



Dijital Dönüşüm: Dijital Teknolojileri Kullanarak Rekabet Avantajı Yaratmak

Mentoro Dijital Dönüşüm Grubu

**Dijital
Dönüşüm, Bir
Süredir
Şirketlerin
Gündeminde...**

**Sıkça Kullanılan
Ancak Ne Olduğu
Çođunlukla
Anlařılmayan Bu
Kavrama
Beraberce
Bakalım**

Dijital Dönüşümün Tanımı

Dijital Teknolojilerin,

Rekabet Avantajı Elde Etmek Amacı ile

Göreceli Daha Yüksek
Birim Satış Fiyatı
&
Göreceli Daha Düşük
Birim Maliyet

Değer Zinciri Faaliyetlerinde

Teknoloji Geliştirme,
Ürün/Hizmet Geliştirme,
Lojistik,
İmalat/Üretim,
Pazarlama & Satış,
Müşteri Hizmetleri, Platform
Oluşturma vs. Adımları

ve Kaynak Yönetiminde

İnsan,
Organizasyon,
Finansal,
Entellektüel,
Fiziksel ve
İlişki Kaynağı

Kullanımı

Not: Dijital Dönüşüm ile Yeni İş Modelleri ve İş Stratejileri de Oluşturulabilir

Dijital Dönüşümün Oyuncuları



Dijital Dönüşümün 19 Temel Konusu

- 1• Veri Merkezleri Üzerinden Bulut Bilişim (IaaS, SaaS, PaaS)
- 2• İş Analitiği
- 3• Süreç İyileştirmeleri (Süreç İnovasyonu)
- 4• Kurumsal Sosyal Ağ
- 5• Gömülü Cihazlar ve Nesnelerin İnterneti (M2M/IoT İletişim)
- 6• 3D Yazıcı ile İmalat
- 7• Dijital Dönüşüme Uğramış Ürünler (Ürün İnovasyonu)
- 8• Veri Güvenliği
- 9• Verinin İzinli Satışı
- 1•0 Sosyal Medya
- 1•1 "Inbound" Pazarlama
- 1•2 Mobil Bilgi İşlem
- 1•3 Uygulama Geliştirme
- 1•4 İş ve Bilişim Uyumlu
- 1•5 Yapay Zeka ve Robotik
- 1•6 Sanal Gerçeklik
- 1•7 Dijital Para
- 1•8 Yeni İş Modelleri ve İş Stratejileri (İş Modeli İnovasyonu)
- 1•9 Değişim Yönetimi ve Çalışanların Bağlılığı

**Dijital Dönüşüm
Başarıyla
Uygulandığında
Çeşitli Faydalar
Sağlıyor**

Dijital Dönüşümün Sağladığı Faydalara Örnekler

1 Yeni Ürün ve Hizmetler Geliştirmek

- *Örnekler:* Nike FuelBand (Ayakkabı, Sensorlar, Akıllı Telefon, Müşteri Verisi, İnternet Erişim Hizmetleri, Tavsiye), John Deere Bağlantılı Akıllı Traktör Sistemi
- Ürün/Hizmet Olarak Müşteri ve Sektör Verisi

2 Yeni ve Geliştirilmiş İlişkiler Yaratmak

- Müşterileri, Tedarikçileri, Satış Kanallarını, Etkileyicileri, Tamamlayıcıları, Aracıları ve Rakipleri Daha İyi Anlamak
- Satış Sonrası Kullanım Evresini de İçeren Yeni ve Daha Yüksek Seviyeli Müşteri Değeri Yaratmak

3 Yeni İş Modelleri ve İş Stratejileri Geliştirmek

- Yeni Pazarlara Girmek (Ülke/Bölge, Hedef Müşteri Grupları, Hedef Müşterilerin Karşılanan İhtiyaçları)
- Müşteriye Yeni Erişim Metotları (Satış Öncesi, Satış Sırasında, Satış Sonrasında)
- Yeni Müşteri Değerleri
- Yeni Fiyat Seviyeleri ve Fiyatlama Metotları

4 Artan Verimlilik --> Daha Düşük Birim Maliyetler Sağlamak

- Gerçek Zamanlı Veri Kullanılarak Optimize Edilmiş ve Otomatikleştirilmiş İş Süreçleri

5 Daha Farklı ve Yüksek Seviyeli Müşteri Değerleri --> Daha Yüksek Birim Satış Fiyatları Sağlamak

6 İş Stratejilerinin Sürdürülebilirliği (Yetkinlik Kullanımını Kuvvetlendirerek) Artırmak

**Dijital Dönüşüme
Bir Örnek:
Dijital
Dönüşüme
Uğramış
Ürünler**



Traktörün Evrimi

Dijital Teknolojilerin Ürün Geliştirmede Kullanımı



Traktörün Durumu ve Performansının Sensörler ile Ölçümü ve İletilmesi

Başlıca Bağlantılar:

- Diğer Traktörler
- Diğer Traktör Sahipleri
- Satıcı ve Bakım Merkezleri
- Traktör Operatörleri
- Tarım İşçileri
- Tarım Aletleri Tedarikçileri
- Tarım Danışmanları
- Hava Durumu Siteleri
- Sulama Sistemleri
- Tarım Uydu Sistemleri
- Tohum Optimizasyon Sistemleri
 - Tohum Veri Tabanı
 - Çiftlik Performans Veri Tabanı
 - Tohum Optimizasyon Yazılımları

Traktörün Evrimi Sayesinde Cevap Verilebilen Sorular ve Firma İçin Doğurduğu Sonuçlar

Cevap Verilen Sorular

- Tarlamda Hangi Tip Tohumları Kullanmalıyım?
- Hangi Tip Tohumu Tarlamın Hangi Bölgesinde Kullanmalıyım?
- Tarlada Hangi Zamanlar Ekim Yapmalı, Sulamalı ve Sürmeliyim?
- Tarlayı Nasıl Sürmeliyim? Hangi Bölgeyi Ne Kadar Sulamalıyım?
- Elimdeki Traktörler Yeterli Olur Mu?
- İlave Traktör İhtiyacı Oluşursa Nereden Karşılarım?
- Ürünleri Ne Zaman Toplamalıyım?
- Ürün Rekoltesi Ne Kadar Olur?
- Tarım Çalışanlarına Gerçek Zamanlı Olarak Nasıl Ulaşabilirim?
- Tarım Çalışanlarına Ne Kadar Ücret Ödemeliyim?
- Ürünümün Fiyatı Yaklaşık Ne Kadar Olur?
- Ürünümü Ne Zaman Satayım?
- Yedek Parça Ne Zaman Gerekir?
- Yedek Parça İhtiyacımı En Hızlı ve En Ekonomik Nereden Karşılarım?

Sonuçlar

Artan Müşteri Verimliliği

Müşterileri Daha İyi Anlamak

Yüksek Seviyeli Müşteri Değeri Sunmak

Yüksek Birim Satış Fiyatı ve Kârlılık



**Dijital DönüŖüme
Bir Örnek Daha:
Süreçlerin
DijitalleŖtirilerek
İyileŖtirilmesi**

Pizza SipariŖi Verme S¼reç



7 Adımlı Eski S¼reç

1. MüŖteri Pizzacıyı Arar
2. Pizzacı MüŖterinin Telefonunu Alır
3. Pizzacı MüŖteriyi Arar ve SipariŖini ve Teslim Adresini Alır (MüŖteri, Pizzacıda Kendisine Yönelik Güven Eksikliği Hisseder)
4. Pizzacı Elindeki Malzemeyi Kontrol Eder, Yeterli ise MüŖteriden SipariŖi Alır, Yoksa Alternatif Sunar (Malzeme Yok İse, MüŖteri HoŖnutsuzluk Duyar)
5. MüŖteri Kabul Ederse, SipariŖi İmalata Geçer (SipariŖ S¼reç UzunlaŖı İçin MüŖteri HoŖnutsuz Olur)
6. Ürünler Hazır Olunca Kuryeye Teslim Edilir
7. Kurye Ürünü MüŖteri Adresine Teslim Eder

5 Adımlı Yeni S¼reç

(MüŖteriye Sunulan Değer Seviyesini Artırır,
Birim Maliyetleri Azaltır)

1. MüŖteri, Web Sitesi, Telefon Uygulaması veya Sosyal Medya Üzerinden SipariŖ Verir
2. Pizzacı SipariŖ Veren MüŖterinin Bilgilerini Ekranda Görür (Adı Soyadı, Geçmiş SipariŖleri, SipariŖ Sıklığı, SipariŖ Verdiđi Yerler vs.). Geçmiş Gün ve Yıllardaki SipariŖ Verileri Kullanılarak Yeterli Malzeme Bulundurulur. MüŖterinin Geçmiş SipariŖlerine Bakarak İlave Ürün Önerilir (MüŖteri, Pizzacı Tarafından Tanındığı ve Eksiksiz KarŖılandıđı İçin Mutluluk Duyar)
3. SipariŖ İmalata Geçer (*İmalat Yakında Robotlar Tarafından Yapılacak*)
4. Ürünler Hazır Olunca Kuryeye Teslim Edilir, Özel Pizza Aracında TaŖınır (*Yakında S¼r¼c¼s¼z Otomobiller ve İnsansız Hava Araçları ile TaŖınacak*)
5. Kurye, En Kısa Süreli G¼zergahı Kullanarak Ürünü MüŖteri Adresine Teslim Eder (T¼m S¼reç Hızlı ÇalıŖtıđı İçin MüŖteri Memnuniyeti Y¼ksektir)

Değer Zinciri Faaliyetlerinin Dijitalleştirilmesine Örnekler

Dijitalleşmiş Değer Zinciri Aktivite Örnekleri

Operasyonel Aktiviteler

- Verileri Tek Bir Yerde Toplamak
 - Süreçler ve Verilerin Birleştirilmiş Görünümünü Sağlamak
- Ürünleri, Ekipmanları ve Süreçleri Takip Edin
 - RFID Etiketleri ve Sensörler
 - Envanter Sistemlerine Doğrudan Bağlamak
- Çalışanların ve Mobil Cihazların Yerlerini Tespit Etmek (Kamyon vs.)
 - "Geo-localization"
- Satış ve Pazarlama Çalışanlarının, Satış Kanalları, Müşterilerin, Tedarikçilerin, Arabulucuların Birbirleri ile Bağlantılarını Kurmak
 - Hammadde Akış Bilgisi -> Sipariş Kalite ve Hızını Geliştirmek
 - Dijital Kanallar Aracılığıyla Müşteri Hizmetleri Sağlamak
- Veri Analitiği Kullanarak, Müşteri Talebi Bilmek
 - Müşteri Satın Almalarını Gerçek Zamanlı Takip Etmek
 - Sadece Müşterilerin Satın Aldıkları Ürünleri Üretmek
 - "Tasarım - Üretim - Mağazaya Yollama - Satış" Zinciri
 - Farklı Fiyat Pozisyonlarında Yeni Ürünler Yaratmak
 - Doğru Karar Vermek
 - Müşteri Memnuniyetini Artırmak

Ürün Geliştirme

Dijitalleşmiş Değer Zinciri Aktivite Örnekleri

Ürün Geliştirme & Hizmet Tasarımı

- Yeni Ürün ve Hizmet Geliştirmek
 - Ürün ve Hizmetleri Yeni Şekilde Geliştirmek
 - Nile+ Fuel Band (Ayakkabı, Sensor, Tablet/Akıllı Telefon, İnternet, GPS Saati, Takip Servisi, Web Sitesi Aracılığı ile Antrenman Tavsiyesi)
 - Müşterileri Daha İyi Anlamak İçin Veri Toplamak
 - Veri Aynı Zamanında Satılabilir Bir Ürün
 - Müşteri Verilerini Kullanarak Kısa Zamanlı Sigorta Temini
 - Kayak Yapma, Gündüzlük Seyahat, Tatil, Oduşçu Alımı/Ortak Kullanılan Araba
 - Üç Boyutlu Yazdırma İle İmalatı Zor ve Az Sayıda Üretilen Ürünleri Üretmek

İnsan Kaynağı Yönetimi

Dijitalleşmiş Kaynak Yönetimi Aktivite Örnekleri

İnsan Kaynağı Yönetimi

- Video Özgeçmişleri Toplamak
- Online Mülakat ve Değerlendirme Yapmak
- Çalışanların İş Yapış Şeklini Değiştirmek
 - Satış Elemanları ve Müşteriler Arasında Verilere Dayalı Bağ Kur, Satış Elemanlarını İlişki Yönetir Hale Getirmek
 - İş Akışı, Ürün Tasarımı ve Üretiminde Gereksiz Evrakları Kaldır
 - Çalışanların Ofis Dışı Çalışmalarını Sağlamak
 - Rutin Görevleri "Self-Service" Şekline Çevirmek
 - Sipariş / Fatura / Gönderi Raporu Kayıtları
 - Standart Eğitimler
- Çalışan Performansını Yaptıkları İşleri Takip Ederek İzlemek
- Satış Elemanlarının Performansını Ölçme, Değerlendirme ve Geliştirme Planı Yapmak
- Dolandırıcılık ve Hırsızlığı Kontrol Altında Tutmak
 - Yetkisiz Aktiviteleri Tespit Etme ve Önleme

Dijitalleşmiş Değer Zinciri Aktivite Örnekleri

Pazarlama ve Satış

- Şu Andaki ve Potansiyel Müşterilerin Lokasyonlarını Tespit Etmek
 - "Geo-localization"
- Müşterileri Dinlemek ve Anlamak
 - Konular
 - Ne Yapıyorlar?
 - Nereden Yapıyorlar?
 - Nerede Yapıyorlar?
 - Nasıl Yapıyorlar?
 - Müşteri Verilerini Toplamak
 - Sosyal Medyada
 - Bağlantılı Ürünler ile
 - SEO/Değer Müşteri Programları ile
 - Müşterileri Satın Alma Geçmişleri, Eğilimleri, Tercihleri ve Geri Beslemelerini Paylaşmaya Davet Etmek
- Müşteri Profilleri Oluşturmak
- Müşteri Davranışları/Satışlar Hakkında Öngörüler Yapmak
- Müşteri Deneyimini İyileştirmek İçin Müşterilere Tam Da İhtiyaçları Olduğu Zamanda E-Posta, SMS, Mobil Uygulamalar Yolu ile Kişiselleştirilmiş Ürün/Hizmet Sunmak, Bilgi Vermek

Dijitalleşmiş Değer Zinciri Aktivite Örnekleri

Müşterilere Ulaşım Türlerini Artırarak Etkileşimi Artırmak, İlişkiyi Güçlendirmek

- Web Sitesi
 - Blog Yazıları, Müşteri Etkileşimleri, Ürün/Hizmet Hakkında Bilgi, Ürün Karşılaştırmaları, En Yakın Mağazaya Tespit Etme
- Mobil Uygulamalar
 - En Yakın Mağazaya Tespit Etme, Ürün Bilgisi ve Lokasyonu, Ürün Yapma/Tasarlama, Sadakat Programlarını Uygulamaya Alma, Mobil Ödeme Yapma, Kuponlar, Kataloglar
- Eğlenceli Sosyal Medya Uygulamaları
 - Müşterilerin Fikir Sunmasını Sağlamak (Müşteri Tarafı Yenilikçilik), Topluluk Tarafından Oylanmış Fikirleri Almak, Objektif Geri Besleme Almak
- Hızlı POS Sistemleri
- Mağaza İçerik İçerikler
 - Büyük Ekran TV'ler ile İçerik Ünlü Dünyalılarla Dohunmetik Ekran
 - Sorun Etkinlikleri Canlı Yayınlamak
 - Yetkinlikleri Kişisel Bilgiyar ve Tabletlere Transfer Edebilmek
 - Wi-Fi ile

Dijitalleşmiş Değer Zinciri Aktivite Örnekleri

Müşterilere Ulaşım Türlerini Artırarak Etkileşimi Artırmak, İlişkiyi Güçlendirmek

- Toplanan Veriler Aracılığı ile Müşterileri Gruplamak
- Müşterileri Daha İyi Anlamak ve Satış ve Karlılığı Artırmak İçin Kontrollü Müşteri Deneyleri Tasarlamak
 - Zaman, Mekan, Hava Durumu, Müşterinin Ödeme İstekliliği, Rekabet, Stoktaki Ürün Seviyesine Göre Dinamik Fiyatlandırma
 - Promosyonlar
 - Ürün Portföyü, Özellikleri vb.
- Satış ve Pazarlama Çalışanlarının, Satış Kanallarının, Bayiilerin, Etkileyicilerin, Müşterilerin, Tedarikçilerin, Arabulucuların ve Tamamlayıcıların Kendi İçlerinde Birbirleri ile Bağlantılarını Kurmak
 - Bilgi ve Tecrübe Paylaşımı Sağlamak
 - Müşterilerin Doğrudan Firma İle Konuşmalarını Sağlamak
 - Örnek: Uyumlu/Bağlantılı Arabalar (Baş-Konuş, Arabalar Hakkında Veri Toplama, Kullanım, Benzin/Mazot Kullanımı, Sıkça Gözlenen Bölge, Havalandırma Kullanımı)
 - Paylaşım Platformları Kurmak
 - Paylaşım Platformları
 - Paylaşım/Tüketim (UBER, AirbnB, Zipcar, Getir, Bebek/Köpek Bakıcıları, Geçici İşçiler)
 - Talep Toplama
 - Yeni Müşteri Değerleri/Değer Önerileri ve Deneyimleri
- E-Ticaret Kanalı ile Online Satış Yapmak
- Müşterilerin Şirkete Bağlılığını Artırma
- Şirket İçerik Süreçleri Optimize Ederek, Merkeze Bağlayarak ve Otomatikleştirerek, Hız, Verimlilik, Güvenlik ve Müşteri Memnuniyetini Artırmak
 - Çağrı Merkezlerinden Sipariş Almak

Tedarikçi Seçimi

- Karar Vericilere Daha Akıllı Karar Verebilmelerini Sağlamak
 - Süreç Performansları
 - Sipariş Durumu
- Proaktif Şekilde Üretim Ekipmanlarının Bakımını (Önce)
 - Gerçek Ekipman Verilerini Kullanarak (Geçmişteki İstatistiksel Veriler)
- Teslim Verimliliğinin Artırılması
 - Gözetimlerin Sürekli Olarak Ayarlanması/Değiştirilmesi ile
- Hız, Verimlilik, Güvenlik ve Müşteri Memnuniyetini Optimize Etmek, Merkeze Gözetim ve Otomatik İzleme
 - Operasyon Gözetiminde Gerçek Zamanlı Görünümü Elde Etmek Göre Ayarlamak
 - İnsanların Tehlikeli İşleri Yapmasını Engellemek
 - Standart Ürün Özelliklerine Kavuşmak
 - İsrafı Azaltmak
- Gerçek Zamanlı, Doğru Operasyonel Veri Toplamak
- Gerçek Zamanlı Performans Göstergelerini Takip Etmek
 - Geçmişten Kalma Göstergeler Yerine

**Dijital
Dönüşümü
Uygularken
Bir Metodolojiyi
Takip Etmeliyiz**

Mentoro "Dijital Dönüşüm Metodolojisi®"

- 1• Dijital Fırsat ve Tehditleri Belirlemek
- 2• Şirketteki Dijital Başlangıç Noktasını Tespit Etmek (*Finansal Eğilimler, Dijital ve Liderlik Kaynak ve Yetkinlikleri*)
- 3• Dijital Vizyon Oluşturmak (Yüksek Katılım ile)
- 4• Yüksek Katılım ile Dijital Dönüşüm Stratejisi Oluşturmak, Varolan Stratejiyi Sorgulamak (*Stratejik Hedefler, Hedef Müşteri Grupları, Stratejik Pozisyonlar, Değer Önerisi, Faaliyetler vs.*)
- 5• Üst Yönetim ile Dijital Vizyon ve Dijital Dönüşüm Stratejisi Konusunda Mutabakat Oluşturmak
- 6• Dijital Dönüşümün Yönetişim Modelini Seçmek Ve Uygulamaya Almak (*Komiteler, CDO, Dijital Temsilciler/Şampiyonlar vb.*)
- 7• Dijital Dönüşüm Projelerini Belirlemek ve Önceliklendirmek (*Şirketin İhtiyaçlarına, Yatırım Getirisine, Yaratacağı Etkiye Göre*)
- 8• Vizyonu Hayata Geçirmek için Dijital Dönüşüm Yol Haritasını Oluşturmak (*Faaliyetler, Sahiplenen Takımlar, Hedefler, Başlangıç ve Bitiş Tarihleri, Finansal Bilgiler*)
- 9• Gerekli Yatırımlar için Finans Bulmak
- 10 Organizasyonu Dijital Dönüşüm ile İlgili Harekete Geçirmek
 - Faydalarını Anlatmak
 - Çalışanları Kurumsal Sosyal Platformlar (ESP) ile Birbirlerine Bağlamak
 - Dijital Dönüşüm Konuları ile İlgili Açık İletişimi Teşvik Etmek
 - "Crowdsourcing"i Teşvik Etmek (Çalışanlardan ve Dışarıdan)
 - Değişime Gösterilen Direnci Yönetmek
- 1•1 Fonksiyonel Yetkinlikleri Oluşturmak
 - BİT ve İş Arasındaki Bağlantıyı Oluşturmak/Kopukluğu Gidermek
 - İK ve Dijital Dönüşüm Faaliyetleri Arasındaki Bağlantıyı Oluşturmak
 - Ekosistem Ortaklarını Tespit Etmek (ör: Dijital Teknoloji Platformları Seçimi)
 - Performans Yönetim Sisteminin Dijital Dönüşüm Hedefleri ile Uyumunu Sağlamak
 - Dijital Dönüşüm Karneleri (*ScoreCard*) ile Yönetim Kontrol Mekanizmalarını Oluşturmak
- 1•2 Dijital Dönüşüm Projelerini Uygulamaya Almak

**Başarısız
Dijital Dönüşüm
Projelerinin
Bazı
Ortak Özellikleri
Var**

Dijital Dönüşümde Başarıya **10** Engel

- 11 Değişime Gösterilen İç Direnç
- 22 Liderde Destek ve Kararlılık Eksikliği
- 33 Dijital Kültür ve Paylaşılan Ortak Vizyon Eksikliği
- 44 İş Stratejisi ile Uyumsuzluk
- 55 Dijital Dönüşüm Yönetişim Modelinin Eksikliği
- 66 Teknik Yetkinlik Eksiklikleri
77. BİT ve İş Tarafları Arasındaki Uyumsuzluk
- 88 Yapılan Yatırımın Finansal Geridönüşününün Yetersiz Olması
- 99 Anlamsız, Gösterişçi ve Değer Katmayan Digital Dönüşüm Programları
10. Kişisel ve Bölümler Arası Kıskançlıklar

**Dijital Dönüşüm,
En Az Teknolojik
Yetkinlik Kadar
Yetkin ve Kararlı
Liderlik
Gerektiriyor !**

Sonuç Olarak Dijital Dönüşüm...

Uzun Bir Süre İş Hayatının Merkezinde Kalacak,

Bulut Bilişim Temelli,

**Farklı Kaynaklardan Toplanmış, Gerçek Zamanlı Olarak Analizi Yapılmış
(Analitik) Veriye Dayalı (Toplanmış ve/veya Satın Alınmış),**

**IoT Cihazlarını Kullanan Binlerce Yeni Uygulamalar Tarafından Beslenen,
PaaS Platformlarının Ölçeklenebilirliği ile Beslenen,**

İşbirlikleri Gerektiren,

Çok Daha Ucuz ve Kolay (Düşük Başlangıç Masrafları, İnternet Üzerinden "Self-Servis", Kullanım Kolaylığı),

**BİT Departmanlarına Bağımlılıktan Kurtaran (Dijital Dönüşüm Bölüm
Müdürleri Tarafından Yürütülecek),**

Kurumlara Daha Önce Görülmemiş Seviyede Şeffaflık Getiren,

Müşterilerle Daha Uzun Süreli ve Memnuniyete Dayalı İlişki Gerektiren,

**Yeni Şirketler (Start-up) Tarafından Sunulacak Yeni Teknolojiler, Uygulamalar
(Apps) ve İş Modelleri ile Beslenecek,**

Müthiş Bir İş Fırsatı!

**Sizlere Sağlıklı,
Mutlu, Başarılı ve
Bol Kazançlı Bir
2017 Diliyoruz !**