



OneIngage pazarlama dünyasına bütüncül çözümler sunuyor

KoçZer, 2018 yılında WPP ortaklığıyla kurduğu Ingage'in tüm hisselerini devralarak medya, yaratıcılık ve teknolojiyi OneIngage çatısı altında entegre bir ajans modeline dönüştürdü. Bu dönüşüm sürecinin arka planını KoçZer Genel Müdürü ve OneIngage Yönetim Kurulu Üyesi Serhan Turfan ve OneIngage Genel Müdürü ve Yönetim Kurulu Üyesi Pınar Ercan Tursun ile konuştuk.

Satın alma ve tedarik zinciri yönetimi şirketi KoçZer, yatırımlarına pazarlama alanında çatı şirketi OneIngage ile devam ediyor. OneIngage yapılanması, KoçZer'in 2003 yılında Koç Topluluğu şirketleri için ortak medya satın alma süreçlerini yürütmeye başlamasıyla temelleri atılan medya yolculuğunun yeni bir fazı olarak konumlanıyor. Yeni yapı ile global büyüme vizyonunu da ortaya koyan şirket, OneIngage Dubai ofisi ile ilk yurt dışı yatırımını hayata geçiriyor.

Üç alanda üç güçlü oyuncu

OneIngage, "Geleceğin Ajansı" olma hedefiyle çıktığı bu yolda 'One Stop Shop' yaklaşımı ve çok boyutlu düşünme yeteneğiyle çalışmalarını çatısı altında bulunan üç şirket ile müşterilerine sunuyor. InMedia360, KoçZer bünyesindeki offline medya operasyonları ve Ingage'in online medya yönetim yetkinliklerinin birleşimiyle hizmet veriyor. Şirket, tüm medya satın alma süreçlerini uçtan uca bütünlük şeklinde yönetirken; strateji, planlama, optimizasyon ve ölçümleme alanlarında da

değer yaratan, yeni nesil bir medya ajansı olarak konumlanıyor. Platform bağımsız, teknoloji ve yaratıcılığı birleştiren kreatif ve içerik ajansı Digital Panorama'nın, geçtiğimiz yıl KoçZer tarafından satın alınarak Koç Topluluğu'na katılmasıyla birlikte, Ingage'in yaratıcı alanlardaki kabiliyetlerini geliştirme yolunda önemli bir adım atılmıştı. Bugün bu güç, yeni marka ismi InCrea360 altında şekilleniyor. InTechno360 ise pazarlama ve reklam teknolojileri alanındaki uzmanlığıyla, markaların dijital dönüşüm yolculuğunda veriyi, teknolojiyi ve yapay zekâ destekli çözümleri bir araya getirerek onları geleceğe taşıyor. InTechno360 teknoloji ve veri odaklı pazarlama çözümlerinin öncüsü olmayı hedefliyor. Yalnızca bugünün değil, yarının da ihtiyaçlarına yanıt verebilecek bir yapıyı birlikte inşa etme amacıyla hayata geçirilen bu dönüşümün arka planı, yeni yapılanmanın sunduğu avantajları ve global pazardaki büyüme hedeflerini KoçZer Genel Müdürü ve OneIngage Yönetim Kurulu Üyesi Serhan Turfan ve OneIngage Genel Müdürü ve Yönetim Kurulu Üyesi Pınar Ercan Tursun ile konuştuk.

► “KoçZer olarak OneIngage’in uluslararası bir oyuncuya dönüşme sürecine katkıda bulunacağız”

OneIngage yapılanmasının hangi ihtiyaçlardan doğduğunu sizden dinleyebilir miyiz?

Önümüzdeki 10 yıl içinde küresel medya planlama ve satın alma pazarında önemli bir büyüme bekleniyor. Bunun temel nedenlerinden biri, farklı medya platformları ve cihazlar genelinde kişiselleştirilmiş ve amaca uygun içeriklere yönelik artan talep. Özellikle genç nesil arasında dijital ve sosyal medyanın hızla benimsenmesi, medya planlama ve satın alma pazarının görünümünü olumlu yönde şekillendiriyor. Rakamlarla ifade etmek gerekirse; 2024 yılında 478 milyar doları aşan küresel medya planlama ve satın alma pazarının, yıllık %4

bileşik büyüme oranıyla 2034 yılında 707 milyar doların üstüne çıkacağı tahmin ediliyor.

Bu büyüyen pazarda, artık markaların görünür olması yeterli olmuyor. Hedef kitleleriyle anlamlı, ölçülebilir ve stratejik iletişim kurmaları gerekiyor. OneIngage; medya satın alma, yaratıcılık ve teknoloji alanlarındaki uzmanlıkları entegre bir yapı altında birleştirerek, pazarlama iletişiminde 360 derece çözümler sunuyor.

Bugünkü yapılanmanın ilk adımını, Türkiye’nin en büyük bilgisayar tabanlı görsel üretim (CG) stüdyosu Digital Panorama’yı geçtiğimiz yıl bünyemize katarak attık.

Müşterilerimize sunduğumuz medya ve prodüksiyon satın alma danışmanlığı hizmetlerini, dijital üretimleri ve kreatif ajans hizmetini

de kapsayacak şekilde büyüttük. İkinci adımda ise KoçZer bünyesinden doğan ve 2018’de global reklam ve halkla ilişkiler ajansı WPP ortaklığıyla kurulan Ingage’in tüm hisselerini 2024 sonunda satın aldık. Böylece, pazarlama sektörünün öncü oyuncularından biri olan Ingage, %100 Koç Topluluğu şirketi hâline geldi. Bu stratejik hamleyle KoçZer de medya yatırımlarını yeni bir faza taşıdı. Bu dönüşümle birlikte, KoçZer bünyesindeki offline medya yönetimi, Ingage’in online medya yönetimi, teknoloji ve yaratıcılık hizmetleri tek bir yapı altında birleşerek OneIngage oldu. KoçZer olarak OneIngage’in uluslararası bir oyuncuya dönüşme sürecine katkıda bulunacağız.



▲ KoçZer Genel Müdürü ve OneIngage Yönetim Kurulu Üyesi Serhan Turfan

KoçZer yatırımcı kimliği ile OneIngage’i satın aldı.

Önümüzdeki dönemde yeni şirket satın alma planınız var mı? Büyüme stratejilerinizden bahsedebilir misiniz?

KoçZer olarak, farklı yetkinlikleri bünyemize katarak da büyütüyoruz. 2024’te Digital Panorama ile başlayan bu süreç, bu yılın ilk çeyreğinde RAM Dış Ticaret ile iş birliğine gitmemizle devam etti. Merkezi satın almanın Koç Topluluğu’ndaki ilk örneklerine imza atan iki şirketin, yeni nesil bir çalışma modeliyle güçlerini birleştirmesi, iş ortaklarının yenilikçi ve kapsamlı çözümlerle global pazarlarda rekabet avantajı elde etmesini sağladı. Yakaladığımız stratejik uyum, yalnızca

operasyonel süreçlere verimlilik artışı getirmekle kalmadı; aynı zamanda iş ortaklarımızın uluslararası ticarete daha güçlü bir konuma gelmesine de olanak tanıdı. Bu sayede, global ticaretin hızla değişen dinamiklerine uyum sağlarken, iş ortaklarımıza da sürdürülebilir ve etkili çözümler sunarak sektörde fark yaratmayı amaçladık. Ram Dış Ticaret’in uluslararası ticarete 55 yıla dayanan uzmanlığını yapısal operasyonlarımıza dahil ederek, global pazarlardaki etkimizi güçlendirdik. Ticaret süreçlerini daha hızlı, verimli ve sürdürülebilir bir yapıya dönüştürmeyi amaçlayan bu sinerji, iş ortaklarımızı sunduğumuz hizmetlerin kapsamını genişleterek daha rekabetçi olmalarını da destekledi.

Türkiye’nin önde gelen satın alma ve tedarik zinciri yönetimi şirketi KoçZer olarak, Avrupa’da büyüme hedefimiz kapsamında 2024 sonunda ilk şirketimizi Romanya’da kurmuştuk. Lojistik ve

malzeme satın alma alanındaki hizmetlerinin yanı sıra satın alma teknolojileriyle giriş yaptığımız Romanya pazarında, 3 yılda 100 milyon Euro satış hacmi hedefliyoruz. Ram Dış Ticaret ile yakaladığımız stratejik uyum da Romanya üzerinden uluslararası büyüme hedeflerimizi destekleyen önemli bir kilometre taşı oldu.

Son yıllarda dijitalleşme konusuna pek çok yatırım yaptınız. Bu alandaki gelişmelerden de bahsedebilir misiniz?

Küresel ticaretin her katmanına sirayet eden belirsizlikler; ekonomik dalgalanmalar, jeopolitik riskler, siber tehditler ve yapay zekâ gibi gelişmiş teknolojilerle şekillenen yeni bir

VİZYON

dönem başlattı. Bu dönüşüm, tedarik zinciri ve satın alma alanında hem riskleri hem de büyük fırsatları beraberinde getiriyor.

KoçZer olarak, “teknolojisi ve uzmanlığıyla uluslararası ticarete yön veren, Türkiye’nin en çok tercih edilen B2B şirketi olma” vizyonumuz doğrultusunda, dijitalleşmeyi iş modelimizin merkezine alıyor; hem Türkiye’deki hem de uluslararası pazarlardaki büyümemizi bu doğrultuda şekillendiriyoruz. Hâlen toplam gelirlerimizin %10’unu dijital platformlarımız üzerinden elde ediyoruz ve 5 yıl içinde bu oranı %40 seviyesine çıkarmak istiyoruz. Promena, ZerOnline, ZerGO ve en yeni ürünümüz ZerCard gibi teknoloji tabanlı çözümlerimizle müşterilerimizin tedarik kanallarını dijitalleştiriyoruz. İlk dijitalleşme girişimimizi e-ihale hizmetlerine aracılık eden Promena’yı 2013’te satın alarak atmıştık. Tedarikçi ağı, hızlı teklif toplama, e-satın alma, ESG modülleriyle öne çıkan Promena ile tedarik zinciri uçtan uca yönetilebiliyor. Dijital çağın artılarını satın alma süreçlerine taşıyan Promena, son teknoloji e-satın alma hizmetleriyle şirketlerin satın alma faaliyetlerinde sürdürülebilir avantajlar yaratmayı ve dijital dönüşümü sağlamayı hedefliyor.

İş ortaklarımızın satın alma süreçlerine yeni nesil ürün ve hizmetlerle değer katmak için, satın alma alanındaki uzmanlığımızı ZerOnline ile birleştirerek 550 bin ürünün maliyet avantajıyla tedarik ediyoruz. Kurumsal siparişlerin

online adresi ZerOnline, KoçZer tarafından anlaşması yapılan malzemelerin katalog olarak listelendiği ve sipariş verilerek tedarik edildiği yenilikçi teknolojilerle tasarlanmış bir online sipariş yönetimi ve satın alma platformu sunuyor.

Türkiye’nin işyeri ihtiyaçları dikeyinde kurgulanmış ilk B2B pazaryeri ZerGO ise KoçZer’in zamanın ruhunu iyi okuyan önemli girişimlerinden biri. E-ticaret deneyimini 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. Kısa sürede yakaladığımız yüksek büyüme oranlarıyla, ülkemizin B2B dikeyinde kurgulanmış “ilk” pazaryeri ZerGO’nun B2B dikeyinde kurgulanmış “en büyük” B2B pazaryerine dönüşmesini hedefliyoruz.

En son lansmanını yaptığımız ZerCard ise çalışan bağlılığı, bayi sadakati ve daha birçok kurumsal ihtiyaca yönelik modern ve esnek çözümler sunarak şirket içi motivasyonu artırırken, operasyonel verimliliğe de katkıda bulunuyor. Şirketlerin çalışan ve iş ortaklarını ödüllendirme süreçlerini kolaylaştıran modern bir platform sunan ZerCard; esnek ödüller ve yan haklar, satış ekipleri ve dağıtım ağları için etkin prim yönetimi, özel günlerde ödüllendirme, kıdem ve başarı ödülleri, doğum günü, yeni doğum, evlilik gibi özel anlar için destekleyici yardımları tek noktadan sunuyor.

► “Veriyle şekillenen, içerikle etkileşim yaratan ve teknolojiyle ölçeklenen çözümler üretiyoruz”

OneIngage çatısı altındaki üç ayrı uzmanlık şirketinin (InMedia360, InCrea360, InTechno360) bütünleşik yapısı, müşterilerinize nasıl bir avantaj sağlıyor?

OneIngage çatısı altındaki üç uzmanlık şirketimiz, “tek noktadan çok disiplinli” bir çözüm ekosistemi sunuyor. Medya (InMedia360), yaratıcı içerik (InCrea360) ve pazarlama teknolojileri (InTechno360) ekiplerinin aynı hedefe hizalanmış bir yapı içinde birlikte çalışması sayesinde; veriyle şekillenen, içerikle etkileşim yaratan ve teknolojiyle ölçeklenen çözümler üretebiliyoruz.

OneIngage bünyesinde kurduğumuz bu yapı, pazarlama dünyasında giderek önemi artan “entegre büyüme



▲ OneIngage Genel Müdürü ve Yönetim Kurulu Üyesi Pınar Ercan Tursun

ekipleri” yaklaşımıyla birebir örtüşüyor. Gartner, Forrester ve WARC gibi kurumların araştırmaları, disiplinler arası sınırları ortadan kaldırıp farklı uzmanlıkları entegre eden ekiplerin sürdürülebilir büyümenin önünü açtığını vurguluyor. Bizim de kurduğumuz bu bütünleşik yapı sayesinde medya yalnızca satın alınan bir mecra değil, içgörüyü ve sonucu göre yönlendirilen stratejik bir kas hâline geliyor; yaratıcılık sadece etkileşim için yapılan değil, teknolojiyle hızlanan ve ölçeklenebilir üretim gücüne dönüşüyor; teknoloji ise sırf destekleyici bir unsur değil, süreci taşıyan ve inovasyonu tetikleyen bir omurga rolünü üstleniyor. OneIngage’in bu çalışma biçimi,

geleneksel ajans sistemlerinin ötesine geçerek network ajanslarının stratejik kaslarını, performans ajanslarının çevikliğini ve teknoloji şirketlerinin ürün odaklılığını bir arada sunan özgün bir iş modeli ortaya koyuyor. Son olarak insan faktörünü de vurgulamak isterim. Yapay zekâ ve otomasyonun gündemin ilk sıralarında yer aldığı bir dönemde, insana yatırım yapmaya devam ediyoruz. Koç değerlerinden beslenen kurum kültürümüzle şekillenen düşük sirkülasyon, uzmanlık sertifikaları, yüksek sorumluluk bilinci ve güvenilir ekip yapımız, bizi sadece teknik değil, insani açıdan da farklılaştırıyor.

Dubai ile başlayan yurt dışı açılımınızın arkasında nasıl bir stratejik vizyon bulunuyor? MENA bölgesinde nasıl bir büyüme hedefliyorsunuz?

Vizyonumuzu “doğru zaman, doğru pazar, doğru model” olarak özetleyebiliriz. İngiltere, ABD ve Orta Avrupa gibi olgun pazarlarda ölçek büyük olsa da rekabet doygun. Fark yaratmak için uzun vadeli ve yüksek bütçeli yatırımlar yapmak gerekiyor. MENA (Ortadoğu ve Kuzey Afrika) ise pazarlama bilgi birikiminin gelişime açık olduğu, dinamik biçimde dönüşen ve hızlı büyüyen bir bölge. 2024 itibarıyla Türkiye medya ve reklam pazarı yaklaşık 7,8 milyar dolara ulaştı ve bu büyüklüğün yarısı ajanslar üzerinden yönetiliyor. MENA pazarı ise Statista verilerine göre 18 milyar dolar seviyesinde. Özellikle BAE ve Suudi Arabistan’da reklam yatırımları hızla artıyor. OneIngage olarak odaklandığımız programatik reklamcılık, e-ticaret ve büyüme danışmanlığı gibi alanlar, bu pazarlarda ciddi yüksek potansiyele sahip. Reklam harcamalarının GSYH’ya oranı da gördüğümüz potansiyeli destekliyor: ABD ve Birleşik Krallık’ta %1,3; Türkiye’de %0,5 ve MENA’da ortalama %0,4. Rakamlar ciddi bir büyüme alanına işaret ediyor. Global iş ortaklarımız da OneIngage’in entegre hizmet ve ürün yapısının bu bölgeye son derece uygun olduğunu teyit ediyor. Bu doğrultuda bölgede uzun vadeli büyüme ve değer yaratımında aktif rol almak istiyoruz. Bugün Türkiye’de grup dışı iş oranımız %60’ları aşmış durumda. Bu bizim için hem kıymetli bir güven göstergesi hem de sorumluluğumuzu artıran önemli bir eşik. Hedefimiz, bu başarıyı Türkiye’de offline medya, kreatif üretim ve pazarlama teknolojilerinde yaygınlaştırırken, MENA’da ise özellikle dijital alanda büyümemizi hızlandırmak.

Amazon, Google, Meta ve TikTok gibi global teknoloji devleriyle yürüttüğünüz stratejik iş birliklerinin, sunduğunuz hizmetlere ve pazardaki konunuza katkıları nelerdir?

Teknolojiyle büyüyen ve dönüşen bir ajansız. Amazon, Google, Meta ve TikTok gibi küresel teknoloji devleriyle

“Bugün Türkiye’de grup dışı iş oranımız %60’ları aşmış durumda. Hedefimiz, bu başarıyı Türkiye’de offline medya, kreatif üretim ve pazarlama teknolojilerinde yaygınlaştırırken, MENA’da ise özellikle dijital alanda büyümemizi hızlandırmak.”

yürüttüğümüz stratejik iş birlikleri, OneIngage’in konumunu gerek Türkiye’de gerekse uluslararası alanda güçlendiriyor. Sunduğumuz hizmetlerin ölçeğini, hızını ve etki alanını önemli ölçüde artırıyor.

Bu platformlarla yalnızca iş ortağı değil, aynı zamanda dijital büyüme mimarı olarak çalışıyoruz. Birlikte yürüttüğümüz çalışmalar API entegrasyonundan kreatif optimizasyona, kampanya otomasyonundan eğitim programlarına kadar birçok alanda bizi farklılaştırıyor. Bu sayede müşterilerimiz en güncel teknolojilere ve platform içgörülerine öncelikli erişim sağlıyor. Ekiplerimiz platformlara özel teknik eğitimlerle sürekli gelişirken, kampanyalar da daha yüksek performansla optimize ediliyor. Bu platformların yerel, bölgesel ve global ekipleriyle yakın çalışarak ürün geliştirme, veri analitiği ve araştırma süreçlerinde de etkili roller üstleniyoruz. MENA ve Avrupa’da birlikte geliştirdiğimiz projeler, bölgesel ilkler arasında yer alıyor.



▲ OneIngage’in Dubai Seamless Middle East Fuarı’ndaki standı katılımcılardan yoğun ilgi gördü