

“Yönümüzü dijitale ve yurt dışına çevirdik”

Koç Topluluğu’nun tedarik zinciri ve satın alma şirketi KoçZer, yeni dönemde yurt dışında büyümeye ve dijitale odaklanacak. KoçZer Genel Müdürü Serhan Turfan, “AB ile iş birliğini artırarak Türkiye’deki faydalı modelimizi uluslararası pazarlara taşımak için çalışıyoruz” diyor.

Ekonomik belirsizlik, jeopolitik çalkantılar, siber riskler ve yapay zeka gibi gelişmiş teknolojiler, tedarik zinciri ve satın alma sektöründe fırsat ve riskleri beraberinde getiriyor. Kesinti ve aksaklıkların küresel ticaretin her katmanına sirayet ettiği belirsizlik çağında, Koç Topluluğu bünyesinde temelleri 2003 yılında atılan tedarik zinciri ve satın alma şirketi KoçZer, yeni marka evreniyle dijitale ve yurt dışında büyümeye odaklanıyor. KoçZer’in medya ve prodüksiyon alanındaki son yatırımlarını, Romanya açılımını, Ram Dış Ticaret iş birliğini ve 2025’in geri kalanına dair beklentilerini, KoçZer Genel Müdürü Serhan Turfan’la konuştuk.

2024 yılı KoçZer için nasıl bir yıl oldu? Hangi büyüklükte bir satın alma bütçesi yönettiniz?

21 yıl önce Koç Topluluğu çatısı altındaki şirketlerin medya satın almalarını ortaklaştırmak amacıyla kurulan KoçZer, cumhuriyetimizin ikinci yüzyılına, değişimi ve dönüşümü her alanda kucaklayan bir marka dünyası kurarak karşıladı. 2024’te yaklaşık 2 milyar dolar satın alma bütçesi yöneten KoçZer, bugün yüzde 25’i grup dışı müşterilerden oluşan bin 300’ü aşkın müşterisi ve 61 bini aşan kayıtlı tedarikçi ağıyla, ülkemizdeki toplam medya satın almalarının yüzde 11’ini yönetiyor. Temelleri 2003 yılında, topluluğumuzun kurucusu Vehbi Koç’un “Kazanırken, satın almada da kazanacaksınız” sözü ışığında, Türkiye’deki ilk ortak satın alma yapılarından biri olarak atılan KoçZer, bugün yönünü dijitale ve yurt dışına çeviren, kategori yönetimindeki uzmanlığı ve güçlü tedarikçi ekosistemiyle öne çıkan, geniş ölçekli bir kurumsal

“RAM DIŞ TİCARETLE İŞ BİRLİĞİ YAPTIK”

“Dijital pazarlama alanında güçlenirken, uluslararası ticarette de Koç Topluluğu şirketlerinden RAM Dış Ticaret ile iş birliğine gittik. Merkezi satın almanın Koç Topluluğu’ndaki ilk örneğine imza atan iki şirket olarak, yeni nesil bir çalışma modeliyle güçlerimizi birleştirdik. Böylece iş ortaklarımızın yenilikçi ve kapsamlı çözümlerle global pazarlarda rekabet avantajı elde etmesini sağladık. Yakaladığımız stratejik uyum, yalnızca operasyonel süreçlere verimlilik artışı getirmekle kalmadı. Aynı zamanda iş ortaklarımızın uluslararası ticarette daha güçlü bir konuma gelmesine de olanak tanıdı.”

kurduk. 18 binden fazla kayıtlı Türk şirketi ve 10 milyon dolar direkt Türk yatırımı olan, halihazırda aktif operasyon yürüttüğümüz Romanya, bir Avrupa Birliği ülkesi oluşuyla yurt dışı yapılanmamızı başlattığımız ilk pazar oldu. İlk yıl 30 milyon euro, üç yıl içinde 100 milyon euro satış hacmi; üç yılın içinde yurt dışı brüt kârımızın yarısını sağlama hedefiyle hayata geçirdiğimiz KoçZer Romania SRL, Dubai, İspanya, Bulgaristan ve Hindistan gibi 15 ülkede büyümeyi sürdüren distribütörlük yapımızın ve yurt dışı stratejimizin itici gücü olarak konumlanıyor. Yurt dışındaki stratejik hedeflerimiz kapsamında, bir yandan distribütörlük yapımızı büyütüp genişletirken, diğer yandan Romanya’nın çevre ve AB ülkeleriyle iş birliğini artırarak Türkiye’deki faydalı modelimizi uluslararası pazarlara taşımak için çalışıyoruz.

Son yıllarda dijitalleşme konusunda pek çok yatırım yaptınız. ZerGO önemli projelerinizden biri oldu. ZerGO’dan bahsedebilir misiniz, büyüme hedefleriniz neler?

“KoçZer İşinizin Yanında” söylemiyle yeni bir döneme başladığımız 20’nci yılımızın bir diğer stratejik

satın alma ve tedarik zinciri yönetimi yapısı haline geldi.

2025 yılı büyüme hedefinizi öğrenebilir miyiz? 2025 yılında KoçZer’in ajandasında öne çıkan başlıklar neler?

KoçZer olarak yeni marka dünyamızı inşa ettiğimizden bu yana yönümüzü yurt dışına ve dijitale çevirdik. İlk yurt dışı adımımızı 2013’te e-ihale hizmetlerine aracılık eden Promena’yı satın alarak attık. Yurt dışı yol haritamız kapsamında Ağustos 2024 itibarıyla Romanya’da şirket

önceliği de dijitalleşme oldu. E-ticaretle başlayan, gelişmiş ödeme altyapılarıyla devam eden ve bugün yapay zekayla uçtan uca dönüşen tedarik zincirinin talebi dijitalleşme. Satın alma ekipleri, 2027’ye kadar tüm süreçlerinin en az yüzde 70’ini dijitalleştirme hedefiyle çalışıyor. Küçük ve orta ölçekli işletmeler de satın alma departmanları için gereken teknoloji yatırımlarını artırıyor. Bu dönüşümün öncülerinden olma hedefiyle hayata geçirdiğimiz ve Türkiye’nin işyeri ihtiyaçları dikeyinde kurgulanmış ilk B2B pazaryeri ZerGO, KoçZer’in zamanın ruhunu okuyan en önemli girişimlerinden biri oldu. Rakamlarla örnekleyseniz: Ocak - Mayıs 2024 döneminde alıcı sayısı, 2025’in aynı döneminde yaklaşık 40 kat büyüdü. Satıcı sayımız aynı dönemde iki kat arttı ve platformdaki ürün sayısı 270 bini aştı. E-ticaret deneyimini kurumsal şirketlerden KOBİ’lere, her ölçekten şirketin beklediği fonksiyonlar ve güven ortamıyla sunan ZerGO çay ocağından hırdavata, iş güvenliği malzemelerinden tekstil ürünlerine, bir işyerinin ihtiyaç duyabileceği ürün çeşitliliğini onlarca tedarikçinin rekabetçi fiyatlarıyla tek platformda buluşturuyor. Bu büyüme rakamlarına ve işletme ilgisine bakarak, ZerGO’nun ülkemizin ‘B2B dikeyinde kurgulanmış ilk pazaryeri’ unvanını çok yakın zamanda ‘en büyük B2B pazaryeri’ unvanına bırakacağına inanıyorum.

KoçZer, Ingage’i devralarak Onelngage çatısı altında yeniden yapılandırdı. Onelngage satın alması KoçZer’in ‘yatırımcı’ kimliğini de öne çıkarıyor. Bu noktadaki stratejik hedeflerinizden ve varsa yeni satın alma planlarınızdan bahsedebilir misiniz?

KoçZer olarak, 2018’de dünyanın en büyük ajans ağlarından WPP ve Koç Topluluğu ortaklığıyla kurulan Ingage’in tüm hisselerini 2024 sonunda devraldık ve yeni bir yapılanmaya gittik. Bu gelişme, Nisan 2024’te medya ve prodüksiyon satın alma hizmetlerini dijital üretim ve kreatif ajans hizmetleriyle genişletmek üzere imza attığımız Digital Panorama satın almasından bir yıl sonra geldi. Onelngage adıyla marka kimliğini yenilediğimiz yeni yapı, KoçZer’in medya sektöründeki 20 yılı aşan yolculuğunun yeni bir fazı olarak konumlanıyor. Onelngage, medya satın alma, yaratıcılık ve teknoloji alanlarındaki uzmanlıkları entegre bir yapı altında birleştirerek pazarlama iletişimde 360 derece çözüm sunmayı hedefliyor. “One Stop Shop” yaklaşımından köklenen ve Amazon, Google, Meta ve TikTok’un stratejik ortağı olan Onelngage, Koç Topluluğu ve topluluk dışı müşterilerimizin tüm medya süreçlerini uçtan uca tek noktadan yöneten entegre bir ajans modeli sunuyor. Elbette zamanlamalar tesadüf değil. Bu hamleler, KoçZer’in satın alma uzmanlığının ölçeğini büyüttüğü ve yatırımcı kimliğini öne çıkardığı yeni dönemi için planladığı stratejik adımları kararlılıkla attığını vurguluyor.

Satın alma ve tedarik zinciri yönetiminde 2025’te öne çıkacak trendler neler?

Gartner’ın tahminlerine göre üretken yapay zeka, 2028’e kadar tüm lojistik KPI’larının (temel performans göstergeleri) yaklaşık yüzde 25’ine güç verecek. Yapay zeka ve nesnelerin interneti arasındaki sinerjinin ise zamanında ve hatasız ürün teslimatında yüzde 45’lik olumlu etki getirmesi bekleniyor. Şirketler, yaşam ve değer döngülerinin dijital ikizlerini oluşturan bu teknolojileri kullanarak her senaryo için birden fazla modelleme ve planlama yapabiliyor. Bu da sektörün uyum yeteneğini en üst seviyeye çıkarıyor. Tedarik zinciri ve satın alma, 2025’in geri kalanında yapay zekayı, otomasyonu ve bu iki teknolojinin insan işgücüne nasıl dengeleneceğini tartışmaya, konuşmaya, araştırmaya devam edecek.

SERHAN TURFAN
KOÇZER
GENEL MÜDÜRÜ

