

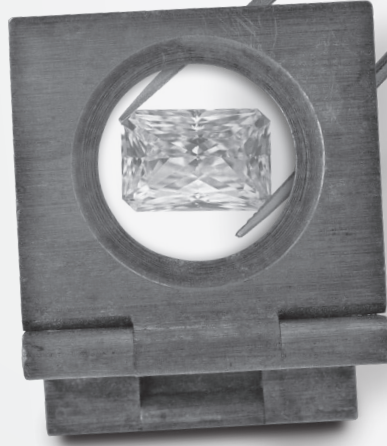
Alarko Holding
Yönetim Kurulu Üyesi

Leyla Alaton

“Kadın CDO'ların sayısının artması şirketlerin doğal olarak avantajları olacaktır.”

SMALL DETAILS
GREAT VALUES

If you are looking for perfection,
we are same in-line.



Offset Print. Digital Print. Creative Solutions.
www.printeksen.com

printEksen®

Huzur Mah. amlıklar Cad. No:5 4.Levent - Sarıyer / İstanbul
Telefon: +90 212 324 47 40 (Pbx)
Faks: +90 212 324 48 59
E-posta: info@printeksen.com

Editörden

Şaban Karaman



Bu yaz Microsoft'ta ilginç bir gelişme yaşandı; istifa eden CIO Jim DuBois'nın yerine Kurt DelBene'nin CDO (Chief Digital Officer) olarak atandığı açıklandı; bir CIO yerine bir CDO getirildi. Öte yandan PwC's Strategy&'nin, dünyanın en büyük 2,500 şirketini inceleyen araştırması, 2016'da bu şirketlerin yüzde 19'unun dijital gündemlerini yönetmek için bir yönetici atamaya karar verdiğini ortaya koyuyor. Bu oran, 2015'de sadece yüzde 6 seviyesindeydi. Öncü bir kuruluş olan Microsoft'taki bu gelişme ve PwC's Strategy&'nin araştırması, CDO pozisyonunun artan değerinin somut yansımaları olarak görülmelidir.

7 ülkede 17 havalimanında entegre havalimanı servisleri bulunan TAV Grubu'nun İcra Kurulu Başkanı Mustafa Sani Şener ile röportaj gerçekleştirdik. TAV'ın bir teknoloji şirketine dönüşümünden kurumun Dijital Dönüşüm stratejileri ve geleceğin Akıllı Havalimanı yaklaşımına kadar TAV Grubu ile ilgili çok güzel bilgiler aldık.

Mayıs sonu New York'ta gerçekleşen CDO Club Summit'te CDO World kurucusu Ali Malaz, Avrupalı CDO ve CIO toplumluluğunun CDO pozisyonuna bakış açısı konusunda güzel bir sunum yaptı. Bu ilgi çeken konuşma hareketli bir diyalog başlattı; Avrupa ve ABD arasında dijital dönüşüme ve CDO pozisyonuna yaklaşım farkları var mı? Bu konuyu New York'ta yaptığımız çeşitli röportajlarda ele aldık.

cdoworld.com adresindeki atama ve dijital dönüşüm haberlerinden de takip edilebileceği üzere, Chief Digital'ın yanı sıra Chief Data Officer atamalarının da hızla arttığı bir dönemdeyiz.

Dijital dönüşüm ve verinin önem kazanmasına paralel olarak sibergüvenliğin önemi de gün geçtikçe artıyor. EuroCIO ve BCS Elite'de Yönetim Kurulu Üyesi Dr. John Mccarthy, sibergüvenlikle ilgili yazısında siber hijyen ve siber güvenlik konularında eğitim vererek, bugün yaşanan sorunların % 80'ini ortadan kaldırdığımızı anlatıyor.

Önceki sayılarımızda olduğu gibi bu sayımızda da sektörün öncü isimleriyle röportajlar ve uzmanlardan yazılarla yine dopdolu bir sayı ile karşınızdayız.

Keyifli okumalar...

İmtiyaz Sahibi
KÜBİK MOBİL REKLAM VE YAZILIM HİZMETLERİ A.Ş. ADINA
Ali Şükrü Malaz

Genel Yayın Yönetmeni
Şaban Karaman

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Tuğba Yılmaz

Reklam Müdürü
Burcu Bayram

Teknik Müdür
Sertan Öçal

Görsel Yönetmen
Tuğba Yılmaz

Sayfa Düzenleme
Şükrü Aracı

Basım Yeri
Eksen Ofset Reklam ve Matbaacılık San. Tic. Ltd. Şti.
Huzur Mah. Çamlık Cad. No:5 Otosanayi
4. Levent - Sarıyer/İstanbul
Tel: +90 212 324 47 40 (Pbx)
Fax: +90 212 324 48 59
www.eksenofset.com
info@eksenofset.com

İletişim Bilgileri
KÜBİK MOBİL İLETİŞİM
Birlik OSB Mah. 3. Sok. No:2
Tuzla/İstanbul
Tel: +90 216 688 84 90
Fax: +90 216 688 84 93
www.cdoworld.com

reklam@cdoworld.com
rezervasyon@cdoworld.com

CDO WORLD dergisinde yer alan yazılardaki görüşler sadece yazarlarına aittir. Kaynak gösterilerek alıntı yapılabilir. Ücretsiz olarak dağıtılmaktadır. Dağıtım oranı baskı sayısıyla sınırlıdır.



8 Röportaj:
Alarko Holding Yönetim Kurulu Üyesi
Leyla Alaton



Etkinlik:
Digital Women on Boards 16

30 Makale:
Bülent Kutlu
Kadın CDO'lar



46 Röportaj:
Ulkar Holding CIO'su
Bidar Özgür
Tombuloğlu Ulutaş



34 Röportaj:
Garanti Ödeme
Sistemleri
Genel Müdürü
İşıl Akdemir Evlioğlu



24 Röportaj:
HP Türkiye
Genel Müdürü
Filiz Akdede

52 Röportaj:
YKKD Yönetim
Kurulu Üyesi,
Selen Kocabaş



40 Röportaj:
Microsoft
Kurumsal
Hizmetler Genel
Müdür Yardımcısı
Eda Uluca



56 Makale:
Dr. Yasemin
Yücel Karasu
Dijital Dönüşümün İtici
Gücü Olarak
Nesnelerin İnterneti (IoT)



60 Röportaj:
Alternatif
Bank CIO'su
Esra
Beyzadeoğlu



66 Röportaj:
Ford Otosan CDO'su
Hayriye Karadeniz

İçindekiler

Microsoft'un KAGİDER ve Aydın Doğan Vakfı işbirliğiyle hayata geçirdiği ve kadınların teknoloji alanındaki başarılarını desteklemek amacıyla düzenlenen 'Teknolojinin Kadın Liderleri' yarışmasının kazananları belli oldu.

Yüzlerce kadının ve projelerinin yarıştığı ve 9 kategoride ödül verilen etkinlikte konuşan Microsoft Türkiye Genel Müdürü Murat Kansu, "Dijital geleceğe hazır güçlü bir Türkiye için teknolojiye 'Erkek işi' ön yargısını kaldırmalıyız. Teknolojide güçlenen kadın her alanda güçlenir" dedi.



Microsoft Türkiye'nin, Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER) ve Aydın Doğan Vakfı işbirliğiyle yürüttüğü "Teknolojinin Kadın Liderleri" projesi, teknolojiye kadınların neler başarabildiğini tüm dünyaya göstermeye devam ediyor.

Türkiye'de kadınların teknolojiye daha fazla söz sahibi olması ve teknolojiye kadın girişimciliğine ilham vermek için bu yıl üçüncüsü düzenlenen Teknolojinin Kadın Liderleri Ödülleri, 6 Haziran'da Microsoft Türkiye ofisinde gerçekleştirilen törende sahiplerini buldu.



BonusFlaş 5,5 Milyon'a koşuyor!

Türkiye'nin en çok sevilen ve yenilikçi kredi kartı Bonus'un, müşterilerinin hayatını kolaylaştıran ve sektöründe bir ilk olan BonusFlaş uygulaması kullanıma sunulduğu Kasım 2015'ten bu yana yaklaşık 5,5 milyon kişi tarafından indirildi. Ayda 8,7 milyon kez ziyaret edilen ve 69 milyon kez görüntülenen BonusFlaş üzerinden bugüne kadar toplam 17 milyon kampanya katılımı gerçekleşti.

BonusFlaş uygulaması sayesinde kullanıcılar, sahip oldukları tüm Garanti banka ve kredi kartlarını aynı platformda kolaylıkla kontrol etme imkânı buluyor. Kredi kartıyla yapılan hemen hemen tüm işlemleri sunan, kullanıcılara hız ve kolaylık sağlayan uygulama aynı zamanda, harcama alışkanlıklarını analiz ederek, müşteriler için en uygun kampanyaları öneriyor. Kullanıcılar tercih ettikleri kampanyaya tek bir dokunuşla katılabiliyor, güncel harcama, kalan limit, kazanılan bonus gibi bilgileri anlık takip edebiliyor. Ayrıca, belirli özelliklere sahip cep telefonu kullanıcıları, temassız POS özelliği olan üye işyerlerinde, kartlarını cüzdanlarından çıkarmaya gerek duymadan, cep telefonlarıyla ödemelerini gerçekleştirebiliyor.

BonusFlaş, kullanıma sunulduğu günden bu yana yeni eklenen özellikleriyle de Garanti müşterilerinin hayatını kolaylaştırmayı sürdürüyor. Garanti müşterileri, kayıp/çalıntı özelliğiyle acil durumlarda BonusFlaş üzerinden kartlarını hemen ya da 24 saat süreli kapatıp otomatik olarak yenileyebiliyor. Yurtdışında yaptıkları işlemlerden haberdar olmak için bildirim tanımlayabiliyor ve kartı yurtdışı işlemlere kapatabiliyor. Kart Başvuru Takip özelliği de müşterilerin kart başvurularının hangi adımda olduğunu görebilmelerini sağlıyor. BonusFlaş'a geçtiğimiz sene eklenen Araçta Ödeme özelliği ise, BP müşterilerine aracı terk etmeden akaryakıt bedelini kredi kartıyla araçlarından

inmeden ödeme imkânı sunuyor. Kullanıcılar uygulamaya Garanti Dijital Parola yerine Göz Tanıma ile de giriş yapabiliyor.

BonusFlaş uygulamasının içinde yer alan GarantiPay ise kullanıcılarına online alışveriş yaptıkları web siteleri ve mobil uygulamalarda ödeme adımında sağladığı kolaylık, hız ve güvenlik standartlarıyla, e-ticaret pazarının en çok tercih edilen ödeme seçeneklerinden olmaya devam ediyor. Türkiye'nin önde gelen web sitelerinin de olduğu 700'den fazla sitede ve mobil uygulamada GarantiPay ile ödeme yapabilen BonusFlaş kullanıcıları, GarantiPay'in dönemsel kampanyalarından da yararlanabiliyor. Kullanıcılar, tektilden gıda sektörüne kadar onlarca alışveriş sitesi/ mobil uygulamada geçerli kampanyalar kapsamında GarantiPay ile yapılan ödemelerde şimdi daha fazla bonus kazanabiliyor.

Online alışveriş alışkanlığının hızla yaygınlaştığı Türkiye'de e-ticaret pazarı 2010 yılından bu yana 4 kat büyüdü. Bu doğrultuda GarantiPay kullanıcı sayısı geçen yılın ilk 4 ayına göre 2 kat, işlem adedi 2,5 kat artarken ciro da 3 kat artış gösterdi. GarantiPay aynı zamanda kart sahiplerine online vergi ödemesi de sağlayan ilk cüzdan olarak hizmet veriyor. Bu kapsamda MTV döneminde, bir önceki döneme göre gib.gov.tr'de ödeme seçeneklerinden GarantiPay'i tercih eden kişi sayısında yaklaşık 4 kat, GMSI (kira gelir) vergi ödemelerinde de 4 kat artış gerçekleşti.



Konuyla ilgili bilgi veren Garanti Ödeme Sistemleri Genel Müdürü Işıl Akdemir Evlioğlu, "Türkiye'de ve dünyada bir ilk olan, kampanya ve kart bilgileriyle ödeme fonksiyonunu birleştiren BonusFlaş bugün yaklaşık 5,5 milyonluk indirme sayısı ile Türkiye'de en çok tercih edilen finansal uygulamalardan biri oldu. Ulaştığımız aylık ziyaret ve görüntülenme sayılarının yanında, yaklaşık 17 milyon kampanya katılımının gerçekleştirildiği BonusFlaş, müşterilerimiz için ne denli faydalı, ihtiyaca cevap veren ve değer yaratan yenilikçi bir ürün olduğunu kanıtladı. BonusFlaş uygulamasına entegre ettiğimiz ödeme çözümümüz GarantiPay ise güvenlik, hız ve kullanım kolaylığıyla uygulamanın alışveriş döngüsünü tamamlayarak kullanıcılara önemli bir değer yaratıyor. Müşterilerimizin BonusFlaş ve GarantiPay'e gösterdiği ilgiden çok mutluyuz. Önümüzdeki dönemde uygulamalarımıza ekleyeceğimiz yeni fonksiyonlarla, müşterilerimizin hayatlarını kolaylaştırmaya devam edeceğiz." dedi.



HP Yıllık Sürdürülebilir Etki Raporu'nu yayınladı

Rapor, başarıyla tamamlanan önemli çevresel hedeflere, ABD'de azınlıkların istihdam edilmesinde yakalanan önemli büyümeye ve milyonlara ulaşan eğitim programlarına yer veriyor.

HP Inc. (NYSE: HPQ), yaşadığımız gezegen, insanlık ve topluluklar için uzun süreli iyileştirmeleri güçlendirecek yeni çabaları özetleyen ve bu konularda kaydedilen yıllık ilerlemeyi gösteren 2017 Sürdürülebilir Etki Raporunu yayınladı. Rapora göre, kadınların yönetici pozisyonlarında yer almasında kaydedilen sürekli artışın yanı sıra istihdam çeşitliliğinde de yaklaşık yüzde 8'lik bir artış görülüyor.

Raporun ana başlıkları şöyle:

- HP'nin Sürdürülebilirlik ile rakiplerine göre fark yarattığı ihale oranlarında geçen yıla göre yüzde 38'lik artış; 700 milyonu aşkın yeni iş hacmi.
- Planlanan takvimin öncesinde bilimsel hedeflere ulaşarak, Kapsam 1 (doğrudan) ve Kapsam 2 (dolaylı) sera gazı emisyonlarında yüzde 35 düşüş.
- Orijinal HP yazıcı mürekkebi üretmek için HP'nin kapalı döngü geri dönüşüm sürecinde kullanılan, 2017'de Haiti'den toplanan 8,3 milyar dan fazla plastik şişeden elde edilen 170 tonluk kaynak.
- Amerika'da istihdam çeşitliliğinin 2016'da yüzde 26,8'den 2017'de yıllık yüzde 8 artışla yüzde 34,5'e ulaşması.
- Daha iyi öğrenme sonuçları için kaliteli eğitimi ve dijital okur-yazarlığı artıran HP çözümleriyle fayda sağlanan 14,5 milyonu aşkın öğrenci ve yetişkin.



Alternatif Bank yenilenen markasıyla “Danışman Banka” olarak konumlanıyor



Alternatif Bank Genel Müdürü
Kaan Gür

Mart ayında gerçekleştirdiği marka değişimiyle “danışman banka” olarak konumlanan Alternatif Bank, yeni stratejisi ile önümüzdeki dönemde de ülke ekonomisine katma değer yaratmayı hedefliyor. Teknolojiye yaklaşımında “hizmet kalitesi ve müşteriye özel deneyim sunma anlayışını” merkeze alan Alternatif Bank’ın Genel Müdürü Kaan Gür yakın dönemde gerçekleştirdikleri dönüşüm ve bankanın teknolojiye bakışı hakkında şunları söyledi:

“Yılın ilk çeyreğinde gerçekleştirdiğimiz marka değişimi ile yakaladığımız ivmeyi iş sonuçlarımızda da görmenin mutluluğunu yaşıyoruz. Bu başarının arkasında kurumsal yönetim ilkelerine bağlılığımız kadar, çalışanlarımızın müşterilerimize en doğru çözümleri sunma konusundaki gayretleri de büyük bir öneme sahip. Önümüzde-

ki dönemde Alternatif Bank olarak reel sektöre ve üretime daha fazla danışmanlık vererek; bilgi, yetkinlik ve sermaye aktaracağız. Bu süreçte teknoloji, sunduğumuz tüm ürünlerde ve hizmetlerde itici güçlerden biri olacak. Aynı zamanda ‘uzman dijital banka’ stratejimiz, kusursuz hizmet anlayışımız ile bankacılık alanındaki bilgi birikimimizi yetkin çalışanlarımız ve çeviklediğimiz teknolojik altyapımız aracılığıyla sunacağız.

Her geçen gün karşılaştığımız teknolojik gelişmeler sadece yaşantımızı değil, iş yapış şekillerimizi de değiştirip dönüştürüyor. Endüstri 4.0, nesnelere interneti (IoT) imalat sanayisinde köklü değişikliklere yol açıyor. Yapay zeka, bulut tabanlı uygulamalar ve dijital dönüşüm her sektörü etkileyen kavramlar olarak öne çıkıyor. Öte yandan, Alternatif Bank’ın temel önceliği insan ve insana hizmet. Teknolojiye yaklaşımımızı da bu öncelik belirliyor. Müşterilerimizin tercihlerini aldıkları hizmetin niteliğine ek olarak, sunulan özel yaklaşımlar ve yaşanan deneyimin kalitesi şekillendiriyor. Banka olarak, müşteri deneyimini geliştiren kurumların rekabette öne çıktığının farkındayız. Bu nedenle faaliyetlerimizi yürütürken müşterilerimizin ihtiyaçlarını derinlemesine analiz ediyor ve hayatlarını teknolojiden beslenen yeniliklerle kolaylaştırmayı hedefliyoruz.”

Alternatif Bank Hakkında:

Alternatif Bank, Türk bankacılık sektörüne 1991 yılında katıldı. Katar’ın ilk özel bankası ve bölgesinde saygın bir finans kurumu olan The Commercial Bank, 2013 yılında yüzde 75 ile Alternatif Bank’ın hâkim hissedarı oldu. 2016 yılı sonunda gerçekleşen hisse devrinin ardından The Commercial Bank, Alternatif Bank’ın tek sermayedarı haline geldi. Fitch Ratings ve Moody’s gibi uluslararası kredi derecelendirme kuruluşları yaptıkları değerlendirmelerde The Commercial Bank’ın Alternatif Bank’a verdiği güçlü desteğe dikkat çekti. “Kusursuz hizmet anlayışı” ile kurumsal, ticari, kobi ve bireysel bankacılık alanındaki hizmetlerini 53 danışman şubesi ve 1000’e yakın uzman çalışanıyla müşterilerine sunuyor. Alternatif Bank, Türk ekonomisinde kısa vadede istihdam ve altyapı yaratacak pek çok projeye finansman sağlayarak, reel ekonomiye destek olmayı ve müşterileriyle “beraber büyümeyi” hedefliyor. Bankanın 31 Mart 2018 itibarıyla konsolide aktif büyüklüğü 21,9 milyar TL olarak gerçekleşti.

Alternatif Bank |



Alarko Holding Yönetim Kurulu Üyesi

Leyla Alaton

Alarko Holding olarak dijital dönüşüm sürecinizden bahsedebilir misiniz?

Alarko Holding olarak konuyu Yönetim Politikamız kapsamında ele alıyoruz. Özellikle geçtiğimiz 3 yıldır Holding olarak yenilikçi vizyonumuz, inovatif İnsan Kaynakları yaklaşımlarımız, kurulum aşaması tamamlanan stratejik ve birbiri ile entegre İK sistemlerimiz açısından, Dijital Dönüşüm ve Endüstri 4.0 odaklandığımız alanlar. Holding merkez ve gruplarımızdaki tüm iş yapış yöntemlerimizi yeni çağın gereklerine göre revize etmeliyiz.

“

Dijital hayatın içinde odağımızı kaybetmemiz çok kolay. Ve bu odak kaybı bize zaman, verimlilik ve nitelik kaybı şeklinde katlanarak geri dönüyor. Dijital kadın yöneticiler bu anlamda şirketlere avantaj sağlayabilirler.

”

Müşteri ile birebir iletişim halinde olan Gruplarımız da Dijital ve mobil teknolojiler alanlarındaki gelişmeleri yakından takip ediyorlar.

Turizm Grubu'nda bu konuda yapılanları özetlemek gerekirse; uzun yıllardır iç işleyişlerimizde dijital teknolojiyi yaratıcı ve etkili biçimde kullanıyoruz. Son yıllarda ise dijital teknolojiyi verdiğimiz hizmetle harmanlamaya, ve hizmeti daha da kuvvetlendirmeye yönelik olarak kullanmaya ağırlık verdik: Misafirin şezlongunda app üzerinden içki siparişi vermesinden masaj rezervasyonu yaptırmasına, odasında bluetooth'la bağlanabileceği bir dock olmasından IPTV gibi in-room eğlence olanaklarına, Instagram üzerinden otel rezervasyonu yaptırmaktan spor eğitmeni ile app üzerinden iletişim kurmaya kadar misafire değdiğimiz her alanda teknolojiyi en güncel ve en etkili şekillerde kullanmaya çalışıyoruz. Ayrıca klasik biçimde sosyal medya sitelerine reklam vererek değil, her yıl Job@Heaven on Earth, Hillside Now, People of Hillside gibi yaratıcı ve akılcı bir sosyal medya projesini devreye sokmaya ve bu mecraların sağladığı büyük iletişim olanağından maksimumda faydalanmaya çalışıyoruz.

Son zamanlarda yönetim kurullarında kadın yöneticilerimiz daha çok görev almakta. Özellikle dijital dün-



yada kadın yöneticilerimizin sayısı artmakta. Bu konu ile düşüncelerinizi alabilir miyiz?

Dünya Ekonomik Forumu Toplumsal Cinsiyet Uçurumu Endeksi 2016 yılı verilerine göre, Türkiye, kadınların iş-gücüne katılımında 145 ülke arasında ne yazık ki 131. sırada yer alıyor. Ülkemizde her ne kadar kadın istihdamı konusunda önemli gelişmeler yaşanmış olsa da uluslararası araştırmalar Türkiye'nin hâlâ istenilen düzeyde olmadığını gösteriyor.

Uluslararası yönetim danışmanlığı şirketi McKinsey'in 2016 raporuna göre 2025'e kadar kadınların ekonomik hayata erkeklerle eşit katılımının sağlanması halinde küresel çapta toplam GSYH'de yüzde 11'lik artış olacak.

Kuvvetli, akıllı, çalışkan kadınların sosyal ve ekonomik alanda seslerini ülkemizde daha fazla duyurmaları önemli. Bu ülkemizin gücünün artmasında da çok önemli.

Konulara farklı açıdan bakmak isteyen şirketler yönetim kurullarına kadın yöneticileri daha fazla atamalıdır. Ayrıca şunu düşünmemizde büyük fayda var. Dünyada ve toplumumuzda satın alma kararlarını büyük çoğunlukla kadınlar veriyor. Dolayısıyla üretimde, pazarlamada her alanda kadınlar sadece yönetimde değil tüm safhalarda olmalı.

Buna paralel olarak her alanda olduğu gibi dijital dünyada da daha çok kadın yöneticimiz görev almalı ve yönetim kurullarında etkin olmalıdır.

Dijital kadın yöneticilerimizin şirketlere ne gibi avantajlar sağladığını düşünüyorsunuz?

Dijital hayatın içinde odağımızı kaybetmemiz çok kolay. Ve bu odak kaybı bize zaman, verimlilik ve nitelik kaybı şek-

linde katlanarak geri dönüyor. Dijital kadın yöneticiler bu anlamda şirketlere avantaj sağlayabilirler.

Biraz öncede belirttiğim üzere, satın alma kararlarının çoğunda kadın var. Dijital kadın yönetici müşteri deneyimini göz önüne alındığında yapısı gereği doğrudan daha etkin bir konumda olabilir. Dijital dönüşümde müşteri deneyimi esas olan. Dijital dönüşümün başarısında kadının etkisi büyük olabilir.

Ayrıca kadın yöneticilerin pozitif yaklaşımları, geniş bir vizyonla konuya bakabilmeleri, yenilikçi yaklaşımları ve liderlik alanlarında şirketlere avantaj sağlayabilirler.

Son zamanlarda ülkemizde dijital dönüşüm liderleri olarak bilinen CDO (Chief Digital Officer) atamaları artmaya başladı. CDO'lar ve kadın CDO'lar hakkında görüşlerinizi alabilir miyiz?



“

Digital Women On Boards

çok önemli bir platform. Bu konuda önyargılı olan kişiler için de teşvik edici ve rol-model olacağı görüşümdedir.

”

İşletmelerde C-seviyesi unvanlar her geçen gün artıyor. Ama bunlardan özellikle bir tanesi Holding olarak bizi yakından ilgilendiriyor: CDO (Chief Digital Officer), yani kurumların dijital dönüşüm süreçlerinden sorumlu olan kişi. Bir başka ifadeyle dijital dönüşüm lideri.

CDO'ları şirketlerin dijital stratejilerinin oluşturulmasından ve uygulanmasından kısaca tüm dijital aktivitelerinden sorumlu; bilişim teknolojileri, satış, pazarlama, strateji ve iş geliştirme, finans alanlarının hepsinde deneyim kazanmış, yönetim kurulu başkanı ya da genel müdürle re bağlı çalışan üst düzey yöneticiler olarak kabul etmekteyiz.

Dijital dönüşümün yardımıyla şirketler operasyon odaklı sistemlerden müşteri odaklı sistemlere geçmeye çalışıyorlar.

Müşteri odaklı sistemlerin ana odağı ise her zaman Müşteri Deneyimidir. Müşteri deneyiminde satın alma davranışlarını en çok kadın bildiğine göre kadın CDO'ların sayısının artması şirketlerin doğal olarak avantajları olacaktır.

Kadın CDO'ların artması isteniyor ama bunun ötesinde şirketlerin CDO ataması artık bir tercih değil zorunluluktur. Hayatta kalma meselesidir.

Alarko Carrier; Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından verilen “AR-GE Merkezi Belgesi”ni almaya hak kazandı. Ar-Ge merkezinizin

projelerinden bahsedebilir misiniz?

Alarko Carrier; Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından verilen “AR-GE Merkezi Belgesi”ni Nisan 2012’de almaya hak kazandı. Isı, Klima ve Su Basınçlandırma konularında yapılan projelerin önemlileri, “Optima Yüksek Enerji Sınıfı Sirkülasyon pompaları”, “Aldens Yoğuşmalı Kazanlar”, “Çift Yoğuşmalı Kombiler”, “Yüksek Kapasiteli Çatı Tipi Klimalar”, “Yeni Nesil Rooftoplar (Next generation rooftops)” ve “Kontrol Opsiyonlu Klima Santalleri” şeklinde özetlenebilir.

Digital Women On Boards platformu ile ilgili öngörüşünüz nedir?

Çok önemli bir platform. Bu konuda önyargılı olan kişiler için de teşvik edici ve rol-model olacağı görüşümdedir. Son zamanlarda bu kapsamda birçok STK özelinde önemli çalışmalar yürütülüyor. Her lider kadın gibi bende bu konuyla ilgili çalışmalar içerisindeyim. Dijital kadınlarımızın sayısının artması tüm ülkenin sahiplenmesi gereken konu olduğunu düşündüğüm Digital Women On Boards çalışmalarına değer veriyorum.

Teknoloji Leyla Alaton’un hayatını nasıl değiştirmiştir?

Teknoloji geliyor, dünya değişiyor.

Mesela artık dilleri anında çevirmek mümkün; hem de kame-rayı yazıya tutmak yetiyor. Siz



Latince bir yazıya kamerayı doğrultuyorsunuz; o size İngilizcesini anında çeviriyor. İleride 3-4 dil bilenlerin pabucu dama atılacak gibi!

Özellikle 2010 yılındaki mobil devrimle birlikte akıllı telefonlar ve sosyal medya hayatımızın bir parçası oldu. Bu durum iletişim olarak çok daha paylaşımcı olmaya ve geniş kitlelere çok kısa sürede ulaşmaya imkan veriyor. Aynı zamanda çok daha seçici ve dikkatli olmayı da gerektiriyor.

Teknolojiyi onun esiri olmadan ve pozitif amaçlı kullanmayı gerektiriyor. Teknoloji-

nin kölesi değil efendisi olmak gerekiyor. Bu da ancak çalışarak olur, araştırarak olur. Teknoloji benim araştırma azmimi artırdı diyebilirim.

Son dönemde gelişen teknolojiler herkes gibi beni de heyecanlandırıyor ama yapay zeka gibi konularda endişe taşımıyorum da değilim. Bence insan kalarak teknolojiyi geliştirmek ve kullanmak daha keyifli. Herkese de öneririm.

Banka ve ATM'lerin En Değerli Hediyesi!

EN 1143-1 Sertifikalı Kasa

- ✓ *12 yıldır ülkemizin ilk ve tek yerli üreticisi*
- ✓ *Tasarımdan üretime, montajdan kurulumuna kadar anahtar çözümler*
- ✓ *Nakit yönetimi çözümleri konusunda uzman ekip*



**İleri Üretim ve Teknoloji Çözümleri Kullanarak
Değerlerimizi Birlikte Güvende Tutalım...**



www.teknikkasa.com.tr
Birlik OSB Mah. 3. Sok. No:2 Tuzla/İstanbul
0216 494 1363
info@technicsafe.com







Digital Women on Boards

CDO dergisinin bu sayısını dijitalleşen dünyanın öncü kadın liderlerine ayırmış olmaktan çok memnunuz.

Kurumsal hayatta kadının üst düzey rollerde yeterince temsil edilmediği ve çeşitliliğin kurumsal performansa olan etkisinin artık tartışılmadığı bir dönemdeyiz. “Digital Women on Boards Platformu”nu Nisan ayında yaptığımız ilk toplantı ile duyurduk.

Amacımız; her sektörde dijital dönüşüm gündeminin stratejik öncelikler arasında yükselmesi ile ortaya çıkan trendi fırsata çevirmek, bu alanda fikir liderliği yapan kadın yöneticilerin yönetim ve danışma kurullarında daha fazla temsil edilmesini sağlamak, taleple ilgili farkındalığını artırmak, bu lider kadın yöneticilerin hem Türkiye hem de bölgesel olarak görünür ve ulaşılabilirliklerine katkıda bulunmak ve yetkinliklerini yukarıya taşıyabilmek için fırsatlar oluşturmak.

Burada sizinle cinsiyet eşitliği konusunda çok da pozitif olmayan tablonun rakam detaylarına girmek yerine, konuya teknoloji dünyasının ışığı ile neden önem verdiğimizimize dair düşüncelerimizi paylaşmak isteriz. Sanayi Devrimi'nden bugüne, teknoloji birçok işin fiziksel dünyadan zihinsel dünyaya taşınmasını sağladı. Bilgi işçisi terimini hayatımıza getiren bu değişim, durmak bir yana ivmelenerken iş dünyasının yetenek ihtiyaçlarını değiştirmeye devam ediyor. Yapay zekanın gelişimi ile teknolojinin insan yeteneklerine yaklaştığı yakın gelecekte kariyerlerini kurgulamaya çalıştığımız çocuklarımız için birkaç gelecek öngörüsünde bulunmamız gerekse; şu başlıkları öne çıkarırdık:

- Bilgisayarların bugünün şartlarında kötü olduğu alanlara doğru mesleklere yönelin,
- İnsan ilişkilerine dayalı, sosyal ve duygusal zekanın yoğun kullanıldığı alanlarda kendinizi konumlayın,
- İnovasyon, yapacağınız işin kalbinde olsun,
- Tahmin edilemez, hesaplanamaz ve kaotik şartlar altında rahat çalışabilecek bir yetenek gelişim programına yoğunlaşın.

Bu başlıkların çoğunda kadınların evrimleşmeden gelen avantajları olduğunu çoğumuz biliriz. Erkek ve kız çocuk büyütme şansı olan birçok ebeveyn, kız çocukların sevgilerini gösterme, ilişki kurabilme, duygusal zeka ve kıvrak düşünebilme konusunda yaradılıştan gelen üstünlükleri olduğunu duyarız. Yakın gelecekte bu özelliklerin iş dünyasında başarmak için gerek şart olacağı günlere doğru ilerliyoruz. Bu yeteneklerle kendimizi donatamazsak yapay zekanın geri kalan işleri elimizden aldığı bir dünyanın içinde bulabiliriz kendimizi.

Kadınların yarının şekillenmesinde hem anne hem de yönetici olarak almaları gereken rol bu dinamikle birlikte daha da kritik hale geliyor.

AI dünyasının önde gelen isimlerinden Max Teg-

mark'ın yazdığı Life 3.0 kitabından çarpıcı bir alıntı ile bu mesajı güçlendirmek isteriz.

1900'lü yıllarda Amerika'da bir tepenin üstünde, önlerine uzanan uçsuz bucaksız ovada otlanan sürüdeki arkadaşlarına bakarak, iki at sohbet etmektedir. Bu dönem motor ile ilgili icatların hızlandığı ve yavaş yavaş otomobil prototiplerinin çıktığı zamanlardır. Atlardan biri diğerine der ki; "Sence yakın gelecekte otomobil sayısı artarsa bize ne yaparlar?" Diğeri cevap verir: "Ona daha çok uzun zaman var. Bize insanların her dönemde ihtiyacı olur, sen hiç kafanı yorma".

1915'te Amerika'da, 26 milyon at popülasyonu vardır. 1960 yılına geldiğimizde sadece 3 milyon. Maalesef ihtiyaç ortadan kalktıkça atlar toplu kıyımla ortadan kalkmıştır.

Mekanik atlar (arabalar), atların yerini doldururken; mekanik zekaların, acaba insanın yerini doldurması riskini taşıyor muyuz? Eğer zekamızın yerini makinalar alacaksa bize nasıl işler kalacak? Bugün tüm atlar ortadan kalkmadı; insanlar atları besleyip büyütme, yarışlarda ve spor arkadaşısı olarak kullanmaya devam ediyorlar. O tepede sohbet etmekte olan atlara; 50-60 yıl sonra Veli Efendi Hipodromu'nda koşacakları ve üzerlerine bir şans oyunu sektörü kurgulanacağını söylesek ne düşünürlerdi acaba?

Teknoloji bize bugün tahmin edemeyeceğimiz bir gelecek hazırlıyor olabilir. Bugün tahmin bile edemeyeceğimiz meslekler çok uzak olmayan bir gelecekte karşımıza çıkabilir. Bu şartlar altında güçlü olduğumuz alanlara eğilmek, bu alanlarda bugün bile daha yetkin olduğunu bildiğimiz kadınlara daha fazla ihtiyacımızın olduğunu itiraf etmek ve bu gücü fırsata çevirmek için harekete geçmek geleceğimiz için çok kritik.

Ali Malaz

CDO World
Kurucu Ortağı

Burcu Bıçakçı Ersoy

Egon Zehnder
Yönetici Ortağı

Interaction At The Highest Level



DIGITAL WOMEN

on Boards

Organized by

CDOWORLD

Platform Partner

EgonZehnder

www.digitalwomenonboards.com
www.dwoboards.com

Digital Women on Boards İlk Toplantısını Gerçekleřtirdi!



CDO World Platformu'nun organize ettiği Digital Women on Boards toplantısı, Nisan ayının ortalarında BJK Plaza Egon Zehnder Ofisi'nde, Türkiye'nin en önemli şirketlerinin üst düzey kadın yöneticilerini bir araya getirdi.

CDO World ve Digital Women on Boards Kurucusu Ali Malaz ve platform partneri Egon Zeh-

nder Yönetici Ortağı Burcu Bıçakçı Ersoy tarafından karşılanan konuklara, kısa bir sunum yapıldı.

Ardından platformun önemli konularında olan kadınların yönetim kurullarında yer alması ve kadın teknoloji yöneticilerin artması adına Dijital Women on Boards platformu ile hep birlikte



neler yapılabilir üzerine sohbet yapıldı ve karşılıklı olarak fikir alışverişinde bulunuldu.

Digital Women On Boards platformu ülkemizde özellikle teknoloji alanında kadın liderliğini artırmak ve geliştirmek için çalışmalar yapmakta. Şirket üst yönetimlerinde kadın temsil oranını artırarak şirket performansına ve inovasyona katkıda bulunulmasını desteklemektedir.

Yönetim Kurullarında Karar Mercileri ile Kadın Dijital Liderlerimizi bir araya getirerek, YKK gibi platformlara kanal oluşturmak için çalışmalar yürütülmektedir.

Digital Women on Boards Platformu'nun İlk Toplantısında Değerlendirilen Bazı Konular

Yönetim Kurulunda Kadın Derneği'nden Selen Kocabaş; son 3 dönem mentee havuzunda çok kaliteli bir aday havuzunun var olduğunu, ama teknolojik kadını -dijital kadını- güçlendirerek bu havuzun genişletilmesinin ve çeşitlendirmesi gerektiğini belirtti... Yönetim Kurulunda Kadın Derneği, 18 ayda bir yeni sezon mentee programı organize ediyor ve bu program ücretli, kadınları yönetim kurullarında rol almak için hazırlayan, çok detaylı hazırlanmış bir program olduğunu. Bu programda daha fazla dijital kadının yer alması için sizler de nominate olmak, sponsorluk almak için program mentorları ile çalışabileceğini belirtti.

Digital Women on Boards platform toplantısında konuşulan bir diğer konusu da Endüstri 4.0



mesleklerinin çekildiği bir video yapım projesi konuşulmuştur. Bu proje; TÜSİAD Ne Okusam Ne Olsam?

Ayrıca Filiz Akdede, TÜSİAD ile dijital başarı hikâyelerini kaleme alma inisiyatifi başlattıklarından bahsetti.

Anadolu şirketleri yönetim kurullarında teknoloji ve yeteneğe daha açlar. Bu şirketlerle kadın teknoloji liderlerimiz buluşturulup ne tür çalışmalar yapılabilir konusu üzerinde duruldu.

İş'te çeşitlilik; insana, topluma ve kurumlara fayda sağlamakta. IT'de karar verici pozisyonlardaki kadın çalışan sayısının artmasını destekleyici faaliyetlerde bulunulmalıdır.

Akademik dünyada da bilgisayar ve bilişim fakültelerinde kadın akademisyen sayısı oldukça fazla bulunmakta. Teknoparklarda özel sektör ile birlikte proje geliştiren ve işbirliği yapan birçok kadın akademisyenlerimiz var. Akademik dünyadaki yetenekli kadın liderlerin özel sektördeki çeşitli projelerde ve yönetim kurullarında görünürlüklerinin artırılması için çalışmalarda nasıl yer alınabileceği konuşulan konular arasındadır.

Toplantı sonlarında ise; Digital Women on Boards Platformunu geliştirmek ve toplantıların sürekliliğinin sağlanması ve platform havuzumuzun güçlendirilmesi, özellikle teknoloji alanında kadın liderliğini artırmak ve geliştirmek için ne tür çalışmalar yapılabileceği üzerinde duruldu.





HP Türkiye Genel Müdürü

Filiz Akdede

Yapımız ve kültürümüz gereği hem teknolojik altyapımızı ve ürün segmentimizi, hem de çalışma şekillerimizi sürekli güncelliyoruz. 2018 yılında da yeni ürün, çözüm ve kampanyalarla tüketicilere ulaşmayı sürdüreceğiz. Yeni satın almalar ve işbirlikleriyle etki alanımızı genişletmeye devam edeceğiz.

HP olarak Türkiye' nin dijital dönüşüm ajandasına yaklaşımınızı ve katkınızı özetleyebilir misiniz?

Dünyada ve Türkiye'de hızlı bir dönüşüm yaşanıyor. 3 yıl içinde teknoloji kullanımının daha çok yaygınlaşmasını, bugün kullandığımız yazılım ve programların gelişmesini, değişmesini ve verimliliğini artırmasını bekliyoruz. Şirketlerin de bu dönüşüme uyum sağlayarak gelişmeleri yakından takip etmesi ve uygulamaları hayata geçirmekte geç kalmaması gerekiyor. Yapımız ve kültürümüz gereği hem teknolojik altyapımızı ve ürün segmentimizi, hem de çalışma şekillerimizi sürekli güncelliyoruz. 2018 yılında da yeni ürün, çözüm ve kampanyalarla tüketicilere ulaşmayı sürdüreceğiz. Yeni satın almalar ve işbirlikleriyle etki alanımızı genişletmeye devam edeceğiz.

Yaşanan dijital dönüşüm ile ilgili bir diğer önemli konu ise; güvenlik. Tüm dünyada teknoloji gelişirken her ölçekten şirket rekabet gücünü korumak için teknolojiden en iyi şekilde yararlanmanın yollarını arıyor. Tabii bu dönüşüm içerisinde güvenlik de en az performans ve verimlilik kadar önemli bir yer tutuyor. Dönüşüm birçok fırsatı beraberinde getirirken, güvenlik sorunu da önem vermemiz gereken bir konu olarak gündeme gelmeye başladı. Güvenlikle ilgili çözümler milyar dolar zarar ya da kar ettirebilecek durumda ve bu güvenlik konularının ülke gündemine de gelmesi gerekiyor. Günümüzde güvenlik konusunda kurumsal farkındalık artmakla birlikte, maalesef henüz istenilen düzeyde değil. Bu durum özellikle yazıcılar konusunda çok daha fazla göze çarpmıyor.

Dizüstü ve masaüstü bilgisayarlarda siber saldırıların sayısı ise son dönemde iki kat arttı. Bu doğrultuda HP olarak hem bilgisayarlar hem de yazıcılar için özellikle güvenlik konusunda pek çok ürün ve proje geliştirdik. İş dünyasının ve tüketicilerin karşılaştığı güvenlik riskleri ile ilgili farkındalığı arttırmak amacıyla global bir girişim başlattık. Ödüllü aktör Christian Slater'ın rol aldığı, HP Studios'un internet üzerinden yayınlanan The Wolf isimli kısa film serisi, kurumsal ağların nasıl saldırıya uğrayabileceğini ve şirketlerin kendilerini korumak için neler yapması gerektiğini konu alıyor. Bir başka kısa film projemiz ise Jonathan Banks'in rol aldığı The Fixer filmi. Bu filmde Banks, şir-

ketlerin ağlarını suçlulardan, kor-sanlardan ve The Wolf gibi şüpheli kişilerden korumalarına yardımcı oluyor.

Kadın yönetici/çalışan sayısı Türkiye'de her geçen gün artmakta. Sizce kadınların iş dünyasında ki yerini nasıl değerlendiriyorsunuz? Şirketler için bu bir avantaj mı sizce?

HP kültüründe; sadece kadın özelinde değil; farklı din, dil, cinsel yönelim, ırk gibi tüm çeşitliliklere yönelik hak temelli bir yaklaşım ve herhangi bir ayrımcılığa izin vermeyen şirket içi kurallar bulunuyor. Çeşitliliği şirket kültürünün ayrılmaz bir parçası olarak görüyoruz ve farklı görüşlere sahip, farklı yaş ve cinsiyet gruplarındaki kişilerin bir araya gelmesinin yaratıcılığı artırdığına inanıyoruz. HP olarak sahip çıktığımız çeşitlilik kavramının uygulanması için Türkiye ofisi olarak da çeşitli çalışmalar yapıyoruz. Türkiye'deki yapılanmamızda kadın çalışan oranının yüzde 60'lar seviyesine çıktığını söyleyebilirim. Globalde ise bir yıl kadar önce, çeşitlilik konusunda önemli bir hedef belirlendi. Belirlenen hedef; kadın çalışan ve farklı etnisite gruplarına mensup çalışan sayısının artırılmasına yönelikti. Ayrıca yönetim düzeyindeki çeşitlilik oranlarının da artırılması hedeflendi. Söz verildiği gibi 12 ayın sonunda, kadın çalışanların oranı yüzde 40'tan yüzde 60'a çıkarıldı. Daha da önemlisi bazı bölgelerde yönetici rollerindeki kadın sayısı sıfır iken yüzde 50'ye ulaştı.

Araştırmalar gösteriyor ki kadın yöneticiler daha kolay empati kurabiliyorlar. Bu da sorunların hızlı çözümü, takım çalışması ve fikir ayrılıklarında uzlaşa sağlanması ve mentorluk gibi alanlarda ek fayda sağlıyor.

Türkiye'de ve dünyada orta ve üst düzey kadın yönetici sayısının yüksek seviyelerde olmaması ile birlikte; esnek çalışma saatleri, mobil çalışma olanakları, kadınların işgücüne katılımını kolaylaştıran firma koşullarının oluşması ve rol modellerin artması gibi etkenler kadın yöneticilerin artmasını sağladı. HP olarak bu alanda attığımız adımlarla sektöre örnek olmak bize gurur veriyor. Esnek çalışma saatlerini dünyada ilk uygulayan şirketlerden biri HP'dir. Teknoloji ve kurumlar altyapıyı şekillendirirken, kadınlar da cesaretle üst düzey görevler için aday olmalı.

HP olarak 3 boyutlu printerlar konusunda ne tür çalışmalarınız devam etmektedir?

3D baskı teknolojisinin gelişimi ve yaygınlaşmasını heyecan verici buluyorum. Küresel çapta baskı teknolojileri lideri olarak 3D baskı teknolojisiyle yakından ilgileniyoruz. HP'nin yaratıcısı olduğu MultiJet Fusion Teknolojisi, 3D baskının ticari alana taşınmasına destek verecek devrimsel nitelikte yenilikler sunuyor. 3D yazıcıların ticarileşmesi ve bireysel kullanıma açılması için hız, kalite ve maliyet unsurlarını çözen bu teknoloji sayesinde mevcut en hızlı 3D baskı teknolojisinden 10 kat daha hızlı baskı daha düşük maliyete alınabiliyor.

“HP kültüründe; sadece kadın özelinde değil; farklı din, dil, cinsel yönelim, ırk gibi tüm çeşitliliklere yönelik hak temelli bir yaklaşım ve herhangi bir ayrımcılığa izin vermeyen şirket içi kurallar bulunuyor. Çeşitliliği şirket kültürünün ayrılmaz bir parçası olarak görüyoruz ve farklı görüşlere sahip, farklı yaş ve cinsiyet gruplarındaki kişilerin bir araya gelmesinin yaratıcılığı artırdığına inanıyoruz.”





BMW Group, Jabil, Johnson & Johnson ve Nike gibi küresel endüstri liderleri, üretim süreçlerini tamamen dijital bir gelecek için dönüştürmek adına HP'nin 3D baskı çözümlerini benimsemeye devam ediyor. Avrupa merkezli müşteriler, yenilikçiliği artırmak, pazarlama süresini hızlandırmak ve maliyetleri azaltmak için Multi Jet Fusion'ı benimsiyor ve dijitalleşen küresel ekonomide daha etkili rekabet etme fırsatı yakalıyor.

Kısa bir süre önce, İspanya'nın Barcelona şehrinde gerçekleşen HP İnovasyon Zirvesi'nde yüksek hacimli 3 boyutlu yazıcı çözümlerimizi ve üretimde çığır açan uygulamaları sergiledik. Pontifical Swiss Guard için hafif başlıklar, PepsiCo için özel ticari ürünler, otomobil yarışçıları için yüksek performans sunan hava

akımlı manifoldlar, gökdelen inşası için endüstriyel makineler ve hastaların yaşam kalitesini artıran ortotik cihazların bulunduğu birçok 3 boyutlu baskı uygulaması bu etkinlikte ziyaretçilerle buluştu.

HP Jet Fusion 3D Baskı cihazlarını Kasım'da Türkiye'ye getirdik ve satışa sunduk. 3D baskı başta otomotiv ve savunma sanayine ciddi katkı yapacağına inanıyorum. Aynı zamanda dünyada ayakkabı sanayinden, mücevherata pek çok alanda kullanılabilir durumda. 3D yazıcılar yaratıcı üretime imkan sağlayacak ve gelecekte üretim teknolojilerini dönüştürecek.

Türkiye'de teknoloji dünyasında kadın lider olmak nasıl bir duygu?

Kendini tekrar etmeyen yenilik-

çi bir alanda çalışmak hayalimdi. Teknolojik yenilikler iş yapış ve yaşayış şeklimizi olumlu yönde değiştirirken bütün bu gelişmeleri yakından izleme şansı bulduğum için mutluyum. Ben de HP'nin yürüttüğü projelerde ve TÜSİAD'daki görevimle, ilgili tüm firmalara bu gelişmeleri aktarmaya çalışıyorum. Hem kurumlar, hem start up firmalar hem de üniversitelerle yakın işbirliğinde bulunmaya çalışıyorum.

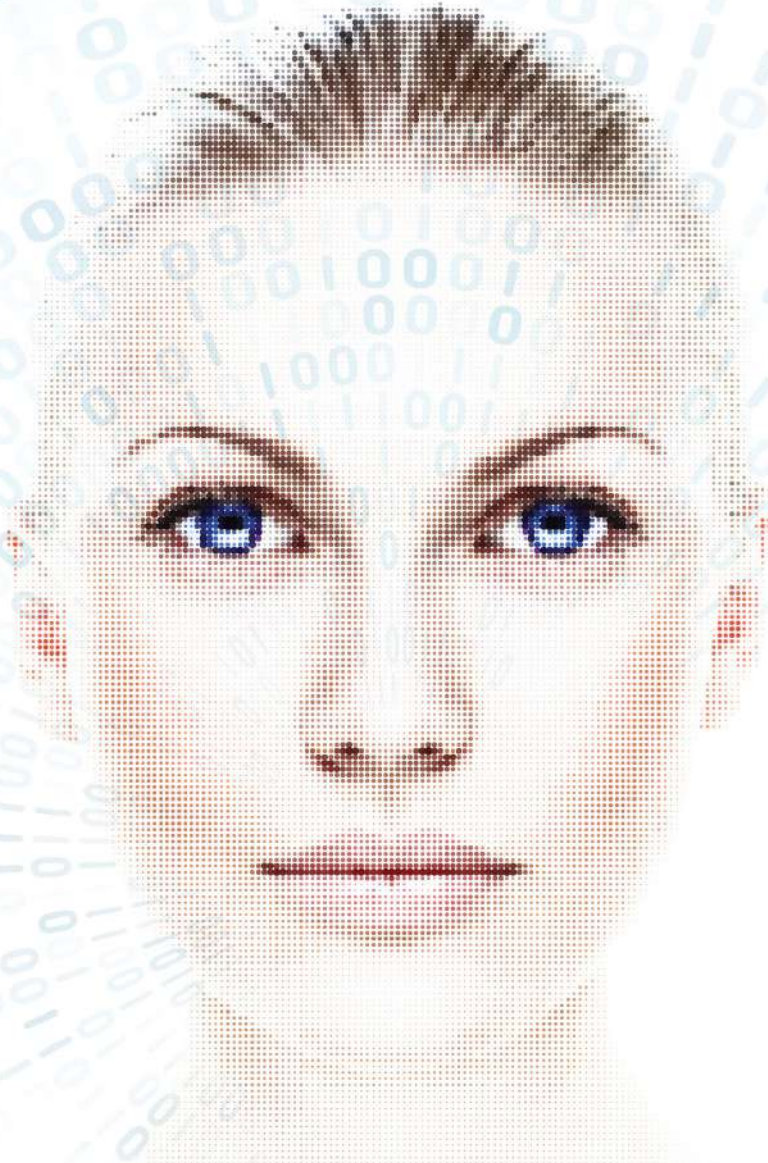
Digital Women On Boards Platformu'nun nisan ayında sizin de katıldığınız bir etkinliği oldu. Platformu nasıl değerlendiriyorsunuz?

Bu platform, alanında uzman Teknoloji Dünyası kadınlarını biraraya getirdi. Bu kadar yaratıcı, üretken ve destekleyici bir ekiple birlikte olmak mutluluk verici. Kadınların bireysel değil toplumsal fayda için daha yoğun faaliyetler sürdürdüğü bir gerçek. Birbirimizden güç alarak ilerleyeceğimizi düşünüyorum.

Filiz Akdede'yi daha yakından tanıyabilir miyiz?

Boğaziçi Üniversitesi Ekonomi Bölümü mezunuyum. Bilişim dünyasına girişim bilinçli bir tercih değildi, tesadüftü. Ancak benim için en doğru alan olduğunu gördüm, çok büyük bir istek ve şevkle çalıştım. Son 5 yıldır HP Türkiye Genel Müdürlüğünü sürdürüyorum. Evliyim, 12 yaşında bir kızım var.

Makes The Difference



DIGITAL WOMEN

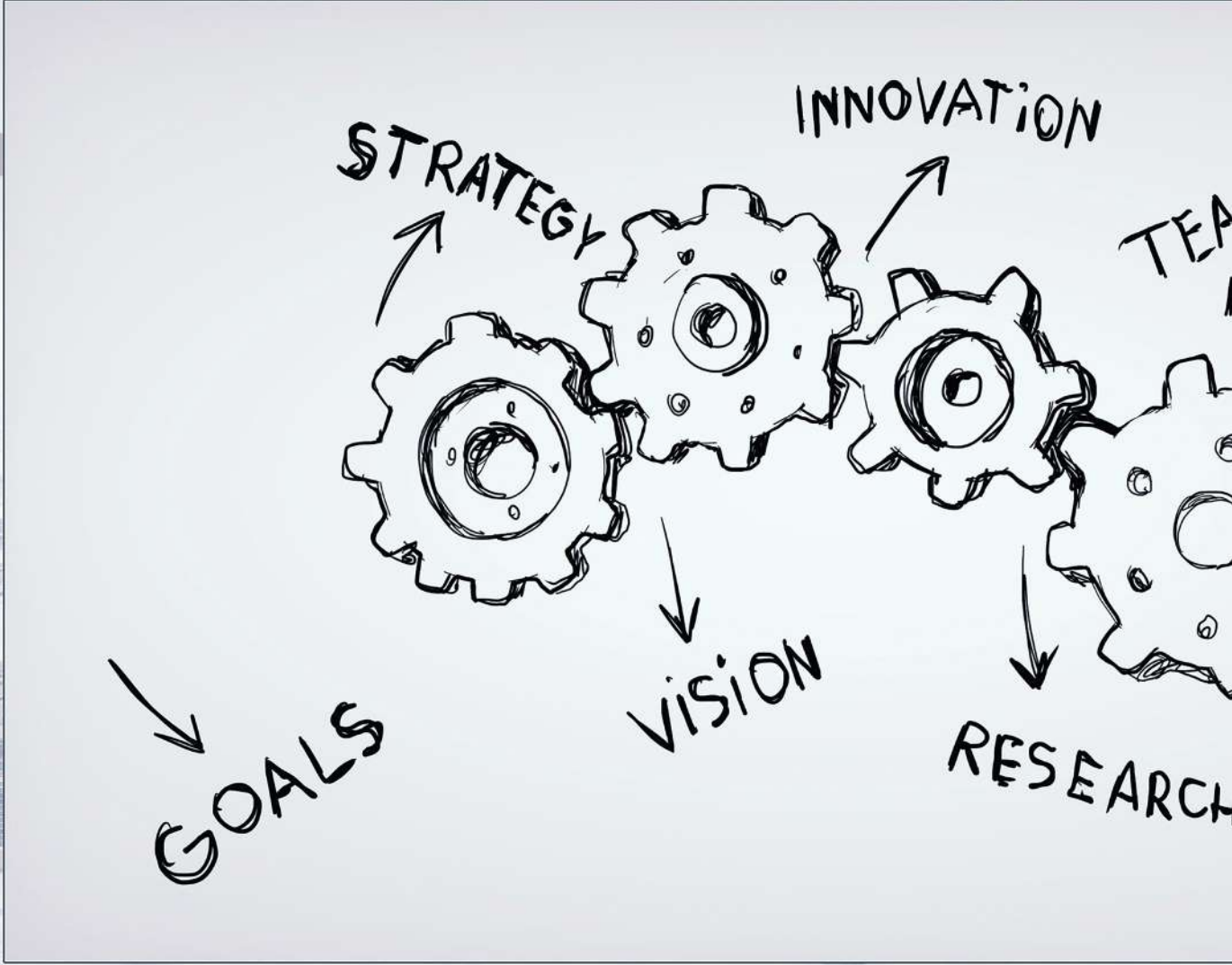
on Boards

Organized by

CDO WORLD

Platform Partner

EgonZehnder



Bülent Kutlu
CDO Turkey İcra Kurulu Başkanı

Kadın CDO'lar



NETWORK → GROWTH

Bu sayısında CDO World, kadın yöneticilerimizin iş hayatındaki yeri ile ilgili önemli bir konuyu gündeme getiriyor. Maalesef ülkemizde kadın iş hayatında henüz istediği yerde değil. Bu konunun son zamanlarda bir çok toplum kuruluşu tarafından gündeme getirilmesi elbette sevindirici ama kadınlarımız için bu yönde atılmış somut adımlar çok daha değerli olacaktır.

Teknoloji tarafında ise ülkemizde ilginç bir durum söz konusu.

Ülkemizde bilişim ve teknoloji şirketlerinin başında değerli birçok kadın yöneticimiz mevcut ama aynı durum teknolojiyi kullanan tarafta yani CDO ya da CIO konumundaki kadın yöneticilerimizin sayısında olumsuz anlamda farklılık gösteriyor.

Özetle ülkemizdeki kadın CDO ya da CIO'lar az sayıda. Halbuki CDO'ların ana gündem maddelerinden birisi ve belki de en önemlisi müşteri deneyimi olduğuna göre; müşteri deneyiminde ise satın alma davranışlarını çok iyi analiz önemli olacağından, kadın CDO'larımızın daha fazla olması beklenir. Çünkü satın alma davranışlarını analiz etmede kadının erkeğe göre daha ileride olduğu düşünülür. Alışveriş ortamlarına bakıldığında aslında karar vericilerin nihai olarak kadın olduğunu görebiliriz.

CDO'lar için önemli olan bir başka konu daha var. O da dijital ekosistem kurabilme yetenekleridir. Bu da ancak ve ancak ilişki yönetimini çok iyi yapmaktan geçer. Çünkü hem dijital dönüşüme liderlik edeceksiniz aynı zamanda da kimsenin düşünemediği ekosistemleri kuracaksınız. Bu ise ikna yeteneği ve iletişimi kuvvetli olan bir yöneticiyi gerektirir. Kadın yöneticilerimizin iletişim konusunda daha yetenekli olduğunu düşünenlerdenim. Zaten bilimsel olarak beynin iki küresi arasındaki iletişiminin kadınlarda daha iyi olduğu kanıtlanmış. Bunu kurumsal iletişim bölümlerinin başındaki yöneticilerin birçoğunun kadın olmasından da anlayabiliriz.

Kadınlığımızın bir başka avantajı ise, kadınlar grup içinde sözel şekilde rekabet ederken; erkekler hiyerarşinin kurulması ve o kurallar çerçevesinde rekabet edilmesini tercih ediyor. Bu ise dijital çağın ana kurallarından biri olan esnek ve çevik ortamların kadınlar tarafından daha iyi kurulabileceği anlamına geliyor.

Peki böyle avantajlar varken neden kadın yöneticilerimizin sayısı erkeklere göre daha az?

Bunun birçok sebebi olabilir ama benim genel kanaatim şudur ki kadınlar, yapıları gereği rekabet ederken uzun vadede zayıf kalabiliyor. Daha az agresif, daha az risk alabilen, daha az çatışmacı ve daha az rekabetçiler. Az rekabetçi olmaları, iş yerinde onlardan istenen her şeyi yapmamalarını sağlıyor. Bu ise tepe yönetimde farklı şekilde algılanmalarına yol açıyor.

Kadınlarmıza önerim biraz daha risk almayı göze almalarıdır. Çünkü dijital çağda her şey çok hızlı ilerliyor. Bazen çok düşünmeden risk alarak hızlı karar vermek gerekiyor. Yani test et ve uygula döngüsünü içselleştirmeli ve bunu yaşamlarına yansıtmalılar.

Kadınlığımız iş hayatındaki yerini yeterince almazsa tek motorla uçan bir uçak misali daha güvensiz bir şekilde yolculuğumuza devam edeceğiz. Ülkemizin bu anlamda farkındalığı ortaya koyduğuna inanıyorum. Şimdi bunu gerçekleştirme zamanı...

CDO WORLD

CDO World Platformu Dijital Yayın Kanalı



Garanti Ödeme Sistemleri Genel Müdürü

İşıl Akdemir Evlioğlu

Dijitalleşme artık gelişen dünyanın bir vazgeçilmezi. Şu anda dünyadaki her iki kişiden biri aynı zamanda online dünyanın da bir üyesi ve bu oran hızla artıyor. Her sektörde ve o sektöre bağlı her serüvende yapılan projenin, verilen kararların yönünü değiştiren en önemli etken.

Garanti Ödeme Sistemleri olarak dijital dönüşüm hakkındaki görüşlerinizden ve yeni projelerinizden bahsedebilir misiniz?

Dijitalleşme artık gelişen dünyanın bir vazgeçilmezi. Şu anda dünyadaki her iki kişiden biri aynı zamanda online dünyanın da bir üyesi ve bu oran hızla artıyor. Her sektörde ve o sektöre bağlı her serüvende yapılan projenin, verilen kararların yönünü değiştiren en önemli etken. Artık dijital ve teknolojik açıdan

en gelişmiş sistemlerin ve projelerin öne geçtiği bir dünyanın içindeyiz. Türkiye de dijital dünyayı yakından takip ediyor. 81,3 Milyonluk Türkiye nüfusunun %67'si internet kullanıyor. 44 Milyon aktif mobil kullanıcı bulunuyor.

Garanti Ödeme Sistemleri olarak kurulduğumuz ilk günden itibaren 18 senedir müşteriye odağımızda tuttuk. Müşteri ihtiyaçlarını analiz ederek ve yenilikleri bir adım önden takip ederek ürünlerimizi geliştirdik.

Dijitalleşmeyi her zaman iş yapış şeklimizin önemli bir parçası olarak konumlandık. Sektörde de pek çok "dijital ilk"e imza attığımızı söyleyebilirim. Birkaç örnek vermek gerekirse; sanal POS sistemini sunan ilk banka olduk. Hemen ardından Türkiye'nin ilk ticaret sitesi olan 'eticaret.garanti.com.tr'yi hayata geçirdik.

Her zaman olduğu gibi bugün de ihtiyaçlardan ve müşteri analizlerinden yola çıkarak yenilikçi ürünler sunmaya devam etmek



en büyük hedefimiz. Değişen dünyaya paralel biz de dijital çözümlerin ve özellikle “mobil” cihazların hayatımızda gün geçtikçe artan yerinin önemini bilincindeyiz. Artık elimizdeki akıllı telefonlarla a’dan z’ye tüm işlerimizi çözmeye çalıştığımız bir dönemdeyiz. Bu çerçevede mobil üzerinden müşterilerinin hayatını kolaylaştıran sektörler birkaç adım öne geçiyor. Biz de geniş çaplı araştırmalardan ve ihtiyaç analizlerinden sonra Türkiye’de yine bir ilke imza atarak Kasım 2015’de BonusFlaş’ı müşterilerimizin kullanımına

sunduk. Bugün 5 milyondan fazla müşterimizin cep telefonunda BonusFlaş var. Uygulamayı kullanan her 10 kişiden 9’u yeniden uygulamayı kullanıyor. 65 milyon görüntülenme ve 16 milyon kampanya katılım sayısı gibi gerçekten çok önemli rakamlara ulaştık. Bu rakamlar bize müşterilerimize ulaştığımız en temel platformumuzun BonusFlaş olduğunu da kanıtıyor. Ödeme sistemleri dünyasında bundan sonra mobil kullanım günden güne daha da artacak ve hatta yeni ödeme deneyimleri de hayatımıza girecek. Biz de yine her

zamanki gibi müşteri ihtiyaçlarından ve analizlerinden yola çıkarak yenilikçi ürünler sunmaya devam edeceğiz.

Türkiye’de teknoloji dünyasında kadın lider olmak nasıl bir duygu?

Gelecek “teknoloji” ile şekillenecek. Bundan sonra ürün ve hizmet ayırt etmeksizin finans, enerji, perakende, gayrimenkul, sağlık gibi her sektör teknolojiyi müşteri deneyimini yükseltecek çalışmalar için kullandığı sürece fark yaratacak ve başarıyı kucaklayacak.



“

Benim açımdan teknoloji odaklı önemli adımların atılacağı ve yeniliklerin yaşanacağı bu dünyada bir “kadın” olarak yer almak değil bu dünyanın bir parçası olmak, geleceğin nerelere evrildiğini gözlemek ve faydalı projelere imza atabiliyor olmak çok değerli.

”

Benim açımdan teknoloji odaklı önemli adımların atılacağı ve yeniliklerin yaşanacağı bu dünyada bir “kadın” olarak yer almak değil bu dünyanın bir parçası olmak, geleceğin nerelere evrildiğini gözlemek ve faydalı projelere imza atabiliyor olmak çok değerli.

Bizim sektörümüz özelinde baktığımızda ödeme sistemleri daha yatacağı bir eksende pek çok alana birden dokunuyor. Bu yüzden ihtiyaca göre farklı çözümler yaratabileceğimiz geniş bir platforma sahibiz.

Biz Garanti Bankası çatısı altında teknolojik yetkinliğimizi her gün daha fazla geliştirmek için ne yapabiliriz, yeni ürünlerimize nasıl entegre eder ve müşteri deneyimlerini daha fazla nasıl iyileştirebiliriz vizyonu ile kendi kendimiz ile yarışarak çalışıyoruz. Ben de bu çerçevede Türkiye’de ödeme sistemleri sektöründe pek çok “ilk”i yaratan bir ekibin başında olduğum için kendimi çok şanslı görüyorum. Bundan sonrası için de yine yaratıcı ve yenilikçi bakış açımızla sektörde fark yaratacak işlere imza atmak için çalışıyor olacağız.

Şirketinizin E-ticaret pazarında büyümesini nasıl değerlendiriyorsunuz?

E-ticaret bugün teknolojinin bize sağladığı en önemli imkanlardan bir tanesi. Artık oturduğumuz yerden dilediğimiz ürünlere rahatlıkla ulaşabiliyoruz. Türkiye

e-ticaret pazarında en fazla potansiyel taşıyan ülkelerden biri. 2010 yılından bu yana e-ticaret Türkiye’de 4 kata yakın büyüdü. Biz de banka olarak bu alana büyük önem veriyoruz. Bugün e-ticaret alanında yapılan her 4 işlemde 1 tanesi Garanti kredi kartlarıyla yapılmakta, buradaki Pazar payımız %22 seviyesinde ve lideriz. Sektörün ihtiyaçlarını iyi analiz eden, teknolojik altyapısı ile birleştirdiği doğru ve yenilikçi ürün ve hizmetlerini müşterilerine ihtiyaç anından önce sunan ve gelecek dönemlerde bizi bekleyen gelişmelere paralel kendini hızlı yenileyebilen bir marka olarak şunu gururla söyleyebilirim ki sektörde hem büyüyoruz hem de sektöre yön veriyoruz.

E-ticaretin günümüzde biraz daha mobil ticarete doğru evrildiğini söyleyebiliriz. Burada 2 faktör önemli: birincisi müşterilerimizin mobil alışveriş platformlarına erişimlerinin son 5 yılda büyük bir hızla artmış olması ve artık bunun bir ihtiyaca dönüşmüş olması. İkincisi de ödeme alanındaki süreçlerin kolaylığı. Burada, bizim banka olarak Garanti Pay uygulamamızda olduğu gibi müşterilere kolay, güvenli ödeme süreçleri sağlıyor olmak gittikçe daha kritik olacak.

BonusFlaş’a entegre ödeme çözümlerimiz GarantiPay de, güvenli ödeme konusunda bir adım öne geçtiğimiz önemli bir ürünümüz. Müşterilerimizin e-ticaret alışverişlerinde en fazla çekindikleri

nokta kart bilgilerini paylaşmak oluyordu. GarantiPay ile kart bilgilerini paylaşma gerekliliğini ortadan kaldırdığımız bir çözüm ürettik. Alışveriş sırasında kart bilgilerinin görüntülenmesini, alışveriş yapılan kartla ilgili bilgilerin de her an kontrol edilebilmesini sağlıyoruz. GarantiPay ile yapılan alışverişlerde web siteleriyle kart bilgileri paylaşılmıyor, kartların tek tek kayıt edilmesine ya da işlem sonrasında web sitelerinde saklanmasına gerek olmuyor. İşlemin tamamlanması için sadece Garanti Dijital Parola'nın girilmesi yeterli oluyor ve işlem saniyeler içinde tamamlanıyor.

GarantiPay; kullanıcı sayısı geçen yılın ilk 4 ayına göre 2 kat, işlem adedi 2,5 kat artarken ciro da 3 kat artış gösterdi. Hatta belirli dönemlerde anlaşmalı firmalarda GarantiPay cirosunun %25'e varan oranlarda gerçekleştiğini görüyoruz. Bu oran yaptığımız işin ne kadar doğru olduğunu bize gösterdiği için ayrıca önemli.

Türkiye'de bankacılık sektörü büyük ölçüde dijital dönüşümü tamamladı diyebilir miyiz?

Türkiye, hem bankacılık hem ödeme sistemleri alanında, gururla söyleyebilirim ki dünyanın öncü ülkelerinden biri. Ödeme sistemleri alanında pek çok "ilk"e imza atarak diğer ülkelerde olmayan bir rekabet üstünlüğü kazandığının da altını çizmek istiyorum. Dünyada bizi örnek

olarak çalışmalarımızı inceleyen pek çok ülke var.

Dijital dünya her gün gelişen yenilikçi bir dünya. Bu çerçevede "tamam" demek çok zor çünkü her gün yeni bir teknolojik gelişmeyle tanışıyoruz.

Garanti Bankası olarak, bizim odak noktamız her zaman, teknolojideki son gelişmeleri bankacılık hizmetlerine entegre ederek, müşterilerimizin hayatını daha da kolaylaştırmak oldu.

Mobil ödemeler en fazla yaygınlaşmasını beklediğimiz alan. Burada biz de BonusFlaş ile bir adım öne geçiyoruz. Kasım 2015'de müşterilerimizin kullanımına açılan BonusFlaş, lansmanı takip eden ilk 75 günde 1 milyon kişi tarafından indirildi. BonusFlaş uygulaması bugün 5 milyondan fazla müşterimizin cep telefonunda. Uygulamayı kullanan her 10 kişiden 9'u yeniden uygulamayı kullanıyor. Ödeme sistemleri dünyasında mobil kullanım günden güne daha da artacak ve yeni deneyimler de hayatımıza girecek. 2015'te alışveriş yaparken "nakit ödemeyi" en çok tercih edilen yöntem olarak görenlerin oranı % 35 iken, 2017'de bu oran % 27'ye düştü. Hem kart plastiğine hem de cep-te nakit taşımaya olan ihtiyaç da günden güne azalıyor. NFC, QR kod teknolojileri ile birlikte yeni mobil ödeme çözümleri hayatımızın bir parçası olacak.

Ödeme sektörünün yönünü değiştirecek adımlar" dijitalleşme"

üzerinden hayatımıza girecek. Bizim için önemli olan operasyonel maliyetlerimizi azaltmaktan çok müşteri deneyimini iyileştirmek, hizmet kalitemizi yükseltmek ve ihtiyaç anında bilgilere hızlı ve kolay şekilde ulaşılmasını sağlamak.

Müşterilerimize dokunan uçtan uca tüm süreçlerimizde hayatlarını kolaylaştıracak dijital odaklı çözümlerimizle sektöre yön veren marka olmak her zaman en büyük önceliğimiz.

Digital Women On Boards Platformu'nun nisan ayında sizin de katıldığınız bir etkinliği oldu. Platformu nasıl değerlendiriyorsunuz?

Kadınların bilgi ve iletişim teknolojilerinden yararlanma, kendilerinin de yenilikler ve çözümler yaratıp paylaşma imkânı bulduğu böyle bir platformda yer almak benim için büyük önem taşıyor. Teknoloji dünyasındaki kadınların öğrenme, öğretme, katılım, paylaşım, liderlik ve öncülük yapabilecekleri, daha çok erkek egemen bir sektör olan teknoloji sektöründe birbirlerinin tecrübe ve bilgilerinden destek olarak daha dikkat çekici projelere imza atabilecekleri önemli bir platform.

Açılış toplantısında Türkiye'nin en ilham verici kadın liderlerinin mentorluk yapması, bilgi ve birikimlerini aktarmalarını büyük bir heyecanla dinledim. Bu heyecan inanıyorum ki bu platformda büyüyerek çok güzel işlere imza atılmasına imkan verecek.



Yoğun iş programı ve seyahatlerden arta kalan zamanlarda neler yapıyorsunuz? Işıl Akdemir Evlioğlu'nu kısaca tanıyabilir miyiz?

2003 yılında Ekonomi Bölümü'nden mezun oldum. Okuldan mezun olduktan hemen sonra aynı yıl kariyerime global bir danışmanlık şirketi olan McKinsey'de danışman olarak başladım. 2006-2007 yıllarında ise eş zamanlı olarak Kellogg School of Management'da MBA eğitimimi tamamladım. McKinsey'de 2012 yılına kadar en son Yardımcı Ortak pozisyonunda görevimi sürdürdüm. Bu dönemde bankacılık ve ödeme sistemleri alanında gerek Türkiye gerekse yurtdışında pazarlama, strateji, operasyon ve

risk gibi birçok alanda projelerin yönetimini sağladım.

2012 yılında Garanti Ödeme Sistemlerine Pazarlama'dan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı unvanı ile geçerek "başarılarıyla her yere ün salmış bu ekibin" bir parçası olmanın mutluluğunu yaşadım. 2017 Ocak itibarıyla de Garanti Ödeme Sistemlerinde "Genel Müdür" unvanını aldım.

Türkiye'nin ilk ve tek ödeme sistemleri kurumu ve pazarın en geniş kart segmentine sahip markası olan şirketimizde değerli ekibimle birlikte sektöre yön veren ürünler ve hizmetler sunmak üzerine çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

İş programı ve seyahatlerden arta kalan zamanımı çocuklarıma ayırmayı seviyorum. Onlarla gelişimleri sırasında maksimum ilgilenmek istiyorum. Mesela kızımınla birlikte piyano dersleri almaya başlamıştık. Bu sene, anneler gününde birlikte resitalde yer aldık. Hayatım boyunca unutamayacağım çok değerli bir anı oldu. Ayrıca masabaşı çalışan herkesin yapması gerektiği gibi spor için vakit ayırmaya çalışıyorum. Düzenli olarak pilates yapıyorum. Bir de ailenin yeni üyesi köpeğimiz "bubble" var. Çocuklarıma hayvan sevgisini küçük yaşlardan itibaren aşılamıştım, şimdi onun gelmesiyle birlikte sorumluluğunu almayı da öğreniyorlar.



Microsoft Kurumsal Hizmetler Genel Müdür Yardımcısı

EDA ULUCA



Ben, liderliğin insan yönetmek değil; insanları bir amaç, fikir veya vizyon doğrultusunda yönlendirmek veya yol göstermek olduğuna inanıyorum. Dolayısıyla, kendi işini iyi yapıp bu alanda çevresine katkıda bulunup yön gösteren herkes liderdir.



Microsoft'un 2018'de Türkiye'de dijital dönüşüme bakış açısı ve buna yönelik projeleri nelerdir?

Dijital Dönüşümü, yeni dijital teknolojiler ve iş modellerinin, mevcut olanların yetkinliğini etkilediği zaman ortaya çıkan bir süreç olarak görüyoruz. Microsoft her zaman dijital dönüşümün merkezinde olan, buna yön veren bir şirket oldu. Hem inovatif hem de sektörde geniş deneyime sahip bilişim çözümlerimizle dünyada etkin güç konumundayız.



Microsoft olarak, her sektörden müşterimizin dijital çağın gerekliliği doğrultusunda rekabet gücünü artıran şirketlere dönüşmesine yardımcı oluyoruz. Her kuruluşun farklı hızlarda dönüşümden geçtiğini biliyoruz. Yine de kurumların dijital dönüşüm yolunda ortak olarak yöneldiği dört unsur olduğunu görüyoruz. Dijital dönüşümün temel yapı taşlarını oluşturan bu unsurlar; daha iyi müşteri deneyimi yaratmak, çalışanlara daha fazla güç vermek, iş sü-

“ Akıllı bulut, büyük veri, bağlı nesnelere, gelişmiş analitikler, karma gerçeklik ve yapay zeka alanlarındaki gelişmelerle insanın yaratıcılığını bir araya getirdiğimizde, müşterilerimizle dijital çağda fark yaratacağımıza inanıyoruz. ”

reçlerinde üretkenliği artırmak ve ürünleri yeni trendler ve gereksinimlerle birlikte dönüştürmek.

Akıllı bulut, büyük veri, bağlı nesnelere, gelişmiş analitikler, karma gerçeklik ve yapay zeka alanlarındaki gelişmelerle insanın yaratıcılığını bir araya getirdiğimizde, müşterilerimizle dijital çağda fark yaratmaçımıza inanıyoruz. Dijital dönüşümün merkezinde akıllı bulutu konumlandırıyoruz. Bu dönüşüm şüphesiz akıllı bulut teknolojileriyle yaygınlaşacak. Dünya çapında 38 veri merkezi bölgesinin yanı sıra çok kapsamlı uluslararası standartları ve uyumluluk gerekliliklerini karşılayan bir bulut teknolojisine sahibiz. Microsoft olarak dijital dönüşümde yeni bir strateji belirledik. Yeni stratejimiz olan "Akıllı Bulut, Akıllı Erişim Noktaları" kapsamında, Akıllı Bulut çözümlerimizi, Microsoft Azure Platformu üzerinden sunmaya ve şirketlerin dijital yolculuğunda en güvenilir ortakları olmaya devam edeceğiz.

Türkiye’de teknoloji dünyasında kadın lider olmak nasıl bir duygu?

Öncelikle şunu belirtmek isterim; ben, liderliğin insan yönetmek değil; insanları bir amaç, fikir veya vizyon doğrultusunda yönlendirmek veya yol göstermek olduğuna inanıyorum. Dolayısıyla, kendi işini iyi yapıp bu alanda çevresine katkıda bulunup yön gösteren herkes liderdir.

Bu açıdan bakıldığında, bilişim sektöründe özellikle Satış ve Pazarlama alanlarında, Türkiye’de işinde lider olan ve bu anlamda çevrelerine yön veren ve katkıda bulunan pek çok kadınımız var. Bu açıdan kendimi yalnız hissetmiyorum. Teknik rollerde ise daha az sayıdayız. Bir de, üst düzeye doğru gittikçe ‘yönetici’ pozisyonundaki kadın sayısının azaldığını görüyoruz.

Biz kadınların, empati becerimiz, duyarlılığımız ve benim ‘yumuşak güç’ diye tabir ettiğim ikna yeteneğimiz, mantıklı yaklaşım ve iletişim yeteneğimizle iş dünyasında çok daha büyük başarılar ortaya koyma potansiyeline sahip olduğumu düşünüyorum. Bu potansiyeli ortaya çıkartmak ve özellikle teknoloji dünyasındaki kadın sayısını arttırmak için gerek şirket içinde gerekse dışında her türlü projeyi destekliyorum.

Microsoft’un kurumsal politikalarını, teknolojide kadın liderlerin sayısını arttırmak için destekleyici buluyor musunuz?

Microsoft’ta cinsiyet eşitliğinin ve kadınların ekonomik olarak güçlendirilmesinin önemini her faaliyetimizde hissediyoruz ve bu yönde çalışmalar yapıyoruz. Örneğin, 2016 yılından beri, KAGİDER ve Aydın Doğan Vakfı iş birliğiyle sürdürdüğümüz ve yakın bir zaman önce üçüncüsü düzenlenen “Teknolojinin Kadın Liderleri” projesinde ortak hedefimiz, Türkiye’de kadınların

teknolojide daha fazla söz sahibi olması. Ödül verdiğimiz kategorilerle teknolojide kadınların neler başarabildiğini gösteriyoruz ve yeni projelere, kadınlara, kadın girişimciliğine ilham veriyoruz. Bir yandan da genç kızların teknoloji destekli eğitim STEM, sistemiyle okuması ve kadınların bilişim sektörüne katılması için aktif olarak çalışıyoruz.

Kurumsal politikalarla da kadınların teknolojide hak ettiği yerde olabilmesi adına çeşitli projelerimiz bulunuyor. Microsoft Türkiye’de yaklaşık 450 çalışanımızın yüzde 40’a yakını kadın çalışanlardan oluşuyor. Üst yönetimimizde 10 kişi bulunuyor ve bunlardan 3’ü kadın. Ayrıca, şirket bünyemizdeki referans sistemi çerçevesinde kadın adayları öneren çalışanlarımıza parasal ödüller veriyoruz. Türkiye’de 16 hafta olan yasal doğum iznini tüm dünyayla beraber 20 haftaya çıkardık. Böylece kadın çalışanlarımız yeni doğan çocuklarıyla çok daha fazla vakit geçirebiliyor ve işe geri dönüş oranları da çok daha fazla oluyor. Microsoft’un esnek çalışma sistemi de özellikle kadın çalışanlarımızın günlük ajandalarını kendi ihtiyaçları çerçevesinde şekillendirebilmelerine yardımcı oluyor.

Kurumlara, önümüzdeki dönemler için dijitalleşme sürecinde tavsiyeleriniz nelerdir?

Öncelikle, şirketlerin hedeflerini ve yol haritalarını çok net bir biçimde ortaya koyması çok önemli. Şirketin vizyonu ne,

nereye gitmek, hangi hedeflere ulaşmak istiyorlar, müşterileri ne istiyor, bu hedeflere ulaşmak için hangi kaynaklara ihtiyaçları var? Kurum içinde herkesin 'Ne istiyoruz?' sorusunun cevabında hem fikir olması çok kritik.

Bunu 'Nasıl' hayata geçireceğiz? kısmında ise -özellikle gelirleri maksimize etmek, maliyetleri minimize etmek ve/veya daha verimli çalışmak amacıyla teknolojiyi kullanarak bu hedeflere nasıl daha önce ulaşıyorum- konusuna odaklanmak gerekiyor.

Bu amaçla, mevcut sistemlerin durumunu ortaya koyup, müşterilere ya da çalışanlarımıza dokunduğumuz noktalardaki iş süreçlerimizi yeniden ele alıp, dijital teknolojileri kullanarak optimizasyonu sağlamaya odaklanmalıyız.

Digital Women On Boards Platformu'nun Nisan ayında sizin de katıldığınız bir etkinliği oldu. Platformu nasıl değerlendiriyorsunuz?

Platformu çok değerli buluyorum. Özellikle, bu konuda sektörde faaliyet gösteren kadınları ortak bir platformda buluşturmak, konuşurmak, tartışmak ve bir networking oluşturmak açısından çok kıymetli. Bu etkinlik sayesinde, bu alanda çalışan diğer kadın paydaşlarımla ilgili bir farkındalık da kazanmış oldum. Bundan sonraki süreçte, bu toplantıların devamında bir kaç alan seçip somut sonuç çı-



karacağımız konulara odaklanmanın faydalı olacağı görüşüneyim.

Eda Uluca'yı daha yakından tanıyabilir miyiz?

Yaklaşık 25 yıldır, IT ve Telco ağırlıklı olmak üzere Digital Equipment, SAP, Oracle, Turkcell ve Microsoft gibi farklı sektör ve şirketlerde Satış, Pazarlama, Kanal/İş Ortakları, Danışmanlık ve Servis Yönetimi olmak üzere çok geniş yelpazede bir iş ve bilgi birikimi kazanma ve farklı seviyede ekiplere liderlik etme fırsatına sahip oldum. Özellikle şunu belirtmeliyim ki, işimiz teknoloji olmasına rağmen aslında merkezinde insan yönetimi ve iletişim becerisi yatıyor. Dolayısıyla çok çalışma ve odaklanmanın yanı sıra, iletişim becerisinin başarıyı da beraberinde getirdiğine inanıyorum.

Bunun yanında, özel hayatımda amatör olarak spor yapmayı seviyorum. Bir dönem uzun süre squash, koşu, tenis, yüzme gibi farklı sporlar yaptım. Her yıl düzenlenen Boğaziçi Kıtalararası Yüzme Yarışlarına 5 kez katıldım. Şu sıralar, aktif olarak basketbol oynayan ve sporcu olmayı hedefleyen 13 yaşındaki oğluma destek olmaya odaklandım.

DTM - Dijital Ticaret Merkezi Nedir ?

DTM, firmaların şubelerinde müşterilerin dokunmatik görsel zenginliği olan ekranlar üzerinden önceden siparişlerini girmelerini sağlayan yardımcı bir sistemdir. Böylelikle müşteri kasa önünde beklemekten dilediği ürünü seçerek siparişini verir ve teslim noktasından referans koduyla siparişini alır.

Firmanıza Sağladığı Avantajlar;

*Dijital bir ekosistem oluşturur,
Kasa önünde oluşan kuyrukları azaltır,
Müşterinin istediği menüyü önceden seçmesini ve siparişini vermesini sağlar,
Operasyonel olarak verimliliği artırır,
Ürün ve sunulan hizmetlerle ilgili dikkat çekici bir reklam alanıdır,
Müşteri davranışlarını takip eder ve güncel veri oluşturur,
Kampanya yapılarak satışların artırılması sağlar,
Şube ya da servis noktasına estetik kazandırır,
Müşteri deneyiminin sürekli olarak iyileşmesine katkı sağlar,
Her bir firmaya özel butik tasarım imkanı sunar.*



Utkar Holding CIO'su
Nobel İlaç İcra Kurulu Üyesi

Bidar Özgür

Tombuloğlu Ulutaş

20 ülkede faaliyet gösteren, yüzde yüz yerli bir ilaç firması olan Nobel İlaç'taki dijital dönüşüm sürecinden ve gelecek projelerinizden bahsedebilir misiniz?

Yarım asrı geride bırakmış öncü ve köklü bir şirketi olan Nobel, ilaç ve ilaç hammaddesi üreticisi olarak kurulmuş, gerçekleştirdiği çalışmalarla Türk ilaç endüstrisine öncülük etmiştir. Nobel İlaç hem yerel hem de uluslararası pazarda faaliyet gösteren bir firmadır. Kendi markalarıyla uluslararası pazarda yer alan Nobel, özellikle son 4 yılda üst üste ilaç pazarının üstünde büyümektedir. Bu büyümenin sürdürülebilir olmasında, firmanın uygulama

ve teknik altyapısının teknolojiyle etkin bir şekilde desteklenmesinin büyük etkisi olduğu açıktır.

Nobel'in misyonu, "Sağlık için her şeye değer, inancı ile çalışarak yaşam kalitesini yükseltmek"; vizyonu ise, "İnsan sağlığı için dünyanın her köşesinde güvenilir ve erişilebilir ürünler sunmak"tır. Yarım asrı geride bırakan tecrübesi ve saygın geçmişiyle %100 yerli sermayeli bir ilaç şirketi olarak, bundan sonrası için de, Ar-Ge, üretim ve teknoloji yatırımlarımızla insan sağlığına ve ekonomik büyümeye katkı sağlamak için üzerimize düşeni yapmaya devam edeceğiz.



2014 Mayıs ayında devir aldığımız Ulkar Holding CIO görevi sonrası, kurumun stratejik hedeflerini de göz önüne alarak “Nobel Toplam Dönüşüm Programı”nı başlattık. Bu kapsamda her yıl onlarca proje yaptık ve yapmaya devam ediyoruz.

Yakın geçmişte devreye aldığımız ERP sisteminin güncellenmesi, MS Office 365 geçişi, Saha ekibinin mobil cihazlarının (tablet&telefon) yenilenmesi, tüm Nobel lokasyonlarının tek networkte yönetilmesi, “Jüpiter” Global CRM/CLM uygulaması, Robotik Depo ile 5 majör sistemin entegrasyonu, IoT teknolojileri kullanarak önleyici bakım sisteminin kurulması, cihazlarımız için MDM uygulaması ve çeşitli güvenlik uygulamaları öne çıkan projelerimizdir.

Yakın gelecekte ise, Nobel Değer Zincirinin oluşturulması, İş zekası, Entegre İK, yurtdışı lokasyonlarının tüm platformlarımızda merkezileştirilmesi, DLP uygulamaları, EU uyumu üretim hatlarının yenilenmesi, veri merkezinin buluta taşınması ve IoT uygulamalarının genişletilmesi projeleri ile satış, pazarlama, lojistik, üretim ve diğer süreçlerin dijitalleşme ve veri analizi yoluyla verimliliğinin artırılmasına yoğun katkı sağlamaya devam edeceğiz.

Nobel ilaç olarak depo otomasyon yatırımlarınız mevcut. Robotik depo yönetiminiz hakkında bilgi alabilir miyiz?

Tam otomasyonlu depomuz Düzce Fabrikası kampüsünde yer alıyor. Toplam 17500 palet kapasiteli, Türkiye ilaç sektörünün en büyük depolarından bir tanesi. Bu yılın Nisan ayı itibarıyla de, çalışmalar tamamlandı ve aktif olarak kullanılıyor. Bu kadar büyük bir yatırımdan Nobel olarak beklentimiz oldukça yüksek, çünkü yeni depomuz Nobel’in hammadde girişinden, ihracat süreçlerine kadar tüm lojistik ve dağıtım zincirindeki faaliyetlerin ortasında yer alıyor. Söz konusu süreçlerin verimliliğinin artırılması bir yana, süreçlerin dijitalleşmesi ve dönüştürülmesi ile yaratılacak farkın, hem mali hem de müşteri memnuniyeti olarak firmaya geri dönesini bekliyoruz.

Sanayide dijital dönüşüm’ün (Endüstri 4.0) ilaç sektöründeki öneminden bahsedebilir misiniz?

• Bu günlerde, dünyadaki gelişmelere paralel olarak, Türkiye’nin de gündeminde yer alan Endüstri 4.0 hareketi, ilaç sektörünü de içine alarak hızla büyüyor. Ben de bu hareketin liderliğini yapan kuruluşlardan biri olan TÜSİAD’ın Sanayide Dijital Dönüşüm (Endüstri 4.0) Çalışma Grubu’nda yer almaktayım. Bu yapılanma içinde, ülkemizdeki dönüşümü destekleyecek faaliyetleri yürütüyoruz. Bu dönüşümün tüm paydaşlarını bir araya getirerek, ihtiyaçların anlaşılması ve gerekli politika ve stratejilerin belirlenmesi için çalışmakta-

%100 yerli sermayeli bir ilaç şirketi olarak, bundan sonrası için de, Ar-Ge, üretim ve teknoloji yatırımlarımızla insan sağlığına ve ekonomik büyümeye katkı sağlamak için üzerimize düşeni yapmaya devam edeceğiz.

yız. Bildiğiniz gibi, ülkemizde bu konuda çeşitli projeler yapılıyor ve sonuçlar alınmaya başlandı.

• Biz de Nobel olarak, bu konuda dünyada önde gelen bir danışmanlık firması ile birlikte yürüttüğümüz IoT projemizde, Düzce üretim tesisinde, şu anda, toplam 5 kapsülleme hattını gerçek zamanlı takip ederek, hızlı ve etkin kök neden analizi yapabiliyor, verileri değerlendiriyor ve önleyici ba-

kım faaliyetlerini yürütüyoruz. 2018 sonuna kadar, bu sayının 80'e çıkartılması hedefliyoruz. İlerleyen yıllarda ise, Türkiye ve yurt dışında bulunan tüm üretim tesislerine yaygınlaştırılmasını planlarımıza dâhil edeceğiz.

'Jupiter' Global CRM-CLM dijital dönüşüm projesiyle yılın CIO'su ödülüne layık görüldünüz. Projenizin detaylarını öğrenebilir miyiz?

Projemiz toplamda Türkiye

dahil 20 ülkedeki satış ve pazarlama organizasyonlarımızın, yaklaşık 1200 kişilik satış kadrosunun, günlük operasyonlarının yönetilmesini sağlamak amacıyla gerçekleştirildi. Proje tamamen Türkiye merkezli olarak yönetildi ve ülkemize örneğine az rastlanacak kapsamda global bir implementasyon olmasının ayrıca heyecan verici olduğunu söyleyebilirim. 14 ay süren projemiz 2017 Aralık ayında tamamlandı.





Proje ile Ulkar Holding'in Türkiye'deki ana şirketi Nobel İlaç A.Ş.'nin, ve ayrıca yurtdışındaki şirketlerinin satış pazarlama operasyonları için pek çok açıdan fayda elde edilmesi hedeflenmekteydi;

- Merkezi bir CRM sistemi kullanarak tanıtım faaliyetlerini daha etkin kılmak ve operasyonel verimliliği artırmak,

- Anlık performans ölçüm ve değerlendirme yapılmasına imkan sağlayan bir altyapı oluşturmak,

- Tüm ülkeleri kapsayan konsolide raporlama olanaklarına kavuşmak,

- Dağıntık satış & pazarlama sistemlerinin konsolidasyonu ve kullanıcı dostu araç kullanımı ile verimlilik artışını sağlamak,

- Veri tutarlılığı ve doğruluğunu sağlamak, gibi beklentilerimiz, bunların arasında en öncelikli olanlardı.

Genel faydaların ötesinde aşağıdaki spesifik faydaları sağlama-ya odaklandık. Örneğin:

- Sahada verimliliği arttırmak, operasyonel giderleri azaltmak, tanıtım imkânlarını teknoloji yoluyla geliştirmek ve etkinliğini arttırmak gibi hedefler ana motivasyonumuz olmuştur.

- Proje sonucunda implemenete edilen sistem, saydığımız modülleriyle, bir yandan var olan ürünlerin satış grafiğinin arttırılmasına katkıda bulunurken,

Ben kişisel olarak IT’de ve iş hayatında kadın çalışanların ve özellikle karar verici pozisyonlardaki kadın çalışan sayısının artmasına yönelik çalışmalarını destekleyici faaliyetlerde bulunmaya çalışıyorum.

bir yandan da yeni pazarlara giriş için elimize güçlü bir teknolojik destek vermektedir.

- Ayrı ürün lansman kalitesi CLM uygulamalarıyla arttırılacaktır.

- Bu arada, ilaç sektörüne özgü kongre modülü de firmanın operasyonların katkıda bulunacaktır. Kanuni gereklilik olan “Değer aktarımı da “ ileride kongre modülüne entegre edilerek, sistemin kanuni yükümlülüklerine hizmet etmesi şimdiden planlanmıştır.

- CRM/CLM dışı platformlar ve sistemler arasında entegrasyon sağlanarak verimliliği arttırmak, spesifik faydalar olarak sıralanabilir.

IT alanında Türkiye ve dünyada kadın çalışan sayısının her zaman az olduğunu vurgulamaktasınız. Bilişim ve teknoloji alanında kadın çalışan sayısını arttırmak adına ne gibi çalışmalar yapılabilir?

Bence sorun, üniversitelerde BT yöneticilerinin yetiştiği bölümlerde kadın öğrenci sayısının düşük olmasıyla başlıyor. Ne yazık ki toplumumuzun kadına yüklediği rollerin de olumsuz etkisi büyük.

Elbette bunu derken, iş hayatında çeşitli kimliklerin çok ön planda olması ve kimlikler üzerinden işlerin dağılımının-tercihlerin yapılmasına karşıyım. Her anlamda çeşitliliğin işe-insana-topluma fayda sağladığını

düşünüyorum. Bu anlamda, ben kişisel olarak IT’de ve iş hayatında kadın çalışanların ve özellikle karar verici pozisyonlardaki kadın çalışan sayısının artmasına yönelik çalışmalarını destekleyici faaliyetlerde bulunmaya çalışıyorum.

Bidar Özgür Ulutaş kimdir? Biraz kendinizden bahsedebilir misiniz?

1992 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi Elektrik Mühendisliği bölümünden mezun oldum ve 1998 yılında Marmara Çağdaş Yönetim Vakfı Micro-MBA programını tamamladım.

Lisans eğitimim sonrası, 2014 yılının Mayıs ayına kadar geçen sürede, PAK Holding ve AMGEN-Mustafa Nevzat İlaç bünyesinde, sırasıyla Proje Mühendisi, Kontrol Sistemi Müdürlüğü, ERP Sistemleri Müdürlüğü, ve son olarak Bilgi teknolojileri Müdürlüğü görevlerinde yer aldım. 2014 yılının Mayıs ayı itibariyle, Ulkar Holding CIO ve grup şirketi olan Nobel İlaç’ta İcra kurulunun üyeliği görevlerini sürdürmekteyim. Evliyim ve 19 yaşında mühendislik fakültesi öğrencisi bir erkek çocuk annesiyim.

İş hayatımın dışında dünyayı gezerek farklı kültürleri tanımak, toprakla uğraşmak ve üniversite öğrencilerine mentorluk yapmak gibi faaliyetlerde bulunuyorum.



YKKD Yönetim Kurulu Üyesi

SELEN KOCABAŞ

Türkiye’de kadın yönetici sayısı her geçen gün artmaktadır. Yönetim Kurulunda Kadın’ın önemini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Şirketlerin uzun dönemli ve sağlıklı büyümeleri için karar mekanizmalarında çeşitlilik geçmiş dönemlere kıyasla çok daha elzem.

Yeni nesil liderler, tecrübe birikimi, dijital dinamiklerin etkileri, kadın ve erkek temsili şirketlerin sağlıklı yaşamasını, doğal olarak ülkelerin kalkınmasını sağlıyor. Türkiye’nin büyüüp kalkınmasında da çeşitlilik şart. İstihdamdaki kadın oranını arttırmak çok kritik. Erkek istihdamı genel hatları ile %70 üzerinde iken, kadınlarda bu oran %30’larda.

Kadın istihdamını ve karar süreçlerindeki etkinliğini arttıramadığımız sürece büyümek zor. Yönetim Kurulunda Kadın gündemini Türkiye’nin ilk mentorluk ve gelişim programı ile hazırlayan derneği YKK Derneği çatısında yönetiyoruz. Bu anlamda YK’lardaki konuyla aslında kadın arzındaki problemden çok kadın talebine olan arzuyu nasıl artırabiliriz.



Bu nedenle kotaların şart ve desteklenmesi ile gerçekleşeceğine inanıyoruz.

Tüm çabalara rağmen bu oran son dört yılda %14'e geldi. BİS'te 3 puan artışla -ki yetersiz- Avrupa'da odaklanarak en hızlı yol kat eden İngiltere, (2011'de %12 iken) 2016'da %29'a yükseldi.

Genel Müdür ve Yönetim Kurulu seviyesindeki kadın yöneticilerin artması için neler yapılabilir?

Kadınların eğitim hayatı ve is-

tihdama katılım süreçlerinde en kritik konu evlilik ve çocuk. Özellikle doğum süreci ile istihdama ara veren kadını tekrar iş hayatına kazandırmak çok kıymetli. Çok değerli, işi bilen ve istihdama değer yaratan kadın, çarkların dışında kalıyor. Bu konuda YenidenBiz Derneği olarak ara veren kadınları tekrar istihdama kazandırmak, doğru rol modeller yaratıp kadınları teşvik ediyoruz. Tepe noktaları yedekleyecek potansiyel kadını Genel Müdür ve Yönetim Kurulları seviyesine taşımak için

odaklı programlar, kadın kotaları, yetkin kadınlardan rol modeller yaratıp teşvik etmek önemli hamleler. Özellikle Yönetim Kurulları için mentor&menti programı ile, sertifikasyon programı ve kadın networklerini güçlendiren YKKD, %30 Club gibi kota destekleyen Bağımsız Kadın Direktörler Oluşumu gibi, artık birbirini tamamlayan ve destekleyen pek çok kadın örgütü de birbirini güçlendirmekte ve desteklemekte.

Sizce yönetim kurullarında dijitalleşmeye ilişkin ne gibi konular ajandada olmalı?

Yeni bir dünyada yaşıyoruz, yeni nesil ve yeni teknolojik çözümlerle tüketicinin hayatı ve beklentisi çoktan değişti. Bu değişen hayata kurumların adaptasyonu kurulu mevcut sistem ve süreçlerinden dolayı zaman almakta ancak kaçınılmaz olan şu ki dijitalleşmeyenler ayakta kalamayacak, rakiplerinin gerisinde eriyip gidecek. Bu nedenle soru nasıl dijitalleşelim yerine müşteri ihtiyaçları, beklentileri ve beklentilerinin ötesinde ben ne tip hizmet, ürün, çözüm götürmeliyim olmalı ve bunları götürdüğümde rakiplerimden süreçlerimle, operasyonumla, ürünlerimle, müşteri deneyimimle nasıl ayrışacağım...

İşte tüm bu sorulara dijital dünya çözümleri ile hizmet edebilen bir noktaya geldik artık. En tepe yönetim kurullarında da işimizi konuşurken iş-

“

Kadınların eğitim hayatı ve istihdama katılım süreçlerinde en kritik konu; evlilik ve çocuk. Özellikle doğum süreci ile istihdama ara veren kadını tekrar iş hayatına kazandırmak çok kıymetli.

”

mizi güçlendiren, maliyetlerimizi hafifleten, hızlı yayılımızı sağlayan enstrümanlar olarak bakmalıyız dijitalleşmeye.

Kurumlara önümüzdeki dönemler için dijitalleşme sürecinde tavsiyeleriniz nelerdir?

Kurumlar içerisinde bu konu bir önceki soruda cevapladığım gibi şirketin orta uzun dönemli stratejik büyümesi için kritik olduğundan tepe seviyede sahiplenilmesi önemli. Bir bölüm toplam planların uygulanması için odaklanarak süreci orkestra edebilir. Ana resmi destekleyecek müşteri, ürün, deneyim, iç süreçler tarafında adım adım aksiyonlar hayata geçirilerek yaşatılmasının kritik olduğunu düşünüyorum. Doğru örnek ve uygulamaların yaygınlaştırılması, konuya hep yaratacağı faydadan hareketle planlanmasının sahiplenme ve yaşatılması için önemli olduğunu görüyorum.

Digital Women On Boards Platformu'nun nisan ayında sizin de katıldığınız bir etkinliği oldu. Platformu nasıl değerlendiriyorsunuz?

Yönetimde Kadın, Yönetim Kurullarında Kadın dediğimiz bir dönemde hayatımızı kolaylaştıracak, çeşitlendirecek, zengileştirecek çözümler; değişen dijital dünyada ve kadınlar bu dünyada diğer sektörlerle göre çok daha etkin ve yetkin.

Mevcut iş dünyasının erkek-

ler platformuna zorla kadınların girmesi yerine zaten içinde daha fazla ve etkin oldukları dijital yeni dünyada yeni iş dinamikleri ve iş ortamı yaratmakta çok daha etkin olacağımızı düşünüyorum. O nedenle platformu destekliyorum.

Yoğun iş programı ve seyahatlerden arta kalan zamanlarda neler yapıyorsunuz?

Yaz dönemleri deniz, yelken, tekne. Kışın kayak. Onun dışında kadın platformlarında değer yaratmak için çaba harcıyorum. Girişimci ekosistemi içerisindeyim burada mentor olarak hem çok destek sağlıyorum hem de çok besleniyorum. Birkaç startup içerisindeyim.



Dr. Yasemin Yücel Karasu

yaseminyucelkarasu@gmail.com

Dijital Dönüşümün İtici Gücü Olarak Nesnelerin İnterneti (IoT)



IoT kavramı artık yeni değil, zaten hepimiz büyük bir hızla hayatımızın içinde uygulamalarını görmeye başladık. Geleceğe dair elbette çok pozitif beklentilerimiz var, ama bu yılın kalan 3 çeyreği için biraz da ayağı yere basan öngörülere odaklanalım.

IHS 2018 Trend araştırması, 2018 yılında global olarak 20 milyardan fazla bağlantılı ve işlem yapan nesne olacağını öngörüyor. Müthiş bir büyüme. Bu

durumda 2018 “IoT yılı mı olacak?” Tüm beklentiler gerçekleşmeye başladı mı?

Bence tam olarak henüz orada değiliz. Ancak bağlantılı nesne sayısı, buna bağlı olarak büyük veri ve bu veriyi işleyen yapay zeka müthiş bir ivme kazandı... 2018’in bir hazırlık ve büyüme yılı olacağı kesin. Büyük adımlar ile yatırımlar yapıldığını, ana endüstrilerin resme katıldığını ve AI, Otonom

makineler gibi trend oluşumlar ile entegrasyonun başladığını bu yıl göreceğiz.

Elbette bağlantılı sıkıntılar da büyüyecek, siber güvenlik, dağıtık yapıların yarattığı entegrasyon krizleri, veri hırsızlıkları, uçtan uca çözüm sunmak için gereken ekosistemin henüz hazır olmaması, veri altyapılarının global seviyede hizmet kalitesini sağlayacak düzeye henüz ulaşamamış olması vs. gibi çözülmesi gereken konular gündemimizde daha çok yer alacak ve organizasyonlar için tüm bu değişimi yakalayacak, hatta rekabette öne geçirecek yeteneklerin organizasyonlarda yer alması başka önemli bir çaba olacak.

Özetle 2018'in IoT için oldukça hareketli ve heyecanlı bir yıl olacağını söyleyebiliriz. Büyük bir atılımın eşiğindedeyiz. Başlangıçta ne kadar sorunlu gözükse de IoT gelecekteki yaşam şeklimizin temeli gibi görünüyor ve bu yaşam şeklini oluşturan bir kaç trendi aşağıdaki 7 başlıkta özetlemeye çalıştım;

1. Büyüme: Her gün yeni cihazların katılımı ile büyüyen bir IoT dünyasına gidiyoruz. 2025 yılı için Cisco tahmini 50 milyar bağlantılı nesne. Dikkat ederseniz cihaz değil, "nesne" yani gözümüzün gördüğü ve görmediği her şeyin bağlantıda olması... Sadece kesin tahmin edemediğimiz şey, bu büyümenin nereden olacağı... Hızlı tüketim veya son kullanıcılar, sağlık ve endüstriyel kullanımlar en büyük büyümeyi getirecek gibi görünüyor. Forrester Research, IoT'nin müşteri deneyimi için omurga olacağını öngörüyor. Müşteri bazı büyük olan şirketler müşteri ile teması sürdürmek, markalarını büyütmek, müşteri ile yolculuğunu kişisel seviyeye yükseltmek için böyle bir dünyanın itici gücü olabilir. Öte yandan sağlık veya tedarik zinciri gibi endüstriler de geride kalmayabilir. Hastalara giyilebilir cihazlar üzerinden uzaktan teşhis ve tedavi sunulması veya fabrika deposunun online takibi heyecan verici çözümler... 2018'in bu ve bunun gibi pek çok kullanım alanının test edildiği veya yaygınlaşmanın gerçekleştiği bir yıl olacağını öngörmek hiç de zor değil.

2. Daha dağıtık bir yapı: Tıpkı Saas ve Cloud çö-

zümlelerinde gördüğümüz gibi büyüme dağıtık yapıları beraberinde getirecek. Pek çok endüstrinin bu dağıtık yapılarda çalışmaya geçiş için zorlandıklarını görüyoruz. Qualcomm gibi şirketlerin IoT cihaz standartlarının ve sertifikalarının yayılması için çalışması bir yana, standartlar yaygınlaşmadan uygulamaya girmiş pek çok çözüm de görüyoruz. Diğer bir deyişle cin lambadan çıktı bile, peki standart çözümler yaygınlaşana kadar onu lambaya geri sokabilir miyiz? Sanmıyorum, bu durumda bir entegrasyon dönemi geçireceğiz gibi gözüküyor. İş'te Dijital Dönüşüm liderlerimizin en çok kafa yorması gereken bir alan da bu olacak. Çözüm sahaya çıktıktan sonra, müşteri kullanırken bir nevi açık kalp ameliyatı gibi tecrübeyi kötüleştirmeden bu entegrasyonun yapılması gerekecek veya standart çözümler yaygınlaşana kadar beklenebilir, ama rekabetin buna izin vereceğini pek sanmıyorum...

3. Güvenlik: Yazının başında değinmiştim, dağıtık yapılar güvenlik zaafı doğurmaya açıktır. Karmaşıklaştıkça, güvenlik zaafı da karmaşıklaşıyor. 2018 yılında siber güvenlik en önemli konulardan biri oldu bile, şebeke güvenliği bir yana, son kullanıcı tarafına da baktığımızda son dönem Facebook skandalı sonrası dünyada ve KVKK'nın 9 Nisan'da uygulamaya girmesi ile ülkemizde kişisel güvenlik konusundaki regülasyonlarda dikkate alınmadan çözüm geliştirilemez...

4. Mobilitenin önemi artacak: Şok bir haber değil ancak henüz istenen yerde de değil. "İlk önce mobil" çözüm yaklaşımı "sadece mobil" yaklaşımına doğru evriliyor. Mobil çözümler IoT dünyasını yönetmeye başlayacak, bu noktada erken sürece dahil olanların biraz daha çözümlerinin iyileştirdiğini, sonradan sürece katılanların doğrudan mobil ile lansmanlar yaptığını görebiliriz. Bu yıl mobil platformlarda çözüm geliştiren pek çok girişimci görmeye başladık, tıpkı 2000'li yılların başındaki gibi bir dalga geliyor.

5. Pazarlama: Son kullanıcı artık indirimler, kampanyalar, fırsatlar sürekli alarm halinde... IoT ile kişiselleştirme zirveye tırmanıyor... Bu noktada,

bu kadar çok fazla bilgi ve kampanya içinde boğulan tüketicinin tepkisi önemli. Bir kırılma yaşanacağını ve kişiselleştirilmiş kampanyaların “Ne kadarı çok fazla?” sorusuna bir noktada cevap bulacağımızı düşünüyorum. Minority Report’u hatırlarsınız, her adımda reklam gören bir tüketicinin algısının bir süre sonra körleşeceği aşikar ve bizim jenerasyonumuzun bu geçişi yaşayan jenerasyon -yani öncesinde bilen- olduğunu düşündüğümüzde Dijital Pazarlama’nın şu anki yayılım ateşinden daha öncelikli yapılması için yollar aranması gerekiyor.

6. Büyük Veri: Şirketler IoT trafiğinin yarattığı veri ile baş etmek ve bu veriyi anlamlı çıkarımlar yapabilmek için işlemek zorunda... Sadece kendi şebeke altyapılarının verimli kurulumu için bile bunun yapılması gerekiyor. Bu nedenle bir trend olmaktan ziyade etkin çalışan altyapılar kurmak bir zorunluluk... Bugün Cisco, HPE ve Dell gibi lider altyapı şirketlerinin altyapıları bu çerçevede iyileştirme ve optimizasyon çabasına şahit oluyoruz. Öte yandan, GE and ABB gibi firmaların da endüstriyel çözümleri kapsamında IoT sunarken zorlu şartlara hizmet edecek güçlendirilmiş altyapılar sunmaya başladığından söz edebiliriz. Klasik veri merkezlerinin yerini optimizasyon ve üst düzey fonksiyonallite sunan hosting ve bulut çözümleri almaya başlıyor.

7. Yapay Zeka (AI): Büyük verinin tutulması, taşınması bir boyutken işlenmesi başka bir boyut. IoT tarafından yaratılan veri, insanın işleyebileceğinden daha büyük boyutlara ulaşacak, bu durumda yine makinaların yarattığı veriyi makinalar işlemek zorunda yani AI’de bir zorunluluk olarak hayatımıza giriyor. Bu tip gelişmiş çözümler hızla büyüyen IoT dünyasında yerini almaya çalışırken, çok kuvvetli analitik yazılımlar ve çözümler ile IoT çözümlerinin veri trafiğini yönetmek zorundayız. Bu noktada Software Advice, SAS, SAP ve Teradata gibi şirketlerin ses getireceğini varsayabiliriz. Elbette pazara; AI, makina öğrenmesi ve IoT Analitiği gibi konularda çalışan yeni oyuncuların girdiğini de göreceğiz.

Business Insider IoT çözümlerine 2021 yılına 6 trilyon dolar yatırılacağını öngörüyor. Müthiş bir pazar olacağı şüphesiz. Girişim sermayedarlarının IoT alanında yatırımları yapmalarını beklemek yanlış olmaz.

Hemen hemen her sektörde üretimde ve müşteri deneyiminde yaratacağı değişimi, iyileştirmeyi ve buna bağlı fırsatları öngörebiliyoruz. Yazının başında değindiğim gibi, bu yıl değişimin ayak seslerini duyuyoruz ancak önümüzdeki 5 yıl içinde artık hayatımızın parçası olacağı ve hep birlikte başka teknolojileri konuşacağımıza eminim...

O zaman daha temel bir soruyu düşünerek bitirelim. Organizasyonunuz tüm birimleri ile bu değişimi kucaklamaya hazır mı?

Alternatif Bank CIO'su

Esra Beyzadeoğlu

Değişen ve yeni yükselen teknolojileri takip etmek, farklı bir fırsat penceresi yaratıp yaratamayacağımızı anlamaya çalışmak Alternatif Bank'ın danışmanlık yaklaşımının önemli bir unsuru...

Alternatif Bank'ın müşteri-sini merkeze alan iş stratejisi doğrultusunda Bilgi Teknolojileri ne kadar önemli?

Günümüzde bankalar için teknolojinin önemini artık herkes çok iyi anlamış durumda. Hatta geçtiğimiz günlerde bir üniversitede genç arkadaşlarımızla "Bankalar artık yeni teknoloji şirketleri mi?" konulu bir sunumda bir araya geldik.

Teknoloji tüm iş süreçlerimizde, sunduğumuz ve sunacağımız tüm ürün ve hizmetlerin olmazsa olmazı.

Biz Alternatif Bank olarak, bu alanda "Uzman Dijital Banka" stratejisini benimsedik. 2 senelik yol haritamızda öncelikli ola-



rak bankamız stratejileri doğrultusunda sunacağımız uzman hizmetlerin dijitalleşmesi yer alıyor. Kendimizi müşterilerine birebir ilgi gösterebilen, onların ihtiyaçları için terzi usulü dijital hizmetler sunabilen bir banka olarak konumluyoruz.

Blockchain teknolojik altyapısını kullanarak örnek bir işlem yapan ilk Türk Bankası oldunuz. Bulut tabanlı hesap defteri teknolojisi ile yaptığınız pilot uygulamanızla ilgili bilgi verebilir misiniz?

Değişen ve yeni yükselen teknolojileri takip etmek, farklı bir fırsat penceresi yaratıp yaratamayacağımızı anlamaya çalışmak Alternatif Bank'ın danışmanlık yaklaşımının önemli bir unsuru. %100 sermayedarımız olan Commercial Bank, Katar'ın ilk ve en büyük özel bankası. Commercial Bank'ın Oman'da da bir bankası mevcut. Her iki banka da farklı pazarlardaki ihtiyaçlar doğrultusunda teknoloji alanında önemli yatırımlar yapıyor. Biz de içinde bulunduğumuz bu grubun sinerjisini ve gücünü pek çok farklı alanda kullanabileceğimizi görüyoruz.

Tamamladığımız pilot uygulama, altyapıyı kurarak blockchain yapısı ile "node" olarak konumladığımız grup bankaları ile mesaj iletimini yapmak şeklinde gerçekleşti.

Teknolojiyi oluşturmak tek başına yeterli değil, geliştirmek için dijital iş modellerini kurgu-

lamanız, çoklu katılımcı ortamları yaratmanız gerekiyor. Biz de blockchain için grup bankaları ile birlikte veya ayrı nasıl iş modelleri kurgulayabiliriz şimdi bunun üzerinde çalışıyoruz. Teknik olarak bu tür işlemleri yapabilme yetkinliğine ulaşmanın önemli bir adım olduğunu düşünüyoruz.

Sizce bankalar altyapı olarak Blockchain sistemlerine hazır mı? Blockchain banka teknolojisini ve güvenliğini nasıl etkilemektedir?

Tasarlanması gereken iş modelleri dışında bu konuda hazırlıkları 3 bölümde düşünmek gerekir. Bunlardan ilki teknolojik hazırlık, ikincisi eğer söz konusu bir para transferi ise ortak bir dijital para birimi veya başka bir yöntem, üçüncüsü ise mevzuat açısından uyum.

Her ülkenin farklı mevzuatları olduğu düşünülürse, sanal paralara olan güven veya güvensizlik de dikkate alınarak konunun olgunlaşma sürecinin oldukça başında olduğumuzu söylemek mümkün.

Blockchain kullandığı şifreleme algoritması, dağıtık yapısı ile güvenlik açısından öne çıkan ve bu iddiada olan bir teknoloji. Günümüz bilgi güvenliği tehditleri açısından verinin bütünlüğünün korunmasına yönelik güçlü bir yapı ortaya kuruyor. Fakat bu teknolojiye ihtilaflar, işlem iptalleri ve olası anlaşmazlıklar açısından bakıldığında bir oto-

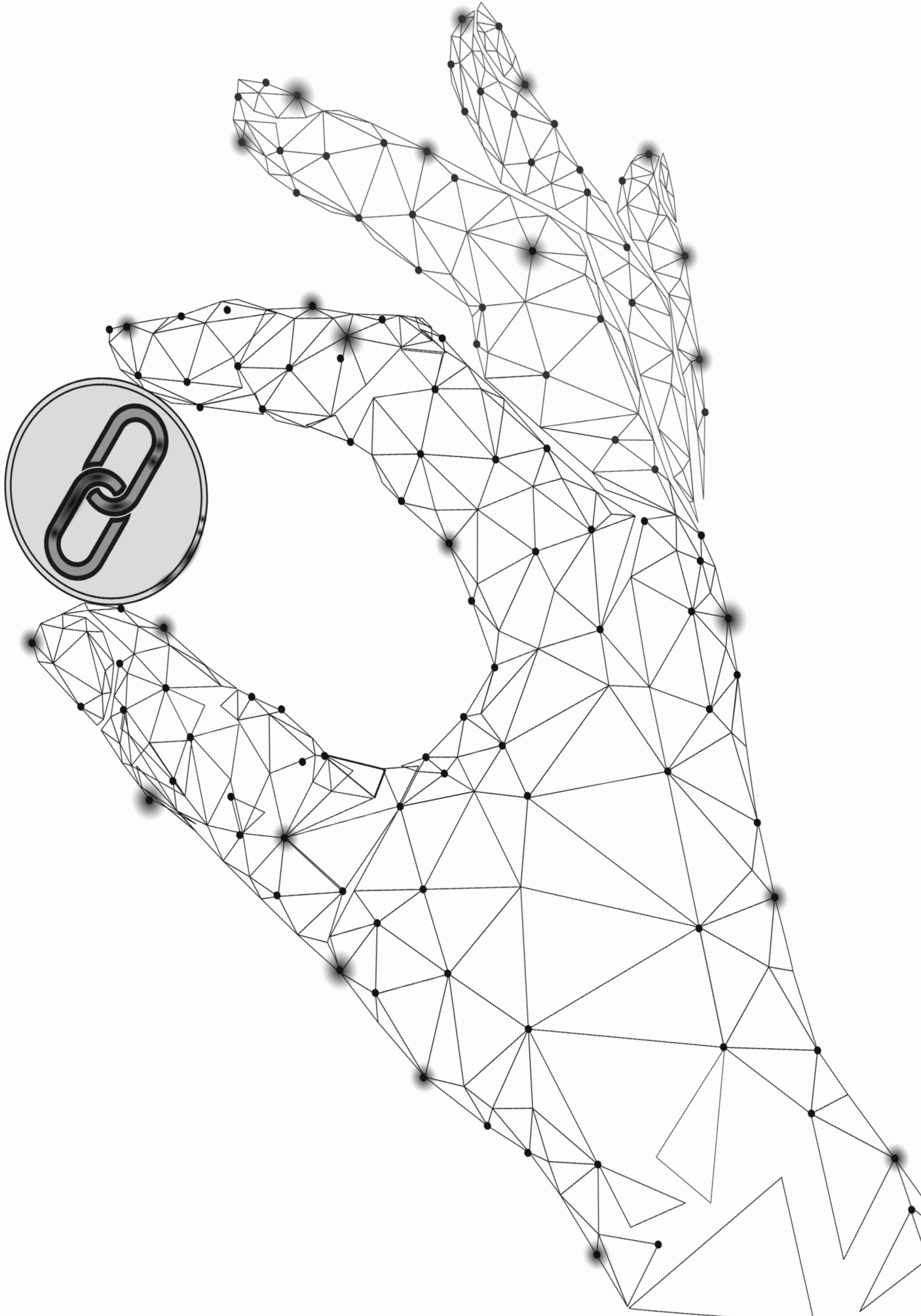
rite olmadığından bu noktada nasıl bir çözüm bulunabileceği netleştirilmesi gereken bir diğer nokta.

Teknolojinin Kadın Liderleri yarışmasının, yılın Başarılı CIO'su finalistlerindendiniz. Finalist olma süreciniz hakkında bilgi verebilir misiniz?

Yaptığımız işle edindiğimiz başarılar bunun gibi seçkin yarışmalar ve jüri üyelerince takdir edildiğinde gerçekten çok mutlu oluyoruz. Bunu bir tür "başarıyla beslenme", işin taçlandırılması, besin takviyesi gibi düşünüyorum.

18 senedir finans sektöründe teknoloji organizasyonlarında çalışıyorum. Daha önce 2015 yılında Stevie Global Business Awards yarışmasında "IT Executive of the Year" kategorisinde, 2016 yılında da Women Empowerment and Leadership Summit'te, Best VP of the Year kategorisinde ödüle layık görüldüm.

Bu sene de bu yarışmada aday olmak, çeşitli aşamaları geçerek finale kalan 2 kişiden biri olmak benim için gerçekten gurur verici bir şey. Çok kısa bir süreden bu yana Alternatif Bank'ta CIO olarak görev yapmaktayım. Bu süreçte Bankamızın ABank'tan Alternatif Bank'a dönüşümü, marka değişimi sürecinde bulunma ve kısa sürede hatasız olarak dönüşümü tamamlama başarısını elde ettik. Yarışmada bu ve genel olarak bütünsel



emeklerimin değerlendirilmiş olması beni gerçekten çok mutlu etti. Ödülü kazanan arkadaşım-la da aynı derecede gururlandım. İyi örnekler, rol modeller olmamız gerekiyor. Ülkemiz ve genç kızlarımız için yolu açmak adına bunu çok önemsiyorum.

Finans ve teknoloji alanında kadın yönetici olmak ne kadar zor?

Finans sektörü içinde kadın çalışan oranı yüksek bir seviyede. Teknolojide ise nispeten daha az sayıda olduğumuzu görüyorum. Kadın olmanın direkt olarak zorluklarını yaşadığımı söyleyemem. Önemli kadın rol model ve yöneticilerle çalışarak iş hayatına atıldığım için kendimi şanslı görüyorum. Ben konuya biraz daha pozitif yönünden yaklaşıp bu soruya, teknoloji alanında kadın yönetici olmanın günümüz şartlarında aslında kurumlar açısından tercih edilmesi gereken bir şey olduğunu düşündüğümü söyleyerek cevap vereyim.

Kadınlar olarak yapı gereği sağ ve sol beyin dengesini daha iyi kurabilme, aynı anda çok sayıda konuyu organize edebilme ve orkestrasyonu sağlayabilme avantajlarına sahip olduğumuzu düşünüyorum. Bu da sektörümüzde çok teknik kalmak yerine iş ihtiyaçlarını daha iyi anlayabilme ve çözüm oluşturabilme adına bizlere kolaylık sağlıyor.

Alternatif Bank'ta olmak, kadın yönetici olmak açısından da ör-

nek bir kurumda olmak demek. Şu anda üst yönetimde en fazla kadın genel müdür yardımcısına sahip bankayız bildiğim kadarıyla. Genel müdürümüz Kaan Gür yeni yönetimde önemli ve kritik sorumluluklarda bizlere güvenerek önemli roller vermiş durumda. Özetle bu açıdan da şanslıyım.

Digital Women On Boards platformunun bir üyesi olarak Platformu ve çalışmalarını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Platformun bir parçası olma şansına yakın bir zamanda kavuştum. Bu bir yolculuk ve ben daha başındayım. Çok ümit vaat eden bir oluşum olduğunu düşünüyorum. Platformda yolunun keşiştiği herkes çok değerli ve örnek isimler. Her birinden pek çok şey öğrenebileceğimi ve kendimi geliştirebileceğimi hissediyorum ve heyecan duyuyorum. Yönetim Kurullarına dijital dokunuşu kadınların çok etkili şekilde gerçekleştireceğini düşünüyorum. Platform bu açıdan kişisel düşünce kalıplarına ve hedeflerime birebir uyuyor. Umarım platforma katkıda bulunabilir ve üyeler olarak birbirimizi karşılıklı beslenmeye devam ederiz.

Esra Beyzadeoğlu'nu daha yakından tanıyabilir miyiz?

1995 yılında İstanbul Atatürk Fen Lisesi'nden mezun oldum. Sonrasında Galatasaray Üniversitesi'nde Endüstri Mühendisliği eğitimi aldım.

“

Teknolojiyi

oluşturmak tek

başına yeterli değil,

geliştirmek için

dijital iş modellerini

kurgulamanız, çoklu

katılımcı ortamları

yaratmanız gerekiyor.

Biz de blockchain

için grup bankaları

ile birlikte veya ayrı

nasıl iş modelleri

kurgulayabiliriz şimdi

bunun üzerinde

çalışıyoruz.

”



2014'te de Sabancı Üniversitesi'nde Executive MBA derecesi tamamladım.

Edebiyatçı bir anne babanın iki fenci çocuğundan biriyim.

8 yaşında "kuzguna anka" çok tatlı bir oğlum var.

Geriye dönüp baktığımda gördüğüm, eğitim hayatımda da iş hayatımda da hep çok çalış-

tığım ve hiç durmadığım oluyor. Hep bir gelişme, ilerleme arzusuyla ve bazen de zorlukların peşinden gitmişim. Bu röportajı okuyan benim gibi olan pek çok başarılı kadının aynı düşüncelerde olduğunu tahmin ediyorum. Başarı bizi besliyor. Yeni yollara ufuklara ilerlemek için güç veriyor.

Her ne kadar tamamen fen bilimleri, mühendislik gibi alanlarda eğitilmiş olsam da, bireysel olarak edebiyata, şiire, tiyatroya meraklı ve sosyal yönden oldukça da dışa dönük biriyim. Önceki tecrübelerimde işyerinde kurulmasına öncülük ettiğim tiyatro kulübünün oyunlarında 3 yıl üst üste rol aldım örneğin.

Hobilerim doğrultusunda, şiir, edebiyat alanlarında farklı konularda bireysel seminerler hazırlayıp ekiplerle çok sayıda seanslarda paylaştım.

Enerji siz ne kadar artırmaya istekliyseniz o kadar sizinle birlikte oluyor. Bu sebeple Latincesi "Perpetuum Mobile" olan bitmeyen enerji ve gelişim mottosunu bireysel motto olarak hayatımın özel ve diğer her alanında uygulamaya çalışıyorum.

Bu röportaj da önemli bir deneyim ve gurur oldu benim için, fırsat verdiğiniz için çok teşekkür ederim.



Ford Otosan CDO'su

Hayriye Karadeniz

Ford Otosan olarak dijital dönüşüm hakkındaki görüşlerinizden ve yeni projelerinizden bahsedebilir misiniz?

Ford Otosan olarak, “Türkiye'nin en değerli ve en çok tercih edilen sanayi şirketi olmak” vizyonuyla mevcut işlerimizi geliştirirken yeni iş fırsatları yaratmak ve vizyonumuza ulaşmak için ‘Dijital Dönüşüm’ün en önemli faktör olduğuna inanıyoruz. Bu hedefle biz de 2015 yılında ‘Dijital Dönüşüm’e yatırım kararı aldık. ‘Dijital Dönüşüm’ü şirketimizin ana stratejilerinden biri olarak belirledik ve kendimize 2015 sonunda 2020’ye kadar giden, 5 yıllık bir yol haritası belirleyip yola çıktık. Yol haritamızı ‘Farkındalık ve Öğrenme Dönemi’, ‘Hızlanma Dönemi’ ve ‘Süreklilik Dönemi’ olarak aşamalandırdık. 2017 itibarıyla ‘Hızlanma Dönemi’ne geçtik ve artık meyve toplamaya başladık.

Yol haritamızda belirlediğimiz 5 ana alanı ise şöyle özetleyebilirim:

Müşteri ve bayiden tedarik zincirine, ürün geliştirmeden üretime ve tüm çalışanımıza kadar uçtan uca, bağlı, ortak bir akıl tarafından yürütülen bir Ford Otosan hayal ettik ve bu alanlarda projeler çıkardık. Bu kapsamda tüm çalışanlarımızın iş süreçlerini mobil platforma taşıyan FOCEP adında bir uygulama yarattık. Bu uygulama ile çalışanlarımız izin süreçlerinden bordrolarına kadar tüm işlemlerini yapabiliyor, ayrıca o günkü yemek menüsünü görebiliyor veya yöneticilerimiz satın alma onaylarını verebiliyor. Bu uygulama kısa zamanda elimiz ayağımız oldu diyebilirim.

Üretim geliştirmede ise tekdüze olan, standart işlerin hepsini sanal robotlara devrettik. Tedarik zincirinde kamyon üretimimizde sıfır stok sistemini devreye aldık. Artık tedarik planlaması bir sistem tarafından otomatik yapılıyor; örneğin bir TIR çıkıyor, planlanan tedarikçilerden planlanan parçaları alıp sevk ediyor.

Şu anda üretimdeki duruşlardan kalite problemlerine kadar birçok raporu gerçek zamanlı görebileceğimiz bir sistem üzerinde çalışıyoruz.

Müşteri deneyimimizi sıfırdan planlıyor, bayilerimizin önümüzdeki ay ne satacaklarını makine öğrenmesi algoritmalarıyla hesaplayıp, sipariş/gerçek satış arasındaki farkı minimuma indirmeye çalışıyoruz.

Yeni trendleri takip ediyor, çalışanlarımızın şirketle iletişimlerini doğal dil işleme sistemleri ile ekransız, konuşarak yapma-

larını sağlamak için çalışıyoruz.

Sanayide dijital dönüşüm (Endüstri 4.0) ve teknoloji kavramlarının biraz karıştığını belirtmiştiniz. Bunları biraz bize açabilir misiniz?

Ford Otosan olarak Endüstri 4.0 ve Dijital Dönüşümü iki farklı fakat beraber konuşan ekipler ile bağımsız yönetiyoruz. Sanayide Endüstri 4.0 deyince akla çalışan ergonomisi, lojistikte kullanılacak akıllı forkliftler, depolama sistemleri, hat başına sevk sistemleri gelirken, dijitalleşme ise bir önceki soruda verdiğim örnekler gibi, ve-

riyi kullanarak, kararlara destek veren akıllı sistemleri içeriyor.

Türkiye'nin ilk kadın CDO'su olmanız ülkemiz açısından çok önemli. Sizce kadın CDO'larınızın sektörlere ne gibi katkıları bulunmaktadır?

Aslında, "Türkiye'nin ilk CDO'su" demek daha doğru. "İlk kadın CDO" sıfatını ise benim ilk CDO olmamla birlikte aldı diyebilirim. Açıkçası kadın veya erkek olmanın fark etmediğini, esas olarak CDO unvanının dijital dönüşüm yolculuğuna çıkan her kurum için önemli olduğunu düşünüyorum.



”

‘Dijital Dönüşüm’ bir IT projesi değildir. ‘Dijital Dönüşüm’ strateji ile ortak hareket eden, tüm iş birimlerini içine alıp beraber yürüyen, düşünme yapısına, kültüre etki eden uzun soluklu ve sürekli kendini geliştiren bir yol haritasıdır.

“

Genelde şirketler “Dijital Dönüşüm” dediklerinde “Bizim IT’ci çocuklar dönüştürsün bizi” düşüncesi ile hareket ediyorlar. Bu, dijital dönüşüm yolculuğunda yapılacak en önemli ve ilk yanlışlardan biri oluyor. ‘Dijital Dönüşüm’ bir IT projesi değildir. ‘Dijital Dönüşüm’ strateji ile ortak hareket eden, tüm iş birimlerini içine alıp beraber yürüyen, düşünme yapısına, kültüre etki eden uzun soluklu ve sürekli kendini geliştiren bir yol haritasıdır. CDO bütün bu yolculuğu yöneten bir lider gibidir. Ford Otosan’da biz benim liderliğimde, dijitalleşmeyi yöneten bir takım, uygulayan bir takım ve iş birimlerinden oluşan bir yönetim takımıyla bu yolculukta ilerliyoruz.

Ford Otosan fabrikalarında kurmaya hazırladığınız IOT platformu hakkında detaylardan bahsedebilir misiniz? Bu platform Ford Otosan’a neler katacaktır?

Herhangi bir analitik proje yapmak için veriye muhtacız. Araç içinden üretimde kullanılan robota, boyahaneden kalitedeki ölçümlere kadar her yerden veri toplamak için sensörler kullanıyoruz. Bu verileri de KoçSistem ile ortak kurduğumuz bir Big Data platformunda toplayarak, analiz ve görselleştirme projelerine girdi sağlıyoruz. Bu açıdan baktığımızda IoT bizim gözlerimiz, damarlarda akan kanımızdır, diyebilirim.

Dijitalleşme otomotiv sektöründe ne gibi bir önem arz ediyor?

En çok “disruption”, yani “dijital yıkım” riski altında bulunan sektör, otomotiv sektörü. Dünyadaki ilk 5 şirketin, otomotiv sektörü ile ilgili dev bütçelerle yönettikleri projeleri bulunuyor. Günümüzde herkesin akıllı telefonları var, ellerinde bir laptop, tablet var. Bu kanallardan insanlara ulaşma penetrasyonu belli bir doyumuna ulaştı. Geriye, bugüne kadar kimsenin girmedığı bir kanal kaldı. O da arabada geçen zaman.

Başka bir gerçek ise yeni neslin, ehliyet alma çağına geldiğinde artık ehliyet almak istememesi ve mobilite için Uber, Lyft gibi alternatiflerle yolculuk yapması. Eskiden araç bir lükstü ve statü sembolü kabul ediliyordu. Bu anlayış günümüzde gittikçe azalıyor; yeni nesil araç sahiplenmek istemiyor. Çünkü şehir hayatı ve trafik özel araçla bir yerden bir yere gitmeyi, park etmeyi gitgide zorlaştırmaya başladı. Tüm bunlara bağlanabilirliğin (connectivity) ucuzlamış olmasını, artık araçtan her türlü veriyi alabilmemizi de göz önüne aldığımızda bu süreç bizi ister istemez verinin sık kullanıldığı, araç içi zamanın katma değerli hale geldiği günlere götürüyor. Ford’un yeni CEO’su Jim Hackett, Las Vegas’ta düzenlenen CES Fuarı’ndaki konuşmasında, akıllı şehirlere 11 milyar dolar harcama yapacaklarını ve misyonlarının şehri in-



sanlara geri vermek olduğunu belirtti. Araç üreticisi olarak bizim hem müşteri yolculuğunu maksimum değerli düzeye getirmemiz, hem de araç üretirken maksimum verimliliği sağlamamız ve akıllı sistemler kullanılarak karar mekanizmalarını kolaylaştırmamız gerekiyor.

Ülkemizde kadın üst düzey yöneticilerin arttırılması için ne tür çalışmalar yapılabilir?

Eğitimle pek çok sorunu aşacağımıza inanıyorum. Diğer taraftan ataerkinin baskın olduğu toplumlarda eğitimdeki cinsiyet eşitsizliği gibi iş hayatında da kadın-erkek eşitliğinin sağlanmasında ne yazık ki hâlâ zorluklar yaşanıyor.

Ford Otosan olarak biz, bu zihniyet, algı ve yazılı olmayan ku-

ralların değiştirilmesi gerektiğine inanıyor ve kadın-erkek eşitliğinin sağlanması amacıyla çalışmalarımızı yürütüyoruz. Koç şirketleri olarak da, HeForShe organizasyonunun bir parçası olmaktan gurur duyuyoruz. Zira dünya bir dönüm noktasında bulunuyor; tüm dünyada insanlar toplumsal cinsiyet eşitliği fikrini anlıyor ve destekliyor. Bunun sadece bir kadın meselesi olmadığını, bir insan hakları meselesi olduğunu biliyorlar. Bu konuda çıkan güçlü seslerin büyük bir değişim yaratacağına ve değişim zamanının da geldiğine inanıyorum.

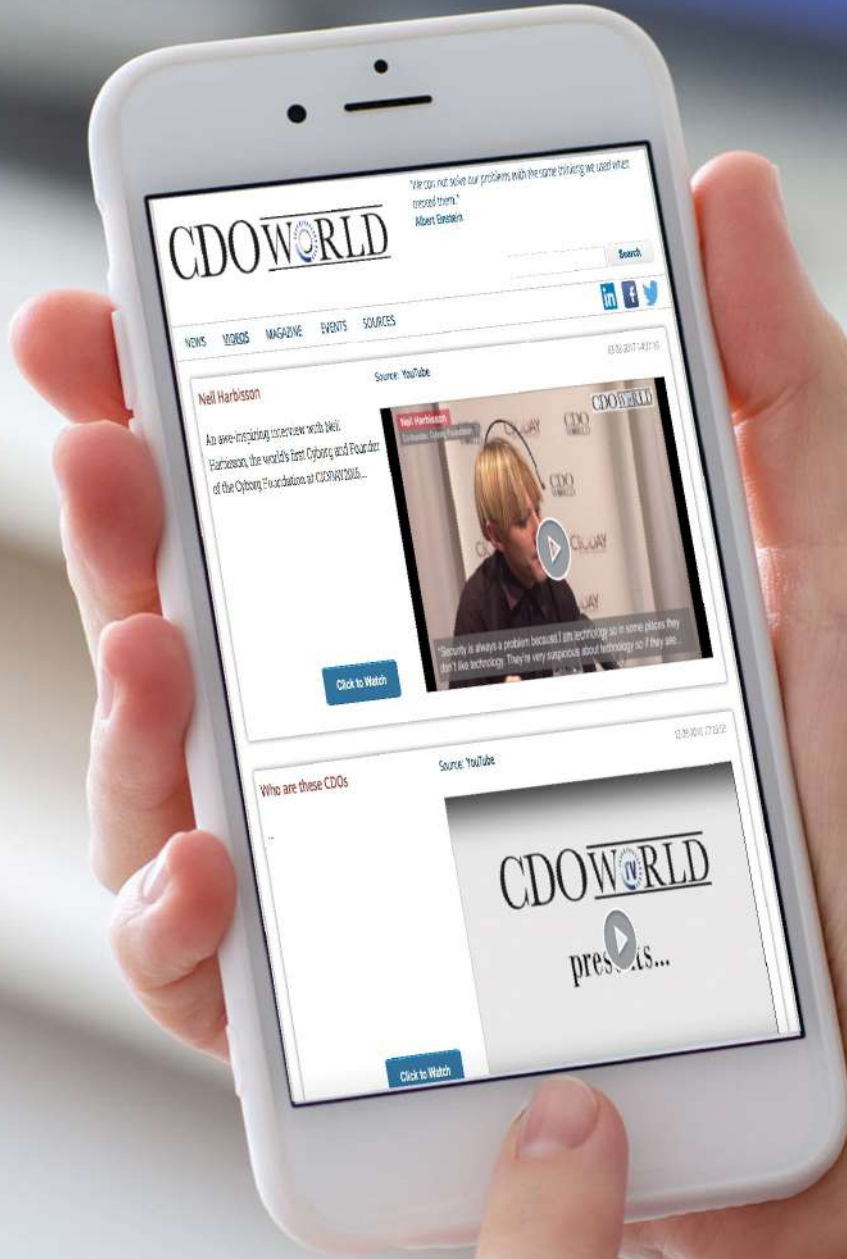
Ford Otosan'da değişimi çoktan başlattık ve kadınlara daha fazla etki alanı açıyoruz. Ford Otosan, otomotiv sektöründe kadın çalışanı ile lider konum-

da ve hedefimiz ofis çalışanları arasında kadın çalışan oranını yüzde 50'ye çıkarmak. Bu çerçevede hem çalışanlarımıza hem de çevremize yönelik AÇEV ile birlikte toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda eğitimler düzenliyor ve eşitliğin önemini her ortamda dile getiriyoruz.

Hayriye Karadeniz'i daha yakından tanıyabilir miyiz?

24 senedir Ford Otosan'lıyım. Kariyer hayatımın çoğu Bilişim Teknolojilerinde geçti. Hem IT hem de iş biriminde deneyim sahibi olduktan sonra IT Direktörü ve CDO olarak görevime devam ediyorum. Eşim de Ford Otosan'da çalışıyor. 18 yaşındaki kızım lisede, 10 yaşındaki oğlum ise ortaokulda eğitim görüyorlar.

CDO WORLD



CDO World Platformu Dijital Yayın Kanalı

Güvenli Para Yatırma, Saklama ve Çekme Sistemleri

*Para saklamak, saymak ve çekmek hiç bu kadar hızlı,
güvenilir ve düşük maliyetli olmamıştı!*



***Beeway Systems'in sunduđu Güvenli Para Yatırma,
Saklama ve Çekme sistemleri sayesinde paranız emin ellerde.
Paranızı hemen bankaya ulaştıramazsanız bile, şube veya mağazanızda
özel olarak geliştirilmiş kasamızın içerisinde rahat ve güvenli bir
biçimde saklayabilirsiniz ve genel merkezinde güncel bakiyenizi
görüntüleyebilirsiniz. Sistemimiz ayrıca bankanız ve CIT firmanızla
entegrasyon fırsatı sağlıyarak işinizi daha da kolaylaştırıyor.***

UYGULAMA

Banka sistemiyle entegre çalışan şube içi sistem
Yazılım ile ilgili ihtiyaçlar şekillendikçe güncelleme imkanı

ESNEK ÜRETİM

Taleplere göre řekillendirilebilecek fiziksel görünüm
Yazılım, donanım ve entegrasyon hizmetleri

BANKNOT OKUYUCU SİSTEMİ

- Crane PI tarafından üretilen MEI SC Advance ürünü
- Para sıkışmalarına, sistem sorunlarına karşı test edilmiş ve bakım prosedürleri tamamlanmış
- 30 nota kadar çoklu kağıt para okuma imkanı
- %98'in üzerinde kağıt para kabul etme oranı

BANKNOT DEPOSU

2200 adet banknot alabilen kaset sistemi

POS SİSTEM ENTEGRASYONU

- Bankanın önereceđi POS sistemi ile entegrasyon

GÖRÜNTÜ KONFIGÜRASYONU

- 10 inç renkli dokunmatik ekran



BEEWAY  **SYSTEMS**

+90 216 688 84 90
www.beewaysystems.com

Great To Have You On Board



DIGITAL WOMEN

on Boards

Organized by

CDO WORLD

Platform Partner

EgonZehnder