkisi ispatlanmış formüller üretmiş Avrupa'nın en prestijli laboratuvarlarından biri ile anlaşma yaptıktan sonra bir yıl içinde firmayı satın alarak kendi grup şirketlerimize kattık. Değerli taşlar alanında binlerce patentli formüle sahip laboratuvar yatırımımız bizim için çok önemli bir hamle oldu. Üç yıllık bir AR-GE çalışmasının sonucunda geçen yılın ortasında markamız piyasaya çıktı.

“Şirketleri küresel ticarete hazırlıyoruz”

PlatcoX, Türk ve global markaların küresel ticarete rekabet edebilir hale gelmelerine destek olma hedefiyle kuruldu. Küresel ticarete yönelik yapay zekâ destekli bir operasyon yönetim sistemi üzerinde çalıştıklarını belirten PlatcoX'in kurucusu Cem Tunakan, 2024 yılı içerisinde AgroTech yani tarım teknolojilerine yatırım yapacaklarını belirtiyor.

Pandemi döneminde adeta patlama yapan e-ticaret sektörü, son yıllarda ihracat ve sosyal medyanın verdiği ivmeyle büyümesine devam ediyor. Tekstilden yeme içmeye kadar her alanda hızlı bir büyüme gösteren e-ticaret sektörü 2023 yılını yüzde 100 artışla 1,6 trilyon TL işlem hacmi ve 5.3 milyar adet sipariş ile kapattı. 2024'ün sonunda 3,3 trilyon liralık ciroya ulaşması beklenen sektörün büyümesine e-ihracatın büyük bir katkı sunması bekleniyor. Sınır ötesi e-ticaretin yani e-ihracatın 2028 yılında 37,5 milyar dolara ulaşması bekleniyor. Şu anda e-ihracatın genel ihracat içindeki payının yüzde 2,1. Ticaret Bakanlığı da bu oranı 2028 yılında yüzde 10'a çıkarmak için destekler veriyor. Türkiye'deki şirketlerin global pazarda rekabet edebilmesi için e-ihracat konusunda doğru stratejiler izlemesi gerekiyor. PlatcoX'in kurucusu Cem Tunakan, pazarda bu alandaki potansiyeli göerek yola çıkan bir girişimci. PlatcoX'le yerel markaların uluslararası pazarlara erişimini kolaylaştırmayı hedeflediklerini söyleyen PlatcoX'in kurucusu Cem Tunakan, “Bilişim teknolojileri ile üçüncü parti lojistik hizmet sağlayıcıların süreçlerini hizalayarak satış ve tedarik zinciri optimizasyonu ile değer zinciri çözüm mimarisini tasarlıyoruz” diyor. Türk ve global markaların küresel ticarete rekabet edebilir hale gelmelerine destek olmayı hedefleyen şirket, 2024 yılında yapay zekâ destekli bir operasyon yönetim sistemi yazılımı piyasaya sürmeye hazırlanıyor. Yerel iş yapış şekillerine göre konfigürasyon

“3D tasarım tekniklerini kullanıyoruz”

“Ayrıca, 3D tasarım tekniklerini kullanarak üretim süreçlerimizi daha verimli kılıyoruz. Bu teknikler sayesinde ürünlerin tasarım aşamasında sanal olarak modellenmesine olanak tanınıyor ve prototip üretimine olan ihtiyacı azaltıyor. Böylece hem malzeme israfını önüyoruz hem de enerji tüketimini düşürüyoruz. Bu sürdürülebilir uygulamalar, çevreye duyarlılığımızı artırma, çevresel sorumluluğumuzu yerine getirme ve daha yeşil bir gelecek yaratma konusundaki kararlılığımızı yansıtıyor. Hem doğal hem de geri dönüştürülebilir malzemeler kullanarak, doğaya olan sorumluluğumuzu yerine getiriyor ve daha sürdürülebilir bir gelecek için çalışıyoruz.”

tasarladıklarını söyleyen Tunakan, “Yabancı paydaşlarımız ile ortak bir işbirlik kurma düşüncemiz mevcut. Bununla ilgili somut adımlar atmış durumdayız” diyor. Bunun dışında 2024 yılı içerisinde AgroTech yani tarım teknolojilerine de odaklandıklarını söyleyen Tunakan'a yeni dönem hedeflerini sorduk.

PlatcoX ne zaman kuruldu, kuruluş hikayesinden bahsedebilir misiniz? Nasıl bir fikirle yola çıktınız?

Uluslararası Ticaret bölümü mezunu olarak, başarılı bir süreç yönetimi için hem ekonomik hem de kültürel faktörlerin dikkate alınması gerektiğini savunuyorum. Küresel ticareti organize ederek ürün ve hizmetleri dünyanın her yerinde erişilebilir, uygun maliyetli hale getirmek amacıyla ‘Gelecek-Şiş Modelleri Çözümlerine’ odaklanan Platco ‘X’i hayata geçirdik. Global ölçekte birbirine bağlı bir dünya oluşturmak, küresel ticaretin verimliliğini yükseltmek ve dünya nüfusunun refahını artırmayı hedefliyoruz.

Verdiğiniz hizmetlerden bahsedebilir misiniz? Sektörde nasıl bir farklılık yaratıyorsunuz?

Platco ‘X’ olarak yerel markaların uluslararası pazarlara erişimini kolaylaştırmak adına bilişim teknolojileri ile üçüncü parti lojistik hizmet sağlayıcıların süreçlerini hizalayarak satış ve tedarik zinciri optimizasyonu ile değer zinciri çözüm mimarisini tasarlıyoruz. Kapsamlı operasyon yönetimi ile ürünlerin doğru zamanda, doğru pazarlarda, geliştirilmiş içerik ve uygun fiyatlarla tüketici beklentilerine uygun şekilde yer almasını sağlıyoruz. Kalite ve sürdürülebilirlik konuları en önem verdiğimiz konular arasında bulunuyor. Bu vizyonla, markaların global standartlara uygun üretilmesiyle, hızlı ve sorunsuz satış yaparak küresel müşteri odaklı değer zinciri kurmalarını teşvik ediyoruz. Güçlü ilişki ağı ve markalaşma stratejilerimizle Türk ve yabancı markaların sınır ötesi ticaretine öncülük ediyoruz. Kendi alan adı ve e-ticaret platformları üzerin-

CEM TUNAKAN



den markaların global tüketicilere ulaşmasını sağlayarak, geleneksel ve dijital medya operasyon çözümlerimiz ile görünürlüklerini de artırıyoruz. Kısacası Platco 'X' olarak sahip olduğumuz geniş network, ilişki ağımızla Türk ve global markaların küresel ticarete rekabet edebilir hale gelmelerine destek oluyoruz.

Birlikte çalıştığınız şirketlerden örnekler verebilir misiniz?

Türkiye'nin ve dünyanın önde gelen

moda ve spor markaları, lojistik hizmet sağlayıcılar, küresel pazaryerleri, sınır ötesi e-ticaret entegratörleri ile çalışıyoruz. Hindistan başta olmak üzere, Güneydoğu Asya'dan Amerika kıtasına kadar uzanan global perakende zincirleri ile iş birliği içerisindeyiz.

Sürdürülebilirlik çalışmalarınızdan bahsedebilir misiniz? Bugüne kadar ne kadarlık ürünü geri dönüştürdünüz? 2024 yılı için hedefleriniz nelerdir?

Yılda 5 milyon birime varan ürünü geri dönüştürerek yılda 2 bin tonun üzerinde atığı depolama alanlarından kurtarıyoruz. "Al, üret, kullan, harca" modelleri ile çevreye olan zararı devamlılık arz eden şekilde azaltıyoruz. Bunu geri dönüşüm, ileri dönüşüm, geri alma ve iade program tasarımları ile gerçekleştiriyoruz. Uluslararası deniz, kara ve havayolu taşıma sürecinde karbon emisyonunu azaltmak için çeşitli yöntemler uyguluyoruz. Kendi markalı ürünlerimizde ve iş ortaklarımızın ürünlerinde sürdürülebilirlik ön planda tutularak birçok yenilikçi yaklaşımı benimsiyoruz. Ürünlerin üzerine yerleştirdiğimiz akıllı kartlar sayesinde, üretim sürecinde ne kadar enerji ve su kullandığımızı açık bir şekilde paylaşabiliyoruz. Bu sayede, müşterilerimize şeffaflık sunarak çevresel etkilerimizi azaltma çabalarımızı daha iyi anlayabilmelerini sağlıyoruz. Üretimde kullandığımız malzemeler konusunda da sürdürülebilirliği ön planda tutuyoruz. Pamuk, keten, viskon, modal ve kenevir gibi doğal malzemeler tercih ediyoruz. Bu malzemeler, hem çevre dostu hem de biyolojik olarak parçalanabilir özelliklere sahip olmasıyla tercih ediliyor. Ayrıca, paketleme ve sarf malzemelerinde geri dönüştürülebilir petrokimya türevlerinden faydalanıyoruz. Özellikle, geri dönüştürülebilir polyester ve naylon gibi malzemeler kullanarak, plastik atıkların çevreye verdiği zararı en aza indirmeyi hedefliyoruz. Bu malzemeler, eski plastik ürünlerin geri dönüştürülmesiyle elde ediliyor ve yeniden kullanılabilir hale geliyor.

2024 yılında gündeminizde hangi başlıklar var, öne çıkacak projelerinizden bahsedebilir misiniz?

Yapay Zekâ Destekli Küresel Ticaret Geçiş Ağı Operasyon Yönetim Sistemi üzerine yazılım geliştiriyor ve yerel iş yapış şekillerine göre konfigürasyon tasarlıyoruz. Yabancı paydaşlarımız ile ortak bir iştirak kurma düşüncemiz mevcut. Bununla ilgili somut adımlar atmış durumdayız. Bunun dışında 2024 yılı içerisinde gerçekleştirmeyi hedeflediğimiz AgroTech yani tarım teknolojilerine de odaklandık. Bu sayede global taze meyve sebze, kuru gıdalar ve endemik bitki ticareti üzerine özellikle Hatay bölgesinde girişimlerimizi başlattık.

“Hedefimiz; globalde **sınai haklarda liderlik etmek**”

‘Türkiye’nin sınai mülkiyet potansiyelini en üst düzeye çıkarma’ misyonu ile hareket eden Destek Patent, hizmetlerini genişletmeyi planlıyor. Destek Patent CEO’su Faruk Yamankaradeniz; “Uzun vadede hedefimiz; global pazarda güçlü bir konuma gelmek ve uluslararası arenada sınai haklar alanına liderlik etmek” diyor.

1983’te sınai haklar sektöründe faaliyet göstermeye başlayan Destek Patent; sınai haklar alanlarında vekillik ve danışmanlık hizmetleri sunuyor. Şirket, bugüne kadar ulusal ve uluslararası alanda 260 binden fazla markaya, 48 bine yakın patent/faydalı modele ve 330 bine yakın tasarıma danışmanlık ve vekillik yaptı. Türkiye, İsviçre, Kazakistan, Birleşik Arap Emirlikleri (BAE) ve İngiltere’de bulunan toplam 14 ofisiyle müvekkillerine global rehberlik sağlayan Destek Patent; 195 ülkede de portföyündeki firmaları temsil ediyor.

Bu ülkedeki müvekkillerine uluslararası işlemlerde destek sağladıklarını ve ihracat ile teşvik konularında danışmanlık hizmetleri sunduklarını kaydeden Destek Patent CEO’su Faruk Yamankaradeniz; “Türkiye’nin fikri sermayesinin dünya çapında temsil edilmesine katkıda bulunarak müvekkillerimizin marka değerlerini artırmalarına ve uluslararası pazarda rekabet avantajı elde etmelerine destek oluyoruz” diyor. Sundukları yenilikçi çözümler ve stratejik danışmanlık hizmetleriyle onların başarılarına katkı sağladıklarını ve sürdürülebilir büyümelerine destek olduklarının altını çizen Yamankaradeniz; misyonlarının, Türkiye’nin sınai mülkiyet potansiyelini en üst düzeye çıkarmak olduğunu da sözlerine ekliyor. Faruk Yamankaradeniz ile Destek Patent’in çalışmalarını ve hedeflerini konuştuk.

Destek Patent’i tanıyabilir miyiz?

Sunduğumuz hizmetlerin temelinde sı-

“‘Fikrine Sahip Çık’ projesini yurt dışına taşıyacağız”

“‘Fikrine Sahip Çık’ sosyal sorumluluk projemiz kapsamında lise, üniversite öğrencilerine, KOBİ ve girişimcilere eğitimler verdik. Bu projeye; gençleri buluş yapmaya teşvik etmeyi, girişimci ve KOBİ’lere yönelik eğitimler vermeyi ve fikri haklar konusunda toplumsal bilinci artırmayı hedefledik. Proje, bugüne kadar 14 ilde 14 binden fazla kişiye ulaştı. Yeni dönemde, uluslararası sınai haklar kapsamında bu projeyi sınır ötesine taşıyarak yurt dışındaki liseler ve üniversiteler ile genişletmeyi ve daha fazla gence ulaşmayı hedefliyoruz. Eğitimlerin yanı sıra, inovasyon merkezleri ve dijital dönüşüm merkezleriyle iş birliği yapmayı planlıyoruz.”

“KOBİ’lerin sınai mülkiyet haklarını etkin yönetmelerine yardımcı oluyoruz”

“KOBİ’ler için sınai mülkiyet hakları büyük önem taşıyor. Sınırlı kaynaklarla çalışan KOBİ’ler, yenilikçi ürünlerini koruyarak rekabet avantajı elde edebilirler. Bu haklar, yatırımcı güvenini kazanmalarına ve pazarda sağlam bir yer edinmelerine yardımcı olur. Son yıllarda dijitalleşme ve küreselleşmeyle KOBİ’lerin sınai haklara olan talebi arttı ve bu hakları korumanın önemi daha da belirgin hale geldi. KOBİ’lerin sınai mülkiyet hakları konusunda bilinçlenmelerine ve bu hakları etkin bir şekilde yönetmelerine yardımcı oluyoruz. Danışmanlık ve eğitim hizmetleriyle destek vererek, KOBİ’lerin sınai mülkiyet haklarını korumalarına yönelik süreçlerinde başarılı olmalarını sağlıyoruz.”

nai haklar alanlarında vekillik ve danışmanlık bulunuyor. Bilgi ve birikimimizin gücüyle tescil, koruma işlemlerinin yanında; araştırma, takip, yorumlama, analiz, karşılaştırma, değerlendirme, sistem kurma ve geliştirme, eğitim gibi birçok konuda hizmet veriyoruz. Sınai haklar bilincinin artırılması amacıyla yaptığımız çalışmalarla Uluslararası Patent Birliği (UPB), LES Türkiye ve AIPPI Türkiye

gibi önde gelen derneklerin kurucuları arasında yer alıyoruz.

Sınai haklar alanında global bir marka olma hedefiyle çıktığımız yolda, Türkiye liderliğimizi sürdürürken uluslararası arena da özellikle sınai haklar konusunda en çok tercih edilen ilk 10 vekil firma arasında yer alıyoruz. Müvekkillerimizin mevzuat çerçevesinde haklarını en iyi şekilde korumalarını



FARUK YAMANKARADENİZ

ve geliştirmelerini amaçlıyoruz. Sunduğumuz kapsamlı hizmetlerle m¼vekillerimizin sınai m¼lkiyet haklarını en üst düzeyde koruyarak, iş d¼nyasındaki rekabet güçlerini artırmayı hedefliyoruz.

Hizmetlerinizin kapsamı hakkında bilgi verebilir misiniz?

M¼vekillerimize geniş bir hizmet yelpazesi sunuyoruz. Ana faaliyet alanlarımız arasında sınai m¼lkiyet haklarının korunması ve geliştirilmesi yer alıyor. Bu kapsamda sunduğumuz başlıca hizmetler; patent, marka, tasarım ve faydalı model başvuruları ile tescil ve tescil sonrası işlemleri içeriyor. Ayrıca Patent Sistemi Kurulumu (PATSYS)

gibi özel hizmetlerimiz aracılığıyla m¼vekillerimizin patent s¼relerini etkin şekilde y¼netmelerine olanak tanıyoruz.

'Marka Değerleme ve Patent Değerleme' hizmetlerimizle, m¼vekillerimizin hak sahibi olduğu tescilli markalarının ve patentlerinin sekt¼rdeki değerlerini belirliyor, bu sayede stratejik karar almalarında ve finansal araç olarak d¼n¼řt¼rmelerine rehberlik sağlıyoruz. 'Trend Analizi ve Sekt¼rel İzleme' hizmetlerimizle sekt¼rdeki yenilikleri ve rekabet ortamını s¼rekli olarak takip ederek m¼vekillerimize rekabet avantajı sunuyoruz. Ayrıca AR-GE Merkezi Kurulumu danışmanlık hizmetimizle, şirketlerin araç-

tırma ve geliştirme departmanlarının etkinliğini artırmalarına destek oluyoruz.

2024, Destek Patent için nasıl geçiyor?

2024'¼n ilk yarısında Destek Patent olarak pozitif bir d¼nem geçirdik. Özellikle sınai haklar konusunda artan farkındalık, çalışmalarımıza olumlu olarak yansıyor. Bu y¼kseliřin yıl sonuna kadar daha da güçlenmesini bekliyoruz. Y¼nettiđimiz portf¼yler genişledikçe çalışan sayımız da artıyor ve iş güc¼m¼z¼ s¼rekli genişleterek uzmanlık alanlarımızı daha da güçlendiriyoruz.

Pazardaki taleplerde yaşanan artışı göz önünde bulundurarak 2024 sonuna kadar hizmetlerimizi genişletmeyi planlıyoruz. Yeni pazarlara açılma stratejileri geliştirerek ve AR-GE yatırımlarımızı artırarak inovasyon kapasitemizi güçlendirmeyi hedefliyoruz. 2025 için ulusal ve uluslararası m¼řteri memnuniyetini artırmak ve operasyonel verimliliği optimize etmek öncelikli hedeflerimiz arasında. Bu yolda sekt¼rdeki liderliğimizi pekiştirerek büyüme devam etmeyi amaçlıyoruz.

Orta-uzun vadeli planlarınızdan da bahsedebilir misiniz?

2025 ve sonrası için orta ve uzun vadeli planlarımızı belirlerken teknolojik gelişmelere ve sekt¼rdeki değerlişimlere odaklanmayı hedefliyoruz. Metal yakalı çalışanların entegrasyonunu sağlayarak m¼vekillerimize daha etkili, hızlı ve güvenilir hizmet sunmayı hedefliyoruz. Aynı zamanda sekt¼rde liderlik ederek dijital d¼n¼ř¼m¼n önc¼s¼ olma misyonumuzu sürdür¼yoruz. Önümüzdeki yıllarda metal yakalı çalışan sayımızı artırmayı ve robotik s¼releri daha yaygın hale getirmeyi planlıyoruz.

Uzun vadede, global pazarda güçlü bir konuma gelmek ve uluslararası arenada sınai haklar alanına liderlik etmek de hedeflerimiz arasında. Bu doğrultuda uluslararası pazarlarda etkinliğimizi artırmak için yurt dışı ofis ağımızı genişletecek, iş birliklerimizi güçlendireceğiz. Ayrıca sekt¼rde yenilikçi ç¼zümler sunarak fark yaratmaya devam edeceğiz. Bu hedeflere ulaşmak için insan kaynağımızı güçlendirme ve teknolojik altyapımızı geliştirme stratejileri izleyeceğiz. Gelecekte Destek Patent'in şu anda olduğu gibi sekt¼rde önc¼, yenilikçi ve küresel bir şirket olarak konumunu sürdürmesini hedefliyoruz.

“Danışanlarımıza saç sağlığı hizmeti veriyoruz”

Evrım Bayraktar ve Burcu Çayözü, Türkiye'nin ilk trikoloji merkezi olan 'Akademi Saç Terapi'yi kurarak bu alanda çalışan ilk girişimciler. Çoğumuzun terim olarak bilmediği 'trikoloji' saç ve saç derisi sorunlarını inceleyen ve bu sorunlara çözümler üreten bir bilim dalı. 2006 yılında merkezi İngiltere'de bulunan Svenson Klinikler Grubu ile trikoloji alanında çalışmaya başlayan Bayraktar ve Çayözü, Svenson Grubu'nun Uzakdoğu'da bulunan kliniklerinde teorik ve klinik eğitimler almaya devam etmişler. Öncelikle Asya Trikoloji Birliği'nin sunduğu 'Trikolog Saç Sağlığı Uzmanı' lisansını alan girişimciler, daha sonra İngiltere'ye giderek dünyanın en saygın trikoloji eğitim kurumu olan The Institute of Trichologists'in 2 yıllık eğitimini tamamlayıp bu alanda uluslararası vaka deneyimi kazanmışlar. 2009 yılından bu yana da Akademi Saç Terapi olarak yollarına devam ediyorlar. Bugün akademilerinde, uzun süren bu eğitimler ve deneyimlerle de şu an saç ve saç derisi alanında destek bekleyen her yaşta tüm danışanlarına destek veriyorlar. Sektörde saça özel uzmanlık eğitim yatırımı yapan tek merkezin kurucuları olan Bayraktar ve Çayözü, aslında bir anlamda kişilere birebir 'saç sağlığı koçluğu' yapıyor.

Girişimciler, sorularımızı şöyle yanıtlıyor:

Akademi Saç Terapi'nin faaliyet alanları nelerdir?

Her yaşta ve sağlık altyapısından saç ve saç derisi sorunlarına sahip kişilerin destek alabileceği topikal ve terapik uygulamalar içeren periyodik bakımlar gerçekleştiriyoruz. Saç problemi yaşayan kişilere olduğu gibi herhangi bir saç problemi olmayan ancak önlem alarak saçını ve saç derisini daha iyi hale getirerek önlem almak isteyen danışanlarımıza da destek oluyoruz. Başlıca saç

Saç ve saç derisi sorunlarını inceleyen ve bu sorunlara çözümler üreten bir bilim dalı olan 'trikoloji' alanında uzmanlaşan girişimciler Evrim Bayraktar ve Burcu Çayözü, kurdukları 'Akademi Saç Terapi' merkezi ile danışanlarına 'saç sağlığı koçluğu' hizmeti veriyorlar.

sorunları için destek olduğumuz gruplara örnek vermek gerekirse, saç sorunları için market ve eczane kanalında olan ürünlerle tatmin edici sonuçlar elde edememiş, medikal ilaç/iğneli işlem kullanmak istemeyen, saç ekimi için henüz yaşı çok genç olan veya saç ekimi hiç istemeyen veya saç ekimi sonrası saçını desteklemeye devam etmek isteyen, sağlık altyapısı medikal destekler için uygun olmayan kişiler veya kombine tedavi ve desteklerden faydalanarak ilerlemek isteyen kişileri örnek verebiliriz.



Saç bakım sektörü çok geniş bir yelpazeye sahip olan bir sektör. Buna göre Türkiye'deki saç bakım sektörü hakkında ne düşünüyorsunuz?

Saç ve saç derisi problemleri, herkesin hayatında en az bir kez karşılaştığı bir sorun. Türkiye'de de gerek ekonomik ve siyasi konjonktürün yarattığı stres, gerekse genetik ve ırksal yatkınlık hem kadın hem de erkek-

lerde saç dökülmeleri ve kronik saç derisi problemlerinin yaygın olarak görülmesine neden oluyor. Özellikle yeni nesilde daha sıklıkla gözlemediğimiz hareketsiz yaşam tarzı, beslenme bozuklukları, kontrolsüz diyetler veya sınavlar gibi stres faktörleri, saç kayıplarının çok erken yaşta itibaren ve daha yüksek oranda görülmesine yol açıyor. Özellikle pandemi ile tüm dünyada saç dökülmeleri artmış durumda. Bu da kişilerin çözüm arayışını ve buna karşılık da saç bakımı/tedavi seçeneği sunan merkezlerin sayısını artırdı. Maalesef, ülkemizde bu konuda bilgi ve eğitim eksikliği çok fazla. Bu eksiklikleri hem tüketici tarafında hem de hizmeti sunan tarafta görüyoruz. Tüketiciler, gerçeklikten uzak, mucizevi tedaviler peşinde koşarken, saç tedavisi sunan yerler de ezber, yan etkisi olabilecek veya tedavi süreci bittikten sonra daha büyük sorunlarla geri dönebilecek çözüm yöntemleri sunuyorlar. Oysa saç ve saç derisi sorunları çok çeşitlidir; kişiden kişiye değişiklik gösterir ve altyapısında pek çok faktör barındırabilir. Bu problemleri detaylı analiz edip doğru çözüm yöntemlerine yöneltebilecek gerekli uzmanlığa ve eğitim alt yapısına sahip kişilerden destek alınması önemlidir. Bu anlamda, hem kozmetik hem de medikal seçenekler sunan saç bakım merkezleri veya klinikler mevcut. Burada önemli olan, saç problemi yaşayan kişinin en yüksek faydayı alacağı doğrudan tedavi yöntemi ile buluşabilmesi.



EVİRİM BAYRAKTAR - BURCU ÇAYÖZÜ

BURCU ÇAYÖZÜ / AKADEMİ SAÇ TERAPİ KURUCU ORTAĞI

Ne gibi hizmetler sunuluyor?

“Her saçın ihtiyacının farklı olduğunu ve her saçın da kendine özel ayrı bir bakım ve tedavi süreci gerektiğinin farkındayız. Bizimle ilk olarak temasa geçen danışanlarımızla saç sorunları, şikayetleri hakkında detaylı bir şekilde konuşuyor ve anlamaya çalışıyoruz. Daha önce bahsettiğimiz gibi genetik altyapı, daha önce varsa geçirilen hastalıklar, hali hazırda devam eden rahatsızlıklar, stres faktörleri gibi konuları derinlemesine ele alıyoruz. Sonrasında trikolojik saç analiziyle saçı ve saç derisini analiz ediyoruz. Bundan sonraki süreçte de danışanımızın güncel kan değerlerini rica ederek tedavi sürecimize başlıyoruz.”

BURCU ÇAYÖZÜ / AKADEMİ SAÇ TERAPİ KURUCU ORTAĞI

E-ticaret tarafını büyütecek

“Önümüzdeki 5 yılda, e-ticaret tarafımızı büyütmek, yeni şubeler açmak, kendi ürünlerimizi geliştirmek ve Türkiye’de trikoloji eğitimini başlatmak gibi hedeflerimiz var. Trikoloji alanında özellikle bilgi kirliliğinin önlenmesi ve bu konuda uzman kişilerin çoğalması adına, eğitim kısmı uzun zamandır hayalini kurduğumuz bir şeydi. Bunun da ilk adımlarını 2024 yılının sonbaharında atıyor olacağız.”

Türkiye ekonomisine saç bakım sektörü özelinde nasıl bir katkınız mevcut?

Akademi Saç Terapi, kurulduğu ilk günden beri sadece kadınları istihdam eden ve onlara keyifli ve huzurlu bir çalışma ortamı

sağlayan bir firma. Şu anda iki merkezimizde toplam 15 kişilik ekibimizle hizmet veriyoruz. Kullandığımız ürünler, ağırlıklı olarak İngiltere ve Kore menşeli, sadece bizde mevcut olan ürünler. Bu ürünlerin Türki-

ye’deki tek yetkilisiyiz. Ayrıca farklı saç ihtiyaçlarına cevap verebilmek adına, kalitesine ve etkinliğine inandığımız ürünleri de yerel pazarda farklı firmalardan temin ediyoruz.

2024 yılı için hedefleriniz neler, sektöre bakışınız nedir? En son yatırımlar ne üzerine?

2024 yılı için hedefimiz, her bütçeden insanın ulaşabileceği farklı ürün seçenekleriyle, saç konusunda sorun yaşayan herkese destek olabilmek. Son dönemde bu anlamda farklı, etkili ve son teknoloji ürünlerin arayışı içerisindeydik. Son bir yıl içinde, sadece Akademi Saç Terapi’de sunduğumuz ürün gamımızı yüzde 50 oranında artırdık. Bu da bize saç sorunlarına destek konusunda hem daha iyi sonuçlar almakta hem de daha geniş yelpazede hizmet sunma anlamında büyük avantaj sağladı. Bundan sonraki süreçte de hedefimiz, formülasyonu bize ait olan, ev tipi saç bakımı ürünlerini piyasa sürmek, e-mağazamızdaki ürün çeşitliliğini artırmak ve bu sayede, bir merkezden destek alma şansı veya vakti olmayan kişilerin de saç sağlığına destek olmak.

Yatırımcı portalı BiStock tohum turuna çıkıyor

Yatırımcılar ile şirketler arasındaki iletişim boşluğunu doldurmayı hedefleyen BiStock platformu yeni bir kavramı olan 'şirket okuryazarlığı' konusunu da beraberinde gündeme getiriyor. Yatırımcıların halka açık şirketleri daha iyi tanınmasını, daha iyi yatırım kararları vermesini, şirketlerin de yatırımcılarla daha hızlı ve etkin bir iletişim kurmasını hedefleyen kullanıcı (yatırımcı) tabanını artırmaya odaklı BiStock uygulaması; Borsa İstanbul'da halka açık şirketlere orta ya da uzun vadede yatırım yapmak isteyenlere hitap ediyor.

Temelleri 2022'de atıldı

2022 Kasım ayından itibaren geliştirilen BiStock, ilk yatırımını Temmuz 2023'te aldı. Bulls GSYO ve bir melek yatırımcı 2 milyon dolar değerleme üzerinden bu tura katıldı. 170 bin dolar yatırım alan BiStock, 18 Eylül 2023'te mobil uygulama lansmanı yaptı. 01 Kasım 2023 itibarıyla ise www.bistock.com yayına alındı. BiStock mobil uygulaması ve www.bistock.com web sitesi üzerinden yayında olan portalın 31 bin kayıtlı kullanıcısı bulunuyor. Günlük 5 bin civarında yatırımcının aktif olarak kullandığı platformun kullanıcı tabanını genişletmek ve kurumsal üyeliklerin yapılmasını sağlayacak satış ekibinin kurulması için yatırıma ihtiyacı var. BiStock'un bu aşamada, yüzde 70'e yakınına büyümeye kullanacağı 500 bin dolar kaynağa ihtiyacı bulunuyor. Bu hedefle BiStock tohum yatırım turuna çıkıyor.

Süper App olmayı hedefliyor

BiStock'un 2024 yılsonuna kadar 70'in üzerinde kurumsal üyeye ve 300 binin üzerinde kullanıcıya (yatırımcı) erişme hedefi olduğunu belirten BiStock Kurucu ve CEO'su Baki Kara, şunları anlatıyor: "BiStock'ta yılsonuna kadar fon ekranlarımızı da bitirip portalda yayına almak ve tüm içerikleri İngilizce'ye çevirmek önemli planlamalarımız arasında yer alıyor. 2025 sonuna kadar 1 milyon kullanıcıya

Halka açık şirketlerle yatırımcıları bir araya getiren yeni nesil yatırımcı portalı BiStock, 31 bin kullanıcıya ulaşmış durumda. Platform, yüzde 70'lik büyüme hedefi için tohum turuna çıkıyor.

Hangi bilgileri sunuyor?

Portföy yönetimi, izleme listesi oluşturma ve yönetme, halka açık şirketlerle ilgili tüm güncel bilgiler, finansal sonuçlar, Dolar, Euro ve TL bazlı hisse verileri, çarpanlar, bilanço, gelir tablosu ve nakit akışı analizleri, sermaye artırımları ve temettü, karlılık, büyüme ve verimlilik rasyoları, derlenmiş izleme listeleri, guruların seçtiği hisseler, şirket analizleri, piyasanın önde gelen değer ve büyüme yatırımcılarının yazıları, halka arz olacak şirketlerle ilgili tüm bilgiler, şirket, ekonomi ve piyasa haberleri ile aracı kurum analizlerinin yer aldığı BiStock, bir yatırımcının ihtiyacı olabilecek tüm bilgileri sunuyor.

ve 250 kurumsal üyeye ulaşma hedefindeyiz. BiStock olarak uzun vadede amacımız, Türk sermaye piyasalarına yerel ve global erişimde bir süper APP ve pazar yeri olmak, White label yöntemiyle

gelişmiş ve gelişmekte olan dünya piyasalarına alt yapıyı ihraç etmek."

İçerik üreticisi olacak

Tüm özellikler ve içerikler tamamen ücretsiz olduğu BiStock'un temel amaçlarından biri, şirket ve fonların etki alanını artırmak, yatırımcı tabanlarını genişletmek. Bu amaçla dünyada bir ilk olarak halka açık şirketler, BiStock'ta içerik üretebilecekler. Uygulamanın bir sonraki hedefi ise fonları içerik üreticisi haline getirmek. BiStock platformuna kurumsal üye olacak kote şirketler ve portföy yönetim şirketleri, kendilerine verilecek kullanıcı dostu bir içerik yönetim sistemi (CMS) üzerinden; haber, makale ve video gibi içerikler oluşturup, BiStock'taki yatırımcı evreniyle paylaşabilecekler. Paylaşılan içerikler ise anlık bildirimlerle ilgili kullanıcılara iletilecek. Ayrıca, yatırımcılardan gelen soru ve talepleri yanıtlayabilecek, BiStock'taki şirket ya da fon ekranlarındaki 'güncel soru ve cevaplar' sekmesine en çok gelen soru ve talepleri koyarak diğer yatırımcıları da anında haberdar edebilecekler.



BAKİ KARA

Çaya AR-GE kattı liflerden ürün yaptı

Faaliyete başladığı 1978 yılından bu yana 184 ülkede markaları tescillenen Beta, Türkiye'ye ilk ithal çayı getiren ve Türk tüketicilerini bardak poşet çayla tanıştıran şirketlerden biri. Çayla dolu geçen 45 yıllık süreçte bu alanda uzmanlaşan Beta Gıda, alanında bir ilki de gerçekleştirdi ve AR-GE'ye yatırım yaptı. Atık yönetimi alanında önemli AR-GE çalışmaları yapan Beta Gıda, TÜBİTAK'ın yanı sıra üniversiteler, kamu kurumları ve araştırma enstitüleriyle ortak projelere imza atıyor. Beta Gıda İstanbul Şube Müdürü Hatice Uğur, "AR-GE'ye yaptığımız yeni yatırımlarımızla çalışmalarımıza yön vereceğiz" diyor.

AR-GE'ye yaptıkları yeni yatırımlarla çalışmalarımıza yön verdiklerini anlatan Uğur, bilimsel olarak gelişime destek olmayı hedeflediklerini söylüyor. Bu noktada Çay Üretim Süreci Atıklarından Toz Protein ve Prebiyotik Üretimi" projesinin detaylarından ve sağlayacağı faydalara odaklandıklarını da söyleyen Beta Gıda İstanbul Şube Müdürü Hatice Uğur, "Siyah çay işleme sürecinde atık olarak yüksek miktarda çay lifi açığa çıkıyor ve bu lifler gübre, biyoyakıt gibi amaçlarla

Atık yönetimi alanında önemli Ar-Ge çalışmaları yapan Beta Gıda, TÜBİTAK'ın yanı sıra üniversiteler, kamu kurumları ve araştırma enstitüleriyle de ortak projelere imza atıyor. Beta Gıda İstanbul Şube Müdürü Hatice Uğur, "Çayda yeni yatırımlarla AR-GE çalışmalarımıza yön vereceğiz" diyor.



firmalara düşük fiyatla satılıyor. Yapılan incelemede, çay liflerinin karbonhidrat içeriğinin yüksek (yaklaşık yüzde 80) ve protein içeriğinin (yaklaşık yüzde 12) ise bitkisel protein kaynağı olarak değerlendirilebilecek nitelikte olduğu görüldü" diyor.

Pazarda ilk kez yer alacak

Buradan hareketle projede, çay liflerinden yüksek verimle toz protein ve prebiyotik ekstraktlarının elde edilmesi, fonksiyonel ve biyoaktif özelliklerinin belirlenmesi ve çay tabanlı çeşitli fonksiyonel gıdaların üretilmesi amaçlanıyor. Bu proje ile ilk kez çay işleme süreci atığından üretilen toz protein ve prebiyotik ekstraktların fonksiyonel ve biyoaktif özellikleri karakterize edilerek, bu ekstraktların toz formunda fonksiyonel gıda katkı maddesi olarak kullanılabilirlikleri incelendi. Hatice Uğur, "Ayrıca çay protein ve prebiyotiği içeren bazı fonksiyonel gıdaların da pazarda ilk kez yer alacak olması fonksiyonel gıda pazarının genişlemesini sağlayacaktır. Bu proje ile alternatif bir bitkisel protein ve prebiyotik kaynağı ilk kez yurt içinde üretilerek yurt dışındaki benzerlerinden de kaynak yönüyle önemli bir farka sahip oldu" diye konuşuyor.

Beta Han ile çay tutkunlarına yeni adres

Öte yandan Beta Gıda İstanbul Tarihi Yarımada'da restore ettiği Beta Yeni Han'daki girişimiyle de çay ve kahve tutkunları için yeni bir uğrak noktasına imza attı. Mısır Çarşısı yanında, yerli ve yabancı turistlerin gözdesi haline gelen Osmanlı'dan günümüze miras tarihi han dört yıl gibi uzun bir sürede restore edildi. Restorasyonu sürecine ise Beta Tea üst düzey yöneticisi Hatice Uğur liderlik yaptı. Hatice Uğur üniversite eğitiminin ardından iki yıl Sri Lanka'da çay eğitimi almış. Çayı üretmenin ve demlemenin bütün teknik bilgisini öğrendiği iki yıllık sürecin ardından aile şirketi Beta Gıda'nın dünyadaki operasyonlarında görevler almış bir yönetici. Faaliyetlerini 1978 yılından bu yana sürdürmeye devam eden ve dünyanın önde gelen çay firmaları arasında 12'nci sırada bulunan Beta Gıda, dünya ülkelerinden gelen farklı çay çeşitlerindeki zenginliğiyle de çay sektörüne yön veriyor.

“Finansal teknolojilerde global marka olacağız”

Fimble Kurucu Ortağı ve CTO’su Abdurrahman Çınar; “Küresel ortaklarımızın sayısını artırarak uluslararası ağıımızı güçlendirmek ve Fimble’ı finansal teknolojiler alanında lider ve global bir marka olarak konumlandırmak istiyoruz” diyor. Bugüne kadar aldıkları toplam yatırım miktarının 5,5 milyon dolara ulaştığını kaydeden Çınar; 2024’ün son çeyreğinde sermaye artırımını için yeni bir yatırım turunu tamamlamayı hedefledikleri bilgisini de veriyor.

Fimble; finans sektöründe faaliyet gösteren oyuncuların problemlerine yönelik, yeni nesil teknoloji ve iş ihtiyaçlarına uygun bir bulut tabanlı sistem oluşturarak Mücahit Gündebahar ve Abdurrahman Çınar tarafından Ocak 2022’de kuruldu. Fimble’in global bir şirket olma vizyonu ile hareket ettiğini söyleyen Fimble Kurucu Ortağı ve CTO’su Abdurrahman Çınar; “Yenilikçi ürünlerimizi sürekli geliştirip, müşterilerimizin ve ortaklarımızın ihtiyaçlarına yönelik çözümler sunarak, Fimble’ı finansal teknolojiler alanında lider bir marka yapma hedefindeyiz” diyor. Abdurrahman Çınar ile Fimble’in yeni dönem stratejilerini ve ‘unicorn’ hedefi doğrultusunda izleyecekleri yol haritasını konuştuk.

Fimble’ı tanıyabilir miyiz?

Fimble’nin hikayesi, global bir değişim sürecinde olan finans endüstrisi ve Türkiye’deki derin finansal teknoloji deneyimi gibi iki temel bileşen üzerine kurulu. Global pazarı hedefleyen, modern teknoloji ve iş yaklaşımıyla yola çıkan Fimble takımı olarak, 2 milyon dolarlık bir yatırım alarak başladığımız yolumuza Albaraka Portföy, KT Portföy ve Tera Portföy gibi yatırımcılarla anlamlı bir sentez yakaladık ve ülkemize global marka değeri kazandırma hedefiyle yola devam ediyoruz.

Çözümlerinizden bahsedebilir misiniz?

Fimble; finansal API’lerle donatılmış, SaaS mimarisi ve bulut tabanlı mikroservisler üzerine kurulu bir kompozit finans çözümü öneriyor. ‘Fimble İşlem Bestecisi’ kullanarak,

“Daha verimli, maliyet-etkin ve akıcı çözümler sunuyoruz”

“Fimble, finansal teknoloji çözümlerine yenilikçi ve verimli bir yaklaşımla rakiplerinden ayrılıyor. Platformumuz; önceden tanımlanmış ürünlerle, süreçlerle ve test edilmiş hazır bir sistemle birlikte haftalar içinde hızlı bir entegrasyon imkânı sağlıyor. Fimble sistemi, kolay özelleştirme özelliği sunan, yapılandırılabilir iş akışlarına sahip. Mikroservis mimarisi ve API tabanlı entegrasyon, dışa bağımlılıkları daha da azaltarak sorunsuz ve hızlı bir entegrasyon süreci oluşturuyor. Bu mimari, esnekliği artırırken uygulama sürecini hızlandırarak işletmelerin piyasa değişikliklerine hızla uyum sağlamasını da sağlıyor. Daha az dış bağımlılıkla tam bir çözüm sağlayarak ve birden fazla lisans maliyetine ihtiyaç duymadan, Fimble geleneksel finansal teknoloji hizmetlerine kıyasla daha verimli, maliyet-etkin ve akıcı bir çözüm sunuyor.”

bankalar ve finans kurumları ürün ve hizmetlerini geliştirebilir, yeniden yapılandırabilir ve müşterilerine ve fintech ortaklarına sunabilir.

Fimble; tak-çıkır özellikli, ölçeklenebilir, ekosistem iş birliklerine uyum sağlayabilen, kurumların kendi dinamiklerine göre bağımsız şekilde özelleştirebileceği yalın ve parametrik fonksiyon grupları sunarak sektör oyuncularının işlerini basitleştirmeyi hedefliyor. Sürdürülebilir bir hizmet modeli sunan Fimble, ürünün sürekli olarak rekabetçi ve regülasyona uygun kalmasını sağlarken, finansal kuruluşların kendi iş modellerine, ürünlerine ve müşterilerine odaklanmalarına olanak tanır.

Kuruluştan bu yana nereden nereye geldiniz?

Kuruluşumuzdan bu yana kayda değer bir büyüme ve gelişme süreci yaşadık. 2023

yılı sonunda, yedi müşterimiz, 186 iş ortağımız ve 4 bin 500’den fazla finansal API’ye sahip olduk. Bu geniş ağ sayesinde, finansal teknoloji sektöründe güçlü bir konuma ve çeşitlendirilmiş bir iş portföyüne ulaştık.

Küresel bir etki yaratma vizyonumuzla, Londra’da ve İstanbul’da toplam üç ofis açtık ve 80’den fazla çalışmamızla müşterilerimize yenilikçi finansal teknoloji çözümleri sunuyoruz. Müşteri ve iş ortaklarımızla sağladığımız sinerji iç pazarda ve uluslararası arenada rekabetçi kalmamızı sağlıyor. Bu etkileyici büyüme, sektördeki yerimizi sağlamlaştırıyor ve Fimble’in finansal teknoloji alanında öncü bir oyuncu olarak tanınmasına katkıda bulunuyor.

2024 yılı iş planlarınız neler?

2024’e hızlı ve hedeflerimize odaklı bir başlangıç yaptık. Yılın kalanında küresel müş-

ABDURRAHMAN ÇINAR



“Hedefimiz, Fimple’i ‘unicorn şirket’ olarak konumlandırmak”

“KÜRESEL İŞ ORTAKLARI AĞIMIZI BÜYÜTECEĞİZ” Orta ve uzun vadeli planlarımız, Fimple’i gelecek 3-5 yıl içerisinde bir unicorn şirket olarak konumlandırmak üzerine kurulu. Bu hedefe ulaşmak için belirlediğimiz bölgelerde canlı sistemlerimiz üzerinden güçlü referanslar elde ederek sektörde dominasyon sağlamayı amaçlıyoruz. Ürünümüzün global standartlara uygunluğunu sağlayarak ve küresel iş ortakları ağıımızı büyüterek bu vizyonu gerçekleştirmek için stratejik adımlar atıyoruz.

“GLOBAL YETENEK HAVUZUMUZU GENİŞLETECEĞİZ” Bu süreçte, şirket kimliğimizi küresel bir perspektifle şekillendirmek ve dünya çapında tanınan bir marka haline getirmek için global yetenek havuzumuzu genişleteceğiz. Türkiye’den çıkıp global bir unicorn olma yolunda, uluslararası alanda rekabet edebilecek bir kurum yapısı ve şirket kültürü inşa etmek bizim için öncelikli olacak. Bunu başarmak adına, yenilikçi ürünlerimizi sürekli geliştirip, müşterilerimizin ve ortaklarımızın ihtiyaçlarına yönelik çözümler sunarak, Fimple’i finansal teknolojiler alanında lider bir marka yapma hedefindeyiz.

teri tabanımızı genişletmeyi, özellikle Körfez bölgesi, Avrupa, Afrika ve Balkanlar’dan en az birer müşteri kazanmayı amaçlıyoruz. Bu bölgelerden gelen gelirleri, ürün geliştirmeye ve global bir unicorn şirketi olma hedefimize ulaşmak için kullanacağız.

Küresel ortaklarımızın sayısını artırarak, uluslararası ağıımızı güçlendirmek ve Fimple’i global bir marka olarak konumlandırmak istiyoruz. Bu yıl içinde ciromuzu yüzde 100’ün üzerinde artırmayı ve müşteri sayımızı iki katına çıkarmayı hedefliyoruz. Çalışan sayımızı 100’ün üzerine çıkararak ürün geliştirme kapasitemizi artırmayı, hizmet ve çözüm yelpazemizi daha da genişletmeyi planlıyoruz. Stratejik hedeflerimize ulaşmada, inovatif ürünlerimizin ve çözümlerimizin sürekli gelişimine odaklanacağız.

Toplam yatırım miktarınız ne kadara ulaştı?

Tohum öncesi turda elde ettiğimiz 2 milyon dolarlık yatırımın üzerine, APY Ventures liderliğindeki köprü yatırım turuyla 3,5 milyon dolar daha yatırım aldık ve toplam yatırım miktarımız 5,5 milyon dolara ulaştı. KT Portföy, Tera Portföy ve melek yatırımcıların yanı sıra eklenen yeni melek yatırımcılarla birlikte, Fimple’in finans sektöründeki genişleme ve inovasyon hedeflerini destekleyecek bir yatırım havuzuna kavuştuk.

Yatırımların şirket stratejilerinize nasıl katkıları var?

Bu yatırımları, global pazarda etkin şekilde büyümek ve finans sektöründeki dönüşümü hızlandırmak için stratejik olarak kullanıyoruz. Özellikle ‘Financial Function as a Service’ prensibiyle çalışan bulut tabanlı, tak-çıkır özellikli platformumuzu güçlendirmek, rekabet avantajımızı artırmak ve müşterilere daha yüksek kaliteli hizmetler sunmak için bu yatırımlar büyük önem taşıyor.

Yeni yatırım turlarına çıkma hedefiniz var mı?

Yatırımlarımız, teknolojik altyapımızı güçlendirme ve finans endüstrisindeki değişimi liderlik ederek şekillendirme misyonumuzla ivme kazandırdı. Bu yatırımlarla 2024’ün son çeyreğinde sermaye artırımını için yeni bir yatırım turunu tamamlamayı hedefliyoruz. Bu da bizi daha geniş bir pazar payına ve daha büyük bir müşteri tabanına taşıyacak stratejik gelişmelerin kapısını aralayacak.

“81 ilde ulusal bir kargo şirketi olacağız”

Binden fazla kuryesi ve 100'ün üzerinde filosuyla 40 ilde hizmet veren ve yıllık 25 milyondan fazla paket taşıyan Kargoist; kurye sayısını ve filosunu yüzde 25 büyütecek, taşıdığı paket adedini 35 milyonun üzerine çıkaracak. “İlk hedef; 81 ilde var olacak şekilde yapılanarak ulusal bir kargo şirketi olmak” diyen Kargoist İş Geliştirmeden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Fahri Çırak; 2025'ten itibaren de global pazara açılmış olmayı planladıklarını kaydedyor.

Kargo sektörünün satış süreçlerinde uzun yıllar yer almış bir girişimci olan İshak Temel ve yol arkadaşı Alim Yazlı, 2012'de küçük bir dükkânda iki masa, bir bilgisayar ile Kargoist'in temellerini atıyor. Uzun yıllar kargo satış tarafında görev aldıkları için sektördeki sorunlara çok aşina olan ve sektörün en başta gelen sorununu ‘kargo firmalarının hiçbir şekilde esnek olmaması ve hizmet kalitesinin yetersizliği’ olarak tanımlayan bu iki isim, dört yıllık fizibilite çalışmasının ardından kendi olanaklarıyla 2016'de Kargoist markasını oluşturarak sektöre giriş yapıyor.

Şu anda yalnızca firma-birey arasında ve firma-firma arasında taşımacılık yaptıklarını söyleyen Kargoist İş Geliştirmeden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Fahri Çırak; “Türkiye’de moda odaklı olan ilk kargo şirketiyiz. Bunu baz alarak, ürünlerimizi başka ağır ve hacimli ürünler ile bir araya getirilmeden taşıyarak müşteri memnuniyetine verdiğimiz değeri kanıtıyoruz” diyor. Bugüne kadar AR-GE’ye 150 milyon TL’nin üzerinde yatırım yaptıklarını kaydeden Çırak; öncelikle Türkiye’nin tamamında e-ticaretin bütün süreçlerinde çözüm ortağı olmayı başaracaklarının, ardından hizmet kalitesini global pazarda da tanıtacaklarının altını çiziyor. Fahri Çırak ile Kargoist’in yeni dönem yol haritasını konuştuk.

‘Kurumsal kargo taşımacılığı’ modeli kapsamında nasıl hizmet ve çözümler sunuyorunuz?

Şu anda yalnızca firma-birey arasında

“Alternatif teslimat modelleri de geliştireceğiz”

“Kargoist; sektördeki sorunlara butik çözümler üreterek, teknolojik yatırımlardan faydalanarak ve sürdürülebilirlik ilkesini görev edinip çevreye duyarlı bir şekilde hizmetlerine devam edecek. Bizler ‘kargo’ denildiğinde ilk akla gelen şirket olma yolunda ilerliyoruz. Odağımıza moda sektörünü almaya devam ederken alternatif teslimat modelleri de geliştirip hizmet kalitemizi bozmadan büyümeye devam edeceğiz.”

ve firma-firma arasında taşımacılık yapıyoruz. Burada bizi farklı kılan en büyük faktör; çalıştığımız firmalarda daha seçici olmamız. Çünkü biz, Türkiye’de moda odaklı olan ilk kargo şirketiyiz. Bunu baz alarak, ürünlerimizi başka ağır ve hacimli ürünler ile bir araya getirilmeden taşıyarak müşteri memnuniyetine verdiğimiz değeri kanıtıyoruz.

Odağınızda hangi sektörlerden müşteriler bulunuyor?

Müşterilerimizin büyük çoğunluğunu perakende sektöründen lider firmalar oluşturuyor. Moda odaklı bir kargo şirketi olduğumuzdan dolayı özellikle ilgilendiğimiz alanlar; tekstil, ayakkabı, kitap, aksesuar, kozmetik, ev tekstil, anne-bebek, network marketing şirketleri. Ürünlerin tüketiciye en özenli şekilde ulaşması hem e-ticaret şirketleri için kritik bir ihtiyaç hem de bu şirketler için tercih edilme nedeni.

Önümüzdeki süreçte, hedef sektörlerimizi biraz daha çeşitlendirmeyi amaçlıyoruz. Sağlık ve elektronik gibi alanlarda faaliyet gösteren şirketlerle iş birliğimizi artırmayı hedefliyoruz. Bu sayede, geniş bir

müşteri yelpazesine hitap ederek her sektörden şirkete en iyi kargo hizmet çözümlerini sunmayı planlıyoruz.

Kaç kurumsal iş ortağına ulaştınız?

100'ün üzerinde kurumsal iş ortağımız var. LCWaikiki, Zara, Bershka, Pull&Bear, Massimo Dutti, FLO, Modaselvim, Penti ve Chakra, Ikea, BKM Kitap gibi Türkiye’nin ve dünyanın önde gelen markalarıyla iş ortaklığı yapıyoruz.

Kaç şubeniz, kaç kuryeniz, ne kadarlık bir filonuz var? Yıllık kaç paket taşıyorsunuz?

Büyük şehirler başta olmak üzere 40 ilde hizmet veriyoruz. 40 il içerisinde 76 şubeye sahibiz. Binden fazla kuryemiz, 100'ün üzerinde filomuz var. Yıllık 25 milyondan fazla paket taşıyoruz. Önümüzdeki süreçte farkımızı kanıtlayarak ülkenin tamamına hâkim ulusal bir kargo firması haline gelmeyi, teslimat ağıımızı 81 ile yaymayı amaçlıyoruz. Kurye sayısını ve filoyu büyütme hedefimiz; yüzde 25. Taşıdığımız paket adedinin ise yüzde 40 artışla 35 milyonun üzerine çıkacağı öngörüyoruz.



FAHRİ ÇIRAK

2024 yıl sonu hedefleriniz neler?

Bu yıla ilişkin, teslimat ağıımızı tamamen genişleterek 81 ile yayılmayı, aktarma merkezlerimizde yaptığımız teknolojik yatırımların kapasitelerini artırmayı ve inhouse yazılımımızın geliştirme aşamalarını sürdürmeyi amaçlıyoruz. Hedeflediğimiz büyüme oranı yüzde 40, çalışan sayımızı ise 550'nin üzerine çıkarmayı hedefliyoruz.

AR-GE'ye bugüne kadar ne kadar yatırım yaptınız? Bu alanlara ilişkin planlarınızdan bahsedebilir misiniz?

AR-GE'ye 150 milyon TL'nin üzerinde yatırım yaptık, yapmaya da devam ediyoruz. Teknolojik yatırımın önemi bizim için çok büyük. Bununla birlikte, saatte bir milyon paket işleyen sorter cihazlarının gelişimini takip ediyoruz. Yaptığımız bu yatırımlarla 'Disthub' adıyla kendi inhouse programımızı yazdık. Bununla birlikte adres düzeltme ve rotalama kullanımı için 'Rotaist' sistemini geliştirdik ve daha nice gelişimler sergilemeye devam ediyoruz. 2024 yıl içerisinde aktarmalarımızı (kargo işleme merkezlerimizi) büyütme planlarımız var. Yatırımlarımız hız kesmeden devam ediyor.

"İş ortaklarımızın satış kaybını sektörel ortalamadan çok altında tutuyoruz"

"450'nin üzerinde çalışanımız var. Kuruluşumuzdan bu yana büyüme hızımızı katlanarak artırdık. Her geçen yıl daha da büyüyor, dağıtım ağıımızı genişletiyoruz. 2023 yıl sonu büyüme oranımız yüzde 35'in üzerinde. Şimdiye kadar verdiğimiz hizmetlerle öne çıktık. Müşteriye hizmet politikamızla birlikte tüm bölgelerde en iyi şekilde sunduğumuz standart teslimat, tahsilatlı teslimat, aynı gün teslimat, ertesi gün teslimat ve kapıdan iade toplama hizmetlerinin amacı iş ortaklarımızın farklı proje ihtiyaçlarına cevap verebilmek. Teslimat oranımız; yüzde 97,5, kapıda ödeme oranımız yüzde 99,8 seviyelerinde. Bu oranlarla iş ortaklarımızın satış kaybını sektörel ortalamadan çok altında tutuyoruz."

2025 ve daha uzun vadede neler planlıyorsunuz?

2025'te fulfillment hizmetlerini de verebilecek bir yapı üzerinde çalışıyoruz. Bu çalışmamız tamamlandığında depolama ve dağıtım işlemlerini bir bütün olarak hizmet veren bir firma olacağız. Ayrıca şu anda firma ve kurumlara hizmet veren yapıyı bireysel tarafa döndürerek C2C taşımalarına da başlamış olacağız.

Yatırım turuna çıkacak mısınız?

Kuruluşumuzdan bu yana hiç yatırım almadık. Zaman zaman hem yurt içi hem de yurt dışı tarafta Kargoist ile ilgilenenler oldu. Fakat şirketimizin büyüme tarafında aynı noktada hizalanmadığımızdan dolayı bu süreçleri bir tanışma tadında bıraktık. Kendi öz sermayemizle büyümeye devam

ediyoruz. İlerleyen süreçte şirketimizin stratejilerine, vizyonuna ve misyonuna uygun yatırımcılar olduğu takdirde yatırım süreçleri üzerine tekrar görüşebiliriz.

Yurt dışına yönelik planlarınız var mı?

İlk hedefimiz; 81 ilde var olacak bir şekilde yapılarak ulusal bir kargo şirketi olmak. 2024 yılı içerisinde yurt içinin tamamına yayılarak hizmet kalitemizi Türkiye'nin bütün bölgelerinde sürdürmeyi hedefliyoruz. Yurt dışına yönelik çalışmalarımızı da hızlandırarak 2025 yılından itibaren global pazara açılmış olmayı planlıyoruz. Öncelikle Türkiye'nin tamamında e-ticaretin bütün süreçlerinde çözüm ortağı olmayı başaracak, ardından global pazarda hizmet kalitemizi tanıtaçağız.

Bütünsel bir restoran deneyimine odaklanıyor

İnşaat ve otelcilik sektöründe uzun yıllardır önemli projelere imza atan Fırat Yıldırım ve Barış Çolak, restoran sektörüne girdi. Sirkeci'de ilk şubelerini açtıkları Roof Mezzopotamia'yla yeme içme sektörüne yeni bir soluk getirmeyi hedefleyen girişimciler markayı Anadolu'ya taşımayı hedefliyor. AYS Otelcilik çatısı altında hayata geçen Roof Mezzopotamia'yla en iyi lezzet, en iyi müzik ve en iyi hizmet anlayışıyla büyüyeceklerini söyleyen AYS Otelcilik yatırımcılarından Fırat Yıldırım, "İstanbul'un ve Türkiye'nin en iyi restoranı olma hedefiyle yola çıktık. Dünyaca ünlü DJ'leri de mekanımızda ağırlayacağız. Beş duyuya hitap eden bütünsel bir restoran deneyimine odaklanıyoruz" diyor.

Lezzet, hizmet kalitesi ve mekan konseptiyle büyümeyi hedefleyen girişimciler markayı farklı lokasyonlara da taşımayı planlıyor. İkinci şubeyi İstanbul'un sur içinde veya turistik bir bölgesinde açmayı planladıklarını söyleyen Yıldırım, Anadolu'da ise Mardin, Kapadokya ve Bodrum'un öncelikli lokasyonları arasında yer aldığını belirtiyor. Hedef beş yıllık planda iki yeni şube ile toplamda üç lokasyonda olmak.

Sirkeci'de Marriott International'a bağlı Orient Occident Hotel Autograph Collection ve The Orientbank Istanbul Autograph Col-

lection markalarının da sahibi olan girişimcilerin aynı zamanda inşaat sektöründe de yatırımları bulunuyor. Marriott International otelleri arasında ilk üçe girdiklerini söy-



FIRAT YILDIRAN - BARIŞ ÇOLAK

leyen AYS Otelcilik yatırımcılarından Fırat Yıldırım, hizmet kalitesiyle öne çıktıklarını belirtiyor.

Tarıma yatırım yaptı

İnşaat ve otelcilik sektörlerinde yatırımları devam eden şirket, bir süre önce sektörde gördüğü boşluk doğrultusunda tarım işine yatırım kararı aldı. Zeytin, zeytinyağı ve peynir üreten şirket, bu ürünleri kendi otel ve restoranlarında da kullanıyor. AYS Otelcilik yatırımcılarından Barış Çolak, "İki bölgede kendi bahçelerimiz var. Edremit Küçükkuyu ve Çanakkale tarafında idalya ve Manisa Salihli'de ise Kemerce isimli markalarımız var. İki farklı lokasyonda iki farklı iki markamız var" diyor.

Mezopotamya'dan ilham aldı

Mezopotamya'nın yeni bir medeniyet ve kültür yaratma mirasından ilham alan Roof Mezzopotamia, Türkiye'nin yedi bölgesinden en özel tatları bünyesinde bulunduruyor. Roof Mezzopotamia'nın mutfağı kariyer yolculuğuna genç yaşta başlayan Bulut Gökmen Gök ve ekibine emanet edilmiş durumda. Dünyanın en eski medeniyetlerinden biri olan Mezopotamya'dan ilham alınarak hazırlanan menü, Osmanlı döneminden günümüze kadar uzanan Türk mutfağından izler taşıyor. Bulut Gökmen Gök, Türkiye'nin yedi bölgesinden geleneksel lezzetleri yeniden yorumlayarak en yenilikçi dokunuşlar ve pişirme teknikleriyle lezzet severlerin beğenisine sunuyor.

5'nci dönem girişimcileri globale açılmaya hazır

Endeavor Türkiye, P&G iş birliğiyle gerçekleştirdiği Scale-Up Hızlandırma Programı'nın beşinci dönemini tamamladı. Strateji ve iş geliştirme odaklı desteklerin yanı sıra Endeavor'ın uluslararası ağına erişim imkânı da sunan programa, bu yıl e-ticaret, hizmet yazılımları, mobilite, oyun ve yapay zeka alanlarında faaliyet gösteren 10 girişim katıldı. Aposto, B2Metric, Comodif, Kidolog, Masraff, Mega Fortuna, Twiser, Uppy, Usersdot, Vigo Scale-Up Programı'nın beşinci dönem mezunları oldular.

Scale-Up programının beşinci döneminden mezun olan girişimciler özellikle Founder Forum'un kendilerini geliştirmeleri için çok iyi bir fırsat olduğunu, Endeavor mentorlerinden ve bağlantılarından yararlanmanın çok faydasını gördüklerini söylediler. Ortak problemlerini farklı açıdan gözlemleyerek, çözümlerini konuşmanın, metodoloji geliştirmekte kendileri için önemli bir yol gösterici olduğunu belirttiler.

"En büyük amaç dünyaya açılmak"

Programı değerlendiren Endeavor Türkiye Genel Sekreteri Aslı Kurul Türkmen, "Kurduğumuz gündən bu yana girişimcilik ekosistemine mentörlük sağlamak ve girişimcilerin uluslararası pazarlara açılmalarına destek olmak en büyük önceliğimiz olmuştur" dedi. Beşinci Scale-Up Programı'nı tamamlayan tüm girişimcilere, girişimcilik yolculuklarında başarılar dileyen Türkmen, "Girişimcilik zor ve yalnız bir yol olabilir, bu yüzden birbirimize destek olmanın ne kadar önemli olduğunu unutmamalıyız. Dayanışma ve iş birliği ile daha büyük başarılarımıza imza atabiliriz" diye konuştu.

P&G Türkiye, Kafkasya ve Orta Asya Kumaş, Ev, Bebek ve Kadın Bakım Ticari Operasyonlar Başkan Yardımcısı Değer Kurtaslanoğlu ise, dış dünyadan yeni fikirleri alıp uygulamalarına fırsat tanıyan programın üç aylık son döneminde yenilikçilik adına önemli bir yol kat ettiğini vurgulayarak,

Türkiye'deki hızlı büyüyen girişimcileri destekleyen Endeavor Türkiye Scale-up Programı, işini büyütmek ve global pazara açılmak isteyen 10 girişimi daha mezun etti. Endeavor Türkiye Genel Sekreteri Aslı Kurul Türkmen, "Girişimcilik zor ve yalnız bir yol olabilir, bu yüzden birbirimize destek olmanın ne kadar önemli olduğunu unutmamalıyız" diyor.



Yurtdışında ofis için mentörlük verecek

Girişimcilere globalleşme konusunda da rehber olan programda uluslararası pazarlara erişim, yurt dışı ortaklıkları ve satış stratejileri gibi konularda başarılı Endeavor girişimcileri ve uzmanlarla özel atölyeler düzenlendi. Ayrıca girişimler Endeavor'ın seçim sürecine dahil olarak, uzun vadede ABD, Avrupa, Latin Amerika, Orta Doğu ve Güneydoğu Asya'daki ofisler ve bu bölgelerde bulunan mentörlerden pazara giriş ve sermayeye erişim konusunda mentörlük alabilme fırsatına erişecekler

rak, "Beşincisini tamamladığımız ScaleUp Programı'na katılan tüm girişimcilere yolculuklarında başarılar diliyorum" dedi. Üç ay süren Endeavor Scale-Up Programı, ürün ve hizmetleri pazarda talep gören ve hızla ölçeklenen, teknoloji odaklı Scale-Up aşamasındaki girişimlerin ihtiyaçlarına yönelik olarak gerçekleştirildi.

Birebir mentörlük eğitimi

Program boyunca Scale-Up şirketlerinin kurucu ve CEO'ları, hukuk, teknoloji, ürün, pazarlama, yetenek, kültür ve yatırım konularında grup atölye çalışmalarına katıldılar, başarılı Endeavor girişimcilerinden birebir mentörlük aldılar. Aynı zamanda genel strateji ve dikey uzman-

lık konuları odaklı mentörlüklerle desteklenen "Founders Forum"larda benzer aşama girişimlerde yaşanan sorunları tartışma ve iş geliştirme fırsatları yakaladılar. Programa katılan girişimlerden Aposto'nun kurucu ortağı Umutcan Savcı, program deneyimini "ScaleUp Programı, son 5 yıllık periyotta çeşitli küresel ve yerel faktörler nedeniyle Seri-A yolculuğuna çıksa da birtakım bariyerleri aşmakta güçlük çeken girişimler için pek kıymetli bir masa oldu. Ortak sorunlar, stratejik atılımlar, soru işaretleri ve iş modeli geliştirmelerine dair tecrübe aktarımları, paylaşımların kıymetini katbekat artırdı. Tüm girişimler için bir diğerinin yolculuğundan faydalı çıkarımlar yapma imkânı doğdu" şeklinde değerlendirdi.



JANUSYAN DÜŞÜNCELER

DR. İŞİL KESKİN ŞAHAN

ŞİRKETLERDE İLETİŞİM PSİKOLOJİSİ EKSENLİ YÖNETİM BİÇİMİ NEDEN ÖNEMLİ?

Son yıllarda farklı üniversitelerin araştırma merkezleri'nin yaptığı araştırmalar, şirketlerde kurumsal karar verici konumunda yer alan kişilerin iş arkadaşlarının sözünü kesme, toplantılar sırasında aynı anda birden fazla iş yapma, seslerini yükseltme ve ofis ortamında profesyonel söylem diline uygun olmayan sözel ifadeleri dillendirme olasılığının şirket yapılanmasında merdivenin alt basamaklarında yer alan kişilere göre üç kat daha fazla olduğu ifade ediliyor (Dacher Keltner). Araştırmalar, üst düzey rollere yeni geçmiş kişilerin süreçleri yönetirken bazı paradigmaları kaybetmeye karşı savunmasız olabileceklerini gösteriyor.

Bu noktada şirket içinde ve özellikle yönetim kademesinde olan ve daha da önemlisi karar verici konumunda bulunan kişilerin "iletişim psikolojisi" konusunda kaslarını geliştirmeleri günümüzde belki de eskisinden çok daha öncelikli bir yerde duruyor.

Bireyler gerek gündelik yaşam gerek iş pratikleri içinde sayısız etkileşim içerisine giriyor. Bu etkileşimin temel bileşeni iletişim ve psikoloji bağlamıyla gerçekleşiyor. İletişim araştırmalarına bakıldığında psikoloji disiplini önemli bir yer tutuyor. Temelde iletişim, bireylerin sinir sisteminin bir uzantısı olarak ortaya çıkıyor.

"Bazen aynı dili konuşmak yetmez, bir de aynı yerden anlamak gerekir."

T. S. Eliot

Aktarma, dönüştürme, anlama ve algılama gibi bilişsel süreçler iletişimin bir parçasıyken bireyin psikolojik yapısı ile şekilleniyor. Bundan dolayı iletişim sadece bilgi, fikir, duygu, tutum ve değerlendirme sistemi ekseninde tasarladığı iletiyi alıcıya ulaştırması ve ardından alıcının da kaynağa geri bildirimde bulunması ile gerçekleşmesiyle tariflenen ancak her zaman aynı sonucu veren matematiksel verilerden oluşmuyor. İşte bu sebepten şirketlerde özellikle yönetim ve karar verici pozisyonlarda çalışan kişilerin iletişim psikolojisi ekseninden ele alarak yönetsel becerilerini yeniden değerlendirme ihtiyacı ortaya çıkıyor.

NEREDEN BAŞLAYALIM?

Birinci Adım: "Şu an ne oluyor?" sorusunu soralım ve üzerine düşünelim

Başlangıç noktası daha fazla kişisel farkındalık geliştirmektir. Üst düzey bir rol üstlenildiğinde var olan ya da yeni keşfedilen güce eşlik eden duygusal ve davranışsal değişikliklere karşı dikkatli olmak gerekir. Bu değişimin getirebileceği duygusal ve davranışsal arka plan olumsuz bir söylem diliyle birleştiğinde yöneticilerin itibarını zedeleyebilir ve daha fazla etki oluşturma fırsatlarını sarsabilir. Sinir bilimindeki araştırmalar bu düşünce ve duygular üzerinde düşünerek ön loblarımızın olumsuz dürtülerimizi kontrol altında tutmamıza yardımcı olan bölgelerinin devreye sokulabileceğini gösteriyor. Daha kontrollü olabilmek mümkün. Hatta sevinç ve güven duyguları tanınıp etiketlendiğinde,





bu durumlardan esinlenerek mantık dışı tepkiler ve kararlar verme olasılığı da azalıyor. Hayal kırıklığı hissedildiği ve kabul edildiğinde (belki de astlarımız bizim istediğimiz gibi davranmadığı için olabilir) kırıcı veya çatışmacı şekillerde tepki verme ihtimali de ortadan kalkabiliyor.

Bu tür bir kişisel farkındalığı günlük farkındalık uygulamalarıyla oluşturabilmek mümkün. Bir yaklaşım, rahat ve sessiz bir yerde kendimize zaman ayırmak, derin nefes almak, nefes alıp verme hissine, fiziksel duyumlara veya çevredeki seslere veya görüntülere odaklanmakla başlayabilir. Araştırmalar, bu tür egzersizlere günde sadece birkaç dakika ayırmanın çalışanlara ve iş gündemine daha fazla odaklanma ve sakinlik kazandırdığını gösteriyor.

İkinci Adım: İş yerine ilişkin olumlu sosyal davranışları destekleyelim

Şirketlerde karar verme konumuna gelindiğinde ve iş hedeflerine ulaşılmasından sorumlu olduğunda, sürekli olarak “iyi güç” paradigmasını takip etmek zor görünebilir. Aslında öyle değil. Kararında

empati kapasitesi bir fırsat olarak devreye alındığında temel sosyal davranışlara katılarak geliştirilebilir. Carnegie Mellon’dan Anita Woolley ve MIT’den Thomas Malone tarafından yapılan bir araştırma benzer şekilde, ekip arkadaşları birbirlerine anlayış, katılım ve ilgi gösterdiğinde, ekibin zor analitik problemlerle baş etmede daha etkili olduğunu gösterdi.

Üçüncü Adım: Tutum ve davranışlarımız ne anlatıyor? sorusunu objektif olarak yanıtlamaya çalışalım

İnsanların sözünü kesiyor muyuz? Başkaları konuşurken veya toplantı halindeyken telefonumuzu kontrol ediyor muyuz? Başka birini utandıran bir şaka veya hikâye anlatılıyor mu? Çalışma arkadaşlarının isimlerini unutuyor muyuz? Bu ve buna benzer sorulardan en azından bir veya ikisine evet yanıtı verildiyse böylesi bir durum ego merkezli bazı süreçlerin erken uyarı işareti olarak dikkat çekebilir. Karar verici konumdaki kişiler için zararsız görünen bir şey muhtemelen astlara öyle gelmeyebilir.

Dördüncü Adım: Liderlik biçimimizi destekleyici liderlik konumuna taşıyalım

En kritik zamanlarda bile destekleyici liderliği sürdüren yönetim kadrosunun etki alanının oldukça fazla olduğu görülmüştür. Yöneticiler çalışanlarına teşekkür etmeye zaman ayırdığında, çalışanlar daha ilgili ve üretken olur. Örneğin, yeni fikirlere katkıda bulunarak veya kendilerine ait olmayan projelere doğrudan yardım ederek en temel özveri eylemleri de aynı derecede güçlü olabilir.

İletişim psikolojisi ekseninde birkaç temel ipucu:

■ Her etkileşimde harika bir veya iki soru sorun ve diğerlerinin öne sürdüğü önemli noktaları olumlu sözcüklerle ifade edin.

■ Gerçekten ama gerçekten ilgiyle ve motivasyonla dinleyin. Bedensel duruşunuzu ve gözlerinizi konuşan kişiye yönlendirin ve ilginizi, katılımınızı sesli olarak iletin.

■ Liderlik ettiğiniz ekip arkadaşlarınızla vakit geçirme fırsatlarını arayın. Ekibinizin ve organizasyonunuzun başarısına katkıda bulunan herkese teşekkür edin.

■ Bazı önemli ve yüksek profilli sorumlulukları devredin.

■ Cömertçe takdir edin.

■ Birisi size bir sorunuyla geldiğinde, endişenizi “Özür dilerim” ve “Bu gerçekten zor” gibi ifadelerle belirtin. Yargılamak ve tavsiye vermek için acele etmekten kaçınin.

■ Her bir kişinin değerini şirket içindeki toplantılarda ve herkesin bulunduğu ortamlarda kabul edin, destek personeli de dahil olmak üzere ekibinize katkıda bulunun.

■ İyi yapılan işler için ekip arkadaşlarınıza kişiye özel ve zamanında e-postalar veya teşekkür notları gönderin.



Cem Ener
Kurucu Ortak
BUBA Ventures



YENİ EKONOMİ 2.0

E-TİCARETİ YENİDEN TANIMLAYAN TEMU VE SHEIN'İN BAŞARISININ FORMÜLÜ

Temu ve Shein, e-ticaret sektöründe hızla büyüyen ve başarısıyla ön plana çıkan iki popüler platformdur.

Temu, Colin Huang tarafından kurulmuş Çin merkezli bir e-ticaret platformudur ve Pinduoduo'nun kardeş şirketidir. Temu, 2022 yılında pazara giriş yapmıştır ve dünya genelinde hızla büyüyen bir kullanıcı tabanına sahip olmuştur. Temu, Pinduoduo'nun başarılı sosyal alışveriş modelini benimseyerek, toplu indirimler ve sosyal medya entegrasyonları ile tanınır hale gelmiştir. Bu model, kullanıcıların grup alışverişleri yaparak daha büyük indirimler elde etmelerini sağlamaktadır.

Shein, 2008 yılında Çin'in Nanjing kentinde Chris Xu tarafından kurulmuştur. İlk başlarda SheInside adıyla bilinen

şirket, zamanla ismini kısaltarak Shein olmuştur. Shein, moda sektörüne odaklanmış bir e-ticaret platformudur ve özellikle hızlı moda (fast fashion) konseptiyle öne çıkmaktadır. Shein, geniş ürün yelpazesi, uygun fiyatları ve hızlı trend döngüleri ile küresel bir müşteri kitlesine ulaşmıştır.

Temu'yu kısa süre içerisinde küresel ölçekte başarıya taşıyan formül aşağıdaki bileşenleri içermektedir:

1 Sosyal Alışveriş Modeli: Temu, Pinduoduo'nun sosyal alışveriş modelini benimsemektedir.

Kullanıcılar, arkadaşlarıyla veya diğer kullanıcılarla birlikte alışveriş yaparak indirimler kazanabilirler. Temu'nun sosyal alışveriş modeli, kullanıcılar arasında etkileşimi artırır ve bu da müşteri sadakatini

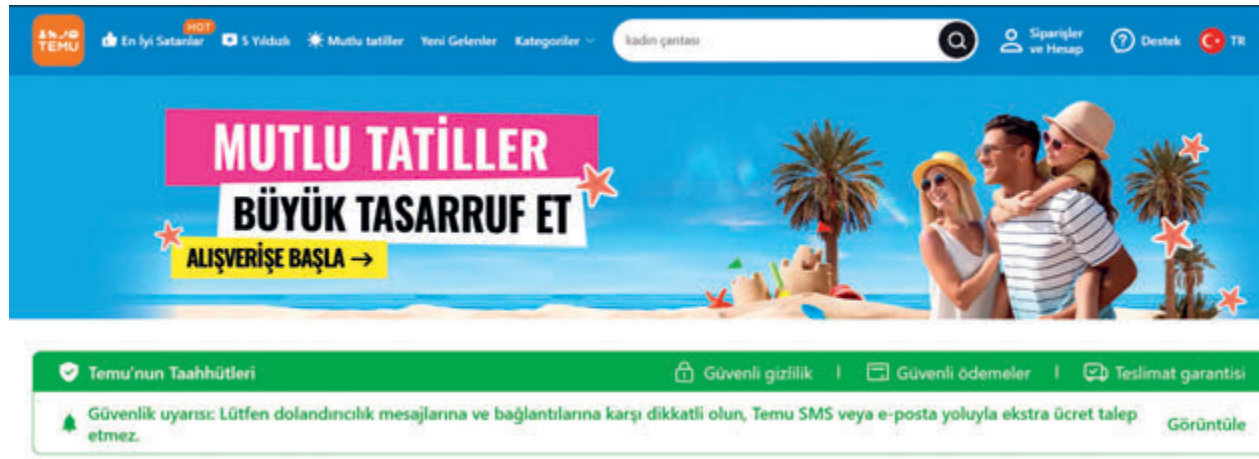
sağlar. Kullanıcılar, alışveriş deneyimlerini paylaşarak ve arkadaşlarıyla birlikte alışveriş yaparak daha fazla bağlılık gösterirler.

2 Toplu Alışveriş İndirimleri:

Kullanıcılar, belirli bir sayıda ürünü toplu olarak satın alarak daha büyük indirimler elde edebilirler. Bu özellik, kullanıcıları daha fazla ürün almaya teşvik eder. Temu, toplu alışveriş indirimleri ve sosyal alışveriş teşvikleri ile rekabetçi fiyatlar sunar. Bu, fiyat hassasiyeti olan müşteriler için çekici bir özellik olarak öne çıkar.

3 Entegre Sosyal Medya ve Mükemmel Kullanıcı Deneyimi:

Temu, sosyal medya platformları ile entegre çalışarak, kullanıcıların alışveriş



deneyimlerini paylaşımlarını ve arkadaşlarıyla etkileşimle bulunmalarını sağlar. Temu, kullanıcı dostu bir arayüze sahiptir ve alışveriş sürecini basit ve keyifli hale getirir.

Shein'in küresel ölçekte başarılı olmasını sağlayan bazı özellikleri ve stratejileri ise şunlardır:

1 Hızlı Moda (Fast Fashion):

Shein, hızlı moda konseptiyle çalışır. Trendleri hızla takip eder ve bu trendleri uygun fiyatlarla müşterilerine sunar. Günün her dakikası envantere yeni ürünler eklenir ve mevcut trendler sürekli güncellenir. Shein, moda trendlerine hızla adapte olma yeteneği sayesinde rakiplerinden ayrılır. Hatırlarsanız geçmişte Zara'nın bir seneyi 8 sezona bölmeye başladığı büyük bir yenilik olarak algılanmıştı. Şimdi Shein bir seneyi 20-25 sezona bölmeye başladı. Hızlı moda kavramı Shein ile başka bir boyuta taşındı.

2 Geniş Ürün Yelpazesi:

Shein, moda ürünlerinden aksesuarlara, ayakkabılardan ev dekorasyon ürünlerine kadar geniş bir ürün yelpazesine sahiptir. Bu çeşitlilik, farklı müşteri segmentlerine hitap etmektedir.

3 Veri Odaklı Üretim: Shein, müşteri verilerini analiz ederek hangi ürünlerin popüler olacağını öngörür ve bu ürünlerin üretimini hızla gerçekleştirir. Bu, envanter maliyetlerini düşürür ve trendleri yakalamalarını sağlar. Shein, düşük üretim maliyetleri ve doğrudan tedarikçi ilişkileri sayesinde uygun fiyatlarla ürünler sunar. Shein, küresel pazarda faaliyet gösterir ve dünya genelinde geniş bir müşteri tabanına sahiptir. Çeşitli ülkelerde yerel dil ve para birimi desteği sunarak kullanıcı deneyimini optimize eder.

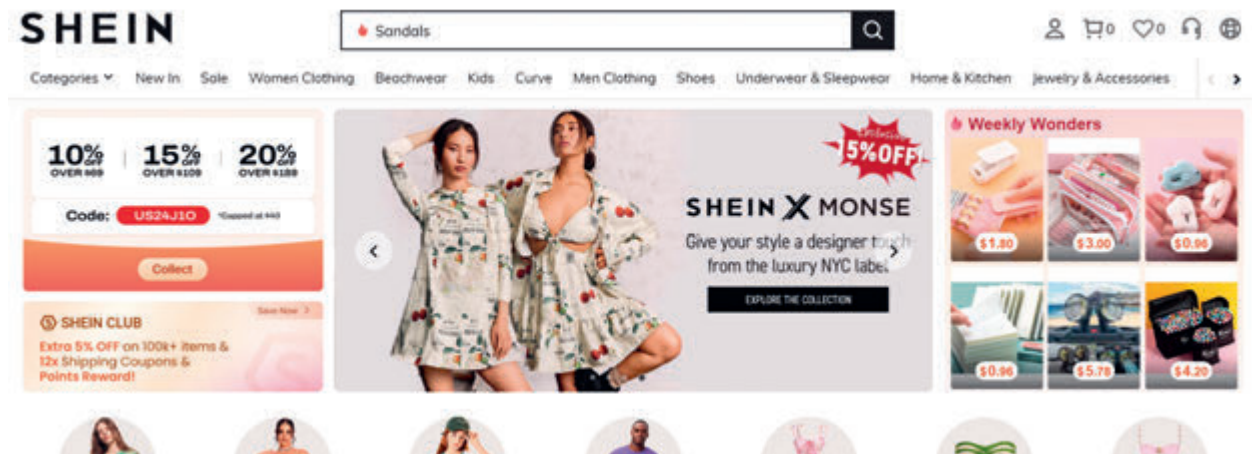
Her iki platform AB'nin 150 Euro'nun altındaki paketlerden, ABD'nin 800 Dolar'ın altındaki paketlerden gümrük vergisi almıyor olmasını stratejilerinin tam merkezine oturtmuş durumdadır.

Ocak ayında Financial Times'da yayınlanan bir makalede bu iki platform sayesinde her gün Çin'den AB ve ABD'ye yaklaşık 1 milyon adet paketin kargo ile gönderildiği tahmininde bulunulmuştur. Hatta yine Financial Times'ın temmuz ayında yayınladığı başka bir makalesinde, Temu ve Shein paketleri nedeniyle Çin ile AB ve ABD arasında uçak kargo taşımacılığı sisteminin aşırı talep ve yük sorunu yaşamaya başladığı,

bu nedenle havayolu kargo taşımacılığında fiyatların yükselişe geçtiğine dikkat çekilmiştir. Yani tek başına iki platform, doğrudan batıya perakende seviyesinde çok yüksek bir ticaret hacmi yaratmış ve dünya genelinde rekabeti iyice kızıştırmayı başarmıştır.

Yayınlanan en güncel makalelerde ise Temu ve Shein'in gümrük vergi muafiyetlerinden yararlanarak bu başarıyı elde etmiş olması nedeniyle hem AB'nin hem de ABD'nin gümrük vergisi muafiyetlerini yeniden ele almaya başladığı ve yakın zamanda birtakım değişiklikler açıklayabileceklerine dikkat çekilmektedir.

Temu ve Shein'in başarısı, e-ticaret dünyasında yenilikçi yaklaşımların, çevikliğinin, müşteri odaklı stratejilerin önemini bir kez daha göstermektedir. Geçmiş yazılarımda da değindiğim gibi, artık "Shopify üzerinde bir e-ticaret sitesi kurayım, Google ve Facebook üzerinden tıklama bazlı ödeme yaparak ziyaretçi çekeyim ve gelen ziyaretçilere ürün satayım" şeklinde küçük düşüncelerin dönemi tamamen son bulmuştur. E-ticaret artık yalnızca çok büyük oyuncuların, çok yenilikçi ve küresel ölçekli stratejilerle yapabildiği bir faaliyet alanı haline gelmiştir.



MALİ YÜKÜMLÜLÜKLER TAKVİMİ

22 Temmuz Pazartesi

- Haziran 2024 Dönemine Ait İlan ve Reklam Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Haziran 2024 Dönemine Ait Şans Oyunları Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Haziran 2024 Dönemine Ait Müşterek Bahislere İlişkin Eğlence Vergisinin Beyanı ve Ödemesi ile Diğer Eğlence Vergilerine İlişkin Eğlence Vergisinin Ödemesi
- Haziran 2024 Dönemine Ait Elektrik ve Havagazı Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Haziran 2024 Dönemine Ait Yangın Sigortası Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

24 Temmuz Çarşamba

- 1-15 Temmuz 2024 Dönemine Ait Noterlerce Yapılan Makbuz Karşılığı Ödemelere Ait Beyannamenin Verilmesi ve Ödemesi

25 Temmuz Perşembe

- Haziran 2024 Dönemine Ait Vergi Sorumlularının Tevkif Ettikleri Katma Değer Vergisinin Beyanı 1-15 Temmuz 2024 Dönemine Ait Petrol ve Doğalgaz Ürünlerine İlişkin Özel Tüketim Vergisinin Beyanı ve Ödemesi

26 Temmuz Cuma

- Nisan-Mayıs-Haziran 2024 Dönemine Ait GVK Geçici 67. Madde Kapsamında Yapılan Tevkifatların Beyanı ve Ödemesi
- Haziran 2024 Dönemine Ait İstihkaktan Kesinti Suretiyle Tahsil Edilen Damga Vergisi ile Sürekli Mükellefiyeti Bulunanlar İçin Makbuz Karşılığı Ödenmesi Gereken Damga Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Haziran 2024 Dönemine Ait Konaklama Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Haziran 2024 Dönemine Ait Vergi Sorumlularının Tevkif Ettikleri Katma Değer Vergisinin Ödemesi
- Nisan-Mayıs-Haziran 2024 Dönemine Ait Tevkifatların Muhtasar ve Prim Hizmet Beyannamesi ile Beyanı ve Ödemesi (GVK 98. Maddesinin 3. Fıkrasına Göre Üçer Aylık Beyanname Verme Hakkından Yararlananlar İçin)
- Haziran 2024 Dönemine Ait GVK 94. Madde ile KVK 15. ve 30. Maddelerine Göre Yapılan Tevkifatların Muhtasar ve Prim Hizmet Beyannamesi ile Beyanı ve Ödemesi

29 Temmuz Pazartesi

- Haziran 2024 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Nisan-Mayıs-Haziran 2024 Dönemine Ait Katma Değer Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Haziran 2024 Dönemine Ait 5602 Sayılı Kanunda Tanımlanan Şans Oyunlarıyla İlgili Veraset ve İntikal Vergisinin Beyanı

30 Temmuz Salı

- Haziran 2024 Dönemine Ait 5602 Sayılı Kanunda Tanımlanan Şans Oyunlarıyla İlgili Veraset ve İntikal Vergisinin Ödemesi

31 Temmuz Çarşamba

- 7326 Sayılı Kanun Uyarınca Ödenmesi Gereken 18. Taksit Ödemesi
- 7440 Sayılı Kanun Uyarınca Ödenmesi Gereken 14. Taksit Ödemesi
- Haziran 2024 Dönemine Ait 464 Sıra No.lu VUKGT Kapsamında Bildirimde Bulunma Zorunluluğu Getirilen Aracı Hizmet Sağlayıcıları, İnternet Reklamcılığı Hizmet Aracıları ile Kargo ve Lojistik İşletmeleri Tarafından Bildirim Verilmesi
- Haziran 2024 Dönemine Ait 538 Sıra No.lu VUKGT Kapsamında Taşınmaz (Satış/Kiralama) ve Motorlu Taşıtlar (Satış) İlanlarını Platformları Üzerinden Yayımlayanlar ile Günübirlik Konut Kiralama İşini Platformları Üzerinden Sağlayanlarca Bildirim Verilmesi
- 2023 Yılına İlişkin Yıllık Gelir Vergisinin 2. Taksit Ödemesi
- Motorlu Taşıtlar Vergisinin 2. Taksit Ödemesi
- Haziran 2024 Dönemine Ait Kurumlar Vergisi Mükellefleri İçin Turizm Payının Beyanı ve Ödemesi
- Nisan-Mayıs-Haziran 2024 Dönemine Ait Turizm Payının Beyanı ve Ödemesi
- Haziran 2024 Dönemine Ait Haberleşme Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Haziran 2024 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Alımlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Ba)
- Haziran 2024 Dönemine Ait Mal ve Hizmet Satışlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Bs)
- Haziran 2024 Dönemine Ait Dijital Hizmet Vergisinin Beyanı ve Ödemesi
- Nisan-Mayıs-Haziran 2024 Dönemine Ait Geri Kazanım Katılım Payı Beyannamesinin Verilmesi ve Ödemesi