

“Türkiye’nin önde gelen şirketleriyle çalışıyoruz”

Satın alma ve tedarik zinciri dünyasındaki dönüşümün odağında yer alan şirketlerden biri olan KoçZer, geçen yıl yaptığı yatırımların meyvesini toplamaya hazırlanıyor. KoçZer CEO’su Serhan Turfan, “Bu yıl büyümeyi yeni yetkinlikler, dijital gelirler ve uluslararası ölçek üzerinden yönetmeye odaklandık” diyor.

Küresel ticarete artan belirsizlikler, şirketlerin satın alma ve tedarik zinciri yönetimine bakışını değiştiriyor. Tarifeler, yaptırımlar, regülasyonlar ve maliyet baskıları, satın alma fonksiyonunu operasyonel bir birim olmaktan çıkarıp stratejik karar mekanizmasına dönüştürüyor. Bugün bin 600’den fazla müşterisine uçtan uca çözüm üreten Koç Topluluğu şirketlerinden KoçZer, bu dönüşümün odağındaki şirketlerden biri. Sektörün geleceğini veri ve yapay zekanın belirlediğini vurgulayan KoçZer CEO’su Serhan Turfan, yeni dönem büyüme ajandasını dijital platformlar ve deneyimi yurt dışına taşıma üzerine kurduklarını söylüyor. Turfan’a hem sektörü hem de yeni dönem hedeflerini sorduk.

KoçZer için büyüme hedeflerinizden bahsedebilir misiniz? 2026 yılı ajandanızda öncelikli projeleriniz nelerdir?

2026, KoçZer için büyümeyi yeni yetkinlikler, dijital gelirler ve uluslararası ölçek üzerinden yönettiğimiz bir yıl oluyor. 2025’te önemli yatırımlar yaptık. 2026 için odağımızda, bu yatırımların oluşturduğu yetkinlikleri gelire ve ölçeğe dönüştürmek yer alıyor. Gelirlerimizde dijital platformların payını artırmak ve Türkiye’de kanıtladığımız model farklı pazarlara taşımak da büyüme yaklaşımımızın iki ana eksenini oluşturuyor. Ajandamızın ilk sırasında, KoçZer’in küresel büyümesinde lokomotif olarak gördüğümüz Promena bulunuyor. Yılda 75 binden fazla profesyonel e-ihaleye aracılık eden platformun dijital satın alma yetkinliklerini geliştirerek kurumların karar süreçlerine daha fazla değer katmak istiyoruz. Medya tarafındaki yatırımlarımızı Onelngage çatısı altında güçlendiriyoruz. Romanya’daki yapılanmamızla Türkiye’de geliştirdiğimiz satın alma ve tedarik zinciri yönetimi modelini uluslararası

pazarlara taşıyoruz. Bu kapsamda, yurt dışındaki etkimizi güçlendirmek için Koç Topluluğu şirketlerinden Ram Dış Ticaret’in, uluslararası ticaretteki yarım asrı aşkın deneyim ve uzmanlığını operasyonlarımıza dahil ettik. Büyümenin müşteriye yansıyan tarafında ise hizmet modelimizi geliştirmeye devam ediyoruz. Müşteri temasını tek noktada topladığımız, sahipliği netleştirdiğimiz ve iş birimleriyle daha çevik çalışan yapımız, ihtiyaçların doğru uzmanlıkla daha hızlı buluşmasını sağlıyor. Böylece büyümeyi yeni iş alanları kadar, mevcut müşterilerimizle hizmet kapsamını derinleştiren bir anlayışla yönetiyoruz.

Digital Panorama ve Ingage birleşmeleriyle hayata geçen Onelngage yapılanması, medya satın almadan üretime uçtan uca entegre bir model sunuyor. Geleneksel satın alma uzmanlığınızı medya, yaratıcılık ve teknolojiyle birleştirmek nasıl bir fark yaratıyor?

Onelngage’in en önemli farkı, KoçZer’in geleneksel medya alanındaki köklü satın alma uzmanlığını, Ingage’in dijital medya, veri ve teknoloji yetkinlikleriyle ve Digital Panorama’nın yaratıcı gücüyle tek bir yapı altında buluşturmasıdır. Bu yapı, online ve offline medya planlama, satın alma, optimizasyon ve ölçümleme süreçlerini yöneten InMedia360, Digital Panorama’nın yeni adıyla kreatif ve içerik çözümleri sunan InCrea360 ve veri, yapay zeka, reklam ve pazarlama teknolojileri alanında uzmanlaşan InTechno360 olmak üzere üç şirketten oluşuyor. Medya, yaratıcılık ve teknolojiyi aynı stratejik hedef doğrultusunda bir araya getirerek markalara daha çevik, koordineli ve ölçülebilir çözümler sunuyoruz. Amazon, Google, Meta ve TikTok gibi global platformlarla kurduğumuz güçlü iş birliklerinden edindiğimiz deneyimle, müşterilerimizin gelecekte ihtiyaç duyacakları yapay zeka, veri ve teknoloji odaklı çözümleri



bugünden geliştirmeyi amaçlıyoruz. Entegre yapımızla müşterilerimizin koordinasyon yükünü azaltıyor; daha hızlı karar almalarına, bütçelerini etkin yönetmelerine ve yaratıcı çalışmalarını medya iç görüleri ve veriyle güçlendirmelerine katkı sağlıyoruz. Ölçülebilir iş sonuçları ve sürdürülebilir büyüme odağıyla, müşterilerimizin stratejik iş ortağı olmayı ve uluslararası medya, pazarlama ve teknoloji çözümleri sunan lider bir yapı hâline gelmeyi hedefliyoruz.

KoçZer’in 2003’teki kuruluş amacıyla bugünkü konumu arasında nasıl bir fark var?

KoçZer, 2003’te Koç Topluluğu şirketlerine merkezi satın alma hizmeti sunmak amacıyla kuruldu. İlk çıkış noktası, topluluk içindeki satın alma süreçlerini daha verimli, ölçekli ve uzman bir yapıyla yönetmekti. Zaman içinde bu yapı, yalnızca topluluk şirketlerine hizmet veren bir model olmaktan çıktı. Türkiye’de kurumsal satın alma ve tedarik zinciri yönetimi alanının yerleşmesine katkıda bulunan daha geniş bir iş modeline dönüştü. Bugün geldiğimiz noktada ise rolümüz merkezi satın alma hizmetinin sınırlarını belirgin biçimde aştı. bin 600’den fazla müşterinin farklı ihtiyaçlarına cevap veriyoruz. Belirli bir işlemi gerçekleştiren yapıdan, müşterisinin operasyonunu farklı katmanlarıyla anlayan ve uçtan uca çözüm üreten bir iş ortağına dönüştük. Malzeme ve hizmetlerden taşımacılık ve depolamaya uzanan satın alma çözümlerimizi, Promena, ZerOnline, ZerGo, ZerCard gibi dijital ürünlerimizle destekliyoruz. Bir müşteriyle başlayan satın alma ilişkisi, lojistik, dijital sipariş yönetimi, tedarikçi yönetimi, medya, dış ticaret, danışmanlık gibi farklı başlıklarda büyümeyi berabe-

rinde getiriyor. Otomotivden perakende-ye, enerjiden üretime Türkiye’nin en büyük şirketleri satın alma ve tedarik zinciri yönetiminde KoçZer’i tercih ediyor.

Şirket olarak yapay zekayı nasıl konumlandırıyorsunuz? Bu konudaki projeleriniz nelerdir?

Tedarikçi yönetiminin geleceği, yapay zeka ve veri analitiğiyle şekillenecek. Gerek KoçZer gerekse üyesi olduğumuz Koç Topluluğu bünyesinde, bu alanda çalışmalar yürütüyoruz. Halihazırda kullandığımız yapay zeka çözümleri ya da hizmetlerimize entegre ettiğimiz pek çok yapay zeka uygulaması var. Örneğin ihale modellemesi, kendi kaynaklarımızla üretip Promena’ya konumlandırıdığımız ilk yapay zeka projemiz. Bu sayede Promena’nın 20 yılı aşkın e-ihale uzmanlığı, yapay zeka uygulamasına dönüştü. Dijital e-ticaret platformlarımızdan ZerOnline’da ise yapay zekayı ağırlıklı olarak müşteri deneyimini iyileştirme, ticari performansı artırma ve karar destek mekanizmaları oluşturma amacıyla konumlandırıyoruz. ESG360 by Promena çözümü ise yapay zeka tabanlı

analizlerle tedarikçi yönetiminde sürdürülebilirlik odaklı karar alma süreçlerine veri temelli bir bakış sunarak, çevresel, sosyal ve yönetim risklerinin daha bütüncül şekilde ele alınmasını mümkün kılıyor.

Küresel tedarik zinciri baskıları ve ekonomik dalgalanmaların gölgesinde B2B satın alma dünyası kabuk değiştiriyor. Satın alma ve tedarik zinciri yönetimi şirketler için neden daha stratejik hale geldi?

Tarifeler, yaptırımlar, ticaret savaşları ve hızlı regülasyon değişiklikleri, aynı ürünün farklı ülkelerde farklı maliyet, erişim ve risk profili taşımasına yol açıyor. Bu nedenle şirketlerin genel satın alma politikalarıyla yetinmesi ve yalnızca maliyet kontrolüne odaklanması artık yeterli değil. Ürün bazında senaryolar kurmaları, alternatif kaynakları önceden hazırlamaları ve hangi koşulda hangi tedarik kararını değiştireceklerini belirlemeleri gerekiyor. Siyasi ve ekonomik belirsizliklerin yoğun olduğu bir dönemden geçiyoruz. Belirsizlikler arttıkça, görünürlük ve karar alma hızı daha değerli hale geliyor. Şirketler çoğu zaman riskleri görüyor, ancak doğru kararı yeterince hızlı alamıyor. Oysa güvenilir veri ve teknoloji, risklerin doğru tanımlanmasını ve daha hızlı karar alınmasını sağlıyor. Bu da satın almayı operasyon, finans ve büyüme kararlarını birbirine bağlayan stratejik bir yönetim yetkinliğine; iş sürekliliğini, karar kalitesini ve rekabet gücünü belirleyen stratejik bir alana dönüştürdü. KoçZer’in 25 yıla yaklaşan deneyimi, 70 bini aşkın tedarikçi ağı, 140’tan fazla kategoride uzmanlığı ve teknoloji destekli çözümleri bu ihtiyaca karşılık geliyor.