



PORTRE

“Stratejik yol haritamızın merkezinde sürdürülebilirlik var”

Türkiye’de 20 yılı aşkın süredir faaliyetlerini sürdüren Teknosa, bugün ülkenin 69 ilindeki mağazaları ve satış noktalarının yanı sıra online ve mobil platformlarıyla müşterilerinin teknoloji deneyimine ortak oluyor. Teknosa Genel Müdürü Sitare Sezgin ile şirketin sunduğu hizmetleri, uçtan uca müşteri deneyimi sağlamak için hayata geçirdiği uygulamaları, sürdürülebilirlik kapsamındaki çalışmalarını ve hedeflerini konuştuk.

Öncelikle sizi daha yakından tanıyabilir miyiz?

Bilkent Üniversitesi İşletme Bölümü’nden mezun olduktan sonra, UMIST- Manchester Business School’da finans ağırlıklı işletme yüksek lisans eğitimimi tamamladım. İş hayatıma Bain&Company’de Danışman olarak başladım, sonrasında The Boston Consulting Group’ta Kıdemli Danışman olarak çalıştım. 2004 yılında Sabancı Topluluğu’na katıldım. Sabancı Holding Perakende Grup Başkanlığı’nda Strateji ve İş Geliştirme Müdürü, ardından Akbank’ta Yeni Ürün ve Kanal Geliştirme biriminde Bölüm Başkanı olarak görev aldım. 2011-2018 yılları arasında Boyner Grup’a bağlı olan Back-Up ve Bofis Turizm şirketlerinin Genel Müdürlüğü’nü üstlendim. Bu süre zarfında Carrefoursa ve Avivasa’da Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi olarak da görev aldım. Şubat 2018’de AkÖde’de Genel Müdür ve Yönetim Kurulu üyesi olarak sorumluluklar üstlendim. 1 Eylül 2021’den bu yana Teknosa’dayım.

Teknosa’nın markalaşma sürecini sizden dinleyebilir miyiz? Bugün Türkiye genelinde kaç mağazanız var?

Türkiye’de tüketicileri ilk defa teknoloji marketi konseptiyle tanıştıran Teknosa, 20 yılı aşkın süredir “Herkes için Teknoloji” felsefesiyle her an, her yerde müşterilerinin teknolojiye erişimini kolaylaştırıyor. İşimizin ve markamızın temelinde insan odağı, insana yakınlık, güven ve samimiyet var. Sektörde her zaman cesur ve öncü adımlarımızla

fark yaratan bir markayız. Bugün 69 ildeki 198 mağazamız ve satış noktalarımız, online ve mobil platformlarımızla müşterilerimizin teknoloji deneyimine ortak oluyor, teknolojiye dair tüm ihtiyaçlarında yanına olmaya odaklanıyoruz. Bilimsel ve veriye dayalı perakendecilik donanımlarıyla, müşterilerimizin ihtiyaç duydukları ürünlere, hizmetlere çoklu kanaldan kesintisiz erişimini kolaylaştırıyor, benzersiz müşteri deneyimi sunmaya odaklanıyoruz. Yüzlerce marka ve binlerce ürün çeşidini satış sonrası ve katma değerli hizmetlerle sunuyoruz.

Kurumlara sunduğunuz çözüm ve hizmetler neler?

Kurumlara, ihtiyaç duydukları teknoloji ürün ve hizmetlerini, Teknosa güvenesiyle ve avantajlı koşullarla sunuyoruz. Kurumsal satış organizasyonumuz ve iş birliklerimizle sadece ürün satışı değil; proje entegrasyonu ve IT süreç yönetimi, kurumsal sistem çözümleri, akıllı ağ teknolojileri, güvenlik çözümleri, baskı ve görüntüleme hizmetleri, bakım ve destek hizmetleri, üretici garanti hizmetleri de sağlayarak işletmelerin çözüm ortağı oluyoruz. Ayrıca kurumsal hediye kartlarımızla markalara; çalışanlarını, müşterilerini ve iş ortaklarını özel günlerinde teknolojik ihtiyaçlarıyla buluşturma imkânı sağlıyoruz.

Pazaryeri modelinizden de biraz bahseder misiniz?

“Yeni Neslin Teknosa’sı” vizyonu ile mağaza ve insan gücüyle bütünleşmiş bir dijital elektronik perakendeciye dö-



nüşüyoruz. Yeni pazaryeri modelimiz, bu dönüşümdeki önemli kilometre taşlarımızdan birini oluşturuyor. Pazaryeriyle birlikte müşterilerimizin karşısına çok daha güçlü ve geniş bir ürün yelpazesine çıkmayı, pazarın ve müşterilerin değişen ihtiyaçlarına en hızlı ve uygun şekilde cevap vermeyi, hızlı büyüyen e-ticareti çoklu kanal stratejimizin odağına koyarak, müşterilerimize en iyi değeri sunmayı ve Teknosa’nın iş hacmini büyütürken, bizimle birlikte çalışacak KOBİ’lere daha fazla değer katmayı hedefliyoruz. Geçen yıl üzerinde çalışmaya başladığımız, teknoloji uzmanlığı ve sunacağı bütünsel deneyim ile Türkiye’de kendi sektöründe ilk olan pazaryerimizi, tüketicilerin tüm teknoloji ihtiyaçlarını en kapsamlı şekilde adresleyecek şekilde tasarladık. Mevcutta sunduğumuz tüketici elektroniklerinin kalbi olan birçok kategoride marka ve ürün çeşitliliğimiz artarken,



PORTRE

“ Pazaryeriyle birlikte müşterilerimizin karşısına çok daha güçlü ve geniş bir ürün yelpazesine çıkmayı, pazarın ve müşterilerin değişen ihtiyaçlarına en hızlı ve uygun şekilde cevap vermeyi, hızlı büyüyen e-ticareti çoklu kanal stratejimizin odağına koyarak, müşterilerimize en iyi değeri sunmayı ve Teknosa'nın iş hacmini büyütürken, bizimle birlikte çalışacak KOBİ'lere daha fazla değer katmayı hedefliyoruz. ”

ev teknolojileri, anne-bebek ürünleri, hobi-eğlence gibi pek çok ürün grubunda yepyeni ürünler Teknosa.com'a eklendi. Yaşamın her alanına değer katan teknoloji ürünlerini çeşitlendirerek Teknosa güvencesiyle müşterilerimizle buluşturmaya devam edeceğiz.

Müşteri deneyimini iyileştirmek için neler yapıyorsunuz?

Teknosa güvencesi, teknoloji alanındaki uzmanlığımız ve sunduğumuz bütünsel ve tüm kanallardan kesintisiz deneyim ile müşterilerimize daha fazla değer sunmaya devam ediyoruz. Veri analitiği yetkinliklerimizle müşterilerimizin ihtiyaçlarını anlama, deneyim haritalarını çıkarma ve müşteri ilişkileri yönetiminde fark yaratmaya odaklanıyoruz. Hedeflediğimiz benzersiz bir müşteri deneyimi için mağazalarımızda ve dijital kanallarımızda yaptığımız atılımlar, ürün ve hizmet çeşitliliğindeki geliştirmelerimiz sürekli devam ediyor. Müşterilerimizin yaşadıkları deneyimi değerlendirirken dikkate aldığı pek çok parametre var. Hız, kolaylık ve farklı değer önerileri bunlarında başında geliyor. Bu konuda son birkaç yılda çok önemli yenilikleri art arda hayata geçirdik. Web sitemiz ve mobil uygulamamızı deneyimi güçlendirecek şekilde tamamen yeniledik. Müşteri deneyiminde aldığımız tüm aksiyonların sonuçlarını sürekli takip ediyoruz. NPS puanımız son iki yılda global sektör ortalamalarının oldukça üzerine çıktı.

Son yıllarda online alışverişte ciddi artış var. Buna bağlı olarak hizmetlerinizde ne gibi düzenlemeler yaptınız?

Özellikle online alışverişin artış trendine paralel olarak hızlı teslimat ağıımızı yaygınlaştırdık, müşterilerimize erişim kanallarımızı çeşitlendirdik. Şu anda

30'un üzerinde ilde aynı gün ve ertesi gün teslimat seçeneği sunuyoruz. Yine bu süreçte webchat ve WhatsApp destek ve telefonla satış uygulamamızı geliştirdik. Ayrıca, online-offline kanalları birleştirebilmek için dünyada da çok az firmanın kullandığı, Türkiye'de ilk olan 'Video-Chat' uygulamasını canlıya aldık. Ayrıca, müşterilerimizin soru ve ihtiyaçlarına çağrı merkezimiz ve sosyal medya hesaplarımız dahil şu anda 14 kanaldan dönüş sağlıyoruz. Ürünü aldıktan sonra tercihini değiştiren müşterilerimiz için kapıdan ve mağazadan iade dışında, yine sektörümüzde ilk olan memnuniyet değişim uygulamamız da var. TeknoClub üyesi olan müşterilerimize alışveriş eğitimlerine göre özel indirim ve hizmetler, farklı marka iş birliklerimizle ayrıcalıklar da sunuyoruz.

Tekno Hizmet çatısı altındaki hizmetleriniz neler?

Araştırmadan ödeme ve teslimat seçeneklerine, koruma ve güvenceden kurulum ve desteğe, bakım ve onarımdan eskisini getir yenisini götür ve yeni ürüne geçmeye kadar zengin bir yelpazede hizmetler sunan bir servis çatımız var. Yeni servis markamız Tekno Hizmet çatısı altında topladığımız hizmetlerimizle, müşterilerin sadece satış anında değil, satış sonrasındaki her türlü ihtiyaçlarında da yanında oluyoruz. TeknoGaranti, Mağazada Hizmet, Yerinde Kurulum, Uzaktan Teknoloji Destek Hizmeti ve Full Destek Servis Paketleri gibi farklı kategorilerde hizmet paketlerimiz var. Teknosa'dan alınsın veya alınmasın ana teknoloji ürünlerinde bakım ve onarım hizmeti sağlıyoruz.

Pandemi süreci büyüme stratejinizi nasıl şekillendirdi?

Teknosa olarak, dijital dönüşüme doğru zamanda yapmış olduğumuz doğru

yatırımlar sayesinde müşterilerimizin değişen ihtiyaçlarına ve artan teknoloji taleplerine çok hızlı yanıt vermeye devam ettik. Uzmanlığımız, çoklu kanal yapısındaki gücümüz, çevik organizasyonumuz ve müşteri odaklı iş anlayışımızla sektörde öncü olacak pek çok yeniliği hayata geçirdik ve geçirmeye devam ediyoruz.

Sürdürülebilirlik kapsamında çalışmalarınızdan bahsedebilir misiniz?

Doğal kaynakların tasarruflu kullanımı, enerji verimliliği, atık yönetimi ve atık geri dönüşümü konusunda çalışmalarımızı güçlendiriyoruz. İş süreçlerimizde dijitalleşme ve otomasyonun ağırlık kazanmasıyla verimliliği artırıyor, kaynakları duyarlı şekilde kullanıyoruz. Enerji tasarrufu için LED aydınlatmaya dönüşümü hızlandırıyoruz. Ayrıca, bu yıl toplam tüketimimizin yüzde 30'undan fazlasını yenilenebilir kaynaklardan sağlayacağız. Sürdürülebilirlik yaklaşımımız kapsamında, toplumsal cinsiyet eşitliği de özellikle odaklandığımız konular arasında yer alıyor.

Bu kapsamda neler yapıyorsunuz?

Teknosa, UN Global Compact ve UN Women'in ortak girişimi olan Kadının Güçlenmesi Prensipleri'ni (WEPS) 2018 yılında imzalayıp, toplumsal cinsiyet eşitliğini ilerletecek şirket politikaları oluşturmaya yönelik 7 ilkeye taahhüt vermiş ve Türkiye'de bu platforma katılan ilk teknoloji perakende şirketi. Toplumsal cinsiyet eşitliği için mücadele eden Yanındayız Derneği'nin ve sektörümüzde üst düzey kadın yöneticilerin sayısını artırmayı ve gelişimlerine katkıda bulunmayı misyon edinen Lead Network'ün de kurumsal üyeleri arasındayız. Şu anda Teknosa merkez ofisimizde kadın çalışan oranımız yüzde 50'yi geçti. Kadınları daha fazla şirketimize çekmek, kadınların sahada ve yöneticilik pozisyonunda eşit rol almasını sağlamak noktasında tüm çalışmaların içinde bizzat yer alıyoruz. Ayrıca, 2007 yılından bu yana Türkiye çapında 22 binden fazla kadına ücretsiz dijital okuryazarlık eğitimi verdiğimiz 'Kadın için Teknoloji' projemiz, en gurur duyduğumuz çalışmalarımızdan biri.



PORTRE

Bu projenin kapsamındaki çalışmalarınızı anlatır mısınız?

Habitat Derneği iş birliğiyle yürüttüğümüz projemiz, gençlerle kadınlar arasında çok önemli bir köprü oluşturuyor. Genç gönüllüler, kadınlara teknolojiyi öğretiyorlar. Temel bilgisayar kullanımı ve Office programları eğitimleriyle başlayan projemiz, teknolojinin gelişimine ve katılımcıların beklentilerine paralel olarak sosyal medya, e-hizmetler, güvenli internet ve mobil cihaz kullanımı eğitimlerinin eklenmesiyle gelişerek sürüyor. Diğer yandan geçen yıl Sabancı Vakfı ve Türkiye Kadın Dernekleri Federasyonu (TKDF) iş birliğiyle şiddet gören ve teknolojiye erişimi kısıtlı kadınlar için bir toplumsal dayanışma hareketi de başlattık. Mottosu 'Kadın için Teknoloji, Hepimiz için Dayanışma' olan proje kapsamında, dileyen herkes kullanmadığı akıllı telefonları mağazalarımıza bağışlayabiliyor. Bağışlanan telefonların tamir ve bakımlarını yapıp, şiddet gören kadınlara ulaşması için TKDF'ye yönlendiriyoruz.

2021 yılı şirketiniz için nasıl geçti? Ne kadarlık ciro ve büyüme sağladınız?

2021, "Yeni Neslin Teknosa'sı" vizyonuyla dijitalleşme ve tüm kanallarda müşteri deneyimi konusunda attığımız adımların karşılığını aldığımız bir yıl oldu. Her çeyrekte istikrarlı büyümeyi sürdürerek, başarılı bir performans yakaladık. 2021 yıl sonu itibarıyla ciromuz, geçen yıla göre yüzde 34'lük büyüme ile 7 milyar 500 milyon TL'ye ulaştı. Teknoloji alışverişinde ilk akla gelen online alışveriş platformumuz Teknosa.com da güçlü altyapısı, ürün çeşitliliği ve yenilikçi uygulamalarıyla büyümesini sürdürdü. Sonuç olarak, e-ticarette 1 milyar 100 milyon TL seviyesinde ciro elde ettik. Online satışların perakende ciromuz içindeki payı da yüzde 15,3 olarak gerçekleşti.

Bu yılki hedeflerinizi paylaşır mısınız? Hangi alanlara yatırımlar yapacaksınız?

Teknosa olarak, sürdürülebilir ve güçlü büyüme hedeflerimiz çerçevesinde yatırımlarımızı şekillendiriyoruz. Bu sene 2021 yılında yaptığımız yatırımın yaklaşık 2,5 katı seviyesinde, 169 milyon TL'lik yatırım planlıyoruz. Bu yatırımın önemli bir bölümünü Teknosa.com ve pazaryerindeki geliştirmelere, mağaza dijital yetkinliklerinin artırılmasına, CRM kabiliyetlerimizin ve altyapımızın daha

da güçlendirilmesine ayırmayı hedefliyoruz.

Önümüzdeki dönemlerde ne gibi çalışmalara imza atacaksınız?

Yatırımlarımızla başta müşterilerimiz ve tüm ekosistemimiz için daha fazla değer yaratmayı sürdüreceğiz. "Yeni Neslin Teknosa'sı" mottosuyla sürdürülebilirlik, müşteri odaklı dönüşümle fark yaratmak ve dijital dönüşüm ile etki alanımızı büyütmek olarak çerçevesini çizdiğimiz stratejik inisiyatiflerimiz altında yenilikleri hayata geçireceğiz. Önümüzdeki dönemde fiziksel ve dijital tüm kanallarımızda, yeni ürünler, yeni servisler ile teknolojiye dair akla gelebilecek her konuda müşterilerimize sunduğumuz bütünsel deneyimi daha da güçlendirmeye dönük projelerimiz var.

Türkiye'de teknoloji perakendeciliğinin geldiği noktayı değerlendirir misiniz?

Türkiye teknoloji ürünleri pazarı, 2021 yılında bir önceki yıla göre yüzde 27 büyüyü ve 113 milyar TL'lik hacme ulaştı. Geçtiğimiz iki yılda perakendede değişimde en önemli rolü e-ticaret aldı. Yıllar içinde beklenen değişim çok hızlı gerçekleşti. Araştırmalara göre 2020'de dünya-

Doğal kaynakların tasarruflu kullanımı, enerji verimliliği, atık yönetimi ve atık geri dönüşümü konusunda çalışmalarımızı güçlendiriyoruz. İş süreçlerimizde dijitalleşme ve otomasyonun ağırlık kazanmasıyla verimliliği artırıyor, kaynakları duyarlı şekilde kullanıyoruz.

da internet kullanan her 5 kişiden 4'ü e-ticareti deneyimlemeye başladı. Teknoloji ürünleri pazarında da bunun etkisini gördük. Online alışverişin payı hızla artmaya devam etti. Tüm dünyada pandemi ile birlikte hızlanan dijitalleşme ve yaşam tarzlarındaki değişim, teknoloji ürünlerine olan talebi artırmaya devam ediyor. Bu noktada teknoloji perakendeciliğinin ve Türkiye'de sektörün oyun kurucusu olan şirketimizin önünde önemli fırsatlar var.

Önümüzdeki dönemlerde dijital ve fiziksel mağazalarda nasıl bir dönüşüm yaşanacak?

Bizim çoklu kanal stratejimizde online ve offline kanallarımız bir bütün. Mağazalar işimizin önemli bir parçası ve öyle olmaya da devam edecek. Yapılan tüm araştırmalar ve analizlerde, tüketicilerin ağırlıklı olarak kanalları geçişkenli şekilde kullandığını görüyoruz. Bu doğrultuda 2022'de online yetkinliklerimizi artıran pazaryerimiz ve güçlü mağaza ağımla müşterilerimize daha güçlü bir deneyim sunup, çoklu kanalda büyüme hedeflerimizi güçlendireceğiz.

