

# DIJİTAL ESNAF

Üretimde Verim, Pazarlamada Hız, Yönetimde Etki



ESNAFIN DİJİTALLEŞMESİ İÇİN ESDER'DEN  
[burdanbi.com/kepenk](http://burdanbi.com/kepenk) VİZYONU



**Serkan ÇITAK**  
**ERP 12 Yazılım**  
Esnaf için hızlı çözümlere ihtiyaç artıyor.



**Ayşegül GÜVENÇ**  
**Elekse Ödeme Kuruluşu A.Ş.**  
Kişiselleştirilmiş hizmet sunması için esnafın yanındayız.



**Prof. Dr. Erdal AKDEVE**  
**ASBÜ SİM**  
Teknoloji tabanlı yöntem ve araçlarla pazara ulaşan esnaf kazanmaktadır.



**Serkan SEYHAN**  
**Adenyum Danışmanlık**  
Esnaf dönüşüm sürecini arkasına alıp hızını ve büyümesini daha da artırabilir.

# KURBAN

ALLAH'A YAKINLAŞMAK,  
MUHTAÇLA PAYLAŞMAKTIR.

AFRİKA **800₺**

ASYA **900₺**

ARAKAN KAMP.  
BANGLADEŞ - MORO **1200₺**

TÜRKİYE - YEMEN  
FİLİSTİN KAMP. **1650₺**

GAZZE **2900₺**



Kurbanlarınız  
vekâletle alınır,  
kestirilir  
et olarak  
dağıtılır.



**CANSUYU**

Yardımlaşma ve Dayanışma Derneği

Türkiye Finans	Şubelerindeki
Ziraat	<b>CANSUYU</b>
Kuveyt Türk	Kurumsal Tahsilat
Vakıf Bank	Hesaplarından
Halk Bank	Bağış
	Yapabilirsiniz.

**POSTA ÇEKİ - 511 75 63**



**444 66 39**

**cansuyu.org.tr**



ZORUNLU

TRAFİK SİGORTASI

10.yıl

NEOVA'LI OLMAK

GÜVEN VERİCİ



**NEOVA**  
SİGORTA

444 1 636 [neova.com.tr](http://neova.com.tr)



# İhlas Matbaacılık

“İşi profesyonellerine bırakın”



WEB OFSET

DÜZ OFSET



ÇİLT

AMBALAJ

 Türkiye'nin matbaası



“İhlas Matbaacılık güvencesiyle”

## Termal Kalıp

Yüksek tirajlı baskılara uygun, geniş gelişim toleransına sahip, net ve kaliteli baskı sağlayan özel bir kalıptır.

**Baskı Adedi:** 100.000 - 200.000 (Normal Mürekkep)  
80.000 - 100.000 (UV Mürekkep)

## Konvansiyonel Kalıp (Ctcp-LX)

UV-CTP kalıp kullanan üst düzey müşteriler için geliştirilmiştir. Yüksek hassasiyete sahip, yüksek tirajlı baskılara uygun,

**Baskı Adedi:** 100.000 - 200.000 (Normal Mürekkep)  
50.000 - 100.000 (UV Mürekkep)

Detaylar için:



Merkez Mahallesi 29 Ekim Caddesi İhlas Plaza  
No:11 A / 41 Yenibosna / İSTANBUL - TÜRKİYE  
Tel.: + 90 212 454 31 95 • www.afarikplates.com

Detaylar için:



Merkez Mahallesi 29 Ekim Caddesi İhlas Plaza  
No:11 A / 41 Yenibosna / İSTANBUL - TÜRKİYE  
Tel.: + 90 212 454 30 00 www.ihlasmatbaacilik.com





Hem Taze  
Hem Leziz

*Çizgimiz hiç değişmedi...*

[www.hicretsekerleme.com.tr](http://www.hicretsekerleme.com.tr)

**ÖZ HİCRET ŞEKERLEME** GIDA İTH. İHR. PAZ. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.

☎ 0312 397 29 57

✉ bilgi@hicretsekerleme.com.tr

📍 MERKEZ: Macun Mahallesi, Abdulhalik Renda Cad. No: 19 Yenimahalle/ANKARA

**Müşteri Danışma Hattı: 0850 304 1980**





**ESDER**

**ESDER (Esnaf ve Sanatkarlar Derneği) ADINA  
İMTİYAZ SAHİBİ  
MAHMUT ÇELİKUS**

**GENEL YAYIN YÖNETMENİ  
AHMED CİHAD ÇELİKUS**

**SORUMLU  
YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ  
MEHMET ÇETİN**

**YAYIN KURULU**  
PROF. DR. MAZHAR BAĞLI  
PROF. DR. OSMAN ALTUĞ  
DOÇ. DR. MUSTAFA ORÇAN  
İBRAHİM VELİ  
MUSTAFA ÖZEL

#### YÖNETİM ADRESİ

HACI BAYRAM MAH. SOYDAŞLAR SK.  
NO: 19/6 KAT: 4 ULUS-ALTINDAĞ/ANKARA  
TEL: +9 0312 310 47 97 - 310 47 98  
www.esder.org.tr  
esnafvesanatkarrlar@gmail.com  
basin.esder@gmail.com



/esnafvesanatkarrlarDernegi



/ESDER97



/ESDER97



/ESDER Esnaf ve Sanatkarlar Derneği

#### GRAFİK - TASARIM

İBRAHİM SAĞLAM - (0532) 460 96 41

**BASKI: İHLAS GAZETECİLİK A.Ş.**  
SARACALAR MAH. 57.CAD. NO:21/A  
AKYURT/ANKARA  
TEL: (0312) 351 83 10

**BASKI TARİHİ: 28.06.2021**

**YAYIN TÜRÜ: SÜRELİ YAYIN**  
ISSN: 1306-2778

KEPENK dergisine gelen yazıların yayınlanma hakkı dergiye,  
yayınlanan yazıların sorumluluğu ise yazarlara aittir.  
Yazı ve resimler kaynak gösterilerek iktibas edilebilir. Dergimiz  
basın ve meslek ilkelerine uyar.

**ÜCRETSİZDİR**

#### REKLAM İNDEKSİ

CANSUYU.....	Ön İç Kapak
SOSYAL DİYALOG İLE KARİYER... Arka İç Kapak	
ELEKSE ÖDEME.....	Arka Kapak
NEOVA SİGORTA.....	1
İHLAS MATBAACILIK.....	2
HİCRET ŞEKERLEME.....	3
BURDANBI.COM.....	15
BEYPAZARI MADEN SUYU.....	19
ERP 12 YAZILIM.....	23
ADENYUM TEKNOLOJİ.....	45

## İÇİNDEKİLER



# DİJİTAL ESNAF

## Üretimde Verim, Pazarlamada Hız, Yönetimde Etki



12

ESDER'DEN ESNAFIN DİJİTALLEŞMESİ İÇİN: "BURDANBI.COM/KEPENK".....	6
BAŞKANDAN.....	7
KAPAK KONUSU: DİJİTAL ESNAF ÜRETİMDE VERİM, PAZARLAMADA HIZ, YÖNETİMDE ETKİ.....	8
ESNAF İÇİN HIZLI ÇÖZÜMLERE İHTİYAÇ ARTIYOR ERP 12 YAZILIM SERKAN ÇITAK.....	12
KİŞİSELLEŞTİRİLMİŞ HİZMET SUNMASI İÇİN ESNAFIN YANINDAYIZ, ELEKSE ÖDEME KURULUŞU A.Ş. GENEL MÜDÜRÜ AYŞEGÜL GÜVENÇ.....	16
BURDANBI SİSTEMİYLE ESNAFIMIZIN ÇÖZÜM ORTAĞIYIZ, FOKUS OTOMASYON PERAKENDE SATIŞ SİSTEMLERİ ZINNUR KÖSEĞLÜ.....	20
TEKNOLOJİ TABANLI YÖNTEM VE ARAÇLARLA PAZARA ULAŞAN ESNAF KAZANMAKTADIR ASBÜ SİM MÜDÜRÜ PROF. DR. ERDAL AKDEVE.....	24



16



20

*Muhterem Efendim;*

*10. Olağan Genel Kurulumuza katılımınız,  
Esnaf ve Sanaatkar samiamıza güç katacaktır.*

*Davet eder, Saygılar sunarız.*

**ESDER**  
**Genel Başkanı**  
**Mahmut ÇELİKUS**

#### PROGRAM

- İkram
- Açılış Ve Yoklama
- Başkanlık Divanı Seçimi
- Genel Başkanın Konuşması
- Misafirlerin Konuşmaları
- Yönetim ve Denetim Kurullarının Raporlarının Sunumu
- Yönetim ve Denetim Kurullarının İbrası
- Tahmini Bütçenin Görüşülmesi ve Onayı
- Tüzük Değişikliğinin Görüşülmesi ve Onayı
- Yeni Yönetim, Denetim ve Disiplin Kurulu Asil ve Yedeklerin Seçimi
- Dilek ve Temenniler
- Kapanış

**Tarih** : 10 Temmuz 2021 Cumartesi

**Saat** : 19.00

**Adres** : Ostim Yönetim Binası, Konferans Salonu  
Ostim Organize Sanayii Bölgesi 100. Yıl Bulvarı  
No:101 Yenimahalle/ANKARA

ESNAF HEPAÇIK.....	28
ONLİNE ALIŞVERİŞİN ESNAFA SAĞLADIĞI FIRSATLAR ARTACAK. SPİA MÜHENDİSLİK FATİH YILDIRIM.....	30
MÜŞTERİNİZ İÇİN SORUNSUZ BİR ALIŞVERİŞ DENEYİMİ SUNUYORUZ METOD REKLAM MESUT GÜNER.....	32
ESNAFIN DİJİTALLEŞMEYE ENTEGRE OLMASI KURUMSALLAŞMAYI BERABERİNDE GETİRMEKTEDİR, BÜCÜRÜK KIRTASIYE LTD.ŞTİ. ABDÜLKADİR ÇAKIROĞLU.....	34
E-TİCARET ARTIK TİCARETİN BİR PARÇASI DEĞİL TİCARETİN KENDİŞİ OLDU EXPORTİCKED ÇAĞATAY ÇETİN.....	36
DİJİTALLEŞMEYE ÖNEM VEREN ESNAFLAR BİR ADIM ÖNE GEÇMİŞTİR, LETSUP ABDULLAH AYDIN.....	38

FİYAT PERFORMANS VE MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ, ÜRÜNÜN VE MARKANIN ÖNÜNE GEÇEBİLİYOR ABC'S GIDA KİMYA ALI GÜVEN KİRİŞ.....	40
ESNAF DÖNÜŞÜM SÜRECİNİ ARKASINA ALIP HİZİNİ VE BÜYÜMESİNİ DAHA DA ARTIRABİLİR ADENYUM DANIŞMANLIK SERKAN SEYHAN.....	42
ESDER MALATYA ŞUBESİNDE FİLİSTİN İÇİN 'BİR KURŞUN BİR İMZA' KAMPANYASI.....	46
ESDER 65 YAŞ ÜSTÜ ESNAFLARIN TECRÜBESİ İLE GENÇLERİN DİNAMİZMİNİ BİR ARAYA GETİRDİ.....	47
YAKINDA GALASI OLACAK SİNEMA ATÖLYEMİZİN SANAL DERSLERİNDE SONA GELİNDİ, KISA FİLM ÇEKİMİNE BAŞLANDI.....	48



40



24



32



43



# ESDER'DEN ESNAFIN DİJİTALLEŞMESİ İÇİN: “burdanbi.com/kepenk”

Günümüzde gösterişli mağazaların yerini daha az maliyetlerle kurulan sanal alışveriş pazar yerleri aldı. Bu noktada ESDER, esnafın dijitalleşmesi için düğmeye bastı! Esnaf için önem arz eden kolay ulaşılabilirlik, *online sipariş, lojistik hizmetleri ve sanal pos uygulamalarını* tek çatı altında topladı.

## ALIŞVERİŞİN YENİ ADRESİ

*burdanbi.com/kepenk* uygulamasıyla özellikle mahalle esnafımızın bulunduğu bölgelerde ticaretlerini sanal ortama taşımaları sağlanacak. Önce bölgesel düzeyde esnafı güçlendirecek olan bu yapı, hem ulusal ve uluslararası boyut kazanacak.

## TEKNOLOJİK İŞ BİRLİĞİ

Esnafın geleceğe ve hedeflerine hazırlıklı olması için önemli bir dijitalleşme adımı olan *burdanbi.com/kepenk* uygulaması, verimliliği ve karlılığı artıracak. Bu kapsamda kendi deposu ve dağıtım ağı olmayan esnafımızın sanal pazarlarını yönetmesi için teknoloji şirketleri ile kapsamlı işbirlikleri yapıldı. Firmaların kendi lokasyonlarında kendi müşterilerine *sanal mahalle esnafı* olmalarını kolaylaştıran bu çalışma için yazılım, lojistik ve sanal pos adımları tamamlandı.

## ÇÖZÜM TEK NOKTADA

Böylece esnaf stok ve finans tabibinin yanı sıra eşzamanlı olarak internet üzerinden alınacak olan siparişler de rahatlıkla takip edilecek. Alınan siparişlere bağlı olarak izlenmesi gereken *işlem adımlarını da rahatlıkla yapabilecek. Teknolojinin* sunmuş olduğu bütün yenilikleri kullanarak iş yükünü azaltan uygu-

lama ile esnafımızın arzu ettiği her çözüm tek bir noktadan sunulacak.

## TESLİMAT, KURYE VE KARGO SEÇENEKLERİ

*burdanbi.com/kepenk* uygulaması, esnafa müşterilerini geri kazandırarak ve yeni müşteriler ekleyerek güç sağlıyor. Teslimat, kurye ve kargo seçenekleri sunan ve tüm süreçleri planlayan bu vizyoner çalışma ile *esnaf kendi verisine (müşteri bilgileri) sahip olacak*. Böylece esnafın dijitalleşmesi artırılarak kurumsallaşması, veriye dayalı yönetim sergilemesi ve markalaşması geliştirilecek!

## “ESNAF HEP AÇIK” OLACAK

Dijitalleşmeyle verimlilik, hız ve etki kazanarak daha sağlıklı iş planlamaları yapacak esnaf hep açık

“Günümüzde gösterişli mağazaların yerini daha az maliyetlerle kurulan sanal alışveriş pazar yerleri aldı. Bu noktada ESDER, esnafın dijitalleşmesi için düğmeye bastı! Esnaf için önem arz eden kolay ulaşılabilirlik, *online sipariş, lojistik hizmetleri ve sanal pos uygulamalarını* tek çatı altında topladı.

olacak! Siz de alışverişin yeni adresi *burdanbi.com/kepenk* uygulaması katılın. Ayrıntılı bilgi için **0(312) 310 47 97** numarasını arayarak ESDER'e ulaşabilirsiniz. Dijital yolculuğunuzda birlikteyiz.





## ESNAFIN DİJİTAL YOLCULUĞU

Esnafımızın geçmişte mekanda yakaladığı fırsatlar artık zamanda. Bu zamanın fırsatları ise dijital olarak isimlendiriliyor. Bu fırsatları değerlendirmek için farklı bir yeteneğe ihtiyacı olan esnafa destek olmak önemli bir görev.

Günümüzde mahalle kültürünün değişmesine alışveriş kültürünün değişmesi de eklendi. Bu durumda müşteri ve iş ihtiyaçları ancak teknoloji merkezli dönüşümle sağlanabilmektedir. Bunu sağlamak adına atılacak bazı adımlar önem taşır:

**Strateji geliştirin.** Ya pazar payınızı ya da katma değer payınızı artırmalısınız. Stratejinizi seçtiğiniz alanda şekillendirerek net amaç ve hedefler tanımlayın.

**Hedef alanlara karar verin.** Her şeyi yapmaya değil, iyi yapacağınıza işleriyapmaya çalışın. Müşteri gözünde değerini nereden geldiğine dair net bir görüş geliştirin (kalite, hız vb). Bu hedef alanına yatırım yapın.

**İş modeli geliştirin.** Rakiplerinizi inceleyerek hangi alanlarda ilerleyebileceğinizi araştırın. İş modelinizi bu alanları dolduracak şekilde geliştirin. Müşterinizin sorunu çözmek için modelinizi güçlendirin.

**Destek alın.** Stratejinizin ve hedefinizin size avantaj sağlaması için destek alın. Bilgi ya da yeteneklerle buluşun, birlikte istişare edin. Teknolojiyi takip edenlerle periyodik buluşmalar yapın.

Esnafımız üretirken verimlilik, satarken hız ve yönetirken etkinlik sağlayacak hamleler peşindedir. Bu hamleler, doğru yaklaşımlarla elde edilir. Bu yaklaşımları ele aldığımız bu sayımızda başarılı örnekler yer verdik. Özellikle e-ticaret karşısında esnafa yeni fırsatlar sunan, maliyet verimliliği, büyüme ve üretkenlik sağlayan uygulamaları öne çıkardık.

Dijitalleşmeyle esnafımız üretimini, gelirini daha fazla büyütmesi için yeni bir yol açıldı. Çünkü tüketiciler yoğun iş temposu arasında artık dükkan dükkan, sokak sokak gezerken ihtiyaçlarına en uygun ürünleri aramaktansa, mobil uygulamalar vasıtasıyla istedikleri ürünlere daha kolay ulaşabilmekte ve zaman kaybetmeden alışverişlerini yapabilmektedirler. Bu pratik alışveriş yöntemi tüketicilere cazip gelmekte ve her geçen gün daha fazla tercih edildiği için esnafımızı da üretimini, pazarla-

ması ve yönetimini buna uygun bir şekilde gerçekleştirmektedir.

Bu açıdan dijital esnaf, üretirken, pazarlarken ve bu süreçleri yönetirken teknolojiyi takip etmekte, bu takip yeni nesille birlikte çalışmayı, insan kaynaklarına yatırım yapmayı gerektirmektedir. Bu yatırım sayesinde esnafımızın güçlenmesi en büyük arzumuzdur. Bu yolda gerekene yapmak ve dijital mecralarla esnafımızı buluşturmak için çalışmaya devam ediyoruz.

Esder olarak 24. yılımızda 10. olağan kongremizle yolumuza devam ediyoruz. Sizleri de aramızda görmek ve yeni dönemde yeni çalışmalarımızda buluşmak üzere



**MAHMUT ÇELİKUS**  
ESDER GENEL BAŞKANI

*Mahmut Çelikus*



# DIJİTAL ESNAF

*Üretimde Verim, Pazarlamada Hız, Yönetimde Etki*



*Yeni konum peşinde olan esnaf, "istediğim sonuçları elde etmek için ne yapabilirim?" sorusuna cevap arıyor. Mahalle kültürü ve alışveriş kültürünün değişmesiyle dijitalleşmeye odaklanıyor. Esnafın dijitalleşmesi üç alanda kendini gösteriyor: üretim, pazarlama ve yönetim!*





Yeni konum peşinde olan esnaf, “istediğim sonuçları elde etmek için ne yapabilirim?” sorusuna cevap arıyor. Mahalle kültürü ve alış veriş kültürünün değişmesiyle dijitalleşmeye odaklanıyor. Esnafın dijitalleşmesi üç alanda kendini gösteriyor: üretim, pazarlama ve yönetim!

Üretimde hem verimlilik hem de ürün ve hizmetlerin kişiselleşmesi dijitalleşmeyi doğuruyor. Pazarlama ve satışta yeni ve dijital pazarların oluşmasıyla hız ve rekabet için yenilik gerekiyor. Hem üretimde hem de pazarlama yaşanan bu gelişmeleri yönetmek ise ayrı bir dijital kültür istiyor. Uzaktan çalışma imkânlarının artması, yönetim anlayışını “işçiyi takip” modundan, “iş takip” moduna geçiriyor.

### ZAMANIN RUHU

Her zorluk yeni bir buluşun yolunu açar! Yaşanmakta olan küresel dalgalanmanın beraberinde getirdiği karmaşayı anlamlandırabilmek ve kendi iş modellerine ve sektörlerine uyarlayabilmek şüphesiz firmaların bu süreçte karşılaştıkları en büyük zorluk olacaktır. Ancak bu zorluğun doğru yetenekleri şirket bünyesine katarak, doğru teknolojilerden faydalanarak ve doğru bir strateji belirleyerek aşılması mümkündür. *İnsanların ihtiyaçlarını gerçek anlamda değerlendirenler, iş modelini de, deneyimi de yeniden tasarlayabileceklerdir.*

“Hedeflerimize bakış açımızı değiştirmek, çalışma şeklimizi değiştirir.” Bu yüzden firmalar; “dijital yönetim ve işletim modeli” oluşturmaya başladı. Böylece dijital teknolojilerin getirdiği fırsatları kullanarak, kaynaklarını yeni gelir, büyüme ve firmaya değer katacak operasyonel sonuçlara dönüştürüyorlar. Yöneticilerin yapması gereken ise; tüm teknoloji modlarını kapsayan dijital bir gündemi takip etmektir.

“ Çok dikkat edilmesi gereken; dijitalleşmenin bir stratejik plan dahilinde gerçekleştirilmesi işidir. KOBİ’ler günlerini kurtarmakla uğraştıkları için böyle bir planı her işletme için hazırlamak mümkün olmamaktadır.

Böylece dinamik, kişiselleştirilmiş müşteri görüşleri ve çalışanların motivasyonu ile hareket edebilen iş modelleri geliştirmek mümkün olacaktır.

### ÇEKİRDEK İŞ

Türkiye’deki dijitalleşme öncüleri, dijitalleşmeyi kurumsal stratejilerine entegre etmeyi bu konumlamaya göre başaracak stratejinin uygulanması için yeni bir yol haritası oluşturmaya çabalyor. Bu yeni yol haritası ise, “stratejisini oluşturan, temelleri doğru atan, şirketini farklılaştıran, gelişimi izleyen” şeklinde şekillenmektedir. Esnafın bu dijital süreçte yeniden konumlanmasında “çekirdek iş” önem taşıyor.

Bunun yanında büyümek isteyen firmalar “işin” ve “iş yerinin” sosyal yönünü geliştirmeye odaklanıyor. Şüphesiz gelişmelerin hızlı ve etkili olması esnaf için “danışma” ve “karar destek” isteyen süreçleri artırıyor. Bu açıdan esnaf için dijitalleşme üç saça ayağına oturtulabilir. Müşteri odağı (ihtiyaç değişimi), süreç yönetimi (uçtan uca) ve karar destek (kök nedenleri bulma) uygulamaları!

### YENİDEN ORGANİZASYON

KOBİ’lerin sorunlarının başında; satışlarda azalma, tahsilatta güçlük ve finansmana erişim sorunu geliyor. *Burada çok dikkat edilmesi gereken; dijitalleşmenin bir stratejik*



plan dahilinde gerçekleştirilmesi işidir. KOBİ'ler günlerini kurtarmakla uğraştıkları için böyle bir planı her işletme için hazırlamak mümkün olmamaktadır. Bu konunun ciddiyetle ele alınması çözüm üretilmesi gerekmektedir.

Bu açıdan önümüzdeki dönem organizasyon şemalarının yeniden ele alındığı bir dönem olacak. Uzak-tan çalışmanın yönetilmesi önemli sorunlarımızdan birisi haline gelmektedir. Bunun yanında yenilenen organizasyonla müşteriye doğru anlama ve onlara buldukları yerde çözüm üretmeyi merkeze alan iç görüler yakalanacak, değişimlere uyum sağlama becerisine odaklanma başarılacaktır.

### DİJİTAL İÇ GÖRÜLER

Önümüzdeki dönemdeki dijital iç görüleri; çalışan, kurum, teknoloji ve analiz başlıkları gibi dört başlıkta özetlemek mümkündür. Çalışana yönelik iç görüler; çalışanlarımızın verimliliğini artırma, beraberlik olgusu ve desteği güçlendirme, samimi bir diyalog kurma ve anlamlı bir amaç için çalışma şeklinde sıralanmıştır. Kurumun gelişmesine yönelik iç görüler ise; yeni ihtiyaçlarını karşılama katkı sağlayacak ürün geliştirme, ürün ve hizmetleri sağlıklı ve güvenli



şekilde insanlara ulaştırma, kişiselleştirilmiş bir deneyim sunma, ürün ve hizmetleri pandemi gibi süreçlere uyumlu hale getirme, beklenti ve ihtiyaçları hızlıca öğrenip gelişme sağlama, tüketiciyle bağ kuran ve sorumluluk üstlenen bir marka olmayı başarma olarak belirlenmiştir.

Teknolojiye yönelik iç görülerde ise; şirkete ve işe değer katmak, bunun içinde doğru stratejiyi belirleme, teknolojik iş birliği ile veri güvenliği sağlama, yeni ödeme teknolojileriyle alışverişte dijital tahsilat köprüleri kurma, sürdürülebilirlik hedefler doğrultusunda

doğa, insan ve gelecek nesiller için pozitif değer oluşturma şeklinde belirlenmiştir. Analiz başlığında da; veriyi en etkin şekilde kullanma, analitiği karar alma süreçlerin merkezi haline getirme, müşteri davranışlarını analiz ederek onlara kişiselleştirilmiş teklifler sunma ve geleneksel yöntemler yerine çevik metotlarla aksiyonlar alma ilk sıralarda yer almıştır.

### DİJİTAL DÖNÜŞÜM ANALİZİ

KOBİ'ler için yapılan "Dijital Dönüşüm Ölçeği" dijital seviyeleri gösterme açısından önemli bilgiler veriyor. Birinci seviye "Reaktif Verimsizlik" olarak adlandırılmış, bu seviyedeki şirketlerde yürütme ve karar alma, genelde acil durumlara yönelik müdahaleler olarak nitelendirilmiştir. "Kontrollü Yönetim" olarak adlandırılan ikinci seviyede yer alan şirketlerde ise, yürütme ve karar alma süreç hedefleri tarafından yönlendirilmekte, iş süreçleri ise büyük ölçüde önleyici sistemlerle ve koşul tanımlı karar mekanizmaları ile düzenlenmektedir. Şirketlerin yarısından fazlasının "Reaktif Verimsizlik" seviyesinde yer aldığı rapor, birçok şirketin de "Kontrollü Yönetim" seviyesine geçiş yapmaktadığı gözlemlenmektedir.





## E-TİCARET VE DİJİTAL PAZARLAMA

Pandemi tüketim alışkanlıklarını değiştirdi, tüketici alışverişlerini online platformlardan yapmaya başladı. Bu değişim sadece Türkiye’de değil tüm dünyada yaşanıyor. Rakamlar da bunu doğruluyor. Küresel perakende sektörünün içerisinde e-ticaretin payı yüzde 19’a; Türkiye’de ise hacim yüzde 66 artışla 226 milyar 200 milyon liraya yükseldi. E-ticaretin perakende sektöründeki payı 2019 yılında yüzde 9,8 iken 2020 yılında bu oran 5,9 puan artışla yüzde 15,7’ye ulaştı. Küresel ölçekte toplam e-ticaret hacminin 2020 yılında yüzde 23 artışla 4,3 trilyon dolara ulaşması bekleniyor.

Gerek ürünü pazarlaması noktasında, gerekse marka değeri oluşturma açısından esnafın sosyal medya platformlarını doğru şekilde kullanmaları, gelecekleri açısından önem arz eden konulardan biridir. Bir e-ticaret sitesi ve markası için olumlu yönde bir bilinirlik yakalanırsa müşteriler marka hakkında hem daha fazla bilgi sahibi olur, hem de potansiyel diğer müşterilere bu markadan bahsedebilir. Bu da istenen sonuçlara ulaşmada büyük rol oynar.

*Başarının temelinde, farklı olmak, güvenilirlik, memnuniyet ve fiyat/kalite oranı yatmaktadır. Ayrıca güvene dayalı bir “markalaşma” stratejisi ile e-ticaret sitesinin fiyat konusunda ki rekabet etme zorunluluğu da bir nebze olsun ortadan kalkar, sektörde tercih edilebilir duruma gelinebilir. Teknolojinin payının artması, verimliliği, hızı, rekabetçiliği arttırırken, aynı zamanda sürdürülebilirlik anlamında hem gelişmeyi hem de özeni barındırmaktadır.*

### KRİZLERDEN DERS ÇIKARMAK

İş dünyası, “krizlerin yönetim becerilerinin ön plana çıktığı; görülmeyen maliyetlerin gözden geçirildiği bir dönem” olduğunu bildiğinden verimliliği ve performansı arttırmaya odaklanıyor. Bu anlamda “markalar şu anda tüketicilerine en iyi şekilde nasıl hizmet vereceklerini düşünmek için” faaliyetlerini askıya alıyor. Bu tecrübeden yoksun olan çok sayıda şirket ise, “sistematiik bir zorluğun üstesinden gelmek için nokta atışı çözümler peşinde” koşuyor. Halbuki nokta atışı çözümler, sistem seviyesindeki problemleri çözmeye yetmiyor!

Bunun için “belirsizlikle inovasyonun kol kola” gezdiği bir dönemde, yeni yaklaşım; esas işlerini güçlen-

“ Teknolojiye yönelik iç görülerde ise; şirkete ve işe değer katmak, bunun içinde doğru stratejiyi belirleme, teknolojik iş birliği ile veri güvenliği sağlama, yeni ödeme teknolojileriyle alışverişte dijital tahsilat köprüleri kurma, sürdürülebilirlik hedefler doğrultusunda doğa, insan ve gelecek nesiller için pozitif değer oluşturma şeklinde belirlenmiştir.

dirmek için “temeli koru”mak, yeni pazarlara girmek için “duvarları yık”mak oluyor. Bununla beraber, KOBİ’leri ayakta tutacak, katma değer üretmelerini sağlayacak en önemli unsur, girişimci ruhunu korumak, büyürken kurumsallaşmayı, yönetim uyumunu sağlamayı ve ilerletmeyi başarmaktır.

*Kurumsal ve profesyonel yönetime geçebilmek, rekabetçi-yenilikçi-dinamik-hızlı-Pazar ve müşteri tercihlerini dikkate alıcı, teknolojik gelişmelere uyumlu olmak temel gerekliliktir. Bu açıdan 1950’li yıllardan başlayarak “sevki ve idare” yi öne çıkaran, 1980’lerin başından itibaren ise “işletme”yi öne çıkarıp “planlama, organizasyon, üretim, pazarlama, denetim ve koordinasyon” fonksiyonlarını temel alan işletme yönetimi, 2000’li yılların başından itibaren de “yönetim” kavramı bağlamında “insanın, bilginin, paranın, iletişimin ve algının yönetimi” fonksiyonlarını temel alan bir gelişime uğramıştır. Bu gelişime uyum adına esnafın dijitalleşmesi Üretimde Verim, Pazarlamada Hız, Yönetimde Etki üretecek bir yol haritasıyla takip edilmelidir.*



# ESNAF İÇİN HIZLI ÇÖZÜMLERE İHTİYAÇ ARTIYOR

## ERP 12 YAZILIM SERKAN ÇITAK



Serkan Çitak  
ERP 12 Yazılım

### **Alışveriş kültürünün ve müşteri taleplerinin değişmesi sebebiyle esnafı etkileyen bu yeni süreç nasıl okunmalıdır?**

Gelişen mobil teknolojiler ve her alana yayılan hızlı internet ağları sayesinde insanların yaşam standartlarında hızlı değişimler yaşanmakta medya, sanat ve haberleşme ağlarında yaşanan hızlı etkileşim ister istemez Pazar alışkanlıklarını

ve beraberinde alışveriş kültürünü de değiştirmekte. Özellikle 2019 yılında başlayan pandemi süreci ve kısıtlamalar yaşanan bu yeni sürecin daha da hızlanmasını sağlayarak evden sipariş e ticaret ve kurye uygulamalarının hayatımızda hızlı bir şekilde yer almasını sağladı. Sektörde bu alanda çalışan ve büyüme sağlayan firmalar bu süreç de beklentilerin üzerinde bir büyüme

ve ciro sağladılar. Hane halkı içinse bu süreç önce bir zorunluluk gibi gözükse de zamanla özellikle bu alanda ki hizmet ve ürünlere kolay ulaşım sayesinde bir alışkanlık haline dönüşmek de. Tüm yaşananlar önümüzdeki yıllarda da bu alanda daha da artan cirolar ve yeni Pazar alanlarının oluşacağını bizlere göstermekte. Eskilerin deyimi ile köşe yerde dükkân artık daha fazla sanal ortamda reklamlarla desteklenen ve iyi hizmet veren uygulamalara doğru gitmektedir.

### **Kurumunuz esnafın dijitalleşmesinde hangi alanda çözümler sunmaktadır?**

12 Yazılım bilgisayar Ltd. Şti. olarak 12 yılı aşkın bir süredir perakende sektörüne ERP çözümleri geliştiren bir firmayız. Hızlı satış ekranları, ön muhasebe, e fatura e arşiv çözümleri, saha satış, depo otomasyonu, restoran ve market uygulamaları ile giyim ve akaryakıt sektörlerini de içerisine alan geniş bir yelpazede sektörlere özel yazılım projeleri yapmaktayız. Halen sahada EMEX, ADVANRPS ve ERP12 markalı masa üstü uygulamalarımız ile faaliyet göstermekteyiz. Türkiye genelinde 20000 +'i aşkın kullanıcımız 100'ün üzerinde bölge bayilerimiz ile hizmet vermekteyiz. *Geliştirmesini yaptığımız ürünlerde önceliğimiz kullanım kolaylığı, pratiklik ve perakende sektörünün isteklerini hızlı bir şekilde karşılamak adına gelişim ve güncellemedir.*

Gelişen teknolojiler ve hızla yenilenen alışkanlıklar ile perakende sektöründe de hızlı bir değişim yaşanmaktadır. 2019 yılı başından itibaren cloud teknolojilerine yatırım yapmaya ve bu alanda sektörün ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik yeni teknoloji ürünler geliştirmeye başladık. Burdanbi markası ile geliştirdiğimiz uygulama ile orta ve küçük ölçekli KOBİ'lerimizin eve



sipariş süreçlerini kolaylaştıkça dijital bir avm portalı geliştirdik. Bu uygulama özelleştirmeler ile her büyüklükteki yapılarında ticari faaliyetlerini kolaylaştıran bir yapıya dönüştürebilme kabiliyetindedir.

**Ürünlerin ve hizmetlerin kişiselleşmesi sektörlerde nasıl bir etki oluşturuyor, bu açıdan kurumunuzun yeni yol haritasında neler var?**

Sosyal medya ve buna bağlı olarak gelişen etkileşim kültürü bireylerin daha ben merkezli ürün ve hizmetlere yönelmelerini hızlandırmakta. Ürün ve hizmet sağlayıcı firmalar bu konuda daha fazla müşterileri ile ilgilenmek istemekte ve ortaya bu alanda pazarlama faaliyetleri özel kampanyalar sadakat uygulamaları üzerine yatırım yapmaktalar. Bu durum her geçen gün yeni pazarlama kampanyaları ve artan bir şekilde kullanıcıların daha da çok kendileri özel hissetmeleri için yapılan çalışmalara ile desteklenmekte bizlerde bu konunun bilincinde olarak hem *sahada oluşan yeni durumu karşılayacak ve işletmelerin bu alanda ihtiyaçlarını giderecek yazılım çözümlerimi tüm projelerimize hızla entegre ederek bu alanda üye işletmelerimize destek olmaktadır.*

Ürün ve hizmetlerin kişileşmesi sayesinde oluşan yeni durumda işletmeler hem fiziki mağazalarını hem de sanal mağazalarını yönetme noktasında hızlı hareket etmek durumundalar. Ürün tedarik elde tutulan stok gelen siparişleri hızlı bir şekilde karşılayıp kargo süreçlerinin hızlı takibi işletmeler için olmazsa olmaz durumunda. Bu alanda olabildiğince hızlı çözümlere ihtiyaç oluşmaktadır. Geçmiş dönemlerin aksine müşteri memnuniyetsizliğini de sosyal medya alışveriş platformlarında direk belirtiliyor olması işini iyi yapmak isteyen esnaf için daha fazla sorumluluk ve neredeyse mükemmeliyetçi bir tavır olmaları

“ 12 yılı aşkın bir süredir perakende sektörüne ERP çözümleri geliştiren bir firmayız. Hızlı satış ekranları, ön muhasebe, e fatura e arşiv çözümleri, saha satış, depo otomasyonu, restoran ve market uygulamaları ile giyim ve akaryakıt sektörlerini de içerisine alan geniş bir yelpazede sektörlerde özel yazılım projeleri yapmaktayız.

konusunda zorlama yapmakta. Tüm bu yaşananlar işletmelerde hızlı aksiyon alabilecekleri yazılı çözümlerine ihtiyacı artırmakta bugün birçok yazılım firması işletmelerde kullanılan erp yazılımları ile pazar yerleri entegrasyonları yapmakta fakat her yeni entegrasyon ve farklı yazılım kendi içerisinde yeni riskleri de beraberinde getirmekte. Firmamız bu alanda işletmelerin eve sipariş, fiziki mağazalarında hızlı satış ekranları, erp ve ön muhasebe çözümü ve pazaryerleri entegrasyonu sürecini tek bir proje içerisinde toplayabilmek adına ürün geliştirmeye devam etmektedir. Proje her geçen gün gelişmekte ve inşallah



> 2022 sonlarında tamamlanmasını ümit etmekteyiz.

**Esnafın dijitalleşmesini üretim, pazarlama ve yönetim şeklinde üç ana bileşenle ele alacak olursak destekleyici uygulamalar neler olmalıdır?**

Esnafın dijitalleşmesi zorunluluk olma yolunda. E dönüşüm olarak başlayan e fatura, e irsaliye, e arşiv ve daha planlanan ve hemen hemen her sektöre yayılacak olan e uygulamalar ile devler bu konuda faaliyetlerini dijital ortamda görerek hem vergi yapısını düzenlemede kaçakların önüne geçmede ve aynı zamanda daha hızlı bir hesaplama ile zamandan kazanma için bu yönde kanunlar zorunluluklar getirmekte. Sadece vergilendirme olarak değil gıda ilaç ve gübre ve tehlikeli madde üretimi satışı yapılan yerler de ürün takip sistemlerinde zorunluluk haline gelmekte. Tüm bu yasal zorunluluklar ve bunun yanında işini daha da hızlı ve verimli yapma çalışması işletmelerde dijitalleşme sürecine yatırım yapma ve bu alanda yazılım firmaları ile yakın temaslar kurularak yeni nesil ürünler geliştirme yolunda iş birliklerini güçlendirmektedir.

Bulunduğu sektöre göre imalat yapan bir işletmenin tüm imalat sürecini müşterilerine takip ettirebilmesi pazarlamada elini kuvvetlendiren bir yapıya dönüşürken pazarlama

“ Gelişen mobil teknolojiler ve her alana yayılan hızlı internet ağları sayesinde insanların yaşam standartlarında hızlı değişimler yaşanmakta medya, sanat ve haberleşme ağlarında yaşanan hızlı etkileşim ister istemez Pazar alışkanlıklarını ve beraberinde alışveriş kültürünü de değiştirmekte.

faaliyetlerini yürüten ekiplerin kullandığı dijital yapı işlerin daha hızlı bir şekilde yürütmesine destek olmakta. Son olarak bu ürünlerin fiziki mağazalar ve sanal pazarlarda satışa sunulmasında ve kampanyaların yönetilmesi ve lojistik alında işlerin hızlanması hepsi dijital tüm bir yarının entegre ve kusursuz bir şekilde çalışmasını işletmeler açısından zaralet haline getirmekte. Dolayısı ile artık yatırım yaparken işletmenin fiziki yeri içerisindeki ekipmanlar çalışacak profesyonel insan kaynağının yanında işletmenin dijital yapısı şekillendirecek olan yazılım ekibi ve ya yazılım hizmeti alınan partner firmada işletmenin geleceği ve hedefleri açısından önemli bir yatırım argümanı haline gelmiştir ve bu alan beklide kısa bir zaman içerisinde tüm üretim ve yatırım

planların en üst seviyesine çıkma potansiyelindedir.

**Pandeminin de etkisiyle yeni dönemde esnaf ve KOBİ'lere yön verecek trendler neler, yeni iş modelleri ve iş birliği ile bu fırsata nasıl çevrilebilir?**

Pandemi ve ileride oluşması muhtemel pandemiler sanal pazarın önemini ve büyüklüğünü daha da artıracak gibi gözüküyor. Bir de olayın kolay ulaşılabilirlik ve zaman kaybetmeme durumunu da göz önüne alacak olursak sanal uygulamalardan sipariş ve kurye hizmetleri daha da büyüyecek gibi gözüküyor. Bu noktada bölgesel düzeyde çalışan KOBİ'lerimiz ve özellikle sayısız her geçen gün daha da azalan mahalle esnafımızın kendi buldukları bölgelerde bu tip hizmet sağlayıcılar ile ticaretlerini sanal ortama taşımaları önemlidir. Tabi burada esnaf derneklerine ve bu konuda faaliyet gösteren STK'lara da büyük bir iş düşüyor. Kendi deposu ve dağıtım ağı olmayan sadece üye esnafarın ve KOBİ'lerin sanal pazarlarını yönetmeye dönük düşük komisyonlu ve ileri teknoloji ürünleri sağlayan teknoloji şirketleri ile yapılacak kapsamlı işbirlikleri ile üye işletmelerin kendi lokasyonlarında kendi müşterilerine sanal mahalle esnafı olmalarını kolaylaştırmaları gerekiyor.





*Alışverişin Yeni Adresi*



Market, Restoran, Fırın, Butik, Kuyumcu, Kasap...  
Aklında ne varsa hızlı sipariş için sadece BurdanBi  
yeterli. İster webden ister uygulamadan.



BurdanBi avantajlarından yararlanmak için  
uygulamayı hemen indir, alışverişe başla!



burdanbi.com



0(850) 302 0304

# KİŞİSELLEŞTİRİLMİŞ HİZMET SUNMASI İÇİN ESNAFIN YANINDAYIZ

ELEKSE ÖDEME KURULUŞU A.Ş.  
GENEL MÜDÜRÜ AYŞEGÜL GÜVENÇ

**Alışveriş kültürünün ve müşteri taleplerinin değişmesi sebebiyle esnafı etkileyen yeni süreçleri kısaca değerlendirir misiniz?**

İnternet kullanımının artması ve kolay ulaşılabilir olması ile birlikte müşteri alışkanlıkları hızlıca değişim göstermiştir. Esnafın açısından bakıldığında da mağaza giderlerinin olmaması daha az çalışan ile sanal mağaza üzerinden satış imkânı olması, alış veriş daha ucuz ve zahmetsiz hale getirmektedir. Müşterilerin talepleri ve satın alma

“ Esnafın bu yeni süreci değerlendirirken müşteri ihtiyaçlarını iyi analiz etmeli. Bu sebeple Dijital esnaf, müşterilerin ürün hakkında yeterli bilgi sahibi olmasına imkân tanıyan alt yapısı sağlam e-ticaret sitelerine yatırım yapmalı.



Ayşegül Güvenç  
Elekse Ödeme  
Kuruluşu A.Ş.  
Genel Müdürü

süreçleri de değişmiştir. Satın alma süreçlerinde ürün hakkında detaylı bilgi sahibi olmak, müşteri açısından büyük önem kazanmıştır. Müşterilerin karar verme sürecinde farklı müşteri yorumları da etkili olmaktadır.

Esnafın bu yeni süreci değerlendirirken müşteri ihtiyaçlarını iyi analiz etmeli. Bu sebeple Dijital esnaf, müşterilerin ürün hakkında yeterli bilgi sahibi olmasına imkân tanıyan alt yapısı sağlam e-ticaret sitelerine yatırım yapmalı. E-Ticaret'in büyümesi ile birlikte Dijital esnaf için rekabetin de çok fazla artış gösterdiği bir ortam oluşmakta. Bu rekabet ortamında ayakta kalabilmek ve daha fazla müşteriye ulaşarak esnafın sahip olduğu işletmesini büyütebilmesi için farklılıklar yaratmalı. Ayrıca güvenli alış veriş ortamı oluşturmak da tüketicinin satın alma sürecini etkilemekte. *Dijital esnaf, teknolojinin çok daha önem kazandığı bu zamanlarda tüm gelişmeleri takip etmeli ve teknolojiye yatırım yaparak müşterilerine güvenli alış veriş ortamı oluşturmalıdır.*

**Kurumunuz esnafın dijitalleşmesinde hangi alanda çözümler sunmaktadır? Mevcut ürün-hizmetlerinizden bahsedebilir misiniz?**

Ülke olarak insanlar ile iletişim kurmayı ve yüz yüze hizmet almayı seven bir toplumuz. Bu sebeple Kurumumuz uzun yıllar temsilcilerimiz aracılığı ile müşterilerine fatura ödeme hizmeti ve para





havalesi hizmetlerini sunmuştur. **Yetkili Vezne** ürünümüz ile Esnaflarımız müşterilerine bu hizmetleri sunmaya devam etmektedir. Fakat Dijitalleşmenin hızla artması ile kurumumuz, teknolojilerini yenileyerek müşterileri için yeni hizmetler geliştirmiştir. E-ticaret sahibi esnaflarımız için **EsnekPos** ürünümüz mevcuttur. **EsnekPos** ürünümüz ile hiçbir ek ücret almadan esnafımıza uygun komisyon oranları ile kaliteli sanal pos hizmeti sağlamaktayız. Ayrıca **EsnekPos** ürünümüzü kullanan esnaflarımız tüm banka kartı/kredi kartlarına taksit yapmak isteyen müşterilerine tek platform üzerinden satış imkânı da sunabilmektedirler.

### **Ürünlerin ve hizmetlerin kişiselleşmesi sektörlerde nasıl bir etki oluşturuyor, bu açıdan kurumunuzun gelecekteki ürün- hizmet ve planlarında neler yer almaktadır?**

Sadece ödeme ve elektronik para sektöründe değil günümüzde, tüm sektörlerde ürün ya da hizmetlerin kişiselleşmesi artık bir zorunluluk haline almıştır. Zorunluluk derecesindeki gelen bu ihtiyaç ödeme sektöründe şirketlerin varlığını devam ettirebilmesi, gelirini artırabilmesi, müşteri memnuniyetinin sağlanması açı-

sından çok önemlidir. Ürün ya da hizmetlerin kişiselleştirilmesi için öncelikle veri işlenmesi ve veri analizine önem vermekteyiz. İlgili veriler düzenlenerek müşteri ihtiyaçları ve ihtiyaçlara en uygun çözümleri tespit edip bu çözümleri tamamen kendi bünyemizde barındırdığımız yazılım ekibimiz ile sunmuş olduğumuz hizmetlere dâhil etmekteyiz. Hali hazırda hizmet verdiğimiz fatura ödeme, sanal pos, mobil pos ve para transferi hizmetlerimize bir yeni si olarak cüzdan (wallet) hizmetimizi eklemekteyiz. **Elekse Cüzdan** markası ile tüm mobil ortamlarda aktif edeceğimiz uygulamamız ile kişiler kendi cüzdan hesaplarını oluşturabilecek ve cüzdanlarına 7/24 para yüklemesi yaparak farklı cüzdan hesaplarına ve kendi banka hesaplarına 7/24 para transferi yapabilecekler. Para transferinin yanı sıra kişiler cüzdanlarını kullanarak tüm faturalarının ödemelerini yapabilecekler ve cüzdanlarında bulunan bakiye ile QR ödemeler yapıp ihtiyaçları olan tüm mal ve hizmet alımlarını **Elekse Cüzdan** ile yapabilecekler. **Elekse Cüzdan** ürünümüzde müşterilerin ödeme alışkanlıklarını, düzenli harcamalarını takip ederek, müşterilere kişiselleştirilmiş hizmet sunmayı hedeflemekteyiz.

**“** **Elekse Cüzdan** markası ile tüm mobil ortamlarda aktif edeceğimiz uygulamamız ile kişiler kendi cüzdan hesaplarını oluşturabilecek ve cüzdanlarına 7/24 para yüklemesi yaparak farklı cüzdan hesaplarına ve kendi banka hesaplarına 7/24 para transferi yapabilecekler.

### **Esnafın dijitalleşmesinde üretim, pazarlama ve yönetim alanlarında destekleyici uygulamalar neler olabilir?**

Dijitalleşme çağımızın en büyük gerekliliğidir. Dijitalleşmeyi sağlayamayan, çağı yakalayamayan firmalar durağanlaşmaya hatta batmaya mahkûmdurlar Nokia örneğinde olduğu gibi. Dijitalleşme hususunda çağa ayak uyduran firmalar ise hem kendi gelişimlerini hem de hizmet verdikleri sektörün gelişmesinde önemli rol oynamaktadırlar Tesla – Apple örneğinde olduğu gibi. Üretimde teknolojiyi kullanmak kullanıcı dostu mal/hizmet üretmeni sağlamaktadır. Bunun yanı sıra birim zamandaki arz miktarını da artırdığından pazardaki ihtiyaca da cevap verebilmeyi sağlamaktadır.

Esnafımız üretim, pazarlama ve yönetim de dijitalleşmeyi sağlamalıdır. Özellikle pazarlama alanında dijitalleşmenin kullanılması ile esnaf bulunduğu yerde mal/hizmet satış mecburiyetinden kurtularak tüm dünyaya satış yapabilme kabiliyetine sahip olabilmektedir. Dijitalleşmeyi doğru başaran esnaf sadece mağazasının önünden geçen insanlara değil 8 milyarlık tüm dünya nüfusunu kendi pazarı haline getirebilir. Yönetimde de yazılımın kullanılması



> iş takibinden veri analizine işlerin paydaşlarına zamanlı ve mantıklı şekilde dağıtılmasından iş sürekliliğinin sağlanmasına kadar her alanda ihtiyaç duyulmaktadır. Bu şekilde Kaynaklardan maksimum verim alınabilmektedir.

**Pandeminin de etkisiyle yeni dönemde esnaf ve KOBİ'lere yön verecek trendler dikkate alındığında, yeni iş modelleri ve iş birliği ile bunun fırsata çevrilmesi nasıl gerçekleştirilebilir?**

Bir süredir yaşadığımız pandeminin de etkisi ile oluşan eve kapanmalar nedeni ile alışveriş alışkanlıklarımız da değişti. Her geçen gün internet ortamından yapılan alışveriş oranı hızlı bir ivme ile artmaktadır. *Elektronik ortamda gerçekleşen ticari işlemlerin hızlı ve güvenilir bir şekilde yapılabilmesi de, pandemi döneminin satın alma alışkanlıklarının değişmesi hızını artırmaktadır.* Pandemi ile geçen 1.5 yıl verileri incelendiğinde online pazarın her geçen gün büyüdüğü ve bundan sonra da büyüyeceğini göstermektedir. Alt yapı ve stratejilerini bu online ortamda pazarlama ve satış hususun-



da geliştiren, değiştiren ve devam ettiren kurumların satış grafiklerini yükselttikleri yadsınamaz bir gerçektir. Elekse olarak online pazarlama ve satış faaliyetlerini dijital ortama taşıyan Esnaf ve KOBİler için geliştirdiğimiz ürünlerimiz **Esnek POS, Esnek mPOS ve Esnek Link** ile tüm ürün ve hizmet satışlarında ödeme alma yöntemi olarak Elekse ödeme kuruluşu hizmetlerini kullanabilirler. Elekse olarak sadece teknoloji üreterek değil çok uygun komisyon oranlarımız ve sunduğumuz Kaliteli hizmet ile esnafımızın her daim yanındayız.

“ Esnafımız üretim, pazarlama ve yönetim de dijitalleşmeyi sağlamalıdır. Özellikle pazarlama alanında dijitalleşmenin kullanılması ile esnaf bulunduğu yerde mal/hizmet satış mecburiyetinden kurtularak tüm dünyaya satış yapabilme kabiliyetine sahip olabilmektedir. Dijitalleşmeyi doğru başaran esnaf sadece mağazasının önünden geçen insanlara değil 8 milyarlık tüm dünya nüfusunu kendi pazarı haline getirebilir. Yönetimde de yazılımın kullanılması iş takibinden veri analizine işlerin paydaşlarına zamanlı ve mantıklı şekilde dağıtılmasından iş sürekliliğinin sağlanmasına kadar her alanda ihtiyaç duyulmaktadır. Bu şekilde Kaynaklardan maksimum verim alınabilmektedir.





# “FENOMEN TAKİPÇİSİ REKLAM YÜZÜ OLDU”

SOSYAL MEDYADA EN İYİ İÇECEK MARKASI

Social Media Awards Turkey 2021’de  
Beypazarı Maden Suyu sosyal medyayı  
en iyi kullanan gazlı içecek markası  
olarak “Altın Ödül”e layık görüldü.



# BURDANBI SİSTEMİYLE ESNAFIMIZIN ÇÖZÜM ORTAĞIYIZ

FOKUS OTOMASYON PERAKENDE SATIŞ SİSTEMLERİ  
ZİNNUR KÖSEOĞLU



Zinnur Köseoğlu  
Fokus Otomasyon  
Perakende Satış Sistemler

## Esnafta teknolojik gelişmelerden nasıl etkileniyor?

Gelişerek değişen alışveriş kültürü, günümüzde evrim geçirilerek internet ortamına taşınmıştır. Bu durum, gelişen teknolojinin ve sürekli yaygınlaşan internet kullanımının kaçınılmaz sonucudur. 30 yıl öncesine kadar alışveriş çarşı pazarda yüz yüze yapılırken, koşulların değişimi ile büyük devasa gösterişli AVM'lerde zincir mağazalara taşındı. Son dönemde hayatın hızlı akışı ile vakit, önemli değer kazanmıştır. Özellikle trafik ve yoğun iş temposu insanları zamanla yarışır hale getirmiş, bu durum hayatı kolaylaştıran online alışverişe yönlendirmiş,



Dataya (müşteri bilgileri) sahip olamayan küçük ve orta ölçekli esnaflar, önceden yerini almış büyük şirketlere müşterilerini kaybetmemek adına bu platformlarda yerlerini almaları mevcut ticaretin muhafazası için büyük önem arz etmektedir.

bu mecrada yapılan alışverişler piyasada ki toplam ticaretin önemli kısmını oluşturmuştur.

2020 yılı başlarında tüm dünyayı saran salgın hastalıklar pandemi sürecini başlatmış ve insanlar evlerinden dışarı çıkmadan alışveriş yapmanın kolaylığını ve keyfini deneyimleyerek öğrenmiştir. Artık gösterişli mağazaların yerlerini daha az maliyetlerle sanal alışveriş pazar yerleri oluşturmaktadır. Bu durum karşısında gardını alamayan ve dataya (müşteri bilgileri) sahip olamayan küçük ve orta ölçekli esnaflar, önceden yerini almış büyük şirketlere müşterilerini kaybetmemek adına bu



platformlarda yerlerini almaları mevcut ticaretin muhafazası için büyük önem arz etmektedir.

**Esnafın dijitalleşmesinde hangi alanda çözümler sunmaktasınız?**

Bizler Fokus otomasyon perakende satış sistemleri olarak; 20 yılı aşkın sektör deneyimimiz ile perakende, restoran ve market işletmelerine satış, cari, üretim ve raporlama kısmında sektör liderlerinden ERP12 yazılımının dağıtımı, satışı ve teknik destek hizmetlerini vermekteyiz. Masaüstü yazılımlarının yanında BurdanBi online alışveriş sistemi ile hayatı müşterilerine kolaylaştırırken, ticaretinde büyüyen firmalarımıza paydaş, çözüm ortağı oluyoruz.

**Esnafın ürünlerini ve hizmetlerini kişiselleşmesi için kurumunuzun destekleri nelerdir?**

Üretim, doğru maliyetleme ile başlar. Gerçek maliyetini ön gören firmalarımız rekabetçi piyasada etkin rekabet yapabilme kabiliyeti gösterebilirler. Bu işlemler her bir ürün için uzun zamanlar alırken ERP üretim modülü kullanan firmalarımız anlık olarak maliyetlerine



ulaşır, çok daha hızlı sonuçlar elde edebilirler. Programımızın zengin içeriği ile sahada, kasada ve online alışverişlerde anlık bilgi akışı ile satış ve pazarlama durmaksızın veri kaybı yaşamadan çalışmalarını sürdürmektedirler. Finansal ve muhasebesel yönetim modülü tam bir iş yönetmenidir. Firmalarımız dilediği gibi kişiselleştirerek kendi iş akışlarına yönelik uyarılama yapabilirler. Stokları belirledikleri baremler sayesinde tükenmeden tedarik edebilir, cariler üzerinde risk limitleri belirler, maliyetlerde oluşabilecek hatalarda uyarılar ile yönlendirme yapabilirler.





ESDER ile gerçekleştirdiğimiz iş protokolü ile esnafımızın dijitalleşmesine burdanbi/kepenk uygulamasıyla destek veriyoruz. Verimliliği ve karlılığı artıran bu uygulama sayesinde esnafımız müşterilerini geri kazanarak ve yeni müşteriler ekleyerek güç sağlayacaktır.

Programlarımızın birer örnek ile yeteneklerini anlatmaya çalıştık. Firmamız demo taleplerini ücret almadan gerçekleştirmekte ve yerinde tespitler yaparak çözüm önerilerini sunmaktadır. Satış ve teknik ekibimizin saha içi çalışmalarında sahadan gelen teklif ve önerileri titizlikle ele alarak çağın gerekleri kapsamında yazılım geliştirme inovasyon ve rakiplerinin önünde olmayı hedeflemektedir. Hayatın içinden dijital sisteme duyu katmayı hedeflemekteyiz.

### **Yeni dönemde esnaf ve KOBİ'lere yön verecek yeni iş modelleri ve iş birliği fırsatları nasıl desteklenmelidir?**

"Her krizin, büyük fırsatları vardır" denir. Pandemi dönemi gelecekteki Ticaret sisteminin bir provası olmuş,



bu alanda faaliyet gösteren firmalarımız için ön izleme olarak yol göstermiştir. Özellikle kaybolmaması gereken mesleklerin, bu dönemde büyük global şirketler tarafından müşteri kayıplarının yaşamama-

larını hedeflediğimiz *Burdanbi* uygulamamız ile firmalarımıza, çok düşük maliyetlerle kendi müşterilerine kolay alışveriş imkanı sağlamaktayız. Firmalarımız iş kaybı yaşamadan mesleklerine ve satışlarına devam edebilecekler, bu büyük yatırımların maliyetlerini yüklenmeden kiralama mantığı ile yeni dönemde faaliyetlerine büyüyerek devam edebileceklerdir. ESDER ile gerçekleştirdiğimiz iş protokolü ile *esnafımızın dijitalleşmesine burdanbi/kepenk uygulamasıyla destek veriyoruz*. Verimliliği ve karlılığı artıran bu uygulama sayesinde esnafımız müşterilerini geri kazanarak ve yeni müşteriler ekleyerek güç sağlayacaktır.







**RESTORAN  
MARKET  
PERAKENDE**

**POS**

**Ç Ö Z Ü M L E R İ**



**FOKUS**  
Business Solutions

[www.fokusbilgisayar.com.tr](http://www.fokusbilgisayar.com.tr)

0 850 346 38 08

# TEKNOLOJİ TABANLI YÖNTEM VE ARAÇLARLA PAZARA ULAŞAN ESNAF KAZANMAKTADIR

ASBÜ SİM MÜDÜRÜ PROF. DR. ERDAL AKDEVE



Prof. Dr. Erdal Akdeve  
ASBÜ SİM Müdürü

**Erdal Bey öncelikle kendinizden ve SOSYOKENT' ten kısaca bahsedebilir misiniz**

Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi İşletme Bölümü'nde öğretim üyesiyim. Tam zamanlı akademisyenlik kariyerim öncesinde ve özellikle doktora çalışmalarımda esnasında pratik hayatta çalışmalarda bulunuyordum. Akademisyenlik kariyerim öncesinde organize sanayi bölgesi bölge müdürlüğü deneyimim sonrası girişimci olarak ulusal ve uluslararası düzeyde yatırım – yönetim danışmanlığı ile proje yönetimi alanında çalışmalarda bulundum.

2016 yılında kuruluşunu gerçekleştirdiğimiz Sosyal İnovasyon ve Sivil Toplum Uygulama ve Araştırma Merkezi (ASBU-SİM) müdürlüğü görevimin yanında interdisipliner lisansüstü programları yürüten Teknoloji Politikaları ve İnovasyon Yönetimi Anabilim Dalı başkanlığını da yürütmekteyim. Bu programımızda 2016 yılından beri tezli ve tezsiz yüksek lisans programlarında genelde ülkenin teknoloji politikalarından sorumlu kurumları ile inovasyon alanında etkisi olan işletmelerin çalışanları tarafından yoğun ilgi gösterilmektedir. ASBÜ-SİM, 2016 yılında ilk defa bir devlet üniversitesinde sosyal girişimcilik ve inovasyon alanında girişimci üniversite odağıyla üniversitemizin toplumsal katkı misyonuna yönelik çalışmaktadır.



Sosyal bilimler alanında ilk ihtisas devlet üniversitesi olan ASBÜ, stratejik planında araştırma ve girişimci üniversite boyutuyla toplumsal katkısı öne çıkarmaktadır. Girişimcilik alanında üniversitenin ihtisas odaklanmasıyla uyumlu sosyal girişimcilik – inovasyon alanında sadece araştırma ve eğitim faaliyetleriyle değil bizzat ekosistemin güçlendirilmesinde de aktif bir aktör olarak rol almayı tercih etmiştir. ASBÜ, ülkemizde bir ilk olarak sosyal girişimcilik ve inovasyon alanında konumlanmayı hedefleyen “ASBÜ Sosyokent Teknoloji Geliştirme Bölgesi”nin kurulmasında öncülük etmiştir. Sosyokent projesinin tasarımı ve faaliyete geçirilmesinde kurumsal kapasitesi ve olumlu imajıyla güç katan kurucu ortaklarımızın varlığı çok önemlidir. ODTÜ, Altındağ Belediyesi, STM A.Ş., Güven Hastanesi ve ODTÜ Teknokent ile işbirliği projenin realize edilmesini mümkün kılmıştır.

Sosyokent ile Ankara'nın tarihi semti olan Ulus'ta yeni nesil girişimcilik olarak tanımlanan inovatif girişimcilerin ticari faaliyette bulunması sağlanmaktadır. Böylece, bölgesel kalkınma bağlamında ve dönüşen sosyo-ekonomik sistemde ASBÜ Sosyokent önemli bir katkı sağlanacağına inanılmaktadır.

### **Esnafı etkileyen yeni süreç hem alışveriş kültürü hem de müşteri taleplerinin değişmesi açısından nasıl okunmalıdır?**

Tüm dünyayı bir yılı aşkındır etkisi altına alan Covid-19 pandemisi, sosyal yaşantımızı değiştirmiştir. Toplumun tüm bireylerinin çalışan veya öğrenci olan her bireyin günlük yaşam tarzını ve alışkanlıklarını kökten değiştirmesiyle birlikte alışveriş kültürünü de radikal bir şekilde değiştirdiği gözükmemektedir. Bu değişimin ne düzeyde kalıcı etkileri olacağı yani toplumsal yaşantımızın dönüşümü açısından farklı öngörüler ve tespitler söz konusudur.

“**Ticari aktörler veya özelde esnaf-sanatkarlar açısından değerlendirdiğimizde teknolojiyi kullanabilme ve hedef kitesine-müşterisine teknolojik araçlar gibi alternatif yollarla ulaşmak konusunda hızlı bir şekilde kendisini konumlandıranlar açısından fırsat veya pozisyonunu koruma imkanı olarak görülebilmektedir.**”

Her hâlükârda değişimin belli bir düzeyde kalıcı bir dönüşüme yol açacağı aşikârdır. Yani, her şey eskisi gibi olmayacaktır. Pandemi bittiğinde pandemi öncesine ne kadar geri dönecektir. Bir yılı aşkındır istemsizde olsa teknoloji tabanlı edindiğimiz yeni alışkanlıklarımız devam edecek mi? Eğer edecekse, kısmen de olsa bu geleneksel veya konvansiyonel dediğimiz ticaret aktörlerini şuan var olan olumsuzluğun ne kadarı sürdürülebilir olacaktır.

Sosyo-ekonomik yapı ve işleyiş; büyük ekonomik krizler, doğa felaketleri ve sosyal krizler (mesela savaş) gibi faktörler tarafından artımsal veya radikal bir şekilde değişmiştir. Şu an insanlığın yüzleştiği pandemi böyle bir etkiye sahiptir. Bu tür kriz durumları, ekonomide bazı aktörler için felaket bazıları içinde fırsat olarak ortaya çıkar. *Ticari aktörler veya özelde esnaf-sanatkarlar açısından değerlendirdiğimizde teknolojiyi kullanabilme ve hedef kitesine-müşterisine teknolojik araçlar gibi alternatif yollarla ulaşmak konusunda hızlı bir şekilde kendisini konumlandıranlar açısından fırsat veya pozisyonunu koruma imkanı olarak görülebilmektedir.* Teknoloji açısından kapasite geliştirme nitelikli insan kaynağı ve bilgi-iletişim teknolojileri açısından yatırım gerektirmesi açısından ülkemizdeki



esnaflar açısından fırsattan çok tehdit veya zayıflık olarak gözükmektedir. Ölçek açısından dezavantajlı olan esnaf kitlesinin hem işbirliği kapasitesindeki zayıflıkları hem de sanal ortamda pazarlama veya lojistik mekanizmalarını hızlı bir şekilde uygulamaya geçirmesi pek mümkün gözükmemektedir. Bu açıdan avantajlara sahip olan daha büyük ölçekli işletmeler çok hızlı bir şekilde alışveriş kültürünün değişmesi ve bu değişimin kalıcı olmasında aktif çalışmalar yürüterek toplumsal değişimin kendi lehlerine yönetilmesinde çaba göstermektedirler.

**Özellikle üniversiteler esnafın dijitalleşmesinde hangi alanda çözümler sunmalı, sizce ne tür ürün-hizmet ve projeler geliştirerek destek sağlamalıdır?**

Mevzuat ve deneyimler ülkemizdeki teknoloji geliştirme bölgeleri (teknokentler), bilgi-teknoloji tabanlı sektörlerdeki girişimcilerin fikirlerini uygulaması açısından gerekli altyapı destek mekanizmalarının hayata geçirilmesi ile ekosistemin geliştirilmesinden sorumludur. Ülkemizin ithal ettiği katma değeri yüksek ürünlerin ülkemizde yerel imkanlarla geliştirilmesi ve üretilmesi için devletin kamu politika aracı olan teknokent-



lerde girişimcilere önemli vergisel muafiyet ve teşvikler de sunulmaktadır. ASBÜ Sosyokent olarak bu ekosistemde yeni bir aktör vasfıyla öncelikli alanlarımız olarak günlük toplumsal yaşantımızı doğrudan etkileyen teknolojik mal ve hizmetleri geliştirecek girişimcilere yer tahsis edilmesini hedeflemekteyiz. *Esnafların geleneksel araç ve yöntemlerinde dönüşüm sağlayacak teknoloji temelli süreçlerin geliştirilmesinin yanında yeni mal ve hizmetlerin ticarileştirilmesi gibi teknolojik çözüm fikir ve önerilerin realize edilmesi gayretlerinde hem teknokentin sağlayacağı avantajları hem*

**“** Esnafların geleneksel araç ve yöntemlerinde dönüşüm sağlayacak teknoloji temelli süreçlerin geliştirilmesinin yanında yeni mal ve hizmetlerin ticarileştirilmesi gibi teknolojik çözüm fikir ve önerilerin realize edilmesi gayretlerinde hem teknokentin sağlayacağı avantajları hem de üniversitemizin araştırma altyapısıyla katkı sağlanacaktır.

de üniversitemizin araştırma altyapısıyla katkı sağlanacaktır.

**Ürünlerin ve hizmetlerin kişiselleşmesi ile sektörlerde nasıl bir değişim başladı, bu değişimi kurumunuz nasıl değerlendirmeyi planlıyor?**

Hala içinde olduğumuz pandemi sürecinde Ankara'daki teknoloji geliştirme bölgelerinin kapasite kullanımları azalmamış, tam aksine birçoğu tam doluluk seviyelerine





**“ Küçük ölçekli işletmelerin bireysel olmaktan öte kolektif olarak kendi aralarında kuracakları işbirliği mekanizmalarıyla çeşitli süreç ve pazarlama inovasyonlarını uygulamaya geçirmeleri gerekir.**

ulaşmıştır. Bu durum, hem teknoloji alanında girişimci kapasitesinin geliştiğini hem de mevcut işletmelerin ar-ge projelerine ağırlık verdiğini göstermektedir. *Yapılan tüm çalışmalar, yakın gelecekte 2030 yılının başı gibi mevcut işlerin %60'nın değişeceği ve dönüşüme tabi tutulacağı veya yerlerine yeni iş ve mesleklerin geleceğine dair projeksiyonlar söz konusudur.* Bundan dolayı hem insan kaynaklarının yetkinlikleri açısından hem de ülkenin araştırma ve fiziksel altyapısının bu bağlamda geliştirilmesi gerekmektedir.

**Üretimde teknoloji, pazarlamada e-ticaret, yönetimde yazılım alanlarında esnafın dijitalleşmesi**

### **İçin destekleyici uygulamalar neler olmalıdır?**

Günümüzde radikal inovasyon olarak pazara yeni bir mal ve hizmet sunulmasını gerektirmektedir. Genelde yoğun teknoloji sektörlerinde bu tür radikal inovasyon yapılmaktadır. Daha düşük teknoloji sektörlerinde ve esnaf gibi konvansiyonel iş alanlarında mevcut ürün ve hizmetlerin teknoloji tabanlı yöntem ve araçlarla pazara/müşteriye ulaştırılması öne çıkmaktadır. Bu durumda üretim teknolojisinin öte pazarlama ve satış faaliyetlerinde dijitalleşme yatırımları daha uygulanabilir bir durumdadır. Bölgesel, ulusal ve küresel düzeyde pazarlara girişte günümüzde ölçek ekonomisini daha avantajlı hale getirmiştir. Yani, *küçük ölçekli işletmelerin bireysel olmaktan öte kolektif olarak kendi aralarında kuracakları işbirliği mekanizmalarıyla çeşitli süreç ve pazarlama inovasyonlarını uygulamaya geçirmeleri gerekir.*

### **Esnaf ve KOBİ'lere yeni dönemde yön verecek trendleri, iş modellerini ve iş birliği imkanlarını fırsata çevirebilecek adımlar neler olabilir?**

Bir yılı aşkındır süren pandemi

şartları en çok konvansiyonel (genel) iş alanlarını ve küçük ölçekli işletmeleri daha çok olumsuz etkilediği gözükmektedir. Pandeminin etkileri aslında daha yoğun bir şekilde hissedilmeye devam edecektir. Esnaf ve KOBİ'lerimizin teknolojiden daha yoğun bir şekilde yararlanması, işbirliği mekanizmalarıyla ölçek dezavantajlarını minimize etmesi ve nihayetinde iş ortamındaki değişim ve dönüşüme daha hızlı bir şekilde uyum sağlaması gerekmektedir. Teknolojinin toplum üzerindeki etkisi pandemi ile birlikte maksimum düzeyde her birey ve sosyo-ekonomik düzeyde deneyimlenmiştir. *Esnaf ve KOBİ'lerimizin her şeyin eskisi gibi olacağını, her şeyin pandemi öncesi gibi normalleşeceğine dair beklentilerini gözden geçirmesi gerekir.* Malumunuz, ekonomik sistemler çeşitli sosyal olaylar ve ekonomik krizlerle değişim geçirirler ve sonrasında yeni kabiliyet ve şartlar tüm taraflarca özümser. Küresel bir sosyal olay olan Covid-19 pandemisi de hem toplumsal alışkanlıklarımızı hem de ekonomik sistem işleyişinde önemli değişiklikleri tetiklediği göz önüne alınmalıdır.

## **ASBÜ-SİM ve STM ThinkTech Güçlerini Birleştiriyor**

**Rekabet İstihbaratı ve İş Dünyası Harp Oyunu Eğitim ve Uygulama Programı**

**ÇOK YAKINDA**



# ESNAF HEP AÇIK



**İBRAHİM VELİ**  
İktisatçı

Dijitalleşme, firmalara gerçek çözümün kapısını aralıyor. Gereken adımların atılması ise esnafın verilerine kulak vermesine bağlıdır. Mevcut veri ve göstergelerden yakınmak yerine başarı unsurlarına esnafımızı yönlendirmeliyiz. Bu açıdan yapılabilecekler şu şekilde sıralanabilir:

## KİŞİSELLEŞTİRİLMİŞ BİR ÜRÜN/HİZMET!

Yeni ihtiyaçlarını karşılmasına katkı sağlayacak ürün geliştirme, ürün ve hizmetleri sağlıklı ve güvenli şekilde insanlara ulaştırma önem kazanıyor. *Kişiselleştirilmiş bir deneyim sunma ve sürdürülebilir olma yeni fırsatlar oluşturuyor.* Bunun için iş modellerinin buna uyarılması ve rekabetçi fiyat sağlamak için teknolojinin bir kaldıraç olarak kullanılması gerekiyor. Esnaf yaptığı işin ölçeğine göre danışmanlık olarak bu adımı başlatmalıdır.

## UYUMLU BİR ORGANİZASYON!

İş modelini pazarın ihtiyaçlarına göre şekillendiren ve buna uygun bir organizasyon sağlayanlar bir adım öne geçiyor. Bu açıdan hızlı ve etkili karar vermenin yeni modeli, gerçek zamanlı değişimleri ölçmeye dayanıyor. Analitik içeren ve sentez yapan uygulamalar ile firmalar daha fazla değer sağlıyor.



Esnafın veriye dayalı iş modeli için arayış içinde olması desteklenmelidir. Burada *esnafla birlikte yol alacak destekleyici kurumlar oluşturulmalı, uyumlu bir organizasyon kurması hızlandırılmalıdır.*

## İŞ BİRLİĞİ ODAKLI EKOSİSTEM!

İş birliği kurmak için firmaların, performansını sektörlerine özgü biçimde yeniden tanımlamaları gerekiyor. Bu sayede ölçütleri belirleyerek paydaş, yeni teknolojileri kullanarak farkındalık rolünü artırıyor. *Paydaşlar ile iş birliğini artıran, işin risklerini doğru dağıtan ve maliyet tasarrufu sağlayan ekosistemlere esnaf dâhil edilmelidir.* Ürün ve hizmetini kişiselleştiren, buna uyumlu bir organizasyon kurabilen esnaf, sosyal dayanışma ve networkler ile ekosistemin vazgeçilmez unsuru olmalıdır.

## ESNEK ÖDEME SİSTEMLERİ!

Kullanıcıların bir ürünü veya hizmeti tamamen almasını gerektirmeyen modeller geliştirilmelidir. Çünkü müşteriler bundan mutlu ve esnek ödeme sistemine sahip





firmaların müşteri sayısı artıyor. Üstelik pazar payı peşinde koşmak yerine “niş alan” a yönelmeyi sağlıyor. Bu alanın belirlenmesi esnafın tüm tecrübelerini dikkate alarak “çekirdek iş” ine odaklanmasına bağlıdır. Böylece kendisine zaman kaybettiren ve gereksiz yere maliyet oluşturan işlerden de kurtulmuş olacaktır.

Günümüzde esnafın başarısı; “hep açık” olmasına bağlıdır. Bunu sağlayacak dijital becerilere odaklanmalıdır. Böylece kurumsallığı ile kişiselleştirilmiş bir ürün/hizmet sunmak, çalışanlarıyla uyumlu bir organizasyon kurmak, teknolojik yeniliğiyle iş birliği odaklı ekosistem tasarlamak, verileriyle esnek ödeme sistemi geliştirmek çözümün bileşenleri olacaktır.

Böylelikle esnaf; anlamlı bir amaç için çalışma, çalışanlar için beraberlik olgusu, paydaşlar için samimi bir diyalog ve teknoloji takibiyle verimlilik yakalayacaktır.

Esnaf ve KOBİ’ler Türkiye’nin büyüme hikâyesinin ana omurgasıdır. Bu noktada KOBİ’lerin büyümesi, ya verimlilik artışı, ya istihdam artışı, ya da her ikisinin karışımı biçimde olmalıdır. Verimlilik artışlarının kaynağında, yeni ürünlerin/hizmetlerin ortaya çıkması, yeni iş yapma biçimleri (teknoloji), ya da organizasyonel (yönetişim) değişiklikler



belirleyici olacaktır. Bunu gerçekleştirmek esnaf ve KOBİ’lere yapılan tavsiyeler şunlardır:

- İş süreçleri müşteri talepleriyle entegre olmalı.
- Müşterilerinizle etkileşime girmeli.
- Hiyerarşik düzen yerine, ağ kurmayı seçmeli.
- Ekibi çok yönlü ve yetenekli insanlardan oluşmalı.
- Firma kültürünü geliştirmek için özverili çalışılmalıdır.

Esnafımızı sürdürülebilir konuma getirmek, esnaf ve sanatkâra ihtiyaç duydukları alanlarda eğitimle güçlendirmek ve yeni gelişme-

lere adapte etmek sorumlu her kuruluşun görevidir. Bu görev; teşviklerden yararlanma için kümeleme, satış ve müşteri deneyimi, e-ticaret, finansal okuryazarlık, kaynak yönetimi ve insan kaynakları konularında birikim kazandıracak boyutlara gelmelidir. Son olarak *esnafın dijitalleşmesinde yol almak adına müşteri deneyimi sürecin bir parçası olmalıdır*. Böylelikle dijital gelişmelere açık her esnaf hep açık olacaktır!

“ İş birliği kurmak için firmaların, performansını sektörlerine özgü biçimde yeniden tanımlamaları gerekiyor. Bu sayede ölçütleri belirleyerek paydaş, yeni teknolojileri kullanarak farkındalık rolünü artırıyor. Paydaşlar ile iş birliğini artıran, işin risklerini doğru dağıtan ve maliyet tasarrufu sağlayan ekosistemlere esnaf dâhil edilmelidir.



# ONLINE ALIŞVERİŞİN

## ESNAFA SAĞLADIĞI FIRSATLAR ARTACAK

### SPIA MÜHENDİSLİK FATİH YILDIRIM



Fatih Yıldırım  
Spia Mühendislik

#### **Teknolojik gelişmeler esnafa ne kazandırıyor, kısaca aktarır mısınız?**

Öncelikle mevcut esnaflık sisteminden bahsetmek gerekirse; tüm nesillerin alışık olduğu bir alışveriş yöntemidir. Bu sistem müşteriye ürünü somut değerlendirme fırsatı sunarken, esnaf ile müşteri arasında güven bağı kurulmasını da sağlar.

Çünkü bu yöntemde alıcı ve satıcının birebir teması esastır. Fakat bu yöntem insan hayatının hızlanmasıyla birlikte bazı beklentileri karşılayamaz hale gelmiştir. Örneğin; yoğun iş yaşamına sahip kimseler işten arta kalan vakitlerini özel yaşamlarına ayırmak istemekte ve bu da onları fiziksel alışveriş yönteminden

uzaklaştırmaktadır. Bu sebepten online alışveriş yöntemi bu kişilerce daha çok tercih edilmektedir. *Online alışveriş bizlere ürün ve fiyat karşılaştırmasını kolayca yapabilme özgürlüğü tanır. Ayrıca esnafın sabit giderlerinin minimize edilmesini de sağlar; daha fazla personel, daha fazla alan ihtiyacı doğmadan ürünü alıcıya en uygun fiyatta ulaştırabilme imkanı sunar.* Hâlâ mevcut sistemin tercih edilmesinin alışkanlık dışındaki sebepleri ise; alıcının ürünü somut bir biçimde değerlendirememesi, dolayısıyla ürünün beklentiyi karşılayamama ihtimalinin bulunması ve tedarik süresinin fiziksel alışveriş yöntemine göre nispeten daha uzun olmasıdır.

Buna rağmen online alışverişin bizlere sağladığı imkanlar özellikle içerisinde bulunduğumuz pandemi döneminde alışveriş alışkanlıklarımızın değişmesini sağladı. Çünkü temasın en aza indirgenmesi gerektiği bu süreçte online alışveriş müşterilerin

“ Online alışveriş bizlere ürün ve fiyat karşılaştırmasını kolayca yapabilme özgürlüğü tanır. Ayrıca esnafın sabit giderlerinin minimize edilmesini de sağlar; daha fazla personel, daha fazla alan ihtiyacı doğmadan ürünü alıcıya en uygun fiyatta ulaştırabilme imkanı sunar.



“ Ürünlerin ve hizmetlerin kişiselleştirilmesi üreticiye potansiyel müşteri kitlesini daha net belirleme imkânı sağlar ve bu durum üretim planlama ve tedarik süreçlerini daha öngörülür hale getirmektedir. Öngörülerini değerlendirmek için esnafın daha fazla bir araya gelmesi ve gelişmeleri uzmanlarla değerlendirmesi gerekiyor.

değişen taleplerini karşıladı. İnsanlar evlerinin konforunda, temassız bir biçimde, 7/24 istedikleri ürünü birçok çeşit içerisinden karşılaştırıp elde etme imkânı buldu. Bu da zaman ve finans açısından tasarruf etmelerini sağladı. Ayrıca artan talebi karşılayabilmek için birçok yeni online işletme kurularak yeni gelir kaynakları oluşturuldu, halihazırda fiziksel satış yapan bazı firmalar krizi fırsata çevirip yeni sisteme ayak uydurarak satışlarını katlama fırsatı

bulmuşken; online alışverişe adapte olamayan birtakım esnaf ise ticari ekosistemden elenmek zorunda kaldı. Tüm bu süreç göz önüne alındığında alışverişin online ortama dönüş eylemi öngörülebilir ve gerekliydi, pandemi bu süreci yaklaşık 10 kat hızlandırdı diyebiliriz.

#### **Teknolojik gelişmeleri firmanız nasıl değerlendiriyor?**

Spia Mühendislik; 2018 yılında mühendislik alanında Araştırma-Geliştirme faaliyetleri yürütmek amacıyla kuruldu. TÜBİTAK ve KOSGEB Ar-Ge projeleri yürütmesinin yanı sıra elektronik ticaretin hızlı olduğu Amerika, Kanada, Meksika ve çeşitli Avrupa ülkelerinde online alışveriş alanında ticari faaliyetlerine başladı. *Bu süreçte şirketimiz firma bünyesinde geliştirilen ürünler ile birlikte çeşitli firma iş birlikleri sayesinde elektronik pazarda yer edindi.* Pandemi ile birlikte Türkiye pazarında da online alışverişin hızlanacağı öngörülerek elektronik sektörüne “SPIA” markası ile giriş yapıldı. Spia Mühendislik şu an artan talebi karşılamak üzere hem yurtiçi hem de yurtdışı online ticaret faaliyetlerine devam etmektedir. Ayrıca firmamız, pandemi sürecinde fiziksel mağazasını online

sisteme taşımak isteyen esnafa markalaşma ve dijitalleşme alanında ürünlerinin online ortama aktarımı ve teknik takibi gibi birçok konuda danışmanlık hizmeti vermektedir.

#### **Gelecekte daha iyi bir konum elde etme adına hangi adımlar atılmalıdır?**

Günümüzde; ürüne erişmenin böylesine kolay olduğu ve rekabetin bu derece kızgınlaştığı bu ticari ortamda bir ürünün herkese hitap etmesi pek mümkün değildir. Bu sebeple bir ürünün potansiyel müşterisini belirlemek çok daha mühim hale gelmiştir. Spia Mühendislik bu süreçte ayak uydurarak birçok farklı potansiyel müşteri kitlesine hitap edecek farklı ürünler geliştirmektedir. Marka sürdürülebilirliği açısından tüm esnaf ve üreticiler de bu değişim ve gelişim sürecinin gerekliliğini göz ardı etmemelidir. *Ürünlerin ve hizmetlerin kişiselleştirilmesi üreticiye potansiyel müşteri kitlesini daha net belirleme imkânı sağlar ve bu durum üretim planlama ve tedarik süreçlerini daha öngörülür hale getirmektedir.* Öngörülerini değerlendirmek için esnafın daha fazla bir araya gelmesi ve gelişmeleri uzmanlarla değerlendirmesi gerekiyor.



# MÜŞTERİNİZ İÇİN SORUNSUZ BİR ALIŞVERİŞ DENEYİMİ SUNUYORUZ

## METOD REKLAM MESUT GÜNER

### Sizi kısaca tanıyalım ve dijital süreçlerde esnaf için neler yapmaktasınız?

İsmim Mesut GÜNER. 2014 yılında kurmuş olduğumuz Metod Reklam ajansı yöneticisiyim. Her şeyden önce Dijitalleşme konusunda nerede olduğumuzu bir hatırlatmak isterim. 2000 li yıllardan sonra hızla dijitalleştiğimiz süreç Pandemi zorunlulukları sebebiyle dijitalleşmeyi hat safhaya çıkarmış durumda. Artık paramız dijital, sosyal ilişkilerimiz dijital, verilerimiz (Hatıralarımız) dijital, haber kaynaklarımız dijital, okullarımız dijital ve daha nice örnek verilebilir ama asıl konumuz olan alışverişlerimiz dijital.

Alışveriş kültürü 2020 yılı ilk çeyreğinden itibaren başlayan sokağa çıkma yasakları sebebiyle çok hızlı bir şekilde online ticarete kaydı. 2019 yılında e-ticaret faaliyetinde bulunan işletme sayısı 68 457 iken günümüzde 256 861 olması esnafımızın dijitalleşmesinin sadece bir farklılaşma çabasının ötesinde zaruret haline geldiğini göstermektedir.

### E-ticarette artış nasıl bir değişimi tetikledi?

Bunun yanı sıra E-ticaret sayesinde işletmelerimiz sadece buldukları lokasyona değil tüm Türkiye'ye ve hatta tüm dünyaya ürün, hizmet satabilirler. Hedef kitle çok hızlı bir şekilde onlarca yüzlerce kat büyüyebilir. Elbette bu olanakların bazı gereklilikleri de var. Bu durumu kısaca tahlil edecek olursak; tüketiciler artık



Mesut Güner  
Metod Reklam

ürünleri oldukları yere (ayağına) ister hale geldiler. Aldıkları ürünü daha çok kıyas yapma imkânı olduğu için fiyat, kalite, teslimat süresi, iade olanakları gibi kıyaslamaları yaparak alırlar. Bu durumda işletmeler açısından teknolojik ve lojistik altyapı ihtiyaçları doğurdu. Bu ihtiyaçları en doğru ve sürdürülebilir şekilde çözen işletmeler ticari faaliyetlerine e-ticaret tarafında devam edebilecekler. Burada e-ticarete girmek isteyen esnaflarımızın bakması gereken bazı hususlar var. *Hedef kitle, kulla-*

“ Artık her kişi, işletme ya da kurumun kendine ait medya organları olabilir, olmalıdır. Bu doğru kullanıldığında çok büyük bir güçtür.

nıcı beklentisi ve pazardaki rekabet durumu gibi hususlar bir işletmenin dijitalleşmesi noktasında e-ticaret faaliyetlerini dikkatle gerçekleştirilmesi gereken hususlardır. Tüm bunlara ek olarak yapacağınız e-ticaret faaliyetine doğru oranla yapılması gereken reklam çalışmaları. Dijitalleşme yolunda olan bir işletmenin mutlaka ama mutlaka aktif sosyal medya hesaplarının olması gerekir. Özellikle kendi web sitesi üzerinden ürün, hizmet satmak isteyen işletmeler için bu olmazsa olmazdır.



Sosyal Medya  
Raporu



E ticaret  
Raporları



“ Hedef kitle, kullanıcı beklentisi ve pazardaki rekabet durumu gibi hususlar bir işletmenin dijitalleşmesi noktasında e-ticaret faaliyetlerini dikkatle gerçekleştirilmesi gereken hususlardır.

### Kurumunuz esnafın dijitalleşmesinde hangi alanda çözümler sunmaktadır?

Esnafın sorulması gereken soru şudur: Neden sosyal medyada var olmalıyım? We are social'ın 2021 başında yaptığı araştırmaya göre Türkiye'de bir günde ortalama 7 saat 29 dakikayı internette geçiriyoruz. 2 saat 51 dakika sosyal medya kullanıyoruz. 3 saat 4 dakika televizyon seyrediyoruz.

Daha önceleri ezici bir üstünlükle önde olan geleneksel medya, yerini hızla "Yeni Medya"ya bırakıyor. İşletmelerimiz bu durumun farkında olmalı ve bu durumu avantaja çevirmeliler. Artık her kişi, işletme ya da kurumun kendine ait medya organları olabilir, olmalıdır. Bu doğru kullanıldığında çok büyük bir güçtür.

İşte biz tam olarak burada devreye



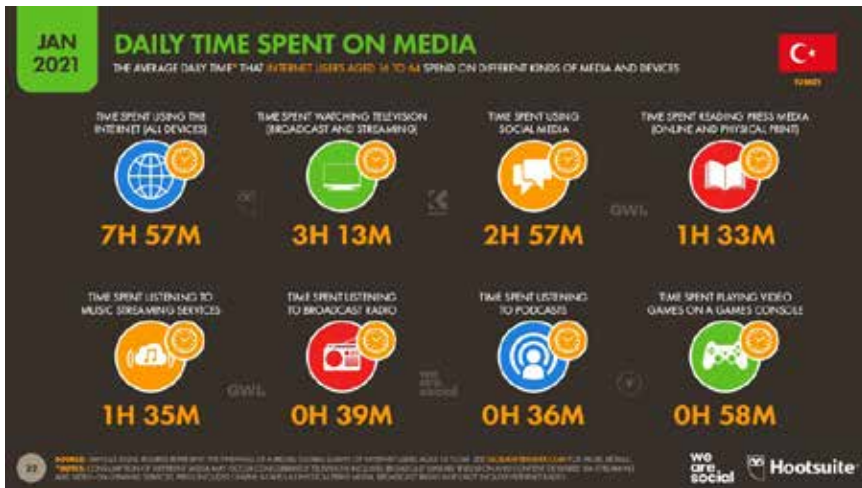
giriyoruz. İşletmelerin ya da kurumların sosyal medya organları aracılığı ile müşteri yahut paydaşları arasında bir bağ kuruyoruz ve bu bağı geliştirmek için çaba harcıyoruz. Google'da daha görünür olmalarını sağlıyoruz, Facebook ve Instagram'da ilgi çekici içerikler hazırlıyoruz, Twitter ve LinkedIn'de hedef kitleye yönelik paylaşımlar yapıyoruz. Bu sayede içeride üretilen ürün yada hizmetten çok daha büyük kitlelerin haberdar olmasını sağlıyoruz.

### Esnaf yeni döneme nasıl uyum gösterecek, desteklerin neler olacak?

Önümüzdeki dönemde sosyal medya kullanım alışkanlıklarını da göz önünde bulundurarak danışmanlık yaptığımız işletmelere daha detaylı

hedeflemeler yaparak içerikler oluşturmak yönünde çalışmalarımız var. Sadece ürün ve hizmetlerin tanıtımı yerine kim hangi ürün ve hizmet ile ilgileniyorsa onun ilgisini çekecek içerikler hazırlamak noktasında hazırlık yapıyoruz.

Sonuç olarak işletmelerimizin dijitalleşmesi konusunda E-ticaret ve sosyal medya konularına değinebildik, aklımıza gelen her soruda Google'a soruyorsak sunduğumuz çözümleri orada tüketicilerimize göstermek zorundayız. Bizi meraklı bir insanın sosyal medya hesaplarına girildiğinde ürün ve hizmetlerimizin detaylarını görmesini sağlamalıyız. Son olarak ta ürünümüzü alma kararı veren müşterimize sorunsuz bir alışveriş deneyimi yaşatmak durumundayız.



“ E-ticaret sayesinde işletmelerimiz sadece buldukları lokasyona değil tüm Türkiye'ye ve hatta tüm dünyaya ürün, hizmet satabilirler. Hedef kitle çok hızlı bir şekilde onlarca yüzlerce kat büyüyebilir.

# ESNAFIN DİJİTALLEŞMEYE ENTEGRE OLMASI KURUMSALLAŞMAYI BERABERİNDE GETİRMEKTEDİR

## BÜCÜRÜK KIRTASIYE LTD. ŞTİ. ABDÜLKADİR ÇAKIROĞLU

**Sizce yeni süreçte esnafımızı e ticaret platformlarına adapte edebilmekte midir?**

Sizlere kısaca yola çıkış şiarımızdan bahsedeyim. Bücürük firmasında operasyon yöneticisi olarak tecrübemi aktarayım. Pandemi tabanlı daralan ekonomimizde Y ve Z kuşaklarının dijital alışkanlığı ile pekişince e ticaret kavramı toplum tarafından daha çok kabul görmeye ve gündelik bir satış kanalı haline gelmektedir. Bundan kaynaklı esnafın dijitalleşme sürecine tam anlamıyla entegre olamamasından dolayı esnaf ve ahilik kavramı bir gemiyi daha limandan kaçırmak üzeredir. Gayemiz bu süreçte

esnafımızı e ticaret platformlarına adapte edebilmek olmalıdır.

ESDER bu bağlamda genç girişimciler dâhil esnafımıza e ticaret eğitimleri sunup bu yaraya pansuman olmak için girişimlerde bulunmaktadır. Bizler pandemi sürecinin başından bu yana Bücürük firması olarak sürekli gelişmekte ve yatırımlarını daha dijital bir ticari konjonktür penceresinden bakmaktayız. Bizler bu ülkenin millî ve yerli bileşenleri ile esnaf ve ahiliğin ruhunu üstlenebilecek bir pazar yeri inşa edebiliriz. Bunun için birbirimize kenetlenip kepenk kapatmamak için dijitalleşme sürecine uyum sağlamalıyız.





“ Bizler bu ülkenin milli ve yerli bileşenleri ile esnaf ve ahiliğin ruhunu üstlenebilecek bir pazar yeri inşa edebiliriz. Bunun için birbirimize kenetlenip kepenk kapatmak için dijitalleşme sürecine uyum sağlamalıyız.

### **Alışveriş kültürünün ve müşteri taleplerinin değişmesi esnafı nasıl etkiledi?**

Esnafımızın bu süreçte dijitalleşmeye tam anlamıyla entegre olamamasından kaynaklı ciddi ciro kayıplarının olduğu aşikârdır. Bu sürecin esnafın dijitalleşmeye entegre olması ile sonuçlanması kurumsal firmaların gölgesinde kalan esnafın bir nebze olsun rahatlamasını beraberinde getirmektedir. Dijitalleşen hayatımızda X,Y ve Z kuşağının e ticaret anlayışına etkisi oldukça fazladır. Bu git gide daha çok artacak insanlar herhangi bir efor sarf etmeksizin alışveriş anlayışı benimseyeceklerdir.

### **Kurumunuz dijitalleşme yolunda hangi alanda çözümlere yöneldi?**

Kurumumuz markalaşma ve üretim odaklı satış anlayışını benimsemeye başlamaktadır. Bunun getirileri e ticaretin sıcak satış yani stoklu ve dakik bir çalışma modelini benimsediğini öngörürsek imalat ürünlerinin talebe arz edilme eğrisi daha stabil olacaktır. Bizler pazaryerlerinin aksine organize edilirse nakit döngüsünün ve tedarik zincirinin iç piyasada kalacağı kanaatindeyiz. Bu açıdan firmamız danışmanlık hizmeti, lojistik, entegrasyon, stok takibi ve fiyat revizelerinde uzmanlaşmış olup e ticaret platformlarının mi-



henk taşı denilebilecek faktörleri iyi okuyarak tecrübe etmiştir. Biz bu işe gönül veren esnafın tekrardan nefes alabileceğini ve sektörde adapte nakit süspansesi,

likidite gibi faktörleri faktör olarak görmeyeceği kanaatindeyiz. Kurumumuz iş partnerlerinin özverisi ile daha iyi projelerde yer almayı arzu etmektedir.



# E-TİCARET ARTIK TİCARETİN BİR PARÇASI DEĞİL TİCARETİN KENDİSİ OLDU

EXPORTICKED ÇAĞATAY ÇETİN



Çağatay Çetin  
Exporticked

Konularında uzman ekibimiz ile katkı sağlıyoruz. Kısaca şöyle tanımlayabiliriz 'Esnafın kapısından, Amazon Kapısına' her şey dâhil bir hizmet anlayışımız bulunmaktadır. Sunduğumuz hizmetlerin tamamını dijital ortama aktarıyoruz gelecekte bütün hizmetlerimizin ölçülmesi ve data elde etme noktasında altyapımızı kurmaya başladık.

## **Dijitalleşmeye uyum sağlamak isteyen esnaf neler yapmalıdır?**

Esnafımız üretimini, gelirini daha fazla büyütmeye için yeni bir yol açıldı. Çünkü tüketiciler yoğun iş temposu arasında artık dükkan dükkan, sokak sokak gezerek ihtiyaçlarına en uygun ürünleri ara-

## **Esnafın dijitalleşmesine yönelik öngörü ve destekleriniz nelerdir?**

Esnaf açısından çok daha zorlu bir süreç başlıyor ve tamamen dijitalleşen bir nesil geliyor. Kesinlikle dijitalleşmeyi tamamlayan esnaf çok daha uzun vadeli ticari hayatlarını sürdürebilirler. Esnafın dijitalleşmesi şart.

Biz firma olarak esnafın hem dijitalleşmesine hem de e ihracat konusunda kendisini geliştirmesine katkı sağlıyoruz.

- Yurt dışı şirket kuruluşu
- E ihracat
- B2B (toptan ihracat)
- Amazon Çözümleri
- Lojistik destek







maktansa, bilgisayar ve cep telefonları vasıtasıyla istedikleri ürünlere daha kolay ulaşabilmekte ve zaman kaybetmeden alışverişlerini yapabilmektedirler. Bu pratik alışveriş yöntemi tüketicilere cazip gelmekte ve her geçen gün daha fazla tercih edilmektedir.

E - ticaret artık ticaretin bir parçası değil tam anlamıyla ticaretin kendisi



“ ‘Esnafın kapısından, Amazon Kapısına’ her şey dâhil bir hizmet anlayışımız bulunmaktadır. Sunduğumuz hizmetlerin tamamını dijital ortama aktarıyoruz gelecekte bütün hizmetlerimizin ölçülmesi ve data elde etme noktasında altyapımızı kurmaya başladık.

oldu. Yeni kurulan firmalar başlangıç olarak kesinlikle şunları da düşünmelidir. Tabi ki üretimde inovasyona açık olan firmalar her konuda hep takip edilen noktada olmaya devam edecektir. Bu açıdan;

- Ürettiğim ürünler ya da ticaretini yaptığınız ürünler ihraç edilebiliyor mu?

-E ihracata uygun mudur?

- Şirket içi yönetiminiz, satış takibiniz tamamını yazılıma bağlayabiliyor muyum? Sorularını gerekli ve yeterli cevapları aramalıdır.



Bu noktada bizler de yeni dönemde önerebileceğim en yeni trendler lojistik anlamında yatırım yapmak ve bu trendin içinde olmak, ürün satışında Amazon üzerinden yurtdışı depolar üzerinden FBA (fulfilled by amazon) yada FBM (fulfilled by mercant) konusunda yatırımlar içerisinde yer almak, bir de Türkiye merkezli Aliexpress üzerinden e-ihracatın içinde olmak istiyoruz.

# DİJİTALLEŞMEYE ÖNEM VEREN ESNAFLAR BİR ADIM ÖNE GEÇMİŞTİR

LETSUP ABDULLAH AYDIN

**Müşteri taleplerinin değişmesi sebebiyle esnafı etkileyen yeni süreç nasıl okunmalıdır? Sizler bu konuda hangi hizmetlerle destek sağlıyorsunuz?**

Teknolojinin ilerlemesi ve pandemi ile birlikte alışveriş kültürü tamamen değişmiş durumdadır. Bu değişim ile birlikte dijitalleşmeye önem veren esnaf bir adım öne geçmiş ve artık dijital esnaflık dönemi başlamıştır.

Letsup olarak birçok sektörde, müşterilerimizle "Proje Ortaklığı" anlayışı ile dostluklar kurarak beklentileri doğrultusunda ihtiyaçlarına en uygun ve en üst kalite standartlarında sanal ve artırılmış gerçeklik çözümleri üreterek başarılarına katkı sağlamayı amaçlarız. Sanal Gerçeklik (VR) & Artırılmış Gerçeklik (AR) teknolojisini "yeni ve havalı bir teknolojiden" zengin bir deneyim platformuna dönüştürüyoruz. Günümüzde sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik teknolojisi arkeolojiden mimariye, eğitimden sanata sağlıktan askeriye, endüstriden e-ticaret'e kadar her alanda kullanılmaya başlanmıştır.

**Müşteri deneyimi kapsamında verdiğiniz hizmetler ne gibi avantajları sunmaktadır?**

Artırılmış Gerçeklik (AR) uygulamaları, özellikle de tamamen web siteleri üzerinden çalışabilen WebAR özelliği sayesinde müşteriler



Abdullah Aydın  
Letsup

mağazaya uğramadan ürünleri buldukları yerlerde deneme şansını elde etmeye başladılar. Müşteriler artık ürünlerin sadece fotoğraflarını ya da videolarını görmek istemiyor aynı zamanda bu ürünleri kendi buldukları alanlarda nasıl

durduğunu da deneyimlemek istiyorlar. Artırılmış Gerçeklik teknolojisi kullanımı sayesinde müşteriler satın alacakları ürünleri sanki kendi buldukları mekanda gerçekten oradaymış gibi görüntüleme şansına sahip olabiliyorlar. Firmalar için



“ Müşteriler artık ürünlerin sadece fotoğraflarını ya da videolarını görmek istemiyor aynı zamanda bu ürünleri kendi buldukları alanlarda nasıl durduğunu da deneyimlemek istiyorlar.

de müşterilerin ürünleri bu şekilde sanal olarak deneyimleyebilmeleri, siparişlerdeki iade oranlarının düşmesine sonuç olarak da hem müşteri memnuniyetinin hem de operasyonel kârlılığın artmasına sebep olmaktadır.

Dünyanın en büyük online e-ticaret alt yapısını sunan Shopify'da geçtiğimiz dönemlerde açıkladığı rapora göre AR teknolojisini kullanan mağazaları ziyaret eden müşterilerin, satın alma aşamasına yönelmesi %250 daha fazla olduğunu gözlemlemişlerdir. Fabrikalarda ve üretim tesislerinde artırılmış gerçeklik ile makine kullanımı, onarım ve servis eğitimleri verilebilir. Üretim ve bakım aşamalarında artırılmış gerçeklik (AR) modunda karmaşık teknik sorunların çözümlerini görüntüleyebilen ve öğrenebilen çalışanlar, geleneksel yöntemlerden çok daha hızlı sonuçlar elde edebilir. Castrol, Boeing, General Electric, Bosch vb. Dünyanın önde gelen firmaları artırılmış gerçeklik teknolojisi ile çalışmaktadır.

### **Gelecekte esnafın işlerini kolaylaştıracak adımlar hangileri olacak?**

Esnaf ve sanatkârların değişen ekonomik ve sosyal şartlara uyum sağlayabilmesi için gerekli yapısal dönüşümlerinin desteklenmesi önem taşımaktadır. Letsup olarak Sanal gerçeklik ve Artırılmış gerçeklik alanında gerçekleştirilen

ürün ve hizmetler son kullanıcı için kişiselleştirilmiş çözümlerdir. Ürün ve hizmetlerin kişiselleştirilmesi alanında VR & AR teknolojisinin kaçınılmaz olduğu çok açıktır.

Sanal gerçeklik (VR) son dönemlerde eğlence sektöründe ön plana çıksada başta savunma sanayi alanında yaptığımız savaş simülasyonları, iş sağlığı ve güvenliği eğitimleri, mesleki eğitimler, mimari alanda inşaat aşaması henüz tamamlanmamış olan evin bitmiş ve dizayn edilmiş hali sanal gerçeklik gözlüğü sayesinde sanki içeri-

sindeymiş gibi gezilebilir ya da ev istenildiği gibi dizayn edilebilmektedir. Sanal gerçeklik teknolojisi özellikle gençlerin ilgi alanına girdiği için sosyal sorumluluk projeleri, gençlik merkezleri ve müzelerin dijitalleşmesinde son dönemde yaygınlaşmış bulunmaktadır. Sonuç olarak AR&VR teknolojileri ile dijitalleşme; Hizmet kalitesini artırır, bilgiye erişimde kolaylık sağlar, imaj oluşturur, pazarlama/tanıtım ve tutundurma faaliyetlerine katkı sağlar, gelir artışı sağlar, yenilik ve memnuniyet sağlamaktadır.



# FİYAT PERFORMANS VE MÜŞTERİ MEMNUIYETİ, ÜRÜNÜN VE MARKANIN ÖNÜNE GEÇEBİLİYOR

## ABCS GIDA KİMYA ALİ GEVENKİRİŞ



Ali Gevenkiriş  
ABCS Gıda Kimya

hatta bir adım önüne geçebilmek için dijitalleşen ticaret alanında öncü ve yenilikçi bir bakış açısına sahip olmaları bir zorunluluk haline gelmiştir. Günümüz bireyleri artık her şeye daha kolay ve hızlı erişmek arzusu içerisinde oldukları için bunu yaparken de fiziksel olarak iş yerlerini gezip dolaşarak harcayanları zamanı sanal dünyada gezinerek fiyat performans yorumlarını değerlendirerek karar alma süreçlerini işletiyorlar. Bu nedenle fiyat performans ile birlikte müşteri memnuiyeti ve yorumları ürünün ve hatta markanın önüne geçebiliyor. Bu durum öncelikle rekabeti arttırırken beraberinde kaliteyi de getiriyor ki bu bütün esnafımızın daha kaliteli ürünler ile müşteri memnuiyetini ön planda tutan bir duyarlılıkla hizmet vermesini zorunlu kılmaktadır. Bu durum yeni markalaşan firmalarımız veya harika fikir veya ürünleri olduğunu düşünen girişimcilerimiz için ideal gelişim alanı oluşturmaktadır. Belki de bir nevi tek eksi yönü ise eskiden günümüze uzanan esnaf kültür ve bakışını değiştirmektedir. Yani ihtiyacınızı karşılar satın alırken yanında bir güzel demli çay ve güler yüz ile hoş sohbet görememenizdir.

### **Teknolojik gelişmeler sebebiyle esnafı etkileyen yeni süreç nasıl okunmalıdır?**

Teknolojik gelişmeler ve yenilikler pek çok sektörde olduğu gibi ticaret alanında da son derece etkili olmuştur. Bildiğimiz klasik, yüz

yüze ve sıcak satış şeklinde olan ticaretin yerini "modern ticaret" olarak adlandırdığım genel adıyla elektronik ticaret almaktadır. Böylesine hızlı gelişip değişen bir dönemdeyken esnaflarımızın da bu değişikliklere ayak uydurması

### **Kurumunuz dijitalleşmede hangi alanda çözümler üretmeye odaklandı?**

Elektronik ticaret ağı olan her bilgisayar veya akıllı telefon kullanıcısı potansiyel bir alıcı sayılmaktadır. Tabii ki burada en azından ülkemiz





için yaş en büyük etken. Gençlerimiz ve orta yaş diyebileceğim bu olaya fazlasıyla hâkim ve bu dijital çağa ayak uydurmuş durumdadır. Bu açıdan bakıldığında elektronik ticarete taraf olan çok geniş bir hedef kitle mevcut. *Dijitalleşen ticaret sadece web sayfaları veya dijital pazaryerlerinden alışveriş için geçerli değil tabii ki. Bu durum son tüketici için olduğu kadar biz üreticilerden ürün tedarik eden esnafımız için de geçerli.* Her ne kadar herbaflora, herbarela gibi kendi markalarımız son tüketiciye ulaşması için bu yöntemleri kullanıyor isek de aynı şekilde esnafımız için de benzer şekilde tüm iletişim kanallarımızı açık tutuyor ve her gün yenilerini ekliyoruz. Bizler biliyoruz ki bu dijitalleşen dünyada zaman, hız ve verimlilik çok önemli. Esnafımız tüm ürünlerimizi 0850 466 04 85 telefon numarası üzerinden whatsapp telegram gibi iletişim alanlarından anlık olarak sipariş verebiliyor sanal kataloglarımızdan ürün detaylarını inceleye biliyor ve tüm soru ve sorunlarına anlık yanıt bulabiliyorlar. Tabii ki bunun yanı

sıra web sayfalarımızdan, popüler sosyal medya uygulamaları aracılığıyla veya mail adreslerimizden de bizlere erişim sağlayabiliyorlar. Ayrıca sanal ortam ve online Pazar yerlerinde ürünlerimizi satan veya bize yaptırdıkları ürünlerin satışını yapmak isteyen esnafımız için ürün fotoğraf çekimleri ve pazaryerlerinde fark yaratmaları için gereken materyallerin teminini sağlamaktayız.

### **Gelecekteki ürün- hizmet ve planlar kapsamında kurumunuzun yeni yol haritasında neler var?**

Birçok gelişmiş ülkelerde olduğu gibi Türkiye’de de tüketici bireylerin yaşam stillerinin ve yaşam standartlarının değişmesi ve zaman sınırı gibi faktörler, klasik yöntemler ile yapılan alışverişe alternatif internet ortamında alışverişin yaygınlaşmasına neden olmaktadır. Elektronik ticaret sisteminin günümüzde çok sık kullanılması ile birlikte bu alanda firma ve ürün bazında rekabet gün geçtikçe artmaktadır. Rekabette öne geçmek ise tüketicilerin tutum, davranış

ve seçimlerini anlayıp, bunları dikte olarak strateji oluşturması ile mümkün olacaktır. İçinde bulunduğumuz dönem bilgi çağı olarak da adlandırılıyor. *Bilgiye erişim ürün seçimlerini firmalara bakış açısını ve seçimleri yakından etkiliyor ve daha bilinçli bir tüketim toplumu oluşuyor. Sadece reklamları çok fazla veya ünlü biri öneriyor diye satın almalar gün geçtikçe azalıyor ve git gide de son bulacaktır.* Toplumlar firmaların yaptıkları, kim oldukları, ürünlerinin içerikleri, savundukları değerler ve benzeri tüm her şeye yani kimliğine göre karar veriliyor ve bu şekilde karar verenlerin oranı gün geçtikçe daha da artacaktır.

ABCS Gıda Kimya olarak bizim bir hedef kitlemiz var. Bizi tercih eden veya edecek olan insanları tek bir cümle ile özetlemem gerekirse “Bizlere Allah’ın vermiş olduğu emanetlerin kıymetini bilen ve bizden sonraki nesilleri de en az kendilerini düşündükleri kadar düşünen bireyler”. Tabii ki bunu açmak gerekirse *bedenine vücuduna zarar verecek ürünlerden kaçınan sağlıklarını ve kimyalarını bozmamak için araştıran ince eleyip sık dokuyan, doğa için çevre bilincine sahip bilinçli tüketicilerdir bizim hedef kitlemiz.* ABCS Gıda Kimya olarak daha önceden de olduğu gibi her daim kaliteli sağlıklı ve doğal ürünler üretip geliştirmenin yanı sıra sahip olduğumuz bilgi birikimini bilgi ve iletişim teknolojilerini verimli ve etkin bir şekilde kullanarak milletimiz için devamlı bilgi akışı sağlayarak bilgiye erişim sağlamalarını sağlayan bir merkez olmayı da hedefliyoruz. Bu sayede hem aynı hassasiyetlere sahip insanlarımızın ihtiyaçlarına daha yakından kulak vermiş olacağız, hem de sorunlarını çözecek ihtiyaçlarını giderecek en kaliteli ve sağlıklı ürünleri üreterek sürdürülebilir bir iletişim inşa etmiş olmayı hedefliyoruz.



# ESNAF DÖNÜŞÜM SÜRECİNİ ARKASINA ALIP HIZINI VE BÜYÜMESİNİ DAHA DA ARTIRABİLİR

ADENYUM DANIŞMANLIK SERKAN SEYHAN



Serkan Seyhan  
Adenyum Danışmanlık

**Dijital çağımızın alışveriş kültürünün getirdiği en önemli dezavantajı lojistik buna mukabil ise esnafımızın lojistik üstünlüğü bulunmaktadır. Aslında bu dönüşümün liderliğini esnafımız üstlenebilir.**

**Dijitalleşme olarak okuduğumuz alışveriş kültürünün ve müşteri taleplerinin değişmesi esnafı nasıl etkilemektedir?**

Öncelikle net bir şekilde şunu kabul etmeliyiz ki dijital çağa girdik. Önceden işyerlerindeki çalışanlar mavi yaka ve beyaz yaka diye ayrılırken şimdi bu kategorizasyona dijital

yaka ve robot yaka da eklendir. Yaka yazılımlarının gün geçtikçe de ucuzlaması bizi kaçınılmaz sona doğru veya başlangıca doğru diye de ifade edebiliriz yaklaşıyoruz. Bu sonun adı Dijital Dönüşüm. Tabii dijital dönüşümümüzü tamamladığımızda dijital üstü yeni iş yapış metotları da bizi bekliyor olacak. Bu durumda beraberinde dijital yaşam kültürü olgusunu karşımıza çıkarıyor. Bu kültürel yaşam biçimini klasik yaşam biçimine göre ciddi konforlar sunuyor. Bu sebeple bu kültüre direnen bireyleri dahi oluşan düzen hızla içine çekmeye devam edecek. Özellikle alışveriş yönü ile belirtecek olursak; klasik alışveriş kültürüne oranla dijital

alışverişin konforunu tüketici çoktan fark etti.

Bu durum esnafı olumlu da etkileyebilir olumsuzda bunun kararını daha çok esnaf odaları ve esnafımızın bizatihi kendisi verecek. Genellikle bu sürecin esnaf aleyhine sonuçlandığı görüşü hakimken ben böyle düşünmüyorum. *Nasıl ki alışveriş kültürü bir dönüşüm evresine girdiyse aynı şekilde esnafımızda bu dönüşüme ayak uydurup, bu kültüre karşı yeni yaklaşımlar sergileyebilir.* Bence bu noktada temel strateji bu dönüşüme karşı gelmek değil, dönüşüm süreci arkamıza alıp hızımızı ve büyümemizi daha da hızlandırmak olmalıdır. Örneğin; Dijital



çağımızın alışveriş kültürünün getirdiği en önemli dezavantajı lojistik buna mukabil ise esnafımızın lojistik üstünlüğü bulunmaktadır. Aslında bu dönüşümün liderliğini esnafımız üstlenebilir.

### **Kurumunuzun esnafın dijitalleşmesi için ürettiği çözümler açısından mevcut ürün-hizmet ve projeleri nelerdir?**

Biz Adenyum olarak verimlilik ve sayısallaştırma firmasıyız. Öncelikli işimiz müşterilerimizin iş işleyiş süreçlerini analiz ederek onlara uygun bir kalite yönetim sistemi yapısı dizayn etmek, ardından 'Eba' adlı ürünümüzle tüm iş süreçlerinin dijital hale getirilmesini sağlamaktır. Neden kalite yönetim sistemi ve neden Eba sorusunu ise şöyle açıklamak isterim. Esnafımızın en büyük sorunu zaman ve yetkinlik yönetimi olduğunu düşünüyorum. Esnafımız liderdir. Çünkü ekibini yönetebiliyor. Esnafımız finans yönetimini bilir. Çünkü yıllardır alacak verecek ilişkisini ahenkli bir şekilde yönetebiliyor. Esnafımız işini de çok iyi biliyor. Her sabah besmele ile dükkanını açıyor ve belli bir ticari hacme ulaşıyor. Peki sorun ne? Sorun kısaca şu! Esnafımız bu yetkinliklerini çok kısıtlı kullanabiliyor. Dışarıya açılmıyor. Çünkü mevcut iş yapış şekli onu bağlıyor. Çalışma saatlerinin neredeyse tamamına işyerinde geçirmesi gerekiyor. İş yerinde ise ilgilendiği konular ise mevcut yetkinliklerinin çok çok altında.

Bir yetkinlik süreç değerlemesi yapacak olursak örneğin esnafımızın mevcut yetkinlikleri ile oluşturacak 1 saatlik katma değer 10.000 TL olması gerekirken, *esnafımızın gün içerisinde ilgilendiği onlarca alt yetkinliklerdeki konular nedeniyle kendi yetkinliklerini tam anlamı ile kullanmıyor bu durumda büyüme sürecini olumsuz etkiliyor.* Örneğin; Ahmet, Mehmet'e küsmüş ne yapalım.

Mallar depoda bozuldu ne yapalım, etraf pislik içinde burayı hemen temizleyelim. Faturalar yanlış kesilmiş, Sipariş hala yerine ulaşmamış gibi gibi. İyi bir kalite yönetim sistemi ile yönetilen ve dijital dönüşüm sürecini tamamlayan bir kuruluştaki bunlar liderin ilgileneceği sorunlar değildir. Lider işletmede en yetkin kişi konumunda olduğundan iş süreçleri ahenkli bir şekilde devam ederken, lider iş süreçlerini elindeki telefon, pc veya tableten takip eder. Verilmesi gereken komutların çok çok azını lider verir. Sistemi yazılım yönetir. Depoda stoklar azalmışsa bunu yazılım bilir ve otomatik sipariş açar. Müşteride ürün azalmışsa sistem müşteriye otomatik sipariş açar vs.

### **Ürün ve hizmetlerin kişiselleşmesi sektörlerde nasıl bir etki oluşturuyor, bu açıdan KOBİ'lerin yeni yol haritasında neler olmalıdır?**

Bu konu Endüstri 4.0 kavramı kapması içerisinde değerlendirilir. Endüstri 4.0 nesnelere interneti olarak da ifade ediliyor. BEAM ürünümüz ile biz bunu gerçekle-

tiriyoruz. Tabii bunun için belli IOT araçlarına da ihtiyaç var. BEAM bir varlık ve bakım yönetimi yazılımı 30 yıllık bir serüveni var. BEAM ile artık tüm varlıklar akıllanıyor, konuşuyor ve kendi kendilerini yönetiyor ve ihtiyaçlarını ne uygun tedarikçilerden en kaliteli ve uygun biçimde karşılıyor.

Örneğin; Bir makineyi ele alalım. Makineyi oluşturan tüm parçalar, maliyeti, çalışma ömürleri, montaj demontaj yöntemleri, riskleri vs. sisteme girilir. Bir rulmanın çalışma ömrü bellidir. Zaten ömrünün dolmasına yakın oluşturduğu titreşim kaynaklı sesi de farklılaştırır. Sistem bu şekilde tüm makineden veri toplar ve en optimum duruş süresini hesaplar. Makine insan kaynaklarına bir iş emri gönderir. Ayın 1'i ile 5'i arasında duracağım. Şu şu çalışanları yıllık iznini başlatıyorum, diğer çalışanları şu şu görevlere aktarıyorum. Bakım ekibine de otomatik iş emri açar. 1'i ile 5'i arasında gelin beni tamir edin der. Tamir ve bakım işlemlerinin nasıl yapılacağına ilişkin de talimat ve videoları gönderir.



➤ Makine bu arada depoyu da kontrol eder. Bu bakım da kullanılacak malzemelerin olup olmadığını kontrol eder. Olmayan malzemeler için onaylı tedarikçilere sipariş talebinde bulunur. Bu talep formül bir düzende web üzerinden otomatik gönderilir. Sizin belirlediğiniz kriterleri de (maliyet, zaman, süre, garanti vs) dikkate alarak en uygun teklifi onaylar ve maksimum teslim süresi ile ilgili teklifi onaylar.

Bu soru gelecekle ilgiliydi lakin bunlar bugünün teknolojisi gelecek bu teknoloji üzerine kurulacak. Artık insan işçi olmayacak yerine robotlar alacak bu robotları ise yapay zekâ yazılımlar yönetecek. Yöneticilerde olmayacak yapay zekâ bizim adımıza en uygun kararları verecek. İnsanlar sistemi dizayn eden tasarımcı rolünde olacaklar. İşçi kavramı yerini bu robotları tamir eden teknisyenlere bırakacak. İşleri robotlar yapacak. Teknisyenler bu robotların daha verimli çalışmaları için gerekli teknik desteği verecekler.

**Üretim, pazarlama ve yönetimde esnafın dijitalleşmesi için destekleyici uygulamalar neler olmalı, üretimde teknoloji, pazarlamada e-ticaret, yönetimde yazılım boyutları açısından özetler misiniz?**

Esnaf ölçeğinde bir işletme e-ticaret girişimi ciddi riskler doğurur kanaatindeyim. E-ticaret sektörü yatırım ve işletim maliyetleri oldukça yüksek ve köşeler büyük oyuncular tarafından çoktan tutulmuş durumda. Bu durumda en doğru başlanacak nokta e-ticaret şirketlerinin lojistik üssü olmak. Ülkemizin aslında en güçlü network ağını esnafı oluşturuyor ve bu ağ hala bakir bir vaziyette bekliyor. Bu güç organize bir şekilde harekete geçirilecek olsa ciddi ekonomik kazanımlar elde edilebilir. Diğer yandan Google benim işletmem ve iyi bir web sitesi ve de sosyal medya



sizi hedeflerinizin çok çok üzerine taşıyabilir. İyi bir web sitesinden kastım. İçeriğinde yüzlerce etiket kelimelerin yer aldığı teknik bilgiler, ürün bilgileri ve onlarca url sayfaları da olmalı.

Müşterileriniz internetten ürünlerinizi arttırdığında sizin web sitenize ulaşmalı. Benim İşletmem sayfanıza girdiğinde web sitenizin bilgilerini doğrulamış olmalı. Siteniz kesinlikle çok dilli olmalı. E-ticaret için buradan başlanırsa çok kısa zamanda siparişlerin kendiliğinden geldiğini göreceksiniz. Geçenlerde yönetim koçluğunu yaptığım bir firmada Google hiç reklam ücreti vermeden bir dijital pazarlama çalışması yaptık. Aradan bir ay geçti geçmedi firma artık web sitesinden sipariş alır hale geldi ve ilk defa dijital pazarlama sayesinde ihracat yaptı. Bu ve buna benzer ticari hayatta çok çok örnek var. Dijital pazarlama araçları kesinlikle çok çok etkin kullanılmalı diye düşünüyorum.

**Pandemi sonrası yeni dönemde esnaf ve KOBİ'lere yön verecek yeni iş modelleri ve iş birliği nasıl fırsata çevrilebilir? Esnafa tavsiyeleriniz nelerdir?**

Hijyen, medikal, kâğıt, eve hizmet, yazılım sektörlerinde hızlı bir yükseliş bulunmaktadır. Bizde 2020 mart ayında pandemi etkisini göstermeye

başladığından bugüne kadar yazılım ekibimizi 5 kat büyüttük. Çünkü bu süreç iş yaşamında dijital dönüşümün olmazsa olmayacağını herkese öğretti ve kuruluşlar dijital dönüşümünü biran evvel tamamlama yarışına giriştiler. Cümlemin başında diğer saydığım sektörlerde de global bir büyüme söz konusu. İstanbul Hadımköy'de üretilen bir pizza kutusu Güney Amerika'ya ihracat hale geldi. Bu yıl itibarıyla ay artarak ilerleyen ihracat rakamları da bu tespitleri doğrular niteliktedir.

*Esnaflarımız KOSGEB İşbirliği desteğinden de istifade ederek bir araya gelip ihracata dayalı üretim şirketleri kurmalılar. Pandemi sadece Türkiye'de değil AB ve ABD'de de ürün maliyetlerini yükseltti. Türkiye olarak bizim avantajımız pandeminin maliyetlere etkisi AB ve ABD'nin çok altında oluşu buna bir de Çin ürünlerine karşı oluşan antipati ve bu ülkelerin gizli ve açık ambargoları da eklenince ülkemiz üreticisi için muhteşem ihracat fırsatları ortaya çıkıyor. Biz Adenyum olarak bu iş birliktelikleri içinde danışmanlık ve yazılım desteği verebiliriz. Hatta bir araya gelecek firmaların analizini yaparak en uygun ürüne karar vermenizde destek olabilir ve sizleri yurtdışındaki müşterilerinizle buluşmanızda da destek olabiliriz. Lakin ilk adım karar vermek. Henry Ford'un dediği gibi; Bir araya gelmek başlangıçtır, bir arada durabilmek ilerlemedir, birlikte çalışmak başarıdır.*

**“** esnafımızın gün içerisinde ilgilendiği onlarca alt yetkinliklerdeki konular nedeniyle kendi yetkinliklerini tam anlamı ile kullanamıyor bu durumda büyüme sürecini olumsuz etkiliyor.



Çözüm üretir...



# ADENYUM

ADENYUM TEKNOLOJİ SAN. İÇ VE DIŞ TİCARET A.Ş.

## İŞLETMENİZİN REKABET GÜCÜNÜ ADENYUM ile arttırın



### Kurumsal Yönetim Danışmanlığı

(Kaizen, Kalite Çemberleri, 5S, Doküman Yönetimi, Bütçe, Stratejik Plan, Süreç Yönetimi, Uluslararası Standartlara Entegrasyon, Maliyet Düşürme Teknikleri ve TPM)



### Devlet Destekleri Danışmanlığı

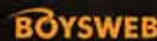
(TÜBİTAK, KOSGEB, Ticaret Bakanlığı, Kalkınma Ajansları, Avrupa Birliği, Tarım Bakanlığı Proje Yönetim ve Yazım Süreçleri Desteği)



### Süreç ve Performans Yönetimi Yazılımı



### Entegre Yönetim Sistemi Yazılımı



### Varlık ve Bakım Yönetimi Yazılımı



### İş Akış Yönetim Platformu

info@adenyum.com  
/adenyumteknoloji



0262 341 5150



# ESDER MALATYA ŞUBESİNDEN FİLİSTİN İÇİN 'BİR KURŞUN BİR İMZA' KAMPANYASI

Birinci dünya savaşından buyana, İslam coğrafyasının sırtında bir çıban gibi büyüyen sözde devlet görünümüne terör ve cinayet şebekesi olan İsrail peygamberler diyarı Filistin topraklarında Filistinli kardeşlerimize ve mukaddesatımız ilk kiblemiz olan Mescid-i Aksa'ya hunharca saldırmaktadır. Yaşlı, kadın, hasta, çocuk ve bebek demeden yapmış olduğu bu zulmü telin etmek zalime karşı ve mazlumun yanında olmak için zulmu seyredenler durumuna düşmemek için bu zulmü herkese duyurmak, İsrail'in güvenliğini sağlayan Malatya şehrimizde bulunan zalimin gözü kulağı olan kürecik Nato radar üstünün kapatılması için başlatmış olduğumuz imza kampanyasına halkımızın büyük bir teveccühü sayesinde 'BİR KURŞUN BİR İMZA' sloganı ile imza kampanyasında hedefimiz 10 bin iken ancak faaliyetimizin engellenme neticesi 6355 rakamına ulaşabildik. 80 araçlık bir konvoy ile kürecik radar üstüne kadar giderek orada basın açıklaması yapmak istedik ancak emniyet güçleri buna müsaade et-



Ahmet Soydoğdu  
ESDER Malatya Şubesi Başkanı

mediler. Şehrimiz soykan parkında açtığımız imza kampanyamızda da anons yapmamıza müsaade edilmedi gerekçe olarak insanların rahatsız olduğu gösterilerek sesimiz kesildi ve bu kısıtlamalarla ancak bu kadar rakam ile haksızlık karşısında susmadığımızı, zalimlerin karşısında her zaman dik duracağımızı zalim İsrail askerinin karşısında taşla mücadele

veren genç yavruların ve mazlum bacılarımızın yanında olduğumuzu ifade ettik. Dünya Müslümanlarının ilk kiblesi şehit kanlarıyla sulanan o mübarek topraklar kanlı postalları ile girdikleri mescidi aksa için yapılan bu çağrımız, birilerini kendi topraklarımızda neden rahatsız ettiğini de çözebilmiş değiliz. 10 milyon nüfuslu İsrail'e karşı bir buçuk milyar İslam âlemi eğer çözüm bulamıyor ise biz Malatyalılar olarak Kudüs'e barış gücü gönüllü askerleri olmaya her zaman hazırız. Çare olarak D8'lerin bir an evvel faaliyete geçirilmesi ve yetkililerimizin İslam birliğini kurmaları Nato incirlik üssünün ve Kürecik 'teki radar istasyonunun kaldırılması ile marketlerde satılan tüm İsrail ürünlerine geçicide olsa boykot edilmesi inançlı insanları memnun edecektir. Filistin halkı için 'ZAFER YAKINDIR VE ZAFER ALLAHA İNANANLARINDIR' geçte olsa bu olacak ve mazlumların ahi yerde kalmayacaktır.





## ESDER 65 YAŞ ÜSTÜ ESNAFLARIN TECRÜBESİ İLE GENÇLERİN DİNAMİZMİNİ BİR ARAYA GETİRDİ



Esnaflar ve Sanatkarlar Derneği'nin (ESDER) düzenlemiş olduğu, Gençlik ve Spor Bakanlığı'nın desteklediği "Aktif Yaşlılık Hareketi" projesiyle 18-30 yaş arası gençleri ve 65 yaş üstü tecrübeli esnafları bir araya getirdi. Projenin ilk toplantısı Ankara



Mahmut Çelikus - ESDER Genel Başkanı



Abdullah Sökücü - Söteks Hipermarket



İbrahim Veli - İktisatçı, Girişimci, Yazar



Fatih Yıldırım - Spia Mühendislik



da 7-8 Haziran tarihleri arasında gerçekleşti. Bu projeye 7 bölgeden 14 genç katılım sağladı. Toplantı'nın birinci gününde projeye katılan gençler ile Ankara kültür gezisi yapıldı. İkinci gününde ise Gençlik Projeleri sunumuyla toplantı Ulucanlar Cezaevi Müzesi koğuş salonunda başladı. Projenin birinci ayağı; girişimcilik seminerleri, esnaf söyleşileri, ahilik sunumu gibi etkinliklerle gerçekleşirken, gençler de sanat sokağındaki esnaf ve sanatkarlarla röportaj yaparak aktif katılım gösterdi.

### NESİLLER ARASI KUŞAK ÇATIŞMASI DEĞİL DENEYİM AKTARIMI

Esnaflar ve Sanatkarlar Derneği (ESDER) bu projesinde "Gençlerin katılımıyla 65 yaş üstü bireylerin sosyal anlamda desteklenmesi, nesiller arası kuşak çatışması yerine deneyim aktarımının gerçekleştirilmesi ve unutulmaya yüz tutmuş sanat ve geleneklerle gençlerin milli değerlere bağlı olması hedeflenmektedir."



Gençlik ve Spor Bakanlığı'nın desteklediği bu projeye "Günümüzde unutulmaya yüz tutmuş sanat dalları ve esnaflık kültürünün hatırlatılarak yaşatılması amacı da vardır.

### ÇIRAK USTA İLİŞKİSİNİ VE ESNAFLIK KÜLTÜRÜ GÜNÜMÜZE TAŞIMAYI HEDEFLİYORUZ

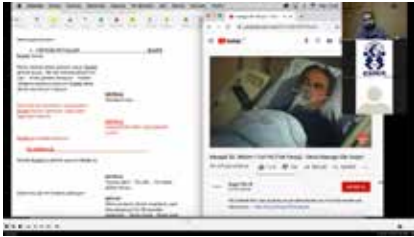
Esnaflar ve Sanatkarlar Derneği Genel Başkanı Mahmut Çelikus esnaflık ve sanatkarlık denilince ahilik kavramı üzerinden durulması gerektiğini belirtti. Çelikus: "Kuşaklar arası sağlanacak olan bu kaynaşmayla, gençlerin etkileşimi ve dinamikliği yaşlıların tecrübesiyle harmanlanacaktır. Oluşacak olan bu durumla birlikte iki farklı kuşağın bir araya gelerekten muhabbet ve samimiyet ortamı oluşacaktır." İfadelerini dile getirdi.

Proje kapsamında farklı bölgelerden gençler 2 kez daha Ankara'da bir araya gelecek ve tiyatro gösterimi, kısa film çekimi, el sanatları eğitimi, esnaflara dijital pazarlama eğitimi gibi faaliyetler yürütülecektir.

# YAKINDA GALASI OLACAK SİNEMA ATÖLYEMİZİN SANAL DERSLERİNDE SONA GELİNDİ, KISA FİLM ÇEKİMİNE BAŞLANDI



Esnaf ve sanatkarlar derneği genel merkezinin yürüttüğü, İçişleri Bakanlığı destekli 'Ahiliği Anlat Sinema Atölyesi' projemizde sona yaklaşıldı. Toplamda 64 saat sürecek eğitimlerimizin sanal dersleri tamamlandı, 13 haftadır devam eden sanal derslerimizin ardından uygulamalı stüdyo ve drone eğitimi derslerimizi yakında yapacağız. Proje başlangıcından beri eğitmen olarak; İbrahim Demirkan, Seçkin Savaş, Ahmet Toklu, Hasan Basri Özdemir, Ümit Altun, Sezai Yeşilyurt, İsmail Şahin gibi deneyimli



7. ders 25.04.2021 Ahmet Toklu, Dizi Film çekimi - Konuk, Bayram Yalçın



8. ders 09.05.2021 Hasan Basri Özdemir, Sinema Tarihi - Konuk, Prof.Dr. Mehmet Karagül



13. ders 06.06.2021 İsmail Şahin, Drone - Konuk, Zekeriya Mızrak

## EĞİTMENLER



Ahmet Toklu



Hasan Basri Özdemir



Sezai Yeşilyurt

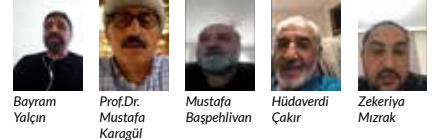


Ümit Altun



İsmail Şahin

## KONUKLAR



isimlerle çalışıldı. Film yapımına uygun sıralama ile; senaryodan ışığa dizi çekiminden sinema tarihine kurgudan oyunculuğa ve son olarak drone eğitimimizin teorik bölümünü 4'er saatlik dersler halinde işledik. Derslerimizde slayt ve video destekli anlatımlar gerçekleştirildi ama daha önemlisi katılımcılarımız eğitmenlerimizle birebir konuşma ve soru sorma fırsatı buldular. Atölyemizi diğer sinema eğitimlerinden farklı kılan konuklarımız; Kazım Ceylan, Tarık Sezai Karatepe, Ömer Özdenören, Bayram Yalçın, Prof.Dr. Mehmet Karagül, Mustafa Başpehlivan, İbrahim Veli, Hüdaverdi Çakır, Zekeriya Mızrak gibi eğitmen ve esnaflarımız ile Ahiliği farklı yönleriyle işledik. Zoom üzerinden gerçekleştirilen derslerin aralarında Altınkepenk kısa film yarışmalarımızdan filmler izletildi. Projemizin son aşamasında yapılacak olan Ahilik ile ilgili kısa film çekiminin hazırlıklarına başlandı. Film çekimleri tamamlanınca proje kapanışı ve sertifika töreni için gala programı düzenlenecek. Gala programımızda katılımcılara sertifikaları ve hediyelerimiz verilecek, çekilen filmimiz izlenecek. Temmuz ayı içinde olması planlanan gala programımıza tüm esnaflarımız ve halkımız davetlidir. Proje ile ilgili detaylar ve gala tarihi sosyal medya hesaplarımızda yayınlanacaktır.



# ESDER SOSYAL DİYALOG İLE KARIYER 4.0 PROJESİNİN 2. TOPLANTISINI GERÇEKLEŞTİRDİ!

SOSYAL DİYALOG  
İLE KARIYER

4.0



Mahmut Çelikus - ESDER Genel Başkanı

Esnaf ve Sanatkârlar Derneği (ESDER)' nin yürüttüğü, Türkiye Ulusal Ajansı tarafından hibelenen, "Sosyal Diyalog İle Kariyer 4.0" adlı Erasmus+ projesinin 2. Toplantısı 26-27 Mayıs tarihlerinde gerçekleştirildi.

Projenin bu toplantısında ilk olarak 1.Toplantı sonrası kariyer ve genç istihdamı anlamında yapılan izleme çalışmaları değerlendirildi. Proje kapsamında katılımcıların hangi çalışma ile ilgileneceklerini düzenlemek adına görev dağılımları yapıldı. Yazılacak politika belgesi için grup çalışmaları yapıldı. Türkiye'nin 7 farklı bölgesinden Ankara'ya gelen 50 üniversite öğrencisine eğitimler dışında sosyal faaliyetler kapsamında Gölbaşı Mogan Park'a gezi düzenlendi. Faaliyetin ikinci gününde katılımcılardan Muhammed Abdullah Üskan'ın gönüllü

olmasıyla "Avrupa ve Türkiye' de Üniversitelerin Kariyer Planlama ve Mezuniyet Sonrası İstihdam Sağlama Faaliyetleri" hakkında sunum yapıldı. Sunumda mezuniyet sonrası gençlerin tecrübesiz olması üzerine konuşuldu. Daha sonra 2. Toplantının esas faaliyeti olan "Kariyer Koçluk Eğitimi" eğitimciler, İbrahim Veli, Mesut Dünder ve Kemal Bülbül tarafından Altındağ Belediyesi Ulucanlar Cezaevi Müzesi'nde verildi. Bu eğitimde katılımcılar sosyal becerileri geliştirme, iletişimi kuvvetlendirme, ikna ve müzakere, stres yönetimi, iş arama becerisi kazandırma, CV hazırlama konuları hakkında eğitim aldılar. Eğitim sonrasında yapılan soru cevap etkinliğinde katılımcılar da etkinliğe aktif olarak dâhil olup akıllarında kalan soruları eğitimcilere sordular.



İbrahim Veli - İktisatçı, Girişimci, Yazar



Kemal Bülbül - Eğitimci



Mesut Dünder - Eğitimci

## Dijital Dönüşüm İle Esnaflığın Doğası Değişiyor!

2020'de Sanal Pos Kullanımının Önemi ~%160 arttı!

### T.C. Ticaret Bakanlığı İstatistiklerine Göre

2020'de E-Ticaretin, Toplam Ticaret İçindeki Oranı %160 Artış Göstererek Tüm Zamanların Zirvesine Ulaştı.



### Ücretsiz Sanal Posla Kesintisiz E-Ticaret

İster web sitenizden, ister cep telefonunuzdan, ister panel ekranından, çoklu tahsilat yöntemimizle işlem tutarınız ertesi gün hesabınızda!

15 Yıllık  
Sektörel  
Tecrübe

Tüm  
Banka/Kredi  
Kartlarına  
Taksit

SMS, E-Posta  
QR Code, Link  
İle Tahsilat

Detaylı  
Raporlama  
Sistemi

Kesintisiz  
Satış Destek  
Ekibi

Ek Ödeme  
Aidat Yok

Ertesi Gün  
Ödeme  
İmkânı

esnepos, tamamen yerli ve milli yazılım ile üretilmiş olup, yapay zeka teknolojisi ile desteklenmektedir.

