

SATIN ALMADA BÜYÜK DÖNÜŞÜM

En büyük hedefimiz satın alma ve tedarik zinciri yönetiminde hem müşterilerimize hem de tedarikçilerimize fayda sağlayacak platformları geliştirmek ve küresel alanda da faaliyetimizi artırmak.

Son zamanlarda dijital platformların tedarik zinciri yönetiminde tek seçenek olduğunu görüyoruz. ZerOnline'ın dijital yöntemlerde olası rakiplerinin önünde olmasını sağlayacak yeniliklerine örnek verebilir misiniz?

Ozan Ünay: Pandemi şartlarında geleneksel yollarla sürdürülemeyen satın alma süreçleri ve tedarik zinciri yönetimi için hem yerel hem küresel pazardan birçok firmanın dijital platform arayışına girdiğini söyleyebiliriz. Tedarik zinciri ve satın alma yönetiminde önceden başlamış olan dijital araçlara yönelimin pandemi etkisiyle arttığını, Zer'in sunduğu dijital platformlara olan talepteki pozitif değişim üzerinden de takip edebiliyoruz.

Stratejik satın alma çözümümüz Promena ve online sipariş yönetimi sistemimiz ZerOnline'da bu süreçte yeni müşteri taleplerinde ciddi artışlar yaşadık. 2020 yılının ilk yarısında devreye aldığımız ZerOnline'da kısa zamanda 400'ün üzerinde şirket için kullanıcı oluşturduk, tedarikçi anlaşmalarını yaparak online kataloğumuzu müşterinin istediği kategorilerde kullanıma sunduk. ZerOnline, bu etki ile tüm dijital çözümlerimizin oluşturduğu ciromuz içinde yaklaşık yüzde 70 oranında paya sahip oldu, bu oranı 2021 yılında da müşteri ihtiyaçlarına uygun yatırımlarımızla devam ettirmek istiyoruz.

ZerOnline'ın hızlı bir şekilde öne çıkmasında hem teknolojik yeteneklerimizin hem de güçlü uzmanlığımızın etkili olduğunu söyleyebilirim. Zer, satın alma ve tedarik zinciri yönetiminde Türkiye'nin ilk şirketi. 17 yıllık benzersiz bir iş modeli ile endirekt malzeme, lojistik, hizmet ve medya satın alımlarında hizmet sunuyoruz, bu alanlarda önemli bir bilgi birikimi ve uzmanlık sahibiyiz. Faaliyet gösterdiğimiz tüm sektörlerde edindiğimiz deneyim ve geniş tedarikçi ağıımız, müşterilerimizin endirekt satın alma ve lojistik süreçlerini Zer'e güvenle devretmesini sağlıyor. Zer'in kuruluş temelinde var olan verimlilik, etkin maliyet yönetimi ve etkin kaynak kullanımı sağlama hedefleri doğrultusunda, dijital platformlarımız aracılığıyla şirketlere satın alırken de kazandırıyoruz. ZerOnline esasında endirekt malzeme satın alımlarında Zer'in dijital hali. Gıdadan temizlik malzemelerine, kırtasi-

yeden iş elbiselerine 80 alt kategoride 400 bin çeşit ürünü buluşturan dijital, dev bir katalog. ZerOnline'da her şirketin ihtiyacına yönelik oluşturduğumuz ürün kataloğunu, toplu satın alma hacmine özel belirlenen avantajlı fiyatlarla ve farklı tedarikçilerle iş yapma imkânı ile buluşturduk, uçtan uca sipariş yönetimi deneyimi ile tasarladık. ZerOnline'da kullanıcıların, her kullanıcıya özel yetkilerle hangi kategorilerden sipariş verebileceği belirleniyor. SAP, ERP gibi tedarik zinciri yönetimi sistemlerine entegrasyon sağlanarak iç onay ve dış onay özellikleri ile kullanıcılar siparişlerini takip edebiliyor ve şirket içi departman bazındaki masraf yeri seçeneğiyle siparişi kendi sistemlerinde de istedikleri kırımda takip edebiliyorlar.

Tüm bunların yanında ürün seçimini kolaylaştıracak kullanıcı dostu özellikler ile şirketlere ürünleri karşılaştırma, farklı ürün listeleri oluşturup sipariş verme, fatura ve sevk takibi yapma, açık hesap yönetimi ya da kredi kartı ile ödeme gibi imkânlar da sunuyoruz.

Zer, "Türkiye'nin ilk ve en büyük satın alma şirketi" olarak ön plana çıkıyor. İlk olmak adına, diğer büyük çaplı şirketlerden nasıl farklı düşünüldüğü söylenebilir? İlk olmakla sonuçlanmış bu inovasyon süreci nasıl gelişti?

Zer'in kuruluş amacından hareketle sorunuza yanıtlamak isterim. 2003 yılında Koç Topluluğu Şirketleri'nin endirekt satın alma işlemlerini merkezileştirmek, doğru tedarikçilere en uygun şartnamelerle ulaşmak ve sonucunda satın alırken de kazanmak amacı üzerine kurulmuş bir şirketten söz ediyoruz. 'Satın alırken kazanmak' ya da diğer bir deyişle 'kaynakların etkin kullanımı' günümüzde çok yaygın bir anlayış. İşte Zer'in temelleri, bundan yaklaşık 20 yıl önce belki bugünün önceliklerini fark ederek yenilikçi bir iş modeli olarak atıldı. Kuruluş aşamasında, Koç Topluluğu Şirketleri'nde satın alma ve tedarik zinciri yönetimi tecrübesine sahip birçok çalışan Zer'e katıldı ve bu iş modelinin esaslarını meydana getirdi. Tek bir şirketin değil, büyük bir topluluğun katkısıyla ortaya çıkan bu yenilikçi yapı kısa zamanda şirketlerin güvenliğini sağladı. Topluluk içinden müşterilerimizi yakından tanıyan,

onların ne istediğini, nasıl istediğini bilen bu ekipler aslında her şirket için satın alma deneyiminin mükemmelleşen halini inşa etmeyi amaç edindiler. 2013 yılında Promena'nın da Zer bünyesine katılmasıyla Zer, uzmanlığın yanında teknolojik yetkinlikleriyle yapısını güçlendirdi ve ardından dijital dönüşüm çalışmalarına hız verip kendi alanında yazılım ve teknolojilere sahip, bu teknolojilerle küresel rekabet gücüne erişmiş, uzmanlığı ve teknolojik altyapısı ile uçtan uca süreci yönetecek kabiliyette kuvvetli bir yapıya dönüştü. Bundan sonraki süreçte de en büyük hedefimiz satın alma ve tedarik zinciri yönetiminde hem müşterilerimize hem de tedarikçilerimize fayda sağlayacak platformları geliştirmek ve küresel alanda da faaliyetimizi artırmak olacak.

ZerOnline'ı tercih eden şirketlerin çoğunun Koç Topluluğu bünyesinde olan veya zamanında Koç Holding sayesinde ortaya çıkmış şirketler olduğunu görüyoruz. Topluluk ile bağlantısı olmayan şirketlerle anlaşmaları nasıl yürütmektesiniz?

Zer, yukarıda da ifade etmeye çalıştığım gibi Koç Topluluğu Şirketleri'ne fayda sağlamak hedefiyle kuruldu. Zaman içinde Zer'in sunduğu hizmet ve iş modeli öylesine başarılı oldu ki içeride oluşan uzmanlıktan, elde ettiğimiz tecrübeden iş dünyasının da yararlanması gerektiğine inandık ve topluluk dışındaki şirketlere de hizmet sunmaya başladık. Büyük ölçekli şirketlerden KOBİ'lere, sanayiden hizmet sektörüne kadar farklı sektör ve büyüklükteki şirketler Zer ve Zer'in sunduğu dijital çözümleri kullanabilir durumda. Halen ciro-muzun ağırlıklı bir bölümü Koç Topluluğu mensubu şirketlerden geliyor. 2020 yılında toplu satın alma hacmimizin yüzde 25'ini Topluluk dışı müşterilerimiz oluşturdu. Önümüzdeki dönemde daha fazla sayıda şirketin Zer'in faydalı iş modelinden yararlanmasını ve bu oranı 50-50 olacak hale getirmeyi planlıyoruz. Dijital çözümlerimiz, bu hedefimizi destekleyecek en önemli rekabet avantajımız. Nitekim dijital platformlarımızdan ZerOnline'da Topluluk dışı müşterilerden gelen gelirin oranı yüzde 70'e kadar çıktı.

Topluluk dışı müşterilerimiz de süreç Topluluk Şirketleri ile benzer şekilde ilerliyor. Satış ekibimiz şirketlerle görüşerek ihtiyaç duydukları alandaki mevcut satın alma ve tedarik zinciri yönetimi analizini gerçekleştiriyorlar. Bu analizlerde maliyet kalemleri, tasarruf oranları, farklı tedarikçiler veya farklı lojistik modları alternatifleriyle müşterimizle paylaşıyor. Şirketlerin bizimle çalışma kararı almalarında çoğunlukla daha iyi tasarruf oranı elde etme ve operasyonel kolaylık imkanları etkili oluyor. Anlaşmaya varıldığında satın alma ve satış ekiplerimiz süreci ortak ilerletiyorlar.

ZerOnline'ın kullanılmaya başlamasında da süreç benzer şekilde işliyor. Mevcut malzeme satın alımlarının incelenmesi, ihtiyaç duyulan ürün kategorilerinin belirlenmesi ve tedarikçilerle anlaşılmasının ardından toplu satın alma hacminin getirdiği avantajlı fiyatlarla şirkete özel online ürün kataloğu ve sipariş yönetim sistemi devreye alınıyor. Girilen her sipariş



OZAN ÜNAY
ZERAŞ. DİJİTAL
DÖNÜŞÜM VE BİLGİ
TEKNOLOJİLERİ
DİREKTÖRÜ

tedarikçiye iletildikten sonra robotik süreç otomasyonu gibi teknolojik takip süreçleri ile beraber Zer Operasyon ekibi de sevkiyat tamamlanıncaya dek süreçte dahil oluyor.

Pandeminin etkilerinin azalacağı bir gelecek senaryosu düşündüğümüzde Zer ve ZerOnline kendini nerede görüyor? Pandemiden bağımsız olarak uzun vadeli planlarınız nelerdir?

Pandemi ile birlikte sadece bizim sektörümüz değil, tüm iş alanlarında dijital yönelim oldu. İş dünyası olarak bu süreçte hızlı uyum sağladığımızı düşünüyorum. Bugün dijitalde kayan çoğu süreç pandemi bitince geleneksel haline tamamen geri dönemeyecek. Bu dönemde B2C kadar B2B satın almalarının da dijitalde gerçekleştiğini söylemek mümkün. Artık şirketlerin satın alma profesyonelleri de önce online kanallarda araştırmasını yapıyor. Birçok tedarikçi için online pazaryerlerinde olmak hem bu yüzden hem de farklı alıcılara ulaşabilmek için oldukça önemli. Pandemi sona erdiğinde de satın alma hibrit bir hal alacak ve yüz yüze görüşmelerin, satış temsilcilerinin uzaktan görüşmelerinin yanında ZerOnline gibi B2B satın alma çözümleri oldukça tercih ediliyor olacak.

Bu sebeple, önümüzdeki dönemde en büyük hedefimiz ZerOnline'ı endirekt malzeme satın almalarında zengin ürün çeşitliliği ve fonksiyonel yapısıyla Türkiye'nin lider B2B kataloğu konumuna getirmek. Hem anlaşma yaptığımız tedarikçi sayısı hem de ürün çeşitliliğimiz ile bu farkı ortaya koymayı hedefliyoruz. ZerOnline ile ürün özellikleri tanımlı, ürün görselleri ürünü tam anlamıyla gösteren ve hızlı karşılaştırma imkânı sağlayan bir şekilde dönüşün ve satın alma kararını vermek kolaylaşsın istiyoruz. Bununla beraber ZerOnline'ın ürün geliştirme faaliyetlerini çevik metodoloji ile yönetiyoruz, müşterilerimiz ve tedarikçilerimizle iletişimi canlı tutarak, sürekli dinleyerek platforma yeni özellikler ve ürün gamına yeni kategoriler ekleyerek geliştiriyoruz. Yakın zamanda Zer olarak devreye alacağımız müşteri ve tedarikçi iş birliği portalı ile ZerOnline üzerinden yürütülen satın alma süreçlerinde verimliliği artırmayı ve kullanıcı dostu ekranlarla iletişimi güçlendirmeyi hedefliyoruz.