

Dijital dönüşüm aslında kolay...

Ama kurumsal kültürün değişimi için aynı şeyi söylemek biraz zor.

Dijitalleşme ve dijital dönüşüm konularını elle tutulur örneklerle tam da kavrayamadığımız dönemleri geçmiş durumdayız. Şirketler, dijitalleşmenin anlamını, önemini ve kurum içinde bunu nasıl ve hangi adımlarla gerçekleştirmek gerektiğini bilmeye kalmayıp bu adımları atmanın maliyetini ve getireceği nicel etkileri de öngörebilecek olgunluğa ulaşmış durumdadır.

Fakat bir fikri akıllarda başarılı/başarısız bir teoriye çevirip pratiğe koyarken yöneticilerin karşılaştığı en büyük zorluğun kurumsal kültür olduğu yapılan tüm araştırmalarda görülüyor. Kağıt üzerinde tam not almış bir stratejinin, kurumlar içerisinde uygulamaya alınmasında, her kademede yüksek bir direnç ile karşılaşıldığını söylersek yanlış olmayız. Bu tarz anlaşmazlıklarda şeffaflık çok önemli. Bu şeffaf yaklaşım, direncin hangi nedenler ile yaşandığını sorguturabilmek, tespit etmek ve yaşanan problemleri çözebilmek adına kritik bir değer.

Her döneme ayak uydurmayı başarabilen ve "tek değişmeyen unsurun değişimin kendisi" olduğunu bilinçlendiren bir kültür ile ortak noktada birleşen kurumların dijitalleşme adına atacağı adımlar aslında pek kolay.

Nasıl mı? Bir kurum çatısı altında olmayan tekil şirketlerde ve aynı zamanda bu şirket kendi yaygıyla kavrulabilen bir teknoloji firması değil ise, dışarıdan temin edilecek teknoloji danışmanları ve teknolojik ortaklar ile uygun çözümleri

yapılarına entegre ederek ortak projeler gerçekleştirebilirler. Bu durumun tek negatif etkisi, merkezi bir yapı üzerinden ilerlenemediği için, ne yazık ki ipin ucunu kaçırmak mümkün.

Fakat, bir kurum çatısı altında olan farklı şirketler ve bu şirketler arasında teknoloji kolu kuvvetli olan bir yapı mevcut ise, tüm dünyada, her sempozyumda, tekrar tekrar anlatılan favori strateji; "centralized digitalization" yani ortak bir noktadan dijitalleşme fırsatını yakalamış olmak, aslında kolayca göz ardı edilebilen bir verimlilik.

Bu göz ardı edilmenin en önemli nedenlerinden biri ise şu konunun yanlış anlaşılması: "Aslında bir teknoloji kolu kurum içerisindeki her yapının, her şirketin, teknoloji kolunda her işini yapması gerekiyor." Bu çok da doğru bir yaklaşım değil. Hatta yanlış, çünkü teknoloji her saniye evrimleşen, gelişen, uçsuz bucaksız bir ekosistem ve kendi uzmanlıklarında olan kurumların belirli teknolojileri yakından takip edip bu konuda farklı/geniş/yenilikçi bir bakış açısına sahip olması fazlasıyla mümkün. İşte tam bu durumda, işin mekanikleri ve uzlaşıları açısından, güvenilen teknoloji koluna danışmak ve şirketlere satın alma ve entegrasyon sürecinde aracı bilir kişi olarak kullanmak doğru bir strateji olarak konumlandırılabilir.

Merkezi bir sistemle gözetleyerek, bizim kültürümüzdeki deyimi ile "yol, yordam bilerek" görev alacak bu teknoloji kolu; istifade edilmek, deneyim ve bilgi eksikliği yüzünden yaşanabilecek negatif senaryoların önüne geçebilir, projenin uzatılması ve gecikmesini önleyebilir ve en önemlisi bu teknolojiyi satın alacak kurum şirketinin piyasa fiyatlarından daha yüksek teklifler ile karşılaşmasını engelleyip, pazarlık yapılmasını sağlayabilir.

Kalkan gibi kullanılan IT şirketi, bu tarz projelerde yaşanan ve yaşanabilecek negatif etkileri en aza indirecek, teknolojiyi entegre eden kurum için verimliliğin artmasına destekte bulunacak, aynı zamanda da aracı olup proje denetimini yaparak ciddi bir "know-how" kazanacaktır. Aslına bakıldığında "win-win" bir durum.

Bunlar aşılması zor ama ortak bir çalışma ile bir o kadar da kolay çözülebilecek atılımlar. Teknolojinin dili aynı ama kurumsal kültürün dönüşümü özverili bir fenomen ve insan farklı dillerden konuşabiliyor. Önemli olan bu zamanda her iki konuda da ortak dille konuşabiliyor olmak.

CIO'lara Göre Yeni Dönem Kurumsal Teknoloji Adımları

Fokus Alanları:

- Operasyonları optimize ederek verimliliği artırmak ve maliyet düşürmek
- IT/siber güvenliğe yatırım yapıp müşteriler, çalışanlar ve ortaklar için dijital güven yaratmak
- Kurum içerisinde rekabetçi dijital kültür ortamı yaratmak

Resesyona Baş Etmek:

- Dijital dönüşümü hızlandırmak
- Yeni teknoloji yapabilirliklerini yaratmak-AI, IOT, ML
- Sürdürülebilirlik ve "end-to-end" A'dan Z'ye otomasyon ile çalışmak

Daha Dayanıklı Bir IT Yaratmak:

- Kritik iş süreçlerini otomatize etmek
- İzleme ve hissetme sistemlerini süreçlere dahil etmek
- Şirket içerisinde eğitimi artırmak ve "in-house" yazılım geliştirmeleri yapabilmek

Kriz Döneminde IT Proje Yönetimi:

- IT projelerinin zamanlamasını değiştirmek
- Yeni projeleri yeniden önceliklendirmek
- Mevcut projelerin maliyet ve ROI analizlerini yeniden gözden geçirmek

IT'nin Kurumdaki Rollerini Anketi

CIO'lar Ne Düşünüyor?

- %38'i: IT dijital iş inovasyonuna liderlik yapar, yeni teknolojiler barındırır ve geliştirir, kıdemli iş liderliği üstlenir
- %31'i: IT, çevik iş altyapısıyla dijital iş inovasyonunu etkinleştirir ve seçilen çeşitli dijital ürünlerin liderliğini yapar
- %26'sı: IT, değişen iş ortamı ihtiyaçlarına proje bazlı dijital iş ortaklığı yapar önümüzdeki 12 ayda yapılması gerekli çekirdek IT harcamaları:
- Raporlama, BI ve analitikler - kaynakları daha iyi yönetebilmek ve gerekli aksiyonları almak amaçlı
- Mobil çalışanı destekleyen video konferans altyapısı, kolaborasiyon uygulamaları, VPN, ağ ve güvenlik altyapısı
- Müşteri deneyimini kontrol eden ve artıran CRM ve satış uygulamaları

Çalışma Şeklinde Yapılacak "Disruptive"

Yıkıcı/Yapıcı Aksiyonlar:

- Robotic Process Automation sürelerini hızla artırmak
- IoT platform ve uygulamalarını artırmak
- Ofis izleme, çalışan mevcut durumu gözetleme ve geliştirici yapılandırılmaları kurmak

Çalışanlarda Aranılan Yeni Roller ve Beceriler:

- Data Scientist'ler - AI beslenmeden evvel karışık verileri düzenleyen mühendisler
- Siber güvenliks yöneticileri
- Data Engineers - Veri mühendisleri - AI/Deep Learning mühendisleri

DİJİTAL TRANSFORMASYON ZAMAN ARALIĞI VE BÜYÜME ORANI

	Dijital Transformasyon için Süren Yıl	Hisse Senedi Büyüme Oranı
Microsoft	5 yıl	258%
Hasbro	7 yıl	203%
Best Buy	7 yıl	198%
Honeywell	3 yıl	83%
Nike	2 yıl	69%
Target	8 yıl	66%
Home Depot	2 yıl	59%

[Daha Fazla Bilgi ->](#)

Çiftlikten Sofraya

Yeni İlgil - Agtech

Gelişen teknolojiler ve bakış açıları ışığında bilinçli yeni nesiller ve ileri görüşlü liderler, sürdürülebilirliğin peşinden hızla koşmaya devam ediyor.

Bu pozitif durum, insanın vücuduna oksijenden sonra belki de en çok aldığı, tarım ve besin ürünleri sektöründe de kendini fazlaca gösteriyor. Sürdürülebilir bir gıda tedarik zinciri, sağlıklı ürünlerin yetişebilmesi için, çiftçilerin yeni teknolojiler ve girişimlerle ortak yapıda çalışmasından başlıyor. Bu çalışma, doğru tohumları serpmek, doğru mahsulü doğru tarlaları kullanmak, yetiştirme koşullarını verimliliştirmek, sürdürülebilir hasat ve sonrası bakım tekniklerine kadar geniş konularla çevrelenmiş durumda. En basit örneği Agtech (Agriculture Tech), tarım alanlarının ölçümlemesini yapıp, çiftçileri mahsullerinin ihtiyacı olan su ve besinlerin ne sıklıkla verilmesinin doğru olacağı noktasında uyarabiliyor. Yerleştirilen sensörlerle hasat sonrasında yeniden ekim yapmak için en doğru zamanı belirleyebiliyor ve depolardaki mahsullerin son kullanım tarihlerine kadar ayarlamasını yapıp hangilerinin tedarik zincirine gönderilmesine, hangilerinin yeniden ekim veya yem için kullanılmasına karar verebiliyor. Bu konulara ileride otonom tarım araçlarının ekleneceğini de söylemek gerek.

Girişimlerin yönelimi ve alanlarında başarı yakalamasıyla yatırımcıların iştahını açan bu sektör, sadece 2020 yılında 413 adet Agtech anlaşmasıyla toplam 4.1 milyar dolarlık yatırım alarak, son 5 sene içerisinde aldığı toplam yatırımı 17.7 milyar dolar gibi bir rakama çıkartmış oldu. Yatırım alan girişimler arasında ThinkIQ, CIBO ve Nestle'nin 950 milyon dolara satın aldığı Freshly ve Benson Hill dikkat çekiyor.

Geleceğin kurumları nasıl değişiyor ise geleceğin tarım uygulamaları da değişiyor. İnovasyonları ile çevrelecek için çalışmaya devam ediyor.

[Daha Fazla Bilgi ->](#)

Yeni Bankamız Apple Olabilir!

Teknograph olarak gözümüze çarptığı anda kaçırırmaktan hiç hoşlanmadığımız bir konu: Fintech. Aslına bakarsak bu makede kendi değerleri bir banka kimliğiyle ikiye katlayan dev teknoloji şirketlerinden bahsetmek istiyoruz ki bu atılımları finansal teknolojilerin getirdiği inovasyonlarla sağladıklarını söylemeden geçmeyelim.

Pandeminin nakitten dijital paraya geçişi hızlandırmasıyla büyük teknoloji şirketlerinin aslında pandemi öncesinde geliştirmeye başladıkları çevik, güvenli ve transparan ödeme sistemleri sunan ürünlerinin yıldızları parladı. Konuyu biraz daha açalım: geleneksel banka yöntemleriyle para transferleri, ödemeler ve bunun gibi işlemler yavaş, güvenilirliği oldukça sorgulanan, ekstra ücretlendirmelere tabi işlemlerdi, hala da bu durum böyle. Bakıldığı gibi Türkiye'de Amerika'ya para transferi yapmak istediğimizde hala 1960'ların teknolojisini kullanıyoruz. Özellikle pandemi döneminde kolay, ucuz ve her yerden ulaşılabilir paranın önemi çok daha arttı. Kurumsal şirketler olarak bu durumu önemini pandemi öncesi zaten biliyorduk ama Fintech'in demokratikleşmesi, çalışan çalışmayan 7'den 70'e herkese ulaşması, pandemi nedeniyle gerçekleşti.

Amerikan Google, Apple, Facebook, Amazon, Asyalı Tencent, Alibaba ve Gojek gibi teknoloji devlerinin, toplamda 3-4 milyar kullanıcıya sahip olma rakamları ve müşteri davranış/beklentileri hakkındaki sınırsız bilgileriyle bulundukları pazarlara bakış açıları her finansal sistemden çok daha üstün konumda. Bu durum onlara "doğru paketleri" müşterilere sunmakta çok ciddi bir avantaja sağlıyor. Dijital dönüşüm satıcıları hangi ürün, sağladıkları hangi erişim olursa olsun paranın merkezde olduğunu bilerek, kendilerini bu parayı kontrol ettikleri bir bankaya çevirmeleri fikri hakikaten dahice! Bu şekilde işlemler içeriden gözlemleyebiliyor, maliyetleri düşürmek için çalışmalar yapabiliyor ve müşteriğine hızlı, güvenli ve ucuz ödeme sistemleri sunuyorlar. Bunlara bir de zaten teknoloji firması olmasının sunduğu teknolojik altyapı avantajını da eklediğimizde bir sonraki paragraftaki sorunun cevabını aslında verebiliriz.

Peki bu teknoloji devlerinin arasında bankalara ne olacak? Accenture'un yaptığı bir araştırmaya göre 2025'e kadar bankalar dijital ödeme sistemleri ve banka olmayan teknoloji devlerinin rekabetiyle 280 milyar dolara yakın gelir kaybedecek. Bu durumla baş edebilmek için önerilenler; altyapılarını yenilemek, blockchain kullanmak, maliyetleri düşürmeye çalışmak ve yeni girişimlerle ortaklıklar kurmak. Ne yazık ki, altyapılarını yenilemeyecek bu girişimlerle stratejik ortaklıklar kuramayacak bankalar, kaybeden paydasındaki yerlerini alacaklar.

[Daha Fazla Bilgi ->](#)

Pubg Halka Açılıyor

Pubg Oyun yaratıcısı Krafton Inc., rekor yaratacak halka arz için bankacıları işe almaya başladı bile. Güney Kore'nin en büyük halka arzı olabilecek PlayerUnknown's BattleGrounds oyununun arzu için Krafton, Mrae Asset Daewoo, Credit Suisse Group AG, Citigroup Inc. ve JPMorgan Chase Co. şirketleriyle masaya çoktan oturdu.

Ülkenin bir başka başarılı oyun şirketi Kakao Games Inc., geçen ay halka arz edildi ve ilk iki gününde değerini üçe katladı. Bu varsayımı Krafton'u şu anda 26 milyar dolar değerinde düşünürsek Güney Kore'nin en büyük şirketlerinden biri olabilir. Yaklaşık 9 milyar dolarlık hissenin satışı planlanırken Çin'in oyun devi Tencent Holding'in sahip olduğu Krafton, büyük yankı yaratacak gibi. Online multiplayer oyun sektöründe çığır açan PUBG rekabet içerisinde olduğu diğer online multiplayer oyunlar arasında bu atılımla yeni bir dalga yaratacak mı? Oyun sektöründeki şirketler acaba bu halka avrüzgârına kapılacak mı? Sonuçları hep birlikte göreceğiz.

[Daha Fazla Bilgi ->](#)