

KoçZer satın almayı dijitalleştiriyor

KoçZer, dijitalleşmeye yönelik yatırımlarına hız kesmeden devam ediyor. Yeni dijital ürünleri, ZerGO ve ZerCard'ı anlatan KoçZer Genel Müdürü Serhan Turfan "ZerGO ile işyeri ihtiyaçları için Türkiye'nin en büyük pazaryeri olmayı hedefliyoruz" diyor.

Küresel salgının başlangıcından bu yana tedarik zinciri hiç olmadığı kadar gündemde ve bir o kadar da dinamik. Dünyayı birbirine bağlayan küresel ticaret yollarının durumunu anbean takip etmek, jeopolitik gerilimlerden kaçınmak için alternatif stratejiler geliştirmek, 'siyah kuğu'ları erken tespit için yapay zeka destekli tahmin sistemlerinden yararlanmak yeni normlara dönüşüyor. Ancak her şeyden önce enflasyon gibi bir gerçeğin tam ortasında maliyetleri dengelemek gerekiyor. Bu noktada işi tedarik zincirini yönetmek olan, satın almaya adanmış iş ortaklarına ihtiyaç duyuluyor. Bugün 45 bini aşkın tedarikçisi ve 130 farklı kategorideki uzmanlığıyla Türkiye'de kurumsal satın alma ve tedarik zinciri yönetimi alanında lider olan KoçZer, 21 yıllık sektörel deneyimiyle bu süreçte şirketlere destek oluyor. Satın alma ve tedarik zincirine dair son trendleri ve ticareti online kanala taşımayı hedefledikleri yeni B2B pazaryeri platformu ZerGO'yu KoçZer Genel Müdürü Serhan Turfan'a sorduk.

İlk olarak KoçZer'in 20. yılında tanıttığı yeni marka kimliğini sorarak başlamak isteriz. Bu dönüşüm sürecinden bahsedebilir misiniz?

KoçZer, 21 yıl önce Koç Topluluğu çatısı altındaki şirketlerin medya satın almalarını ortaklaştırmak amacıyla kuruldu. Şirketimizi vizyonuyla hayata geçiren, kuruluş dönemlerinden bugüne hep arkasında duran Başkanımız Sayın Ali Y. Koç, 2008 yılında verdiği bir demeçte "Global oyuncunun bir silahı da satın alma" diyerek bu alanın büyümesi gerektiğine işaret etmişti. Türkiye'de ortak satın alma yapısı yaklaşımla bir ilki gerçekleştiren KoçZer, topluluk şirketlerinin satın alırken de kazanmaları için her kategoride uzmanlık oluşturmaya başladı. 2015'e gelindiğinde KoçZer grup dışı büyüme adımları attı ve Türkiye'de tedarik zinciri ile kurumsal satın alma sektörlerinin yerleşmesinde öncülük ederek örnek bir model oluşturdu. 2023'te Cumhuriyetimizin 100'üncü yılını kutlarken, aynı zamanda KoçZer'in 20'nci yaşını kutladık. Zer'den KoçZer'e olan marka kimliği dönüşümü, yeni bir döne-

"ROMANYA'YA AÇILIYORUZ"

"KoçZer ilk yurt dışı adımını 2013'te Promena'yı bünyesine katarak attı. 50 binden fazla profesyonel e-ihale hizmetine aracılık eden satın alma ve tedarik çözümleri platformu Promena, KoçZer'in küresel pazarlarda rekabet edebilirliğini yöneten amiral gemisi. Yurt dışı büyüme adımlarımızın bir yenisi, bu çeyreğin sonunda tamamlamayı planladığımız Romanya yatırımı olacak. Türkiye'de inşa ettiğimiz faydalı modeli, pazarın dinamiklerine uygun bir biçimde Romanya'ya taşıyacağız. Ayrıca, her alanda büyürken medya ve prodüksiyon alanında da yatırım yaptık. KoçZer olarak yeni nesil prodüksiyon ajansı Digital Panorama'yı bünyemize kattık. Dijital medya satın alma alanında faaliyet gösteren şirketimiz Ingage ile de "Agency of Exporters" hedefimizle Ortadoğu ve Avrupa'da yatırımlara hazırlanıyoruz ve şirketlerin online kanallardan ürünlerini öne çıkarmasına ve ticareti artırmalarına destek olmayı hedefliyoruz."

min de başlangıcını temsil ediyor. Benimsediğimiz "KoçZer İşinin Yanında" söylemiyle her ölçekte şirket için uzman bir iş ortağı olduğumuzu daha ilk temasta yansıtmayı amaçlarken yönümüzü de büyük bir kararlılık ve güvenle dijitale çevirdik.

KoçZer için 2023 yılı nasıl geçti, 2024 yılı için hedefleriniz nelerdir?

2023'ü 1,5 milyar doları aşan satın alma hacmini yöneterek tamamladık ve ciromuzun yüzde 25'ini topluluk dışı şirketlerden elde ettik. Bu şirketler arasında Borusan, Eczacıbaşı, Şişecam, Migros, Sanko gibi Türkiye'nin önde gelen şirketleri yer alıyor. 2024 Türkiye için yeni bir yüzyılın başlangıcını temsil ettiği gibi, KoçZer için de yeni bir dönemin kapısını araladı. Online B2B pazaryeri atılımı yaptık, iki yeni dijital ürünümüzü bu süreçte lanse ettik. Yeni dijital ürünlerimiz, ZerGO ve ZerCard, sektördeki farklı ihtiyaçları karşılamak üzere tasarlanmış yenilikçi çözümler sunuyor. ZerGO, B2B alışveriş dünyasına özel

tasarlanmış online bir pazaryeri ve bu platformda şirketler hem satıcı hem alıcı olarak yer alabilecek, iş yeri ihtiyaçları için farklı avantajlardan faydalanabilecek. ZerCard ise çalışanların ihtiyaçlarına odaklanıyor ve şirketler için çalışan/bayi ödüllendirme sistemlerine nakite benzer bir yaklaşım sunuyor. Bu ürünlerimizin penetrasyonunu genişletmenin yanında önümüzde yurtdışı açılımı, müşteri odaklı organizasyon yapısının kurulması gibi büyük dönüşüm hedefleri var.

Sizce satın alma sektörü dijitalleşme konusunda ne bekliyor, dijital süreçlere artan ilgiyi nasıl değerlendiriyorsunuz?

Dijitalleşme özellikle 2020'den bu yana tedarik zinciri ve satın alma iş alanlarının birincil gündem maddesi. O dönemde küresel bir salgınla kesintiye uğrayan tedarik zincirleri, bugün yüksek enflasyon, yeni kutuplaşmalar, küreselleşmenin yeni bir forma kavuşması ve dünyanın farklı yerlerinde dönemsel olarak yükselen çatışmalarla şekilleniyor. Uykuları esneklik, dayanıklılık, çeviklik, risk yönetimi gibi kavramlarla bölünen, stratejik rolleri her geçen gün genişleyen profesyonellerin en önemli aracı ise şüphesiz ki teknoloji. Araştırmalar, 2025 itibarıyla, tedarikçiler ve alıcılar arasındaki B2B satış etkileşimlerinin yüzde 80'inin dijital kanallarda gerçekleşmesini öngörüyor. B2B satın alma davranışları, son birkaç yılda hızlanan bir değişim olan alıcı merkezli bir dijital modele doğru kayıyor. Birçok şirket, satın alma süreci tamamlanana dek, tedarikçileri ile fiziksel olarak bir arada olmaya gerek kalmadan ihaleleri tamamlamayı ya da şirketlerinin ihtiyaçlarını da tıpkı bireysel ihtiyaçlarını bir e-ticaret platformundan saniyeler içinde karşıladıkları gibi kolayca satın almak istiyor.

Yeni pazaryeri platformunuz ZerGO'dan bahsedebilir misiniz?

KoçZer olarak hem alıcı hem satıcı ihtiyaçlarına yanıt veren ilk B2B e-ticaret adımı-mızı ZerOnline ile atmış-tık. Şirketlere özel katalog sunduğumuz, tüm hizmet politikasını müşteri taleplerine göre terzi usulüyle belirlediğimiz bu model bize çok şey öğretti. Kurumsal şirketlerin sipariş yönetiminde dijital bir çö-

züm olarak hem katalog yapısıyla, hem de entegrasyon yeteneği ile yer aldık. Bu deneyimi daha açık, B2C e-ticaret deneyimine benzer bir yapıya nasıl dönüştüreceğimize yönelik çalışmalarımızın neticesi de ZerGO oldu. "İşyerinin ihtiyaçları için durma, ZerGO'la!" mottosuyla pazara sunduğumuz ZerGO, Türkiye'nin işyeri ihtiyaçları dikeyinde kurgulanmış ilk B2B pazaryeri. ZerGO, satıcılar, baremli fiyat belirleyerek müşteriye özel avantajlar oluşturabiliyor. Alıcılar ise spot alımlardan çoklu alımlara en avantajlı satın alma süreçlerini kurgulayabiliyor ve her şey KoçZer güvencesiyle yürütülüyor. ZerGO'ya yönelik inancımız çok yüksek; zira satın almacıların gündemine, taleplerine, endişelerine, beklentilerine hakimiz. İlerleyen dönemde ZerGO'nun iş yeri ihtiyaçları için Türkiye'de en büyük B2B pazaryeri olmasını hedefliyoruz.

2024 için öngörüleriniz nelerdir?

Eğer 2023 yılını iş dünyasının 'çoklu krizlerle boğuştuğu bir yıl' olarak adlandıırırsam, 2024 yılı bence 2023'ten gelen bu risklerin taşındığı bir yıl olarak devam ediyor. Maliyetlerin tekrar eski seviyelere dönmeyeceğinin kabulüyle, şirketler için bu ortamda en önemli konu likiditeyi yönetmek... Yüksek enflasyon ve yüksek faiz koşullarında tedarik zincirini yönetmeleri gerekiyor. Yüksek enflasyon şirketlere yeni bir kavram da armağan etti – enflasyon muhasebesi... Gerek CEO'lar, gerekse satın alma liderleri bu kavramı göz önünde bulundurarak yeni kararlar almak durumunda... Makroekonomik belirsizliğin gölgesinde rafa kalkmış gibi görünse de sürdürülebilirlik ve ÇSY başlıkları giderek daha kritik hale geliyor. Yapay zeka, baş döndürücü bir hızla tedarik zincirinde gerçek uygulama alanları buluyor. Tedarik zinciri yöneticilerinin görev alanı artık maliyet, kalite ve teslimatın ötesine uzanıyor. KoçZer, müşterilerinin satın alma süreçlerini daha dayanıklı ve dijital hale getirmeleri için yanında. Uzun vadede KoçZer'i dijital platformları ve geliştirdiği uzmanlığı bütünleşmiş bir hizmet şeklinde sunan, Türkiye pazarına hakim ve globalde rekabet eden bir şirket haline getirmeyi amaçlıyoruz.

