

“Dijitalleşmeyi iş modelimizin merkezine koyduk”

Dijitalleşmeyi iş modelinin merkezine koyan KoçZer, bugün gelirlerinin yaklaşık yüzde 13’ünü dijital platformlardan sağlıyor. KoçZer Genel Müdürü Serhan Turfan, önümüzdeki beş yıl içinde bu oranı yüzde 40’a çıkarmayı hedeflediklerini söylüyor.

KoçZer’in 21 yıllık yolculuğu, Koç Topluluğu’nun ortak satın alma vizyonu ve sinerjiye olan inancıyla başladı. Bugün geline nokta KoçZer; dijital dönüşümünü hızla sürdüren, yurt dışı açılımla ölçeğini genişleten, kategori yönetimindeki uzmanlığı ve güçlü tedarikçi ekosistemiyle fark yaratan bir kurumsal satın alma ve tedarik zinciri yönetimi şirketi konumunda. Capital Dergisi’nin ‘Türkiye’nin 500 Büyük Özel Şirketi’ listesinde altı basamak yükselerek 97’nci sıraya yerleşen şirket 2024’te 2 milyar dolarlık satın alma bütçesini yönetti. Bugün bin 600’ü aşkın müşteri ve 61 binden fazla kayıtlı tedarikçi ağına sahip olduklarını söyleyen KoçZer Genel Müdürü Serhan Turfan, değişen trendleri ve yeni dönem hedeflerini anlattı.

Sektör açısından 2026 yılı nasıl bir yıl olacak, öne çıkacak gündem maddeleri nelerdir?

2026, satın alma ve tedarik zincirinde stratejik dönüşümün derinleşeceği bir yıl olacak. Jeopolitik belirsizlikler, ticaret çatışmaları ve ekonomik dalgalanmalar karşısında satın alma, artık yalnızca maliyet odaklı bir fonksiyon değil; dayanıklılık ve büyümenin anahtarı haline geliyor. Şirketler bu süreçte veriye dayalı karar alma, tedarikçi çeşitliliği ve risk yönetimi konularına daha fazla yatırım yapıyor. Yapay zeka, 2026’nın en güçlü dönüşüm başlığı olarak öne çıkıyor. Agentic AI uygulamaları, satın alma profesyonellerine operasyonel verimlilikten stratejik iç görüye kadar geniş bir yelpazede yeni fırsatlar sunuyor. Bu dönüşümün merkezinde, kaliteli veri ve içgörüye dayalı karar alma kültürünü kurmak bulunuyor.

Önümüzdeki dönemde yeni şirket satın alma planınız var mı? Hangi sektörlere odaklanmayı planlıyorsunuz?

KoçZer olarak; büyümeyi sadece organik şekilde değil, aynı zamanda farklı yetkinlikleri ve güçlü oyuncularını bünyemize katarak da sürdürüyoruz. Bunun ilk önemli örneğini, 2024 yılında Türkiye’nin önde gelen bilgisayar tabanlı görsel üretim stüdyosu Digital Pano-

Romanya’da büyüme devam edecek

“Uluslararası büyüme yolculuğumuzda da önemli adımlar atıyoruz. Geçtiğimiz yılın sonunda Avrupa’daki ilk şirketimizi Romanya’da kurduk. Bu süreçte RAM Dış Ticaret ile olan iş birliğimiz Romanya merkezli büyüme planlarımızı destekleyen kritik bir kilometre taşı oldu. Ülkedeki 2 binden fazla Türk şirketi, çok ciddi bir ticari potansiyel oluşturuyor. Lojistik, malzeme satın alma ve teknolojiler alanındaki hizmetlerimizle girdiğimiz bu pazarda, önümüzdeki üç yıl içinde 100 milyon Euro’luk bir satış hacmine ulaşmayı hedefliyoruz.”

rama’yı bünyemize katarak verdik. Böylece pazarlama ve prodüksiyon alanındaki hizmet yelpazemizi genişlettik. Bu stratejik hamlenin ikinci adımında ise KoçZer bünyesinden doğan ve 2018’de global reklam ve halkla ilişkiler ajansı WPP ortaklığıyla kurulan Ingage’in tüm hisselerinin 2024 sonunda satın aldık. 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 Onelngage oldu. Onelngage çatısı altında oluşturduğumuz üç şirket sayesinde, artık medya, yaratıcılık ve teknoloji tabanlı çözümleri müşterilerimize tek noktadan sunabiliyoruz. Onelngage için Dubai’de kurduğumuz ofisle, Ortadoğu ve Kuzey Afrika (MENA) bölgesine de adım attık. Programatik reklamcılık, e-ticaret ve büyüme danışmanlığı gibi alanlarda ciddi fırsatlar görüyoruz. Bu açılım, KoçZer’in global ticarete yön veren bir oyuncu olma vizyonunu destekliyor. Başka bir adımı, 2025’in ilk çeyreğinde RAM Dış Ticaret ile güçlerimizi birleştirmemiz izledi. Her iki şirket de Koç Topluluğu’nda merkezi satın almanın ilk başarılı örneklerini temsil ediyordu. RAM Dış Ticaret’in 55 yıllık uluslararası ticaret uzmanlığı var. Yeni nesil bir iş modeliyle bir araya gelmemiz, iş ortaklarımıza küresel pazarlarda rekabet üstünlüğü sağla-

yacak yenilikçi ve kapsamlı çözümler sunmamızı mümkün kıldı.

Dijitalleşmeye yönelik yeni projeleriniz nelerdir?

Büyüme stratejimiz için de en önemli konu dijitalleşme. Küresel ticaretin ekonomik dalgalanmalar, jeopolitik riskler ve yapay zeka gibi ileri teknolojilerle sürekli değiştiği bir dönemde, dijitalleşmeyi iş modelimizin merkezine koyduk. Bugün gelirlerimizin yaklaşık yüzde 13’ünü dijital platformlarımızdan sağlıyoruz. Önümüzdeki beş yıl içinde bu oranı yüzde 40’a çıkarmayı hedefliyoruz. Promena, ZerOnline, ZerGO ve 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, ÇSY modülleriyle öne çıkan Promena ile tedarik zinciri uçtan uca yönetilebiliyor. 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. Kısa sürede yakaladığımız yüksek büyüme oranlarıyla, ülkemizin B2B dikeyinde kurgulanmış ilk pazaryeri ZerGO’nun B2B dikeyinde kurgulanmış en büyük B2B pazaryerine dönüşmesini hedefliyoruz. 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. Dijital platformlarımıza, yapay zeka özelliklerini eklemek üzere çalışmalarımız sürüyor. Tüm bu yatırımlarla, yalnızca satın alma ve tedarik zinciri yönetiminde değil, dijital dönüşüm yolculuğunda da uluslararası ticarete yön veren ve Türkiye’nin en çok tercih edilen B2B şirketi olma vizyonumuzu pekiştiriyoruz.

Satın alma ve tedarik zinciri yönetiminde 2026’te öne çıkacak trendler neler?

Belirsizlik kavramının, bu çağın ortak teması olduğuna dair birçok güçlü sinyal var. Uluslararası Para Fonu’nun (IMF) 2025 yıllık raporunun başlığı dahi “Belirsizlik çağında büyümeye ulaşmak” olarak belirlendi.

ABD’de halka açık şirketlerin 2025’in ilk çeyreğine ilişkin finansal sonuç raporlarında “belirsiz, belirsizlik, belirsizlikler” kelimelerinin geçme sıklığının küresel salgının ortaya çıktığı 2020’nin ilk çeyreğinden dahi daha fazla olduğu görülüyor. Satın alma ve tedarik sektörü de kökleri küresel salgına kadar uzanan dönemden bu yana belirsizlik çağının etkilerini birinci elden deneyimliyor. Jeopolitik gerilimler, ekonomik istikrarsızlık, tedarik zincirindeki kırılmalar ve 2025’in başlıca gündemi olan ticaret çatışmaları, daha önceleri bir “arka ofis fonksiyonu” gibi konumlanan satın almayı stratejik bir fonksiyona dönüştürdü. Artık rekabette öne çıkmanın ve sürdürülebilir büyümenin yolu, satın alırken kazanmaktan geçiyor.

Yapay zekaya yönelik çalışmalarınızdan bahsedebilir misiniz?

Yapay zekadan satın almada ölçülebilir iş sonuçları elde etmek de 2026’nın öncelikleri arasında başı çekiyor. KoçZer olarak Promena çözümümüzle temsil edildiğimiz ve tedarik zincirinin “Davos’u” olarak tanımlayabileceğimiz Digital Procurement World (DPW) 2025 Amsterdam etkinliğinde sunulan bir araştırmada, şirketlerin yüzde 30’unun pilot agentic AI projeleri yürüttüğünü gösteren bir araştırmanın sonuçları yayımlandı. Zirvenin teması da “Put AI at Work” olarak belirlenmişti. Satın alma ve tedarik zinciri profesyonelleri, yapay zekanın ölçeklenmesini ve olgunlaşmasını tartışıyor. Ticaret savaşlarının, ekonomik dalgalanmaların, aşırı hava olaylarının ve teknolojiye baş döndürücü ilerlemenin ortasında stratejik bir fonksiyon kazanan satın alma, 2026 boyunca yapay zekayı iş değerine dönüştürmenin yollarını arayacak. Türkiye’de satın alma sektörünün stratejik bir rol kazanmasına öncülük eden ve bu alanda faydalı bir model geliştiren KoçZer olarak, önümüzdeki dönemde biz de odağımızı yapay zekaya çeviriyor; global paradigmalara uyumlu yeniliklerin ilk adımlarını, teklif toplamadan tedarikçi yönetimine, danışmanlık ve e-satın almadan teklif ve ihale yönetimine, her adımda müşterilerimizin işlerini büyütme için ihtiyaç duydukları yenilikçi çözümleri satın almanın tam merkezine konumlandırmak için çalışıyoruz.

